
**IMPLEMENTATION OF COMMUNICATION TECHNOLOGIES EXPRESSED BY
E-BUSINESS IN ENTREPRENEURSHIP IN REPUBLIC OF MACEDONIA**

Mihajlovski Goran Ph.D

Faculty of biotechnical sciences - Bitola, goran.mihajlovski@gmail.com

Dojcinovski Trajce Ph.D

Faculty of biotechnical sciences - Bitola, tdojcinovski@gmail.com

Bojkovska Katerina Ph.D

Faculty of biotechnical sciences - Bitola, katerina.bojkovska@uklo.edu.mk

Jankulovski Nikolce Ph.D

Faculty of biotechnical sciences - Bitola, nikolcejankulovski@yahoo.com

Abstract: Many years ago the use of the Internet as a tool for business development was not used in the process of implementation of business ideas, but today is a primary tool for connecting to the world of business communications, need that in itself is a pen which everyone should use in business communication regardless of the business activity comes from the business world. Communication technologies in today's world of entrepreneurial business represent a large area of boundless commerce, space boundless exchange of business ideas, goods and services.

In Macedonia, as a country in transition, the use of information technologies in entrepreneurial business still bravely claim its place in the media scene, and its advantages and benefits as opposed to before when it had limited use, but nowadays many entrepreneurs businessmen achieved the realization of their business idea or placing their product or service in the world of trade by using different communication technologies. Based on that the majority of electronic trade known as e- business is executed using internet, which can be implemented through private networks such as VAN's (value-added networks) and LAN's (local area networks). Otherwise the basic structure of electronic commerce is essentially consisted of applications of so-called direct marketing, which include an electronic procurements, auctions, consumer services, logistics web services that support consumer, business policy, marketing and advertising, business partnerships and etc.

So we can say that electronic business, electronic trade in this country is becoming more prevalent as a form and also as a tool for achievement and development for small and large businesses. We can still say that the small market exchange of goods and services in our country is a limiting factor for the implementation of business solutions expressed by the format of e-business, where the application of communication technologies enabling the opposite respectively facilitate the access of Macedonian business entrepreneurs to the developed world's economic markets such as the US and European Union for realization, placing and trading of its business products and services to those markets.

Key words: communications, business, internet, entrepreneurship, trade.

**ПРИМЕНАТА НА КОМУНИКАЦИСКИТЕ ТЕХНОЛОГИИ ИЗРАЗЕНИ
ПРЕКУ Е-БИЗНИСОТ ВО ПРЕТПРИЕМНИШТВОТО ВО
РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА**

Проф. д-р Михајловски Горан,

Факултет за биотехнички науки – Битола, goran.mihajlovski@gmail.com

Проф. д-р Дојчиновски Трајче,

Факултет за биотехнички науки – Битола, tdojcinovski@gmail.com,

Проф. д-р Бојковска Катерина,

Факултет за биотехнички науки – Битола, katerina.bojkovska@uklo.edu.mk

Проф. д-р Јанкуловски Николче

Факултет за биотехнички науки – Битола, nikolcejankulovski@yahoo.com

Резиме: Примената на широко појасниот интернет кој пред многу години во минатиот век претставуваше поглед со одреден ризик за реализација на сопствените бизнис идеи денес претставува основно средство за поврзување во светот на деловните комуникации потреба која сама по себе претставува пенкало кој секој треба да го користи во деловната комуникација без разлика од која дејност доаѓа од светот на

бизнисот. Имено комуникациските-информатички технологии денес во светот на претприемачкиот бизнис претставуваат еден голем простор на безгранична трговија, простор на безгранична размена на бизнис идеи, стоки и услуги. Во Република Македонија користењето на информатичките технологии во претприемничкиот бизнис како земја во транзиција сеуште храбро го бара своето место на медиумската сцена, а неговите предности и придобивки за разлика од порано кога се користеле ограничено денес на многу претприемачи бизнисмени им се оствариле сонштата за реализација на својата бизнис идеја или за пласирање на својот производ или услуга во светот на трговијата. Врз основа на тоа најголемиот дел од електронската трговија познат уште како и е-бизнис се извршува преку интернет кој може да се спроведе и преку приватни мрежи како што се VAN's (value-added networks) и LAN's (local area networks). Инаку основната структура на електронската трговија во суштина ја сочинуваат апликации на т.н. директен маркетинг кои опфаќаат електронски набавки, аукции, сервиси за потрошувачите, логистички интернет сервиси кои се за поддршка на потрошувачите, бизнис политиката, маркетингот и рекламирањето, бизнис партнерствата итн. Од тука може да се каже дека електронскиот бизнис, електронската трговија во Република Македонија станува се поприсутна како облик, како алатка за остварување и развивање на сопствените бизниси.

Но сепак можеби малиот пазар на размена на стоки и услуги во нашата држава претставува ограничувачки фактор за имплементација на бизнис решенијата изразени преку форматот на е-бизнис, каде пак од друга страна примената на комуникациските-информатички технологии го овозможуваат спротивното т.е го олеснуваат пристапот на Македонските бизнис претприемачи до развиените светски економски пазари како што се САД и Европската унија за реализација, пласирање и трговија на своите бизнис производи и услуги на тие пазари.

Клучни зборови: комуникациски-информатички технологии, бизнис, интернет, претприемништво, трговија.

1. ВОВЕД

Електронската трговија претставува процес на купување, продавање, пренос или размена на производи, услуги или информации преку компјутерски мрежи, вклучувајќи го и интернетот. Е-бизнисот е поширока дефиниција од електронската трговија, која опфаќа не само купување или продавање на добра и услуги, туку исто така и услужување на купувачите, соработка со бизнис партнерите итн.

Инаку електронската трговија има три форми, зависно до степенот на дигиталност: производот, процесот и добавувачкиот застапник. Сите три форми можат да бидат физички или дигитални. Зависно од тоа, постои т.н. чиста односно делумна електронска трговија.

Физичките организации што го изведуваат нивниот бизнис off-line, продаваат физички производи преку физички застапници (brick and mortar).

Организациите кои ги извршуваат нивните активности исклучително online уште с епозанти и како виртуелни организации (pure-play). Исто така има организации кои извршуваат некои активности од електронската трговија но нивните прирамни активности ги извршуваат во физичкиот свет (click and brick).

Во контекст на претходно изнесеното во овој труд се прави краток осврт на состојбите поврзани со е-бизнис работењето во Република Македонија и во насочувањето кон изработката на профитно ориентирани веб портали кои треба да се послужат за понатаможен развој на оваа област во Република Македонија

2. СОСТОЈБИ И ПЕРСПЕКТИВИ НА Е-БИЗНИСОТ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА



Долг период Република Македонија во поглед на другите земји во светот и од регионот засотануваше во користењето на интернетот. Малиот пазар, потоа неможноста да се изврши електронско плаќање, високите цени за користењето на интернетот, долго време беа но може да се каже дека и сеуште се фактори кои го оспоруваат развојот на оваа дејност во нашата земја. Но со донесувањето на првите правни акти од областа на е-бизнисот, потоа можноста за on-line наплата, бавно но сигурно може да се каже дека се отстрануваат овие препреки и се отвораат вратите за развојот на е-бизнисот во

нашата држава. Со намалување на цените на интернет услугите се овозможи рапидно да се зголеми бројот на интернет корисниците како во делот на физичките лица така и во делот на правните лице т.е деловните субјекти.

⁷⁰ Според податоците на Државниот завод за статистика, од јануари 2016 година, широкопојасен пристап на интернет (преку фиксна или мобилна конекција) имале 93.8% од деловните субјекти со десет или повеќе вработени. Пристап на интернет преку пренослив уред, употребувајќи мобилна телефонска мрежа (3G/4G) имале 69.3% од деловните субјекти. Ваков тип на мобилна поврзаност на интернет (преку преносливи уреди: notebook, laptop, smartphone, PDA phone итн.), за деловна намена, користеле 14% од вработените во деловните субјекти. 52.5% од деловните субјекти користеле социјални медиуми (пр: Facebook, LinkedIn, Twitter, Present.ly, YouTube, Flickr, Picassa, Wiki-алатки итн.), односно имале кориснички профил, сметка или лиценца за користење на одреден социјален медиум.

Околу 53% од деловните субјекти имале веб-страница или почетна страница, од нив, 83% на веб-страницата имале обезбедено опис на производите/услугите, ценовници, 59% имале наведено линкови/референци до нивните профили на социјалните медиуми, а 20% обезбедиле онлајн нарачување, резервирање. Компјутерски услуги во облак (Cloud computing services), употребени преку интернет, купиле 6.9% од деловните субјекти.

Во 2015 година, 23.5% од деловните субјекти испратиле или примиле електронски фактури во формат соодветен за нивна автоматска обработка. Во текот на 2015 година, 11.4% од деловните субјекти со 10 или повеќе вработени, имале е-трговија, односно купувале или продавале стоки или услуги преку компјутерски мрежи (преку веб или EDI), е-продажба реализирале 7.4%, а е-купувања имале 5.6% од деловните субјекти.

3. КОРИСТЕЊЕТО НА КОМУНИКАЦИСКИТЕ ТЕХНОЛОГИИ НА ДЕЛОВНИТЕ СУБЈЕКТИ ВО ВОДЕЊЕТО НА БИЗНИСОТ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

На табела број 1 прикажана е стапката на деловните субјекти според бројот на вработени во Република Македонија кои го користеле интернетот во своето деловно комуницирање.

Табела 1 Приказ на деловните субјекти кои користеле интернет во бизнис комуникацијата според бројот на вработени во Република Македонија⁷¹

Деловни субјекти	Деловни субјекти според бројот на вработени во Република Македонија			
	до 10	од 10 до 49	од 50 до 249	над 249
Деловни субјекти со пристап до интернет	93.8	92.5	98.9	99.3
Деловни субјекти со компјутери	95.4	94.4	99.4	99.3
Деловни субјекти поврзани на интернет преку фиксна или мобилна мрежа	93.8	92.5	98.9	99.3
На вработените им обезбедиле преносливи				

⁷⁰ <http://www.stat.gov.mk/pdf/2016/8.1.16.29.pdf>

⁷¹ <http://www.stat.gov.mk/pdf/2016/8.1.16.29>

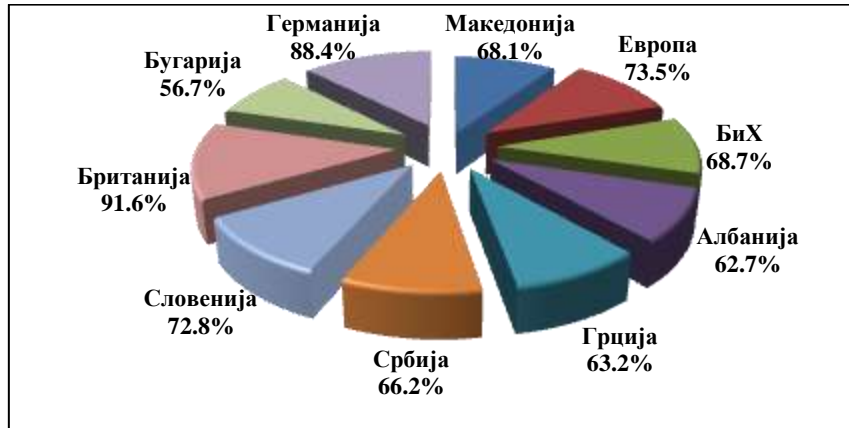
Eleventh International Scientific Conference
KNOWLEDGE IN PRACTICE
 16-18 December, 2016 Bansko, Bulgaria

уреди за конекција на интернет наменет за деловна комуникација	55.6	54.1	60.0	69.5
На вработените им обезбедиле интернет конекција за деловна комуникација наменета за употреба на софтверски апликации	47.9	46.6	50.2	67.3
Деловните субјекти имаат своја веб страна или почетна страница	52.9	49.6	62.7	83.5
Деловни субјекти кои употребуваат социјален медиум или имаат кориснички профил	52.5	51.6	54.2	66.4
Активно користење на социјалните мрежи (Facebook, Linkendin) итн. од страна на деловните субјекти	50.6	50.0	51.1	62.6
Деловни субјекти кои имаат блог на интернет (Twitter, Present) итн. за деловна комуникација	7.6	7.2	8.5	14.4
Деловни субјекти кои имаат свои веб страни за споделување на мултимедијална содржина (Youtube, Picassa, Flickr) итн.	13.5	12.3	16.0	29.8
Испратиле или примиле е-фактури соодветни за автоматска обработка во 2015	23.5	23.0	26.4	20.0

Врз основа на претходно изнесеното се гледа од табеларниот приказ дека интернет пенетрацијата во Република Македонија особено во делот на деловната комуникација покажува тенденција на доближување до европскиот просек, односно до земјите со највисок степен на интернет

пенетрација во светот, тоа процентуално доближување како податок за месец Ноември 2015 година ни е прикажано на следниот график број.1

График број 1 - Интернет пенетрацијата за месец Ноември 2015 година во Република Македонија во однос на соседните земји и земјите од Европа⁷²



Од графичкиот приказ се гледа големото процентуално приближување на Република Македонија кон Европските земји во однос на користење на комуникациските технологии т.е интернетот во деловната комуникација или поточно реализацијата на е-бизнисот. Така да разликата во пенетрацијата на интернетот меѓу Република Македонија и Европските земји е цели 5.4% , т.е 68.1% во Република Македонија а 73.5% во Европските земји.

Всушност претходно изнесеното е резултат на тоа што во периодот пред транзицијата беше донесена програма за развој на информативниот систем во Република Македонија. Ресурсите беа од локален карактер и непристапни за меѓународните мрежи. Имено во транзициониот период се постигна недоволен но евидентен напредок врз информатичкио-комуникациски технологии и покрај отсуството на вистински мерки со влијание врз истите.

Така да, таквата згоелмена примена на комуникациските технологии во водење на бизнисот подоцна изразена преку моделот на е-бизнис, се евидентира не само во државните компании туку и во малите и средни претпријатија во Република Македонија. Врз основа на тоа користењето на комуникациските технологии од страна на деловните субјекти во водењето на бизнисот со евидентен пораст и тоа во периодот од 2011 до 2015 година ни е прикажан на следниот графикон број 2.

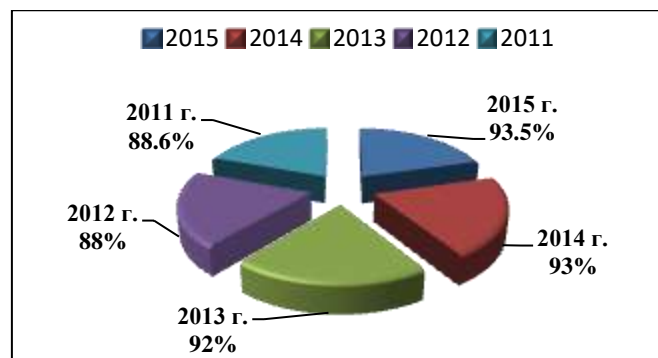


График број 2- Деловни субјекти кои користат интернет во бизнисот во период од 2011 до 2015 година во Република Македонија⁷³

⁷² <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm#europe>

⁷³ <http://www.stat.gov.mk/IndikatorIT.aspx?id=27>

Имено како што се гледа од претходниот графички приказ број 2 може да се види дека користењето на интернетот во водењето на бизнисот од страна на деловните субјекти во периодот од 2011 до 2015 година има значителен напредок во нагорна линија, да од 2011 година со 88.6 % да достигне значаен пораст во 2015 година со висок процент од 93.5% користење на интернетот во деловното работење.

Така да, како што расте бројот на интернет корисниците така расте и бројот на веб страни со македонска содржина кои се наменети за македонските интернет корисници. Во Македонија доминираат страни со забавно-колажен карактер и содржина но покрај нив се почесто се појавуваат и комерцијални веб страни со кои се нудат можности за on-line нарачка или трговија за најразвиените компании.

Инаку проблем кој би можел да настане во развојот на е-трговијата или е-бизнисот е непостоењето на специјализиран дистрибутер за поединечни on-line нарачки, тоа е така бидејќи македонскиот пазар е многу мал, што во иднина би претставувало доминатна пречка за развојот на е-бизнисот и е-трговијата.

4.3АКЛУЧОК

Во Македонија комуникациските технологии во користењето на бизнисот сеуште го бара своето место на медиумската сцена, а неговите предности се користат ограничено. Поради тоа кампањите не ги носат поскакуваните резултати, а огласувачот често ја губи желбата за вложување во овој медиум.

Со појавата на on-line олеснувањата, соништата и аспирациите на многу луѓе станале реалност. Компаниите, а и поединците бизнисмени кои што имале мал обем на производи за продавање, а не остварувале високи добивки поради бавните процеси, почувствувале извесно олеснување со појавта на on-line продажбата.

Во Македонија веќе постојат модели на електронска трговија кои се применуваат во мал обем без доволно дефинирани услови за безбедност кај корисниците, но и покрај тоа перспективата на е-бизнисот кај нас сепак е голема.

Така да, експанзијата несомнено предстои, а компаниите за да ги материјализираат посетите од страна на потенцијалните купувачи треба да имаат квалитетна понуда, но сепак претходно е потребна умешност во самиот е-бизнис да се привлечат посетителите да ја посетат веб страницата на компанијата како би се реализирала одредена бизнис дејност.

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

[1] Ferry Richard, "The ETF Book - Exchange Trade Funds: All you need to know about exchange trading funds", New Jersey, 2008.

[2] Gralla Preston, "How the internet works", sixth edition, USA, 2002.

[3] Поповска Златка "Политика на технолошки развој", Економски факултет, Скопје, 2000 год.

Интернет литература:

[4] <http://www.internetworldstats.com/>

[5] <http://www.stat.gov.mk/>

[6] [http://www.e-biznisi.net./](http://www.e-biznisi.net/)