



RAZVOJ INOVATIVNE PLATFORME ZA KOMERCIJALIZACIJU FOTOGRAFIJA ULTIMATE STOCK

DEVELOPMENT OF AN INNOVATIVE PLATFORM FOR PHOTO COMMERCIALIZATION ULTIMATE STOCK

Bojan Čulibrk, *Fakultet tehničkih nauka, Novi Sad*

OBLAST: INDUSTRIJSKO INŽENJERSTVO I INŽENJERSKI MENADŽMENT

Kratak sadržaj – Uzimajući u obzir da se na tržištu nalazi nekoliko stock sajtova koji nude različite mogućnosti kao i ograničenja, a samim tim i zadovoljne odnosno nezadovoljne korisnike istih razvija se potreba za osmišljavanjem i razvojem sajta za fotografije koji će iskoristiti postojeće mogućnosti i eliminisati ograničenja ili ih barem umanjiti. To zahteva analiziranje svakog postojećeg sajta i prikupljanje informacija od samih korisnika, što podrazumeva i autore i kupce.

Ključne reči: Stock fotografija, nezadovoljstvo i zadovoljstvo korisnika, analiza, prikupljanje informacija.

Abstract – Considering that there are several sites on the market that offer different possibilities as well as limitations, and therefore, satisfied or dissatisfied users of the same, there's a need to design and develop a photo site that will take advantage of existing capabilities and eliminate limitations, or at least reduce them. This requires analyzing every existing site and collecting information from the users themselves, which includes both authors and customers.

Keywords: Stock photography, user dissatisfaction and satisfaction, analysis, information gathering.

1. UVOD

Ljudi često traže različite načine da zarade novac i kao jedno od mnogih rešenja smatra se stock fotografija. Mnogi fotografi smatraju da je prodaja sopstvenih fotografskih zaliha sjajna prilika da svoju kreativnost pretvore u novac.

Sa druge strane, mnoge kompanije i entuzijasti su u ovoj potrebi videle priliku da razviju posao praveći platforme za razmenu i prodaju fotografija.

Na internetu se može pronaći dosta stock sajtova koji se među sobom više ili manje razlikuju u smislu inovacija, podrške, prodaje i samog tipa stock sajta (Mikro ili Makro stock sajtovi).

Kod mikrostock sajtova akcenat je na kvantitetu, dok je kod makrostock sajtova akcenat na kvalitetu i jedinstvenosti. Materijal koji je postavljen na makrostock sajtove je često dosta "probraniji", ekskluzivniji i skuplji u odnosu na sadržaj koji je postavljen na mikrostock sajtove.

NAPOMENA:

Ovaj rad proistekao je iz master rada čiji mentor je bio dr Petar Vrgović, red. prof.

Jedna od prednosti stock fotografije je što nudi mogućnost pasivne zarade. Jednom kada su fotografije snimljene i otpremljene na web lokaciju sa slikama, postavljaju se metapodaci kao finalni korak! Zatim sledi zarada honorara od svake prodaje. Iako je prodaja stock fotografija daleko od brzog obogaćivanja, fotografi koji su dovoljno kreativni i uporni smatraju da prodaja stock fotografija može biti zabavan način za ostvarivanje dodatnog prihoda.[1] Većina fotografija koje su plasirane po dnevnim novinama, bilbordima, web sajtovima su stock fotografije. To znači da je vlasnik te fotografije dobio pare da bi fotografija bila objavljena. Stock fotograf je onaj koji svoje fotografije stavlja na raspolaganje za korišćenje uz određenu novčanu nadoknadu. Bavljenje ovakvom vrstom fotografije je vrlo unosan posao i može doneti veliku zaradu uz ozbiljnu posvećenost.[2] Neke od najpopularnijih tematika stock fotografije su: Beauty concept (Lepota), business concept, životni stil, koncept srećne porodice, raznolikost (diversity), aktuelna dešavanja, industrijski dizajn...

2. PROBLEM

Uzimajući u obzir da se na tržištu nalazi nekoliko stock sajtova koji nude različite mogućnosti kao i ograničenja, a samim tim i zadovoljne odnosno nezadovoljne korisnike istih razvija se potreba za osmišljavanjem i razvojem sajta za fotografije koji će iskoristiti postojeće mogućnosti i eliminisati ograničenja ili ih barem umanjiti. To zahteva analiziranje svakog postojećeg sajta i prikupljanje informacija od samih korisnika, što podrazumeva i autore i kupce. Sprovedenim istraživanjem uočeno je da se kao konkretan problem javljaju niske cene i nezadovoljstvo kreatora i kupaca, kao i nedovoljna efikasnost platformi postojećih stock sajtova.

Postojeći stock sajtovi ne ispunjavaju sve zahteve kada se radi o autorima kreativnog materijala koji se plasira na ovim sajtovima. Zahtevi autora nisu nešto nerealno odnosno sami autori nemaju preterano velika očekivanja i želje nego su njihovi zahtevi zasnovani na realnim osnovama što pre svega podrazumeva fer odnos. U zavisnosti od stock sajta koji autori koriste zavise i njihova nezadovoljstva istim ali ono se u suštini zasniva na ceni. Konkretan problem kada se radi o ceni nije u ceni pojedinačne fotografije nego cena fotografije kada se kupuje u okviru nekog paketa koje sajt nudi. To podrazumeva da se cena fotografije u okviru paketa znatno smanjuje i to sa npr. 9€ na 0.18€ po fotografiji. Takođe, problem jeste što čak ni tako niska cena ne pripada u potpunosti autorima nego samo određeni deo iste.

Sa druge strane, paketi koji se nude kupcima nisu adekvatni jer im pružaju mogućnost povlastice odnosnokupovine fotografija po znatno nižoj ceni u ograničenom vremenskom periodu koji se najčešće odnosi na period od mesec dana. Pored niskih cena i nezadovoljstva kako samih autora tako i kupaca, kao relevantan problem javlja se i nedovoljna efikasnost platformi pojedinih stock sajtova. Konkretna neefikasnost se ogleda upostavljanju fotografija i ostalog materijala na stock sajtove jer to može biti jako neprijatno iskustvo za mnoge autore, pogotovo ako je u pitanju veća količina sličnih fajlova. Postoje stock sajtovi gde korisnik postavi 300 fotografija i svaku fotografiju posebno mora da objavi što je jako naporno i oduzima dosta vremena. Iz razgovora sa profesionalcima i entuzijastama koji svoje

kreativne materijale postavljaju i prodaju na različite stock sajtove došlo se do određenih informacija koje se odnose na njihovo lično iskustvo i zadovoljstvo odnosno nezadovoljstvo stock sajtovima. Samim tim pošto se radilo o neformalnom razgovoru ne mogu se pružiti validni dokazi o njihovom iskustvu iako se oni svakako moraju uzeti u obzir. Takođe, statistički podaci o procentu nezadovoljnih korisnika se ne mogu pronaći na internetu niti od samih vlasnika stock sajtova jer je to nešto što njima može da načini štetu. Sa druge strane postoje određeni forumi na kojima autori međusobno komuniciraju i razmenjuju svoja iskustva. Istraživanjem tih foruma uočeni su komentari nezadovoljnih korisnika i isti su prikazani na slikama 1 i 2 [3].

Level	Range	Commission
Level 1	Up to 100	15%
Level 2	101 to 250	20%
Level 3	251 to 500	25%
Level 4	501 to 2,500	30%
Level 5	2,501 to 25,000	35%
Level 6	Over 25,000	40%

This effectively means that no matter how many sales a contributor has made, on January 1 each year, said contributor will always be demoted back to 'Tier 1' wherein they only receive a 15% commission on sales.

Shutterstock says it's 'making this adjustment in order to reflect changes in the market for creative content, help to create fair opportunities for all our contributors, and reward performance with greater earnings potential.' But contributors aren't convinced and are voicing their concerns and frustrations in the announcement forum post; especially members who have been long-time contributors with massive lifetime earnings numbers, as they will be most affected by this change.

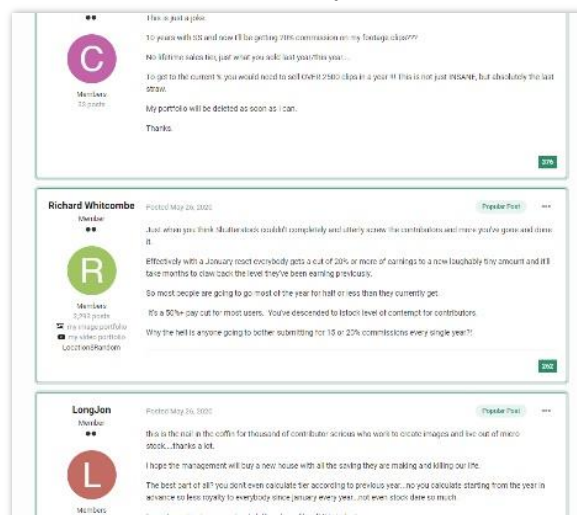
Shutterstock member [Richard Whitcombe](#), who's been a member since 2010 and has posted more than 3,200 pieces of content, replied to the announcement post saying, 'Just when you think Shutterstock couldn't completely and utterly screw the contributors more you've gone and done it.' He continues, 'Effectively with a January reset everybody gets a cut of 20% or more of earnings to a new laughably tiny amount and it'll take months to claw back the level they've been earning previously. So most people are going to go most of the year for half or less than they currently get.'

Whitcombe shared in a later post that a Shutterstock team member sent him a private message suggesting they will be hiding his posts replying to the original announcement. What posts exactly the Shutterstock team member is referring to remains to be seen, but you can read all of Whitcombe's public posts on his profile linked above.

Other members have also chimed in on the changes, echoing Whitcombe's concern and disbelief about the new earnings structure. As of publishing this article, there are 66 pages of replies to the [original forum post](#), few of which are positive.

Tags: [angered](#), [contributors](#), [earnings](#), [shutterstock](#), [stock-photography](#)

Slika 1. Nezadovoljstvo autora



Slika 2. Nezadovoljstvo autora

3. ZAKLJUČAK

Značaj ovog rada ogleda se u prikazivanju nedostataka postojećih stock sajtova, eliminaciji problema i usavršavanju kao i uvođenju „svežih“ inovacionih ideja u cilju pokretanja uspešnog i “Revolucionog” stock sajta (kompanije). Cilj rada je bio vezivanje kreativnosti i poslovnog aspekta u jednu celinu zarad sticanja osnovnog motiva - profita.

Glavna istraživačka pitanja koja su bila razrađena u ovom radu su:

1. Koji su glavni problemi koji se javljaju kod postojećih stock sajtova.
2. Kako eliminisati postojeće probleme.
3. Kako usavršiti stock sajt.
4. Koje inovacije i kreativne ideje implementirati pri pravljenju novog stock sajta.

Posmatrane varijable:

1. Cena
2. Zadovoljstvo/Nezadovoljstvo korisnika
3. Problemi sa samom platformom za postavljanje kreativnog sadržaja
4. Konkurencija
5. Inovacije i kreativne ideje koje je neophodno implementirati

Tip istraživanja:

Kvalitativno istraživanje, a nacrt je akciono istraživanje bazirano na ličnom autorskom i moderatoskouređivačkom iskustvu. Ovakvo iskustvo omogućava sagledavanje i razumevanje i jedne i druge strane (autore i stock agenciju).

4. LITERATURA

- [1] <https://contrastly.com/popular-stock-photography-sites/> septembar 2022.
- [2] <http://www.dzodan.com/blog/2014/11/24/stock-fotografija> septembar 2022.
- [3] <https://submit.shutterstock.com/> oktobar 2022

Kratka biografija:



Bojan Čulibrk rođen je u Novom Sadu 1992. god. Master rad na Fakultetu tehničkih nauka iz oblasti industrijskog inženjerstva i menadžmenta odbranio je 2022.god.
kontakt: bojanculibrk92@gmail.com