



Gabay sa Pananaliksik at Pagsusuri sa Pamimili

Ang matagumpay na mangangalakal ay mayroong malawak na karunungan tungkol sa kanilang suki at kanilang kalaban sa negosyo. Ang pagkuha ng **wastong-wasto** at **tiyak** na impormasyon tungkol sa iyong suki at kakumpentisya ay mahalaga. Ito ang unang hakbang sa pagisisiyasat ng palengke at pagbuo ng plano ng pamamalengke. Wastong pagsusuri at kabuuan ng mamimili ay ng isang mabisang plano at mahalagang bahagi na gawain ng kumpanya at sa huli ay patungo sa tagumpay o pagbagsak ng isang negosyo.

Sa pagbuo ng plano sa pamimili ay primaryang tungkulin na intindihin ang kailangan at nais ng iyong suki, pagpili o pagbuo ng isang kalakal o serbisyo ng tutugon sa kailangan ng suki, magbuo ng paglaganap na materyal o serbisyo upang ipaalam sa suki at tiyakin ang paghatid ng kalakal o serbisyo.

Pagsusuri ng Palengke

Sino ang iyong Suki?

Ang pagkakilala ng iyong suki ay tumutulong na matiyak ang laki ng palengke and paano sila gumagawa ng desisyon na bumili. Nagbibigay ito ng impormasyon na tutulong sa iyo sa pagpili ng lugar, malaman ang kalakal o serbisyong iniaalok, magtatag na halaga, at isang estratehiyang plano ng pagbebenta.

Masusing bagay na dapat isaalang-alang ay:

- Sino ang bibili ng iyong produkto? Una at pangalawang patatamaang grupo.
- Saan sila nakatira at ano ang kanilang pagkatao?
- Anong bagay ang nag-impluwensiya sa pasya na bumili?
- Sino ang kasangkot sa pasya na bumili?
- Saan sila bibili, kailan at gaano ang kanilang binibili?
- Tapat ba ang suki?Maaring magtayo ng matagalang ugnayan?

Ano ang kalakal o serbisyo ang iyong pinagbibili?

Ang mahalagang bahagi ng pagsusuri ng palengke ay masiguro na ang kalakal o serbisyo ay tutugon sa kailangan ng mamimili/nangangalakal (suki).

Ang mga bagay na dapat suriin ay:

- Mga detalye ng lahat ng kalakal at/o serbisyo at tanging katangian na may kaugnay sa kung anong kailangan ng inaashang bibili ng patatamaang palengke.
- Paghahambing ng ka-kumpentensiya ang kung paano tatangkilikin ng suki ang iyong kalakal kaugnay sa ibang makukuha.



- Ang kasalukuyang paglalakad, ano ang baitang ng kahustuhan ng buhay ng kalakal ngayon?
- Anong regulasyon/alituntunin ang sasakop sa iyong kalakal o serbisyo?
- Ano ang kailangan sa pagba-balot?

Sino ang iyong kakumpetensiya?

Mayroon bang kakumpetensiya ngayon at ano ang bagong kakumpetensiya na maaring pumasok sa kalakalan? Paano ihahambing ang iyong kalakal o serbisyo at ano ang kanilang magiging reaksiyon/tugon ng iyong kakumpetensiya sa oras na ikaw ay pumasok?

Paksa na dapat isaalang-alang:

- Sino ang iyong pangunahing kakumpetensiya?
- Anong bahagi ng palengke ang sa kanila?
- Ano ang kanilang kalakasan at kahinaan (halimbawa: katangian, presyo, serbisyo, termino ng pagbayad, lugar, reputasyon, atbp.)?
- Paano ang paghahambing mo sa kakumpetensiya at paano ang kanilang reaksiyon sa pagpasok mo sa palengke?
- Ano ang dahilan para dumami o mabawasan ang iyong mga kakumpetensiya?

Ano ang patatamaan mong palengke (ng mamimili)?

Wastong palatandaan at pagsusuri ng patatamaang mamimilil ay tumutulong na magbuo ng mabisang pangkalahatang estratehiya ng pamimili. Ang impormasyong ito ay tutulong na malaman ang laki/lawak ng negosyo (pagdami ng nayayari), landas ng pagpalaganap, pagpresyo, estratehiya ng promosyon, at ibang desisyon ng pamimili.

Ang paksa ng patatamaang mamimili ay kasama ang sumusunod:

- Ano ang pangkalahatang lagi ng palengke? Bilang ng inaasahang parokyano at hangganan ng lugar?
- Anong bahagi ng palengke na kaakit-akit sa pasubali ng paglago sa kinabukusan, luwag ng paglahok, pag-asa ng kikitain, at panglahat na peligro?
- Anu-ano ang mga produkto na karaniwang pumupunta sa parokyano?
- Ano ang kasalukuyang halaga ng dolyar o dami ng produkto/serbisyo pinagbibili sa bawat bahagi ng pamimilihan?
- Ano ang panlipunan, tekniko, paligiran o karunungan pangkabuhayan na pagbabagong nagaganap sa loob ng palengke at paano ma-apektuhan ang pagbebenta?

Ano ang iyong pamamaraan ng pamamahagi?



Maraming opsiyon sa pagkilos ng iyong produkto sa iyong parokyano gaya ng diretsong pagtitingi, pakyawan, patinda, (broker) atbp. Ang paraan ng paghahatid ay mayroong importanteng implikasyon na may-epekto sa pag-presyo, mensaheng anunsiyo, pag-ikot ng pera, atbp. Pumili ng paraan ng paghahatid na angkop para sa iyong kalakal at kung saan mo nais na ipwestong lugar sa palengke.

Mahalalagang paksa ay ang mga sumusunod:

- Paraan ng paghahatid na angkop para sa iyong produkto?
- Ano ang paraang ginagamit sa paghahatid ng iyong kakumpetensiya?
- Ano ang gastos kaugnay sa pagkalat sa palengke?
- Ang patag ng magagamit na kapital o produksyon at kakayahan ay sagabal ba sa iyong piniling paraan ng paghahatid?
- Mayroon bang oportunidad sa pagma-may-ari sa kadena ng pagtustos?

Pag-presyo

Ang layuning paramihin ang kita habang nananatiling kakumpetensiya sa lugar ng pamimili. Ang presyo ay batay sa alinmang halaga o presyo sa palengke (Ano ang halagang babayaran ng mamimili?). Maski na ano ang paraan ng pag-pepresyo na gagamitin, mahalaga na malaman ang gastos na kaugnay sa paghahatid ng iyong kalakal o serbisyo upang maiwasan ang mas mababa sa iba at lugi sa pagpapalakad. Kung hindi susuportahan ng mamimili ang patag na presyo sapat na takpan ang gastos, kailangan mong mag-imbetiga kung ang gastos ay maaring babaan ,kung hindi,maaring mong iwanan ang iyong planong magpatuloy.

Paksa na dapat isalang-alang:

- Ano ang iyong kontrol sa pagtatatag ng halaga ng kalakal (halimbawa: tanging produkto,walang kumpetisyon, mataas na pagnanais ng mamimili,atbp.)?
- Ano ang presyo ng iyong kakumpetensiya at paano sila magpresyo ng kanilang kalakal?
- Gaano kalaki o kaliit ang presyo sa pagbenta ang kailangan upang matamo ang layunin ng kita?
- Maari mo bang ipagbili ang iyong produkto sa ibang presyo sa ibang palengke?
- Maari mo bang panatilihin ang presyo ng iyong kalakal, ng matagalan at ano ang iyong maaasahang mangyari sa presyo ng iyong kakumpetensiya?
- Ang iyong presyo ba ay sensitibo sa pagdami ng kalakal?

Promosyon at Pagtitinda



Ang pagpapalaganap ng iyong produkto o serbisyo, at pagbuo ng iyong estratehiya ng pagpapalaganap ay bahagi ng pagsusuri ng palengke. Mahalaga ang pagsusuri kung ano ang mahusay na paraan upang malaman ng iyong parokyano at ang mensahe na akitin silang bumili. Ang badyet sa pag-aanunsiyo at plano ng pang-kalahatang pagbebenta ay bumubuo ng estratehiya ng pagpapalaganap.

Bagay-bagay na dapat isalang-alang:

- Ano ang (media) na ginagamit sa pag-aanunsiyo at pagbebenta ng kakumpensiya?
- Ano ang media ng pang-aanunsiyo ang angkop upang marating ang iyong parokyano? Primarya at sekondarya, halimbawa: Primarya- pahayagan at radyo; Sekondarya (-flyers at trade shows).
- Ano ang kasangkapan sa pagsasanay ng pagbebenta, ang kailangan ng iyong mga tauhan?
- Ano ang larawan na nais mong itayo para sa promosyon?
- Pagbabalot ng kalakal?

Paunawa: Habang ang serbisyo sa parokyano, pagtatanghal sa loob ng tindahan at promosyon ay hindi bahagi ng pagsusuri ng palengkehan; ito ang mahahalagang parte ng larawan ng negosyo at pakete ng promosyon. Palagiang pansin ang dapat ibigay sa mga lugar na ito para sa malaking tulong at ang hinahangad na larawan ay makita.

Primarya/Sekondarya Pinagkunan ng Datos

Ang primaryang detalye ng impormasyon na kinukuha mo sa paggamit ng iyong sariling pagsisikap o mag-arkila ng iba at kasama ang pagmamatyag, magmamamid at pagsusubok.

Ang sekondaryang detalye ay mga impormasyong inipon ng ibang tao at may kaugnay sa pagbabakasali sa iyong nais itatag. Halimbawa ng bagay na pinagmulan at uri ay kasama ang:

- Canada Business service centre sa iyong region
- Statistic Canada 1-800-263-1136
- Canada Post – 1-800-267-1177
- Departamento ng Lokal, Munisipio, Probinsyal at Gobyerno Federal at ahensiya
- Business and Industry Associations/Trade Publications/Periodicals
- Business at Popular Press
- Business Professional Services, halimbawa: Accountants, Lawyers, Consultants, Insurance Brokers, Financial Institution
- Ibang negosyante/Kakilala/kakumpitensya/Internet

Sa pagsasaliksik ng iyong negosyo, mahalaga ang masusing paghahanap ng impormasyon. Pinapayo na gumawa ng sariling pagsisikap. Ito ay makakatulong na



malaman ang pamamalengke na mas mabuti at makakatulong na bawasan ang gastos sa pagsisimula. Pagkatapos, kailangan mong kumuha ng serbisyo ng dalubhasa upang kumuha ng dagdag na impormasyon para sa iyo o suriin ang impormasyon na iyong nakuha. Ito ay magiging pundasyon ng impormasyon na pagkukunan ng konsultant, at ituro sa iyo na kilalanin ang partikular na dapat gawin para sa iyo, lalo na kung mayroong gastos na kaugnay ng serbisyong ibibigay sa iyo.

Ang Canada-Ontario Business Service Centre (COBSC/CSECO) ay nagbibigay ng impormasyon ukol sa pagnenegosyo sa Ingles at Pranses, ang mga opisyal na wika sa Canada. Ang mga kopya ng ilan sa aming mga pinaka-makakatulong na dokumento ay isinalin sa ibang mga wika. Kung gusto mo ng karagdagang impormasyon sa pagnenegosyo, mangyaring tumawag sa 1-888-576-4444 upang makausap ang isang COBSC/CSECO Information Officer.