

## “Očekivala sam prosečnu platu, postigla sam mnogo više”



Foto: Pexels

Biti preduzetnica u Srbiji nije ni malo lako, pogotovo ako vas sistem deklarise kao ranjivu kategoriju i stariju od 45. Nataša Delibašić spada baš u nju, i posle gubitka posla bila je, kako sama kaže, dosta zbunjena, izgubljena, bez znanja potrebnih za pokretanje sopstvenog posla. “Ostala **sam** bez posla u najgorim godinama za žene (45+) i nekoliko godina lutala i gubila se u planovima šta raditi. Obilazila **sam** razne habove, obuke za žene koje su ostale bez posla u udruženju ‘Žene na prekretnici’, psihološke radionice, razne preduzetničke sajmove. Kada vam kažu da je rešenje obično tu pred očima, ne verujete i ne vidite to tako lako. Ali zaista je tako i bilo”, seća se Nataša.

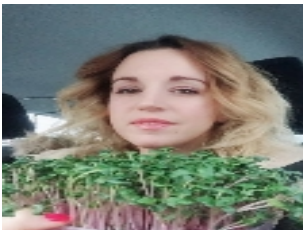


Danas ponosna vlasnica preduzetničke radnje Fruit Fusion, koja se bavi proizvodnjom voćno-energetskih barova, sastavljenih samo od sirovog voća i orašastih plodova, kaže da je ideja da se baš time bavi proizišla iz ličnog životnog stila jer je i sama aktivan rekreativac, član atletskog kluba ‘Sava’, polumaronac, i neko ko vodi računa o zdravoj ishrani. “Volim prirodnu, što manje prerađenu hranu koja me čini jačom i vitalnijom. Barovi od suvog voća i orašastih plodova su bili uobičajen deo jelovnika moje porodice. Naročito su bili korisni pre i u toku napornih treninga, kao užina deci u školi ili na putovanjima”.



Ali na početku nije bilo baš lako i da nije dobila bespovratna sredstva Regionalne razvojne agencije, ni sama ne zna kako bi njena priča dalje tekla.

“Za konkurs **sam** saznala bukvalno poslednjeg dana roka ali **sam** se prijavila. Prijavni formular je bio krajnje jednostavan i prošla **sam** prvi krug, pomogli su mi dodatni bodovi zbog toga što **sam** žena, imam **više** od 45 godina i prijavila **sam** se za pokretanje proizvodnje. Za konačnu selekciju pred komisijom imali smo radionice gde vas vode i obučavaju za komplikovaniji biznis plan. Sve **sam** to prošla, dobila bespovratno 350.000 dinara i tako je nastao Natbar”, priča Nataša.



A onda opet susret sa million nedoumica. “Ništa nisam znala, šta je potrebno od ambalaže, teško se dolazi do malih serija, onda čujete nešto od prijatelja pa tražite male proizvođače koji hoće da vam izađu u susret. Kao preduzetnik ste potpuno prepušteni sebi, vi ste i proizvođač i računovođa i direktor marketinga i dizajner i tehnolog i **PR**”.

U tom smislu joj je **mного** pomoglo učešće u **USAID-ovom Projektu za konkurentnu privredu**, gde je kao učesnica **Premium Food Design Hub-a (PFDH)** **mного** naučila.



“Tek tu su se pokazalo koje **sam** greške pravila. Radionica iz dizajna mi je jako pomogla, uvidela **sam** koje su greške na ambalaži. I znanja koja **sam** stekla o marketingu od Aleksandra Pašića su mi **mного** značajna. Njegove sugestije za male preduzetnike i kako da promovišem proizvode su sjajne, tako da takav prenos znanja **mного** znači i beskrajno **sam** zahvalna na tome jer bih to sebi teško mogla da priuštim, a sve je bilo besplatno”, kaže Nataša.

Ono što izdvaja kao jedan od najvećih problema jeste to što je cena njenih proizvoda u maloprodaji za nju nepoznanica. Iako je sve računice pravila kako bi prodajna cena po komadu bila ispod 100 dinara, nut bar se ponegde prodaje i za 150. Na pitanje zašto je to tako, odgovara da distributer uzima 23 odsto a onda prodavci dodaju marže po svom nahođenju, pa cena varira od 90 pa sve do 150 dinara.

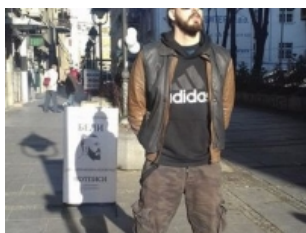


Janina priča je malo drugačija. Njoj u startu nije bilo potrebno **mного** novca jer je gajenje mikrobilja počela u svojoj trpezariji. Izdaci nisu bili veliki za saksije, police, rasvetu, seme, i nadala se, pre dve godine kada je počinjala, da će moći da zaradi jednu **prosečnu platu**. Nije, kaže, ni sanjala koliko je veliki tržišni potencijal. Uspeh je, međutim, bio vrtoglav jer sada snabdeva 100 restorana u Beogradu i Novom Sadu, ima proizvodne kapacitete na 100 kvadratnih metara.

Potvrđuje da je važna komponenta uspeha naći praznu nišu na tržištu, ali i dodaje da i tom slučaju sve zavisi od vas, uspeh nije garantovan.



“Suprug je čuo za gazdinstvo iz Zagreba koje se bavi istom delatnošću, a sa interesantnim nazvom Kliconoša. Jako nam se dopala ideja pa smo ih zamolili da nam pokažu detaljnije kako gaje mikrobilje, otišli smo u Zagreb, i nakon oduševljenja njihovog uzgoja na sedamnaestom spratu solitera, osnovali Urbane farmere i započeli sopstvenu proizvodnju u trpezariji našeg stana . U početku je to bila samo jedna polica, i prvi kupac nam je bio kulturni restoran Madera, na šta smo jako ponosni”, kaže Jana.



Ni ona ni suprug nisu agronomi niti su se ikada bavili sadnjom bilja, izuzev sobnog cveća. Sve prepreke rešavali su u hodu, informisali su se i učili uglavnom iz brojnih tutorijala na internetu, a njihov radni dan traje ceo dan. S obzirom na to da je mama troje dece, Jana ima jako malo odmora. “Preko radne nedelje, a sve češće i vikendom, sa kolegicom razvozim bilje do gotovo svih popularnijih restorana u Beogradu, a od skoro i Novom Sadu, vikendom se bavim sadnjom i održavanjem bilja (preko radne nedelje to radi još jedna kolegica), a svakodnevno sam supruga i majka tri ćerke, a to sve podrazumeva potpunu posvećenost. Uz sve to, posao ne sme da stagnira, te stalno obilazimo nove kupce i ugovaramo saradnju”.



Na pitanje šta je uopšte mikrobilje, Jana kaže da je reč o proizvodima koji su namenjeni svima – od male dece do starih, preko restorana do pojedinaca. “Svako može da pronađe biljku po svom ukusu, bilo da voli blage ili pikantne ukuse, a osim dobrog ukusa i zdravstvenih svojstava, biljke su fenomenalna dekoracija, a to jednako prepoznaju vrhunski kuvari i oni koji kuvaju amaterski, a voleli bi nečime da unaprede izgled tanjira”.

Nova etapa u njihovom razvoju je jestivo cveće, kao i rad u okviru **USAID** Projekta za **konkurentnu privredu** na inovaciji u vidu obrok salate od mikro bilja, sa dodacima (lešnik, badem, semenke, dresing), zapakovana u pet ambalažu. Sa stručnjacima u okviru **PFDH** rade na produženju roka trajanja uz pomoć adekvatne ambalaže, kao i poboljšanje postojećeg dizajna, deklaracija i logotipa.



A za dalje planove, kaže, videćemo.

Izvor: BIZLife

Foto: Pexels

Vaša email adresa neće biti objavljena. Polja označena sa \* su obavezna. Коментар Име \*  
E-пошта \*

