

Shoqata e Kontabilistëve të Çertifikuar dhe Auditorëve të Kosovës

Analizat e biznesit
(zgjidhjet)

P11

Data 01/08/2020

Problemi 1

Shpëtoni kafshët tona (ShKT) është një organizatë bamirësie që shpëton kafshët shtëpiake të keqtrajtuar dhe gjen vendstrehime për ta. Kjo organizatë është e vendosur në pesë qytete të ndryshme në Kosovë. Si një organizatë jo-fitimprurëse, efikasiteti operacional është thelbësor që organizata të jetë në gjendje të ofrojë shërbime efektive nga financimi i kufizuar. Prandaj, gjatë blerjes së mallrave dhe shërbimeve, ShKT gjithmonë zgjedh opsionin më të lirë që plotëson kërkesat e tyre. Sidoqoftë, në disa raste, kjo qasje ka çuar në kosto më të mëdha për një afat të gjatë si rezultat i cilësisë së dobët. Kohëve të fundit ishte një projekt i prokurimit, ku furnizuesi i zgjedhur, edhe pse iu kishte paguar një shumë e madhe në formë të depozitit, hyri në likuidim para se të dorëzonte pajisjet që kishte porositur ShKT.

ShKT është duke planifikuar të implementojë një sistem të ri të planifikimit të burimeve të organizatës/enterprise resource planning (ERP), i cili do të lidh sistemet e përpunimit të transaksioneve në të gjitha departamentet funksionale në të gjitha qytetet. Kjo do të përfshijë bazën e të dhënave, e cila përfshin detaje të të gjitha kafshëve shtëpiake në të gjitha vendet, duke lejuar që degët në qytetet e ndryshme të kërkojnë kafshë të përshtatshme për klientët e mundshëm. Megjithëse ekzistojnë vetëm disa sisteme të përshtatshme në treg, ShKT ka identifikuar dhe përzgjedhur tre listat e ofruesve të paketave modulare, të cilat beson se mund të adaptohen lehtësisht për të përmbushur kërkesat e saj. Lista e shkurtër e ofruesve të databazave, u krijua duke përdorur si kriter të vetëm çmimin e softuerit. Gjithashtu ishin edhe tre furnitorë të tjerë të përshtatshëm që nuk ishin në listën e ngushtë, pasi që produktet e tyre ishin më të shtrenjta.

Bordi i ShKT ka vendosur përkohësisht dhënien e kontratës së sistemit ERP në një kompani të vogël softuerësh, me qendër në Mitrovicë, të quajtur E-Trus. Në mbledhjen e bordit të mbledhur për të marrë vendimin përfundimtar, drejtori financiar sqaroi se E-Trus ofroi zgjidhjen më të lirë të softuerit, me një çmim prej 200,000 euro. Sidoqoftë, drejtori i operacioneve ishte i shqetësuar për këtë përzgjedhje, duke thënë se, 'zgjedhja në bazë vetëm të çmimit nuk ka funksionuar gjithmonë për ne në të kaluarën'. Jam i sigurt se duhet të përdorim kritere më të gjera të përzgjedhjes, veçanërisht kur zgjedhim softuer kompjuterik. Ne duhet të shohim një sërë faktorësh, si dhe çmimin. "

Pas disa diskutimesh, u shty vendimi përfundimtar për kontratën. Ndërkohë, bordi ra dakord që duhet të vlerësohen pasqyrat e kompanisë E-Trus për të vlerësuar performancën e tyre financiare dhe rrezikun që ajo të kalojë në likuidim. E-Trus ka dhënë shënimet për dy vitet e fundit (shiko Figurën 1) për vlerësimin. Gjithashtu është rënë dakord që drejtori i operacioneve duhet të përcaktojë se cilët faktorë, përveç çmimit, duhet të merren parasysh gjatë vlerësimit të një zgjidhjeje të mundshme softuerike.

Figura 1: E - T r u s -Ekstrakt nga pasqyrat financiare të vitit 2018 dhe 2019

	€'000	
	2019	2018
Pasuritë		
Pasuritë jo qarkulluese		
Patundshmëritë, impijantet e prodhimit dhe pajisjet	50	80
Zëri i mirë	140	140
	<u>190</u>	<u>220</u>
Totali i pasurive jo qarkulluese	190	220
Pasuritë qarkulluese		
Stoqet	1	3
LL/A	190	280
Paraja	5	20
	<u>196</u>	<u>303</u>
Totali i pasurive qarkulluese	196	303
Totali i pasurive	386	523
Ekuiteti dhe detyrimet		
Kapitali aksionar	148	148
Fitimet e mbajtura	50	40
	<u>198</u>	<u>188</u>
Totali i ekuitetit	198	188
Detyrimet afatgjata		
Kreditë afatgjata	110	75
Detyrimet afatshkurta		
LL/P	68	253
Kreditë afatshkurtra	7	2
Tatimi i pagueshëm	3	5
	<u>78</u>	<u>260</u>
Totali i detyrimeve afatshkurta	78	260
Totali i detyrimeve	188	335
Totali i ekuitetit dhe detyrimeve	386	523
Ekstrakt nga P/A		
Të hyrat	754	800
Kosto e shitjes	(708)	(749)
	<u>46</u>	<u>51</u>
Fitimi bruto	46	51
Shpenzimet administrative	(25)	(20)
Shpenzimet financiare	(6)	(4)
	<u>(31)</u>	<u>(24)</u>

Fitimi para tatimit	15	27
Shpenzimet e tatimit	(3)	(5)
Fitimi neto	<u>12</u>	<u>22</u>
Ekstrakt nga raporti vjetor		
Numri i stafit	25	40

Kërkohet

(a) Bëni vlerësimin financiar të E-Trus, duke vënë në pah fushat që janë shqetësuese.(15 pikë)

(b) Në kontekstin e ShkT, diskutoni se cilat faktorë të tjerë, përveç çmimit të softuerit, duhet të merren parasysh kur vlerësoni një zgjidhje të mundshme softuerike.

Shënim: NUK kërkohet një përshkrim i vetë procesit të përzgjedhjes.

(10 pikë)

(25 pikë)

Zgjidhja e problemit 1

a) Megjithëse E-Trus ka paraqitur pasqyrat e veta financiare dhe mund të ekzaminohet një krahasim nga viti në vit, gjithashtu do të ishte e dobishme të shikoni standardet e industrisë në mënyrë që të bëhen krahasimet. Sidoqoftë, krahasimi midis dy viteve do të sigurojë një bazë për vlerësim të mëtejshëm.

E-Trus është një kompani relativisht e vogël, me qarkullim më të vogël se 1 milion euro dhe kjo është ulur me 5.75% në vitin e fundit. Kjo gjë mund të shkaktojë shqetësim për ShKT, duke pasur parasysh që çmimi për sistemin që do të zbatohet është vlerësuar në 200,000 euro, ose 27% e të hyrave totale të E-Trus për vitin 2019. Kjo mund të jetë e dobishme, pasi E-Trus mund të përqendrojë vëmendjen e tyre në një klient të tillë kryesor, sidoqoftë gjithashtu mund të tregojë se ka mungesë përvoja në kontratat kryesore siç është kjo.

Kompania ka vetëm 25 anëtarë të stafit dhe kjo ka rënë 37.5%, nga 40 në një vit më parë. Rënia ka të ngjarë të përfshijë ndonjë projekt të mbyllur, i cili mund të tregojë një kompani në vështirësi, ose çështje me motivimin dhe moralin e stafit, duke çuar në një qarkullim të lartë të stafit dhe një paaftësi për të rekrutuar. Pavarësisht nga arsyeja, numri prej 25 anëtarë të stafit duket mjaft i ulët për të përmbushur nevojat e ShKT dhe të klientëve të tjerë. Duke parë më nga afër, nëse supozojmë se alokimi i stafit në kontrata të jetë në përputhje me madhësinë e kontratës, kjo sugjeron që ShKT mund të presë që afro shtatë anëtarë nga stafi i tyre të ndahen në kontratën e tyre e cila duhet të jetë e arsyeshme. Sidoqoftë, varet nga sa prej këtyre anëtarëve të stafit janë operacionalë dhe sa kanë role administrative. Në mënyrë të vazhdueshme, mund të ketë shqetësime për aftësinë për të mirëmbajtur sistemin, nëse numri i punonjësve po bie.

Duke parë më nga afër të dhënat financiare, mund të vëzhgojmë si në vijim:

Profitabiliteti

Ne mund të llogarisim tre koeficientët kyç të profitabilitetit nga të dhënat e dhëna: përqindja e fitimit bruto (GPP), përqindja e fitimit neto (NPP) dhe kthimi në kapitalin e angazhuar (ROCE). Asnjë nga këto nuk duket mirë në shikim të parë. ROCE është ulur nga 11.8% në 6.8%. Kjo do të thotë që kapitali i angazhuar në biznes po arrin kthime më të ulëta me kalimin e kohës. Ky nuk është domosdoshmërisht një faktor negativ në afat të shkurtër nëse është si rezultat i një investimi më të madh në biznes, por kjo nuk duket se do të ndodhë për E-Trus. Në të vërtetë, duket se ka pasur një asgjësim të pasurive jo-qarkulluese (nga € 80,000 në € 50,000) pasi ulja e 37.5% duket të jetë pak më e lartë se sa vetëm si rezultat i zhvlerësimit

GPP dhe NPP po bien gjithashtu. GPP-ja ka rënë pak nga 6.4% në 6.1%, ndërsa NPP pothuajse është përgjysmuar nga 2.8% në 1.6%. NPP është si rezultat i rritjes së kostove të financimit (diskutuar më tej në seksionin e huazimit) dhe rritjes së shpenzimeve të administratës. Nuk do të ishte e paarsyeshme të pritet që një rënie në kostot e tjera të ndodhë me një rënie të të ardhurave, kështu që rritja prej 25% e shpenzimeve të administratës kërkon hetime të mëtejshme. Mund të jetë që këto janë rritur në përpjekje për të përmirësuar menaxhimin e kapitalit punues (shiko seksionin e efikasitetit më poshtë).

Efikasiteti

E-Trus duket se ka përmirësuar efikasitetin e saj në të gjitha fushat.

Ekziston një përmirësim në llogaritë e pagueshme. Vlera e përgjithshme e të pagueshmeve ka rënë 73% në vitin e kaluar, një rënie shumë më e madhe sesa rënia prej 5% e kostos së shitjeve. Kjo ka çuar në një përmirësim të ditëve të të pagueshmeve, duke rënë nga 123 ditë në 35 ditë, një ulje përafërsisht për tre muaj. Sidoqoftë, mund të jetë që kjo të nxitet nga furnitorët që kërkojnë pagesa të mëparshme, pasi ditët e mëparshme të pagueshme prej katër muajsh do të ishin shumë të larta për shumicën e industrive. Kjo kërkon hetim të mëtutjeshëm.

Llogaritë e arkëtueshme gjithashtu janë ulur, duke rënë me 32%. Kjo ka çuar në një ulje të ditëve të arkëtueshme, nga 128 ditë në 92 ditë. Kjo është e dobishme pasi do të thotë që E-Trus po mbledh shuma më shpejtë dhe kështu përmirëson kapitalin e saj punues. Sidoqoftë, ditët në LL/ A janë ende të larta, duke marrë afërsisht tre muaj për të mbledhur LL/ A-të. Pasi që kjo është më e lartë se ditët e pagueshme, ka një ndikim të përgjithshëm negativ në kapitalin punues.

Ulja e stafit ka çuar në përmirësimin e të ardhurave për anëtar të stafit, megjithëse ende duket mjaft e ulët, duke u rritur për 51% nga 20,000 deri 30,160 euro.

Likuiditeti

Likuiditeti është përmirësuar shumë gjatë vitit, me koeficientin qarkullues dhe acid testin që të dy të rritur nga 1.2: 1 në 2.5: 1. Kjo është mbi 1 dhe tregon se E-Trus lehtë mund të mbulojë detyrimet e saj me pasuritë e saj. Kjo kryesisht nxitet nga ulja e madhe e llogarive të pagueshme.

Hyrja në borxh

Duke marrë një borxh afatgjatë mbi kapitalin e përgjithshëm të angazhuar, koeficienti i hyrjes në borxh është rritur nga 28.5% në 35.7%. Ndërsa kjo nuk duket veçanërisht e lartë, rritja mund të tregojë mbështetjen në borxhin afatgjatë për të financuar aktivitetet e biznesit.

Borxhi afatgjatë është rritur me 47% i cili është shqetësues në një biznes me rënie të shitjeve. Huazimet afatshkurtra janë rritur gjithashtu 250%, megjithëse kjo është me një vlerë fillestare të ulët. Këto kanë çuar në një rritje të shpenzimeve financiare prej 50%.

Koeficienti i mbulimit të interesit ka rënë nga 7.75 herë në 3.5 herë, gjë që mund të fillojë të shqetësojë mbajtësit e borxhit në biznes. Kjo gjithashtu kërkon hetim të mëtutjeshëm.

Përmbledhje

Edhe pse E-Trus duket se po punon shumë për të përmirësuar efikasitetin dhe likuiditetin e saj, llogaritë nuk duket se paraqesin një të ardhme pozitive. Ulja e pasurive jo qarkulluese dhe e stafit, si dhe përkeqësimi i raporteve kryesore financiare duhet të paraqesin shqetësim. ShKT duhet të hetojë më tej të gjitha çështjet e ngritura para se të marrë një vendim për dhënien e kontratës ndaj E-Trus.

b) Përveç vlerësimit të çmimit, një kompani duhet të vlerësojë si furnitorin ashtu edhe produktin që ofrohet kur vlerëson një zgjidhje të mundshme softuerike. Konsideratat në lidhje me produktin janë të larmishme, por duhet të përfshijnë kërkesat teknike dhe funksionale.

Çështjet e produkteve

Kërkesat teknike

Ndërlidhja e sistemit - është thënë se sistemi do të lidhë të gjitha sistemet e përpunimit të transaksioneve në të gjitha vendet. ShKT duhet ta marrë parasysh këtë gjatë zgjedhjes së sistemit: a do t'i lejojë të gjitha këto lidhje, si dhe të përshtatet lehtësisht me ndërfaqet e kërkuara në të

ardhmen?

Vëllimi i përpunimit të transaksioneve - pasi sistemi do të lidhë të gjitha sistemet dhe sitet, a do të jetë në gjendje të përballojë vëllimin e transaksioneve të kërkuara çdo ditë, pa çuar në një ulje të shpejtësisë së sistemit?

Lehtësia nga përdoruesit - sistemi duhet të përdorë komanda të njohura ose të jetë intuitiv në natyrë për të siguruar që ai të mos çojë në joefikasitet ose gabime në input. Bamirësia mbështetet tek njerëzit për të realizuar operacione ditore, të mbështetura nga sistemet, prandaj është e rëndësishme që ata t'i gjejnë sistemet të lehtë për t'u përdorur. Duke pasur parasysh vendimet që do të bazohen në saktësinë e këtyre sistemeve, kthimin e kafshëve në shtëpi të përshtatshme, çdo gabim ka të ngjarë të ketë një pasojë negative.

Kërkesat funksionale

Në fund të fundit, sistemi duhet të jetë në gjendje të kryejë funksionet për të cilat po implementohet. ShKT tashmë ka zbuluar se nuk ka shumë sisteme të përshtatshme në treg për të mbështetur bazën e të dhënave të tyre për kafshë dhe kështu që ata duhet të sigurojnë që çdo sistem i zgjedhur do t'i plotësojë në mënyrë të duhur këto nevoja.

Proceset operative - sistemi duhet të mbështesë të gjitha proceset brenda organizatës. Për shembull, procesi i kthimit është aktiviteti kryesor dhe do të ndjekë një qasje të caktuar. Nëse sistemi kërkon një fluks pune të ndryshëm, atëherë kjo duhet të vlerësohet për të konstatuar nëse do të ishte një përmirësim i proceseve apo do të ishte i dëmshëm për operacionet.

Transferimi i të dhënave - ShKT aktualisht përdor sisteme të përpunimit të transaksioneve për zona të ndryshme funksionale dhe këto do të kombinohen në një ERP të vetme. Të dhënat midis dy sistemeve mund të jenë të papajtueshme nëse ato nuk janë aktualisht të lidhura. ShKT do të duhet të vlerësojë nëse sistemi i ri do të lejojë transferimin e të gjitha të dhënave, qoftë direkt apo me ndonjë modifikim. Nëse kjo e fundit, do të duhet të përcaktohet nëse furnizuesi do ta përfshijë këtë në procesin e zbatimit.

Raportimi - si një organizatë jo-fitimprurëse, ShKT do të ketë raportet e veta unike, të cilat nuk përdoren zakonisht në një mjedis të korporatave, p.sh. numri i kafshëve shtëpiake të ritheksuara brenda një muaji ose sa kohë mbetet çdo kafshë në përkujdesjen e ShKT para se të kthehet përsëri. Do të jetë e rëndësishme që sistemi të jetë në gjendje të sigurojë raporte të tilla ose do t'i lejojë përdoruesit të kërkojnë me lehtësi bazën e të dhënave për të siguruar ndonjë raport ad-hoc të nevojshëm.

Çështjet e furnizuesit

Përvoja e kaluar - tashmë është diskutuar që kjo kontratë do të përbënte një pjesë të madhe të të ardhurave të E-Trus dhe duhet të konstatohet nëse kompania është më e njohur me projekte më të vogla, në krahasim me një relativisht të madhe si kjo. Kjo është për një sistem të lidhur ERP i cili do të duhet të përshtatet për nevojat e ShKT. E-Trus, dhe furnizuesit e tjerë, duhet të vlerësohen për të përcaktuar nëse ata kanë përvojë të mëparshme për ta bërë këtë.

Klientët e mëparshëm - një tregues i mirë i performancës në të ardhmen është kënaqësia e klientëve të mëparshëm. Referencat për secilin nga furnizuesit e mundshëm mund të ndihmojnë në përcaktimin jo vetëm të kënaqësisë, por edhe përvojën e mëparshme përkatëse.

Qasja në trajnim dhe mbështetje - futja e një sistemi të ri do të kërkojë trainim të stafit të ShKT-së, si dhe mirëmbajtje dhe zhvillim të vazhdueshëm. ShKT duhet të kërkojë detaje për sigurimin e tyre nga

secili furnizues i mundshëm, dhe të përcaktojë kushtet e marrëveshjeve të nivelit të shërbimit (SLA). Duhet të ketë një kuptim të përbashkët të nivelit dhe përgjegjësisë për çdo angazhim kryesor financiar në të ardhmen, si dhe kohë të pritura të përgjigjes ndaj problemeve të raportuara me sistemin.

Kultura e kompanisë - si një organizatë bamirëse për shpëtimin e kafshëve, ShKT ka të ngjarë të ketë një kulturë të fortë kompanie të besimeve të përbashkëta. Do të jetë e rëndësishme për ta që çdo kompani që punon me ta të ketë një kulturë mbështetëse për të shmangur përplasjet gjatë procesit të zbatimit.

Duke pasur parasysh përvojat e kaluara me zgjedhjen e dobët të furnitorëve, ShKT sigurisht që duhet të rishikojë se si i vlerëson furnitorët dhe mallrat që ofrohen dhe duhet të marrë parasysh faktorët e mësipërm.

Problemi 2

Rita Gashi është drejtoresha ekzekutive e Kozmetikës Rush, një kompani e cila prodhon dhe shet markën e saj të tualeteve dhe kozmetikës ekologjike. Kompania është lideri i tregut në tregun e saj unik dhe është një nga dhjetë markat kryesore në tregun e përgjithshëm të kozmetikës në Maqedoni, ku është e bazuar.

Rita gjithmonë është perceptuar nga stafi i saj si një menaxhere vizionare. Sidoqoftë, ajo ndonjëherë lejon që entuziazmi i saj për ide të caktuara të bëhet fiksim. Ajo shpesh nuk arrin të mendojë për të gjitha implikimet e ideve të saj dhe do t'i ndjekë ato për t'i realizuar pavarësisht kostos. Menaxherët e saj janë të vetëdijshëm për këtë, por gjithashtu janë të vetëdijshëm se është vizioni dhe shtytja e saj që i ka ndihmuar kompanisë të arrijë pozicionin ku gjendet sot.

Rita ka thirrur një takim të menaxherëve nga departamentet e teknologjisë së informacionit, prodhimit, kontabilitetit, marketingut dhe prokurimit. Gjithashtu është kërkuar të marrë pjesë në takim edhe analisti i biznesit të kompanisë. Në takim ajo tha, "Unë kam një ide ...", në të cilën menaxherët e saj menduan për oraret e tyre të ngjeshur. 'Ne do të mbledhim njerëz nga e gjithë Maqedonia, do t'i bëjmë ata të garojnë në një garë pengesash, por sfiduese, me baltë dhe do ta shndërrojmë atë në një ngjarje të madhe të marketingut. Ne do të organizojmë një garë vrapimi në baltë "vazhdoi ajo. 'Ne do të dhurojmë çanta dhuratash që përmbajnë mostra të gamës sonë të fundit të produkteve për kujdesin e lëkurës dhe fituesve të garës do të iu ofrojmë që të provojnë masazhet e trupit me produktet tona.

Ajo theksoi se ky do të ishte një projekt shumë domethënës i marketingut dhe ajo i kërkoi Marinit, menaxherit të marketingut, të ishte menaxheri i projektit dhe të pranishmit e tjerë në takim që të formojnë ekipin e projektit. Ndër listën e saj të kërkesave për ngjarjen ishin:

- Një vend të posaqëm ku do të zhvillohet ngjarja , siç janë bazat e një shtëpie apo ndonjë pallat.
- Ekране të mëdha në pikat e fillimit dhe të mbarimit të garës dhe rreth vendit të ngjarjes
- Orët dixhitale për garuesit
- Vizitorë të famshëm
- Argëtim pas garës, siç janë bendet muzikore
- Mbulimi medial

Para se ajo të mund të vazhdonte me listën e saj të zgjatur të kërkesave, Rona, menaxherja e prodhimit, pyeti pse ishte ftuar në mbledhje. Ajo mendoi se kjo ishte thjesht një detyrë e departamentit të marketingut dhe jo një projekt dhe sugjeroi që departamenti i marketingut duhet ta udhëheqte atë, ashtu si çdo fushatë tjetër të marketingut.

Rita u përgjigj: 'Unë besoj se ky është një projekt. Në fakt, unë kam dalë me një emër të shkëlqyeshëm për të: ne do ta quajmë këtë projekt "Gara në baltë". Ky projekt ka të gjitha karakteristikat e një projekti dhe kërkon mbështetjen e plotë të të gjithë juve. Unë do ta lë atë në duart e afta të Marinit, por dua azhurnime të rregullta. "Në atë moment, ajo u largua për të marrë pjesë në një takim tjetër të rëndësishëm.

Pas largimit të saj, menaxherët e departamentit diskutuan idenë e Ritës. Marini mendoi dhe të tjerët ranë dakord, se përkundër entuziazmit të Ritës, ngjarja duhet të jetë plotësisht e justifikuar nga perspektiva e biznesit dhe se ajo duhet të menaxhohet në mënyrë korrekte në mënyrë që të sigurojë suksesin e saj. Rona deklaroi se ishte e shqetësuar për pasojat negative nëse dikush do të lëndohej dhe Marini deklaroi se duhet të dokumentohen plotësisht të gjitha rreziqet.

Analisti i biznesit u pajtua me të tjerët dhe deklaroi se ky dhe dokumentacioni tjetër i projektit, do të ishte thelbësor për suksesin e projektit dhe se shumë prej këtij dokumentacioni duhet të formulohen gjatë fazave të para të projektit.

Kërkohet:

Rita kishte deklaruar se projekti Gara në baltë i "ka të gjitha karakteristikat e një projekti".

- a) Shpjegoni tiparet që e bëjnë këtë një projekt dhe e dalloni atë nga puna rutinore në Rush. (5 pikë)

- b) Diskutoni, brenda kontekstit të projektit Gara në baltë, pse nevojitet secili nga dokumentet e mëposhtëm për të ndihmuar në sigurimin e suksesit eventual të projektit:
 - Dokumenti i fillimit të projektit;
 - Çështjet e biznesit;
 - Plani i projektit;
 - Analiza e rrezikut. (20 pikë)

(25 pikë)

Zgjidhja e problemit 2

(a) Karakteristika kryesore që identifikon një projekt është natyra unike e detyrës dhe fakti që është një hap në të panjohurën për kompaninë që kryen projektin. Duket, megjithëse Rush është zhvilluar dhe rritur si një kompani duke zbatuar idetë e drejtoreshës ekzekutive, që 'Gara në baltë' është një aktivitet i ri për kompaninë. Projektet kanë nevojë për burime për t'i përfunduar ato. Kjo detyrë nuk do të jetë në gjendje të ecë përpara pa pajisjet e përmendura dixhitale, burimet njerëzore për stafin e garës, mostrat e produkteve dhe burimet financiare për gjetjen e vendit dhe të gjitha kostot e tjera të përfshira.

Përderisa ky mund të jetë një projekt për qëllime të marketingut, ai gjithashtu përmbush karakteristikën për të kërkuar një ekip ndër-funksional të projektit. Do të duhet të përfshihet edhe Menaxheri i prodhimit nëse ka një kërkesë për mostrat e produktit, do të duhet të përfshihet menaxheri i TI-së për të siguruar që ekranet dhe orët dixhitale janë të përshtatshme dhe punojnë siç kërkohet, do të duhet të përfshihet menaxheri i prokurimit për pajisje garash, kontabiliteti do të jetë i nevojshëm për qëllime të kostos dhe siç do të jetë një projekt i marketingut, ky departament ka të ngjarë të përfshihet shumë.

Projektet janë të dallueshme nga aktivitetet rutinë të përditshme dhe si të tilla, kanë një kohë përfundimtare të përcaktuar. Në këtë rast, projekti do të përfundojë pasi gara të përfundojë dhe të gjithë argëtimet pas garës të përfundojnë.

Projektet gjithashtu përfshijnë një numër detyrash ndër-vartëse. Për shembull, reklamimi për këtë ngjarje nuk mund të shkojë përpara, derisa të jetë gjendet vendi i përshtatshëm dhe të vendoset data e garës.

Dokumentacioni i cili do të ndihmojë për të siguruar suksesin e projektit është paraqitur si më poshtë:

Dokumenti i fillimit të projektit

Dokumenti i fillimit të projektit është në të vërtetë një statut i projektit i cili shërben si komunikim zyrtar brenda ekipit të projektit, si dhe ndërmjet tyre dhe palëve të tjera të interesit të projektit. Nëse të gjitha detajet janë të dokumentuara dhe dakorduar nga palët e përfshira, kjo duhet të japë një pamje më të qartë të pritjeve të të gjitha palëve dhe për këtë arsye të sigurojë që ato synojnë t'i përmbushin ato pritshmëri.

Ky dokument ka të ngjarë të përfshijë elementët e mëposhtëm:

Sfondi i projektit - një përmbledhje e shkurtër e sfondit të projektit dhe rëndësisë së tij si një projekt marketingu; kjo lejon që projekti të mbetet i përqendruar ndërsa përparon.

Datat kryesore - datat e fillimit dhe mbarimit të projektit do të detajohen në këtë dokument. Kjo duhet të sigurojë që Marini vazhdon të përqendrohet në datën e mbarimit kur planifikon dhe ekzekuton projektin. Kjo do ta bënte atë më shumë të ngjarë të ketë sukses në realizimin e projektit, sesa nëse do të kishte një datë të përfundimit.

Kufizimet - kufizimet në kohë, kosto dhe cilësi do të identifikohen dhe vendosen me përparësi. Koha do të jetë shumë e rëndësishme në këtë projekt pasi data e ngjarjes nuk do të jetë në gjendje të vonohet pasi të jetë caktuar dhe reklamuar. Sidoqoftë, cilësia do të jetë gjithashtu e rëndësishme pasi mund të ketë pasoja të shëndetit dhe sigurisë nëse nuk respektohen standardet. Për më tepër, duke pasur parasysh që ky është një projekt marketingu, buxheti duhet të jetë i vendosur që kostot të mos i tejkalojnë përfitimet e pritura nga shitjet shitesë.

Fushëveprimi - përcakton atë që do të mbulohet dhe nuk do të mbulohet brenda kufijve të projektit. Kjo do të jetë shumë e rëndësishme për të shmangur 'zvaritjen' e cila mund të jetë një çështje duke pasur parasysh entuziazmin e Ritës. Për shembull, Rita tha që argëtimi pas garës duhet të jetë pjesë e projektit. Do të jetë e rëndësishme të vendosni fushën e kësaj, të tillë që të mos zgjerohet në një koncert të plotë.

Ekipi i projektit - Dokumenti duhet të përfshijë detaje mbi rolet dhe përgjegjësitë e anëtarëve të ekipit në mënyrë që secili të dijë se çfarë kërkohet prej tyre gjatë projektit, veçanërisht pasi ato janë një ekip i larmishëm i përbërë nga menaxherë të ndryshëm funksionalë.

Qëllimet dhe objektivat - kjo duhet të përshkruajë në detaje qëllimin e gjerë të projektit, si dhe çdo objektivi dhe përfitime specifike që pritet të arrihen. Për shembull, duhet të ketë një objektivi specifik që duhet të arrihet nga perspektiva e marketingut, në vend se thjesht të organizosh një garë. Duhet të përcaktohen objektivat SMART, të tilla që ato të jenë në gjendje të maten dhe vlerësohen kur projekti të përfundojë.

Çështjet e biznesit

Çështjet e biznesit detajon arsyetimin e biznesit për projektin. Duket se Rita ka një tendencë për të udhëhequr projekte pa marrë parasysh ndikimin financiar. Përmes analizës së çështjeve të biznesit do të ofrohet një analizë kosto-përfitim, përveç përcaktimit të realizueshmërisë së projektit.

Kjo do të kërkonte parashikime të flukseve monetare dhe përfitimeve të ardhshme financiare nga Marini, së bashku me detaje të supozimeve të bëra. Për shembull, nëse vlerësohet të jetë një lidhje midis numrit të vrapuesve që regjistrohen për ngjarjen dhe rritjes së ardhshme të të ardhurave nga shitjet.

Fizibiliteti do të merrej në konsideratë nëse ekzistojnë burime të mjaftueshme (financiare, njerëzore dhe fizike), nëse ka kohë të mjaftueshme për të realizuar projektin dhe nëse përshtatet në mënyrë operative me mënyrën se si funksionon Rush.

Duke kryer një studim fizibiliteti, siguron që projektet të mos ndërmerren, të cilat ka të ngjarë të dështojnë për njëren nga ato arsye. Në atë fazë kur projekti ende mund të anulohet, para se të fillojë faza e ekzekutimit.

Çështjet e biznesit do të mbulojnë gjithashtu mënyrat se si ky projekt përshtatet me menaxhimin e përgjithshëm strategjik të kompanisë. Ndërsa Rush është i njohur për inovator në qasjet e tij, kjo mund të përshtatet si dhe një qasje inovative për marketing.

Plani i projektit

Planifikimi i projektit mund të ketë një ndikim të madh në suksesin ose dështimin e një projekti dhe është i rëndësishëm, si përpara se projekti të vihet zyrtarisht në veprim, ashtu edhe gjatë ekzekutimit të projektit. Dokumentacioni i një plani të tillë do të sigurojë që të gjitha aspektet e projektit të vendosen paraprakisht, duke parandaluar që projekti të bëhet i ndryshëm nga ai që synohet të jetë. Kjo mund të jetë e rëndësishme në Rush, duke pasur parasysh tendencën e drejtoreshës ekzekutive për t'u fiksuar me projektet dhe për t'i lënë idetë "të ikin me të ... pavarësisht nga kostoja".

Qëllimi i një plani të shkruar të projektit është të krijojë mjedisin e duhur të menaxhimit të projektit të kërkuar për të përfunduar projektin me sukses, duke siguruar që të përcaktohen të gjitha burimet paraprakisht dhe që palët e interesuara janë të vetëdijshme për atë që do të jetë e nevojshme për të përfunduar projektin.

Elementet e shkruara të planit do të zgjerohen në dokumentin fillestar të projektit, për të dhënë detajet e nevojshme për ekzekutimin e projektit dhe mund të përfshijnë:

Burimet - të gjitha burimet, njerëzore, fizike dhe financiare, duhet të identifikohen paraprakisht dhe ekipi i projektit mund të sigurojë që burimet janë të disponueshme. Për shembull, menaxheri i prokurimit do të duhet të njohë të gjithë teknologjinë e kërkuar për të siguruar që është në dispozicion. Nëse ai nuk është ekspert në teknologji, është e rëndësishme të dokumentoni specifikimet e kërkuara për të siguruar që ai siguron pajisjet e duhura. Duhet të ketë plane të ndara të burimeve për burimet njerëzore, burimet fizike dhe burimet financiare, duke marrë parasysh çdo kufizim të identifikuar në Dokumentin fillestar të projektit.

Struktura e ndarjes së produktit - kjo do të japë detaje për 'produktin përfundimtar' që do të dorëzohet, në këtë rast ngjarjen aktuale dhe do ta zbërthejë atë në aktivitete më të vogla, në mënyrë që secila veprimtari të mund të menaxhohet dhe burimet e veta të nevojshme për përfundim. Aktivitetet për këtë projekt mund të përfshijnë vendosjen e vendit të ngjarjes, hartimin e mënyrës së zhvillimit të garës, prodhimin e mostrave, etj.

Struktura e ndarjes së produktit mund të kombinohet me një mjet të planifikimit të kohës, siç janë diagramet e rrjetit ose grafikët e Gantt, për të identifikuar kur duhet të zhvillohen aktivitete që lidhen me secilën veprimtari.

Plani i cilësisë së projektit - kjo do të marrë parasysh të gjitha standardet e kërkuara të elementeve të ndryshëm të projektit dhe do të përfshijë standarde legjislative, p.sh. rregulloret e shëndetit dhe sigurisë në lidhje me mbajtjen e një ngjarje publike, si dhe standardet e përcaktuara nga vetë Rush.

Plani i vlerësimit të projektit - kjo do të tregojë qartë se si do të matet sukcesi i projektit. Për shembull, a do të jetë rritja e përgjithshme e shitjeve të ndërmarrjes apo do të kufizohet në produktet që jepen si mostra dhe trajtime gjatë ngjarjes? A do të jetë matja në tërësi në shitje apo sukcesi që duhet të matet në ndryshimin e nivelit të njohjes së markës pas ngjarjes?

Analiza e rrezikut

Çdo projekt dhe kompani do të ketë faktorë individualë të rrezikut që duhet të përcaktohen paraprakisht, në mënyrë që të minimizohet ndikimi ose gjasat e shfaqjes së rrezikut. Çdo gjë që mund të përbëjë rrezik për suksesin e projektit duhet të identifikohet, së bashku me mundësinë e ndodhjes së tij dhe seriozitetin e ndikimit.

Plani i rrezikut duhet të përfshijë gjithashtu mënyra me të cilat do të menaxhohen këto rreziqe (shmangie, ulje, transferim ose pranim) dhe duhet të përcaktohen planet e emergjencës nëse këto rreziqe ndodhin në të vërtetë gjatë projektit. Për shembull, rreziqet për këtë projekt mund të përfshijnë motin e keq që vonon realizimin e garës, ose zhvillimin aktual të ngjarjes. Mundësia e kësaj mund të minimizohet duke krijuar një garë që mund të realizohet në shumicën e kushteve atmosferike. Sidoqoftë, rreziku nuk mund të shmanget plotësisht dhe prandaj mund të zvogëlohet ndikimi financiar, duke marrë masa ndaj një dukurie të tillë.

Siç theksoi Rona, mund të ekzistojë rreziku i lëndimit gjatë garës. Edhe pse kjo nuk do të ndalonte domosdoshmërisht garën për të ecur përpara siç ishte planifikuar, ndikimi duhet të vlerësohet nga perspektiva e kompanisë: si do të ndikonte në emrin e markës dhe shitjet e ardhshme dhe a do të ketë ndonjë ndikim financiar, për shembull, kompensim? Duke përcaktuar rrezikun dhe ndikimin e mundshëm paraprakisht, Rush mund të vendosë kushte të përshtatshme, përfshirë konkurentët që pranojnë të marrin pjesë në rrezikun e tyre dhe që çdo dëmtim të trajtohet menjëherë dhe në mënyrë efektive. Për shembull, ata duhet të sigurojnë të jetë në gatishmëri një ekip mjekësor dhe të ketë qasje të lehtë në të gjitha fushat e garës. Kompania gjithashtu duhet të sigurojë që ata kanë sigurimin e duhur për të realizuar një ngjarje të tillë.

Duke marrë parasysh paraprakisht rreziqet dhe duke dokumentuar emergjencat, projekti ka më pak të ngjarë të dështojë si rezultat i ngjarjeve të pafavorshme ose të paparashikuara.

Problemi 3

InfoSoftPC është kompani e cila shet pajisje të përdorura kompjuterike të blera nëpër ankande publike. Çdo pajisje është dy vite e përdorur por shitet në gjendje funksionale. Kompania specializon në shitjen e kompjuterëve personalë desktop dhe në një moment ka pasur rreth 100 pajisje të tilla në dyqan. Lokalet e kompanisë janë blerë para 4 vitesh, ku përveç hapësirë ekspozuese ka edhe një punëtori servisimi të pajisjeve kompjuterike. Të gjitha pajisjet janë përzgjedhur nga një ekip prej pesë blerësish me përvojë të cilët marrin pjesë nëpër ankande. Secila pjesëmarrje në ankande i kushton kompanisë InfoSoftPC rreth 100 euro për paga dhe shpenzime udhëtimi, dhe në secilin ankand blihen rreth pesë pajisje kompjuterike. Mesatarisht, secili kompjuter i kushton kompanisë InfoSoftPC rreth 80 euro dhe shitet për 100 euro. Kompania ka shitje të mira edhe pse një rënie e fundit ekonomike ka shkaktuar dyshime tek njëri prej menaxherëve duke shtruar pyetjen nëse kompania po shet pajisjet e duhura kompjuterike.

Regjistrat e shitjeve tregojnë se shumica e kompjuterëve blihen nga konsumatorët që janë banorë të qytetit të Prishtinës. Arsyeja duket të jetë servisimi dhe riparimi më i shpejtë i pajisjeve që blejnë brenda garancionit të blerjes. Për këtë shkak, kompania ka vendosur që të gjitha reklamat e saj të shkojnë vetëm në radiot dhe televizionet lokale.

Kompania poashtu ka edhe një ueb faqe në të cilën ajo poston kompjuterët dhe pajisjet më të fundit të cilat janë në shitje me disa fotografi për secilën pajisje. Ueb faqja gjithashtu përmban informatat e përgjithshme për kompaninë, ofertat speciale dhe promovimet, si dhe informatat lidhur me mirëmbajtjen dhe shërbimet e riparimit.

InfoSoftPC synon të zgjerojë shërbimet e riparimit mekanik. Edhe pse kompania mban disa pjesë të thjeshta rezervë në dyqan, kohë pas kohe i duhet të porosisë pajisje të tjera të specializuara nga kompani të tjera.

Shumica e pjesëve porositen nga teknikët përmes plotësimit dhe dorëzimit të formularëve për porositje. Për shkak të kësaj kompania është përballur me vonesa në trajtimin e porosive dhe si rezultat kompjuterët e konsumatorëve mbesin në servis për një kohë të gjatë. Kjo ka shkaktuar poashtu zemërim në mesin konsumatorëve të cilët duhet të presin më gjatë se sa që kanë planifikuar. Derisa teknikët punojnë nga ora 7:00 deri në 18:00, zyrtarët e prokurimit punojnë vetëm nga 10:00 deri në 16:00. Një orar i tillë bënë që kërkesat urgjente për blerje të mos mund të procesohen gjatë kohës kur zyrtarët e prokurimit nuk janë në detyrë.

Disa prej blerjeve realizohen përmes sigurimit të ofertave më të lira për pjesët rezervë, një proces ky i cili shumë shpesh merr kohë, duke bërë kështu që teknikët të parashtrojnë porositë shumë më herët ashtu që pjesët rezervë të mund të vijnë në kohë.

Menaxheri i kompanisë është i vetëdijshëm për problemet që përcjellin proceset e blerjes por është ngurrues në punësimin e më shumë zyrtarëve të prokurimit, për shkak të shpenzimeve të larta momentale për paga. Në vend të kësaj, ai ka shprehur interesimin e tij për procese të reja të marketingut, përfshirë edhe marketingun elektronik.

Kërkesat e detyrës:

- (a) Vlerësoni se si mund të ndihmojë marketingu elektronik në shitjen e produkteve dhe shërbimeve të riparimit të InfoSoftPC. (16 pikë)
- (b) Sqaroni parimet e prokurimit elektronik dhe cekni përfitimet e mundshme që kjo do të sjellë për InfoSoftPC. (9 pikë)

Totali (25 pikë)

Zgjidhja

Zgjidhja e problemit 3

a) Kjo detyrë ka për synim të testojë kuptueshmërinë e studentëve për qasjet tradicionale dhe bashkëkohore të marketingut. Format tradicionale të reklamimit që janë përdorur nga kompania në rastin tonë përfshirë edhe reklamat e dërguara me postë tregojnë për një përpjekje për të mundësuar promovimin e produkteve të kompanisë tek një audiencë më e gjerë e klientëve potencialë. Nga skenari mund të shohim që ueb faqja e kompanisë është mjaft e azhurnuar me shpalesje të ofertave të produkteve më të reja të kompanisë. Meqë kompania tashmë aplikon një sistem "ngacmues" të dërgimit të ofertave me postë. Kjo mund të kombinohet lehtëazi me sistemin e e-mailave. Megjithatë edhe kjo formë e marketingut elektronik, por edhe forma e mëparshme tradicionale e aplikuar nga kompania nuk i jep shumë hapësirë zhvillimit të kontaktit direkt ndërmjet kompanisë dhe klientëve të saj. Sugjerim i menjëhershëm do të ishte që kompania të fillojë menjëherë me një qasje më interaktive të komunikimit ndërmjet furnitorit dhe klientëve.

Disa prej propozimeve që do të ndihmonin në përmirësimin e këtij dialogu do të përfshinin:

Krijimin e një faqe dialoguese në ueb faqen e kompanisë përmes të cilës klientët do të parashtronin pyetje dhe do të merrnin përgjigje lidhur me produktet e caktuara.

Klientët do të çmonin mundësinë e testimit të performancës së pajisjeve kompjuterike para se të vendosnin të blinin pajisjet e tilla.

Pas blerjes së pajisjeve nga ana e klientëve, kompania do të duhej të ofronte edhe shërbime të kujdesit pas shitjes. Edhe kjo do të mund të bëhej lehtëazi me krijimin e një dritare për lënien e përshtypjeve në ueb faqen e kompanisë. Përshtypjet apo komentet e klientëve do të duheshin marrë parasysh nga ana e kompanisë për përmirësimin e produkteve në të ardhmen.

Që klientët të kenë mundësi të analizojnë trendet e shitjes së pajisjeve kompjuterike, kompania do të mund të përmbledhte dhe publikonte edhe informatat lidhur me pajisjet më të shitura në dyqanet e tyre, duke lehtësuar kështu edhe vendimmarrjen e klientëve. Një qasje tjetër e cila do të duhej të përdorej nga ana e kompanisë është një qasje e personalizuar e marketingut, me porosi të individualizuara ose të personalizuar për klientët potencialë, meqë në mënyrë tradicionale kjo besohet të jetë forma që sjellë më së shumti sukses. Megjithatë duhet potencuar që në mënyrë që kompania të mund të zbatojë këtë qasje, ajo do të duhet të ketë informata më të mëdha për secilin klient, ashtu që edhe ofertën dhe porositë e marketingut të mund t'i përshtatë me preferencat individuale të klientëve. Teknologjia elektronike poashtu mund të ndikojë në largimin e kufizimeve që lidhen me lokacionin gjeografik. Tregtia përmes medieve të tilla elektronike do të mund t'i ofronte kompanisë qasje në tregjet të cilat në të kaluarën nuk kanë qenë të qasshme për të.

b) Në këtë përgjigje do të fokusohemi në format alternative të prokurimit që mund të aplikojë kompania nga skenari ynë. Nga skenari mund të vërehet që kompania deri më tani ka blerë produktet të cilat i rishet përmes disa agjentëve të cilët marrin pjesë nëpër ankande. Përveç pagave të cilat u paguhen këtyre agjentëve, kompania përballet edhe me shpenzime të tjera siç janë ato të udhëtimit. Meqë më sipër folëm për marketingun elektronik si një alternativë të marketingut, atëherë rrjedhimisht mund të sugjerojmë edhe format elektronike të prokurimit. Pra kompania do të mund të blinte pajisjet që ajo i shet përmes ankandeve elektronike. Këtu duhet potencuar si rrezik potencial mundësitë që disa prej pajisjeve të mos kenë performancë të mirë ose i cilësisë së duhur, për shkak të pamundësisë së testimit të tyre para blerjes. Megjithatë edhe kjo mund të shmanget përmes analizimit të mirëfilltë të karakteristikave të produkteve të cilat do të shiten në ankand, përshirë edhe vjetërsinë e produktit.

Problemi i dytë tek prokurimi ka të bëjë me blerjen e pjesëve rezervë dhe komponentëve të tjera të cilat përdoren në procesin e servisimit dhe mirëmbajtjes së pajisjeve kompjuterike. Në këtë aspekt vërehet një burokraci e tepruar e cila rezulton jo vetëm me vonesa në procesimin e porosive dhe rrjedhimisht edhe pakënaqësi të klientëve, por edhe shkakton kosto të panevojshme të burimeve njerëzore dhe trajtimin e porosive. Përdorimi i një sistemi të automatizuar elektronik dhe direkt të bërjes dhe trajtimit të porosive do të eliminonte procedurat e panevojshme burokratike, do të reduktonte gabimet e mundshme, do të shmangte vonesat e tepërta, dhe mbi të gjitha do të reduktonin edhe kostot e porositjes. Sistemet e tilla të automatizuara do të ndërlihdeshin direkt me platformat në internet të furnitorëve të pjesëve rezervë dhe komponentëve servisuese. Që kompania të arrijë të sigurojë këto pjesë rezervë me çmime më të përshtatshme, kompania do të mund të ndërtonte edhe një platformë të prokurimit elektronik, i cili do t'u mundësonte ofertuesve të ofertonin me çmime më konkurruese dhe në të njëjtën kohë t'i mundësonte kompanisë nga skenari ynë të përzgjedhë të blejë nga furnitori më i favorshëm.

Problemi 4

Në Kosovë ka dy shoqata profesionale të cilat merren me organizimin e programeve të ekzaminimit të certifikimit të vlerësuesve të pasurive. Këto dy shoqata janë Shoqata e Vlerësuesve Profesionistë të Kosovës (SHVPK) dhe Instituti Kombëtar i Vlerësimeve (IKV). Sidoqoftë ka disa ofrues të kurseve të trajnimit për të përgatitur kandidatët për provimet certifikuese.

Pavarësisht kostos së lirë të fuqisë punëtore që karakterizon Kosovën në përgjithësi, kryeqyteti i saj Prishtina karakterizohet me paga më të larta për punonjës dhe me çmime më të shtrenjta të pronave.

Driloni është redaktor i revistës Dita, një revistë me parapagim e cila ofron lajme dhe artikuj që përgatisin studentë për ekzaminimet e dyja shoqatave profesionale të cilat merren me organizimin e programeve të ekzaminimit të certifikimit të vlerësuesve të pasurive. Revista botohet në zyrat dhe shtypshkronjën e botuesit në Prishtinë. Zyrat e shtypshkronjës janë marrë me qira ndërsa redaksia e revistës numëron 20 punonjës. Dita njihet si revista e vetme e pavarur në këtë sektor. Secila shoqatë ka revistën dhe ueb faqen e saj, sidoqoftë ato njihet për politika redaktoriale të cilat kontrollohen në mënyrë strikte.

Driloni më parë ka qenë redaktor i revistës Vizoni i Ri i Institutit Kombëtar të Vlerësimeve (IKV) për 10 vite para themelimit të revistës Dita dy vite më parë. Për shkak të pavarësisë së saj, Dita mund të jetë më pak kontroverze dhe provokative se sa rivalët e saj dhe është e popullarizuar në mesin e studentëve, por edhe gëzon respektin e profesionistëve të fushës.

Sidoqoftë, pavarësisht reputacionit të tillë, revista momentalisht është joprofitabile për shkak të rritjes së shpenzimeve të shtypit, shpërndarjes dhe qirasë, por edhe për shkak të zvogëlimit të parapagimeve dhe të hyrave nga reklammat. Zvogëlimi i shprehisë së leximit tek studentët dhe të rinjtë ka ndikuar në rënie të mediave të shtypura. Situatë e vështirë financiare po karakterizon të gjitha mediat e shtypura.

Poashtu, duhet cekur që kompanitë e reklamave kanë filluar të shfaqin dyshimet e tyre për efektshmërinë e reklamave në revistat e shtypura. Revista Dita për momentin ka një ueb faqe, por roli i saj është të bind vizitorët për të blerë versionin e shtypur të revistës. Ueb faqja ofron ekstraktet e lajmeve dhe artikujve, shpesh të pasqyruar me tituj provokativ, të cilët mund të lexohen të plotë vetëm në revistën e shtypur.

Anketa e fundit

Një anketë e ditëve të fundit e njerëzve të cilët kanë vendosur të mos e përtërijnë parapagimin e tyre në revistën Dita ka nxjerrë komentet në vijim:

Studenti i SHVPK: Unë jam duke studiuar me planprogramin e SHVPK dhe për këtë arsye artikujt me tema rreth provimeve të IKV nuk janë relevante për mua. Më pëlqen pjesët e lajmeve, por jo edhe analizën e provimeve në të cilat nuk do të hyjë.

Studenti i fazës së fundit të certifikimit: Kam arritur në fazën e fundit të certifikimit në provimet e mia dhe nuk dëshiroj të lexojë artikuj lidhur me fazat që tashmë kam kaluar. Vlerësoj se vetëm 15% e artikujve të revistës Dita janë relevantë për mua.

Provimet po bëhen gjithnjë e më të vështira, ndërsa Driloni është nën presion për të rritur numrin e artikujve rreth provimeve teknik në revistë, pavarësisht faktit që kjo do ta bëjë revistën më voluminoze dhe kështu të rrisë edhe kostot e shtypit dhe shpërndarjes.

Driloni është i vetëdijshëm se teknologjia e re dhe mediat e reja ofrojnë mundësi për ndryshimin e modelit të biznesit dhe performancën financiare të revistës Dita. Sidoqoftë, ai parapëlqen versionin e vjetër të shtypur, duke menduar se kjo pëlqehet edhe nga shumica e parapaguesve. Ai poashtu nuk beson që teknologjia e re do t'i mundësojë atij të gjenerojë të ardhura, e sidomos nëse kjo teknologji ndikon në rënien e shitjeve të revistës së shtypur. Ai është gjithashtu i preokupuar lidhur me atë se si parapaguesit dhe reklamuesit do të reagojnë ndaj ndryshimeve teknologjike. Ai beson se disa parapagues nuk do të ketë qasje në teknologjinë në internet dhe se shumë reklamues do të preferonin të vazhdonin me publikimin e reklamave në revistën e shtypur.

Kërkesat e detyrës:

- (a) Analizoni shqetësimet e studentëve të anketuar dhe jepni sugjerimet tuaj për redaktorin e revistës Dita për përmirësimin e përmbajtjes së revistës.

(15 pikë)

(b) Sqaroni shqetësimet specifike që ka Driloni lidhur me ndikimin e teknologjisë potenciale ose ndryshimet mediale për parapaguesit e tij dhe për reklamuesit e tij mbi qëndrueshmërinë e kompanisë së tij.

(10 pikë)

Totali (25 pikë)

Zgjidhja e problemit 4

a) Driloni duhet të rishikojë menjëherë modelin e tij të biznesit duke futur në përdorim teknologjitë dhe mediet e reja, teknologjike. Të ardhurat po i zvogëlohen për shkak të shpenzimeve më të vogla të reklamimit. Në të njëjtën kohë po vërehet rritje e shpenzimeve të zyrës, prodhimit dhe shpërndarjes dhe natyrisht që këto probleme nuk janë vetëm për revistën e Drilonit, por për të gjitha revistat dhe publikuesit e tjerë në tërë vendin.

Driloni ka një ueb faqe të revistës por për momentin ai përdoret vetëm për të promovuar përmbajtjen bazike të revistës, ndërsa artikujt e plotë mund të lexohen vetëm në versionin e shtypur të revistës. Teknologjia e re do të duhet të shfrytëzohej nga Driloni që të mendonte për format e reja të shitjes së revistës, përfshirë edhe ofrimin e qasjes në artikujt e plotë në ueb faqe për ata të cilët parapaguhën. Teknologjia e re do të duhej të mundësonte edhe promovim më të lehtë të revistës për lexuesit e tjerë.

Meqë rezultatet e anketës sugjerojnë që një pjesë e lexuesve besojnë që artikujt nuk janë relevantë për ta, kjo do të thotë që Driloni do të duhej të përmirësonte dialogimin me lexuesit e tij për të identifikuar preferencat e tyre, ose që së paku të mendohej që artikujt t'i mbante të balancuar si për lexuesit e nivelit bazik, por edhe për ata të nivelit më të avancuar.

Teknologjia e re do të mund të ndihmonte edhe në këtë aspekt duke u ofruar lexuesve mundësi të qasjes nëpër artikujt shkollor sipas preferencës së tyre, pa pasur nevojë të lexojnë artikujt të cilët mund të mos jenë relevantë për ta. Teknologjia e re do t'i ofronte Drilonit mundësinë e mblhedjes së informatave nga lexuesit e tij, por ajo që është më e rëndësishmja, ai do të kishte mundësinë edhe të ofronte shërbimet e tij anëmbanë botës, duke mos u kufizuar kështu nga lokacioni gjeografik, si dhe duke reduktuar koston gjithnjë e në rritje të shpenzimeve të shpërndarjes.

b) Shihet qartazi që ngurrimi i Drilonit për të aplikuar teknologjinë e re është për shkak të preferencës së tij personale për publikime të shtypura. Kjo nuk do të duhej të ishte pengesë që ai të kuptonte përparësitë që ofrohen nga teknologjia e re, por edhe çfarë është më e rëndësishme, ai nuk do të duhej që preferencat e tij personale t'i vendoste para

preferencave të klientëve të tij ose në kundërshtim me trendet dhe lëvizjet globale. Përveç reduktimit të kostove të shpërndarjes së revistës, teknologjia e re do t'i ndihmonte Drilonit të promovonte revistën e tij. Teknologjia e re elektronike do t'i mundësonte Drilonit të mbledhte informata për lexuesit e tij dhe preferencat e tyre, dhe të njëjtat t'i shiste në formë të përmbledhur tek ofruesit e programeve të certifikimit.