

Lokacija i raspored objekata



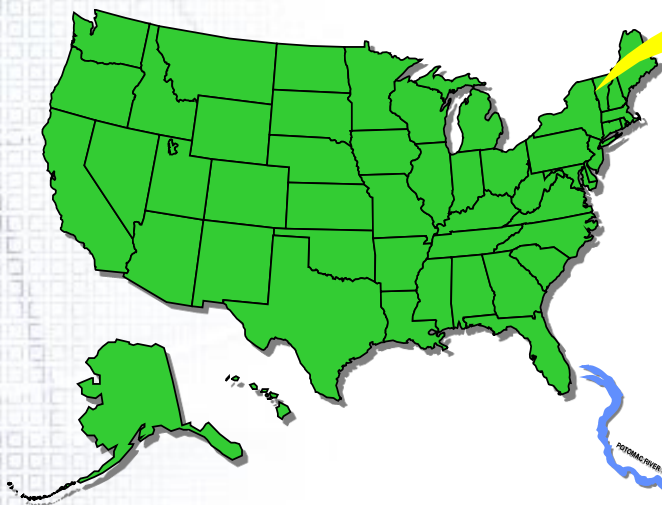
Faktori izbora lokacije

REDOSLED DONOŠENJA ODLUKA

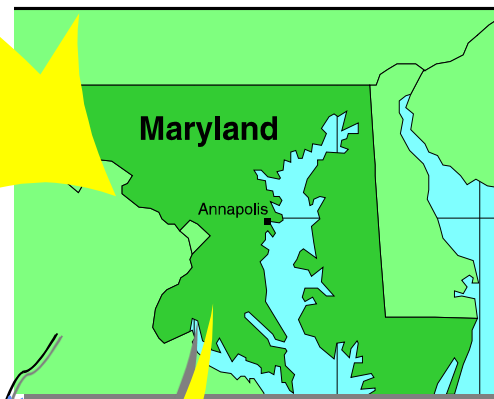
MAKROLOKACIJA



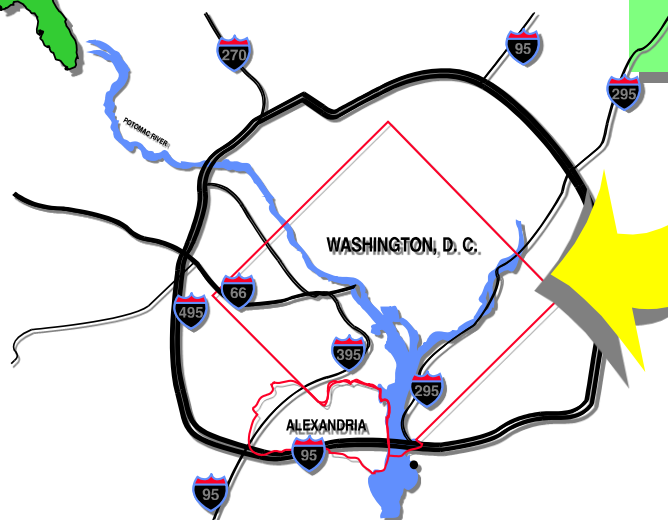
Zemlja



Region / Zajednica



Položaj





FAKTORI ZA IZBOR ZEMLJE

- Politički faktori (politički rizici, pravila vlade, olakšice,...)
- Kulturni i ekonomski faktori
- Blizina tržišta
- Raspoloživost sirovina, komunikacije, energije, saobraćajnica
- Blizina konkurencije
- Prirodni uslovi
- Dostupnost radne snage, stavovi, produktivnost, i troškovi

Troškovi RS/Produktivnost= Troškovi po komadu

Troškovi 1: 1200 din/dan

Produktivnost: 100kom/dan

Troškovi 2: 800 din/dan

Produktivnost 2: 50 kom/dan

Lokacija 1: $1200/100=12$ po kom

Lokacija 2: $800/50=16$ po kom





USLOVI POD KOJIMA JE FIAT DOŠAO U SRBIJU

- Ugovor 26. septembar 2008. godine
- Zajedničko ulaganje od 950 miliona evra (Vlada 200, Fiat 750)
- Fijat 67% , Vlada Republike Srbije 33%
- Poreske i carinske olakšice (slobodna carinska zona)
- Oslobodjenje od plaćanja komunalija narednih nekoliko godina
- Prostor (1,4 miliona m² + kasarna)
- Lokalna infrastruktura
- Srbija ima obrazovane i obučene radnike
- Jeftina radna snaga
- 4750 novih radnih mesta - u početku 2400 radnika
- Proizvodni kapacitet 200 hiljada automobila, kasnije i do 300 hiljada

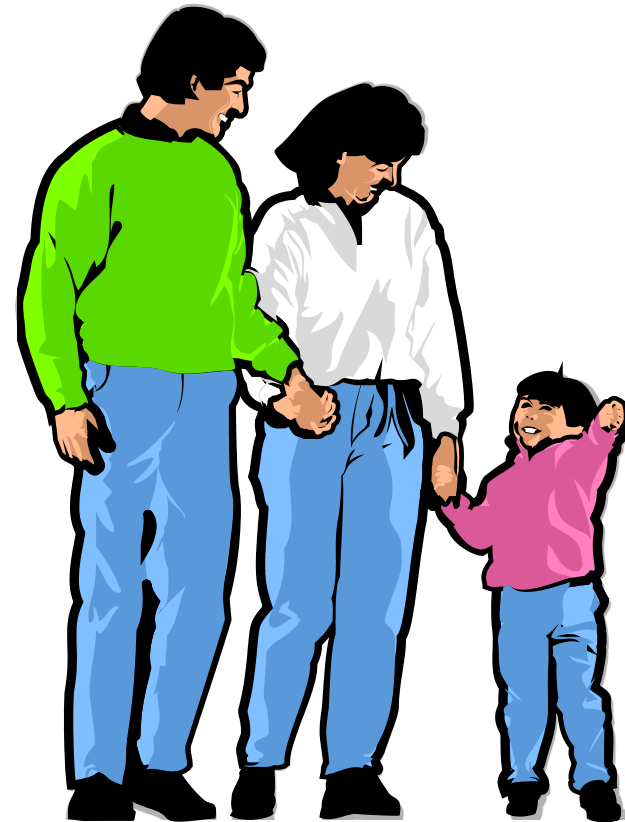


FAKTORI IZBORA REGIONA

- Atraktivnost regiona (kultura, porezi, klima, itd.)
- Stimulacije vlade
- Ekološke regulative okruženja
- Radna snaga, raspoloživost, troškovi, stavovi prema sindikatu
- Blizina tržišta sirovina i potrošača

Mi – indeks materijala

- Troškovi zemljišta/izgradnje



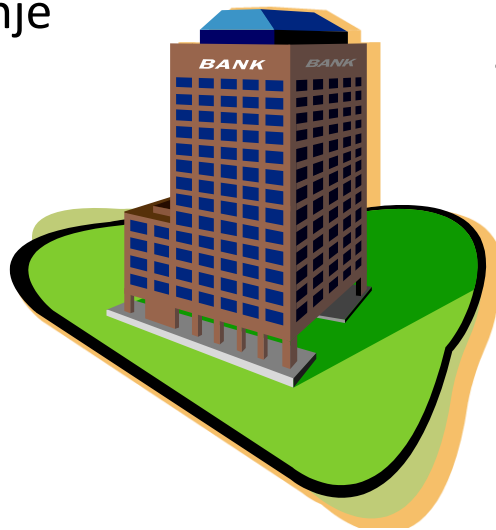


ORGANIZACIJE KOJE MORAJU BITI BLIZU TRŽIŠTA

- **Vladine agencije**
 - policija, vatrogasci
 - pošta
- **Trgovine**
 - *fast food* restorani, supermarketi, benzinske stanice
 - apoteke, tržni centri
 - pekare
- **Usluge**
 - Doktor, advokati, knjigovođe, frizeri
 - Banke, automehaničarske radnje, moteli

FAKTORI IZBORA POLOŽAJA

- Veličina položaja i troškovi lokacije
 - Potrebni kapaciteti
- Raspoloživost lokacije
 - Slobodno zemljište
 - Postoje objekti-
rekonstrukcija, rušenje
- Infrastruktura
 - Voda, struja, grejanje
 - Avio, železnica, autoput, i vodeni putevi
- Zakonske prepreke
- Geografske karakteristike položaja
 - Nagib
 - Estetski izgled
 - Isušivanje
- Uticaji okruženja
 - Javni transport
 - Stav okruženja
- Blizina potrebnih usluga i snabdevača



PRIMER IZBORA LOKACIJE

BMW je odlučio da izgradi prvu veliku fabriku van Nemačke u Spartanburgu, Južna Karolina.





FAKTORI IZBORA ZEMLJE

- Lokacija tržišta
 - U.S. je najveće svetsko tržište trgovine luksuznim automobilima
 - Rast (ogroman rast nataliteta)
- Radna snaga
 - Niži troškovi radne snage
 - \$17/h. (U.S.) nasuprot \$27 (Nemačka)
 - Veća produktivnost RS
 - 11 odmora (U.S.) nasuprot. 31 (Nemačka)
- Ostalo
 - Niži troškovi isporuke (\$2,500/po kolima manje)
 - Nova fabrika i oprema povećavaju produktivnost (niži troškovi/po kolima \$2,000-3000)



FAKTORI IZBORA ZAJEDNICE/REGIONA

- Radna snaga
 - Niže plate u Južnoj Karolini (JK)
- Olakšice Vlade
 - \$135 million u državnim & lokalnim porezima
 - Slobodna trgovinska zona od aerodroma do fabrike
 - Nema obaveza na uvoz ili izvoz automobila



KLASIFIKACIJA FAKTORA

- **Interni**
 - Odnose se na lokaciju
 - Vlasnik ima veliki uticaj
- **Eksterni**
 - Van granica lokacije
 - Vlasnik nema uticaja
- **Materijalni (opipiljivi)**
- **Nematerijalni (socijalni, politički)**



MATRICA FAKTORA IZBORA POLOŽAJA

Lokacioni faktori	Materijalni	Nematerijalni
Interni	Topografija Vlažnost zemljišta Postojeće zgrade Kanalizacija	Pejzaž Spoljašnji izgled Stil gradnje Oblik lokacije
Eksterni	Blizina puteva Blizina aerodroma Delatnost susednih firmi Vrste vetrova Blizina naseljenog dela Javni prevoz Poreske olakšice	Dozvola za gradnju Politička situacija Policijska i vatrogasna zaštita Položaj susednih firmi Radna snaga Prirodna ograničenja Pitanja vezana za očuvanje okoline Politička i ekonomska stabilnost



FAKTORI POSLOVNOG OKRUŽENJA KOJI UTIČU NA PROMENE LOKACIJE

- “Push” faktori - promena postojeće lokacije;
 - nedostatak prostora
 - neodgovarajuća zgrada
- “Pull” faktori – premeštanje na određenu lokaciju
 - višak prostora za proširenja
 - dobra strateška pozicija
 - pristupačnost lokaciji
- “Keep” faktori - zadržavanje postojeće lokacije;
 - radna snaga



KARAKTERISTIKE POSLOVANJA PREDUZEĆA KOJE UTIČU NA IZBOR LOKACIJE

- **Proizvodi/usluge**

Karakteristike
proizvoda/usluge



način i vreme
isporuke



pristupačnost

- **Radna snaga i kapital**

- stručnost zaposlenih
- velika vrednost objekta (velika ulaganja)

- **Proces proizvodnje**

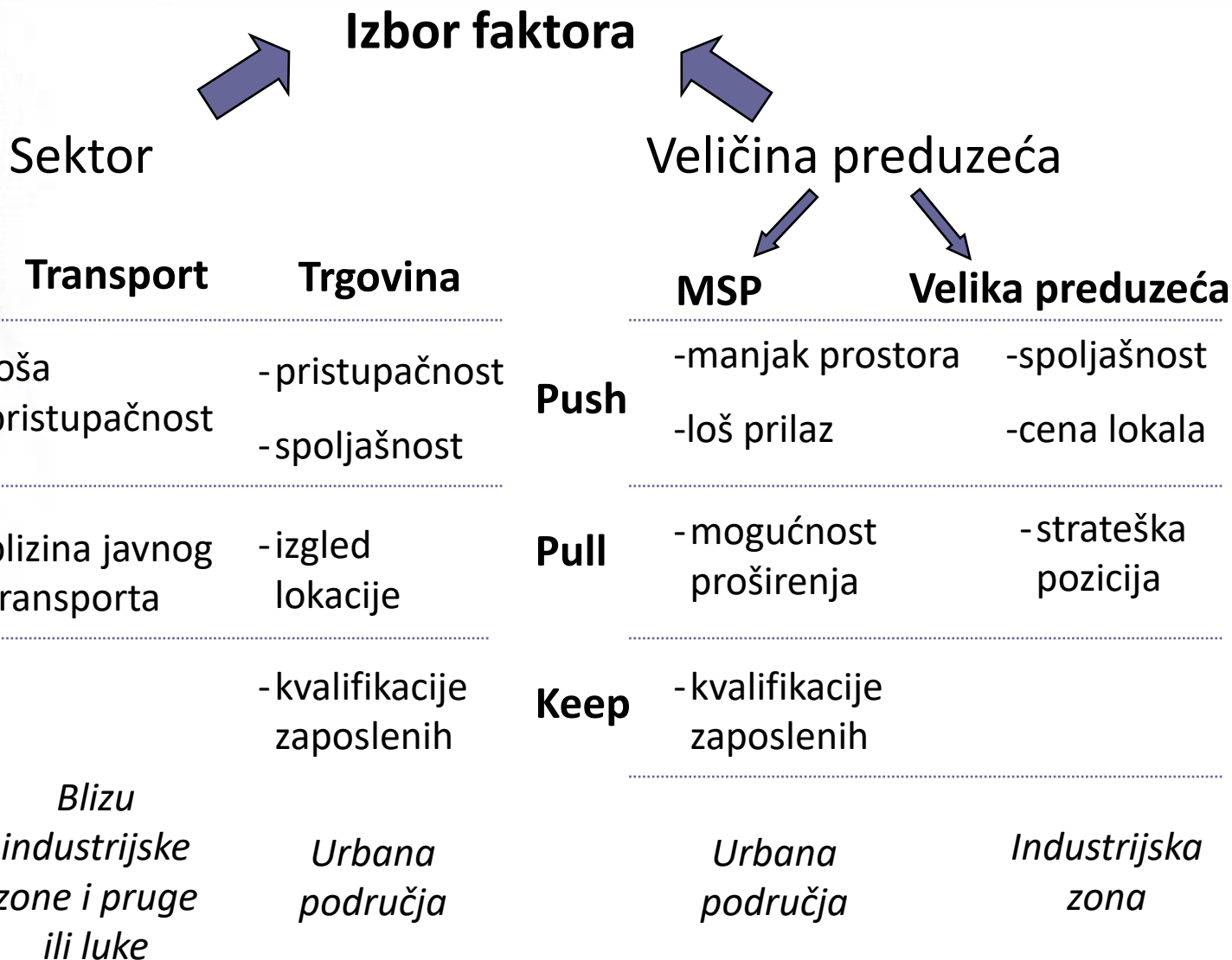
- fleksibilnost

- **Geografski okvir**

- međunarodno poslovanje
- lokalno poslovanje



IZBOR FAKTORA





LOKACIONE STRATEGIJE USLUGE VS PROIZVODNJA

Usluge/maloprodaja/

Fokus na prihod

➤ Obim/prihod

- Područje prihoda od prodaje, kupovna moć
- Konkurencija; reklamiranje/cena

➤ Fizički kvalitet

- Parking/pristup; obezbeđenje/osvetljenje; pojava/slika

➤ Determinante troškova

- Iznajmljivanje
- Operativna politika (sati, plate)

Proizvodnja

Fokus na troškove

➤ Materijalni troškovi

- Transportni troškovi sirovina
- Troškovi isporuke gotovih proizvoda
- Energija i troškovi javnih usluga; radna snaga; sirovine; porezi, itd.

➤ Nematerijalni ili budući troškovi

- Stav prema sindikatu
- Kvalitet državne i lokalne Vlade



LOKACIONE STRATEGIJE USLUGE VS PROIZVODNJA

Usluge/maloprodaja/

Tehnike

- Regresioni modeli za određivanje važnosti faktora
- Metod težinskih faktora
- Demografska analiza područja prihoda
- Analiza kupovne moći područja prihoda
- Center of gravity metod
- Geografski informacioni sistem

Proizvodnja

Tehnike

- Linearno Programiranje (Transportni metod)
- Metod težinskih faktora
- Breakeven analiza lokacije