

# МЛАДИ ПРЕДУЗЕТНИЦИ

Билтен Центра за омладинско предузетништво у Лесковцу, Власотинцу и Медвеђи

## Који су кључни фактори уласка и опстанка новог производа на тржишту

Зашто толико нових производа пропадне? Обично из много разлога. Некад је процена канала дистрибуције лоша, понекад реклама не комуницира са публиком. Успешан производ је резултат интегративног процеса који се ослања на истраживања и решавање примарних задатака.

**Истраживање тржишта** је кључни фактор и оно је много више од потврђивања Вашег доброг осећаја, оно Вам пружа корисне информације и одређује путању кретања. Оно идентификује потребе тржишта, циљну групу купаца, особине производа, цену, канале дистрибуције, мотивацију купаца...Ово су све критични фактори одлуке. Узмите, на пример, компанију која је пре неколико година избацила нови производ на електронском тржишту. Истраживања су идентификовала цену, особине производа, канале дистрибуције, све осим циљне групе купаца, односно оних који доносе одлуку о куповини.

Поред чињенице да је нови производ комплементаран постојећем, да има исте функције и да се користи на

сличан начин, продавци су се обраћали погрешним купцима – и производ је пропао.

**Тајминг** -Да ли су сви елементи процеса координирани? Да ли је производ усклађен са промоцијом? Хоће ли бити спреман кад огласите рекламу? Направите временски оквир одвијања акције и држите га се. Многе радње морају бити временски усклађене да би све ишло како треба. Пропустите временско усклађивање и упознаћете неуспех. У маркетингу постоје примери и примери о којима се прича, кад компанија најави производ, а онда мора поново да га најављује јер није спреман за дистрибуцију. Резултат је губитак кредибилитета, губитак продаје и још један неуспех.

**Капацитети**-Претпоставимо да је производ/услуга успешан/на, да ли имате кадрове и капацитете који треба да прате овај успех? Ако ово не обезбедите на време, може бити исто тако погубно као лош тајминг.

**Тестирање**-Тестирајте тржиште новог производа. Будите сигурни да производ

садржи особине које су потребне потрошачима. Испитајте коју би цену платили за њега. Испитајте да ли има проблема у каналима дистрибуције – начин транспорта, паковање, палете...Требало би проверити рекламу и остале видове промоције такође.

**Дистрибуција** -Ко ће продавати Ваш производ? Да ли можете користити исте канале које обично користите? Да ли да користите самосталне агенте продаје или Вам је потребан продајни тим?Да ли постоји слободан продајни потенцијал који ће убедити дистрибутере, малопродају, или агенте да испробају нову линију производа? Постоје значајни продајни трошкови приликом избацивања новог производа на тржиште. Сви у процесу дистрибуције желе да буду сигурни да ће им се трошкови времена и новца исплатити.

**Тренинг** - Цела продајна мрежа, сви запослени и сви канали дистрибуције морају бити упознати са новим производом. Уколико је производ комплексан у било

ком погледу, можда ћете морати да спроведете тренинг са свима понаособ, такозвани "face-to-face" тренинг, или можда неку мултимедијалну презентацију. Ако производ није сложен, онда ће бити довољно само да пошаљете упутства. Опет, тајминг је битан! Извршите обуку пре него што производ дође до радова, не после.

**Промоција** -На крају, треба Вам програм промоције да подржи упознавање са производом: реклама, флајери, узорци, веб сајт, семинари, добар ПР, акције, дегустације...

Ускладите све то са производњом, опремом и тренингом. Без праве маркетиншке подршке Ваш производ ће остати у магацину.

Ово су неке од мноштва одлука са којима ћете се сусретати у успостављању новог производа. Истраживање, планирање и временско разграничавање (тајминг) могу Вам помоћи и повећати шансу за успех.

## Није довољно само одштампати визит карте

Значи, желите да започнете бизнис. Желите да будете приватник, да сами одређујете правила. Има много ствари које треба да уложите у бизнис, није довољно одштампати визит картице или покренути своју веб страну. Неочекивани пословни трошкови могу проузроковати хаос и на пословном плану и у приватном животу. Велика очекивања су добра, али реална - много боља.

**Опрема.** Без обзира на све, сваки samozапослени индустријалац има потребу за одређеном опремом. Да ли ће вам требати компјутер или надоградња за постојећи? Да ли сте спремни да платите за неопходне оправке? Да ли имате резервни план док вам се опрема поправља? Ово се

односи на ваш телефон, компјутер, монитор, ауто - све што користите и што је директно везано за ваш посао се може сломити или покварити, чак и ваше сопствено тело и ум.

**Простор** - Било да користите ваш стан, кућу, ауто, или гаражу најбољег пријатеља, потребан вам је пословни простор. Да ли вам треба простор да правите нешто, да пишете, да се састајете са клијентима или вам треба радња? Колико вам је простора неопходно? Да ли тај простор одговара стандардима? Уколико се одлучите да водите посао у стану/кући да ли сте рачунали на екстра трошкове воде, струје, итд?

**Маркетинг** - Ово укључује слободну телефонску линију, визит карте, рекламу на локалу, флајере (штампање, папир, дизајн...). Не дозволите да вам се ови скривени трошкови поткраду. На пример, код неких штампача боја је скупља од папира, нарочито ако штампате у боји. Шта је са веб сајтом, презентацијама...?

**Мрежа путева** – Иако мрежа путева не спада у трошкове маркетинга, важно је обратити пажњу на њен утицај на одређене врсте послова. Од ваше локације зависе путни трошкови, паркинг, оброци и др.

**Транспорт** – Да ли ће у догледно време постојати потреба да путујете? Трошкови горива су порасли

(ако нисте приметили), и ако желите да посетите потенцијалне клијенте, спремите се и да често посећујете пумпу. Такође, можда вам треба ауто за пренос опреме или производа, или ћете водити клијенте на ручак. Да ли ће ваш ауто проћи овај тест? Можда му треба прање или поправка.

**Кредитне картице** – Да ли ћете прихватити овакав начин плаћања. Ако хоћете, а боље је да је тако, требаће вам додатни уговори и опрема. Овакви уговори садрже неке иницијалне издатке плус месечне рате.

**Лиценце** – Запитајте се да ли ваш посао захтева локалне, државне или интернационалне лиценце.

## Уштеде уз "е-пословање"

Услуге електронског пословања омогућавају бројне погодности корисницима: увид у стање и дневни промет по свим рачунима у банци, преузимање извода и аналитичких извештаја, плаћања у земљи и иностранству, мењачке послове, распоред прилива. Све то власницима предузећа знатно убрзава и олакшава свакодневно пословање. Највећа предност предузетника који се одлуче за ове услуге јесте чињеница да је електронска банка на располагању 24 сата дневно.

Концепт електронског пословања заснива се на аутоматизацији пословних функција, а информације и функционисање су доступни са било ког места у свету. Предности су веома бројне, пре свега у уштеди, повећању прихода и побољшању конкурентног положаја компаније. Услуга електронског пословања активира се заснивањем уговорног односа са банком.

Једна од услуга „е-пословања“ је електронско банкарство. Колико је оно при данашњем начину пословања неопходно илуструје податак о нимало занемарљивим уштедама новца. На пример, кроз ниже тарифе у платном промету за налоге испостављене у електронској форми, што може да износи 20% па и више, а за поједине типове трансакције тарифе се и не наплаћују. Ту су и нижи трошкови текућег пословања, јер се све функције обављају с радног места, путем интернета, без одласка у банку и трошкова који их прате- кадровских и материјалних, као и непотребног губљења времена. Постоје и могућности за аутоматизацију књиговодствених и финансијских функција, као доступност аналитикама у оквиру самих апликација електронског банкарства.

Значајну помоћ у свакодневном обављању послова представља и услуга "е-комерца", под којом се подразумева прихватање платних картица путем интернета. На овај начин предузетници се укључују у савремене токове пословања и глобализације светског тржишта, те да своје производе или услуге понуде светском тржишту путем свог интернет портала. Услуга је тренутно доступна за „*Visa*“ и „*Master Card*“ платне картице. Интернет продавница као концепт подразумева знатно ниже трошкове пословања. Неки од њих су непостојање продајних објеката и трошкова који га прате, а роба се преко курирских служби и поштом испоручује директно из магацина. Уједно, клијентима из читавог света таква "продавница" је доступна 24 часа дневно, а интернет продаја представља и значајан алат за позиционирање на тржишту, уз продају ту су маркетиншке погодности и стицање конкурентских предности.

Франшиза омогућава појединцима и фирмама да започну посао са подршком већ позанте марке и већ разрађеним пословним процесима. Уласком у посао са системом франшизе повећавате шансу да успете у бизнису. По подацима светских удружења за франшизу 90% примаоца франшизе опстане у послу и после 5 година рада.

## Шта је то франшизно пословање

Франшиза је правни и комерцијални однос између иматеља робног жига, услужног жига, трговачке марке или рекламног симбола и појединца или групе који траже право коришћења те идентификације у пословању. Франшиза се појављује када компанија (давалац франшизе) лиценцира своје трговачко име (бренд) и свој начин рада (систем пословања) одређеној особи или групи (кориснику франшизе) који се слаже да ће пословати у складу с условима уговора (уговор о франшизи). Дакле, франшиза је систем проширења пословања и дистрибуције производа и услуга као и могућност вођења пословања под препознатљивим именом. Легални концепт франшизе датира од средњег века, када је витез или опат могао добити право управљања одређеним делом лордовог поседа.

Давалац франшизе осигурава кориснику франшизе подршку и, у неким случајевима, има одређену контролу над начином пословања корисника франшизе. Заузврат корисник франшизе плаћа даваоцу франшизе почетну провизију (франшизна провизија) и провизију за пословање (ројалти) за коришћење трговачког имена и начина пословања.

Примери приватних франшиза су безбројни. Продавачи продају франшизе трговцима, дајући им право продаје њихових производа у одређеним подручјима. У скорим годинама највећи раст франшизних услуга забележен је у услужном сектору. Франшизе су креиране како би понудиле услуге од рачуноводства, до принтања и копирања, директног меилинга, чишћења кућа, продаје рачунара и услуга, итд. Један од њих је била и *Coca-Cola* која се успела национално проширити пребацујући терет производње, складиштења и дистрибуције свог производа на локалне пословне људе који су добили права пуњења.

### Предности и недостаци франшизног пословања

Пословање у франшизном саставу предузетнику нуди одређене **предности** као што су:

- потребно је мање иницијалног капитала за почетак;
- мањи је ризик неуспеха;
- коришћење успешног и познатог пословног имена и репутације;
- стандардни производ и квалитет који се продаје кроз потврђени састав пословања;

као и **недостатке**:

- немање потпуне слободе;
- неопходно усалашавање с уговором и стандардима;
- финанцијске обавезе према даваоцу франшизе..

Центар за омладинско предузетништво Лесковац	Центар за омладинско предузетништво Власотинце	Центар за омладинско предузетништво Медвеђа
Светозара Марковића 23 (Дом занатлија) Тел. 016 242 949 leskovac@mladipreduzetnici.org	Трг Ослобођења 12 (Зграда Општине Власотинце) Тел. 062 136 137 7 016 875-122 -локал 140 vlasotince@mladipreduzetnici.org	Јабланичка бб (Дом културе) Тел. 016 892 192 medvedja@mladipreduzetnici.org



"Народни Парламент"



Општина Власотинце

Општина Медвеђа