

MSc Biljana Viduka¹⁴⁵

Visoka tehnička škola strukovnih studija, Zrenjanin

Dejan Viduka¹⁴⁶

Spescom Consulting doo, Novi Sad

Upotreba elektronskog marketinga u poslovanju

The use of electronic marketing in business

Rezime:

Napredak tehnologije i razvoj Interneta je stvorio nove uslove za poslovanje privrednih subjekata. Zahvaljujući globalnoj mreži, daleka tržišta postaju dostupna i malim preduzećima uz vrlo skromna ulaganja. Elektronska trgovina zauzima sve značajnije mesto u globalnim ekonomskim kretanjima, dovodeći pri tome do promene postojećih tržišta i stvaranja novih, kao što su e-tržište, e-marketing, e-novac, krčeci put ka novom obliku elektronske ekonomije. Primenom novih tehnologija ne predstavlja samo potencijal za ostvarivanje konkurentske prednosti, već uslov opstanka za one kompanije koje žele da prošire svoje tržište. U ovom radu ćemo prikazati kako se mala i srednja preduzeća u Srbiji snalaze u korišćenju mogućnosti elektronskog marketinga pri promociji svojih proizvoda i usluga, koje su mogućnosti, prednosti i barijere pri upotrebi elektronskog marketinga.

Ključne reči: Tehnologije, elektronska trgovina, marketing, ekonomija, Internet.

Abstract:

Technology advancement and development of the Internet has created new conditions for business. Thanks to the global network, distant markets become available to the small businesses with a very small investments. Electronic commerce plays a more prominent place in the global economic developments, thereby leading to changes in existing markets and creating new ones, such as e-commerce, e-marketing, e-cash, paving the way towards a new form of electronic economy. The use of new technologies are not the only potentials for competitive advantages, but a provision of survival for those companies that want to expand their market. In this paper, we show how small and medium enterprises in Serbia able to cope in the use of electronic marketing when promoting their products and services, which are the features, benefits and barriers to the use of electronic marketing.

Keywords: technology, electronic commerce, marketing, economics, Internet.

Uvod

Marketing je nastao od reči „market“ što znači tržište. Neposredni prevod na srpski bi mogao biti: "stavljanje na tržište" ili "stvaranje tržišta". Po definiciji marketing je proces upravljanja koji identifikuje, predviđa i zadovoljava zahteve potrošača stvarajući pri tome profit. Po F. Kotleru "Marketing je poslovna funkcija koja prepoznaje neispunjene potrebe i želje, definiše i meri njihovu

¹⁴⁵ biljaviduka@yahoo.com

¹⁴⁶ dejan@viduka.info

jačinu i potencijalnu isplativost, određuje koja to ciljna tržišta organizacija može na najbolji način da usluži, odlučuje o tome koji proizvodi, usluge i programi odgovaraju izabranim tržištima i apeluje na sve u organizaciji da misle o kupcima.“

Suština nastupa na tržištu jeste zadovoljenje potreba kupaca, odnosno potrošača. Kako bi preduzeće bilo u mogućnosti da ostvari svoju misiju potrebno je da:

- prati promene u okruženju,
- osluškuje, prati i analizira tržište,
- fokusira se na kupca.

Upravo napretkom tehnologije i sve većom upotrebom Interneta u svakodnevnom životu, pa tako i u poslovanju, i zahvaljujući tome globalizacijom poslovanja preduzeća su prinuđena da se prilagođavaju novim načinima komunikacije sa potrošačima. Upotreba Interneta je svakako omogućila bržu komunikaciju sa potrošačima, lakši i jeftiniji nastup na udaljenim tržištima, no pomenute mogućnosti su dostupne svim privrednim subjektima te je samim time prisutna i veća konkurencija. Da li preduzeća u Srbiji prepoznaju mogućnosti upotrebe Internet marketinga kao načina unapređenja poslovanja, da li je Internet postao svakodnevnica poslovnog čoveka u Srbiji, ima li prostora za napredak?

2. Internet marketing

Elektronski marketing (e-marketing) predstavlja sve online ili elektronski bazirane aktivnosti koje omogućavaju proizvođačima roba i usluga da zadovolje potrebe i želje svojih kupaca na brz i efikasan način. Ova vrsta marketinga obuhvata, kako kreativni, tako i tehnički aspekt Interneta, uključujući dizajn, razvoj, reklame i marketing u konvencijalnom smislu reči.

Neke od metode Internet Marketinga su:

1. Search engine optimization
2. Pay per click advertising
3. Banner advertising
4. Affiliate marketing
5. Interactive advertising
6. Email advertising

3. Upotreba Interneta u Srbiji

Prema rezultatima istraživanja objavljenim u publikaciji “Upotreba IKT u Republici Srbiji, 2012” Republičkog zavoda za statistiku Srbije (RZS), koja je prezentovana u Privrednoj komori Srbije (PKS), u našoj zemlji 47,5 % domaćinstava poseduje Internet priključak, što predstavlja značajno povećanje od 6,3 % u odnosu na prošlu godinu.

Zastupljenost Internet priključka najveća je u Beogradu i iznosi 60,5 %, u Vojvodini je 49,3 %, a u centralnoj Srbiji 40,6 %. Internet priključak većinom poseduju domaćinstva koja imaju mesečni prihod koji premašuje 600 evra (86,3 %), dok učešće domaćinstava sa prihodom do 300 evra iznosi svega 29,8 %. Kao uređaj pomoću kojeg se u domaćinstvima pristupa Internetu čak 84,8 % domaćinstava koristi personalni računar, 35,4 % laptop, a 37,2 % koristi mobilni telefon. Ovi podaci ukazuju na znatnije povećanje upotrebe laptopa i mobilnih telefona u odnosu na prošlu godinu. Republički zavod za statistiku sproveo je po sedmi put istraživanje o upotrebi informaciono-komunikacionih tehnologija u domaćinstvima, kod pojedinaca i privrednih subjekata u Republici Srbiji. Prema rezultatima istraživanja sprovedenog telefonskim putem na uzorku od 1.200 preduzeća, 98,7 % privrednih subjekata u Srbiji koristi računar u svom poslovanju, a 97,7 % ima Internet priključak, što je za 0,5 % više u odnosu na 2011. godinu. Od ukupnog broja privrednih subjekata koja poseduju Internet priključak, DSL ima 77,2 %, kablovski internet 33 %, a modemska konekciju 4,8 %. Oko 87 % preduzeća koja imaju Internet priključak koristi elektronske servise javne uprave. Web sajt poseduje 73,8 % preduzeća koja imaju Internet priključak. U Beogradu, web sajt poseduje 85,9 % privrednih subjekata, u Vojvodini 75,4 %, a u centralnoj Srbiji 59 %.

Prema navedenim podacima evidentan je porast upotrebe savremenih tehnologija iz godine u godinu. Očekuje se nastavak ovog trenda u godinama koje dolaze, a samim tim će se poslovanje preko Interneta sve brže razvijati. Masovna primena Interneta neminovno će dovesti i do porasta novih poslovnih aktivnosti, a tim i do osnivanja novih preduzeća i proširivanja delatnosti u postojećim.

Preduzeće SPESCOM CONSULTING D.O.O. iz Novog Sada sproveo je istraživanje u okviru projekta "Jačanje kapaciteta malih i srednjih preduzeća i preduzetnika korišćenjem Interneta u cilju promocije i plasmana proizvoda i/ili usluga" finansiranog od strane Pokrajinskog sekretarijata za privredu u Vladi Vojvodine.

Opšti cilj projekta bio je podizanje nivoa znanja predstavnika malih i srednjih preduzeća i preduzetnika o prednostima e-Marketinga kroz: povećanje vidljivosti preduzeća, povećanje posećenosti web sajta, povećanje svesnosti o brendu, niski troškovi ulaska na tržište, jeftinije i fleksibilnije reklamiranje od tradicionalnog, stalno prisustvo, globalni obuhvat tržišta, ponuda posebnih pogodnosti za kupca, dodavanje vrednosti i povećanje zadovoljstva kupca, izgradnja kredibiliteta, promocija offline prisustva, unapređenje dvosmerne komunikacije sa kupcima, prikupljanje informacija, snižavanje troškova, mogućnost rasta, direktna isporuka, dinamičnost, neprekidan marketing.

Specifičan cilj projekta bio je: Obučavanje predstavnika malih i srednjih preduzeća putem održavanja treninga iz e-Marketinga u 10 gradova Vojvodine.

Projekat i istraživanje u okviru njega sprovedeno je u gradovima: Novi Sad, Subotica, Zrenjanin, Bečej, Sombor, Kikinda, Pančevo, Vršac, Indija i Sremska Mitrovica.

Ispitivanje je izvršeno u periodu jun - novembar 2012. godine. U ispitivanju je učestvovalo 100 predstavnika preduzeća iz gore pomenutih gradova.

Uzorak je činilo 43% posto žena i 57% muškaraca.

Struktura uzorka prema uzrastu ispitanika:

18-25 godina.....12%
26-30 godina.....28%
31-40 godina.....26%
41-50 godina.....2%
50- godina.....14%

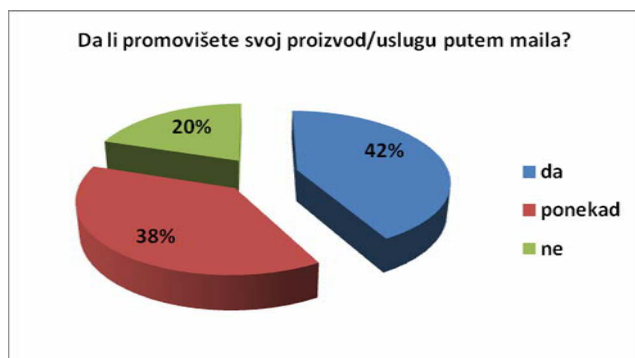
Na pitanje Da li je korišćenje Internet marketinga neophodno u svakodnevnom poslovanju najveći broj ispitanika, njih 96% je odgovorilo potvrdno, samo 3% je izjavilo da ne zna i 1% da nije neophodno.



Kada je u pitanju korišćenje osnovnog alata Internet marketinga ispitanici predstavnici preduzeća su povrdili da u skladu sa svesnošću neophodnosti korištenja Interneta u poslovanju i komunikaciji te je 91% odgovorilo da stalno koriste mail u poslovanju.



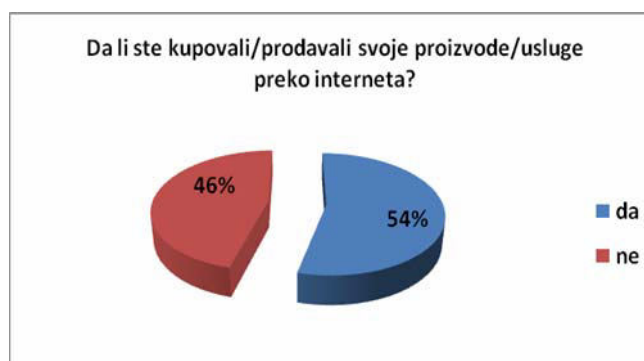
U skladu sa prethodnim pitanjem interesovalo nas je koliko njih e-mail koristi za promociju sopstevih proizvoda i usluga. Podatak da 42% preduzeća koristi mail za promociju proizvoda i usluga, 38% ponekad, a 20% nikad pokazuje nam da postoji veliki prostor za unapređenje.



Na pitanje Da li koriste Internet za promovisanje svog biznisa 76% ispitanika je odgovorilo potvrdno.



Upitani Da li ste kupovali/prodavali svoje proizvode/usluge preko interneta 54% ispitanika je odgovorilo da jeste. Dobijen nalaz je sličan onome koje je dobio Republičkog zavoda za statistiku Srbije 59,2%.



4. Zaključak

Susrećući se sa predstavnicima MSPP kroz treninge, savetovanja i izrade biznis planova za proširenje i/ili počinjanje poslovanja uvideli smo mogućnost za unapređenje poslovanja korišćenjem mogućnosti na Internetu te želju privrednika/preduzetnika da unaprede taj sektor poslovanja. Najčešće se Internet na poslu koristi u domenu razmene pošte. Nažalost još uvek posedovanje sopstvene Internet prezentacije nije uobičajena stvar, ali primetno je da sve veći broj preduzeća je svestan potrebe za tim, bez obzira na kvalitet istih. Ipak, mogućnost korišćenja Interneta je daleko veća, navešćemo neke od njih koje mogu dovesti do povećanja obima poslovanja pa samim tim i do povećanja zarade:

- Prodaja određenih proizvoda i usluga
- Internet oglašavanje (najjeftiniji način oglašavanja)
- Podrška klijentima koja dovodi do ponovnih kupovina.
- Edukacija klijenata koja vodi u prodaju skupljih proizvoda i usluga.
- Pronalaženje novih partnera koji rade jeftinije sa boljim kvalitetom, ili jednostavnije, da firma pronade povoljnije dobavljače.

Na osnovu objavljenih podataka Republičkog zavoda za statistiku Srbije i obavljenog istraživanja u okviru projekta "Jačanje kapaciteta malih i srednjih preduzeća i preduzetnika korišćenjem Interneta u cilju promocije i plasmana proizvoda i/ili usluga" finansiranog od strane Pokrajinskog sekretarijata za privredu u Vladi Vojvodine možemo zaključiti sledeće:

- o upotreba interneta u svakodnevnom životu pa tako i u poslovanju pokazuje trend konstantnog uspona.
- o preduzeća u Srbiji/Vojvodini pokazuju da su svesna važnosti korišćenja Interneta u svremenom poslovanju.
- o pokazuje se da preduzeća još uvek ne koriste u potpunosti mogućnosti koje Internet pruža.

Kako bi se unapredilo Internet poslovanje potrebna je edukacija vlasnika i zaposlenih u preduzeću na način kako je to rađeno u projektu "Jačanje

kapaciteta malih i srednjih preduzeća i preduzetnika korišćenjem Interneta u cilju promocije i plasmana proizvoda i/ili usluga” i sličnim projektima.

Takođe je bitno da preduzeća prepoznaju potrebu za edukovanje svojih kadrova u tom pravcu te izdvoje određena sredstva koja bi nakon edukacije bila višestruko vraćena zahvaljujući upotrebi stečenog znanja u samom poslovanju.

LITERATURA

- [1] Kalakota, R. I Robinson, M. (2000). E - poslovanje, University of Maryland, Maryland, USA
- [2] Varagić, D. (2002). Vodič kroz raj i pakao Internet marketinga, Novi Sad, IP
- [3] Paunoševac, M. (2011). Master rad: Elektronska trgovina, Beograd, Univezitet
- [4] Stojanović, I. (2011). Master rad: Elektronska trgovina I kupovina putem Interneta u Srbiji, Beograd, Univerzitet Singidunum
- [5] Republički zavod za statistiku, www.stat.gov.rs, Podaci o upotrebi informacionih I komunikacionih tehnologija 2012.