

"БРЗА ИСПОРАКА" 3

"Имаме конкурентни цени и добар сервис кој можеме да го понудиме. Преку ост-варените средби на саемските мани-фестации, дојде до дилови и неколку фирми веќе планираат посета во на-редниов период за конкретна сора-ботка", потенцира Марко Гоџо, дирек-тор за продажба и маркетинг на "Ки-мико", Струга.

Пишува:
Рената МАТЕСКА

Од страна на МЦА, Про-ектот за конкурент-ност, како последен е промовиран Кластерот за текстил, кој во државава има долга традиција, но и се со-очува со предизвиците на со-времените пазарни текови. Советот на водство на Клас-терот, кој го сочинуваат осум предводнички субјекти од приватниот сектор на тек-тилната индустрија, одлучи неговите активности да се фо-кусираат на 4 подрачја: прво, да им се помогне на члено-вите на Кластерот "да ги из-берат своите купувачи", на-место да чекаат купувачите да ги изберат нив. Неодам-нешната посета на Саемот во Копенхаген и изложувањето на 6 македонски фирми на

саемот "READY TO SHOW" во Милано, од 3 до 5 март 2005 година, се дел од зацртаните активности. Втората цел е да се подобри производстве-ниот процес. Во април и во мај годинава, членовите на Кластерот ќе почнат пилот-проект за воведување си-стемите на производство во прогресивни снопови и мо-дуларно производство, во неколку фирми. Третата цел е да се подобри специјали-зираната стручна оспособе-ност на текстилните инже-нери, механичари и други кадри. И четвртата цел - тек-тилните фирми треба да се фокусираат врз подобрува-њето на својата оспособеност во подрачјата во коишто имаат конкурентна предност. Во случајот на македонските фирми ова значи подобру-вање на флексибилноста на нивните производни систе-



САЕМОТ ЗА МОДА ВО КОПЕНХАГЕН

ми, за да можат да понудат "брза испорака" за европ-ските производители и ма-лопродажбата.

САЕМ

"Саемот CIFF во Копенха-ген е најголем саем на мода во Северна Европа, со рече-ци 900 изложувачи и повеќе од 30.000 посетители. Клас-терот за текстил одлучи да го посети Саемот CIFF за да ги истражи можностите за вле-гување на нов пазар. Во мо-ментов, и покрај извозот во вредност од 145 милиони ев-ра за Германија, Македонија нема речиси никаков извоз за Данска, која се граничи со Германија, ниту за другите земји во Скандинавија, кои беа значително застапени на CIFF. Повеќето дански фирми бараат добавувачи кои можат да обезбедат 'брза услу-га', а македонските фирми можат да го понудат тоа. Со способноста да комбинираат добра изработка, брзо време на производство и испорака, и прифатливи цени, маке-донските текстилни фирми се конкурентни на овој па-зар. Дваесет и петте членови на Кластерот за текстил кои го посетија Саемот CIFF се

вратија со повеќе нови кон-такти, па дури и со неколку нарачки. Верувам дека во Скандинавија има голем по-тенцијал за Македонија, ако фирмите од Кластерот амби-циозно се проследат со по-следователните активности. Другиот начин на кој маке-донските текстилни фирми ќе станат поконкурентни е да решат на кој сегмент на купувачи ќе целат, а потоа директно да се поврзат со него. На пример, од 3 до 5 март, шест македонски фир-ми, 'Кимико', 'Тетекс', 'Орка', 'Окитекс', 'Делтатекс' и 'Кули', изложуваа на 'READY to SHOW' во Милано. Овие фир-ми ги подготвуваа своите колекции со помош на кон-султант за дизајн од Италија; изготвија промотивни мате-ријали за целни групи на италијански јазик, и директно контактираа со стотици италијански компании, по-канувајќи ги да ги посетат на Саемот. Иако допрва ќе про-излезат резултатите од Са-емот во Милано и реализи-раните договори, директниот пристап на пазарот секогаш ќе биде поуспешен отколку чекањето тој да нè побара нас", вели Дејн Смит, виш со-ветник за конкурентност во



САЕМОТ CIFF - МОЖНОСТ ЗА ВЛЕГУВАЊЕ НА НОВ ПАЗАР

А ЕВРОПСКИОТ ПАЗАР

Шесте компании кои учествуваа на Саемот "Ready to Show" во Милано, направија вистински чекор напред кон навлегувањето на странскиот пазар. Посетителите и раководството на Саемот беа воодушевени од македонските штандови. Извршниот директор на Италијанската асоцијација на мали и средни претпријатија забележа:

"Начинот на кој македонските компании се претставуваат ни вели дека Македонија внимава на дизајнот и на стилот. Со тоа тие се издвојуваат од кинеските и од индиските изложувачи, кои упатуваат порака на ниски цени. Всушност, тоа нè наведува нас Италијанците да бидеме позаинтересирани за градење партнерства со македонските фирми".

Ова беше прв пат македонски компании да изложуваат во Италија, а некои добро подготвени италијански експерти беа видно импресионирани.

Проектот за конкурентност на Македонија.

ВПЕЧАТОЦИ

Текстилците имаат свои впечатоци за настапот на саемските манифестации, но и очекувања да го најдат своето место на европскиот пазар на текстил.

"Се разбира, впечатоците се одлични и воедно многу корисни. Посетен беше еден од најголемите и многу важни саеми во Европа каде што беа присутни повеќе од 3.000 изложувачи. Собрано е едно ново искуство во однос на запознавањето со многу дански и други скандинавски производители на текстил, при што се уверивме во потенцијалите кои ги дава овој скандинавски пазар, кој е сè поинтересен за нас", оценува Марко Гоџо, директор за продажба и маркетинг на "Кимико", Струга.

Тој вели дека во последните месеци преку Кластерот за текстил се направени многу конкретни чекори за унапредување на текстилната индустрија и во корелација со МЦА им се овозможува на текстилните фирми да се здобијат со нови знаења од

разни области на производството, маркетингот, преку разни семинари, советувања со носење на светски познати експерти од оваа индустрија. Но, сепак општата состојба во текстилната индустрија, според него не е розова!

"Моментната состојба во текстилната индустрија е многу лоша. Многу капацитети - вели Гоџо - кои своето работење го базираат на лон производство, сè повеќе се соочуваат со проблемот на одржување на производството во рентабилни рамки. Тоа се должи на сè поголемиот притисок во однос на цените и скратување на времето на изработка на договорените налози. Сметам дека во наредниот период ќе биде уште потешко за работодавците, кои ќе треба многу брзо да бараат решение во реструктурирање и покрај лон производството да почнат да нудат свои производи и своја марка. Оваа гранка вработува најголем дел од работоспособното население во државава, и треба да се стави во приоритетите на Владата за нејзино унапредување. Вистинската конкурентност се заснова на

генерирање на поголема вредност преку подобрена продуктивност, квалитет, услуга и иновации. Македонските компании мора да развијат стратешки планови за да почнат нови дејности додека ја одржуваат нивната конкурентна граница и ги задржуваат редовните клиенти. Ова се постигнува преку разбирање на конкурентните предности и нивно искористување. Странските компании кои склучуваат договори во Македонија најчесто бараат: евтина работна сила; голем број обучени работници; близина до европските текстилни фирми; раз-

стилниот кластер е повеќе од оправдан. Резултатите уште на почетокот се добри во смисла на тоа што сите текстилни фирми се организираат на едно повисоко ниво од досега. Тоа значи организиран и заеднички настап на странски пазари, саеми и др. Веќе има почетни иницијативи за образување специфични кадри за потребите на текстилните фирми, како и 'увоз' на странски специјалисти од разни области, кои со своето големо знаење и долгогодишно искуство им помагаат на помалку искусните фирми. Можностите овој Кластер да успее се го-



САЕМОТ "READY TO SHOW" ВО МИЛАНО

новидни производни можности; стабилна влада и валута; добра увозно-извозна логистика; транспорт и инфраструктура и минимално време на транспорт".

ИНИЦИЈАТИВИ

Производителите на текстил, незадоволни од моментните состојби во оваа индустриска гранка, своите надежи за перспектива ги гледаат во формираните Кластер.

"Моје мислење е дека тек-

леми и реални. Текстилните фирми во Македонија имаат долгогодишно искуство во оваа гранка. Капацитетите се многу флексибилни, роквите за испорака се кратки, производството е со висок квалитет. Сè ова ни дава реални шанси за успех на Кластерот", посочуваат од "Максима" - Штип.

Сегашната состојба во текстилната индустрија тие ја оценуваат како стагнирачка во однос на претходните години, кога имаше еден "бум" на нагло отворање нови ка-

КЛАСТЕРОТ ЗА ТЕКСТИЛ ПРЕД ПРЕДИЗВИК

донската текстилна индустрија, се слични видувањата и на текстилците од "Тетекс" од Тетово. Прво да ги согледаме нивните впечатоци од саемските манифестации.



ПОБЛИСКУ ДО ЕВРОПСКИТЕ ТЕКСТИЛНИ ФИРМИ

пацитети од оваа гранка. Причината за ова ја гледаат во "општата" ситуација во нашава земја, недоволно обезбедување добра клима за странски инвестиции, оптоварување на стопанството со преголеми давачки кон државата, како и многу неповолна политика на банките во пласирањето средства во нивните компании за иницирање развој во стопанството.

"Текстилната индустрија за да биде поконкурентна и поперспективна - резимираат од "Максима" - треба да има неколку предуслови како: поволна и стимулирачка политика на државата; поповолна финансиска политика на банките; инвестирање во најмодерна технологија; школување кадар; постепено напуштање на принципот 'лон' и замена на овој принцип со сопствен бренд. За да бидат поконкурентни македонските текстилни производи мора да се инвестира во маркетингот. Ние се среќаваме со поразителна вистина - да не се знае ништо за Македонија, а пак, за текстилното производство и да не зборуваме. Натамо доаѓа квалитетот, роковите на испорака и да не забораваме цената која е еден од најважните фактори".

За состојбите во маке-

"Во Копенхаген имавме одлична можност да дојдеме до сознание какви потенцијали нуди, пред сè, скандинавскиот пазар за пласман на нашите производи. Исто така, ни се даде исклучителна прилика да дојдеме до информации за нашата конкуренција и да согледаме каде сме и кои се нашите можности во однос на овие потенцијали и конкуренцијата. Општ впечаток е дека станува збор за пазар, фирми и потрошувачи кои знаат што е и претпочитаат квалитет, континуитет и постојаност, пред и постпродажна логистика, секако комбинирани со последните светски модни трендови, конкурентни цени и услови на работење. Се сретнавме со повеќе од 20 фирми од различна провиниенција, grosисти, малопродажба, бутици, агенти, дистрибутери, производители, сите со свои специфики и системи за работа. Разговаравме не само за пласман на нашите производи, туку и за повисоки форми на соработка. Од некои веќе имаме и feedback и барања да испратиме наши колекции од нашите артикли. Очекуваме успех, но мора напорно да работиме. Тоа е судбината на македонскиот текстил", коментира Дарко Обадиќ од "Тетекс".

Исто така, тој прави споредба на работата на нашите фирми и фирмите од ЕУ.

"И нашите и фирмите од Европската унија се обременети со големи проблеми. Сметам - вели Обадиќ - дека текстилните фирми во Македонија имаат шанса на светскиот пазар, секако со соодветно реструктурирање, обнова на машинскиот парк и агресивна маркетинг промоција. Тука, еден од круцијалните услови за опстанок и развој, е влезот на странскиот капитал. Ова, пред сè, го мислам за базичната текстилна индустрија, каде што 'Тетекс' со своите капацитети ѝ припаѓа и каде се потребни големи средства за следење на техничко - технолошкиот развој. Особено е специфична состојбата во која се наоѓаат текстилните компании во ЕУ. Тие буквално се наоѓаат на работ од опасноста да исчезнат. Всушност, на прсти можат да се избројат неколкуте преостанати. Сосема е реална проценката дека за неколку години нема да постои текстилна индустрија во Европа. Исклучок е можеби Италија, каде благодарение, пред сè, на големото мајсторство и традиционалност, текстилот сè уште се одржува. Профитот и говорот на бројките е немилосрден. Капиталот се сели таму каде што побрзо и повеќе може да се оплодува. Тука треба ние да ја бараме, да ги најдеме и да ги искористиме шансата и предизвикот пред кои сме исправени. Тоа е токму она што ни е потребно. Пополнување на капацитетите, вработувања, нова технологија и опрема, know-how, трговски врски, етикета, име, знаење, пазари и др. Мораме да воспоставиме врски со производители од Англија, Франција и од Италија, кои сè уште постојат и го одржуваат своето производство. Убеден сум дека ние сме интересни за нив од повеќе причини: помали трошоци, низок данок на добивка, имаме комплетна комунална и сообраќајна инфраструктура, оформени кадри и работници и, пред сè, блиску сме до нив".

Производителите на текстил ги посочуваат и проблемите на кои наидуваат и конкуренцијата со која треба да се соочат.

"Текстилната индустрија во Македонија - според текстилците од "Тетекс" - се наоѓа пред голем предизвик. Општото е во прашање. Конкуренцијата која доаѓа особено од Далечниот Исток е немилосрдна. Мора да ги пронајдеме и да ги максимализираме нашите предности и квалитети. Мораме да се извлечеме од вртлогот на продажба на евтина работна сила, да се реструктурираме и да се трансформираме во извозници на квалитетни производи со зголемено учество на повисоки форми на вложен труд и додадена вредност. Создавањето и пласирањето на наш автохтон македонски производ со сопствено име е една од целите која треба да се стремиме, но тоа бара долга и напорна работа и големи финансиски вложувања. Искуството и традиционалност мораме да ги акцентираме како позитивни моменти. Близината со пазарите на ЕУ, способноста да одговориме флексибилно на поставените барања во однос на цената, квалитетот, асортиманот, идеите, дизајнот и креациите, малите серии, промптните испораки, исто така. Неопходно е да овозможиме влез на странски капитал, истакнувајќи ги поволностите кои кај нас се нудат за странските инвеститори. Агресивно мораме да бараме нови пазари, како територијално, така и сегментирано кон одредни таргетни групи на потрошувачи, дистрибутивни канали и системи и методи на приближување кон крајниот потрошувач. Мора да се нудиме, истакнувајќи ја нашата конкурентност, квалитет, флексибилност, отвореност, сериозност, лојалност и доверливост во работата. Ставот на 'Тетекс' АД е дека текстилот има иднина во Македонија, иднина за која вреди да се бори и да се создава, но иднина која нема никој друг да ни ја донесе и оствари, туку тоа најмногу ќе зависи од нас самите".