



## KLJUČNI FAKTORI ZA KUPOVINU PUTEAM AMAZON PLATFORME ZA ELEKTRONSKU TRGOVINU

### KEY FACTORS FOR PURCHASING THROUGH THE AMAZON E-COMMERCE PLATFORM

Miona Višekruna, Uglješa Marjanović, *Fakultet tehničkih nauka, Novi Sad*

#### Oblast – INDUSTRIJSKO INŽENJERSTVO I MENADŽMENT

**Kratak sadržaj** – *Elektronska trgovina postaje sve zastupljenija širom sveta, zato što pruža korisnicima pregršt pogodnosti. Prikazaćemo zašto je kompanija Amazon lider u ovoj oblasti i koji su to najbitniji faktori koji utiču na elektronsku trgovinu. Ovaj rad ima za cilj da kroz prikaz sprovedenog istraživanja istakne potrebe i nedostatke kada je u pitanju kupovina putem Amazon.com platforme na teritoriji Republike Srbije.*

**Ključne reči:** *elektronska trgovina, korisnici, pogodnosti, platforma*

**Abstract** – *E-commerce is becoming more prevalent all over the world, precisely because it provides users with a host of benefits. We will show why Amazon is the leader in this field and what are the most important factors that affect e-commerce. The purpose of this paper is to highlight the needs and shortcomings when it comes to shopping through the Amazon.com platform in the territory of the Republic of Serbia through the presentation of the conducted research.*

**Keywords:** *e-commerce, users, benefits, platform*

#### 1. UVOD

Kako onlajn kupovina nudi sve više prednosti i pogodnosti, sve veći broj ljudi polako počinje više da prihvata onlajn kupovinu u odnosu na konvencionalnu kupovinu.

Proces donošenja odluka kupca se dramatično promenio poslednjih godina. Kupci sprovode detaljnija istraživanja na mreži pre nego što razgovaraju sa prodavcem.

Kupci takođe vrše direktnije kupovine na mreži i preko svog pametnog telefona, nikada ne kročeći na tradicionalne lokacije. Internet čini poslovanje mnogo lakšim i bržim. Samim tim to je dovelo do velikih promena u načinu na koji ljudi posluju uz brzo rastući svetski trend ka onlajn kupovini ili e-trgovini.

Pri donošenju odluke da se obradi tema iz naslova jer je pre svega odličan primer koji kompanija Amazon daje.

#### NAPOMENA:

**Ovaj rad je proistekao iz master rada, čiji mentor je bio prof. dr Uglješa Marjanović.**

Kompanija koja uspešno posluje i održava vodeću poziciju na tržištu među svojim konkurentima. Koja već godinama uspeva da bude broj jedan na tržištu, koja nudi svojim korisnicima pregršt mogućnosti i koristi.

#### 2. ELEKTRONSKO POSLOVANJE

Elektronsko poslovanje je vođenje onlajn poslovnih procesa na vebu, internetu, ektranetu ili njihovoj kombinaciji. Ovi poslovni procesi su fokusirani na kupce, interno i menadžment uključuju u kupovinu i prodaju robe i usluga, servisiranje kupaca, obradu plaćanja, upravljanje proizvodnjom i lancima snabdevanja, saradnju sa poslovnim partnerima, deljenje informacija, vođenje automatizovanih usluga zaposlenih i regrutovanje zaposlenih. E-poslovanje je slično e-trgovini, ali obuhvata mnogo više od transakcija kupovine na mreži.

Neke od glavnih prednosti e-poslovanja su sledeće: Lako za podešavanje, jeftinije od tradicionalnog poslovanja, nema geografskih granica, državne subvencije, ubrzava korisničku uslugu i olakšava direktan odnos sa korisnicima, fleksibilno radno vreme, dostupnost 24/7.

E-poslovanje ima određene nedostatke u poređenju sa tradicionalnim načinom poslovanja: nedostatak ličnog dodira, vreme isporuke, bezbednosni problem.

#### 3. ELEKTRONSKA TRGOVINA

Elektronska trgovina se može smatrati digitalnom verzijom kupovine kataloga putem pošte. Takođe se naziva i onlajn trgovina. E-trgovina je transakcija između kupca i prodavca uz pomoć tehnologije.

Izlog za e-trgovinu je onlajn rešenje za vlasnike preduzeća da oglašavaju i prodaju proizvode i usluge preko interneta. E-trgovina (ili elektronska trgovina) čini razmenu dobara i usluga pojednostavljenim procesom omogućavajući kupcima da lako pregledaju proizvode, daju porudžbine i iniciraju isporuke sve preko elektronskog uređaja. E-trgovina je jedan od mnogih načina na koji ljudi kupuju i prodaju stvari u maloprodaji.

#### 3.1 KLJUČNE STAVKE U E-TRGOVINI:

E-trgovina je kupovina i prodaja robe i usluga preko Interneta.

Sprovodi se preko računara, tableta, pametnih telefona i drugih pametnih uređaja.

Skoro sve se danas može kupiti putem e-trgovine; iz tog razloga, e-trgovina je često veoma konkurentna.

Može biti zamena za obične prodavnice, mada neka preduzeća odlučuju da održavaju i jedno i drugo [1].

### 3.2 RAST E-TRGOVINE TOKOM COVID-19

Zbog epidemije COVID-19 širom sveta, potrošači su mogli da koriste samo onlajn "pijace", koje su se razvile da postanu nova normala.

Do maja 2020. transakcije e-trgovine dostigle su 82,5 milijardi dolara. Bilo bi potrebno mnogo vremena od četiri do šest godina da se taj broj dobije prema prethodnim rekordima. Sada su potrošači krenuli na onlajn pijace da bi obavili kupovine koje bi obično obavili u fizičkim prodavnicama. Mnogi potrošači takođe smatraju da je ovo siguran način za sprečavanje zaraze virusom.

Kriza COVID-19 ubrzala je širenje e-trgovine ka novim firmama, kupcima i vrstama proizvoda. Kupcima je omogućio pristup velikom broju proizvoda iz udobnosti i bezbednosti njihovih domova i omogućio je firmama da nastave sa radom uprkos ograničenjima kontakta i drugim merama zatvaranja [2].

## 4. AMAZON PLATFORMA ZA ELEKTRONSKU TRGOVINU

Amazon kompanija je američka multinacionalna tehnološka kompanija bazirana u Sijetlu u Vašingtonu koja ima fokus na elektronskoj trgovini, onlajn računarstvu, i veštačkim inteligenciji.

Amazon je najveće elektronsko tržište i platforma onlajn računarstva na svetu, mereno po prihodu i tržišnoj kapitalizaciji [3].

U današnjem konkurentnom i brzom svetu e-trgovine, prodavci na mreži imaju više platformi za izbor. Sa hiljadama prodavaca širom sveta, Amazon je sigurno jedna od najpopularnijih platformi za e-trgovinu danas i ima milione kupaca širom sveta. Svaki kupac povećava šanse za ostvarivanje većeg profita. Amazon pruža različite prostore kupcima za prodaju proizvoda [4].

### 4.1 AMAZON STRATEGIJE ZA ELEKTRONSKU TRGOVINU

Kako bi opstala i bila lider na tržištu, kompanija Amazon mora da ima razne strategije. Navešćemo 8 Amazon strategija e-trgovine:

1. Fokuseranje na recenzije proizvod (ljudi mogu jednostavno da izaberu svoju ocenu u zvezdicama za proizvod da bi ostavili recenziju bez pisanja reči).
2. Preporuka personalizovanih proizvoda (30% prihoda Amazona dolazi od preporuka proizvoda).
3. Naručivanje jednim klikom (kupcima je obezbeđeno sve što treba da znaju pre nego što ih jednim klikom navedete da kupe).

4. Podaci i testiranje (Amazon je izgradio složen sistem za praćenje ponašanja kupaca iz mnogih izvora kao što su Alexa glasovni snimci i kupovno ponašanje kupaca).

5. Program lojalnosti (Amazon Prime obećava besplatnu isporuku, isporuku istog dana, besplatan striming muzike, Prime video, personalizovane ponude i popuste).

6. Brzina stranice (imaju više od 12 miliona proizvoda i oko 2 milijarde mesečnog prometa).

7. Politika vraćanja i povraćaja je obavezna (Amazon definitivno ima dugotrajnu politiku vraćanja i povraćaja sredstava, ali je od ključnog značaja da se kupci informišu o njihovim pravima, a da se pritom spreče dalji problemi za kompaniju).

8. Bogata stranica proizvoda (ideja je jednostavna: dajte kupcima sve što im treba da znaju kako ne bi morali da to pronađu nigde drugde) [5].

### 4.2 PREDNOSTI ONLAJN KUPOVINE NA AMAZON-U:

Najpovoljnije cene - Amazon ima najbolje cene dostupne svuda.

Ogroman izbor - velika baza prodavaca, sto znači da su stotine hiljada artikala dostupni svaki dan. Bez ograničenja lokacije, možete da kupujete u drugim delovima regiona ili čak širom sveta.

Pouzdanost i pogodnost - dostupnost traženih artikala, odlična korisnička usluga. Nema čekanja u redovima ili pomoćnika za kupovinu koji čekaju da vam pomognu sa vašim porudžbinama, a porudžbine možete napraviti za nekoliko minuta.

Brza i jeftina dostava - Amazon ima neke od najboljih dostupnih cena isporuke. Jer prodaju toliko različitih artikala, često možete da napravite veliku narudžbu nepovezanih artikala i da ih sve pošaljete zajedno u isto vreme – još jednom uštedite na troškovima isporuke.

Recenzije - pošto Amazon ima tako veliku bazu korisnika, većina artikala dolazi sa zaista korisnim recenzijama kupaca i fotografijama proizvoda kupaca. Ovo je velika pomoć kada odlučite koji je predmet onaj koji želite da kupite [6].

### 4.3 ANALIZA KONKURENCIJE

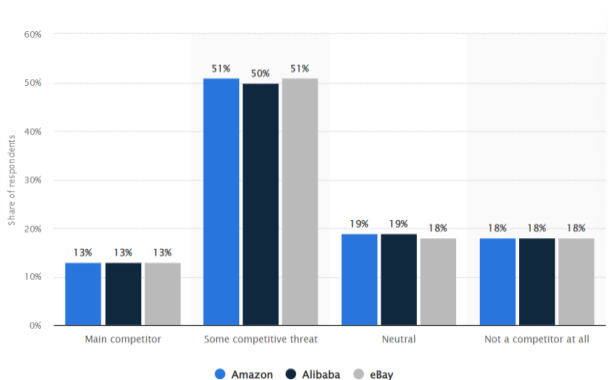
Top 10 Amazon konkurenata [8]:

- Internet prodavnice
- eBay
- Valmart
- Flipkart
- Target
- Alibaba Group
- Otto
- JD
- Netflik
- Rakuten

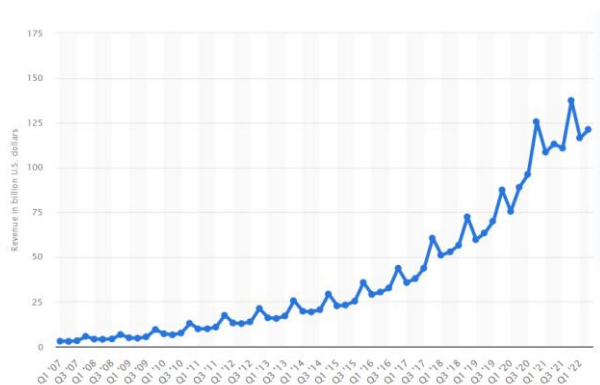
#### 4.4 AMAZON - STATISTIKE I ČINJENICE

Amazon kao međunarodna kompanija za e-trgovinu koja nudi maloprodaju na mreži, računarske usluge, potrošačku elektroniku, digitalni sadržaj i druge lokalne usluge kao što su dnevne ponude i namirnice.

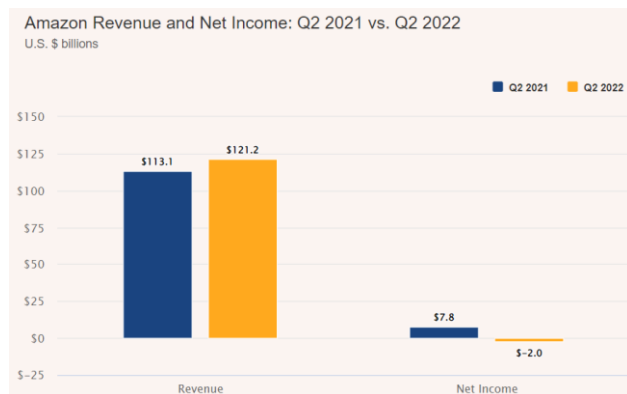
Amazon je vodeći e-maloprodavac u Sjedinjenim Državama, sa neto prodajom od blizu 386 milijardi američkih dolara u 2020. Veći deo prihoda kompanije ostvaruje se putem e-maloprodaje elektronike i drugih proizvoda, a prati ga prodavac treće strane prihode, pretplatu i AVS usluge u oblaku. Zbog svog globalnog obima i dosega, Amazon se smatra jednim od najvrednijih brendova širom sveta, slike 1-3 [7].



Slika 1 Procena Amazona, Alibabe i eBay-a kao konkurenata prema donosiocima odluka o elektronskoj trgovini u Severnoj Americi i Evropi.



Slika 2 Neto prihod Amazona od 1. kvartala 2007. do 2. kvartala 2022.



Slika 3 Amazon prihodi i neto prihodi u drugom kvartalu 2021. u odnosu na drugi kvartal 2022

#### 5. ISTRAŽIVANJE KLJUČNIH FAKTORA ZA ONLAJN TRGOVINU

Onlajn trgovina je proces prodaje robe i usluga putem Interneta. Lako je smisliti ideju i veb dizajn za onlajn trgovinu za poslovanje. Ali uz ogromnu konkurenciju u poslovnom svetu, vrlo malo njih ugleda svetlost. Za vođenje uspešnog poslovanja potrebno je više od ideje. Postoji mnogo aspekata koji mogu promeniti uspeh poslovanja onlajn trgovine.

Ovo su neki od ključnih faktora koji doprinose uspehu poslovanja onlajn trgovine.

**Ušteda vremena** - kupovina na mreži vam štedi vreme. Svoje uštedeno vreme možete iskoristiti za druge važne poslove.

**Raznovrsnost proizvoda** - veliki izbor proizvoda za kupovinu.

**Redovne ponude/popusti** - Najvažnija prednost/korist onlajn kupovine je da možete kupiti željene proizvode po veoma niskoj ceni nego što su dostupni na tržištu.

**Plaćanje pouzećem** - uz mogućnost plaćanja pouzećem, kupci mogu platiti trošak nakon provere svojih proizvoda.

**Jednostavna kupovina / Lakoća korišćenja** - Brzina i upotrebljivost sajta

**Sajt prilagođen mobilnim uređajima** - dizajniranje veb stranice za e-trgovinu treba da bude tako da bude prilagođeno mobilnim uređajima i to je ključno. Jednostavna i jasna mobilna verzija kako bi se poboljšala laka navigacija.

**Pretraga (Filtriranje)** - ovo omogućava kupcima da brzo pronađu ono što žele i uštede vreme.

**Vreme i troškovi isporuke** - uz brze i pristupačne opcije, većina kupaca će se odlučiti da svoje proizvode potraži u prodavnici sa najkraćim vremenom isporuke i rukovanja po najjeftinijim troškovima.

**Pogodan način plaćanja** - postavljanje više načina plaćanja zadovoljava korisnike. Plaćanje putem platne kartice, kripto valutama, pri dostavi u gotovini

**Kvalitetne slike** - slike dobrog kvaliteta kako bi kupac mogao da vidi šta želi.

**Stalna komunikacija (Live chat)** - štedi vreme u poređenju sa slanjem pitanja e-poštom ili pozivanjem tima za podršku.

**Jasna politika vraćanja robe** - dobro strukturisana politika vraćanja je prilagođena kupcima. Svrha toga je da se kupac oseća sigurnim da može kupiti proizvod i da može dobiti povraćaj novca ukoliko nije zadovoljan njime [8].

#### 5.1 KUPOVINA PREKO AMAZONA ISKUSTVA KORISNIKA IZ DRŽAVA: SRBIJE, HRVATSKE, BOSNE I HERCEGOVINE

Prema iskustvima korisnika iz Evropske Unije, kupovina preko Amazona je veoma povoljna. Izrazito im se dopada mogućnost da se sa jednom cenom obračunaju svi troškove carine i poreza.

Što samim tim predstavlja jedan od osnovnih razloga zbog kog su se odlučili za veb prodavnicu Amazon. Dok to nije slučaj sa korisnicima koji su iz zemalja koje nisu članice Evropske unije [9].

**Prednosti:** Brza registracija, Jednostavno poručivanje, Amazon Prime opcija za EU korisnike, mogućnost plaćanja troškova carine i poreza za korisnike EU.

**Nedostaci:** Plaćanje poreza, Visoki troškovi carine i dostave, Nema pogodnosti za korisnike van EU.

## 5.2 REZULTATI ISTRAŽIVANJA I ANALIZA

U nastavku biće prikazani rezultati istraživanja na teritoriji Republike Srbije koja prikazuju koji su to faktori koji utiču na kupovinu putem Amazon.com platforme.

### Na pitanje **Šta ste najčešće kupovali preko Amazon.com platforme?**

Odgovor je da najveći broj ispitanika nije koristio Amazon.com platformu za onlajn kupovinu (64,1%) dok su ispitanici koji su kupovali preko ove platforme (39,5%) birali proizvode kojih nema na našem tržištu. Samim tim možemo da zaključimo da Amazon.com nudi veliki izbor asortimana i da najčešće privlači kupce proizvodima koji su isključivo dostupni na njegovoj platformi.

Na pitanje **Zašto nikada niste kupovali preko Amazon.com platforme?** Iz datih rezultata možemo da zaključimo da najveći procenat ispitanika (51,7%) navodi da je najveći razlog zašto nikad nisu kupovali preko ove platforme isključivo veći troškovi dostave za zemlje koje nisu članice Evropske Unije.

Na pitanje **Koje još inostrane onlajn platforme koristite prilikom onlajn trgovine?** Prvi na spisku je Aliexpress, što znači da (51,2%) ispitanika koristi navedeni sajt za onlajn trgovinu. Odmah posle njega sa (48,8%) su domaći veb sajtovi. Što znači da stanovnici Republike Srbije najviše veruju domaćin sajtovima.

Na pitanje **Koje domaće onlajn platforme koristite prilikom online trgovine?** Pobedu je odneo domaći sajt KupujemProdajem sa (78%).

Na osnovu dobijenih rezultata možemo da zaključimo da su stanovnici Republike Srbije upoznati sa kompanijom Amazon, proizvodima koje nude kao i sa samim poslovanjem kompanije. Kada pričamo o poručivanju putem ove platforme na teritoriji Republike Srbije imamo manji odziv ispitanika. Najveći razlog tome je što su troškovi za zemlje koje nisu članice Evropske Unije znatno veći u odnosu na zemlje članice. Nekolicina ispitanika koja je nekad probala da poruči putem ove platforme imala je pozitivna iskustva. Razlozi poručivanja sa Amazon.com sajta su ti, što Amazon pruža ogroman izbor proizvoda koji se ne mogu pronaći na našim prostorima.

## 6. ZAKLJUČAK

Kompanija Amazon svoju leadersku poziciju na tržištu na kom posluje opravdava razvojem usluga, a tako zadovoljava veliki broj korisnika širom sveta. Ispunjava njihove zahteve, poštuje pravila i zakone. Analizirali smo faktore koji utiču na onlajn trgovinu kompanije Amazon,

takođe ustanovili smo zbog kojih aspekata je Amazon broj jedan kada je u pitanju elektronska trgovina.

U okviru istraživanja prikazali smo koji su to faktori koji utiču na kompaniju Amazon. Takođe smo videli koliko su ljudi upućeni šta je Amazon i čime se bavi. Šta nudi svojim kupcima i šta bi trebao da poboljša. Koliko su korisnici i poznavaoi Amazon platforme zadovoljni i verni kupci.

Broj onlajn porudžbina koje se poručuju širom sveta preko Amazon kompanije svedoči globalnom uspehu i kvalitetu poslovanja, a profit koji se zaradi konstantno se uvećava što ukazuje na to da će kompanija Amazon još dugo biti lider elektronske trgovine.

## 7. LITERATURA

- [1] A. Bloomenthal, "Ecommerce Defined: Types, History, and Examples," Investopedia, Jul. 06, 2022. <https://www.investopedia.com/terms/e/ecommerce.asp> (accessed Oct. 24, 2022).
- [2] OECD, "E-commerce in the times of COVID-19," 2020.
- [3] Brilliant Info Systems Ltd., "News," Sep. 14, 2018. <https://brilliantinfosys.com/amazon-e-commerce-platform/> (accessed Oct. 24, 2022).
- [4] C. McFadden, "A Very Brief History of Amazon: The Everything Store," Interesting Engineering, Feb. 17, 2021. <https://interestingengineering.com/culture/a-very-brief-history-of-amazon-the-everything-store> (accessed Oct. 24, 2022).
- [5] C. Tran, "8 Amazon Ecommerce Strategies for Newbie Merchants' Success," E-Commerce insights, Apr. 14, 2022. <https://www.simicart.com/blog/amazon-ecommerce-strategies/> (accessed Oct. 24, 2022).
- [6] Anonymous, "THE BENEFITS OF SHOPPING AT AMAZON." <http://www.trendinggear.com/cool/blog/why-everyone-should-buy-from-amazon/> (accessed Oct. 24, 2022).
- [7] D. Coppola, "Amazon - statistics & facts," Statista, Dec. 07, 2021. <https://www.statista.com/topics/846/amazon/#dossierKeyfigures> (accessed Oct. 24, 2022).
- [8] Raja, "Key Factors That Determine the Success of the E-commerce Websites," dci, Sep. 03, 2022. <https://www.dotcominfoway.com/blog/factors-to-determine-success-of-ecommerce-website/#:~:text=Key%20Factors%20That%20Determine%20the%20Success%20of%20the,Navigation%20...%208%20Easy%20Checkout%20...%20More%20Items> (accessed Oct. 24, 2022).
- [9] Anonymous, "Kupovina preko Amazona iskustva." <https://iskustva.online/kupovina-preko-amazona-iskustva/> (accessed Oct. 24, 2022).

### Kratka biografija:



**Miona Višekruna** rođena je u Novom Sadu 1997. god. Fakultet tehničkih nauka upisuje 2016. godine, smer inženjerski menadžment. Diplomirala je 2020. godine i iste upisuje master studije na Fakultetu tehničkih nauka, smer Projektni menadžment.