

## ПРОБЛЕМ КОЈ НЕ С

Кабинетот на македонскиот претседател во соработка со Виенскиот институт за меѓународни економски истражувања ќе изработува Проект за надминување на рак-раните во економијата.

Просперитетните земји избрале да просперираат. Проектот за конкурентност на Македонија (МЦА) на УСАИД ѝ помага на Македонија да избере просперитет.

Пишува:  
Рената МАТЕСКА

Покрај многубројните горливи проблеми на македонската економија, ниската конкурентност на нашето стопанство е една од сопирачките за нашето поместување од статус кво независната состојба.

"Конкурентноста е проблем кој не може да се реши за три дена. Станува збор за стратегија која има микро и макроекономска страна, но и структурни аспекти", истакна Владимир Глигоров, професор од Виенскиот институт, советник на претседателот Бранко Црвенковски

за стратегиски прашања.

Тој не прецизира кои реформски проекти треба да бидат приоритетни за македонското стопанство во 2005 и во 2006 година, бидејќи како што напомна, токму тоа ќе биде содржината на една од првите студии.

Глобалната економска политика, ниската конкурентност на македонското стопанство и развојната политика за надминување на сиромаштијата во земјава, се стратешките прашања на Проектот за економска политика и развој на Македонија, кој ќе го изготвува Кабинетот на македонскиот претседател во соработка со Виенскиот институт за меѓународни економски истражувања.

"Проектот не е амбициозна идеја за правење национална стратегија, туку алтернативен поглед кој треба да им помогне на оние кои се занимаваат со оваа проблематика. Предвидените студии ќе бидат јавно презентирани, а потоа и достапни за секого", вели Глигоров.

Конкретните мерки кои треба да се преземат за надминување на состојбата, според Глигоров, ќе произлезат од првиот труд во рамките на Проектот. Останува да се види што ќе произлезе од ваквите обиди за решавање на проблемите.



СУЗИ КАНИР ХЕЈГЕН, РАКОВОДИТЕЛ НА ПРОЕКТОТ ЗА КОНКУРЕНТНОСТ НА МАКЕДОНИЈА (МЦА)

## ПРОЕКТ

Со цел создавање подобро клима за конкурентност на македонските производи во државава веќе извесно време се реализира Проектот за конкурентност на Македонија (МЦА) на УСАИД.

"Најдобрите македонски фирми успешно конкурираат во регионот, а во некои случаи и пошироко. На пример, во секторот за информатичка технологија, 'Пексим' го продава својот банкарски софтвер на пет различни пазари, а 'fx3x' има неколку договори со холивудски компании за анимација и специјални ефекти. 'Ноел', конфекциска фабрика од Гевгелија, успешно се натпреварува со сопствени брендови во Германија. Млекарницата 'Идеал Шипка'

отвори дистрибутивен центар во Тирана и испорачува сирење за Австралија. Винарската визба 'Бовин', пак, продава флаширани вина во Германија, Данска, Холандија, Велика Британија и во други земји, како во ЕУ, така и надвор од неа", вели Сузи Канир Хејген, раководител на Проектот за конкурентност на Македонија (МЦА).

Меѓутоа, тие се само мал број претпријатија. Малку се оние македонски фирми кои прават дури само и обиди да извезуваат во ЕУ.

"А, како ќе научите да победувате - се прашува Канир Хејген - ако не влезете во играта? Значи, што треба да направат македонските фирми кои сакаат да научат да играат? Пред сè, треба да одделат време да соберат сознанија за нови пазари -



"СТАНУВА ЗБОР ЗА СТРАТЕГИЈА КОЈА ИМА МИКРО И МАКРОЕКОНОМСКА СТРАНА, НО И СТРУКТУРНИ АСПЕКТИ", ВЛАДИМИР ГЛИГОРОВ

# Е РЕШАВА ЗА ТРИ ДЕНА

каде се тие пазари, кои се купувачите и што сакаат или што им треба. Потоа, фирмите треба да утврдат која подгрупа од тие купувачи најмногу ќе им одговара како целна група. Кои се оние желби/потреби на купувачите што најдобро соодветствуваат на можностите на македонската фирма? И, на крај, врз основа на сè тоа, македонската фирма треба да ги подобри своите производи или услуги и да се натпреварува со квалитет, а не со ниски цени.

Подобрувањето на производите и услугите за да се излезе во пресрет на желбите



КАКО ДО ПОКОНКУРЕНТНИ ПРОИЗВОДИ ЗА СТРАНКИОТ ПАЗАР?

на купувачите не мора да значи големи инвестиции. Тоа може да биде нешто многу едноставно, на пример, нов дизајн за пакувањето и етикетите со кои производот ќе стане попривлечен за новите купувачи. Или повисоки стандарди за добавувачите на суровинските материјали, со што ќе се обезбеди подобар квалитет на производот, дури и поголема иницијатива во комуникацијата со купувачите и поголем напор однапред да се предвидат нивните желби и барања. Основно е да се има решителност и волја да се почне процесот т.е. да се почне со "тренингот". ●

## ЕУРОТЕРМ ИНЖЕНЕРИНГ



Консалтинг - инженеринг - климатизација - греење - водовод  
ТРГОВИЈА - ПРОЕКТИРАЊЕ - МОНТАЖА  
Consulting - engineering - Air Conditioning - Solar System - Heating  
EXPORT IMPORT - PROJECT - INSTALLATION  
e-mail: [goran@euroterm.com.mk](mailto:goran@euroterm.com.mk) - тел/факс: +389 48 419-415