


Објавено 12 април 2013, 12:02, во [Македонија](#)

Share | 

РЕКЛАМИ

Бугарскиот пазар се уште неискористен од македонските компании  
**„ЧАКАМ ТЕ ДА ДОЈДЕШ“ ЗА БИЗНИС!**

Верица Јорданова



Само 7% од 424 илјади македонски државјани кои во текот на минатата година патувале во Бугарија, отишле службено, а сите останати како туристи во ски-центрите или на море, според бугарскиот државен Завод за статистика. Од Бугарите, пак, кои лани патувале во Македонија, една третина дошле по бизнис во земјава. Ако лошите патишта не се проблем за да се оди на одмор во Бугарија, тогаш тие не треба да бидат пречка нашите менаџери да ги зајакнат и своите бизнис-релации со бугарските колеги?!

\*\*\*

Неинвентивноста на македонските менаџери, непознавањето дури ни на соседните пазари, оптовареноста со стереотипи и силно изразената конкуренција на бугарскиот пазар се главните причини поради кои македонските компании речиси немаат извоз во соседна Бугарија. Потенцијалот на осуммилионскиот соседен пазар дефинитивно не е искористен!

\*\*\*

285,3 милиони долари е вредноста на македонскиот извоз во Бугарија во 2012 година

7% од сите Македонци кои лани патувале во Бугарија, или 31.000 граѓани службено отишле во Бугарија

33% или 119.558 Бугари лани дошле во Македонија на службено патување

Во барањето нови извозни пазари за македонските производи дефинитивно неосвоен пазар е соседниот, бугарски пазар! Со извоз во вредност од само 285 милиони долари, кој половина го сочинуваат руди кои одат на топење во соседна Бугарија, Македонија дефинитивно потфрлува во својата визија да биде флексибилна и извозно ориентирана економија.

И статистиката и изјавите од македонските менаџери потврдуваат дека осуммилионската Бугарија многу ретко е нивна бизнис-дестинација. Преоптоварани со стереотипи, политички багаж и предрасуди, македонските и бугарските компании реално малку се познаваат. Иако е само неколку стотина километри далеку и без големи јазични бариери, Бугарија се уште е далечна дестинација за македонскиот бизнис!

Притоа, малиот извоз не е единствениот проблем во однос на овој пазар. Далеку попроблематична е неговата структура. Во целиот извоз освен жици и кабли, произведени во фабриката за кабли од Неготино, која има бугарски сопственик, на листата од 10 најголеми извозни производи во Бугарија нема ниту еден друг готов производ. Остатокот отпаѓа на руди и челични слабови. Ништо подобра не е ни структурата на увозот од Бугарија во Македонија кој минатата година достигна 407,7 милиони долари. Во увозот доминираат гасни масла, моторен бензин и електрична енергија. Голема ставка и во увозот е суровото сончогледово масло (3,3 милиони долари), кое во најголем дел доаѓа од фабриката на домашниот производител на масло за јадење Брилијант кој во бугарскиот град Плевен има фабрика за производство на сурово масло од сончоглед, кое потоа го увезува и го рафинира во фабриката во Штип.

## КОИ МАКЕДОНСКИ КОМПАНИИ ГО ПРОБИВААТ БУГАРСКИОТ ПАЗАР?

„Стереотипот на бизнис оптоварен со политика веќе се надминува. Сега прашањето на бугарските колеги е дали можеш да понудиш квалитет кој треба да ги задоволи строгите европски стандарди“, вели Јован Грков, сопственик на Урбан инвест кој од 2008 година во бугарскиот град Перник има фабрика за производство на павер елементи.

Тој смета дека ниското ниво на економска соработка со Бугарија се должи на исклучително слабата соработка на двете земји во сите области.

„Кај македонските компании владее голема недоверба кон Бугарија, иако станува збор за европски пазар. Иако Бугарија е една од најмалку развиените членки на ЕУ и се наоѓа во голема економска криза, сепак има огромен потенцијал кој вреди да се искористи“, вели Грков и додава дека само до крајот на оваа година нашиот сосед ќе потроши 200 милиони евра за градска инфраструктура, што е голема можност не само за Урбан инвест, туку и за други македонски компании. Грков вели дека дури по 5 години откако се присутни на овој пазар, бугарските компании и ги препознаваат и ги бараат за соработка, но тој пат треба да се изоди. Причините за слабото продор на македонските компании на овој пазар Грков ги лоцира во нивната неинвентивност, непрепознавање на пазар и стравот да се соочи квалитетот и знаењето на еден нов и непознат пазар. Но, овој пазар и за него не е „мед и млеко“. Лошите патишта го поскапуваат транспортот до Бугарија, иако од Скопје до Софија има само 200 километри, од две причини. Прво, ако еден полн камион замине за Бугарија и нема што да донесе назад, тоа за извозникот е скап транспорт, и второ, ако за да помине 200 километри наместо 2 часа му требаат околу 5 часа, тогаш транспортот наплаќа повисока цена.

## КАПИТАЛ НЕДЕЛНИК

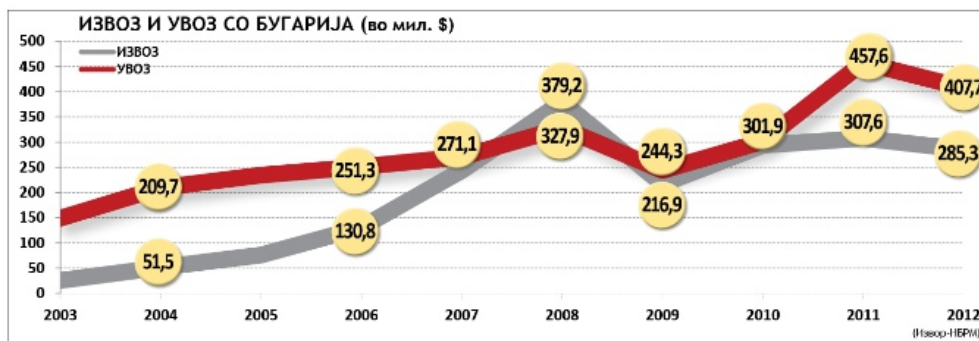


РЕКЛАМИ

## КАПИТАЛ СПЕЦИЈАЛНИ ИЗДАНИЈА



КАПИТАЛ ИЗДАНИЈА



РЕКЛАМИ

Урбан инвест останува на бугарскиот пазар и апелира до другите македонски компании да побараат свое место овде со оглед на тоа што Бугарија во следната финансиска контрукција на ЕУ (2014-2020) очекува да прими 17 милијарди евра од различните европски фондови!

Свое место на овој пазар подолго време си наоѓа и компанијата Контит хидропласт, која годишно во Бугарија реализира извоз вреден 5-7 милиони евра. Една од ретките македонски компании која има свое претставништво во Бугарија од 2005 година.

Директорот Борис Маџунков објаснува дека претставништвото е отворено како резултат на зголемената побарувачка на црева и цевки на овој пазар.

„Обемот на работата во Бугарија во најголем дел зависи од најавените инфраструктурни проекти. За изминативе 10 години, колку што сме присутни на овој пазар, иако постоеле периоди на стагнација, трендот покажува тенденција за раст“, вели Маџунков.

Неговиот „рецепт“ за зголемување на соработката, заснован на долгогодишно искуство на овој пазар, е микс од олеснети административно-царинските процедури и поголема активност на стопанските комори во организирање бизнис-средби.

#### ИМАМЕ ЛИ ПРОИЗВОДИ ЗА ИЗВОЗ?

„И покрај бесцаринскиот извоз основна пречка зошто поголем дел од компаниите од Македонија не извезуваат во Бугарија е дека истите не се конкурентни за тој пазар. Пазарот во Бугарија бара висок квалитет, а ниски цени, иновативни производи и силен маркетинг“, вака Глигор Цветанов, извршниот директор на Макпрогрес, ги оценува шансите на македонските производи на бугарскиот пазар...

ЦЕЛИОТ ТЕКСТ МОЖЕ ДА ГО ПРОЧИТАТЕ ВО МАГАЗИНОТ ЗА БИЗНИС И ПОЛИТИКА КАПИТАЛ ОД 12 АПРИЛ 2013 ГОДИНА.

« назад

#### КОМЕНТАРИ

Коментирај &gt;&gt;

#### КАПИТАЛ - Е-Информатор

Бидете во тек со најновите информации и вести од земјава и светот. Зачленете се!

[Пријави се](#) [Одјави се](#)

Вашата приватност е загарантирана

#### Дома

Политика  
 Финансии  
 Економија  
 Берза и пазари  
 Компани  
 Едукација и кариера

#### Капитал - Магазин

#### Прилози

Едиции  
 Конференции  
 За нас  
 Маркетинг  
 Контакт

#### Регионални партнери

