

Фирмата "Бујото" масовно го освојува домашниот пазар, особено со најновата "Програма Икеја", а во "поход" се и со освојување на пазарот во поширокиот регион.

"Болна точка на нашето општество е сивата економија, која мораме да ја надминеме за да имаме пазарно општество и висок економски раст", вели Љупчо Стојковски - Бујото.

■ Пишува: Рената МАТЕСКА



Да се произведе квалитетен, конкурентен производ, а да се биде евтин, пристапен за сечиј џеб беше главното мото според кое истакнатата фирма "Бујото" ја лансираше "Програмата Икеја", која предизвика огромен интерес кај потрошувачите.

"Во моментот е актуелна новата 'Програма Икеја', која е присутна на македонскиот пазар и која неочекувано постигнува брз успех. За оваа програма можам да кажам дека е работена со висок квалитет, но со мошне достапни цени за нашиот стандард, односно за македонскиот пазар. Главната поента е тоа што се добива нешто висококвалитетно, речиси три пати поефтино", вели Љупчо Стојковски - Бујото, сопственик на препознатливата "Бујото маркетинг М".

За ваквите новитети претходно се направени анализи на пазарот, односно маркетинг истражувања. За истражувањата и проценките на пазарот тој вели:

"Според резултатите од истражувањето 'Бујото' е убедливо на прво место како лидер во оваа дејност. "Бујото" произведува ексклузивен мебел, кој многу луѓе би сакале да го имаат во својот дом. Токму тоа нè натера да размислуваме и да видиме како да почнеме да произведуваме мебел кој ќе ѝ парира на куповната можност на просечниот граѓанин. Така се одлучивме за 'Програмата Икеја', која претставува производна програма за средно висока категорија мебел,

НЕПРИКОСНОВЕНИ

со цени од суперниските категории".

При тоа, господинот Стојковски не можеше, а да не спомне за големата болка на македонската економија, а тоа е сивата економија, која е неверојатно присутна во сите сфери, без оглед дали станува збор за мали, средни или големи претпријатија.

"Од сите досегашни студии и анализи за учество на сивата економија во создавањето на бруто домашен производ може да се констатира дека таа учествува со фрапантни 50 проценти што сериозно би требало да нè загрижува сите. Стопанствениците кои работат регуларно, буквално се нападнати од нелојална конкуренција од сивата економија, а со тоа се доведува во прашање опстанокот на многу фирми во Македонија. Има многу кои работат на диво и не си ги плаќаат обврските кон државата. Како начин за борба против ваквите појави - нагласува Стојковски - ние во БУЈОТО решивме да ги намалиме цените на програмата ИКЕЈА до таа мера, за да сивата економија (дивите мајстори) да не може да ни конкурира. Кога говорам за конкуренција мислам само на цените, бидејќи во поглед на квалитетот не би можеле во никој поглед да ни бидат ривали. На луѓе со пониски при-



ЛИДЕРИ

СТРАТЕГИЈА

мања кои, за жал, ги има во сè поголем број, не секогаш им е важен квалитетот, туку колкави се цените на она што треба да го купат и дали се во согласност со нивните финансиски можности. Затоа ние се потрудивме да направиме производи со висок квалитет, а ниски цени, со што создадовме можност на поголем број граѓани да го купат нашиот мебел. Стратегијата ни налага да работиме вака, а потоа пазарните принципи ќе го направат своето".

"Бујото" е фирма која не тапка во место, туку со големи чекори оди напред, следејќи ги новите технологии, новитетите во светот на мебелот...

"Во нашата општа стратегија за развој уште пред четири години почнавме со еден Проект, со кој се предвидува изградба на нова фабрика, нови погони, нов изложбено-продажен салон. Објектот т.е. фабриката е во завршна фаза и се наоѓа во индустрискиот дел на патот



кон населбата Драчево, на локација од 12.000 метри квадратни, а самиот објект изнесува околу 8.000 метри квадратни. Тоа значи дека ќе работиме во најсовремен објект, со перфектни услови, нови производствени линии, односно ќе имаме подобро заокружен технолошки процес. Би сакал и да заокружиме со отворање дистрибутивни центри ширум државата, со што целосно ќе го опфатиме домашниот пазар, а потоа истото ќе го направиме и на Косово, во Србија, Бугарија, Грција и Албанија, односно во поширокиот регион. Она што е битно е дека ние веќе сме етаблирани како препознатлив бренд на домашниот и на странскиот пазар и тоа треба добро да

го искористиме. Се надевам дека со реализација на плановите кои ги имаме ќе направиме позитивен пресврт, барем кога е во прашање нашата бранша", вели Стојковски.

СОЈУЗОТ

"Во Македонија сè уште нема добар бизнис амбиент за малите и за средните претпријатија", резимираа стопанствениците - членки на Сојузот на стопански комори, а чиј член е и господинот Љупчо Стојковски - Бујото (кој воедно е и претседател на Индустриската комора на Македонија), на неодамнешната прослава - годишнина од нејзиното постоење.

"Бараме од Владата, од

премиерот, од министрите да создадат услови да можат да се развиваат малите и средните претпријатија и тие да ги освојуваат регионалните и светските пазари", истакнуваат бизнисмените.

"Тоа се нашите барања, а ќе видиме колку Владата ќе биде во можност и истото да го реализира. Сметам дека кога се поставуваат вакви барања до Владата треба да се има предвид колкави се реалните можности на државата, кои како фактор не смеаме да ги запоставиме. Бараме етапно и континуирано да се

ботењето, маркетинг стратегиите треба да ги применуваме на дело. Работните задачи треба да ги остваруваме на висина како што тоа е кај западните држави. Токму со оваа 'Програма Икеја', Бујото со значително зголемена продуктивност, со максимална рационализација при работењето покажа дека работите можат да бидат и поинакви", вели Стојковски.

Во врска со таканаречената даночна пирамида, сопственикот на "Бујото" смета дека на сè тоа му се даде една друга димензија, како на



работи на нашите барања, за да се обезбеди толку неопходен економски раст, за што е одговорна Владата со своите потези, како и ние стопанствениците. Владата мора да извлече максимум од можностите на државата при изготвувањето на стратегија за подобрување на економскиот амбиент, но исто така, и од нас ќе зависи како тоа ќе го искористиме. Треба да имаме конкурентни цени, а тоа ние самите треба да научиме да го правиме. Во производството мора многу да тренираме, многу да работиме, за да им конкурираме на европските производители. Кај нас, за жал, сè уште се мисли дека можеме со малку труд многу да заработиме, но треба да бидеме свесни дека во реалноста не е така. Токму во тој дел треба да се дејствува и да се занимаваме со таа проблематика. Искуствата од запад, нормите на ра-

една морална категорија.

"Данокот не е морална, туку е законска категорија - дециден е Стојковски - и затоа постојат институции, кои се задолжени да се занимаваат со таа проблематика, да утврдуваат и да докажуваат дали некој го прекршил или не законот. Во случајов со даночната пирамида медиумите премногу шпекулираат во врска со наводните учесници.

Во секој случај сум против шпекулации со што се компромитираат лица без предходен доказ и осуда од страна на релевантните институции во државата.

Зашто, на пример, медиумите не почнат повеќе да се занимаваат со сивата економија која учествува со 50-тина проценти во создавањето на бруто општествениот производ и претставува најголем проблем во функционирањето на економијата во државата?"

НА ПАЗАРОТ

