

VYUŽITIE SOCIÁLNEJ SIETE V MARKETINGU PODNIKU SLUŽIEB

Jakub Cíba*

1 Úvod

Sociálne siete v súčasnosti nie sú žiadnou novinkou, ale veľmi rozšíreným pojmom, ktorý často zasahuje všetky oblasti každodenného života. V čase ich vzniku boli zamerané najmä na komunikáciu medzi ľuďmi, avšak s ich rozvojom a rapidným nárastom používateľov sa začali využívať aj ako nástroj na marketingovú komunikáciu, keďže prostredníctvom nich majú podniky možnosť osloviť veľký počet súčasných ale aj potenciálnych zákazníkov. Množstvo podnikov sa pri snahe získať pozornosť ľudí orientuje na sociálne siete a výnimku netvoria ani poštové podniky. Tie si uvedomili, že prostredníctvom sociálnych sietí sa môžu priblížiť k svojim zákazníkom, osloviť ich formou rôznych príspevkov a takisto môžu od nich získavať spätnú väzbu, ktorá je často krát veľmi dôležitá pre uspokojovanie potrieb zákazníkov a pre neustále zlepšovanie ponúkaných služieb.

2 Analýza súčasného stavu využívania sociálnych sietí poštovými podnikmi

Do analýzy súčasného stavu boli vybraté sociálne siete, ktoré patria medzi najpoužívanejšie a najpopulárnejšie na internete vo svete, ale aj na Slovensku a tie, ktoré najviac využívajú podniky pre svoju marketingovú komunikáciu so svojimi zákazníkmi. Práve tieto sociálne siete po web stránkach naštartovali prechod mnohých podnikov na internet: Facebook, Youtube, Twitter, Google+ a LinkedIn.

Približne 50% podnikov v Európe používa sociálne siete. Ako môžeme vidieť na základe nasledujúceho Obrázku 1., podniky využívajú sociálne siete najmä na budovanie svojho imidžu, implementáciu produktov na trh a získavanie názorov a hodnotení od svojich zákazníkov. Vďaka tomu môžu podniky neustále zlepšovať svoje poskytované služby. Okrem toho až 29% podnikov očakáva, že pomocou sociálnych sietí a médií sa môžu zákazníci zapojiť aj do vývoja produktov a podnikových inovácií.

* Ing. Jakub Cíba, Žilinská univerzita v Žiline, Fakulta Prevádzky a ekonomiky dopravy a spojov, Katedra spojov, Univerzitná 1, 010 26 Žilina, tel. č.: 041/513 3144, e-mail: jakub.ciba@fpedas.uniza.sk



Obrázok 1. Najčastejšie dôvody používania sociálnych sietí (Zdroj: *Use of social media by enterprises*. [online]. [cit. 2014-17-10]. Dostupné na internete: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Social_media_statistics_on_the_use_by_enterprises#Use_of_social_media_by_enterprises>. Vlastné spracovanie).

2.1 Analýza poštových podnikov na Slovensku a v zahraničí

Pre vykonanie príslušnej analýzy a výskumu v oblasti používania sociálnych sietí, boli vybraté slovenské poštové podniky (Tabuľka 1.), ktoré sú zaregistrované v registri poštových podnikov SR, s výnimkou fyzických osôb poskytujúcich poštové služby a podnikov, ktoré ukončili svoje podnikanie. Ďalej boli vybraté zahraničné poštové podniky (Tabuľka 2.), ktoré aktívne pracujú so sociálnymi sieťami a patria k medzinárodným poštovým podnikom s veľmi silným zastúpením na svetovom trhu.

Tabuľka 1. Vybrané poštové podniky na Slovensku

Poštový podnik	Popis
Slovenská pošta, a. s.	Slovenská pošta, a.s., pôsobí na Slovensku od roku 1993, kedy bola premenovaná z pôvodného štátneho podniku Správa pôšt a telekomunikácií. V súčasnosti má sídlo v Banskej Bystrici.
Kolos s. r. o.	Poštový podnik Kolos s. r. o. pôsobí v oblasti direct marketingu a poštových služieb už od roku 1995. V súčasnosti je členom poprednej skupiny Austrian Post Group a od roku 2006 aj súčasťou spoločnosti Österreichische Post AG.
TNT Express Worldwide spol. s r.o. (TNT Slovensko)	Podnik TNT Express sa úspešne etabloval na území Slovenskej republiky v roku 1991. Od roku 1993 však pôsobí ako samostatný poštový podnik s názvom TNT Express Worldwide s.r.o..
ReMax Courier Service, spol. s r.o.	ReMax Courier Service, spol. s r.o. pôsobí na slovenskom trhu od roku 2001. Pri preprave medzinárodných zásielok do/zo zahraničia podnik spolupracuje s prepravnou spoločnosťou Federal Express Corporation ("FedEx Express").
GO4, s. r. o.	Poštový podnik GO4, s.r.o. vznikol spojením dvoch existujúcich podnikov, poskytujúcich kuriérské služby (B&F Courier a Rockytrans) s finančným partnerom v roku 2005.
Cromwell a. s.	Poštový podnik Cromwell bol založený v Bratislave v roku 1993 ako polygrafický podnik, prešiel mnohými etapami vývoja a dnes patrí medzi jedno z najmodernejších tlačiarensko-distribučných centier v strednej Európe.

Direct Parcel Distribution s.r.o (DPD)	Poštový podnik DPD Slovensko začala svoje podnikanie v Slovenskej republike v roku 2002 a stále pokračuje v plnení svojho zámeru, získať významný podiel na poštovom trhu v oblasti vnútroštátnej a medzinárodnej preprave kusových zásielok.
Slovak Parcel service s. r. o. (UPS)	Podnik Slovak Parcel service s.r.o. pôsobí na slovenskom trhu expresných kuriérskych služieb od roku 1992. Už viac ako 20 rokov tento poštový podnik zastupuje americkú prepravnú spoločnosť United Parcel Service (UPS).
DHL Express (Slovakia), spol. s r. o.	DHL Express Slovensko s. r. o. patrí medzi prvé medzinárodné expresné podniky, ktoré začali pôsobiť na území bývalej československej republiky. V roku 1986 svoje služby poskytoval prostredníctvom spoločnosti Čechofracht, a. s..
IN TIME, s. r. o.	Poštový podnik IN TIME, s. r. o. vznikol v roku 1992 a bol jedným z prvých podnikov poskytujúcich kuriérsku službu na území Československa. Od roku 2000 po dohode s poštovým podnikom Slovak Parcel Service (SPS), ktorý prevzal domestikovanú prepravu.
GEIS Parcel SK s. r. o.	Prepravná podnik GEIS Slovensko je súčasťou svetovej logistickej skupiny Geis Group so sídlom v nemeckom Bad Neustadt.
DER KURIER Slovakia spol. s r. o.	Poštový podnik DER KURIER Slovakia spol. s r.o., poskytuje kuriérsku službu s medzinárodným aj vnútroštátnym pôsobením. Podnik začal pôsobiť na Slovensku v roku 2002.
GLS General Logistics Systems Slovakia s.r.o.	GLS Slovakia pôsobí na Slovensku od roku 2004. Jeho hlavnou podnikateľskou činnosťou je export expresných zásielok na území Slovenskej republiky ale aj do krajín Európskej únie, Turecka, Švajčiarska a Nórska v spolupráci s GLS General Logistics System.
Mediaprint-Kapa Pressegrasso, a. s.	Mediaprint-Kapa Pressegrasso, a.s., má stabilné postavenie na slovenskom trhu už od začiatku svojho pôsobenia v roku 1990. Dnes je najväčší distribútor neperiodickej a periodickej tlače v Slovenskej republike.
Železničná spoločnosť Slovensko, a. s.	Vznik a pôsobenie Železničnej spoločnosti na Slovensku bol od roku 2005. Jej hlavnou činnosťou je prevádzkovanie osobnej železničnej dopravy ale aj doprava kuriérskych zásielok na území Slovenskej a Českej republiky.

Tabuľka 2. Vybrané poštové podniky v zahraničí

Poštový podnik	Popis
TNT Express Worldwide	Poštový podnik TNT Express patrí medzi najväčšie expresné doručovateľské podniky. Pokrýva viac ako 200 krajín na svete a má vybudované veľmi silné postavenie na zahraničnom trhu.
Direct Parcel Distribution	Český poštový podnik DPD je v súčasnosti členom nadnárodnej skupiny GeoPost, ktorá je svetovým lídrom na poštovom trhu v oblasti zásielok a expresných služieb.
United Parcel Service (UPS)	Kuriérsky podnik UPS bol založený v roku 1907 v Spojených štátoch amerických. Dnes patrí tento poštový podnik k najväčším globálnym podnikom a expresným dopravcom poskytujúcich doručovanie balíkov pomocou špecializovaných dopráv, logistiky, kapitálu a e commerce služieb po celom svete.
DHL	Poštový podnik DHL začal svoje podnikanie v roku 1969. Jeho hlavná podnikateľská činnosť bola zameraná na poskytovanie a výkon kuriérskych služieb.
GEIS Parcel CZ (General Parcel Čechy)	Český podnik GEIS Parcel zaisťuje balíkovú logistiku na českom trhu už od roku 1994 pod obchodnou značkou General Parcel Čechy.

DER KURIER	Poštový podnik vznikol v roku 1979 v Nemecku. Je poskytovateľom expresných kuriérskych služieb ale aj logistiky s pridanou hodnotou v rámci celého dodávateľského reťazca na regionálnej, národnej a medzinárodnej úrovni.
GLS General Logistics Systems	GLS General Logistics Systems je medzinárodným podnikom zameraným na logistiku so sídlom v Amsterdame. Poštový podnik bol založený v roku 1999.
Česká pošta, š. p.	Česká pošta ako samostatný podnik začala vznikať 1. Januára 1992, kedy sa oddelila od štátneho podniku „Správa pôšt a telekomunikácií Praha“ samostatná divízia Česká pošta. O rok neskôr vznikol samostatný štátny podnik „Česká pošta“.
FIEGE	FIEGE s.r.o. sa vyvinul pred viac ako 140 rokmi z malého dopravného a špedičného podniku na jeden z najväčších logistických podnikov v Európe.
Skynet worldwide express	Poštový podnik Skynet worldwide express bol založený v roku 1972. V súčasnosti má viac ako 1000 pobočiek v 209 krajinách po celom svete, prostredníctvom ktorých ponúka kompletný rad distribučných služieb.
Aramex	Aramex je arabský poštový podnik, ktorý bola založená v roku 1982 a patrí medzi popredných svetových poskytovateľov komplexných logistických a dopravných riešení.
FedEx	FedEx vznikol v roku 1971 pod názvom Federal Expres. Poštový podnik začal oficiálne fungovať 17. Apríla 1973 zo 14timi malými lietadlami z medzinárodného letiska Memphis, kedy prepravila 186 balíkov do 25 miest v USA. V súčasnosti je FedEx Express najväčšou expresnou prepravnou spoločnosťou s viac ako 3,9 milióna zásielok za jeden deň.
Mediaservis	Poštový podnik Mediaservis predstavuje jediného alternatívneho poštového operátora, ktorý zaisťuje svoje služby na celom území Českej republiky, pomocou 6500 doručovateľov a 150tich kuriérov.

3. Cieľ a metodika

Cieľom výskumu, prezentovaného v tomto článku, je analýza stupňa využitia sociálnych sietí v marketingovej komunikácii vybraného poštového podniku. Vzhľadom k tomu, že na internete je veľké množstvo sociálnych sietí, k bližšej analýze bolo vybratých päť sociálnych sietí a to tie, ktoré sú najpoužívanejšie na Slovensku a v zahraničí. Na piatich sociálnych sieťach bola uskutočnená analýza, v akej miere využíva vybraný poštový podnik a jeho konkurencia sociálne siete v oblasti marketingovej komunikácie. Pre vykonanie výskumu v oblasti používania sociálnych sietí, bol vybraný poštový podnik DHL, s. r. o. najmä z toho dôvodu, že má jedno z najväčších zastúpení na sociálnych sieťach spomedzi všetkých poštových podnikov, a patrí k medzinárodnému poštovému podniku so silným zastúpením na svetom trhu. Prvou úlohou výskumu bolo zistiť, v akej miere využívajú poštové podniky vybrané sociálne siete. Druhá úloha, bola zameraná na konkrétne nástroje sociálnych sietí.

4. Interpretácia výsledkov a výskumu

Základný cieľ príspevku spočíva v analýze vybraných sociálnych sietí, a ich vplyvu na marketing poštového podniku, najmä na marketingovú komunikáciu. Na splnenie uvedeného cieľa boli stanovené výskumné otázky.

Výskumná otázka č. 1: V akej miere využívajú analyzované poštové podniky vybrané sociálne siete?

Tabuľka 3. Využívanie sociálnych sietí slovenskými poštovými podnikmi

Názov podniku	Facebook	Twitter	Google+	LinkedIn	Youtube
Kolos, s.r.o.					
TNT Express Worldwide, s.r.o.	•				•
ReMax Courier Service, s.r.o.					
Inspekta Slovakia, a.s.	•				
GO4, s.r.o.	•				
Cromwell, a.s.					
Direct Parcel Distribution, s.r.o.	•		•		•
Slovak Parcel Service, s.r.o.	•			•	
DHL, s.r.o.	•				
In Time, s.r.o.	•	•			
Geis Parcel SK, s.r.o.					
Der Kurier Slovakia, s.r.o.					
GLS General Logistic, s.r.o.	•				
Systems Slovakia, s.r.o.					
Mediaprint-Kapa Pressergrosso, a.s.	•				
Železničná spoločnosť Slovensko, a.s.	•			•	
Slovenská pošta, a.s.	•				

Tabuľka 3. zobrazuje používanie najpopulárnejších sociálnych sietí Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn a Youtube vybranými slovenskými poštovými podnikmi, ktoré sú zaregistrované v registri poštových podnikov SR, s výnimkou fyzických osôb poskytujúcich poštové služby a podnikov, ktoré ukončili svoje podnikanie.

Podľa údajov analyzovaných v Tabuľke 3. majú slovenské poštové podniky na vybraných sociálnych sieťach vytvorených iba 17 profilov.



Obrázok 2. Percentuálny podiel využívania sociálnych sietí slovenskými poštovými podnikmi.

Najväčšie zastúpenie spomedzi všetkých analyzovaných sociálnych sietí na základe Obrázku 2. patrí Facebooku. Na sociálnej sieti Facebook má vytvorený profil až 11 zo 17 poštových podnikov, čo predstavuje v percentuálnom vyjadrení 64%. Podľa Obrázku 2. môžeme vidieť aj zastúpenie ostatných sociálnych sietí, ktoré sú však na Slovensku využívané v oveľa menšej miere, pretože len 12% podnikov (2 podniky) má zastúpenie na sociálnych sieťach LinkedIn a Youtube, a len 6% (1 podnik) na Google+ a Twitteri.

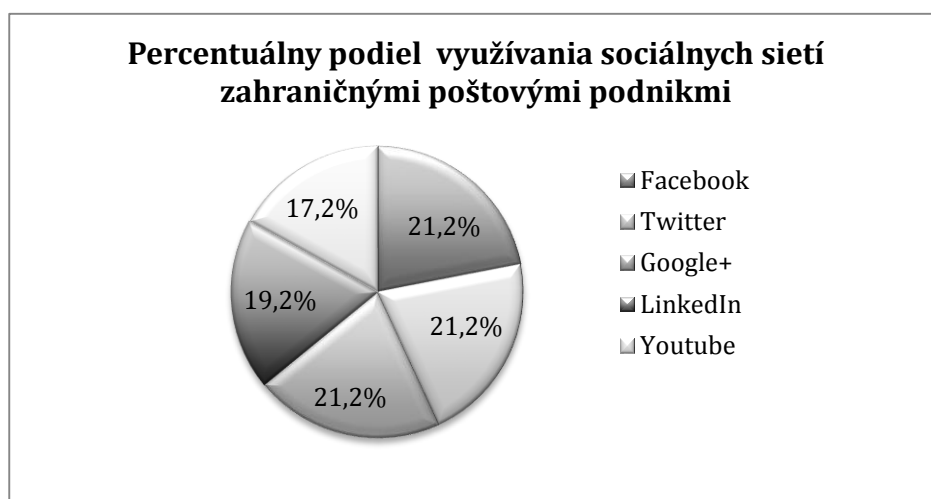
Len štyri poštové podniky majú vytvorený profil aj na inej sociálnej sieti ako Facebooku a dokonca iba jeden poštový podnik má svoj profil uverejnený na troch sociálnych sieťach.

Tabuľka 4. Využívanie sociálnych sietí zahraničnými poštovými podnikmi

Názov podniku	Facebook	Twitter	Google+	LinkedIn	Youtube
Kolos Netzwerk	•	•	•	•	•
TNT Express	•	•	•	•	•
Cromwell			•	•	
Direct Parcel Distribution	•	•		•	•
UPS UK (Slovak Parcel Service)	•	•	•	•	•
DHL	•	•	•	•	•
Geis Parcel	•		•		
Der Kurier	•	•	•		
GLS General Logistics Systems	•	•	•	•	•
Česká Pošta		•	•		•
FIEGE			•	•	•
Skynet Italy	•	•		•	
Aramex	•	•	•	•	•
FedEx Express (Inspekta Remax)	•	•	•	•	•
MediaServis	•	•			

Predchádzajúca tabuľka (Tabuľka 4.) zobrazuje používanie vybraných sociálnych sietí – Facebooku, Twitteru, Google+, LinkedIn a Youtube zahraničnými poštovými podnikmi. Z tabuľky je viditeľné, že zahraničné poštové podniky využívajú sociálne siete v oveľa väčšej miere ako tie slovenské. Poštové podniky boli vybrané na základe veľkého a úspešného zastúpenia na Slovensku ale aj v zahraničí.

Podľa údajov analyzovaných v predchádzajúcej tabuľke, majú zahraničné poštové podniky vytvorených až 57 profilov na vybraných sociálnych sieťach.



Obrázok 3. Percentuálny podiel využívania sociálnych sietí zahraničnými poštovými podnikmi. (Zdroj: Autor)

Na Obrázku 3. môžeme vidieť percentuálne vyjadrenie používania sociálnych sietí jednotlivými zahraničnými poštovými podnikmi. Medzi najviac využívané sociálne siete patria Facebook, Twitter a Google+, čo predstavuje v percentuálnom vyjadrení 21,2%. Sociálnu sieť LinkedIn využíva 11 podnikov a sociálnu sieť Youtube 10 podnikov, čo predstavuje iba malý rozdiel oproti predchádzajúcim sociálnym sieťam. Zahraničné poštové podniky majú oproti tým slovenským vytvorený profil minimálne na dvoch sociálnych sieťach, pričom až 7 podnikov má vytvorený svoj profil na všetkých piatich.

Výskumná otázka č. 2: Ktoré nástroje sociálnych sietí je možné aplikovať v marketingovej komunikácii?

Tabuľka 5. Jednotlivé nástroje sociálnych sietí

Nástroje sociálnych sietí	Facebook	Twitter	Google+	LinkedIn	Youtube
Textový príspevok	•	•	•	•	
Obrázok	•	•	•	•	
Video	•	•	•	•	•
Odkaz (link)	•	•	•	•	

Analýzovaný poštový podnik DHL na sociálnych sieťach najčastejšie využíva tie nástroje sociálnych sietí, ktoré možno aplikovať v marketingovej komunikácii. Medzi tieto nástroje patria: textový príspevok, obrázok, video a odkaz. Tabuľka 5 zobrazuje, ktoré konkrétne nástroje môže vybraná sociálna sieť využiť. Sociálne siete Facebook, Twitter, Google+ a LinkedIn môžu uverejňovať svoje príspevky pomocou všetkých štyroch nástrojov avšak sociálna sieť Youtube iba pomocou videa.



Obrázok 4. Percentuálny podiel uverejnených príspevkov poštovým podnikom DHL na vybraných sociálnych sieťach.

Uvedený Obrázok 4. zobrazuje percentuálny podiel uverejnených príspevkov v podobe textu, obrázku, videa alebo odkazu, ktoré analyzovaný poštový podnik zdieľal na všetkých vybraných sociálnych sieťach v prvom kvartáli roku 2014. Najviac uverejnených

príspevkov bolo v podobe samotného textu a obrázkov. Celkový počet textových príspevkov predstavoval hodnotu 149 a obrázkov 119 z celkového počtu 460. Príspevky vo forme videí a odkazov majú menšie hodnoty avšak len malým percentuálnym rozdielom sa líšia od predchádzajúcich nástrojov sociálnych sietí.

5. Záver

Výskum, ktorý bol uskutočnený na základe dvoch výskumných otázok, bolo zistené, že na vybraných sociálnych sieťach analyzovaný poštový podnik DHL využíva všetky nástroje marketingovej komunikácie. Medzi najviac používaný nástroj patrí reklama a public relations, menej používanými nástrojmi sú podpora predaja ale aj priamy marketing. Aby však bola marketingová komunikácia poštového podniku efektívna mal by svoje príspevky uverejňovať v pravidelných časových intervaloch, ktoré zaznamenávajú najvyššiu sledovanosť, aby bol neustále v kontakte so svojimi zákazníkmi. Medzi rozhodujúce faktory ovplyvňujúce marketingovú komunikáciu a sledovanosť príspevkov patrí aj vhodne zvolený nástroj sociálnej siete, či už obrázok, text, video alebo odkaz. Výsledky výskumu dokázali, že sociálne siete sú praktickým nástrojom v oblasti marketingovej komunikácie z dôvodu neustáleho rastu nových používateľov, ale aj nových možností a nástrojov pre podniky, ktoré tieto sociálne siete prinášajú. Sociálne siete sú ideálnym prostriedkom, ktorým sa podniky môžu dostať bližšie k svojim zákazníkom pomocou vhodne a účinne zvolenej marketingovej komunikácie.

Literatúra

- [1] *Social media – statistics*. [online]. [cit. 2014-17-10]. Dostupné na internete: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Social_media_statistics_on_the_use_by_enterprises#Use_of_social_media_by_enterprises>
- [2] *Use of social media by enterprises*. [online]. [cit. 2014-17-10]. Dostupné na internete: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Social_media_statistics_on_the_use_by_enterprises#Use_of_social_media_by_enterprises>
- [3] *Sociálne siete na Slovensku*. [online]. [cit. 2014-17-10]. Dostupné na internete: <<http://www.scribd.com/doc/86332262/Socialne-siete-na-Slovensku>>
- [4] OBERMAJEROVÁ, D.: *Využívanie sociálnych sietí v marketingu podniku služieb*. Bakalárska práca. Žilinská univerzita v Žiline, Žilina 2014. 63. s.