



ИНВЕСТИЦИЈА НАСОЧЕНА К ДИЗАЈН И КВАЛИТЕТ



ОН ТЕХНОЛОГИЈА, ЗНАЕЊЕ,

Господинот Каме Петров е роден 1952 година во Струмица. Основно образование завршува во Валандово, а средно училиште во Скопје, каде што и живее во периодот од 1967 до 1970 година.

Својата деловна кариера господинот Петров ја почнува во 1972 година, како еден од првите самостојни занаетчии - стопанственици, отворајќи сопствено фризерско студио во Валандово, град во кој и денес живее.

Добитник е на повеќе награди, признанија и плакети за работата во својата област, од кои ја издвојуваме Плакетата за најуспешен стопанственик во Валандовско-гевгелискиот регион во 1998 година, која ја доделува Стопанска комора на Република Македонија.

Во периодот од 1998 до 1999 година бил на доусовршување во Германија.

Од 1999 година господинот Петров почнува своето стекнато знаење и искуство да го реализира на полето на производството, стартувајќи со сопствено производство на козметика. HAIR PRODUCT LDV се појавува на пазарот во 1998 година, како мал амбициозен семеен бизнис. Со интензивирањето на динамиката на живеење и истражувањата кои ги спровеле на пазарот, била констатирана потреба за промена на правецот и концепцијата за работа. Сè тоа се развива по нагорна линија, при што успешно се следат потребите на пазарот и светските тенденции.

До денес од погонот на HAIR PRODUCT LDV се произлезени два брэнда PARIS COLLECTION и новиот брэнд VAYA - ENERGY COLLECTION 2005, чие пласирање на домашниот пазар почнува денес. Деловната политика на HAIR PRODUCT LDV е донесена преку целосно планирање, конципирање и изработка на планови за работа.

Приказната за господинот Петров и козметичките производи на HAIR PRODUCT LDV продолжува со нови изненадувања...

■ Разговорот го водеше: Рената МАТЕСКА



Како резултат на шестгодишно истражување произлезе македонскиот козметички брэнд VAYA, производи работени според врвна технологија и квалитет. Како Вие конкретно ќе се осврнете на оваа новина во светот на козметиката, имајќи предвид дека станува збор за наш, домашен производ?

ПЕТРОВ: Сметајќи дека козметиката е широк поим и дека влегуваме во многу јака конкуренција со реномирани светски фирми, врз база на шестгодишно истражување во областа на биотехнологијата, ние од HAIR PRODUCT LDV успеавме да финализираме производ кој по својот квалитет не отстапува од веќе постојните производители, како странски така и домашни, од областа на козметиката за широка потрошувачка.

Горди сме што успеавме да го збогатиме македонскиот пазар со домашна козметика, понудувајќи му нов брэнд како што е VAYA - ENERGY COLLECTION 2005.


Со тоа што се вклучивме во ваквиот вид производство на потрошувачите им овозможивме збогатување на асортиманот, всушност поголем избор. Имено, покрај многубројните странски козметички производи, не е на одмет на пазарот да има и наша домашна, се надеваме во иднина препознатлива козметичка линија. Квалитетниот производ секогаш го наоѓа својот пат до потрошувачите.




ПЕТРОВ: HAIR PRODUCT LDV се појави на пазарот во 1998 година како мал амбициозен семеен бизнис, но паралелно со интензивираната динамика на живеење и истражувањата кои ги спроведовме на пазарот, се наметна потреба за наша промена на правецот и на концепцијата за работа. Сè тоа одеше по нагорна линија, при што се следеа потребите на пазарот и светските тенденции.

Република Македонија има висококвалитетен стручен кадар но, за жал, како што е случај и со многуте други мали и средни претпријатија во државата, и ние како фирма бевме принудени да извршиме одредена преквалификација на кадрите. Но, како што веќе наведов, поради тоа што си поставивме повисоки цели и промена на внатрешната политика за развој на HAIR PRODUCT LDV произлезе потребата во нашето работење да вклучиме стручен кадар токму во областа на биотехнологијата.


Денес располагаме со стручен тим соработници и партнери, кои можат да одговорат на секој предизвик на модерната технологија и стојат зад квалитетот на VAYA - ENERGY COLLECTION 2005.

 Што беше решавачко за да почнете со еден ваков бизнис, имајќи предвид дека во светот веќе има многу познати козметички брендови? Направивте ли некое истражување на пазарот или...

 Каков беше еволутивниот пат, како се снаоѓавте со економските бариери со оглед дека во државата не е лесен патот за развој на малите и на средните претпријатија? Потребна ли е голема инвестиција за ваков "бизнис залак"?

ПЕТРОВ: Секако дека истражувањето на пазарот, како предуслов за појавата на овој нов бренд, донесе резултати, но сè тоа дополнително беше поттикнато од кампањата која ја водеше Владата на Република Македонија за афирмирање на домашните производи. Нашето истражување покажа дека на домашниот пазар слабо се застапени наши, конкурентни производи и производители кои можат да понудат производ со таков квалитет и дизајн каков што ние понудивме. Сметаме дека ги исполнивме сите неопходни стандарди кои важат и кон кои се придржуваат сите производители во светот, а кога станува збор за козметички производ, за кој, покрај содржината, мошне битен предуслов е и дизајнот, односно современата, модерна амбалажа во која ваквите производи се пламираат на пазарот.


ПЕТРОВ: Начелно деловната политика на HAIR PRODUCT LDV е донесена преку целосно планирање, конципирање и изработка на планови за работа. Секако, тука поважен дел

 Велите дека Вашите производи се резултат на уникатната потреба на денешните современи потрошувачи на пазарот. Што денес се бара од еден ваков производ и колку всушност VAYA ги исполнува таквите потреби и барања?



ПЕТРОВ: Со оглед на динамиката на живеење и брзиот развој на технологијата, како и конкурентноста на пазарот, го формулиравме начинот на кој се финализираат нашите производи. Сите производи од новата колекција на HAIR PRODUCT LDV содржат активни компоненти, кои заштедуваат време и пари, а со тоа целосно одговараат на барањата и на уникатните потреби на крајниот потрошувач.

Поконкретно, би сакал да потенцирам дека цените на сите производи од брендот VAYA - ENERGY COLLECTION 2005 ги прилагодивме на стандардот на домашниот купувач.


 Сепак, ако кажеме дека зад овој бренд стои компанија основана во 1998 година, HAIR PRODUCT LDV MACEDONIA, која е сериозен играч на македонскиот пазар, тогаш секако мислиме на модерна компанија која функционира според утврдените европски мерила...



опфаќа инвестицијата насочена кон набавката на неопходната технологија, стручниот кадар, современиот дизајн, обезбедувањето квалитетни репроматеријали и многу други компоненти, а дел од нивната набавка, меѓу другото, е од странство и, за жал, ваквата инвестиција требаше целосно да биде покриена со вложување сопствен капитал. Македонските банки секојдневно лансираат (промовираат) најразлични кредитни линии, достапни за малите и за средните претпријатија, кои имаат цел да го стимулираат развојот на стопанството на Република Македонија, но моето досегашно искуство покажа дека тие реално не им се достапни на сите.

Мој личен став е дека еден од проблемите за слабиот развој на стопанството во РМ е настанат токму како последица од недоволното учество на банкарскиот капитал во инвестициите на малите и на средните претпријатија, какво што сме и ние.

Од финансиски аспект најдовме на големи тешкотии, но и покрај сè, HAIR PRODUCT LDV успеа да го заземе своето место на пазарот.

 Соочени сме со тешка економска слика, невработеност и сиромаштија, која особено доаѓа до израз во мали средини како што е Валандово, каде што се наоѓа и седиштето на Вашата компанија. Прашање е дали можеме да ја измениме ваквата слика за одредени градови и, на пример, преку развојот на компаниите кои егзистираат во нив, да се овозможи економски и стопански напредок и на помалку развиените средини, а со што ќе се создадат услови за нови вработувања, перспектива, иднина?

ПЕТРОВ: Точно е дека сме соочени со тешка економска состојба, сликата во овие средини воопшто не е розова, факт е дека невработеноста и сиромаштијата особено се изразени во помалите средини, а сè тоа како резултат на нерамномерно распределениот пазар т.е. на појавата на концентрирање на пазарот во поголемите места како што се, на пример, Скопје и Тетово. Во помалите општини, како што е Валандово, севкупниот економски сектор се сведува на функционирањето на малите семејни бизниси, кои се неконкурентни, се соочуваат со тешки услови за брз развој, а сè тоа незначително влијае и на промената на стапката на невработеност. Со појавата на HAIR PRODUCT LDV како сегмент на тамошниот пазар постепено настана позитивната слика за потенцијален економски развој на градот и на неговата околина. Но, доколку добивавме поголема поддршка и поттик во нашето работење од страна на факторите кои се надлежни за развој на бизнисот во државава, тогаш сигурно ќе можевме да постигнеме и многу повеќе. Всушност, во нашите планови децидно е зацртано натамошното развивање на бизнисот, што со други зборови претставува предизвик за една мала средина, односно неговата успешност ќе овозможи да се отворат нови работни места.



Всушност, зборувајќи за Вашата бизнис стратегија, не може а да не се постави прашањето од какво бизнис мото и аспирации поаѓате?

ПЕТРОВ: Во креирањето на нашето мото и на аспирациите постојано бевме водени од уникатните потреби на домашниот пазар за широка потрошувачка, кој наметнува високи стандарди за квалитет, а ниски цени, кои се резултат на постоењето на пазарната нелојална конкуренција. Всушност, оваа конкуренција пласира производи од увоз, за кои е забележано дека имаат сомнителен квалитет, при што најчесто не се знае зем-

На пазарот на козметика никогаш не владее рецепсија, бидејќи луѓето имаат потреба да потрошат релативно мал износ за добро да се чувствуваат во сопствената кожа. Иако преовладува мислењето дека со оваа работа се занимаваат само жени, факт е дека многу мажи се успешни во трговската мрежа на козметички производи.

јата на потекло и производителот на истите. Ова е еден од основните проблеми на домашните производители кои неминовно се соочуваат со нелојалната конкуренција, која не ги почитува правилата на игра и доследното деловно функционирање на пазарот.

Мотото на HAIR PRODUCT LDV е на домашниот пазар да му се понудат производи со врвен квалитет и достапна цена, која е прилагодена на стандардот на македонскиот потрошувач. HAIR PRODUCT LDV не се срами да потенцира дека станува збор за домашен производ, при што треба да се знае дека тој го поседува сертификатот за квалитет ISO 9001. Добиениот сертификат е доказ дека нашите производи ги задоволуваат европските стандарди.



Колку факторот знаење, поточно инвестирање во истражувањата е битен момент за успешноста на одредена компанија? Со какви стручни кадри и технологија располага HAIR PRODUCT LDV MACEDONIA?



HAIR PRODUCT LDV се појави на пазарот во 1998 година, како мал амбициозен семеен бизнис, но паралелно со потребите и со истражувањата кои ги направивме на пазарот, се наметна потреба во нашата компанија да направиме промена на правецот и на концепцијата за работа. Сè тоа одеше по нагорна линија, при што се следеа потребите на пазарот и светските тенденции.

Република Македонија располага со висококлучен кадар но, за жал, како и многу други мали и средни претпријатија во државава, и ние бевме принудени да спроведеме преквалификација на кадрите. Но, како што веќе наведов, поради тоа што пред себе си поставивме повиски цели и промена на внатрешната политика за развој на HAIR PRODUCT LDV, произлезе потребата во нашето работење да вклучиме стручен кадар токму во областа на биотехнологијата.

Денес располагаме со стручен тим соработници и партнери, кои можат да му одговорат на секој предизвик на модерната технологија и стојат зад квалитетот на VAYA - ENERGY COLLECTION 2005.

ПЕТРОВ: Ние работиме со чувство за определен правец, цел и методологија. Производствениот, односно севкупниот, процес на нашата компанија се базира на нашите вештини во бизнис стратегијата, маркетинг брендингот, технологијата и кориснички ориентираните креативен дизајн. Овој начин на работа ни овозможува целосно да се доближиме до нашите крајни потрошувачи.

Врз база на анализите на уникатните потреби на потрошувачите на домашниот пазар, кои ги спроведоа нашите партнер соработници, ги добивме финалните производи кои го сочинуваат овој бренд.



Производите VAYA се наменети за македонскиот пазар, регионалниот или, пак, Вашите погледи се насочени кон европскиот пазар, кој има мошне избирливи потрошувачи?

ПЕТРОВ: Првиот тест производ кој излезе од лабораториите кои работеа за HAIR PRODUCT LDV беше изработен според европските нормативи и стандарди, за сè тоа понатаму да биде усогласено со потребите на домашниот пазар. Но, секако дека основна цел на HAIR PRODUCT LDV е да пласира македонски производи на европскиот и на светскиот пазар и ис-

крено се надеваме дека Владата на Република Македонија нешто ќе преземе за да го поттикне извозот на домашните производи преку водење поконструктивна извозна политика, а од друга страна, пак, ќе го регулира увозот на странски производи.



Како би го дефинирале македонскиот пазар за козметички производи? Можеме ли да направиме споредба, односно паралела, со состојбата во другите држави, на пример, со оние од Европската унија, за кои мораме да признаеме дека тамошните граѓани имаат многу повисок стандард, па оттука и нивните потреби и побарувања се поразлични од оние на македонските граѓани?

ПЕТРОВ: Како што претходно потенцирав, македонскиот пазар има различни, слободно можам да се изразам уникатни потреби за разлика од европскиот. Мислам дека главна улога за позиционирањето на македонскиот пазар игра животниот стандард во државата. Невработеноста и сиромаштијата си го прават своето и оттука произлегува дека мал број граѓани можат да си дозволат да одделат пари за козметика, нешто што за населението од западните земји не претставува луксуз, туку потреба.

Со оглед на интензивираната динамика на живеење и брзиот развој на технологијата, како и конкурентноста на пазарот, го формулиравме начинот по кој нашите производи се финализирани. Сите производи од новата колекција на HAIR PRODUCT LDV содржат активни компоненти кои заштедуваат време и пари, а со тоа целосно им одговараме и ги задоволуваме барањата и уникатните потреби на крајниот потрошувач.

Поконкретно, тука би сакал да потенцирам дека цените на сите производи од брендот VAYA - ENERGY COLLECTION 2005 ги прилагодивме на стандардот на домашниот купувач.



Дали HAIR PRODUCT LDV MACEDONIA подготвува нови изненадувања за своите потрошувачи и за што поконкретно се работи? Би било интересно да ни кажете нешто повеќе за маркетинг кампањата која ќе ја спроведувате во насока на што подобро промовирање на Вашиот производ?

ПЕТРОВ: Ние секогаш се грижиме за нашите потрошувачи, за нас задолжителна обврска е тие да ги добијат најдобрите козметички производи на пазарот, а наша сатисфакција во сè ова е тоа што луѓето ќе почнат масовно да ги користат средствата на оваа компанија, при што, исто така, ние секогаш ќе настојваме да го зголемуваме и да го подобруваме нивниот квалитет.

HAIR PRODUCT LDV е компанија која целосно стои зад брендот VAYA - ENERGY COLLECTION 2005, кој го збогати домашниот пазар со неколку нови производи, меѓу кои се: шампоните за сите типови коса, кои се разработка и комбинација на природните екстракти од фамилијата на CITRUS во содејство со витаминот С и алое вера, како и напредната биотехнологија, VAYA citrus power регенератор за коса, новиот гел за коса од палетата производи на VAYA - ENERGY COLLECTION 2005 кој не содржи алкохол и овозможува 24-часовна заштита од надворешните временски влијанија, ацетон за нокти, како и ексклузивниот новитет на нашиот пазар - SWORDFISH крем за бричење 3 во 1, изработен по сосема нова формула која има тројна функција.

Секако дека во меѓувреме работиме и на збогатувањето на нашата палета производи. Пласирајќи се како нов бренд на овој сегмент од пазарот моментно почнуваме активна маркетинг кампања преку сите медиуми, со цел да се доближиме до нашите клиенти.

