

**Makedonija bo več investirala**

Makedonska gospodarska rast naj bi se v letu 2017 dvignila nad 3 odstotke, kar bo posledica spodbudne rasti izvoza kot tudi rasti zasebne potrošnje in investicij. Investicije so v tekočem letu nekoliko zaostale za rastjo zaradi decembrskih volitev. Predvsem tuji vlagatelji so se odločili, da počakajo na izid voli-

tev ter preložijo svojo odločitev na naslednje leto. Tudi del domačih državljanov se je odločil za dvig depozitov z bank, zaradi česar se je kreditna rast nekoliko ustavila. Država naj bi povečala trošenje za investicije.

**Nad 3 odstotke naj bi se dvignila gospodarska rast.**

*Pripravila: Analitika GZS*

# Makedonija kljub negotovosti raste

**Kupci so vedno bolj zahtevni, a še vedno pričakujejo nizko ceno.**

*Stela Mihajlović*

Vzrok je razmeroma nizka kupna moč. »Opaziti pa je tudi, da podjetja vse več investirajo v marketing, saj se potrošnika nagovarja na vsakem koraku,« je povedal Slobodan Stevanović, direktor Helios Makedonija. Skupina Helios je v Makedoniji prisotna s številnimi uveljavljenimi dekorativnimi znamkami. Njihova prodaja dekorativnih premazov raste, viden pa je tudi večji trend povpraševanja po posebnih dekorativnih tehnikah za domove in poslovne prostore.

**Rast prodaje na recept**

Krka v Romuniji že desetletja nastopa s široko ponudbo zdravil na recept, izdelkov brez recepta ter veterinarskih izdelkov. Vrednost Krkine prodaje je lani v Makedoniji dosegla 15,5 milijona evrov in skoraj štiriodstotno rast, prodaja jim raste tudi v letošnjem letu. Kljub nenehnemu zniževanju referenčnih cen so k rasti in vrednosti prodaje največ prispevala zdravila na recept.

**Rast povpraševanja srednjih podjetij**

V Makedoniji je s poslovno informacijskimi sistemi prisoten Datalab. Opažajo povečano povpraševanje v segmentu srednje velikih podjetij. Gospodarsko rast države so izkoristili z okrepitevijo ekipe in širitvijo partnerske mreže.

**Potencial ob nizki porabi perutninskega mesa**

V zadnjih letih se trgovina tudi v Makedoniji koncentrira. Trgovske verige, tako moderne kot diskonti, povečujejo svoj tržni delež na škodo majhnih tradicionalnih trgovin, ki pa v primerjavi z regijo še vedno zavzemajo pomembne tržne deleže.

»Na makedonskem trgu kljub nizki kupni moči in povprečni porabi perutninskega mesa na prebivalca – le okoli 12 kilogramov letno oziroma 52 odstotkov povprečne evropske porabe – vidimo velik potencial, saj povprečni makedonski potrošnik ceni visokokakovostno hrano,« meni Tibor Šimonka, predsednik uprave Perutnine Ptuj, ki je na makedonskem trgu že več desetletij prisotna s celotnim prodajnim programom. <sup>gg</sup>

**Moderne trgovske verige in diskonti povečujejo svoj tržni delež na škodo malih tradicionalnih trgovin, a ti še vedno zavzemajo pomembne tržne deleže.**



Makedonska podjetja vse več investirajo v marketing.

Foto: Depositphotos