

Josipa Maslač Petričević s kćeri Mateom, zaduženom za marketing



foto: Željko Jelenski

NAFTALINA

U tekstilnoj industriji uspjeva se osvajanjem niša

Vlasnica tvrtke Josipa Maslač Petričević u tom je poslu već 30 godina. Na početku tvrtka je poslovala kao lanac maloprodajnih trgovina tekstilnom robom, a danas se u njezinim pogonima proizvode sve vrste odjevnih predmeta za potrebe hotelijerstva i ugostiteljstva, radna odijela za zaštitare, trgovačko i medicinsko osoblje, hostese te odjeća za sportaše

piše **ZLATKO SALAHOVIĆ**

zlatko.salahovic@liderpress.hr

U suradnji sa Studio Interijerom tekstilna tvrtka Naftalina otvara dućan u novom centru Plaza na Kvaternikovu trgu kako bi li bila bliže kupcima. Iako vremena ne idu na ruku poduzetnicima, pogotovo onima u tekstilnom sektoru, vlasnica Naftaline Josipa Maslač Petričević pronašla je način kako uspješno poslovati u toj industriji već trideset godina.

Jastuci za terase Tvrtka je počela radom 1982. kao lanac maloprodajnih dućana s tekstilnom robom. Kad su se početkom rata butici počeli zatvarati kompanija se okrenula proizvodnji odjeće za zaštitarske kompanije, a nakon toga i ostale radne odjeće te jastuka za terase u HoReCa programu. Josipa Maslač Petričević

kaže da je način poslovanja Naftaline specifičan, a zasniva se na zadovoljavanju potreba tržišta i kupaca te diverzifikaciji proizvoda, što ju razlikuje od konkurenata koji se bave serijskom proizvodnjom i uzdaju se u ekonomiju razmjera. Naftalina je tako počela proizvoditi široki asortiman proizvoda što joj je omogućilo da osvoji pojedinačna tržišta te postane liderom na njima.

– Različitost i originalne ideje naša su posebnost i čine nas drugačijima od ostalih, zbog čega smo već dugi niz godina konkurentni na tržištu. Na početku smo prihvaćali svaki posao blizak našoj struci pa se u tvrtki razvilo mnogo malih ekipa koje rade na specijaliziranim programima. Stalno istražujemo što tržište traži a čega nema i sukladno tim zahtjevima proširujemo ponudu proizvoda - kaže Petričević.

Danas je na tržištu tvrtka jedan od vodećih proizvođača tekstilnog asortimana u Hrvatskoj, a u 2009. je ostvarila prihode od 12 milijuna kuna.

U pogonu Naftaline proizvodi se gotovo sve što se može izraditi od tekstila; muška i ženska radna odjeća, sve vrste odjevnih predmeta za potrebe hotelijerstva i ugostiteljstva, radna odijela za zaštitare, trgovačko osoblje, medicinsko osoblje, hostese te sportska odjeća za sportaše. Tako odijevamo Mirka Filipovića, Stjepana Božića, hokejaše Medveščaka i druge.

Besplatan dizajn Tvrtka je osigurala stalnu suradnju s Coca-Colom, Zvonimir Securityjem, Zagrebačkom pivovarom, Franckom, Medikom, Jamnicom, Karlovačkom pivovarom i mnogim drugima koji se koriste njezinim rješenjima i proizvodima. Uz to bavi se i kompletnim opremanjem restorana i kafića stolcima, jastucima, zavjesama i stolnjacima. Mnogi ugostiteljski objekti koriste njene usluge kao što su, Bulldog, Okrugljak, Mex Cantina, koktel-bar Hemingway, Hotel Dubrovnik. Naftalina je lider na hrvatskom tržištu u izradi jastuka za ugosti-

SWOT ANALIZA

SNAGA

- širok asortiman tekstilnih proizvoda
- individualan pristup kupcima
- kompletna usluga instalacije i održavanja proizvoda

PRILIKE

- jačanje marketinške strategije
- daljnja diferencijacija proizvoda i usluga
- ulazak u nove tržišne segmente ponude za ciljane kupce

SLABOSTI

- potreba za nadogradnjom softverskih programa u dizajniranju i krojenju
- dugi rok vezivanja obrtnih sredstava u poslovnom procesu
- ovisnost o strateškim kupcima

OPASNOSTI

- povećanje cijene obrtnog kapitala
- jeftin uvoz gotovo svih artikala
- povećanje troškova repromaterijala i energije kao i svih obveza plaćanja državi i radnicima
- nelojalna konkurencija u javnom nadmetanju

teljske objekte, a prodaja ih približno 50 tisuća na godinu. Također oprema i dvorane za vjenčanje u mnogim zagrebačkim hotelima, kao što su Sheraton, Westin i Esplanada.

U Naftalini su prepoznali potrebu proširenja ponude kupcu, što znači i pružanje potpunije usluge kao jedan od načina da izađu iz gospodarske krize. Stoga im nude besplatni dizajn, šivanje po mjeri radne odjeće, prezentaciju u prostorijama kupca, tapeciranje namještaja, mogućnost njihova pranja i popravka, odnosno kompletnu uslugu. Programi se zasnivaju na individualnom pristupu svakom kupcu što iziskuje veliki angažman u vremenu i ljudstvu, no takav se pristup pokazao učinkovitim.

Josipina kćerka Matea nedavno se pridružila Naftalini kao marketing-menadžerica i nova je snaga kompanije. Osmislila je marketinšku strategiju koja bi Naftalini trebala učiniti prepoznatljivim brendom i osigurati joj nove klijente. Prvi je Matein potez bio izdavanje kataloga kako bi se klijenti upoznali s proizvodima i uslugama koje nude, a uz to osmislila je web-stranicu s online prodajom koja uskoro kreće.

– Novitetima želimo približiti proizvode potencijalnim klijentima i potvrditi Naftalini kao brend. Želimo da brend asocira na kvalitetu izrade i usmjerenost kupcu i da kao takav bude široko prepoznat - pojasnila je Matea Petričević. Kriza koja je znatno pogodila tekstilno tržište u Naftalini se očitovala smanjenjem narudžbi i odustajanjem od planiranih projekata što je dovelo do pada prihoda. No, vrlo su brzo troškove prilagodili planiranim prihodima te nastavili ostvarivati dobit. Rezali su troškove na svemu što se moglo, od smanjenja uredskog materijala do plaća, ali ne i otpuštanjem radnika.

– Shvatili smo krizu kao priliku, počeli investirati u strojni park i izradili nove strategije te se usredotočili na pružanje maksimalnog zadovoljstva partnerima i klijentima. Na taj smo način osigurali da kraj krize dočekamo snažniji uza stvaranje preduvjeta za planirano širenje poslo-

vanja u regiji - kaže Josipa. Velik je problem što uslijed manjeg obujma poslovanja konkurentne tvrtke putem natječaja uvoze jeftinu robu iz Kine i drugih zemalja gdje je radna snaga mnogo jeftinija, a država nimalo ne štiti domaće proizvođače. Nabavljači pritom gledaju isključivo na cijenu, a ne na kvalitetu.

– Moramo promijeniti svijest o takvu načinu poslovanja. Sve države na svijetu štite domaće proizvođače, osobito na neprofitabilnu tekstilnom tržištu, dok je kod nas takva zaštita izostala – kaže Petričević.

Nova mehanizacija Naftalina je dobila poticaje od Ministarstva gospodarstva za žensko poduzetništvo, kao i za povećanje konkurentnosti, od 269 tisuća kuna koji su upotrijebljeni za modernizaciju proizvodnje nabavom strojeva specijaliziranih za proizvodnju jastuka, stroja za lasersko printanje krojeva, stroja za strojni vez, a uveli su i softverski program OPTITEX za kompjutorsko krojenje i dizajniranje.

Nova mehanizacija trebala bi unaprijediti proizvodnju u smislu efikasnosti i troškova, ali i omogućiti da se proizvodu veće količine robe. Naftalina također uvodi sustav kvalitete prema hrvatskoj normi ISO 9001. Vlasnica je prepoznala mogućnosti, prilike i potencijal izlaska na regionalno tržište, ali dok ne prođe kriza na tom se području napreduje malim koracima. Traženjem partnera u regiji s kojima razvija suradnju Naftalina stvara bazu za buduće aktivnosti. Nedavno je počela suradnja sa slovenskom kompanijom Storks, koja ima izložbene salone u Ljubljani i Kranju, a razmatraju se i neke partnerske kuće u Crnoj Gori i Srbiji.

– Budućnost je Naftaline bez svake sumnje širenje poslovanja na regiju. Kada kriza prođe nastojat ćemo osnažiti suradnju s regionalnim partnerima te pokušati ostvariti veći iskorak. Nadamo se da će regionalni kupci pozitivno odgovoriti na brend koji stvaramo te nam pružiti povjerenje - zaključila je Petričević. ■

Besplatno koristite ured s pogledom...

*termin korištenja ureda dogovara se prilikom rezervacije



...ukoliko ste tijekom boravka u Splitu, smješteni u hotelu...

Radisson BLU
RESORT, SPLIT

Put Trstenika 19, 21000 Split
+385 21 303 030
info.split@radissonblu.com
radissonblu.com/resort-split