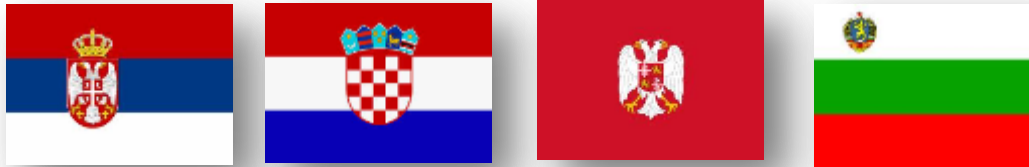




München, 30.04.2013



Analiza razvoja tržišnog potencijala Srbije, Hrvatske, Crne Gore, Bugarske

Ljubisa Dimitrijevic



Agenda

1. Opis okvirnih uslova tržišne analize
2. Poseban uvid u potencijalne online sajtove u Srbiji
3. Postupak akvizicije

Pregled najvažnijih rezultata za posmatrane zemlje

1. Uopšte gledano u svim zemljama je razvoj u početnoj fazi
2. Trenutno je dostupno tek nekoliko prodavnica i partnerskih programa
3. Pritom jedva da ima reklama za važnije pojmove, kao što su knjige ili elektronski uređaji
4. Online prodavnice se nalaze u retkim slučajevima među 100 najposećenijih sajtova u ovim zemljama
5. Ukoliko postoji online prodavnica, najčešće se iz usluge nude kreditne kartice
6. Online prodavnice su poslovnice prodajnih objekata
7. Nije sigurno da li će se etablirani offline trgovci uključiti na tržište ili će kao u razvijenim zemljama najpre osnovati manje ponuđače
8. Redosled u razvoju online trgovine može se sumirati na sledeći način: 1- Hrvatska / 2- Bugarska / 3- Srbija / 4- Crna Gora

Fokus Srbija – razvoj započinje najpre u oblasti komercijalizacije – blogovi i info-sajtovi

- Srbija se trenutno nalazi 7 do 10 godina iz nemačkog tržišta
- Nekoliko prodavnica nudi proizvode online u osnovnim kategorijama: knjige, tekstilna roba, muzika, ulaznice i klađenje
- Ima malo aktivnih partnerskih programa
- Marketing na pretraživačima se nedovoljno koristi
- Kod važnijih pojmova kao što su knjige ili elektronski uređaji rezultati pretrage uglavnom upućuju na inostrane online prodavnice ili daju pogotke koji najčešće imaju osobine bloga
- Prognoza
 - Tržište će se vema brzo razvijati
 - Najčešće posećivani sajtovi u Srbiji su i Joomla i Wordpress
 - Trenutno se izrađuje infrastruktura za reklamiranje putem interneta
 - Prvi korak za kapitalizaciju na internetu je putem blogova i info sajtova

Pregled regionalne raspodele stanovništva

	Serbien	Kroatien	Bulgarien	Montenegro
Stanovnika*	7,120 Mio.	4,480 Mio.	7,364 Mio.	0,625
Površina*****	77.474 km ² (91 E/km ²)	56.542 km ² (79 E/km ²)	110.994 km ² (66E/km ²)	13.821 km ² (48,7E/km ²)
Urbanizacija	56% stanovnika živi u gradovima.	58% stanovnika živi u gradovima.	71% stanovnika živi u gradovima.	61% stanovnika živi u gradovima.
Poslovni jezik	Srpski, engleski, nemački.	Hrvatski, nemački, engleski.	Bugarski, engleski, nemački, ruski.	Crnogorski, srpski, engleski, nemački
Mentalitet	Polako = polako sa smirenošću, ponosom i gostoprimstvom, visoka korupcija, patrijarhalni sistem, slabo poverenje u policiju, veliko siromaštvo šireg dela stanovništva			

Pregled najvećih gradova četiri analizirane zemlje

Übersicht der Länder mit den drei größten Städten und Einwohnerzahl*

Serbien



Grad	Broj stanovnika
Beograd (gl)	1.639.121
Novi Sad	335.701
Niš	257.867

Kroatien



Grad	Broj stanovnika
Zagreb (gl)	1.107.623
Split	221.456
Rijeka	144.043

Bulgarien



Grad	Broj stanovnika
Sofija (gl)	1.233.640
Plovdiv	379.654
Varna	354.249

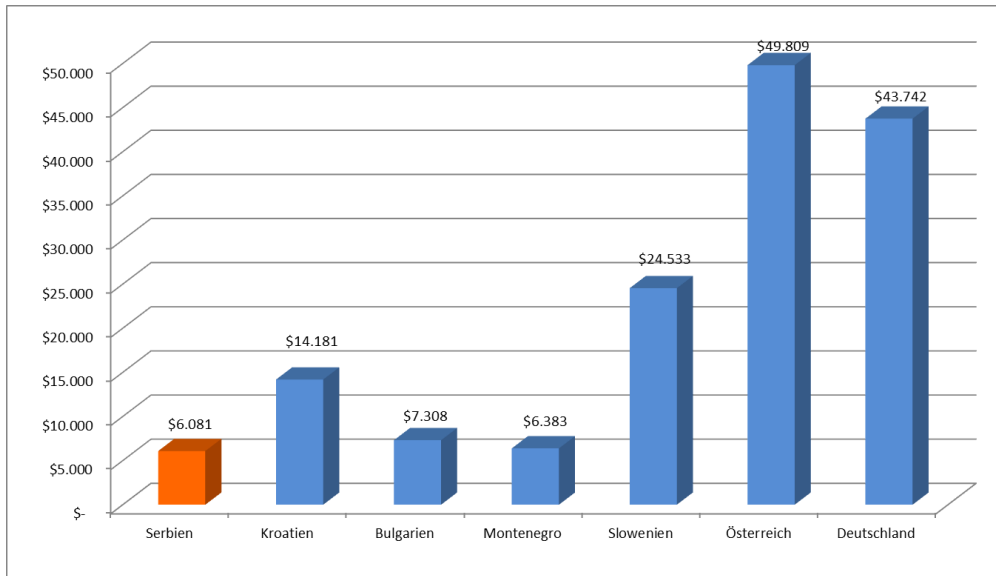
Montenegro



Grad	Broj stanovnika
Podgorica (gl)	143.718
Nikšić	58.649
Pljevlja	21.337

Bruto nacionalni proizvod i gini koeficijent

Bruto nacionalni proizvod po stanovniku u \$



Ostali privredni pokazatelji

Gini koeficijent 2011**/**
(GINI koeficijent za podelu dobiti odn. neravnomernu raspodelu (što je koeficijent niži tim se dobit u državi ravnomernije deli na sve stanovnike))

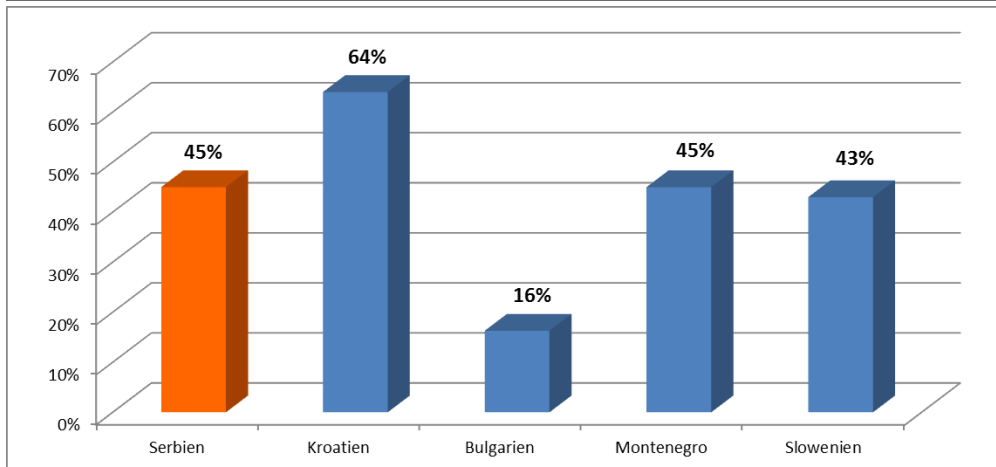
Srbija	28,2 %
Hrvatska	27,0%
Bugarska	45,3%
Crna Gora	24,3%
Slovenija	28,4%
Austrija	26,0%

Informacije i činjenice

- Što je prihod po glavi stanovnika niži manja je potrošnja
- Uprkos tome je dobit na mnoge ravnomerno podeljena. Manje razlike u prihodima
- Izuzetak čini Bugarska, sa veoma neravnomernom raspodelom dobiti

Javni dug, stopa inflacije i privredni rast kao indikatori razvoja

Udeo javnog duga u BNP u % (2011)*



Ostali privredni pokazatelji

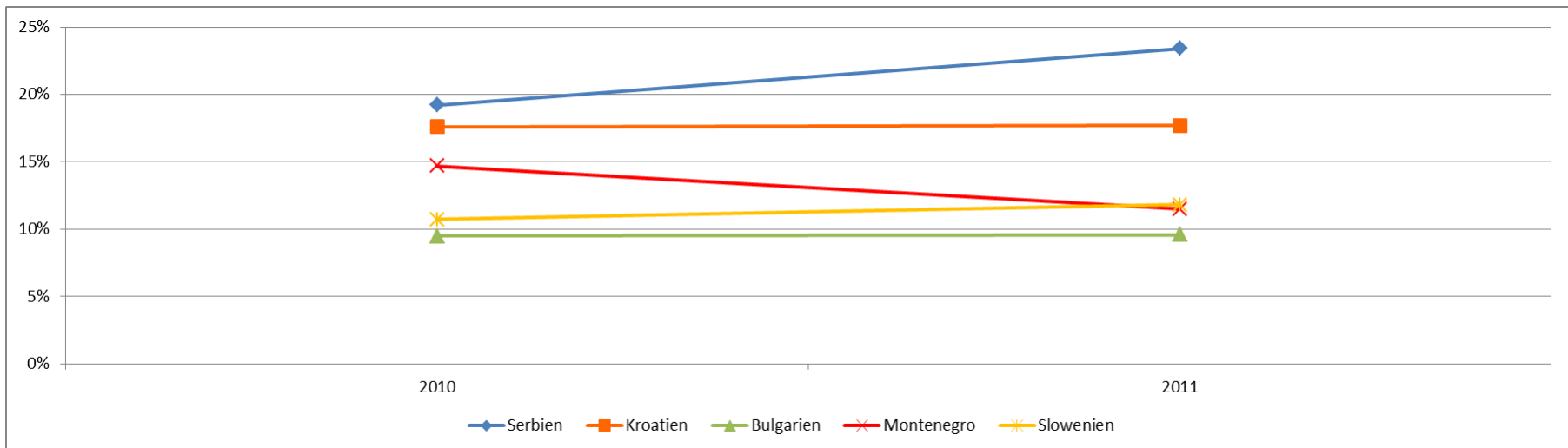
	Inflationsrate 2011**/*****	Wirtschaftswachstum 2011
Srbija	7%	2%
Hrvatska	2,1%	0,7%
Bugarska	4,0%	2,2%
Crna Gora	3,0%	1,8%
Slovenija	1,9%	1,1%

Informacije i činjenice

- Javni dug je samo u Hrvatskoj problematičan. U ostalim zemljama je još uvek umeren.
- Ipak prisutna je visoka stopa inflacije u Srbiji i Bugarskoj. Pritom sa relativno malom stopom razvoja.
- Zemlje se polako oporavljaju od krize u privredi.
- Hrvatska se nalazi na pragu nove krize.

Nezaposlenost i porast nezaposlenosti u zemljama

Nezaposlenost u %

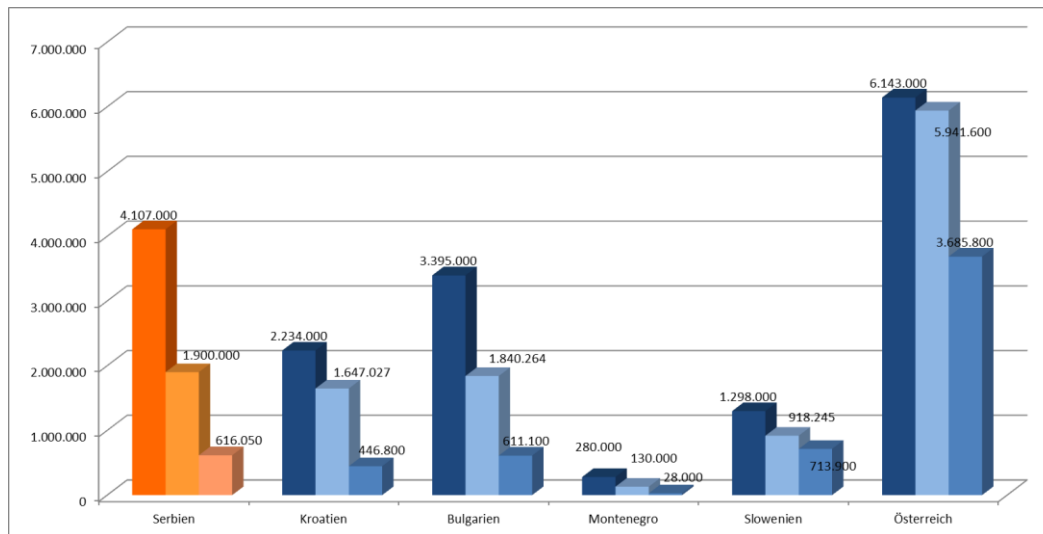


Informacije i činjenice

- Srbija i Hrvatska imaju visoke stope nezaposlenosti, koje nedovoljno brzo opadaju
- Poboljšanje samo u Crnoj Gori

Podela zemalja po potencijalu za porast broja korisnika interneta, redovnih korisnika i online kupaca

Broj korisnika interneta – redovni korisnici – online kupci



Ostali E-Commerce pokazatelji

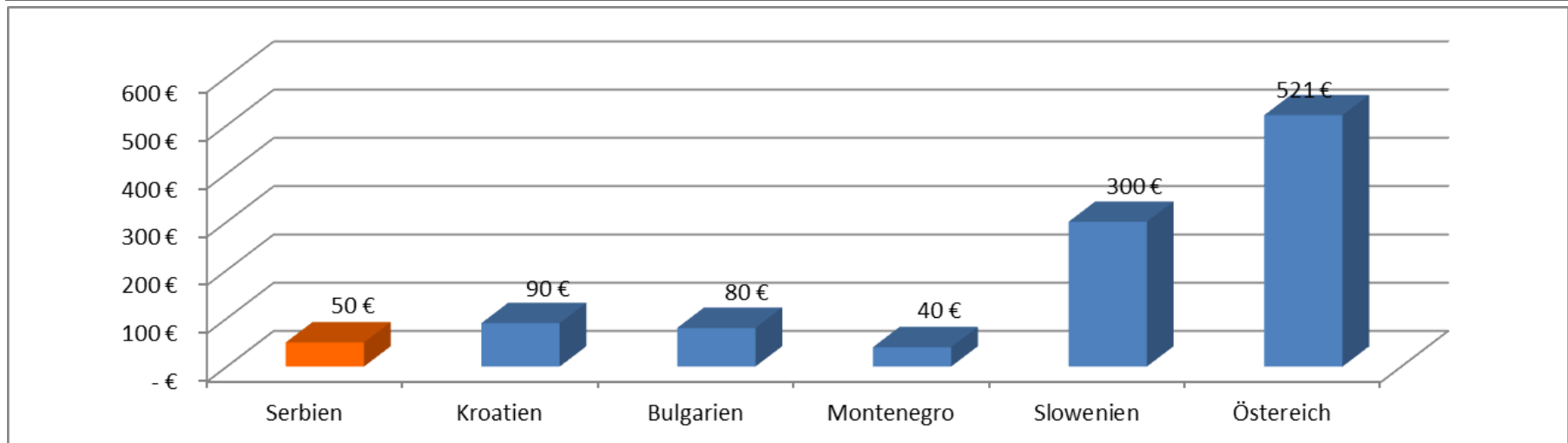
	Broj domaćinstava sa brzom Internet vezom
Srbija	10,8% (je 100 Einw.)
Hrvatska	19,5%
Bugarska	15,5%
Crna Gora	8,3%
Slovenija	24,8%
Austrija	26,5%

Informacije i činjenice

- Situation bei Breitbandschlüssen besser als erwartet. Insbesondere Kroatien schließt auf.
- Obwohl Internetzahlen ans sich gut, zeigt die Nutzungshäufigkeit Nachholbedarf
- Anteil Regelmäßiger Nutzer liegt in vielen Ländern unter 50% und Anteil Online Käufer sogar unter 20%
- Damit ist die Aktuelle Base für Onlinekäufe via Internet in allen Ländern noch sehr gering (aber stark wachsend).

Troškovi po online klijentu u poslednjih 12 meseci (procene na osnovu dostupnih informacija)

Promet po online klijentu u poslednjih 12 meseci

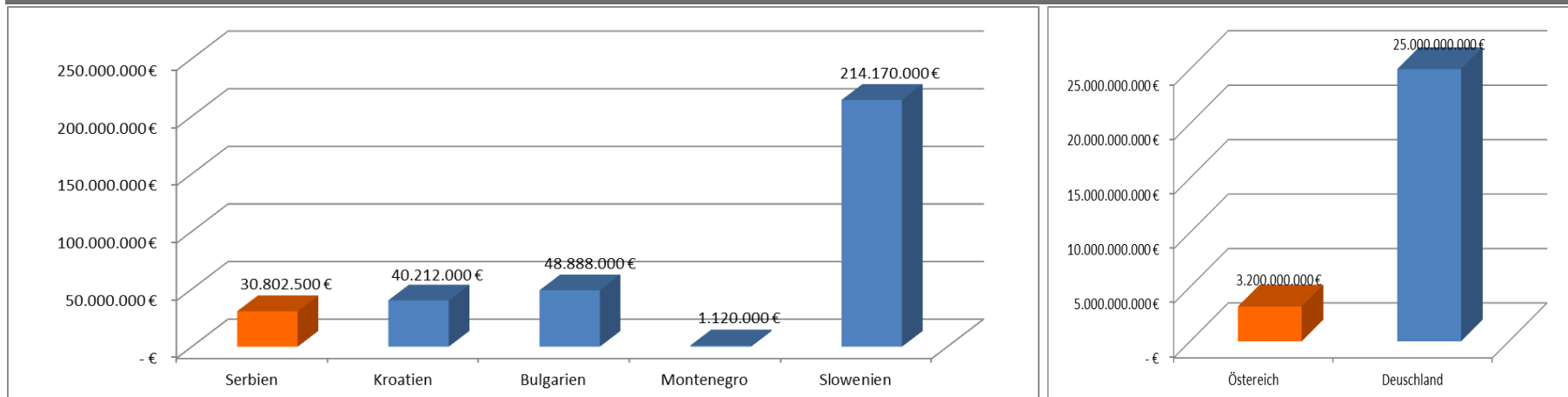


Informacije i činjenice****

- Pojedinačna potrošnja je iz dva razloga jasno manja nego u Austriji ili Sloveniji
- Prvo: mali BNP po glavi stanovnika ograničava budžet koji stoji na raspolaganju za online transakcije
- Drugo: nedostatak poverenja i skromna ponuda online prodavnica predstavljaju još jednu veliku prepreku povećanju potrošnje

Veličina E-Commerce tržišta u odnosu na Sloveniju, Austriju i Nemačku

Veličina tržišta E-Commerce u evrima

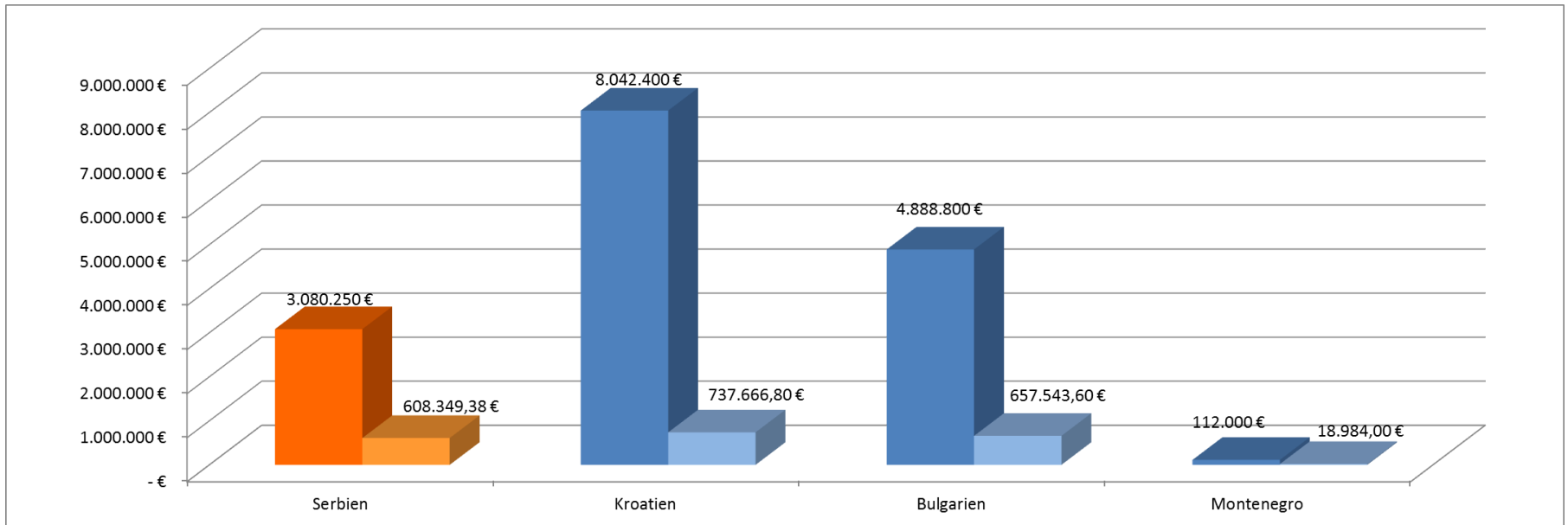


Informacije i činjenice

- Postoje jasne razlike između veličina tržišta
- Još uvek mali broj kupaca i mali promet čine trenutno mala E-Commerce tržišta
- Ove vrednosti su procene koje se zasnivaju na skromnim tržišnim podacima, ali se kroz poređenje sa Austrijom mogu lako verifikovati
- Austrija posluje sa oko 1 % u B2C online poslovanju - zemlje od Srbije do Crne Gore sa oko 0,1 %

Obim online prometa negotovinskim plaćanjem i po tome rezultirajući ukupni potencijal prometa

Promet koji se vrši negotovinskim plaćanjem – Potencijalni obim sa 100% pokrivenošću (2,95% + 0,28 €)



Informacije i činjenice

- Na svakom tržištu dominira gotovinsko plaćanje (Srbija: 90% - Hrvatska: 80% - Bugarska: 90% - Crna Gora: 90% - Slovenija: 55%)
- Sva tržišta zajedno imaju potencijalni promet u prvoj godini od oko 200.000 € (10% ukupnog obima)

Agenda

1. Opis okvirnih uslova tržišne analize
2. Poseban uvid u potencijalne online sajtove u Srbiji
3. Postupak akvizicije



Dve prodavnice (moda i knjige) – prodavnica modne odeće koristi plaćanje karticom a prodavnica knjiga ne

BM Shop



Dobra Knjiga



URL	www.bmshop.rs
Plaćanje karticom	da
Ponuda	Odeća - pantalone, kape, obuća, ...
Pozicija	Online-Pure Player
Promet	--
Posetioci	Nema regionalnih podataka - 16,177,511

URL	www.dobra-knjiga.com
Plaćanje karticom	ne
Ponuda	Knjige svake vrste
Pozicija	Multichannel
Promet	---
Posetioci	4,063 u Srbiji - 894,100 širom sveta

Ostale važne informacije za ulaz na tržište u Srbiji

▪Prodavnice

- Nema puno velikih prodavnica
- Mnoge prodavnice su male i tek se razvijaju
- Mnoge prodavnice nastaju kao poslovnice prodajnih objekata

▪Partnerstvo

- Trenutno na Zanox-u nema otvorenih partnerskih programa
- Programeri saradnici se angažuju kod: majice srbija, donesi, Vizio Shop, Pink Mreža, Robna Kuća, Link-elearning, Ticket Servis, Bolji Posao

▪Google troškovi prilikom potrage za knjigom (veoma mala konkurencija)

- Nemačka: 3,55 € do 1,55€ po kliku (za 100 najboljih pojmova)
- Srbija: 0,45€ do 0,00 € po kliku (za 100 najboljih pojmova)

▪Potraga za ponuđačima u platnom prometu

- Mala potražnja
- Jedan strani ponuđač - g2s.com
- Paypal ponuđač
- Mnoge lokalne kreditne ustanove: Intersa Beograd, Raiffeisenbank, američki krediteri, Banka Intesa

▪Veliko interesovanje za internet

- Joomla i Wordpress među top posećenim sajtovima u Srbiji
- Visoka nezaposlenost uzrokuje samostalnost i pokretanje sopstvenih poslova

Agenda

1. Opis okvirnih uslova tržišne analize
2. Poseban uvid u potencijalne online sajtove u Srbiji
3. Postupak akvizicije

Procena potencijala na osnovu istraživanja i veličine Austrije

1. Potencijal novih kupaca

- 2013: 5 prodavnica (zbog trajanja izgradnje prodavnice i odloženog delovanja reklame)
- 2014: 50 prodavnica

2. Transakcije i promet za partnere

- 2013: 1.000 porudžbina za 15.000 €
- 2014: 100.000 porudžbina za 2.000.000 €

3. Presudno pitanje za akviziciju

- Gde se najpre mogu pronaći osnivači poslovnica za online prodaju: prodajni objekti / osnivači kao npr. studenti, nezaposleni, preduzetnici / internet
- Procena za 2013: oko 200 porudžbina po prodavnici
- Procena za 2014: mesečno 166 porudžbina po prodavnici za 20 € po porudžbini

Online akvizacija i kooperacija – pasivna komercijalizacija

1. Google

- Platni troškovi veoma niski
- Konkurencija kod blogova i domena veoma slaba
- Troškovi povezivanja veoma niski
- → ali u prvim mesecima moguć veoma slab promet

2. Affiliate

1. Trenutno jedva da ima linkova ili reklamera struktura se izgrađuje
2. Direktna akvizacija odgovarajućih blogova

3. Saradnja sa Wordpress-om, Joomla-om i online prodavcima: Ubacivanje reklama prilikom prodaje ili preuzimanja u Srbiji

4. Zajednička komercijalizacija sa administratorima online prodaje: Kompletna ponuda sa krakim opisom i linkom

Privlačenje mogućih partnera i tržišno aktivnih partnera - direktna akvizicija

1. Prodaja u prodajnim objektima

- Kontakt osobe za prodajne objekte su u glavnim gradovima
- Tamo se nalazi većina sedišta firmi i veći deo stanovništva

2. Prodaja putem interneta: Online pretraga i direktan kontakt sa trgovcima

1. Može funkcionisati privremeno - zbog malog broja nije model za duži period
2. Pritom većina ponuđača nudi uređen sistem poslovanja već na početku



DIMENTION dovede vas na drugi digitalni stepen.

Ljubisa Dimitrijevic

Direktor

Tel.: +49 (0) 176 223 254 77

Mail: ljd@dimension.de

