

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**ANALIZA PRILOŽNOSTI ZA VSTOP SLOVENSКИH PODJETIJ NA
JUŽNOAFRIŠKI TRG INFORMACIJSKO-KOMUNIKACIJSКИH
TEHNOLOGIJ**

Ljubljana, november 2014

MAŠA RIBNIKAR

IZJAVA O AVTORSTVU

Spodaj podpisani(-a) Maša Ribnikar, študent(-ka) Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, izjavljam, da sem avtor(-ica) zaključne strokovne naloge/diplomskega dela/specialističnega dela/magistrskega dela/doktorske disertacije z naslovom Analiza priložnosti za vstop slovenskih podjetij na južnoafriški trg informacijsko komunikacijskih tehnologij, pripravljene(-ga) v sodelovanju s svetovalcem/svetovalko dr. Katje Zajc Kejžar.

Izrecno izjavljam, da v skladu z določili Zakona o avtorski in sorodnih pravicah (Ur. l. RS, št. 21/1995 s spremembami) dovolim objavo zaključne strokovne naloge/diplomskega dela/specialističnega dela/magistrskega dela/doktorske disertacije na fakultetnih spletnih straneh.

S svojim podpisom zagotavljam, da

- je predloženo besedilo rezultat izključno mojega lastnega raziskovalnega dela;
- je predloženo besedilo jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem
 - poskrbel(-a), da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam v zaključni strokovni nalogi/diplomskem delu/specialističnem delu/magistrskem delu/doktorski disertaciji, citirana oziroma navedena v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, in
 - pridobil(-a) vsa dovoljenja za uporabo avtorskih del, ki so v celoti (v pisni ali grafični obliki) uporabljena v tekstu, in sem to v besedilu tudi jasno zapisal(-a);
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku (Ur. l. RS, št. 55/2008 s spremembami);
- se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predložene zaključne strokovne naloge/diplomskega dela/specialističnega dela/magistrskega dela/doktorske disertacije dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom.

V Ljubljani, dne _____

Podpis avtorja(-ice): _____

KAZALO

UVOD.....	1
1 INTERNACIONALIZACIJA.....	3
1.1 OPREDELITEV IN POMEN INTERNACIONALIZACIJE	3
1.2 NAČINI INTERNACIONALIZACIJE.....	5
1.2.1 Izvozne oblike	6
1.2.2 Pogodbene oblike	6
1.2.3 Investicijske oblike.....	7
2 PANOGA INFORMACIJSKO-KOMUNIKACIJSKE TEHNOLOGIJE	8
2.1 ZNAČILNOSTI IN POMEN PANOGE IKT	8
2.2 TRENDI V PANOGI IKT	10
2.3 INTERNACIONALIZACIJA PODJETIJ V PANOGI IKT.....	14
3 ANALIZA EKONOMSKIH IN DIPLOMATSKIH ODNOSOV MED EU IN JAR... 16	
4 ANALIZA PEST	19
4.1 POLITIČNO OKOLJE.....	20
4.1.1 Sodna ureditev	21
4.1.2 Zakonodajna ureditev in odnos do tujih investicij	21
4.1.3 Korupcija.....	23
4.1.4 Članstvo v mednarodnih organizacijah	25
4.1.5 Davčno okolje	25
4.1.6 Pravne oblike poslovnih subjektov na trgu in postopek ustanovitve podjetja ..	26
4.1.7 Delovnopravna zakonodaja	30
4.2 EKONOMSKO OKOLJE	31
4.3 SOCIOKULTURNO OKOLJE	35
4.4 TEHNOLOŠKO OKOLJE	41
5 PANOGA IKT V JUŽNI AFRIKI	47
5.1 SPLOŠNA ANALIZA PANOGE IKT V JUŽNI AFRIKI	47
5.2 PREGLED PO PROVINCAH.....	51
5.1.1 Western Cape	52
5.1.2 Eastern Cape.....	52
5.1.3 Limpopo	53
5.1.4 Northern Cape	54
5.1.5 Kwazulu-Natal	54
5.1.6 Free State.....	54
5.1.7 Guateng	55
5.1.8 Mpumalanga.....	55
5.1.9 North West	56
5.3 PREGLED PO PODSEKTORJIH	57

5.3.1	Informacijska tehnologija	58
5.3.2	Telekomunikacije	59
5.3.3	Elektronika.....	60
5.4	DOGODKI IKT	61
6	PRILOŽNOSTI ZA SLOVENSKA PODJETJA V PANOGI IKT	63
6.1	IZKUŠNJE SLOVENSКИH PODJETIJ IKT Z VSTOPOM NA TRG JAR	63
6.1.1	Predstavitev raziskave	63
6.1.2	Globinski intervjuji.....	64
6.2	PRILOŽNOSTI IN PRIPOROČILA SLOVENSКИM PODJETJEM IKT, KI SE ODLOČAJO ZA VSTOP NA TRG JAR	67
	SKLEP	70
	LITERATURA IN VIRI	72
	PRILOGE	

KAZALO SLIK

Slika 1:	Model internacionalizacije na podlagi omrežij	14
Slika 2:	Gibanje mednarodne menjave Slovenije z JAR, 2010–2012 (v tisoč EUR).....	19
Slika 3:	Province Južnoafriške republike.....	20
Slika 4:	Sektorska struktura BDP (v %)	33
Slika 5:	Prijava blagovnih znamk, patentov in dizajnov v obdobju 2008–2012	43
Slika 6:	Načrt raziskave	63

KAZALO TABEL

Tabela 1:	Socialna orodja in tehnologije, ki jih uporabljajo podjetja, % podjetij, ki uprabljajo posamezno tehnologijo	9
Tabela 2:	Tržni segmenti trga IKT, njihovi deleži in rast v milijardah dolarjev, v obdobju 2011–2012.....	11
Tabela 3:	Gibanje uvoza in izvoza EU iz JAR, skupno in v IT-panogi (v milijonih EUR)...	18
Tabela 4:	Vrednost izvoza Slovenije v države BRICS, 2008–2013 (v tisoč EUR)	18
Tabela 5:	Postopki za ustanovitev podjetja, njihovo trajanje in stroški.....	29
Tabela 6:	Ključni ekonomski kazalniki za JAR, v obdobju 2010–2013.....	31
Tabela 7:	Število in delež prebivalstva po provincah, v letu 2013	36
Tabela 8:	Rasna struktura prebivalstva, v letu 2012	37
Tabela 9:	Podatki o okuženosti prebivalstva z virusom HIV, v letu 2013.....	38
Tabela 10:	20 najbolj obiskanih spletnih strani	40

Tabela 11: Delež gospodinjstev, priključenih v javno električno omrežje po provincah, v letu 2012	41
Tabela 12: Uporaba sredstev javnega prevoza sredstev po provincah, v letu 2012.....	42
Tabela 13: Vrste povezav za dostop do interneta in njihovi deleži, v letu 2012.....	44
Tabela 14: Uporaba telefonskih priključkov v JAR po provincah in vrstah telefonije, v letu 2012	45
Tabela 15: Analiza SWOT raziskav in razvoja ter inovacij IKT v JAR	50
Tabela 16: Priložnosti IKT po posameznih provincah.....	57
Tabela 17: Ključni dogodki IKT na trgu JAR, njihov termin, cikel ponavljanja in kraj	62

UVOD

V svetu, kjer je hitrost pridobivanja podatkov, njihovega oblikovanja in prenosa ključna za delovanje vseh organizacij in tudi življenja posameznikov, je jasno, da je ena ključnih panog informacijsko-komunikacijska tehnologija (v nadaljevanju IKT). Panoga IKT poganja naš poslovni in zasebni vsakdan. Proizvodi in storitve, ki so plod te panoge, so večinoma del našega vsakdana. Panoga IKT temelji na stalnem razvoju in izboljšavah, kar posledično pomeni visoke stroške. Trg, kakršen je slovenski, tako hitro postane premajhen in treba je iskati nove priložnosti.

Internacionalizacija podjetij že dolgo ni več ena izmed možnosti, temveč postaja nekaj, kar je nujno za rast in razvoj podjetja. Regionalna struktura izvoza Slovenije se med letoma 2000 in 2010 ni bistveno spreminjala. V letu 2010 je Slovenija največ »izvozila« v države članice EU (71,7 %), precej velik delež slovenskega izvoza pa je pripadel drugim evropskim državam, in sicer 20,1 % celotnega izvoza. Izvoz v države zunaj evropske celine je bil relativno majhen, in sicer le 8,2 % (Perše et al., 2011, str. 19). Na podlagi navedenega lahko sklepam, da ima Slovenija kot izvoznica priložnost, da okrepi svoj delež izvoza na trgih zunaj Evrope.

Hitrorastoči trgi so za izvoznike zanimivi zaradi stanja njihove trenutne razvitosti ter hitrosti naraščanja potreb po storitvah in proizvodih IKT. Med skupinami hitrorastočih trgov je treba omeniti skupino BRICS, ki jo poleg Južne Afrike sestavljajo še Brazilija, Rusija, Indija in Kitajska. Moj izbor Južne Afrike kot države za raziskovanje priložnosti za podjetja IKT se skriva tudi v prednosti, ki jo v primerjavi z drugimi državami BRICS prepoznavam z vidika časovne usklajenosti poslovanja na domačem trgu in trgu Južne Afrike. Južna Afrika je namreč edina država v skupini, ki leži v istem časovnem pasu kot Slovenija oziroma EU.

Navedbe Kotabeja in Helsen (2001) ter tudi navedbe Hollensena (2004) nosijo jasno sporočilo, da je internacionalizacija nuja in ne izbira podjetij. Sklepam, da so podjetja na visoko razvitih trgih bolj konkurenčna, zato se je moje vprašanje usmerilo na razvijajoče trge. Da so trgi v razvoju velik potencial, podpirata tudi Pacek in Thorniley (2007, str. 146, 184–185), saj opozarjata, da podjetja na razvitih trgih težko dosegajo visoko rast prihodkov. Dotakneta se tudi trga Republike Južne Afrike, o katerem navajata, da je to trg z vidika zahodnih podjetij zanimiv predvsem na trgih B2B in na B2G. Trg Južne Afrike je doživel rast v letu 2004, kar je nanj prineslo veliko tujih investicij.

Ključno raziskovalno vprašanje se nanaša na prepoznavanje tržnih priložnosti za slovenska podjetja na trgu Republike Južne Afrike v segmentu IKT. Raziskovalno vprašanje izhaja iz dejstva, da slovenski trg zaradi majhnosti za slovenska podjetja predstavlja omejene priložnosti za rast. Glede na podatke Slovenske izvozne in razvojne banke, ki je v letu 2011 45 % (tj. 346 milijonov evrov) odobrenih kreditov namenila podpori izvoza slovenskega gospodarstva (Sporočilo za javnost, 2012), menim, da se država in slovenska podjetja že zavedajo pomembnosti tujih trgov za rast in razvoj.

Številni avtorji omenjajo, da se poslovanje podjetij ne sme omejevati na nacionalni ali regijski trg, temveč je treba stremeti h globalnim. Avtorja Kotabe in Helsen (2001, str. 2) razložita, da zasičenost domačih trgov na industrijsko razvitih trgih podjetja sili, da iščejo tržne priložnosti zunaj primarnih trgov. Ekonomska rast in rast števila prebivalcev v državah v razvoju sta prav tako za podjetja vzvod, da iščejo svoje priložnosti na tujih trgih. Hkrati lahko opazimo tudi podjetja z razvijajočih trgov, ki na razvitih trgih iščejo priložnosti in so pri tem tudi uspešna.

Motivi podjetij za internacionalizacijo so lahko proaktivni in reaktivni (Hollensen, 2004, str. 31). Hollensen opredeljuje proaktivne motive kot spodbude poskušati spremeniti strategije, ki temeljijo na interesih izkoriščanja unikatnih kompetenc in virov; reaktivni motivi pa kažejo odzive na pritiske ali spodbude z domačega ali tujih trgov. Podjetja se prilagajajo na trg pasivno in pasivno spreminjajo aktivnosti za zadovoljevanje vzvodov s trga.

Namen magistrskega dela je ustvariti delo, ki bo dalo slovenskim podjetjem oporo pri iskanju priložnosti na trgu Južnoafriške republike (v nadaljevanju JAR) in bo vodilo pri realizaciji vstopa na trg. Skušala bom raziskati, kako vzpostaviti povezave, ki bi podjetjem omogočale čim lažji doseg trga Južne Afrike.

Cilji magistrskega dela so doseči splošno uporabnost predstavljene vsebine. Na podlagi raziskovanja želim predložiti vsebino, s katero bodo lahko slovenska IKT podjetja ocenila svoj potencial na trgu JAR in se opredelila glede internacionalizacije svojega delovanja na tem trgu. Glavni cilj dela je torej analizirati tržne potenciale za vstop slovenskih IKT podjetij. Z raziskovanjem želim prepoznati najprimernejše province za vstop podjetij in ključne tržne segmente oziroma segmente produktov in storitev, ki jih trg najbolj potrebuje.

Menim, da trg Republike Južne Afrike ponuja tržne priložnosti za slovenska IKT podjetja, kar je tudi teza magistrskega dela. Z vidika podjetij je namen dela prepoznati poslovne priložnosti in spoznati različne postopke pri posameznih načinih vstopa na trg Južne Afrike. Z magistrsko nalogo želim odgovoriti na vprašanja, katere priložnosti so zaznala slovenska IKT podjetja, ki že delujejo na trgu, ter s katerimi omejitvami so se srečala pri vstopu na trg Južne Afrike in kako se jih premagala. Osnovna hipoteza, ki jo bom preverjala v magistrskem delu, je, da na južnoafriškem trgu IKT obstajajo priložnosti za vstop slovenskih podjetij.

V magistrski nalogi se bom opirala na primarne in sekundarne vire. Na kratko bom predstavila teoretične osnove internacionalizacije. Teoretično podlago internacionalizacije podjetij bom črpala iz strokovnih in znanstvenih člankov in monografij. V drugem delu naloge bom uporabila zlasti vire iz statističnih uradov, makroekonomskih analiz in poročil slovenskih in svetovnih organizacij ter tudi vladnih in nevladnih organizacij v Južni Afriki.

Kompleksnost tematike in potreba po širšem pregledu trga zahtevata uporabo raznolikih metodoloških pristopov. V magistrskem delu bom uporabila analizo PEST, to je analizo splošnega pregleda trga, ki jo bom nadgradila z analizo panoge, z uporabo katere pa želim prepoznati posamezne priložnosti v posamezni provinci in konkurenco okolja na trgu. Ker je

cilj magistrske naloge njena uporabnost, bom zaradi analize trga Južnoafriške republike opravila tudi delno strukturirane globinske intervjuje s predstavniki podjetij, ki že delujejo na trgu Republike Južne Afrike, in tistimi, katerih priložnost za uspeh na tem trgu bi prepoznala med analizo trga. Z intervjuji želim predvsem spoznati razloge za izbiro trga, omejitve ob vstopu in druge izkušnje podjetij, ki na trgu že delujejo.

Tematika obravnavane teme in cilji magistrske naloge po eni strani narekujejo način raziskave, ki po drugi strani prinaša omejitve. Omejitve raziskovanja trga se kažejo zlasti v potrebi po vsebinskem presojanju vseh podatkov, saj ti včasih niso pridobljeni v uradnih ustanovah, npr. statističnih uradih, temveč v neavtoriziranih spletnih virih. Ključno omejitev vidim v pridobivanju ustreznega števila podjetij, ki bi sodelovali v intervjujih, saj gre lahko pri raziskovanju izkušenj s tujega trga za informacije, ki jih podjetja ne želijo razkrivati.

V prvem poglavju bom predstavila internacionalizacijo podjetij, motivacijo podjetij za internacionalizacijo in pomen internacionalizacije za podjetja. V drugem poglavju se bom posvetila raziskovanju panoge IKT, njenih trendov in načina internacionalizacije IKT podjetij. V tretjem poglavju bom skupaj z analizo PEST preučila splošno okolje Južne Afrike in v četrtem poglavju analizo poglobila z analizo panoge na trgu Južne Afrike. V zadnjem poglavju bom raziskovala priložnosti, ki jih ponuja trg za vstop slovenskih podjetij.

1 INTERNACIONALIZACIJA

Podjetja se v globalnem svetu težko omejijo na delovanje v eni državi, zato iščejo poslovne priložnosti zunaj meja matične države. Iskanje in realizacijo priložnosti podjetij v mednarodnem okolju imenujemo internacionalizacija. Nekateri avtorji menijo, da je globalizacija osnova za internacionalizacijo. Globalizacija je pojavna oblika delovanja trga, poleg tega pa tudi internacionalizacija, substitucija trga s hierarhičnimi odnosi, saj vse večji del transakcij poteka v transnacionalnih podjetjih (Svetličič, 2004, str. 115). Globalizacija in internacionalizacija vplivata na tokove poslovanja po svetu ter ustvarjata konkurenčno in spremenljivo okolje. V nadaljevanju bom pregledala načine internacionalizacije in njen namen, ki bo omogočal boljši pogled na potrebe IKT podjetij in njihove internacionalizacije.

1.1 Opredelitev in pomen internacionalizacije

Brenčič, Lisjak, Pfajfar in Ekar (2006, str. 17–18) opredeljujejo internacionalizacijo kot vstop podjetja z njegovimi izdelki ali storitvami na tuji trg. Internacionalizacija v najširšem smislu se nanaša na vse oblike mednarodnega ekonomskega sodelovanja. Avtorji v tem delu opredelijo vrste internacionalizacije tudi glede na smer:

- **vhodna internacionalizacija:** uvoz, licence in skupna vlaganja na domačem trgu;
- **izhodna internacionalizacija:** rast in razvoj poslovanja domačih podjetij prek nacionalnih meja;

- **kooperativna internacionalizacija:** strateške povezave, sporazumi o partnerstvu, predvsem nekapitalske povezave.

Internacionalizacija je vsaka aktivnost podjetja na trgu zunaj lastne države. Podjetja se lahko odločajo za internacionalizacijo zaradi dejavnikov notranjega izvoda ali motivacije, ki prihaja s trga. Govorimo o zunanjih in notranjih dejavnikih, ki vplivajo na internacionalizacijo. Sternquist (2007, str. 6–13) med vzroki za internacionalizacijo podjetij navaja:

- **zrel trg z majhnimi možnostmi za rast:** ko postane trg nasičen in vsak od konkurentov zavzame svoj delež trga, ima podjetje zelo minimalne možnosti za rast, zato se podjetja z željo in potrebo po rasti odločijo za internacionalizacijo, s katero lahko zapolnijo svoje proste kapacitete in vzdržujejo želeno rast;
- **zmanjševanje tveganj z razpršitvijo naložb:** delovanje le na enem trgu pomeni veliko tveganje za podjetja, saj bi bilo lahko ob hitri spremembi na trg, spremembi zakonodaje, vstopu novih konkurentov močno oteženo njihovo poslovanje. Z vstopom na tuje trge podjetja del svojih ciljev dobičkonosnosti prenesejo na svojo enoto v tujini;
- **rast na domačem trgu je pravno omejena:** trgi oziroma panoge so lahko omejene z vidika varstva konkurence ali je z zakoni omejen razvoj produktov ali storitev. Podjetja se zato odločijo za vstop na tuje trge, kjer nimajo pravnih omejitev za rast in razvoj;
- **zavarovanje poslovnega koncepta:** podjetja z inovativnimi poslovnimi koncepti z vstopom na tuje trge zaščitijo morebitno posnemanje poslovnega koncepta in si s tem omogočijo nadaljnjo rast;
- **padec dinamike domačega trga:** v svetu hitrih gospodarskih sprememb se morajo podjetja hitro odzvati na spremembe v dinamiki na vseh trgih. Podjetja, ki želijo ohraniti raven produkcije ali prodaje morajo ob padcu aktivnosti na domačem trgu, vir kupcev poiskati zunaj meja domačega trga;
- **pobiranje smetane ob vstopu na trg:** biti prvi na trgu je zelo pomemben dejavnik pri podjetjih, katerih produkti so inovativni in jim grozi hitro posnemanje. Prva podjetja na trgu imajo možnost raziskovanja in odzivanja trga, poleg tega imajo dostop do najbolj zagretilih oboževalcev »tehnologije«.

Internacionalizacija se začne med učenjem o mednarodnih operacijah podjetja in odločitvijo, da podjetje začne delovati internacionalno (Amal & Filho, 2010, str. 608). Wild, Wild in Han (2006, str. 5) opredeljujejo mednarodno poslovanje kot vsako poslovno dejavnost, ki prečka mejo dveh ali več držav. Iz navedenega lahko razvijem misel, da podjetje brez internacionalizacije ne more uspešno poslovati. Večina podjetij z drugih trgov črpa znanje, vire, surovine ali na tujih trgih išče potrošnike ali posrednike. Podjetja so zato vse bolj izpostavljena iskanju svojih priložnosti za rast in razvoj zunaj meja svojega domačega trga.

Podjetja, ki na tujih trgih iščejo surovine ali nizko izobraženo delovno silo, se za internacionalizacijo odločijo, ko imajo dostop do sredstev, ki so vezana na lokacijo, ali pa imajo težave s tem, da bi svoj produkt zaradi katerih koli razlogov proizvajali na domačem trgu in ga potem odposlali na ciljni trg (Jain, Lahiri & Hausknecht, 2013, str. 263).

Internacionalizacija podjetij je torej pridobivanje različnih virov in informacij, ki se uporabljajo pri poslovanju podjetja. Pomen internacionalizacije se skriva tudi v pridobivanju znanja, surovin in iskanju novih odjemalcev na trgu. Ne glede na smer internacionalizirano podjetje vstopa v mednarodni prostor, ki prinaša priložnosti in tudi nevarnosti. Internacionalizacija poslovanja se lahko močno razlikuje, kadar gre za mednarodne aktivnosti majhnega podjetja ali kadar analiziramo mednarodne aktivnosti velikega podjetja. Velike multinacionalke so podjetja, ki imajo v lasti prodajne ali proizvodne podružnice v drugih državah. V mednarodnem poslovanju velike organizacije delujejo pod drugačnimi vplivi in drugače kot mala podjetja. Velika podjetja so medijsko izpostavljena, grozijo jim združitve in prevzemi, majhna podjetja pa imajo veliko prostora za zadovoljevanje tržnih niš. Prisotnost majhnih podjetij v mednarodnem poslovanju narašča (Wild et al., 2006, str. 27–29).

Del internacionalizacije poslovanja je tudi trženje, ki se mora prilagajati drugim potrebam in omejitvam trga. Mednarodno trženje je proces planiranja in izvajanja aktivnosti čez meje nacionalnega trga zaradi izpolnjevanja potreb posameznikov in organizacij. Mednarodno trženje ohranja enake aktivnosti kot trženje na domačem trgu, vendar zaradi podvrženosti makroekonomskim vplivom, različnim omejitvam in drugim zakonskim predpisom pogloblja svojo kompleksnost in intenzivnost (Czinkota & Ronkainen, 2001, str. 3–5).

Ruzzier v svoji raziskavi iz leta 2010 opisuje spodbude in ovire za internacionalizacijo slovenskih podjetij. Raziskava je pokazala, da so največje spodbude za internacionalizacijo v doseganjih ekonomij obsega stagnacija oziroma zmanjševanje domačega povpraševanja in prodaje, zrelost domačega trga in posredovanje ekskluzivnih informacij o tujih trgih. Med največje ovire za internacionalizacijo poslovanja pa slovenska podjetja po raziskavi uvrščajo cenovno nekonkurenčnost, oteženo razumevanje tujih poslovnih praks in omejene informacije za analizo tujih trgov (Ruzzier & Kesič, 2011, str. 30–31).

Če povzamem, je pomen internacionalizacije v zagotavljanju in omogočanju rasti podjetjem. Internacionalizacija podjetjem omogoča, da s svojim razvojem zadovoljujejo različne trge, kar v povratnih informacijah pomeni dodatno učenje in temelj za nadaljnji razvoj. Podjetja v gospodarstvu, kjer se tehnologije in rešitve razvijajo in nadgrajujejo dnevno, morajo svoja tveganja in trge iskati široko in zunaj okvirov domačega trga. Za podjetja, ki delujejo v panogi IKT ter ponujajo storitve in produkte, ki jih potrebujejo vsi trgi, je internacionalizacija nujen pogoj za njihovo rast in razvoj. Internacionalizacija je za podjetja določen finančni, kadrovski in procesni zalogaj, zato se podjetja ob odločanju o internacionalizaciji odločajo med različnimi oblikami internacionalizacije, izberejo pa tisto, ki je zanje najbolj sprejemljiva.

1.2 Načini internacionalizacije

Podjetja se ob vstopu na tuji trg vprašajo tudi, kako vstopiti. Tehtajo med tremi merili, in sicer med tveganjem, nadzorom in fleksibilnostjo. Zaradi tega izbirajo med različnimi načini vstopa na trg, ki so zanje najprimernejši glede na navedena tri merila. IKT podjetja imajo lahko

prednost pri dostopu do tujih trgov že zaradi tehnologije in infrastrukture, potrebne za njihove produkte in storitve. Zato bom pregledu internacionalizacije podjetij in panoge IKT pozneje dodala še pregled procesov internacionalizacije IKT podjetij.

1.2.1 Izvozne oblike

Izvozne oblike internacionalizacije so pogosta izbira podjetij ob prvem stiku z internacionalizacijo ali izbira ob delovanju na trgu, kjer je težje napovedovati gospodarske trende. Prednosti izvoznih oblik so predvsem v fleksibilnosti in s tem manjšem tveganju, slabosti izvoznih oblik vstopa na tuje trge pa so predvsem v nadzoru. Podjetje na tuji trg lahko izvaša prek posrednikov na tujem trgu, posrednikov na domačem trgu ali sodeluje pri izvoznih poslih v obliki izvoznih grozdov. Med izvozne oblike štejemo posredni izvoz, neposredni izvoz in kooperativni izvoz.

Podjetje, ki ima dolgoročne načrte delovanja na ciljnem trgu, mora biti ob izbiri izvozne oblike pozorno na to, katere informacije bo potrebovalo pri razvijanju svoje prisotnosti na trgu. Ob izvozu naj podjetje izbere obliko, ki mu bo omogočala pridobivanje povratnih informacij s trga in nadzor nad trženjskim spletom, saj bi lahko nadaljnji razvoj vstopa nasprotno prinesel tudi učinek kanibalizma ali popolnoma neustrezno dojetje blagovne znamke na trgu. V primeru kooperativnega izvoza morajo biti podjetja pozorna, da je njihovo delovanje na trgu usklajeno in uravnoteženo (Welch, Benito & Petersen, 2007, str. 237–269).

1.2.2 Pogodbene oblike

Pogodbene oblike poslovanja zmanjšujejo slabost nadzora v primerjavi z izvoznimi oblikami, vendar se podjetje s tem delno odpove fleksibilnosti in poveča tveganje. Med pogodbene oblike mednarodnega poslovanja štejemo licenčno poslovanje, franšizing, strateške zveze in pogodbeno proizvodnjo. Licenčno poslovanje pomeni, da proizvajalec na svojem ciljnem trgu poišče podizvajalca in mu za čas trajanja podeli licenco za proizvodnjo proizvodov oziroma izvajanje storitev. Glavna slabost licenčnega poslovanja je predaja znanja o izdelku oziroma storitvi izvajalcu, ki trg pozna, zato mora podjetje poskrbeti za ustrezne pravne zaščite, da se prejemnik licence na trgu ne pojavi kot konkurent.

Franšizing je oblika širitve na tuje trge, ki jo navadno izberejo podjetja, ki želijo rasti, sama pa za to nimajo ustreznega kapitala. V primeru franšize imetnik franšize od lastnika franšize odkupi znanje o poslovnem modelu, se dogovori o načinu izmenjave informacij s trga in poskrbi za ustrezno zastopanje blagovne znamke na trgu.

Skupna vlaganja so tretja skupina pogodbenih oblik vstopa na tuje trge. Pri skupnih vlaganjih gre načeloma za združitve moči načeloma konkurenčnih podjetij ali komplementarnih podjetij pri vstopu na nov trg. Glavna prednost je v deljenju stroškov investicije vstopa, na drugi strani pa gre pri tej obliki za delno razkritje poslovnih strategij, znanja in načrtov morebitnemu konkurentu (Welch et al., 2007, str. 51–161).

1.2.3 Investicijske oblike

Investicijske oblike so oblike mednarodnega poslovanja, ki predstavljajo za podjetja največje tveganje in najmanjšo mero fleksibilnosti. Prednost investicijskih oblik je predvsem v stopnji nadzora, zato jih uporabljajo podjetja, ki bi z uhajanjem znanja izgubila največ. Investicijske oblike so tuje neposredne naložbe in skupna vlaganja. Ne gre pa pozabiti, da med investicijske oblike spadajo tudi prevzemi podjetij na ciljnem trgu. Za investicijske oblike se podjetja odločajo takrat, kadar na trgu želijo delovati dolgoročno ali pa način poslovanja oziroma produkt ne dopušča drugačnega pristopa. Izziv podjetja, ki se odloči za tako vrsto internacionalizacije, leži predvsem v obvladovanju tveganj.

Investicijske oblike se na trgu kažejo kot lastna prodajna mesta, skladišča, logistični centri, upravne stavbe. Investicijske oblike so lahko posledica dobrih izkušenj podjetja na trgu in potrebe čim boljšega sledenja trgu. Take oblike poslovanja na tujem trgu prinašajo največjo bližino končnemu uporabniku, kar omogoča podjetju hitrejšo prilagoditev potrebam trga. Vodenje podružnic ni nujno popolnoma avtonomno, saj je enota na tujem trgu iz upravljalškega vidika še vedno lahko podrejena svoji matici in zato je ključna naloga podjetja najti ravnovesje med nadzorom in samostojnostjo svoje enote. Investicijske oblike zaradi tveganj, ki jih lahko prinašajo podjetja, izberejo, ko že nekaj časa poslujejo na trgu in dodobra poznajo tveganja, hkrati pa toliko poznajo trg, da lahko relevantno ocenijo svoj potencial rasti na trgu in potrebne vložke za ciljno rast (Welch et al., 2007, str. 320–337).

Podjetja se pri vstopu na trg odločajo, ali želijo na trg vstopiti s prevzemom ali združitvijo z že obstoječim podjetjem na trgu ali želijo zgraditi poslovno enoto na trgu. Tako se podjetja ob vstopu na tuji trg odločajo med dvema oblikama prisotnosti na trgu, in sicer med vstopom na trg na podlagi prenosa sredstev ali znanja na podlagi prevzema ali združitve ter med lastniško prisotnostjo na trgu s t. i. tujo neposredno investicijo (Yadong, 2002, str. 198–203). Internacionalizacija podjetja ni odvisna le od tržnih pogojev na domačem in tujem trgu, temveč je močno povezana z odnosom managementa podjetja do internacionalizacije in znanja managementa s tega področja (Mlinarič & Mlinarič, 2010, str. 254).

Odločitev o internacionalizaciji in vstopu podjetja na tuje trge je torej strateška odločitev, za katero podjetje potrebuje veliko znanja in informacij. V ta namen v nadaljevanju raziskujem načine, kako odpreti podjetje na trgu Južne Afrike. Empirične študije kažejo, da majhna podjetja v lasti tujcev naletijo na raznovrstne težave, ki niso vezane na finančne ovire, ovire v povpraševanju, vendar v zagovor vstopa na trg priča dejstvo, da glede na raziskave tujci posedujejo dobre podjetniške veščine, ki jim omogočajo uspešno vodenje podjetja v tujih državah (Tengeh, Ballard & Slabbert, 2011, str. 362).

2 PANOGA INFORMACIJSKO-KOMUNIKACIJSKE TEHNOLOGIJE

2.1 Značilnosti in pomen panoge IKT

Živimo v svetu, ko nas v vsakem trenutku obkroža informacijska tehnologija. Informacijska tehnologija se pojavlja vse okoli nas – v poslovnem in tudi v zasebnem življenju, vse to le kaže razvitost in pomembnost panoge IKT. Ob vsej tehnologiji se seveda postavlja vprašanje, kaj vse spada pod panogo IKT. Na spletni strani Qfinance (Information technology, 2014, str. 8) opredeljujejo industrijo IKT kot računalniško programiranje in svetovanje, računalniške igre in omrežne dejavnosti, računalniške naprave, management in obdelava podatkov, podatkovno gostovanje, storitve svetovnega spleta, telekomunikacijske storitve, spletne strani in portali.

Panoga IKT oz. informacijska tehnologija se vse bolj vpleta v delovanje vsakega podjetja in življenje posameznikov. Z razvojem IT-tehnologij sta se pojma produktivnosti in učinkovitosti zelo spremenila, saj imajo zdaj podjetja za notranje sodelovanje možnost takojšnje izmenjave informacij, hitrejšo izvedbo analiz in ukrepov. IT-panoga je poleg transporta vplivala na zmanjšanje razdalj in omejitev, ki jih ima klasična oblika komunikacije.

Menim, da konkurenčnost vse bolj temelji na pridobljenih informacijah in njihovih analizah. Informacijska tehnologija je s svojim razvojem prinesla podjetjem možnosti pridobitve informacij v realnem času, kar pomeni, da podjetja ne tekmujejo med seboj več le pri tem, kako s trga pridobiti čim bolj kakovostne informacije, temveč v njihovih hitri obdelavi ter v sprejemanju hitrih in kakovostnih odločitev. Informacijska tehnologija sili podjetja v optimiziranje njihove učinkovitosti. V tem dejstvu tiči tudi moja odločitev za izbiro panoge IKT pri raziskovanju trga Južne Afrike, saj je dejstvo, da lahko podjetja današnjemu hitremu razvoju in hitrim spremembam na globalnih trgih sledijo le pod pogojem učinkovite infrastrukture IKT znotraj podjetja in znanja na področju IKT. Dejstvo je tudi to, da je IKT vpeta v poslovanje prav vsakega podjetja ne glede na panogo in celino, na kateri posluje (Luftman & Ben-Zvi, 2009, str. 203–213).

Informacijska revolucija je prinesla velike spremembe v poslovanje podjetij tudi do te mere, da so podjetja bila in so še vedno primorana spreminjati poslovne modele. Velike spremembe v dostopnosti do kupcev je prinesel razvoj internetne infrastrukture. Podjetja so svojim fizičnim poslovalnicam dodala poslovalnice na internetu, zato da bi lažje sledila svojim kupcem. Kupci so na poslovanja podjetij zaradi vplivov informacijske tehnologije močno vplivali s spremembami nakupnih navad. Iskanje dobre ponudbe za zadovoljevanje potreb je zdaj le klik stran in zato morajo podjetja poskrbeti za dovolj hiter odziv na njihove potrebe in odzive konkurentov (Manyika, Roberts & Sprague, 2007).

IKT so v današnjih časih vpete v skoraj vse segmente poslovanja in podjetja brez podpore IKT tako rekoč ne morejo več poslovati. Večina vseh poslovnih procesov je podprta s tako ali

drugačno računalniško oziroma informacijsko podporo. Tudi v podjetjih, ki ne poslujejo v panogi IKT, so s tehnologijo IKT podprti procesi od kadrovanja, računovodstva, prodaje, logistike itd. V podjetjih tehnologijo IKT izkoriščajo tudi za zmanjševanje geografskih razlik z uporabo videokonferenčnih klicev. Tehnologija IKT mednarodnim podjetjem omogoča tudi hiter prenos znanja in timsko delo zaposlenih z različnih celin na skupnem projektu.

Tabela 1: Socialna orodja in tehnologije, ki jih uporabljajo podjetja, % podjetij, ki uporabljajo posamezno tehnologijo

Socialna orodja in tehnologije	2009*	2010*	2011*	2012*
videokonferenčni klici	-	-	-	60
socialna omrežja	28	40	50	53
blogi	32	38	41	43
sodelovanje pri urejanju dokumentov	-	-	-	43
deljenje videovsebin	31	33	38	41
RSS	28	30	30	29
Wikis (deljenje znanja in nadgradnja)	25	27	25	26
mikrobloging	12	19	23	25
podcast	23	25	24	25
označevanje	14	18	19	20
ocenjevanje	14	14	15	15
zbirke gradiva	9	11	9	8
testni trgi	5	7	7	8

Legenda: * Število sodelujočih podjetij v raziskavi: 2009n = 1695, 2010n = 3249, 2011n = 4261, 2012n = 3542.

Vir: J. Bughin, M. Chui, Evolution of the networked enterprise: McKinsey Global Survey results, 2013.

Socialna orodja in tehnologije, na katerih slonijo, multinacionalnim podjetjem omogočajo, da dosežejo povezanost in timsko pripadnost med zaposlenimi. V tabeli 1 povzemam izsledke raziskave, ki jo je v letu 2013 opravilo podjetje McKinsey&Company (Bughin & Chui, 2013), ki kaže uporabo socialnih orodij in tehnologij, ki jih za svoje poslovanje uporabljajo podjetja.

Bughin in Chui (2013, str. 4) v raziskavi ugotavljata, da vodilni v podjetju prepoznajo številne prednosti uporabe prej navedenih tehnologij v različnih segmentih poslovanja. Na ravni internega poslovanja vidijo prednosti v hitrosti pridobivanja znanja, zmanjševanju stroškov internega komuniciranja, zniževanju potovalnih stroškov, hitrejšem dostopu do notranjih strokovnjakov in v dvigu zadovoljstva zaposlenih. Med petimi najpomembnejšimi koristmi uporabe IT-tehnologij iz odnosa podjetje kupec vodilni v podjetjih naštevajo koristi, kot so dvig trženjske učinkovitosti, dvig zadovoljstva kupcev, zmanjševanje stroškov trženja, zniževanje potovalnih stroškov in zniževanje stroškov uporabniške podpore. Bughin in Chui

(2013) sta raziskovala tudi, katere najpomembnejše koristi vidijo vodilni v podjetju pri odnosih s poslovnimi partnerji, dobavitelji in zunanji strokovnjaki. Tu vodilni navajajo enake koristi, kot jih prepoznavajo pri koristih vplivov tehnologije IKT za njihovo notranje poslovanje, iz česar lahko zaključim, da tehnologija IKT v poslovanje podjetij prinaša enotnost in celovitost procesov in zadovoljevanja tujih trgov ter da so tuji trgi s pomočjo tehnologij IKT vse bolj dostopni. Iz analize koristi je razvidno tudi, da se vse bolj briše meja med podjetjem, trgov in drugimi členi v dobavni verigi.

Informacijska tehnologija je prinesla mnogo sprememb in transformirala posamezne segmente trgov ali celo trge kot celoto. Agarwal, Lucas, Clemons, El Sawy in Weber (2013) v svojem članku podajajo ugotovitve o vplivu na transformacijo socialnih in ekonomskih sistemov. Poudarila bi tri. Po mnenju Agarwala et al. (2013) je informacijska tehnologija transformirala finančne trge. Uporabniki lahko združujejo korake, ki so bili včasih nesmiselno ločeni. IKT je podlaga za kakovostno vrednostno verigo investicij, ki omogoča optimizacijo investicij. Rezultat vpliva IKT na odločitve, vezane na investicije, tudi odločitve o mednarodnih investicijah, je integracija investicij in implementacije v konsolidiran proces, ki temelji na programski platformi, ki odločitve in raziskave povezuje s podatki s trga. Transformacijski učinki IKT se kažejo v segmentih digitalnih omrežij, v brezžični komunikaciji, digitalnih medijih in potrošniški elektroniki, saj so spremenili dožemanje medijev, zabave, glasbe, uporabniške elektronike, programov, računalništva in telekomunikacij.

Kupci so nosilci povpraševanja, zato je treba pozornost posvetiti tudi spremembam uporabniške izkušnje, nastali kot posledica možnosti, ki jih je prinesla in jih prinaša IKT. Kupci imajo s tehnologijo IKT dostop do širše izbire in niso omejeni le na izbiro, ki bi jo ponujali ponudniki z oglaševanjem. Rast izbire se odraža na spletu in zunaj njega. IKT omogoča, da je kupec vse bolj opolnomočen ter prevzema nadzor in vlogo. Zelo pomemben dejavnik pri spremembah uporabnikove izkušnje je njegova obveščenost. Kupec pozna ponudbo na trgu ter cenovne razpone in specifikacije ponudbe. Njegova obveščenost kaže rezultate v konkurenčnih popustih, popustih zaradi odstopanja produkta od pričakovanj in popustih za blago manj znanega porekla z znanimi atributi. Transformacija, ki je deležen uporabnik, mu prinaša tudi frustracije, saj mu obveščenost in opolnomočenje dajeta možnost, da sam išče rešitve za težave, hkrati pa se dobro obveščeni kupec znajde pred težavo, ki ji niso kos niti zaposleni v podpori kupcev, kar je glavni razlog za frustracijo. IKT močno posegajo po eni strani v nakupno vedenje in nakupne odločitve kupcev, po drugi strani pa se je zaradi njih spremenil pojem poslovanja in poslovnih modelov. IKT so pomanjšale svet ter spremenile dožemanje razdalj in časa, kar pomeni, da so se zmanjšale ovire za internacionalizacijo. Tehnologija IKT omogoča lažji in hitrejši dostop do tujih trgov.

2.2 Trendi v panogi IKT

Trende v panogi IKT lahko opazujemo glede na dve različni stališči. Po eni strani lahko opazujemo trende, ki spreminjajo življenja in načine poslovanja ter temeljijo na informacijski

tehnologiji, po drugi strani pa lahko opazujemo trende, ki nosijo razvoj informacijske tehnologije. Z vidika magistrske naloge se mi zdi pomembno pozornost posvetiti obema skupinama trendov, saj je treba panogo analizirati kot celoto. Trende na področju IKT lahko sami opazujemo v vsakem trenutku, računalniki so vse manjši, tradicionalne računalnike počasi nadomeščajo tablični računalniki. Mobilni telefoni so že dolgo časa več kot le naprava za opravljanje klicev in pošiljanje kratkih sporočil. Storitve, ki jih v naš dom prinaša svetovni splet, pa so že zdavnaj prerasle okvire naših predstav.

IKT ni le računalništvo, temveč ves prenos informacij. Trende razvoja tehnologije lahko opazimo, če pomislimo, kakšen razvoj je doživel prenos televizijskih programov v obdobju zadnjih 10 let. Spremenile so se naše nakupne navade, saj zdaj lahko kupimo gorivo ali opravimo nakup v trgovini brez stika s prodajnim osebjem, hkrati pa potrošniki vse bolj postajamo soustvarjalci napredka in produktov. Zaključim lahko, da nas informacijska tehnologija spremlja na vsakem koraku.

Tabela 2: Tržni segmenti trga IKT, njihovi deleži in rast v milijardah dolarjev, v obdobju 2011–2012

Tržni segment (globalno)	Trenutna tržna vrednost (USD)	Letna stopnja rasti (%)	Predvidena tržna vrednost (USD)
trg interneta stvari (IOT)	44 (2012)	30,1	290 (2017)
trg organskih svetlečih diod (OLED)	4,9 (2012)	32,6	20,3 (2017)
trg aplikacijskih strežnikov	7,0 (2011)	17,0	21,2 (2018)
trg vgradnih spominskih vezij	62,0 (2012)	6,3	85 (2018)
trg pogodbene proizvodnje elektronike	435 (2012)	9,0	670 (2018)
trg integriranih analognih vezij	20,41 (2012)	9,0	31,35 (2016)
trg svetlečih diod (LEDs)	19,5 (2012)	9,9	31,4 (2017)
trg senzorjev za površinske akustične tokove	1,1 (2011)	11,8	1,8 (2016)
trg brezčipne radiofrekvenčne identifikacije (RFID)	0,001087 (2011)	29,3	3,925 (2016)
trg storitvene robotike	20,73 (2012)	17,4	46,18 (2017)
trg zaščitnih premazov za elektronska vezja	8,5 (2012)	1,0	9,0 (2017)
trg spletne varnosti	63,7 (2011)	11,3	120,1 (2017)
trg mrežne programske opreme	198 (2012)	60,43	2,10 (2017)
trg industrij. brezžičnih mrežnih senzorjev	1 610 (2011)	15,58	3 795 (2017)
trg mini projektorjev za prenosne naprave	0,49 (2011)	75	8,12bn (2016)

Vir: M. Bodimeade, Global information technology market, 2012.

Tabela 2 kaže razvitost posameznih tržnih segmentov tehnologije IKT ter njihovo rast in trende. Vpetost informacijske tehnologije v zasebno in poslovno življenje se kaže tudi v rasti panoge v celoti. Po podatkih OECD so vodilna podjetja v panogi v letu 2011 zaposlovala več kot 14 milijonov ljudi, kar je 6 % več kot leta 2010. Rast panoge je vidna tudi ob pregledu prihodkov, saj so vodilna podjetja v panogi po podatkih OECD med letoma 2000 in 2011 dosegla kar 6-odstotno letno rast. K rasti panoge je največ prispevala rast infrastrukture in uporabe mobilnega interneta in povezljivosti ter tako panogi omogočila rast med splošno ekonomsko krizo (OECD, 2012). Razvoj tehnologije in trgov pa napoveduje panogi nadaljnjo rast in nujnost internacionalizacije IKT podjetij.

Trendi v tehnologiji IKT, ki spreminjajo načine poslovanja podjetij in jih bodo krojili tudi v prihodnje, so (Bughin, Chui & Manyika, 2013):

- **Združevanje socialnih matrik:** Tehnologije socialnih omrežij so veliko več kot socialni fenomen, saj mnoge organizacije notranje povezujejo prav socialna omrežja in dosegajo večjo povezljivost tudi zunaj meja organizacije. Socialna omrežja postajajo okolje, v katerem se sklepa vse več poslov in zato podjetja zagotavljajo, da so njihova socialno-tehnološka orodja za gradnjo socialnih mrež ustrezno pripravljena na izzive poslovanja.
- **Konkuriranje z obvladovanjem podatkov in napredno analitiko:** Podatki in analitika sta vse pomembnejša dejavnika konkurenčne prednosti. Rezultati, ki jih zagotavljata, omogočajo podjetjem prilagoditev izdelkov, da tako zagotovijo čim večje zadovoljstvo potrošnikov. V času, ko tehnologija omogoča izpolnitev skoraj vseh idej in želja, je tekma za kupce in konkurenčnost še toliko bolj tesna. Prav zato so najpomembnejše informacije o kupcih in njihovo obvladovanje.
- **Uvedba »interneta vsega«:** Internet stvari je izraz, kadar informacija sama oziroma aktivnosti, vezane na informacijo, postanejo del sredstev oziroma storitev. Najlažje je internet vsega prikazati na primeru logistične dejavnosti. Ko kupec odda naročilo, se to avtomatsko pošlje skladišču, v katerem paket pripravijo na odpremo. Kupec lahko s pomočjo sprejemnikov v vsakem trenutku spremlja lokacijo naročila. Internet vsega je izraz, ki predstavlja splet več naprav, ki so brezžično povezane v enoten proces in si lahko izmenjujejo informacije.
- **Ponudba, generirana z osredotočenostjo na »vse je storitev«:** Sam produkt že dolgo pri investicijah in nakupih ni več dejavnik odločitve. Lahko bi rekli, da celotna IT-panoga sloni na storitvah, strojna oprema je le njihov nosilec. Podjetja zato razmišljajo le še o tem, kako vse prodati v paketu storitve.
- **Vse bolj avtomatizirano upravljanje znanja in informacij:** Analize, ki jih je včasih opravila skupina strokovnjakov v enem tednu, jih zdaj strojna in programska oprema IKT opravi v nekaj urah. Zaposljivost se je spremenila iz zaposlenih, ki opravljajo analizo, v zaposlene, ki upravljajo proces in programe za analitiko.
- **Sodelovanje s tremi milijardami digitalnih prebivalcev:** Pametni telefoni z dostopom do interneta so vse bolj dostopni in množično uporabljeni. Povezljivost mobilnih telefonov med seboj in z drugimi napravami prinaša v industrijo IKT nove možnosti za

razvoj in poslovne priložnosti. Digitalni uporabnik je zahteven in pričakuje popolno povezanost vseh svojih naprav med seboj in s svetom v vsakem trenutku.

- **Obvladovanje uporabniške izkušnje, v kateri se digitalni svet sreča z realnim:** Meje realnega in digitalnega sveta se vse bolj brišejo in uporabniki vse bolj enačijo virtualno izkušnjo z realno. Podjetja so zato pred izzivom, kako zagotoviti uporabniško izkušnjo, ki bo zadovoljila novega uporabnika, prav tako pa se ukvarjajo z izzivi, kako združiti realno delovno okolje z virtualnim.
- **Osvoboditev poslovnih modelov skozi internetno personalizacijo in poenostavitvijo:** Uporabniki so vse zahtevnejši in želijo prilagojeno storitev, preprosto za uporabo in brezplačno. Trend sili podjetja v spremembo poslovnih modelov in preusmeritev virov financiranja tehnologij z uporabnika na tretje subjekte, kot so oglaševalci in donatorji.
- **Razvoj nakupa in prodaje v digitalnem poslovanju:** razvoj tehnologij je prinesel poenostavljene procese spletnih transakcij in nižanje njihovih stroškov. Vse bolj se uveljavlja mobilno plačevanje, kar je nova razsežnost e-poslovanja in e-plačevanja. Na trg kot trend vstopajo spletne in mobilne aplikacije, v katerih je kot nosilec prodajnega procesa izločeno podjetje, to so t. i. aplikacije P2P (angl. people to people).
- **Transformacija javne uprave, zdravstva in izobraževanja:** Transformacija zasebnega sektorja je spodbudila tudi transformacijo javnega sektorja, zdravstva in izobraževanja. Javna uprava po vsem svetu seli del svojih storitev na splet in za opravljanje posameznih storitev ni več treba obiskovati upravnih enot in drugih institucij.

Tehnologija IKT je torej spremenila načine poslovanja, načine notranje in zunanje organizacije podjetij ter spremenila odnos med podjetjem in zunanjimi deležniki. Vse pogosteje se pojavlja tudi vprašanje varstva podatkov in meja zasebnosti. Zaradi sprememb, ki jih je prinesel razvoj, lahko govorimo o revoluciji informacijske dobe, saj so že sama informacija in možnosti njenih obdelav pridobile popolnoma nov pomen in spreminjajo vsakdanja življenja. Satell (2013) pravi, da smo na pragu nove digitalne paradigme, katere kapacitete tehnologije preraščajo naše lastne človeške kapacitete. Računalniki se odločajo, katere produkte lansirati na police, pomagajo pri pravnih odkritjih in nas celo premagujejo v igrah, kmalu pa bodo vozili tudi avtomobile in izvajali medicinsko diagnostiko. Avtor v članku navaja, katere tehnologije so tiste, ki bodo gonilne podlage za nadaljnji razvoj tehnologije in ki ga bodo poganjale:

- vmesniki »no touch«;
- vsebina po meri;
- stičišča, na katerih se uporabniki množično srečujejo na spletu;
- splet vsega oziroma internet vsega;
- visoko zmogljivi računalniki, ki jih bodo poganjali uporabniki.

Razvoj strojne in programske opreme IKT se je v zadnjih dveh desetletjih odvil z vrtoglavo hitrostjo in se razvija še naprej ter tako panoga pomeni priložnost za rast in razvoj. Če so bile razlike v napredku in tehnološki razvitosti med razvitim in nerazvitim svetom še pred kratkim velike, se te naglo manjšajo in so vse manj vidne. Razlike v razvitosti pa najbolj briše hiter

razvoj informacijske tehnologije. Ker je znanje na področju IKT zaradi možnosti, ki jih ponuja splet, brezmejno, je edina logična posledica, da so se podjetja v panogi, zlasti če prihajajo z razmeroma majhnega trga, primorana internacionalizirati. Tehnologija IKT je sicer prinesla prednosti, kot je virtualna bližina oddaljenih trgov, vendar pa hkrati sili podjetja v stalne izboljšave, saj lahko ta le tako na globalnih trgih postanejo in ostanejo konkurenčna v primerjavi z globalnimi konkurenti. Tehnologija IKT omogoča hitrejšo internacionalizacijo vseh podjetij, posledično je potem nujno poslovanje podjetij v panogi IKT, zato v nadaljevanju raziskujem tudi, kakšni so procesi internacionalizacije podjetij IKT.

2.3 Internacionalizacija podjetij v panogi IKT

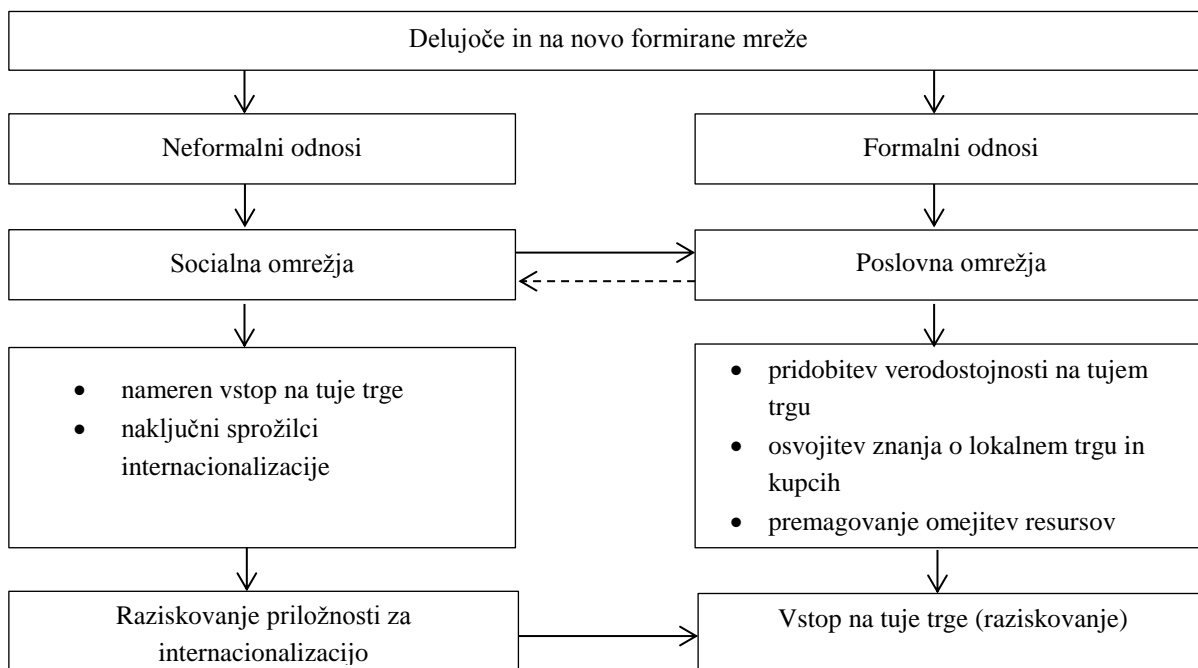
Razvoj in brisanje geografskih meja v panogi IKT silita podjetja, da svoje strategije usmerjajo v internacionalizacijo. Ker je panoga v zadnjih dveh desetletjih močno spremenila načine poslovanja podjetij in tudi doživela lasten razvoj, sem pozornost namenila tudi odgovoru na vprašanje, kako se internacionalizirajo podjetja v panogi IKT. Kyvik, Saris in Bonet (2013, str. 172) v raziskavi navajajo močno korelacijo med globalno miselnostjo in internacionalizacijo, med glavnimi gonili internacionalizacije podjetij je prav globalna miselnost. Podjetja se lahko internacionalizirajo zaradi lastnih interesov in strateške rasti, lahko pa pride tudi to spontanega povpraševanje tujih trgov. Eno izmed gonil internacionalizacije podjetij v panogi je tudi dejstvo, da so proizvodi oziroma storitve panoge pogosto predmet outsourcinga drugih podjetij. Po ocenah naj bi vrednost outsourcinga IT-storitev med letoma 2009 in 2013 zrasla z 268 milijard na 325 milijard dolarjev (Wen, Pinsonneault & Oh, 2011, str. 100).

Pojem »born global« med podjetij IKT ni redek pojav (rojeni globalno). To so podjetja, ki svojo strategijo internacionalizacije načrtujejo že ob ustanovitvi. Glavne karakteristike podjetij »born global« so zgodnja in hitra internacionalizacija, nišna usmerjenost in proaktivno usmerjen podjetniški duh. V večini se internacionalizirajo v prvih treh letih od ustanovitve. V raziskavi so podjetja odgovorila, da jih je 32 % začelo aktivnosti internacionalizacije že ob ustanovitvi, 46 % podjetij je svoje aktivnosti internacionalizacije začelo v obdobju enega do treh let (Sekliuckiene & Maiculskaite, 2013, str. 21). Industrija IKT je z razvojem interneta po mnenju Sinkovics, Sinkovics in Jean (2012, str. 130) razvila alternativo internacionalizaciji v tej meri, da prisotnost na tujih trgih ni več potrebna v fizičnem smislu. Avtorji navajajo, da se predvsem podjetja, ki jih štejemo med »born global«, preveč zanašajo na vrata, ki jim jih odpira internet, saj ta ne spodbuja učinkovitosti izvoza.

Slika 1 prikazuje uporabo omrežij pri internacionalizaciji podjetij IKT. Vasilchenko in Morrish (2011) sta v članku raziskovali vlogo podjetniških omrežij pri raziskovanju in izkoriščanju priložnosti za internacionalizacijo podjetij v panogi IKT. V raziskavo sta vključili novozelandska podjetja IKT. Na sliki 1 lahko vidimo, kako podjetja v tehnologiji IKT izkoriščajo omrežja za odkrivanje priložnosti na tujih trgih in vstopanje nanje. Avtorici sta ugotovili, da podjetniki za iskanje priložnosti za vstop na tuje trge vse bolj uporabljajo

socialna in poslovna omrežja, še zlasti v prvih fazah vstopa na tuje trge. Prav tako ugotavljata, da podjetniki vse bolj uporabljajo naključne kontakte, kot so nova poznanstva na sejnih, sponzorskih dogodkih in podobnih dogodkih, kjer je mogoče sklepati zasebna in poslovna poznanstva. V članku je poudarjeno, da so lahko socialna omrežja vir naključnih spodbud za internacionalizacijo in vodijo podjetja do nenačrtovane internacionalizacije, prav socialne mreže pa lahko podjetnike privedejo do ustreznih poslovnih omrežij, ki zagotavljajo potrebne informacije za vstop na tuje trge.

Slika 1: Model internacionalizacije na podlagi omrežij



Vir: Vasilchenko, E., Morrish, S., *The role of Entrepreneurial Networks in the Exploration and Exploitation of Internationalization Opportunities by Information and Communication Technology Firms*, 2011.

Ugotovitve iz navedenih člankov ponujajo razmislek, da panoga IKT zahteva hitre odzive in iskanje priložnosti na vsakem koraku. Ker sta način razmišljanja in razvitost domačega trga dejavnika, ki vplivata na odločitev za internacionalizacijo in njeno obliko, sem pregledala vire, ki raziskujejo internacionalizacijo podjetij IKT na Hrvaškem. Bilas, Franc in Kvaternjak (2013) so v raziskavi internacionalizacije hrvaških podjetij IKT ugotovili visoko motiviranost za internacionalizacijo. Kar 58 % podjetij, vključenih v raziskavo, dosega prodajo na tujih trgih, od preostalih 42 % jih kar 68 % v prihodnjih letih načrtuje vstop na tuje trge. Avtorji so v raziskavi ugotavljali tudi motive za internacionalizacijo podjetij IKT, njihove odločitvene dejavnike in ovire, s katerimi se srečujejo pri internacionalizaciji. Najpogostejši motivi za internacionalizacijo podjetij IKT so podobni motivom podjetij zunaj panoge, in sicer:

- dolgoročna rast in razvoj;
- preživetje podjetja v prihodnosti;

- uporaba novih dosežkov, ki so rezultat znanja in tehnologije IKT;
- nasičenost domačega trga;
- razpršitev tveganja.

Zlasti so zanimivi pogoji, ki vplivajo na odločitev za internacionalizacijo in ki jih navajajo avtorji raziskave, saj podjetniki kot najpomembnejši dejavnik pri odločitvi navajajo znanje tujih jezikov. Odločitvena dejavnika, ki si delita drugo mesto, sta po mnenju podjetnikov IKT nasičenost domačega trga in pomembnost, da ne zamudijo poslovne priložnosti na tujih trgih. Med najpomembnejšimi dejavniki je tudi pomembnost mednarodnih poslovnih stikov. Ker Hrvaška med izvajanjem raziskave še ni bila članica EU, je to treba upoštevati pri rezultatih o ovirah, s katerimi se ukvarjajo podjetja. Podjetja navajajo, da se najpogosteje srečujejo s pomanjkanjem podpore države pri njihovi internacionalizaciji, kar se je z vstopom v EU z dostopnostjo trgov spremenilo. Naslednja dva razloga sta pretežno finančna, saj se podjetja ukvarjajo z nezadostnim kapitalom in omejenimi viri pridobivanja sredstev. Dodaten razlog, ki je lahko dobil drugačno oceno z vstopom Hrvaške v EU, je tudi birokracija, ki jo prav tako navajajo kot eno najpogostejših ovir pri internacionalizaciji. Zadnja ovira, ki jo omenjajo med najpogostejšimi, je notranje pomanjkanje managerskega, podjetniškega znanja in znanja s področja trženja. Opravljena raziskava je vključevala tudi vprašanje o načinu internacionalizacije, pri katerem so lahko podjetja pri odgovorih izbirala med oblikami internacionalizacije, kot so izvoz, licenciranje, strateške zveze in ustanovitev podružnic. Ne glede na to, ali podjetja uporabljajo eno ali več strategij vstopa na tuje trge, ta uporabljajo navedene načine vstopa v enakem vrstnem redu, pri čemer je glavni način internacionalizacije izvoz, najmanjkrat pa se podjetja odločajo za ustanovitev podružnic.

Lew, Sinkovics in Kuivalainen (2013, str. 1115) v svoji študiji raziskujejo, kako socialni kapital podjetja vpliva na proces internacionalizacije. Uporaba socialnega kapitala podjetja pri internacionalizaciji vpliva pozitivno na gradnjo zaupanja in uspešnost na trgu, poudariti pa je treba, da je ključna kakovost omrežij, ki jih ima podjetje, in ne toliko njihova količina. Pomembnost dobrih formalnih in neformalnih odnosov poudarjajo tudi Welch et al. (2007, str. 39), ki menijo, da so dobri odnosi pomembni na kompleksnih trgih, saj so dobre mreže eden ključnih virov informacij za odločevalce v podjetju in vplivajo na zmanjšanje tveganja, na drugi strani pa dobre povezave lahko vodijo v tvorjenje zavezništev in zmanjšujejo verjetnost, da na trg vstopijo z lastnim podjetjem. Menim, da ugotovitve smiselno dopolnjujejo članek avtoric Vasilchenko in Morrish (2013).

3 ANALIZA EKONOMSKIH IN DIPLOMATSKIH ODNOSOV MED EU IN JAR

EU kot enotni trg sprejema in se zavzema za sporazume s posameznimi državami zaradi lažjega vstopa evropskih podjetij na ciljne trge. Sodelovanje med EU in JAR se krepi vse od leta 1994, ko je JAR z odpravo politike rasnega razlikovanja stopila na pot demokracije. EU je največja partnerica na področju razvoja JAR, saj zagotavlja kar 70 % vseh razvojnih

sredstev, ki prihajajo iz tujine, po drugi strani je JAR največja izvozna partnerica EU na afriški celini. Najpomembnejši sporazum, ki ga je EU sklenila z JAR na področju proste trgovine, je sporazum Trade, Development and Cooperation Agreement (v nadaljevanju TDCA), ki pokriva področja trgovine in sodelovanja na področju ekonomije ter sodelovanja na področju razvoja. Cilj sporazuma je liberalizirati trgovino proizvodov in storitev med obema trgoma (Povzetki zakonodaje EU, 2004). Dogovor je prinesel veliko koristi, saj se je mednarodna menjava med EU in JAR od njegove sklenitve povečala za 120 % (Countries and Regions: South Africa, 2014). Dogovor sta obe strani dopolnili z dogovorom o sodelovanju v znanosti in tehnologiji, ki vključuje tudi varstvo intelektualne lastnine. Dogovor je spodbudil tudi tuje neposredne investicije, ki so se na podlagi tega sporazuma povečale za petkrat. Prav tako pozitivno je na odnose med trgoma vplival Zakon o ratifikaciji Sporazuma med Evropsko skupnostjo in njenimi državami članicami na eni strani ter Republiko Južno Afriko na drugi strani o spremembi Sporazuma o trgovini, razvoju in sodelovanju (MESZATRS).

Med Slovenijo in JAR zaradi enotnega trga veljajo tudi sporazumi, ki jih je JAR sprejela z Evropsko unijo. Med Republiko Slovenijo in Južnoafriško republiko so sklenjeni naslednji sporazumi o gospodarskem sodelovanju (Bilateralni ekonomski odnosi s Slovenijo, 2013):

- Uredba o ratifikaciji sporazuma o vzpostavitvi diplomatskih odnosov med Republiko Slovenijo in Južnoafriško republiko;
- Uredba o ratifikaciji Sporazuma med Vlado Republike Slovenije in Vlado Južnoafriške republike o ukinitvi vizumov za imetnike diplomatskih in službenih potnih listov;
- Zakon o ratifikaciji Dogovora med Upravo Republike Slovenije za jedrsko varnost in Svetom za jedrsko varnost Južne Afrike o izmenjavi tehničnih informacij in sodelovanju na področju jedrske varnosti (BZASJV).

Na ravni diplomatskih odnosov med državama je pomembno omeniti tudi to, da imata državi imenovana častna konzula, ki podjetjem lahko pomagata pri vstopu na medsebojna trga. V Republiki Sloveniji je za častnega konzula Južne Afrike imenovan Janez Perger. Republika Slovenija pa je za svojega častnega konzula v Južni Afriki, imenovala dr. Prieur du Plessis, ki deluje na konzulatu Republike Slovenije v Cape Townu.

EU je glavna trgovinska partnerica JAR, saj menjava z EU obsega 21,3 % celotne mednarodne menjave JAR. Sklepam lahko, da imajo podjetja, ki prihajajo iz EU, na trgu vzpostavljena ugled in zaupanje, kar zmanjšuje ovire pri vstopu. V tabeli 3, ki prikazuje uvoz iz JAR v EU, vidimo, da je uvoz načeloma naraščal, v letu 2009 pa zaradi svetovne gospodarske krize padel. Zanimiv je tudi padec uvoza blaga iz JAR v EU v letu 2012, najverjetnejši razlog zanj je, da je Evropa v letu 2012 imela še vedno nizko gospodarsko rast. Za raziskovanje priložnosti na trgu JAR je zgornjejši podatek, ki prikazuje gibanje izvoza v letih od 2008 do 2012. Skupni izvoz je naraščal v celotnem obdobju z izjemo leta 2009, ko je svet pestila svetovna gospodarska kriza. Podatki kažejo vse večjo rast izvoza v to državo, kar pomeni, da postaja za podjetja iz EU vse bolj zanimiva. V letu 2013 je mogoče opaziti padec mednarodne menjave med trgoma. Uvoz in tudi izvoz sta bila v letu 2013 manjša v primerjavi

z letom 2012, vendar gre pri izvozu le za rahel padec. Podrobne vrednosti izvoza in uvoza med EU in Južno Afriko prikazujem v tabeli 3. Podatki kažejo vse večjo razliko med uvozom in izvozom, in sicer izvoz v Južno Afriko narašča, medtem ko uvoz upada. Sklepam lahko, da trg Južne Afrike postaja za proizvode IKT vse bolj zanimiv.

Tabela 3: Gibanje uvoza in izvoza EU iz JAR, skupno in v IT-panogi (v milijonih EUR)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Skupni uvoz	24 618	19 252	20 423	21 771	20 510	15 541
Skupni izvoz	20 847	16 095	21 761	26 232	25 575	24 488
Uvoz IT-blaga	2 820	1 685	2 061	2 310	1 833	
Izvoz IT-blaga	8 305	6 245	7 767	9 439	9 538	

Vir: European Commission, DG for Trade, South Africa, 2013.

JAR in EU sta v preteklosti vzpostavila precej povezav, ki jih lahko podjetja izkoriščajo za učinkovit prodor na medsebojne trge. Ker bodo v raziskavi sodelovala slovenska podjetja, sem si postavila tudi vprašanje, kakšen je izvoz slovenskih podjetij na trg JAR. Za širšo sliko sem v primerjavo vključila tudi izvoz v celotno skupnost držav BRICS. Države BRICS sestavljajo Brazilija, Rusija, Indija, Kitajska in Južna Afrika. Potencial in moč gospodarstva BRICS je leta 2001 med prvimi omenil Jim O'Neill (2001, str. 3) v članku Building Better Global Economic BRICS, kjer je opozoril, kako raste BDP v teh državah in kako konkurenčne postajajo v primerjavi s t. i. razvitimi trgi. BRICS so svojo uradno diplomatsko povezavo formirale na srečanju zunanjih ministrov na prvem vrhu BRIC leta 2009 v Jekaterinburgu v Rusiji. Leta 2010 se jim je na vabilo Kitajske pridružila tudi Južna Afrika (BRICS – The acronym, 2013). Izvoz Slovenije v Južno Afriko ima zgovorno statistiko, saj vrednost izvoza v letih od 2008 do 2013 narašča, kar je razvidno tudi v tabeli 4. Delež v celotnem izvozu v države BRICS je skromen, vendar je pomembnejši podatek, da izvoz z vidika vrednosti narašča, kar kaže, da so slovenska podjetja na trgu vse bolj prisotna.

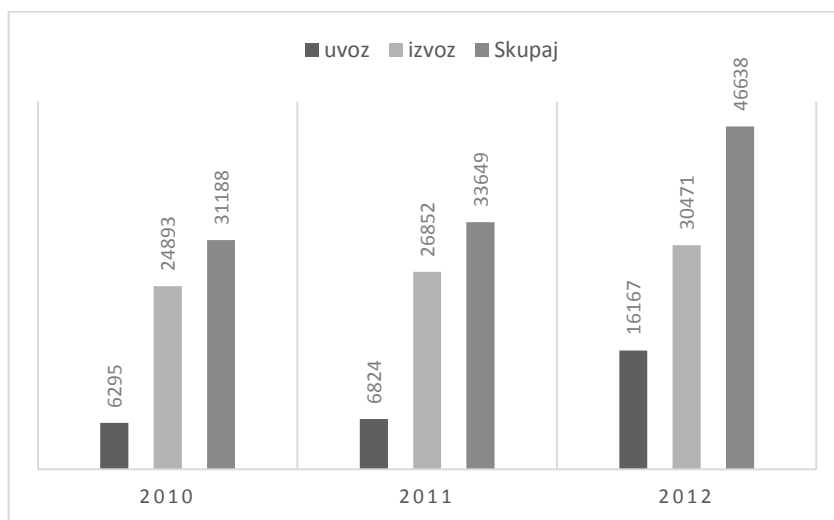
Tabela 4: Vrednost izvoza Slovenije v države BRICS, 2008–2013 (v tisoč EUR)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Države članice BRICS	1 025 096	745 029	862 545	1 030 158	1 232 490	1 294 074
Južna Afrika	25 422	17 811	25 689	28 738	29 797	34 197
Delež JAR v izvozu v BRICS (v %)	2,5	2,4	3,0	2,8	2,4	2,6

Vir: Statistični urad Republike Slovenije, tabela 4, 2014.

Slika 2 prikazuje vrednost uvoza in izvoza v Južno Afriko za obdobje treh let, 2010–2012. V zadnjih letih, v obdobju 2010–2012 je blagovna menjava med državama naraščala vsako leto, predvsem pa je treba pozornost nameniti velikemu skoku uvoza v letu 2012, ko se je ta povečal za 137 %. Sklepam lahko, da se gospodarsko sodelovanje med državama krepi ter da je Južna Afrika med slovenskimi podjetji vse bolj poznan in uspešen trg.

Slika 2: Gibanje mednarodne menjave Slovenije z JAR, 2010–2012 (v tisoč EUR)



Vir: Bilateralni ekonomski odnosi s Slovenijo, 2013.

4 ANALIZA PEST

Južne Afrike so se trgovci in raziskovalci dotaknili že v 15. stoletju, ko je Vasco da Gama odkril Rt dobrega upanja med svojo plovbo proti Indiji. Pomembni vplivi evropskih priseljencev so se začeli na začetku 17. stoletja, ko je nizozemski trgovec ustanovil prvo stalno podružnico Vzhodnoindijskega podjetja. Kolonizacija Južne Afrike se je začela v 18. stoletju, ko so se tja začeli naseljevati Angleži in Francozi. Do sredine 19. stoletja je Britanska kolonija obsegala skorajda celotno območje sedanje Južne Afrike. Glavni interes kolonizacije Južne Afrike so bile naravne danosti tega območja. Južna Afrika je dežela, bogata z rudninami in dragimi kamni, ter ima na nekaterih delih ugodne pogoje za razvoj kmetijstva. Leta 1910 je Južna Afrika postala samostojna kolonija skupnosti Commonwealtha, ki je pomenila negotovo prihodnost za svobodo temnopoltega prebivalstva, do leta 1948 se je vse bolj krepila rasna nestrpnost. Leta 1948 je bila Nacionalna stranka izvoljena v parlament in začela se je politika rasnega razlikovanja, imenovana apartheid, ki je ločevala prebivalstvo vse to leta 1994, ko je bila demokratično izvoljena nova oblast in na čelo katere je stopil Nelson Mandela, dolgoletni borec za enake pravice med rasami v Južni Afriki (Brett, Johnson-Barker & Renssen, 2009, str. 45–59). Države z močno kolonialno zgodovino imajo zaradi nje tudi močne politične in ekonomske izzive, ki jih rešujejo s tem, da pustijo svobodno delovanje trgov (Beraho, 2007, str. 254).

Po kratkem pregledu zgodovine Južne Afrike predvidevam, da je zgodovinska dinamika pustila veliko posledic in vplivov v političnem, ekonomskem in tudi sociološkem okolju ter da se vplivov na delovanje podjetij ne sme zanemariti. Pred vstopom na tuje trge podjetja raziščejo dejavnike, ki ustvarjajo okolje, v katerem delujejo. Med bolj znanimi analizami trga je tudi analiza PEST, s katero bom analizirala trg Južne Afrike. Analiza PEST analizira dejavnike političnega, ekonomskega, socialnega in tehnološkega okolja. Analiza podjetjem omogoča, da strategijo oblikujejo tako, da čim bolj ustreza trgu, saj ti dejavniki vplivajo na vstop podjetja na trg ter poznejše delovanje na njem in tudi na strukturo povpraševanja. Ob preučevanju okolja Južne Afrike bom izpostavljala, kateri dejavniki lahko pozitivno vplivajo na podjetja IKT, ki vstopijo na trg.

4.1 Politično okolje

Vse od odprave apartheida je politično okolje v JAR precej bolj stabilno. Republika Južna Afrika ima tri prestolnice, in sicer Pretorio, v kateri se izvaja administrativna oblast države in je glavno mesto države, Cape Town kot glavno mesto, v katerem se izvaja zakonodajna oblast, mesto Bloemfontein pa predstavlja steber sodne oblasti. Državo vodi predsednik države, ki je hkrati tudi predsednik vlade. Predsedniške volitve potekajo vsakih pet let, dovoljeno število mandatov je omejeno na dva. Parlament je sestavljen iz dveh domov, in sicer državnega sveta, ki ga sestavljajo predstavniki pokrajin in predstavniki manjšin, ter državnega zbora, v katerem so izvoljeni predstavniki ljudstva po proporcionalnem volilnem sistemu. Za izvajanje in reformiranje zakonodaje skrbijo ministrstva, ki jih je v 33. Lokalne oblasti so v posameznem segmentu delno samostojne pri kreiranju politik.

Slika 3: Province Južnoafriške republike



Vir: Map of South Africa, 2013.

Južna Afrika je upravno razdeljena na devet pokrajin oziroma provinc, ki imajo pravice do lastnih razvojnih strategij in vodenja politik, in sicer Eastern Cape, Free State, Gauteng, KwaZulu-Natal, Limpopo, Mpumalanga, Northern Cape, North-West, Western Cape (South Africa, 2014). Razdelitev na province prikazuje slika 3.

4.1.1 Sodna ureditev

Podjetje, ki prvič vstopa na trg, mora poznati osnovni pravni red države. Zato pozornost usmerjam tudi v pravno ureditev in krovne zakone, ki jih morajo gospodarske družbe upoštevati. Prvi dve stopnji sodnega sistema v Južni Afriki predstavljajo okrajna in okrožna sodišča, in sicer deluje 9 okrožnih sodišč in kar 351 okrajnih sodišč. Okrožna sodišča imajo pristojnosti znotraj meja posameznih pokrajin, okrajna sodišča pa še bolj omogočajo dostopnost pravnega varstva za vse državljane in delujejo po posameznih okrajih. Drugo stopnjo sodnega sistema predstavljajo višja sodišča, ki jih je v Južni Afriki 18, in sicer 13 splošnih višjih sodišč in 5 specializiranih sodišč:

- delovno sodišče in delovno prizivno sodišče;
- sodišče, pristojno za zemljiške spore;
- sodišče za varovanje konkurence;
- volilno sodišče in
- davčno sodišče.

Višje prizivno sodišče je najvišja stopnja reševanja sodnih sporov in ima sedež v mestu Bloemfontein. Sklepi višjega prizivnega sodišča so zavezujoči za vsa višja sodišča ter tudi okrožna in okrajna sodišča. Sodni sistem v najvišji obliki brani ustavno sodišče, ki ima sedež v Johannesburgu. Ustavno sodišče vodijo predsednik ustavnega sodišča, njegov namestnik in 9 ustavnih sodnikov (South Africa's judiciary, 2014).

4.1.2 Zakonodajna ureditev in odnos do tujih investicij

Cilj oblasti v Južni Afriki je privabiti čim več tujih investicij v državo, saj to pomeni dotok znanja, napredka, delovnih mest. Dolgoročni cilj oblasti je povečati blaginjo za državljane. Zakonodaje, ki vpliva na delovanje podjetij v posamezni panogi, se podrobneje dotikam v poglavju o dejavnikih, ki vplivajo na panoge, v katerih je prepoznana priložnost za slovenska podjetja. Vseeno nekaj pozornosti namenjam ključnim reformam, ki močno vplivajo na poslovanje podjetij. Vlada Južne Afrike je tako v letu 2012 sprejela eno ključnih reform, ki vpliva na ustanavljanje podjetja. Reforma korporacijskega prava prinaša poenostavljene postopke in dokumentacijo ob ustanavljanju podjetja. Južna Afrika je ključne spremembe za davčno razbremenitev podjetij uvedla v letih 2008, 2009 in 2010, ko je začela ukinjati dajatve za koleke in dajatve za regionalne storitve. Na vsakodnevno poslovanje podjetij je pozitivno vplivalo časovno in administrativno skrajšanje postopkov, povezanih z uvozom in izvozom blaga, spremembe pa so začele veljati z letom 2013 (The World Bank, 2013).

Druga reforma, sprejeta leta 2012, ki močno vpliva na delovanje podjetij, predvsem podjetij, ki morajo za svoje delovanje kupiti zemljišče, je reforma zemljiške knjige. Uvedba elektronske zemljiške knjige prinaša hitrejša postopke in nižje stroške upravnega prenosa lastništva zemljišča (The World Bank, 2013).

Južna Afrika zaradi spodbujanja investicij enači tuje in domače investitorje ter tako zagotavlja čim bolj enakopravno tržno okolje. Kljub temu so nekatere spodbude bolj prilagojene tujim kot domačim investitorjem, denimo (South Africa investment incentives, 2014):

- programi splošnih spodbud za razvoj gospodarstva;
- proste trgovinske cone;
- programi, ki spodbujajo nadaljnji izvoz podjetjem, ki imajo sedež v JAR;
- regionalne spodbude, vezane na zakonodajo, pravila in politike posameznih provinc;
- programi financiranja industrije;
- razvojni programi in spodbude za specifične industrije;
- davčna politika.

Okeahalam in Dowdeswell (2008) v članku navajata, da poteka očiten val povečanja neposrednih tujih investicij na trg JAR v obdobju zadnjih desetih let. Dejavniki, ki so pripomogli k temu, so predvsem depreciacija randa v primerjavi z večjimi svetovnimi valutami, ki je ustvarila pogoje, po katerih so proizvodi in surovine, proizvedene v Južni Afriki, konkurenčne in zato postaja trg zanimiv za tuje vlagatelje. Po podatkih poročila o klimi za vlagatelje (2012 Investment climate statement, 2012), ki ga pripravlja administracija ZDA, je Južna Afrika zelo odprta za tuje investicije, vezane na uporabo zelene tehnologije, če ta vpliva na rast in razvoj ekonomije in delovnih mest. Vsi sektorji, razen energetike, rudarstva, bančnega sektorja in obrambnega sektorja, so odprti za tuji kapital in tuja partnerstva, omenjeni sektorji pa za sodelovanje tujega kapitala potrebujejo soglasje države, ki mora odobriti sodelovanje tujega kapitala v podjetju. Če se podjetje odloči, da bo na trg JAR vstopilo prek združitve ali prevzema, se mora zavedati dolgih postopkov in predhodnega dela. Podjetja, ki vstopajo na trg, se lahko za pomoč pri postopkih in drugih informacij obrnejo na tamkajšnje ministrstvo za gospodarstvo, natančneje na oddelek za trgovino in investicije (TISA), ki ponuja podjetjem informacije in pomoč pri analizi trga, zakonskih določilih, povezovanje s partnerji na trgu, pridobivanje delovnih dovoljenj, logistično pomoč, informacije o programih pomoči ob vstopu na trg (Trade and Investment South Africa, 2014).

Reformno obdobje zadnjih dvajsetih let, ki naj bi spodbudilo privatizacijo, je pokazalo, da je privatizacija kot taka nujna, da pa kljub temu ne vpliva na produktivnost in neposredno na blaginjo potrošnikov (Goldstein, 2004, str. 116). Kljub različnim pomislekom, vezanim na stabilnost in temelje ekonomskega sistema, ter pomanjkljivostim poslovnega okolja je vlada odločena izvajati reforme, pri čemer je zelo uspešna. Južna Afrika bo tako postala privlačna za tuje investitorje (Prašnikar, 2013, str. 64). Pozitivna naravnost do tujih neposrednih investicij je spodbuden signal tudi za podjetja IKT, ki bi vstopila na trg.

Izbira pravne oblike poslovnega subjekta je odvisna od strategije vstopa ter specifik posamezne panoge in velikosti podjetja na domačem trgu oziroma sposobnosti podjetja za financiranje mednarodnih dejavnosti. Pravno organizacijske oblike podjetij so podvržene pravnim okvirom, ki narekujejo razmerje med in odgovornostjo odgovornih pravnih ali fizičnih oseb, kar pomeni tehten premislek vsake organizacije pred vstopom na tuji trg. Med pravne oblike poslovnih subjektov na trgu štejem tudi pogodbene oblike sodelovanje na trgu, ki pomenijo vstop na trg z najmanjšim tveganjem. Vsak vstop na trg je investicija, zato se morajo podjetja odločiti, koliko odgovornosti želijo prevzeti za to investicijo. Podjetje lahko vstopi na trg s prevzemom drugega podjetja, z odprtjem podružnice ali pogodbenimi oblikami poslovanja, kot sem navedla že v teoriji internacionalizacije. Omeniti je treba razliko med pogodbeno aktivnostjo na domačem trgu in med dvema trgoma. Pogodbeni partnerji se v mednarodnem poslovnem okolju zaradi ustreznih pogodbenih razmerij svobodno odločijo, zakone katere države bodo upoštevali in v katerem jeziku bo pogodba sestavljena, ter določijo lokalne zakone in načine reševanja sporov (Karamally, 1998, str. 133).

4.1.3 Korupcija

Poročilo konkurenčnosti, ki ga izdaja Svetovni ekonomski forum, uvršča korupcijo na četrto mesto dejavnikov, ki najbolj ovirajo poslovanje na trgu. Na prvih treh mestih so naslednji dejavniki: nezadostna izobrazba prebivalstva, restriktivna delovnopravna zakonodaja in neučinkovita vladna birokracija (World Economic Forum, 2013, str. 34). Korupcija je vsaka kršitev dolžnega ravnanja z namenom pridobiti korist zase ali za drugega (Korupcija integriteta in etika, 2013). Korupcija je dejavnik, ki je zlasti za podjetja, ki na novo vstopajo na trg, velika ovira pri poslovanju. Korupcija lahko zaradi svojih značilnosti vpliva na celotno delovanje trga in ustvarja nepravično konkurenco. JAR spada med države z večjim tveganjem korupcije. Raziskava Transparency International v letu 2012 uvršča JAR na 69. mesto najbolj koruptivnih držav med 176. Indeks podkupljivosti kaže, da je 34 % podjetij izgubilo posel, ker je konkurenčno podjetje uporabilo sistem podkupnin. Vendar pregled indeksa koruptivnosti v zadnjih letih kaže uspešen boj države proti korupciji. Indeks koruptivnosti leta 2011 je državo uvrščal na 64. mesto, leta 2010 pa na 54. mesto med 176 državami (Corruption measurement tools, 2013). Rezultati, ki govorijo o uspešni borbi proti korupciji, spodbujajo tuja podjetja in tudi IKT podjetja za vstop na trg.

Država je v zadnjih letih vzpostavila mehanizme, ki ji omogočajo boj proti korupciji ter ki delujejo na javni in tudi nevladni ravni. Boj proti korupciji in sistemska urejenost boja se kažeta že ob pregledu indeksa korupcije. Na državni ravni boj proti korupciji ureja zakonodaja, ki odgovarja mednarodni skupnosti in tudi vladnim politikam. Vlada JAR je v letu 2004 ratificirala konvencijo Združenih narodov za boj proti korupciji, leta 2007 pa še konvencijo OECD proti podkupninam. Poleg sprejetja teh dveh dokumentov je vlada JAR v boju proti korupciji aktivna z drugo zakonodajo in ustanovitvijo različnih agencij, ki zagotavljajo podporo v boju proti korupciji. Proti korupciji v javnem interesu delujejo (South Africa Country Profile, 2014):

- Protikorupcijski oddelek Ministrstva za javno upravo (DPSA);
- Protikorupcijski koordinacijski komite (ACCC);
- vlade provinc in lokalne oblasti, ki vodijo vladno protikorupcijsko strategijo (LAGACS);
- Nacionalni protikorupcijski forum (NACF);
- Preiskovalna komisija (SUI);
- Nacionalni preiskovalni urad (NPA);
- Neodvisni revizijski organ (AGSA);
- Policija (SAPS);
- Računsko sodišče (SARS);
- Neodvisni direktorat za pritožbe (ICD);
- varuh človekovih pravic (ombudsman);
- e-javna uprava.

V boju proti korupciji sodelujejo tudi segmenti družbe, ki temeljijo na javnosti in združenjih, ki delujejo neodvisno od države. Mediji so tisti, ki v JAR močno pripomorejo k javni razpravi o korupciji in imajo relativno dobro pravno zaščito z vidika svobode govora. Strog nasprotnik korupcije je tudi družba v Južni Afriki, ki je svoj glas in kritičnost pridobila že v času politike rasnega razlikovanja. Leta 2012 so ustanovili nevladno organizacijo Corruption Watch, ki skrbi za zbiranje in analiziranje informacij o korupciji, ki jih posreduje javnosti. Raziskave na področju korupcije opravlja tudi Inštitut za varnostne študije, ki prav tako opravlja raziskave na področju korupcije. V okviru poslovnih združenj v boju proti korupciji sodelujeta dve poslovni združenji. Prvo združenje je združenje gospodarstvo proti kriminalu (BACSA), drugo združenje pa deluje v okviru gospodarske unije (BUSU), ki združuje gospodarske zbornice po vsej Južni Afriki.

Po podatkih Corruption Watch je bilo leta 2012 oddanih 3223 prijav s sumom korupcije, od tega jih je 38 %, to je 1227 prijav ustrezalo merilom korupcije. Zabeležene prijave so prišle od javnosti, najpogosteje pa so se koruptivna dejanja zgodila v provinci Gauteng. Prijava na spletu je tista, ki je najpogosteje izbrana možnost za prijavo takih dejanj. Korupcija na eni strani ostaja problem poslovanja na trgu JAR, toda borba proti njej omogoča uspešno spopadanje z grožnjami in pravičnejši nastop na trgu za domača podjetja in tudi tista, ki na trg vstopajo. Pri vstopu na trg JAR svetujem, da bi podjetja v čim večji meri uporabljala storitve e-uprave, saj tako močno zmanjšujejo možnosti, da bi kdo zahteval korupcijska dejanja, poleg tega pa e-uprava pripomore k preglednosti pridobivanja vseh potrebnih dovoljenj za poslovanje na trgu. (Corruption Watch, 2012).

Roxas, Chadee in Erwee (2012, str. 487) poudarjajo pomembnost institucionalnih reform in zakonov, ki jih je sprejemala Južna Afrika vse od časa spremembe političnega režima. Posledice sprejetih sprememb so pozitivno vplivale na delovanje podjetij.

4.1.4 Članstvo v mednarodnih organizacijah

Južna Afrika je bila zaradi politike rasnega razlikovanja precej let izločena iz delovanja mednarodnih skupnosti, vse od ukinitve apartheida pa se vse bolj vpenja v mednarodno politično okolje. Južna Afrika je bila ena izmed 51 ustanovnih članic Združenih narodov leta 1945, vendar so jo leta 1974 zaradi politike rasnega razlikovanja izločili iz skupnosti, kot stalna članica v Združenih narodih pa je bila ponovno sprejeta leta 1994 po ukinitvi politike apartheida. JAR je od leta 1995 tudi članica svetovne trgovinske organizacije.

Južna Afrika se s svojim potencialom uvršča v dve gospodarsko močni skupini držav, in sicer v G20 in BRICS. Skupina G20 je skupina 20 najmočnejših ekonomij na svetu, ki jo tvori 19 držav in EU. Po podatkih skupine članice G20 zastopajo 90 % celotnega svetovnega BDP, 80 % mednarodne trgovine, dve tretjini svetovnega prebivalstva in kar 84 % celotnih svetovnih emisij fosilnih goriv. Dejstvo, da spada Južna Afrika v skupino 20 največjih gospodarstev, govori o tem, da je pomemben igralec na globalnih trgih. Odgovornost skupine G20 je zato očitna, glavne naloge skupine pa so (About G20, 2014):

- oživitev globalne ekonomske rasti,
- krepitev mednarodnega finančnega sistema in
- reformiranje mednarodnih finančnih institucij.

Južna Afrika je od leta 2010 članica skupine BRICS in zaokrožuje skupino petih najhitreje rastočih gospodarstev na svetu. Skupino BRICS poleg Južne Afrike sestavljajo še Brazilija, Rusija, Indija in Kitajska. Moj izbor Južne Afrike kot države za raziskovanje priložnosti za IT-podjetja je tudi v prednosti, ki jo v primerjavi z drugimi državami BRICS prepoznavam z vidika časovne usklajenosti poslovanja na domačem trgu in trgu Južne Afrike. Južna Afrika je namreč edina država v skupini, ki leži v istem časovnem pasu kot Slovenija oziroma EU.

Južna Afrika upošteva sodobna načela intelektualne lastnine in jih kot članica mednarodne organizacije za intelektualno lastnino (angl. World Intellectual Property Organization, WIPO) tudi izvaja. Ta podatek je spodbuda podjetjem IKT, saj panoga v celoti temelji na inovacijah in razvoju, ki so predmet intelektualne lastnine in hkrati pomenijo konkurenčnost posameznega podjetja. Članstvo države v organizaciji WIPO predstavlja podjetjem varstvo njihove intelektualne lastnine in posledično večjo varnost pri vstopu in poslovanju na trgu.

4.1.5 Davčno okolje

V analizo davčnega okolja vključujem širši pogled na davke in dajatve, ki zadevajo podjetja na trgu Južne Afrike. Davčno politiko vodita, usklajujeta in izvajata SARS in državna zakladnica. SARS (angl. South African Revenue Service) je davčni organ, ustanovljen leta 1997 kot samostojna agencija, odgovorna za upravljanje južnoafriškega davčnega sistema in carinske službe, državna zakladnica je odgovorna za državne finance. V pregledu davčnega okolja bi predstavila naslednje davke (South Africa posts 2,5 % growth in 2012, 2013):

- Davek na dohodek pravnih oseb znaša 28 % za domača podjetja, pri čemer je treba omeniti, da so to vsa podjetja, ustanovljena v JAR, ne glede na izvor lastništva.
- Davek na dodano vrednost je enoten za vse vrste produktov in storitev, in sicer v višini 14 %, razen izjem, ki so davka oproščene.
- Davek na kapitalni dobiček se deli na davek, vezan na dobičke iz naslova delnic, in dobiček, vezan na vzajemne sklade. Davek na dobiček iz naslova dividend znaša 15 %. Dobički vzajemnih skladov so obdavčeni z enotno davčno stopnjo 40 % na prihodek in 66,6 % na dobiček, če se ta prenese na davčnega upravičenca.

V tem segmentu bi omenila tudi dajatve in davke, vezane na plače zaposlenih, saj je informacija o tem ena pomembnejših pri odločitvah glede načina vstopa in načrtovanju finančnega poslovanja podjetij na posameznem trgu. Južna Afrika v svoji zakonodaji deli prispevke, ki so obvezni in prostovoljni. Obvezne prispevke za primer brezposelnosti in bolniške odsotnosti plačata oba, tako delodajalec in tudi zaposleni, in sicer v višini 1 % prihodkov. Med običajne prostovoljne prispevke, ki jih zaposleni v Južni Afriki odmerjajo, spadajo pokojninski prispevki, ki jih vplačujejo v dva stebra. Upokojitvena starost velja enako za moške in ženske (60 let). Maksimalna višina državne pokojnine znaša 1 200 randov in je obdavčena kot prihodek. V prvi steber, vezan na državne pokojnine, zaposleni vplačujejo v povprečju od 3 do 7 % prihodka, v drugi steber, vezan na upravljanje v gospodarstvu, pa v povprečju od 5 do 15 % plače. Vsi prispevki, ki jih zaposleni vplačujejo v prvi in drugi pokojninski steber, spadajo v davčne olajšave. Maksimalna višina davčne olajšave iz tega naslova znaša 22,5 % za vplačila v drugi steber in 7,5 % za vplačila v prvi steber (South Africa employee benefits state mandatory private pension plans taxation, 2014).

Južna Afrika želi okrepiti svoj položaj kot trg, ki je privlačen za ustanavljanje podružnic s tem, da so podjetja, ki dobijo dividende iz svojih podružnic v tujini, oproščena davka iz naslova teh dividend. S tem ukrepom želi Južna Afrika zmanjšati stroške delovanja sedeža podjetja (South African tax for investors, 2013).

4.1.6 Pravne oblike poslovnih subjektov na trgu in postopek ustanovitve podjetja

V Južni Afriki, kjer spodbujajo tuje neposredne investicije, je trg načeloma odprt za vse tri možnosti vstopa, vsak vstop pa narekuje svoje pravila in postopke. Najpogostejša oblika vstopa tujih subjektov na trg Južne Afrike je formacija novega subjekta, katerega lastništvo je lahko izključno tuje ali deljeno z domačim pravnim ali fizičnim subjektom. Na trgu Južne Afrike obstajata dve različni vrsti podjetij, in sicer javna delniška družba, ki ima minimalno 7 delničarjev, in zasebna delniška družba, ki ima od enega do 50 delničarjev. Zakonodaja Južne Afrike ne predvideva, da morajo biti delničarji oziroma odgovorni v podjetju državljani Južne Afrike, s tem država kaže odprtost do tujih neposrednih investicij. Privlačnost Južne Afrike kot destinacije za investicije se kaže v enostavnosti pridobitve kreditov in pravne zaščite tako kreditodajalcev kot tudi kreditogemalcev (The World Bank, 2013, str. 68).

Za opravljanje gospodarske dejavnosti v Južni Afriki ni dovolj le delovno dovoljenje, temveč morajo tujci za opravljanje dejavnosti priskrbeti še (Working in SA: work permits, 2014):

- poslovno dovoljenje za domača podjetja, ki zaposlujejo tujce;
- poslovno dovoljenje za tujce, ki želijo odpreti podjetje in investirati na trg;
- dovoljenje za delo oziroma izmenjave za mlajše od 25 let, ki lahko v državi delajo eno leto, ali za čas programa uvajanja.

4.1.6.1 Prevzemi in združitve

Podjetje ob vstopu na trg lahko izbere za način vstopa prevzem podjetja ali le dela podjetja, ki že deluje na trgu. S tem si pridobi znanje o trgu, delovno silo in tudi infrastrukturo za poslovne procese. Ob prevzemu podjetja ali njegovega dela je treba pridobiti soglasje komisije za varstvo konkurence, prav tako je ob združitvah in prevzemih treba delovati po varnostnih predpisih za združitve in prevzeme. Združitve in prevzemi so lahko izvedeni kot nakup poslov oziroma sredstev ali nakup deleža podjetja. Kadar želi podjetje ali fizična oseba izvesti nakup sredstev, mora za to pridobiti soglasje 75 % vseh delničarjev in v nekaterih primerih tudi soglasje varstva konkurence, izpolnjevati pa mora tudi vseh pogoje varnosti združitvev in prevzemov (UHY, 2014, str. 17).

Alternativa omenjenemu prevzemu oziroma združitvi je prevzem deleža v podjetju na trgu. Načeloma se lahko tak prevzem zgodi s soglasjem delničarjev, katerih deleži se dokupujejo, v primerih večjih družb pa je treba za nakup določenega prevzemnega deleža pridobiti te deleže prek javne ponudbe, ki jo mora sprejeti vsaj 90 % vseh delničarjev. Ob združitvah in prevzemih je treba upoštevati zakone, ki ščitijo pravice malih delničarjev. Zakon o varovanju malih delničarjev vključuje vse družbe, katerih dolžniški kapital obsega več kot 5 milijonov randov (UHY, 2014, str. 18).

Regulative glede združitvev in prevzemov so naslednje poleg tehnične izpeljave združitve in prevzema, ki vključujejo tudi stroga pravila, vezana na zaposlene, saj morajo po združitvi oz. prevzemu uživati enake pravice iz dogovorov o zaposlitvi in pravice iz segmenta socialnih storitev. Prevzemi in združitve so relativno prosti, v posameznih panogah (bančništvo, farmacija, zavarovalništvo, letalska industrija) pa je treba slediti še posebnim predpisom.

4.1.6.2 Podružnice

Podjetje, ki se pri vstopu na tuji trg odloči za odprtje lastne podružnice, lahko to stori, ko lahko upraviči svoj obstoj s fizično prisotnostjo na trgu in s transakcijami, ki opravičujejo njeno delovanje. Po zakonu o podjetjih mora biti vsaka ustanovljena podružnica tujega podjetja registrirana v registru podjetij kot tuja družba, hkrati pa mora registru poročati tudi o svojih provizijah matičnemu podjetju. Vsaka podružnica in njeni odgovorni so naredili prekršek, če vse potrebne postavke niso javljene registru podjetij.

Registracija podružnice je preprosta in hitra, treba je le zagotoviti, da so registru podjetij v roku 21 dni od ustanovitve podružnice poslani naslednji dokumenti (UHY, 2014, str. 19):

- overjena kopija akta o ustanovitvi družbe; če akt ni napisan v enem izmed uradnih jezikov Južne Afrike, mora ta biti preveden in overjen tudi v enem izmed njih;
- obvestilo o registrirani poslovalnici in poštnem naslovu podjetja;
- privolitev, ime in naslov predstavnika podjetja v Južni Afriki;
- obvestilo o finančnem letu podjetja;
- povratne informacije in navedbe vseh direktorjev, lokalnih managerjev in sekretarjev (z navedbo, ali so rezidenti Južne Afrike ali ne);
- pooblastilo osebe, ki je rezident Južne Afrike in bo podjetje pooblastilo za prevzemanje vseh storitev, procesov in odločb.

Na podlagi navedenih potrebnih listin bo register podjetij izdal odločbo o ustanovitvi podružnice ter dodelil registracijsko številko in certifikat registracije. Certifikat je dokazilo, da podjetje ustreza vsem pogojem za ustanovitev podružnice. Vse nadaljnje spremembe je treba sporočiti registru podjetij.

Podjetja, ki na trgu Južne Afrike poslujejo prek svojih podružnic, so t. i. zunanja oziroma tuja podjetja. Vsa tuja podjetja morajo ob svojem imenu navajati tudi podatke matičnega podjetja, ti pa morajo biti omenjeni tudi v oglasih, pisemskih predlogah, obvestilih in drugih uradnih publikacijah. Podružnice so dolžne navajati odgovorne osebe v podjetju, lokalne managerje in sekretarje in njihovo nacionalnost, če ti niso Južnoafričani, v vseh poslovnih pismih, katalogih in vseh okrožnicah. Matično podjetje mora z odprtjem podružnice v Južni Afrike nanjo prenesti tudi del odgovornosti, ki jo je mogoče pravno opredeliti.

Podružnice so dolžne skrbeti za pregled davčnega stanja in vseh potrebnih dokumentov skladno z davčnimi predpisi Južne Afrike. Podružnice so dolžne v šestih mesecih po zaključku fiskalnega leta podjetja registru podjetij predložiti zaključna obračunska poročila. Izjeme so mogoče le ob privolitvi pristojnega ministra in utemeljitvi, da bi ti podatki lahko škodili delovanju podjetja. Vse podružnična podjetja so obdavčena po stopnji 33 % davka na dohodek, so pa oproščena davku od dobička iz poslovanja (UHY, 2014, str. 20).

Podružnica lahko spremeni svojo obliko iz podružnice v domačo samostojno podjetje z neprekinjenim delovanjem na trgu. Kar pomeni, da bi lahko podružnica, ko bi začela dosegati ustrezne rezultate, postala domače podjetje ter bi bila organizacijsko in z vidika obveznosti samostojna pravna oseba na trgu. S tem spodbujajo, da bi projekti, ki so vezani le na trg Južne Afrike, postali »spin off« podjetja, ki bi imela sedež v Južni Afriki.

4.1.6.3 Ustanovitev podjetja

Kot že omenjeno, na trgu Južne Afrike obstajata dve najpogostejši pravno organizacijski obliki podjetij, in sicer javna delniška družba in zasebna delniška družba. Južna Afrika

spodbuja tuje neposredne investicije na svojem trgu, kar se kaže pri tem, da ni omejitev pri lastništvu deležev glede na nacionalnost njihovih imetnikov ob ustanovitvi javne delniške družbe, ki mora imeti vsaj 7 delničarjev. Ustanovitev podjetja je za tuje vlagatelje preprosta, saj za ustanovitev zasebne delniške družbe ni treba zagotoviti minimalnega začetnega kapitala. Prvi delničarji javne delniške družbe so podpisniki akta o ustanovitvi in izjav o sodelovanju s podjetjem (UHY, 2014, str. 20–21).

Ustanovitev javne delniške družbe naj bi trajala približno do 14 do 21 dni, potem ko delničarji rezervirajo ime podjetja. Register podjetij ob ustanovitvi podjetja, kot v primeru ustanovitve podružnice, izda certifikat o ustanovitvi, na podlagi katerega podjetje lahko začne poslovati. Cena ustanovitve podjetja je nizka že zaradi dejstva, da ni potrebnega minimalnega kapitala, cena postopka ustanovitve pa znaša od 5 000 do 10 000 randov, kar znaša približno od 343 do 686 evrov, cena variira odvisno od zapletenosti registracijskega procesa (UHY, 2014, str. 21).

Vsako podjetje mora enkrat letno pridobiti revizijsko poročilo o finančnem poslovanju, vendar pa ga morajo javne delniške družbe in podružnična podjetja dati registru podjetij, preostala podjetja pa morajo le hraniti vsa pretekla revizijska poročila. Revizijsko poročilo mora izdati registriran revizor. Zakon ne opredeljuje, da bi morali biti direktorji oziroma odgovorni v podjetjih državljani ali rezidenti Južne Afrike, opredeljuje pa, da mora biti predložen podatek o njihovi nacionalnosti in državi prebivanja.

Tabela 5: Postopki za ustanovitev podjetja, njihovo trajanje in stroški

Korak	Postopek	Št. dni	Stroški
1	Komisiji za podjetja in intelektualno lastnino je za namen registracije podjetja treba predložiti obvestilo o ustanovitvi, akt o ustanovitvi in prošnjo za rezervacijo imena podjetja.	5–7	175 randov
2	Odprtje bančnega računa. Banke za odprtje računa potrebujejo originalne dokumente o podjetju ter podatke o odgovornih osebah in predstavnikih podjetja.	1–2	Ni stroškov
3	Registracija podjetja pri davčni upravi (SARS) za namen obračuna davka na dohodek, davka na dodano (podjetje mora biti registrirano kot davčni zavezanec za DDV, če ima več kot 1 000 000 randov letnega prometa) in za odmero prispevkov za zaposlene (PAYE in SITE):	12	Ni stroškov
4	Registracija podjetja pri ministrstvu za delo za zavarovanje za primer brezposelnosti	4	Ni stroškov
5	Registracija za primer poklicnih poškodb in bolezni	10 (hkrati s post. 4)	Ni stroškov

Vir: The World Bank, Doing Business 2013: South Africa, 2013, str. 21–22.

Južna Afrika skuša biti čim bolj prijazna za tuje investitorje, zato tudi skuša v svojih zakonskih okvirih zmanjšati vstopne ovire za tuja podjetja oziroma ustanavljanje novih. Glede na različno razvitost posamezne province je ob odločitvi vstopa smiselno pretehtati vse možne scenarije, saj imajo posamezne province še dodatne spodbude za vstop novih podjetij na trg. V tabeli 5 prikazujem povzetek potrebnih postopkov za ustanovitev podjetja, trajanje posameznih postopkov in njihove stroške.

Največji obseg stroškov, postopkov in časa obsegajo aktivnosti, namenjene zagonu podjetja, in sicer pridobitev gradbenih dovoljenj, električnih in drugih komunalnih priključkov.

4.1.6.4 Partnerstvo in združenje podjetij

Ko podjetje vstopa na trg, se lahko odloči za pogodbene oblike sodelovanja v obliki franšiznih odnosov, licenciranja ali drugih pogodbenih oblik poslovanja. Južnoafriška zakonodaja ne predvideva nikakršnih omejitev za tovrstno sodelovanje med domačimi in tujimi poslovnimi subjekti. Dogovori oziroma pogodbe naj bi bile sklenjene na podlagi južnoafriških zakonov, vendar ni nikakršne omejitve, da bi bile sklenjene na podlagi kakršne koli druge zakonodaje. Stranki imata torej popolno svobodo pri določanju dogovorov. Franšizing, pogodbe o distribuciji in agencijske pogodbe so pogosta oblika poslovanja tujih podjetij na trgu Južne Afrike. Za taka sodelovanja velja tudi ustni dogovor med strankama, kljub temu pa je svetovana pisna oblika vseh poslovnih dogovorov (UHY, 2014, str. 22–23).

4.1.7 Delovnopravna zakonodaja

Delovnopravna zakonodaja v Južni Afriki je sicer sektorsko razmeroma različno določena, vendar bi kljub temu povzela nekaj osnovnih načel iz zakonodaje, in sicer omejitve in določila na področju maksimalnih delovnih ur, bolniški dopust in porodniški dopust, povračilo potnih stroškov in dopusta.

Maksimalno število delovnih ur na teden znaša 45, in sicer v primeru 5-dnevnega delovnika delovnik dnevno ne sme presegati 9 ur, pri zaposlitvi z delovnikom več kot 5 dni dnevna obremenitev ne sme presegati 8 ur na dan (Zopedol, 2014).

Zakon o delovnih razmerjih opredeljuje pojem plačanega bolniškega dopusta. Zaposleni lahko v prvih šestih mesecih zaposlitve koristijo 1 dan plačanega bolniškega dopusta za vsakih 26 delovnih dni. Zakon opredeljuje tudi naslednje obdobje, in sicer v 3-letnem obdobju, v katerem so lahko delavci na bolniškem dopustu in odsotni z dela v višini dni, ki jih običajno opravijo v roku šestih tednov, in sicer 36 dni (za delavce, ki delajo 6 dni na teden) in 30 dni (za delavce, ki delajo 5 dni na teden). Zaposleni so v tem obdobju upravičeni do 45 % tedenskega zaslužka zavarovane zaposlene osebe, ki se izplačuje do 26 tednov (Work and Illness, 2014). Ženske imajo pravico do koriščenja porodniškega dopusta v trajanju štirih zaporednih mesecev, in sicer se porodniški dopust začne mesec dni pred načrtovanim rojstvom (Zopedol, 2014).

Povračilo potnih stroškov za prevoz na delo in poslovnega potovanja z zakonom ni opredeljeno ter je stvar dogovora med zaposlenim in delodajalcem. Če zaposleni opravlja delo med 18. in 6. uro zjutraj oziroma nočno delo, mu je delodajalec dolžan priskrbeti prevoz na delo in nazaj (Commuting, 2014). Zaposleni so upravičeni do minimalno 21 dni plačanega letnega dopusta vsako leto, ali po dogovoru, en dan dopusta za vsakih 17 delovnih dni oziroma eno uro na vsakih 17 ur dela. Zakon ne določa, ali so delavci upravičeni do večjega števila dni letnega dopusta zaradi delovne dobe. Prazniki oziroma dela prosti dnevi niso šteti v kvoto dni plačanega dopusta, delavci, ki opravljajo delo v nedeljo oziroma za praznike, pa so upravičeni do višjega plačila za opravljeno delo (Commuting, 2014).

4.2 Ekonomsko okolje

Ekonomsko okolje je za podjetja, ki vstopajo na tuji trg, tisto, na kar morajo biti še zlasti pozorni, saj med drugimi ponuja tudi informacije o tem, ali je kupna moč na trgu dovolj močna, da bo trg njihove produkte in storitve dejansko kupal. V delu analize ekonomskega okolja želim analizirati osnovne kazalnike stanja gospodarstva in trende na trgu Južne Afrike. Med splošnimi ekonomskimi kazalniki stanja bom analizirala BDP, PPP per capita, stopnjo brezposelnosti, najpomembnejše panoge in gibanje v plačilni bilanci. Ključni sektorji oziroma industrije Južnoafriškega gospodarstva so avtomobilska industrija, turizem, rudarstvo in sektorji, vezani na mineralne surovine, ter IKT, vključno s sektorjem elektronike. Južna Afrika je trg, na katerem 50 % BDP-ja ustvarijo mikro, mala in srednje velika podjetja. Ta podjetja zaposlujejo tudi 60 % zaposlenih. V primerjavi z razvitimi državami je ta delež razmeroma majhen, saj mikro, mala in srednje velika podjetja razvitih državah prispevajo kar 90 % v BDP (Booyens, 2011, str. 67).

V okviru trendov na trgu Južne Afrike bom analizirala splošne trende in ekonomske politike, prav tako se bom deloma posvetila tudi trendom panoge IKT na trgu. Južna Afrika, kot že omenjeno, spada med najhitreje rastoča gospodarstva na svetu in spada tudi v skupno G20. V tabeli 6 prikazujem BDP/PPP per capita kot ključen makroekonomski kazalnik razvitosti gospodarstva Južne Afrike. BDP na prebivalca, ki temelji na pariteti kupne moči (PPP), je bruto domači proizvod, pretvorjen v mednarodne dolarje in stopnje paritete kupne moči. BDP v kupčevih cenah je vsota bruto dodane vrednosti vseh proizvajalcev, ki prebivajo v gospodarstvu, in vseh davkov na proizvode, zmanjšanih za subvencije, ki niso vključene v vrednost proizvodov. To se izračuna brez odbitkov za amortizacijo kovinskih sredstev ali za izčrpavanje in degradacijo naravnih virov.

V tabeli 6 so prikazani splošni ekonomski kazalniki, ki kažejo, da trg dobro kljubuje svetovni krizi in da vlada izvaja ustrezne ukrepe, ki gospodarstvu omogočajo razmeroma dobro rast. Spodbudni podatki, razvidni iz tabele, so zlasti zniževanje inflacije in obvladovanje javnega primanjkljaja. Južna Afrika ima razmeroma majhen dolg, kar z vidika poslovanja ni problematično, bolj opozorilen je podatek o velikem javnofinančnem primanjkljaju, kar se odraža v naraščanju javnega dolga, brezposelnosti in inflaciji, poleg tega se v letu 2012

pojavlja tudi poslabšanje na tekočem računu, kar nakazuje zmerno ekonomsko tveganje. Iz podatka o gospodarski rasti lahko sklepamo, da se trg kot celota razvija, ter posledično, da raste potreba po produktih in storitvah IKT, saj so te vpete v celotno poslovanje podjetij, katerih potrebe po teh storitvah in produktih z rastjo podjetja tudi naraščajo. Hkrati dvig BDP per capita govori v prid dvigu življenjskega standarda, kar tudi pozitivno vpliva na potrebe trga po produktih in storitvah IKT.

Tabela 6: Ključni ekonomski kazalniki za JAR, v obdobju 2010–2013

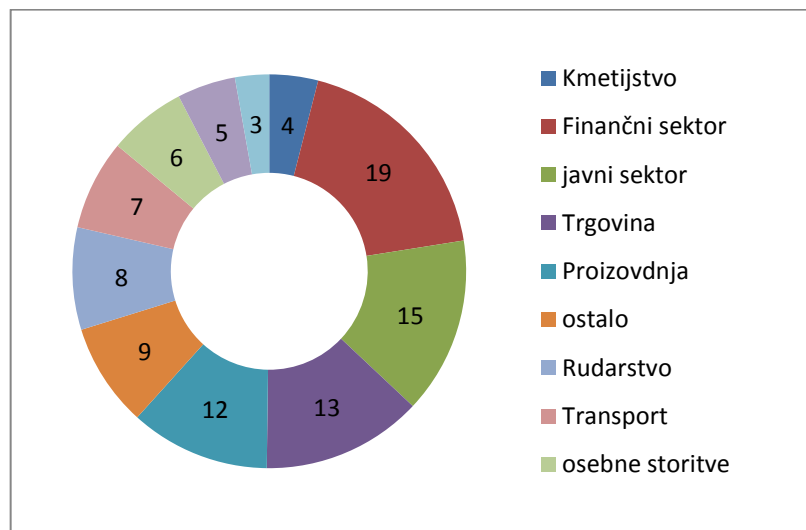
	2010	2011	2012	2013
BDP PPP per capita (v USD)	11 426	11 910	12 252	12 503
Inflacija (%)	7,7	5,9	4,5	5,8
Tekoči račun plačilne bilance (v % BDP)	-1,9	-2,3	-5,2	Ni podatka
Brezposelnost (v %)	23,3	24,9	24,9	24,1
Gospodarska rast	4,4	3,3	2,1	3,8
Javni primanjkljaj	-6,6	-4,8	-4,9	-5,2
Javni dolg (delež v BDP)	31,3	35,6	39,4	42,5

Vir: South Africa, b.l. c.

V tabeli 6 so prikazani splošni ekonomski kazalniki, ki kažejo, da trg dobro kljubuje svetovni krizi in da vlada izvaja ustrezne ukrepe, ki gospodarstvu omogočajo razmeroma dobro rast. Spodbudni podatki, ki so razvidni iz tabele, so predvsem zniževanje inflacije in obvladovanje javnega primanjkljaja. Južna Afrika ima razmeroma nizek dolg, kar z vidika poslovanja ni problematično, bolj opozorilen je podatek o velikem javnofinančnem primanjkljaju, kar se odraža v naraščanju javnega dolga in brezposelnosti ter inflaciji, poleg tega pa se v letu 2012 pojavlja tudi poslabšanje na tekočem računu, kar nakazuje zmerno ekonomsko tveganje. Iz podatka o gospodarski rasti lahko sklepam, da se trg kot celota razvija, ter posledično, da raste potreba po produktih in storitvah IKT, saj so te vpete v celotno poslovanje podjetij, katerih potrebe po teh storitvah in produktih z rastjo podjetja tudi naraščajo. Hkrati dvig BDP per capita govori v prid dvigu življenjskega standarda, kar tudi pozitivno vpliva na potrebe trga po produktih in storitvah IKT.

Po podatkih svetovne banke BDP Južne Afrike, ki znaša 384 312 674 446 USD, državo uvršča na 28. mesto po višini BDP, kar jasno kaže moč in potenciale tamkajšnjega trga. Na sliki 4 prikazujem, kolikšne deleže prispevajo posamezni sektorji v BDP Južne Afrike. S slike 4 je razvidno, da nekateri sektorji dosegajo precejšen del BDP, kar pomeni, da so te panoge gonilci gospodarske dejavnosti.

Slika 4: Sektorska struktura BDP (v %)



Vir: South Africa's economy, 2014.

Vrednost BDP pove malo o razvojnih potencialih in moči posameznega trga, zato je pri analizi trga treba omeniti stopnje gospodarske rasti. Gospodarska rast Južne Afrike je znašala 2,5 %, kar pomeni manjšo rast, kot je bila v letu 2011, ko je znašala 3,5 %, vendar je največji razlog nižje gospodarske rasti v letu 2012 posledica nizkih in ponekod tudi negativnih gospodarskih rasti v EU, najpomembnejši trgovinski partnerici Južne Afrike. Panoge, ki so največ prispevale h gospodarski rasti skozi vsa četrletja, so proizvodnja z 0,8 %, panoga financ, nepremičnin in poslovnih storitev je na letni ravni prispevala 0,6 %, prav tako so h gospodarski rasti prispevale splošne vladne storitve z 0,4 %. Napoved zakladne banke za gospodarsko rast za leto 2013 je bila najprej ocenjena na 2,9 %, vendar je bila zaradi počasnega okrevanja EU gospodarstva ocena gospodarske rasti popravljena na 2,6 %. Mans (2011, str. 23) kot enega ključnih izzivov navaja inflacijo, ki je zaradi depreciacije randa v preteklosti že močno vplivala na gospodarstvo. Južna Afrika je leta 2009 sprejela okvire borbe proti mednarodni gospodarski krizi, med katerimi je naštel, da naj bo gonilo konkurenčne ekonomije visoka raven investicij, ki jim bo tudi v prihodnje omogočala rast (Framework for South Africa's response, 2009, str. 24).

Gospodarstvo Južne Afrike je še vedno postavljeno pred izziv reševanja problema brezposelnosti, ki je problem gospodarstva vse od ukinitve politike apartheida, katere konec je vzpostavil nova tržna pravila z vidika zaposlovanja, po katerih je belopolto in temnopolto prebivalstvo postalo enakopravno. Zaradi desetletij zapostavljanja temnopoltega prebivalstva je posledično to nižje izobraženo in zato težje zaposljivo. Brezposelnost v prvem polletju leta 2014 je znašala 24,9 % (Indicators, 2014).

Južna Afrika ima med 60 državami, ki jih spremlja Bloomberg, tretjo najvišjo stopnjo brezposelnosti, zato je šetoliko bolj pomembno, da država usmeri vse napore v dvig rasti gospodarstva in novih delovnih mest. Cilji in politike vlade si prizadevajo v prihodnje

zmanjševati brezposelnost, in sicer na 14 % do leta 2020 in na 6 % do leta 2030. Za doseg te ciljev bi moralo južnoafriško gospodarstvo na letni ravni rasti za vsaj 5,4 %, kar pa je ob trenutnih gospodarskih razmerah zelo optimistično (Vollgraaf & Mbatha, 2013).

Za spodbujanje gospodarske rasti se mora torej Južna Afrika osredotočati na spodbude, ki omogočajo razvoj tistih gospodarskih panog, ki prispevajo največ k rasti zaposlovanja najbolj rizičnih skupin brezposelnih oseb. V letu 2013 je vlada Južne Afrike sprejela nekaj ključnih ukrepov za spodbujanje domačega gospodarstva, ki so ustvarili 150 000 delovnih mest, od tega jih je bilo 43 500 ustvarjenih v sektorju energetike. Vlada Južne Afrike je svoje napore vložila k razvoju infrastrukturnih projektov, ki predstavljajo hiter učinek ustvarjanja delovnih in hkrati tudi temelj prihodnjega gospodarskega razvoja, saj predstavljeni projekti predstavljajo temelj razvoja gospodarskih dejavnosti, ki so v načrtih Južne Afrike prioritetni. Infrastrukturni projekti, ki jih spodbuja vlada, so usmerjeni k spodbujanju javno-zasebnega partnerstva. Projekti spodbujanja domačega gospodarstva, s katerimi želijo še dodatno spodbuditi rast zaposlovanja, so ('No stopping' SA infrastructure drive, 2013):

- proizvodnja avtobusov za javni promet;
- elektrarna Eskom Medup;
- omrežje za novo omrežje za različna goriva;
- nabava novih vlakov;
- nova železniška linija med provincama Severni Cape in Vzhodni Cape;
- nadgradnja javno transportnega sistema v Johannesburgu.

Zelena ekonomija oziroma panoge, ki predstavljajo trajnostni razvoj, so v svetovnem gospodarstvu vse bolj opažene in se jim namenjujejo dodatna prizadevanja pri razvoju tehnologij in poslovnih modelov. Južna Afrika ni nobena izjemna pri pozitivni naravnosti proti taki ekonomiji. Država se je zavezala k zmanjšanju izpustov toplogrednih plinov za 34 % do leta 2020 in za kar 42 % do leta 2025. Ob zasledovanju tega cilja je vlada v maju 2012 podprla in odobrila 19 vetrnih, sončnih in hidroelektrarn, katerih vrednost projektov ocenjujejo na 73 milijonov randov. V letu 2011 je vlada podpisala dogovor o zeleni ekonomiji, katere cilj je ustvariti 300 000 delovnih mest v obdobju naslednjih 10 let. Državna zakladnica je leta 2012 za obdobje 2 let namenila 800 milijonov za t. i. zeleni fond, iz katerega lahko črpajo tista podjetja, ki vodijo visokokakovostne, visokoproduktivne projekte, ki zagotavljajo nova delovna mesta.

Pomemben dejavnik vsakega trga je tudi valuta, ki lahko močno vpliva na konkurenčnost gospodarstva in kroji dinamiko trga. Raziskava, ki sta jo izvedla državno zakladništvo Južne Afrike in Rand Merchand Bank, je pokazala, da je valutno tveganje eno izmed treh najpogostejših tveganj, s katerimi se srečujejo podjetja na trgu Južne Afrike. 50 % vseh vprašanih podjetij navaja, da je njihovo poslovanje močno občutljivo za valutna nihanja. O občutljivosti za nihanje valute so poročala vsa podjetja ne glede na panogo, velikost in ne glede na to, ali je bilo podjetje izvoznik, uvoznik ali je delovalo pretežno na domačem trgu.

Kar 70 % podjetij je navedlo, da gibanje valute vpliva na njihove dolgoročne investicijske odločitve (Cairns & MacLeod, 2014).

Južna Afrika je privlačna za investitorje, saj se v prenekaterih lestvicah uvršča na mesta, ki kažejo njeno pozitivno investicijsko okolje. V tem delu menim, da je najpomembnejša ocena ekonomske privlačnosti trga in ocena konkurenčnosti panoge IKT v svetovnem merilu. Ekonomska svoboda v državi je označena na zmerno svobodno. Med 177 državami, v katerih merijo indeks ekonomske svobode, se Južna Afrika uvršča na 74. mesto, regionalno pa se uvršča na 6. mesto med drugimi državami podsaharske Afrike (How the world rates South Africa, 2014.).

Ekonomsko okolje Južne Afrike še danes krojijo geografska lokacija in zgodovinsko politično stanje. Neizobraženost temnopoltega dela populacije vpliva na zmožnost uvajanja inovativnih izdelkov na trg, kar močno vpliva zlasti na panogo IKT. Splošna gospodarska klima govori v korist vstopa podjetij na trg, saj Južna Afrika kljub svetovni gospodarski krizi v celotnem obdobju dosega gospodarsko rast. Največje tveganje pri poslovanju s trgom je južnoafriški rand, ki močno niha. Podjetja, ki s trgom poslujejo, morajo torej poskrbeti za ustrezna varovala, ko gre za področje določanja valute, v kateri se bo izvedel posamezni posel.

4.3 Sociokulturno okolje

Sociokulturno okoljeje pomembno pri analizi potencialov posameznega trga, saj nam pokaže, s kakšno delovno silo, mentaliteto potrošnikov in s kakšno kulturo se soočamo pri vstopu na izbran trg. Skozi perspektivo panoge IKT se mi zdi pomembno, da v okviru socialnega okolja analiziram dejavnike, kot so starostna struktura prebivalstva, šolski sistem in izobrazbena struktura, HIV in prebivalstvo, najpomembnejši mediji in medijski trendi ter nakupne navade potrošnikov ipd. Južna Afrika je država, v kateri prebivalstvo v velikem odstotku pesti tudi revščina, za katero menim, da vpliva na razvoj in stanje panog, kot je tudi panoga IKT, zato se bom v nadaljevanju nekoliko posvetila tudi tej tematiki.

Ukinitev apartheida je prinesla mnogo sprememb tudi pri možnosti različnih skupin prebivalstva, da širijo in živijo svojo kulturo ter enakomerno sodelujejo na vseh družbenih ravneh in dejavnostih. Po popisu prebivalstva iz leta 2011 je bil isizulu najpogostejši jezik, ki ga je kot materinščino izbrala skoraj ena četrtina prebivalstva, sledili so jeziki isixhosa, ki ga govori 17,6 % prebivalstva, afrikanščina s 13,3 %, sepedi z 9,4 % ter setswana in angleščina, ki sta materni jezik 8,2 % prebivalstva. Treba je poudariti, da večina Južnoafričanov govori več jezikov, najpogosteje materni jezik in angleščino. Leta 1997 je začel veljati zakon, ki priznava 11 uradnih jezikov, in sicer so to afrikanščina, angleščina, isindebele, isixhosa, isizulu, sesotho sa leboa, sesotho, setswana, siswati, tshivenda, xitsonga.

Južna Afrika je rasno in versko pisana država, kar je posledica zgodovinskih dejavnikov, ti pa so vplivali tudi na močno razslojenost južnoafriške družbe. Po zadnjih ocenah je v Južni

Afriki 51,8 milijona prebivalcev. V zadnjem popisu prebivalstva iz leta 2011 je bilo prebivalstva nekoliko manj, in sicer 51,7 milijona. Prebivalstvo je po spolu porazdeljeno enakomerno, saj je žensk 51,3 %, moških pa 48,7 %. Delež in število prebivalcev po posamezni provinci navajam v tabeli 7.

Tabela 7: Število in delež prebivalstva po provincah, v letu 2013

Provincia	Št. prebivalcev	Delež celotne populacije
Eastern Cape	6 562 053	12,7
Free State	2 745 590	5,3
Gauteng	12 272 263	23,7
KwaZulu-Natal	10 267 300	19,8
Limpopo	5 404 868	10,4
Mpumalanga	4 039 939	7,8
Northern Cape	1 145 861	2,2
North West	3 509 953	6,8
Western Cape	5 822 734	11,3
Skupaj	51 770 560	100,0

Vir: How the world rates South Africa, 2014.

Iz razpredelnice vidimo, da je poseljenost Južne Afrike zelo različna, glede na urbano razvitost posamezne province. Največje province glede na prebivalstvo so Guateng, v kateri ležita mesti Pretoria in Johannesburg, province KwaZulu Natal, v kateri leži prav tako eno največjih mest v Južni Afriki, mesto Durban, ter province Eastern Cape, v kateri je mesto Cape Town. Province, v katerih prebiva največ prebivalstva, so torej tiste, kjer ležijo prestolnice države. Da je država pestra, po prebivalstveni strukturi govori dejstvo, da je v državi kar 11 uradnih jezikov, ki imajo enak pravni status, in tudi dejstvo, da so v državi močno zastopane 4 rasne skupine. Po podatkih iz leta 2001 v Južni Afriki živijo predstavniki 15 različnih verskih skupin (South Africa, b.l. a).

Za razumevanje stanja brezposelnosti, ki sem ga omenila v pregledu ekonomskih kazalnikov, je treba upoštevati dejavnika, ki po mojem mnenju skupaj tvorita ustrezno razlago brezposelnosti in revščine ter pereč problem v Južni Afriki. Dejavnika sta povezana, in sicer sta to rasna struktura prebivalstva ter vpliv politike apartheida na vključenost temnopoltega prebivalstva v delo in aktivno življenje. Posledica nizko izobraženega temnopoltega prebivalstva je poleg visoke stopnje brezposelnosti tudi razmeroma visoka stopnja kriminala. Večinsko temnopolto prebivalstvo tudi zaradi politike apartheida živi predvsem v ruralnem okolju, kjer je dostopnost do znanja in izobrazbe še toliko težja, v to pa so vključene politike izobraževanja v Južni Afriki, saj je cilj spremeniti trend izobraženosti v ruralnem okolju ter predvsem med temnopoltim prebivalstvom in prebivalstvom, ki se spopadajo z revščino.

Južna Afrika ima zaradi geografske lege in zgodovinske dinamike tudi pestro rasno strukturo. V tabeli 8 prikazujem rasno strukturo prebivalstva Južne Afrike. Med rasami prevladujejo temnopolti, ki obdegaajo 79,2 % populacije. Enak delež, in sicer 8,9 %, predstavljajo belci in mulati. Podatek o velikem deležu temnopoltega prebivalstva govori o velikosti problematike brezposelnosti in revščine v tej skupini prebivalstva.

Tabela 8: Rasna struktura prebivalstva, v letu 2012

Rasna skupina	Število	% celotna populacija
Temnopolti	41 000 938	79,2
Mulati	4 615 401	8,9
Belci	4 586 838	8,9
Indijci/Azijci	1 286 930	2,5
Skupaj	51 770 560	100,0

Vir: South Africa: fast facts, 2014.

Iz tabele 8 je razvidno, da je temnopoltega prebivalstva več kot tri četrtine. Nekaj desetletij so imeli zelo omejene pravice, tudi niso imeli možnosti svobodno prispevati k bruto domačemu proizvodu, imeli so omejene pravice pri izbiri poklica, izobrazbe in zdravstva. Po ukinitvi politike apartheida je temnopolto prebivalstvo začelo enakovredno vstopati v konkurenčno delovno okolje, vendar pa so bili zaradi omenjene politike na splošno manj izobraženi in imeli manj razvite veščine, ki jih zahtevajo delovna mesta z visoko dodano vrednostjo. Posledica je še vedno velika revščina med temnopoltim prebivalstvom. Chigara (2011, str. 213) v svojem članku navaja, da se želi vlada Južne Afrike s problemom revščine med temnopoltim prebivalstvom spopasti tudi z ustrezno zakonodajo, med najpomembnejše zakone na tem področju štejejo zakon za opolnomočenje temnopoltega prebivalstva (Act No. 53 (2003(5))).

Četrtnina temnopoltega prebivalstva je brezposelna, kar pomeni veliko skrb, saj je visoka brezposelnost eden izmed ključnih dejavnikov upočasnjene gospodarske rasti. Veliko ukrepov, ki so pozitivno vplivali na razvoj gospodarstva in izboljšanje stanja temnopoltega prebivalstva, je bilo sprejetih, ko je državo vodil Nelson Mandela, najpomembnejša figura v boju za pravice temnopolnih v Južni Afriki (McGroarty, 2013). Skrb vzbujajoč je podatek, da je revščina v Južni Afriki v obdobju 2002–2012 kljub 3,6-odstotni povprečni gospodarski rasti rasla (South Africa's poverty rate rise ahead of MDG benchmark year, 2013).

Panoga IKT je podvržena nenehnim spremembam, zato je toliko pomembneje, da trg, na katerem deluje podjetje, nudi delovno silo, ki se lahko prilagodi konkurenčnemu globalnemu okolju panoge. Pomemben temelj zelo kakovostni in prilagodljivi delovni sili je dober šolski sistem, ki ga Južna Afrika zagotovo ima. Šolski sistem obsega 20 % celotne državne porabe in velja za šolski sistem z največjo investicijo na svetu. Visokošolski sistem sestavlja 11 univerz, 6 tehnoloških univerz in 6 samostojnih ustanov. V visokošolske programe je vpisanih

900 000 študentov. Statistični podatki kažejo, da se dviga izobrazbena struktura na vseh ravneh. V skupini ljudi, starejših od 20 let, se je v letu 2011 povečalo število ljudi s končano visokošolsko izobrazbo, z 8,4 % na 12,1 %, povečalo se je tudi število ljudi s končano srednješolsko izobrazbo, z 20,4 % na 28,5 %, hkrati pa je kot logična posledica upadlo število ljudi z osnovnošolsko ali nižjo izobrazbo, z 17,9% na 8,6%. V skupini šolajočih se otrok, starih od 5 do 24 let, zaznavajo zmerno rast izbire zasebnega šolstva proti javnemu šolstvu. Izbira zasebnih šolskih ustanov je predvsem opazna v provincah Guateng, Western Cape in Free State. V provinci Guateng v tej starostni skupini zasebne šole obiskuje 16 % otrok ter v provinci Western Cape 7,5 % in v provinci Free State 6,4 % (South Africa: fast facts, 2014).

Na prebivalstvo in stanje v gospodarstvu v Južni Afriki vpliva tudi dejavnik visoke okuženosti z virusom HIV ter posledično visoke smrtnosti, katere vzrok je AIDS in z njim povezani zapleti. Ozaveščanje prebivalstva v boju proti novim okužbam z virusom HIV je ena glavnih nalog Južne Afrike na tem področju. Prizadevanja, ki jih vlagajo v zmanjšano okuženost in smrtnost za posledicami virusa HIV, kažejo rezultate, saj je leta 2011 za posledicami AIDS-a in povezanih razlogov umrlo 100 000 manj ljudi kot leta 2005 (HIV/AIDS in South Africa, 2014). Boj proti virusu HIV vključuje (HIV & Aids in South Africa, 2014):

- preprečevanje prenosa okužb z matere na otroka;
- ozaveščanje ljudi o HIV in AIDS;
- izobraževanje o spolnosti in HIV;
- obrezovanje.

Trenutna statistika na področju okužb HIV v Južni Afriki je razvidna v tabeli 9, v kateri navajam povprečne ocenjene vrednosti za leto 2012 in temeljijo na podatkih Združenih narodov (HIV and AIDS estimates, 2014).

Tabela 9: Podatki o okuženosti prebivalstva z virusom HIV, v letu 2013

Število ljudi, ki živijo z virusom HIV	6 100 000
Okuženost med odraslimi, stari 15 in 49 let (v %)	17,9
Odrasli, stari 15, in največ okuženih z virusom HIV	5 700 000
Ženske, stare 15, in največ okuženih z virusom HIV	3 400 000
Otroci, stari od 0 do 14 let, ki živijo z virusom HIV	410 000
Smrti zaradi aidsa	240 000
Sirote zaradi aidsa v starosti 0–17	2 500 000

Vir: HIV and AIDS estimates, 2014.

Visoka okuženost s HIV pomeni tveganje za vsa podjetja, zlasti je treba to izpostaviti pi tujih podjetjih, saj vpliva na kadrovske politike podjetja. Oblikovanje družbenega mnenja in družbenih trendov oblikujejo mediji, ki so v zadnjem času podvrženi tudi spremembam, njihov dostop do bralcev, poslušalcev in gledalcev pa postaja vse bolj virtualen. Svoboda govora je za Južnoafričane pomembna, vse od spomina na preteklost apartheida, in spada med najboljših 50 držav na svetu glede na indeks svobode medijev. Južnoafriške medije štiti tudi varuh medijskih pravic. Podatki raziskave iz leta 2009 kažejo, da je medijski trg v JAR zelo pester, raziskava je vključevala vse tipe medijev, razen spletnih. Rezultati so naslednji: v letu 2009 je bilo v JAR 21 dnevnikov, 27 velikih tednikov, 660 komercialnih revij, 735 poslovnih medijev, 470 lokalnih medijev, 92 TV postaj, 137 radijskih postaj in prek 65 DTsv-radijskih postaj. Mediji niso le usmerjevalci javnega mnenja, ampak prinašajo podjetjem priložnost, da prek njih nagovarjajo ciljne kupce. Najpomembnejši mediji imajo različno lastniško strukturo (od javnih do zasebnih lastnikov) ter so (Media in South Africa, 2014):

- **Media24** je množični medij s tabloidno vsebino in poljudnimi informacijami. Branost presega 500 000 bralcev dnevno, drugi mediji dosegajo dnevno branost v višini 800 000 bralcev. Media24 izdaja dnevne izdaje svojih medijev in ima v lasti 60 medijskih izdaj.
- **Independent News & Media** ima v lasti 14 nacionalnih in regionalnih časopisov, v večini največjih mest. Nekatere izdaje založništva imajo tudi izdaje poslovnih vsebin.
- **Avusa** je medij, ki med drugimi izdaja jutranjo izdajo časopisa Business day in tedenski časopis s finančnimi vsebinami ter je pomemben medij na področju financ in poslovanja.
- **Caxton and CTP Group** ima v lasti 128 časopisov in 13 revij, kar kaže pomembnost in moč njihovih medijev. Mediji v njihovi lasti so še posebej pomembni pri analizi medijskega prostora, saj nastopajo tudi v mestih, kjer druge medijske hiše niso prisotne.
- **Primedia** je medijska hiša, ki stremi k oglaševalskemu prostoru in je pomembna z vidika potencialnih oglaševalcev, še zlasti v segmentu trga podjetje do kupcev. Podjetje, ki ima v lasti Primedia, je med vodilnimi mediji, tudi na področju jumbo plakatov.
- **M&G Media** je imela leta 2008 500 000 bralcev, ki so bili predstavniki vseh ras. Čeprav velja za razmeroma majhno medijsko hišo, je M&G Media treba omeniti tudi zaradi uspešnega prehoda na spletno obliko objave svojega medija M&G online.
- **MultiChoice** je pomembna medijska hiša, saj pokriva področje satelitske televizije in je hkrati tudi ponudnik internetnih storitev. MultiChoicev produkt ponudbe internetnih storitev, MWeb, ima 340 000 odjemalcev.
- **e.tv** je prva južnoafriška zasebna televizijska postaja, ki s svojim oddajanjem dosega 78 % celotne južnoafriške populacije, kar pomeni 17 881 000 gledalcev.
- **SABC** je medijska hiša, ki ima v lasti 18 radijskih postaj. 15 radijskih postaj je namenjenih poročanju v javnem imenu, pri čemer je treba omeniti, da 11 radijskih postaj poroča v enem izmed 11 uradnih jezikov. SABC je prav tako že stopila v virtualni svet in svojim poslušalcem ponuja informacije tudi na spletu. Njihova spletna stran ima povprečno 600 000 obiskov strani na mesec.

Najbolj obiskane spletne strani dajejo podjetjem odgovore tudi na to, kakšen je povprečen internetni uporabnik v Južni Afriki in kateri mediji oziroma spletne strani so primerni kanali

za komuniciranje s potencialnimi kupci. Podatki iz tabele 10 koristijo podjetjem, ki delujejo na področju spletnih strani, saj dajejo relevanten podatek o spremljanju elektronskih medijev. Panoga IKT je močno povezana s spletnimi mediji, ker ti pomenijo okno do potencialnih kupcev. Prikazujem najbolj obiskane spletne strani, njihove založnike, podatki o unikatnih obiskovalcih in dosegu pa lahko podjetjem pomagata pri oceni njihovega tržnega potenciala. Iz tabele 10 je razvidno tudi, da spletni medijski prostor večinoma obvladuje založniška hiša Media24, ki ima v lasti 6 od 20 najbolj obiskanih spletnih strani na trgu.

Tabela 10: 20 najbolj obiskanih spletnih strani

Spletna stran	Založnik	Unikatnih obiskovalcev	Doseg (v %)
news24.com	Media24	980 690	21
MSN	MSN	705 784	15
mweb.co.za	MWeb	647 892	14
webmail.co.za	Interface	593 292	13
Hotmail	MSN	573 527	12
iol.co.za	Independent Online	556 447	12
24.com	Media24	487 438	10
fin24.co.za	Media24	289 983	6
careerjunction.co.za	CareerJunction	279 477	6
health24.co.za	Media24	260 679	6
iafrica.com	Primedia Online	257 714	6
yellowpages.co.za	Yellow Pages South Africa	253 411	5
ananzi.co.za	Ananzi	238 415	5
Autotrader.co.za	Auto Trader	233 461	5
Mail & Guardian Online	M&G Online	208 613	4
wheels24.co.za	Media24	195 923	4
supersport.co.za	SuperSport Zone	187 369	4
women24.com	Media24	178 610	4
The Times	Avusa	165 799	4
Junkmail-za	Junkmail	164 227	4

Vir: South Africa online, 2013.

Mediji v Južni Afriki svoje moči o informiranju vse bolj usmerjajo tudi na splet. V tabeli 10 so navedene najbolj obiskane spletne strani. Da družba v Južni Afriki postaja vse bolj virtualna, kažejo številke. Število spletnih trgovin na trgu je v porastu in se je samo med letoma 2005 in 2007 povečala z 826 na 1014, pri čemer je treba poudariti, da je med spletnimi

trgovinami v letu 2005 svoja vrata zaprlo kar 310 trgovin, kar pomeni 498 novih spletnih trgovin v obdobju 2 let (South Africa online, 2013).

4.4 Tehnološko okolje

Pri ugotavljanju tržnih priložnosti s področja IKT je pregled tehnološkega okolja na trgu ključen. V okviru tehnološkega okolja bom predstavila trenutna stanja in kazalnike s področja informacijske infrastrukture, uporabe spleta in stanje infrastrukture na področju IKT. Z vidika uporabnikov in poslovnih kazalnikov bom analizirala stanje informacijske družbe po posameznih segmentnih. Ključni razvojni cilj Južne Afrike je izgraditi močno infrastrukturo na področju energije, transporta in logistike, zdravstva, izobraževanja in stanovanjskih objektov. Ukrepi, ki bodo gradili omenjeno infrastrukturo, bodo po ocenah vlade prinesli 5 milijonov delovnih mest, kar bo stopnjo brezposelnosti znižalo s trenutno približno 25 % na 15 % do leta 2020 (Africa Business Initiative, 2012, str. 1).

Tabela 11: Delež gospodinjstev, priključenih v javno električno omrežje po provincah, v letu 2012

Provinca	Delež priključenih gospodinjstev (v %)
Eastern Cape	80,4
Free State	91,5
Gauteng	84,6
KwaZulu-Natal	79,3
Limpopo	90,5
Mpumalanga	88,4
Northern Cape	91,9
North West	85,3
Western Cape	90,5

Vir: Statistics South Africa, General household survey 2012, 2013.

Dostop do električnega omrežja je prvi pogoj za dostop do dobrin in storitev panoge IKT. Zato v tabeli 11 prikazujem dostop do priključkov v javno električno omrežje po posameznih provincah. Tak pregled je pomemben z vidika podjetij, ki vstopajo na trg, saj je trg razmeroma velik in raznolik ter je odločitev o tem, v katero provinco vstopiti, odvisna tudi od razvitosti, pomemben dejavnik pri tem je tudi dostop do električne energije. Povprečno ima po podatkih Statističnega urada Južne Afrike za leto 2012 dostop do priključka javnega električnega omrežja približno 85 % vseh južnoafriških gospodinjstev. Če bi kot dejavnik razvitosti upoštevali % priklopa gospodinjstev v električno omrežje, bi bile med najrazvitejšimi province Northern Cape, Free State, Limpopo in Western Cape, ki imajo vse več kot 90 % gospodinjstev, priključenih v električno omrežje, kot je razvidno iz tabele 11.

Izzivi, ki čakajo infrastrukturo električne energije v prihodnje, so izboljšanje kakovosti električnih priključkov, saj je le 61,6 % gospodinjstev s priključkom v električno omrežje dobavo električne energije označilo kot dobro. Največji izzivi čakajo provinco Gauteng, kjer je bila ocena močno pod povprečjem, in sicer je dobavo električne energije kot dobro ocenilo le 49,5 % gospodinjstev. Ker je to provinca, v kateri sta Johannesburg, največje mesto v JAR, in Pretoria, v kateri je njena izvršilna oblast, je treba temu posvetiti posebno pozornost.

Transport in logistika sta pomembna dejavnika pri vzpostavljanju konkurenčnega gospodarstva ter tudi pomembna informacija za podjetja, ki vstopajo na trg. Tako kot v vseh segmentih gospodarstva povpraševanje narekuje ponudbo in tako je tudi pri uporabi transportnih sredstev. Javni prevozniki sestavljajo avtobus, vlak in taksi in v tabeli 12 prikazujem njihovo uporabo po posamezni vrsti javnega transporta. Uporabo sredstev javnega transporta je vedno treba gledati skozi perspektivo razpoložljivosti, saj je železniška infrastruktura po državi neenakomerno razvita.

Tabela 12: Uporaba sredstev javnega prevoza sredstev po provincah, v letu 2012

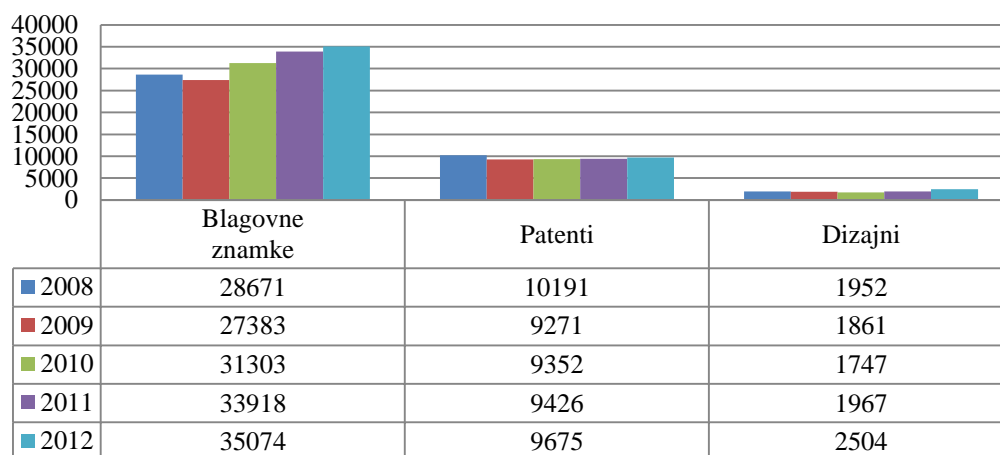
Provinca	Vlak	Avtobus	Taksi
Eastern Cape	1,0	3,2	36,1
Free State	0,1	5,6	38,8
Gauteng	7,8	5,5	44,5
KwaZulu-Natal	1,9	5,0	42,5
Limpopo	0,3	7,3	45,2
Mpumalanga	0,0	16,3	45,2
Northern Cape	0,5	3,2	28,8
North West	1,0	9,7	44,1
Western Cape	15,6	10,4	32,1

Vir: Statistics South Africa, General household survey 2012, 2013.

Patenti in inovacije ter njihova pravna zaščita kažejo, koliko je podprta razvojna naravnost subjektov na trgu. Število registriranih blagovnih znamk, patentov in dizajnov v Južni Afriki, prikazanih na sliki 5, po rahlem padcu narašča vse od leta 2009. Trend, ki ga lahko razberemo z grafa na sliki 5, kaže vse večjo motivacijo podjetij in razvojnih agencij k zaščiti intelektualne lastnine. Zaščita intelektualne lastnine je jasen kazalnik dobro urejenih razmer na področju varstva konkurence in pogojev za razvoj tehnologij na trgu. Spodbudno je dejstvo, da narašča zaščita vseh treh segmentov intelektualne lastnine. V zavarovanju intelektualne lastnine je mogoče opaziti večji interes po zavarovanju lokalnih blagovnih znamk za domači trg. V letu 2012 je bilo od vseh registriranih predmetov intelektualne lastnine za domači trg registriranih 58 % blagovnih znamk. V segmentu patentov in blagovnih znamk je razmerje interesa zaščite za domači in mednarodni trg obratno, saj je bilo mednarodnih prijav patentov 69 % vseh prijavljenih patentov in 55 % dizajnov. Podatki

kažejo, da je Južna Afrika razvit trg, zanimiv tudi za vstop tujih podjetij na trg, saj lahko na podlagi zaščite intelektualne lastnine konkurenčno delujejo tudi na njenem trgu.

Slika 5: Prijava blagovnih znamk, patentov in dizajnov v obdobju 2008–2012



Vir: Companies and Intellectual Property Commission, Annual Report 2012/13, 2013a, str. 17.

Komisija za podjetja in intelektualno lastnino ima v svojih načrtih in ciljih za obdobje med letoma 2013 in 2018 kot prednostno nalogo zapisan tudi program za spodbujanje inovativnosti in kreativnosti, katerega namen je razvoj ekonomije znanja. Strateška cilja programa sta (Companies and Intellectual Property Commission, 2013b, str. 37):

- promocija zaščite in komercialne uporabe inovacij v ključnih sektorjih ter
- zaščita kulturne dediščine in konkurenčnosti južnoafriške kreativne industrije.

Navedeni programi spodbude v gospodarskem smislu želijo povečati število registriranih licenc za uporabo blagovnih znamk, patentov in dizajnov. Namen tega programa je promovirati lokalno inovativnost ter varno zaščititi pravice, ki izhajajo iz pravic blagovnih znamk, patentov in dizajnov. Doseči želijo, da bi se 87 % prijav patentov izvedlo, tako da bi ti ustrezali standardom objave. Južna Afrika je članica WIPO (Svetovne organizacije za zaščito intelektualne lastnine) od leta 1975. JAR sodeluje z WIPO pri oblikovanju nacionalne zakonodaje zaradi učinkovitega varstva razvojnih dejavnosti (South Africa, b.l. b).

Uporaba tehnologij IKT močno odloča potenciale podjetij, ki v tej panogi vstopajo na trg. O pomembnosti panoge IKT v Južni Afriki kažejo podatki o izdatkih, namenjenih vlaganju v panogo. Ocene kažejo, da bodo izdatki do leta 2015 v primerjavi z letom 2011 zrasli z 10,7 na 17,4 milijarde dolarjev. Vpliv infrastrukture, ki poganja panogo IKT, prispeva velik delež k BDP. Desetodstotna penetracija širokopasovne povezave pomeni 1 % BDP. Iz tega sledi tudi vladna spodbuda k 100-odstotni penetraciji širokopasovnih povezav, saj bi to prineslo 100 000 novih delovnih mest v panogi IKT (Africa Business Initiative, 2012).

Agencija za tehnologijo in inovacije (Tia SA) je bila ustanovljena z zakonom leta 2008 in skrbi za spodbujanje tehnoloških inovacij in gospodarske rasti ter izboljšanje življenjskega standarda vseh Južnoafričanov. Ena izmed panožnih usmeritev TIA SA je tudi inovativnost v panogi IKT. Cilji do leta 2015, ki jih zasleduje TIA SA, so vzpostavitev informacijske družbe, kjer cveti inovativnost IKT. Pozitivne vplive industrije, ki temelji na znanju, čutijo v preteklosti prikrajšan segment ljudi in ljudje iz ruralnega območja. Do leta 2015 je ena ključnih nalog Južne Afrike, da vzpostavi močno nacionalno znamko IKT (ICT Sector, 2014).

Kazalnik razvoja informacijske družbe je tudi analiza uporabnikov interneta. Konec leta 2012 je bilo v JAR približno 8 500 000 uporabnikov interneta, kar pomeni približno 16,5-odstotno penetracijo interneta. Uporaba interneta v JAR močno narašča in se bo % penetracije v prihodnjih letih večal tudi na podlagi razvoja infrastrukture širokopasovnega optičnega omrežja. Dostop do interneta oziroma delež uporabnikov interneta po posamezni provinci se močno razlikuje. Največji delež uporabnikov interneta predstavljajo prebivalci s province Guateng z 49 %, naslednja provinca, ki v skupno mero prispeva največ uporabnikov interneta, je Western Cape s 24 %, tretja provinca na tej lestvici pa je Kwazulu Natal v JAR. Uporabniki internet uporabljajo večinoma doma in v službi, in sicer jih doma internet uporablja 53 % in v službi 39 %, zanimiv pa je majhen odstotek uporabe interneta v šoli, vendar lahko sklepam, da je velik odstotek populacije, ki uporablja internet doma, tisti, ki se šola in za namen šolanja do interneta dostopa doma. O tem sklepam zaradi podatkov o starostni strukturi uporabnikov interneta. Starostni skupini, ki imata največji delež uporabnikov interneta, vključujeta skoraj vse aktivno prebivalstvo. Skupini od 25 do 34 let in od 35 do 54 let obsegata 20 % oziroma 43 % uporabnikov interneta. Skupina mladih od 15 do 24 let predstavlja 10 % uporabnikov. Kazalnik vsesplošne informacijske pismenosti predstavlja razmeroma visok odstotek uporabnikov interneta v skupini starejših od 55 let. Velik razkorak med razvitostjo ter povezavo med razlikami med bogatimi in revnimi je tudi rasna struktura internetnih uporabnikov. Pretežni uporabniki so predstavniki bele rase, tj. 64 % vseh uporabnikov interneta, temnopolto prebivalstvo s 24 % predstavlja slabo četrtino vseh uporabnikov, mulati in indijsko prebivalstvo pa skupaj 12 % vseh uporabnikov (South Africa internet users, 2013).

Tabela 13: Vrste povezav za dostop do interneta in njihovi deleži, v letu 2012

Vrsta povezave	Delež (v %)
ADSL	50
Mobilno omrežje	20
Brezžično omrežje	13
Ni podatkov	9
Klicna (dial up) povezava	5
Povezava WAP	3

Vir: South Africa internet users, 2013.

Iz navedenih statističnih podatkov je razvidno, da je kljub vsem socialnim in drugim razlikam med prebivalstvom uporaba interneta razširjena v vseh segmentih družbe, in to kaže pozitiven trend razvoja informacijske družbe v luči razvoja segmenta internetnih storitev in tudi proizvodnje strojne opreme, potrebne za poganjanje in uporabo spleta. V tabeli 13 prikazujem vrste povezav, prek katerih uporabniki dostopajo do interneta, in njihove deleže.

Telekomunikacijske storitve vključujejo storitve mobilne in stacionarne telefonije. V povprečju vseh provinc ostaja 6,3 % gospodinjstev brez možnosti dostopa do stacionarne in mobilne telefonije. Največj takih gospodinjstev je v provincah Northern Cape in Eastern Cape. Le 0,3 % južnoafriških gospodinjstev uporablja le fiksno oziroma stacionarno telefonijo, kar kaže priljubljenost mobilne telefonije. Pozornost bi zato usmerila na odstotke gospodinjstev, ki uporabljajo mobilno tehnologijo, katere odstotek uporabe je v vseh provincah razmeroma velik, kar pomeni, da je eden najbolj potencialnih segmentov panoge IKT prav sektor mobilne telefonije po eni strani, po drugi strani pa priložnost za panožno graditev infrastrukture v provincah, kjer je dostopnost telefonije razmeroma omejena. Provinci, v katerih gospodinjstva v največji meri uporabljajo stacionarno in mobilno telefonijo, sta Western Cape s 33,2 % in Guateng z 17,1 %. Podatke kombinirane uporabe lahko povežemo tudi z vidika strukture prebivalstva v teh provincah in dejstvom, da sta tam upravna in izvršilna oblast, kar pomeni tudi višjo izobrazbeno strukturo prebivalcev in logično potrebo po uporabi tehnologij. Razlike v odstotkih uporabe mobilne in stacionarne telefonije lahko razlagamo tudi z vidika infrastrukture, potrebne za uporabo ene in druge tehnologije. Mobilna telefonija potrebuje za delovanje manj infrastrukturnih posegov v okolju in lažje doseže pogoje uporabe, saj je treba vzpostaviti le delovanje oddajnikov, stacionarna telefonija pa potrebuje posege skoraj v vsako gospodinjstvo, da zagotovi možnosti za uporabo. Uporaba telefonskih priključkov po posamezni provinci je prikazana v tabeli 14. Visoka stopnja uporabe mobilnih telefonov kaže potrebe na trgu, vezane na tehnologijo mobilne telefonije: programske opreme, infrastrukture in mobilnih aparatov.

Tabela 14: Uporaba telefonskih priključkov v JAR po provincah in vrstah telefonije, v letu 2012

	Gospodinjstva, ki uporabljajo telefon			
	Brez telefon. priključka	Stacionarni telefon	Mobilni telefon	Mobilni in stacionarni telefon
Eastern Cape	12,4	0,2	78,7	8,6
Free State	6,6	0,4	70,4	7,4
Gauteng	3,7	0,2	79,0	17,1
KwaZulu-Natal	6,4	0,3	78,9	14,4
Limpopo	5,4	0	90,2	4,3
Mpumalanga	4,0	0	89,3	6,7
Northern Cape	17,3	0,4	70,4	12,0
North West	6,3	0,1	88,9	4,7

Western Cape	6,7	1,3	58,8	33,2
--------------	-----	-----	------	------

Vir: Statistics South Africa, General household survey 2012, 2013.

5 PANOGA IKT V JUŽNI AFRIKI

5.1 Splošna analiza panoge IKT v Južni Afriki

Pomembnost panoge IKT za državo v zadnjih letih vse bolj narašča, saj je osrednja pozornost v razvoju infrastrukture IKT, vse večja pa je tudi podpora, ki jo država namenja razvoju podjetij IKT in tehnologije IKT v drugih podjetjih. Ministrstvo za komunikacije za namen doseganja strategije na področju IKT vodi šest programov in njihovih ključnih nalog (Strategic overview, 2014):

- Program administracija: strateška podpora, ki omogoča učinkovito vodenje resorja.
- Program mednarodne trgovine IKT in odnosov: usklajevanje mednarodnih aktivnosti in dogovorov z zunanjo politiko.
- Program razvoja politik IKT: razvoj politik IKT in zakonov, ki podpirajo razvoj sektorja IKT in ustvarjajo pogoje za gospodarsko rast.
- Program razvoja podjetništva IKT: nadzor in upravljanje vladnih deležev v državnih podjetjih in pospešiti razvoj in rast malih, srednjih in mikro podjetij v sektorju IKT.
- Program razvoja infrastrukture IKT: namen infrastrukture IKT je spodbuditi vlaganja v močno, zanesljivo, varno in cenovno dostopno infrastrukturo IKT.
- Program nacionalne komisije: spodbuda in razvoj ekskluzivne informacijske družbe in spodbujanje IKT za namen večjega socialnoekonomskega napredka in raziskave.

Konkurenčno okolje posamezne panoge določajo tudi ustrezni zakoni in druga pravila. V Južni Afriki panogo urejajo naslednji zakoni, ki dajejo okvir konkurenčnemu delovanju in potavljajo temelje za razvoj te panoge (Department of Communications, 2014, str. 9):

- Zakon o oddajanju (Act 4 of 1999);
- Zakon o elektronskih komunikacijah in transakcijah (Act 25 of 2002);
- Zakon o elektronskih komunikacijah (Act 36 of 2006);
- Zakon o neodvisni agenciji za komunikacije (Act 13 of 2000);
- Zakon Sentech (Act 63 of 1996);
- Zakon o poštnih storitvah (Act 124 of 1998);
- Zakon o poštnih uradih (Act 22 of 2011);
- Zakon o poštni banki (Act 9 of 2010).

V raziskavi konkurenčnosti sektorja IKT, v katero je uvrščenih 66 držav, ki zagotavljajo konkurenčen sektor IKT, se Južna Afrika uvršča na 47. mesto. Rezultati omejene raziskave kažejo dobre potencialne panoge IKT na južnoafriškem trgu. Nizke ocene, ki kažejo potencial razvoja panoge v IT-segmentu in infrastrukture (17,5 točke od možnih 100), spodbudna pa je tudi ocena podpore razvoju IT, ki je ocenjen s 55,2 točke. Splošna ocena konkurenčnosti sektorja IKT je ocenjena s 35 točkami, od prav tako možnih 100. Ocene kažejo priložnosti za izvoz znanja na trg, saj je v primerjavi s Slovenijo oziroma EU trg še precej nerazvit in bi

prenos znanja pomenil ustvarjanje neposredne konkurenčne prednosti v primerjavi z domačimi podjetji. Kljub razmeroma nizkim ocenam bi opozorila tudi na oceno, da država zagotavlja spodbudno gospodarsko okolje (How the world rates South Africa, 2014).

Trg je vse bolj privlačen tudi za industrijo zunanjega izvajanja poslovnih procesov. Trg outsourcinga je na globalni ravni ocenjen na 130 milijard dolarjev in naj bi v letih od 2008 do 2013 zrasel za kar 50 %. Rast industrije se kaže tudi v panogi IKT na trgu Južne Afrike, ki je zaradi raznolikosti mikrolokalnih trgov primerno okolje za testiranje novih rešitev IKT. Po ocenah naj bi vrednost outsourcinga v storitvah panoge IKT dosegala kar 12,2 milijarde ameriških dolarjev (130 milijard randov). Gartner, mednarodna raziskovalna skupina, je v raziskavi leta 2010/2011 uvrstil Južno Afriko med 30 najbolj privlačnih destinacij za razvoj programske opreme z outsourcingom. Med storitve IKT spadajo tudi dejavnosti klicnih centrov, ki med dejavnostmi outsourcinga na trgu dosegajo rezultate, ki kažejo, da je lahko pomemben tudi majhen segment panoge. Outsourceni klicni centri dosegajo 8-odstotno letno rast, zaposlujejo 54 000 ljudi in ustvarijo 0,92 % doprinosa k BDP. Da je trg privlačen za vstop močnih multinacionalnih podjetij tudi v panogi IKT, kaže dejstvo, da so Južno Afriko za svojo destinacijo outsourcinga izbrala tudi podjetja, kot so IBM, Fujitsu, Siemens in Sykes (Outsourcing to South Africa, 2008).

V tem delu bi nekaj pozornosti posvetila stanju panoge IKT v Južni Afriki. Podrobneje bom posamezne segmente analizirala v nadaljevanju, tu pa bom povzela nekaj krovnih kazalnikov. Južnoafriški trg IKT je največji izmed vseh afriških, hkrati pa 20. največji v globalnem merilu. Država ima načrt spodbud za nacionalni razvoj raziskav in inovacij v panogi IKT. Pomembnost panoge IKT v nadaljnjem razvoju gospodarstva priznavajo vsi organi v državi. V letu 2011 so opravili raziskavo o implementaciji raziskav in razvoja IKT, ki je pokazala izsledke, ki govorijo v korist panogi.

V nadaljevanju povzemam nekaj ključnih podatkov stanja panoge IKT v Južni Afriki in napovedih za prihodnji razvoj; nekaj napovedi je vezanih na razvoj internetnih storitev, ki je eden najpomembnejših segmentov, nekaj napovedi pa je vezanih na celotno panogo (Introduction - Republic of South Africa, 2014):

- Internetna ekonomija prispeva 2 % k BDP; k rasti BDP prispeva 0,1 % na letni ravni, do leta 2020 naj bi internetna ekonomija prispevala kar 2,5% BDP.
- Internetni nakupi oziroma internetna potrošnja produktov in storitev ter internetnih priključkov, ki jo generirajo potrošniki, mala in srednje velika podjetja ter vlada, so ocenjeni na 59 milijard randov.
- Ocene kažejo, da bo internetni sektor ob doseganju dosedanje rasti postal enako pomemben, kot je sektor gradbeništva, in tako postal eden izmed gonilnih sektorjev južnoafriškega gospodarstva.
- Južna Afrika beleži skoraj 10% BDP v porabi, vezani na storitve in produkte IKT, ki prihajajo iz uvoza.

- Velikost sektorja IKT leta 2011 je bila 187 milijard randov, ocenjujejo pa, da bi ta do leta 2020 znašal 250 milijonov.
- Intenzivnost raziskav in razvoja se je umirila na okoli 0,92 % BDP v zadnjih letih, kar je še vedno pod svetovnim povprečjem, ki znaša 2 %.
- Med letoma 2006 in 2010 je doktorat iz ved IKT in sorodnih ved pridobilo od 20 do 25 študentov.
- Država, univerze in združenja za znanost podpirajo raziskave in razvoj, vendar so te še vedno omejene.

Vizija Južne Afrike je do leta 2015 postati ekskluzivna družba, ki temelji na panogi IKT in ki jo bodo gradili predstavniki vseh družbenih skupin. V panogi IKT na trgu obstaja šest razredov priložnosti, ki jih omogoča južnoafriško raziskovalno podporno okolje:

- infrastruktura za širokopasovne povezave in storitve (brežične širokopasovne tehnologije prihodnosti);
- razvoj storitev IKT za kmetijstvo;
- trajnostni razvoj in okolje (zelena tehnologija IKT, svetovne, geoprostorske spremembe);
- aplikacije za industrijo (pametna infrastruktura, rudarstvo, proizvodnja, spletne aplikacije, ustvarjanje vsebine in dostava, nadomestek uvozu, optimizacija oskrbovalne verige, upravljanje premoženja);
- ekonomija storitev (mobilno zdravstvo, e-storitve, e-izobraževanje, inovacij, vezane na razvoj poslovnih modelov, rešitve na področju plačil). Južna Afrika predstavlja ustrezne kapacitete na področju outsourcinga sistemskih integracij, vsebinske in storitvene lokalizacije, mobilnih tehnologij in varnostnih rešitev.

Panoga IKT skupaj z ostalo proizvodnjo ustvari 8,2 % BDP. Država spodbuja razvoj tehnologij prek možnosti, da podjetja lahko uveljavljajo do 150 % vseh stroškov, ki jih namenijo raziskavam in razvoju, za davčne olajšave. Ob analizi stanja panoge IKT je jasno razvidna njena pomembnost, saj se ta preplete s skoraj vsemi drugimi segmenti na trgu in z različnimi potrebami. Najmočnejša podjetja IKT na južnoafriškem trgu so IBM, UNisys, Microsoft, Intel, Systems SAP, DELL, Novell in Compaq. Panoga IKT na trgu je močna tudi v svetovnem merilu v segmentih (ICT and electronics in South Africa, 2013):

- mobilne programske opreme;
- e-bančništva (preprečevanje zlorab, predplačila, upravljanje finančnih tokov);
- telekomunikacijskega in mobilnega omrežja.

Južnoafriški sektor IKT je največji v primerjavi z vsemi sektorji IKT v Afriki in je hkrati tudi najbolj razvit. Južnoafriška podjetja, ki delujejo na področju varnega plačevanja, razvoja sistemov za preprečevanje poslovnih prevar in računovodskega managementa podatkov, so vodilna podjetja v panogi v svetovnem merilu. V letu 2013 naj bi bil trg IKT v Južni Afriki, ocenjen na 42,6 milijarde dolarjev. Veliko podjetij, ki globalno veljajo za vodje v panogi IKT, ima v Južni Afriki svoje podružnice (IBM, Unisys, Microsoft, Intel, System Application

Prostocol (SAP), Dell, Novell in Compaq). Podjetja vidijo na trgu Južne Afrike veliko priložnosti za testiranje pilotnih sistemov in aplikacij. Trg Južne Afrike je kot testni trg za mnoga podjetja zanimiv zaradi raznolikosti, ki ob dejstvu, da gre za državo v razvoju, zagotavlja idealno testno okolje za razvoj inovacij (South Africa's economy: Key sectors, 2014). Panogo IKT v Južni Afriki lahko razdelimo na tri podsektorje, in sicer telekomunikacije, elektronske komponente ter programske in druge IT-storitve.

Razvojni načrti Južne Afrike stremijo k temu, da bo do leta 2020 ustvarjenih 100 000 novih delovnih mest, povezanih s sektorji, med katerimi je tudi sektor IKT (Economic Development Department, Republic of South Africa, 2011, str. 31). Južna Afrika s strukturnimi in strateškimi načrti vzpostavlja okolje, v katerem lahko podjetja v panogi IKT delujejo vse bolj svobodno in hkrati vzpostavljajo trg, privlačen za tuje neposredne investicije. Temelj panoge so raziskave in razvoj v njej. Kako uspešno strategijo raziskav in razvoja ima trg, analiziram z analizo SWOT. V tabeli 15 je prikazana analiza prednosti, slabosti, nevarnosti in priložnosti raziskav in razvoja ter inovacij na področju IKT v Južni Afriki. Prednosti trga se kažejo v močni podpori raziskovalnim aktivnostim, ki hkrati zaradi dobrih mednarodnih povezav ustvarjajo tudi nove priložnosti. Slabost trga je predvsem slaba infrastruktura stacionarne telefonije in širokopasovnega interneta.

Tabela 15: Analiza SWOT raziskav in razvoja ter inovacij IKT v JAR

Prednosti
<ul style="list-style-type: none"> - svet za znanstvena in industrijska raziskovanja ima močno vlogo med univerzami in industrijo - nacionalni sistem inovacij (organizacije z istimi cilji ekonomsko-socialnega razvoja) - obstoječi tehnološki parki in inkubatorji - napredek in večanje števila diplomantov s področja IKT - prevlada mobilnih telefonov s pokritostjo mobilnega signala, močno upada uporaba stacionarnih telefonov - vzor podjetij IKT, ki imajo pretežno tuje prihodke - implementacija FRASCATI (načrta OECD), ki opredeljuje vložke v razvoj IKT - borza v Johannesburgu spada med 10 največjih na svetu, na njej je opazna rast financiranja raziskav, razvoja in inovacij v IKT
Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> - majhen odstotek s kvalifikacijami na področju znanj IKT in nizka stopnja raziskovalcev IKT z nezadostnim znanjem IKT srednje ravni - stopnja in kakovost objav na področju IKT je nižja kot v drugih državah, zato je malo primernih za podporo razvoju IKT - JAR nima slovesa privlačne destinacije za inovacije - pomanjkanje prebojnih inovacij v panogi IKT - pokritost fiksnih telefonskih linij je nizka v svetovnem merilu, a razumljiva glede na stopnje revščine

(se nadaljuje)

<p><i>(nadaljevanje)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - JAR zaostaja s penetracijo interneta in širokopasovnimi povezavami - infrastrukturne mreže med koncili za znanost in univerzami ne dosegajo ravni, ki jih dosegajo take mreže v tujini - ni kompetenčnih centrov, ki bi omogočali razvoj in konkurenčnost IKT državni izdatki za raziskave, razvoj in inovacije na področju IKT so pod povprečjem benchmarking držav
<p>Priložnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> - ureditev izobraževanja in dvig deleža diplomantov, magistrstrov in doktorjev znanosti - večanje enakomernejše demografske zastopanosti med diplomanti in diplomanti višjih ravni - povečanje povezovanja z vodilnimi državami na področju raziskav in razvoja (ZDA, EU, Japonska). Povezave morajo temeljiti na raziskovalni ravni in mednarodni trgovini - promocija dostopa do šolnin, za deficitarne poklice - rast sredstev, namenjenih penetraciji interneta in širokopasovnih povezav, kar bi JAR postavilo ob bok držav, ki imajo razvito infrastrukturo na tem področju - JAR mora biti konkurenčna na področju raziskav in razvoja na področju IKT z EU, kjer so vlaganja v raziskave in razvoj v IKT ena ključnih strateških nalog - Nacionalna raziskovalna mreža SANReN in njen razvoj sta ključna za trdne temelje konkurenčnega okolja IKT - JAR mora usmeriti prizadevanja v gradnjo tehnoloških parkov in inkubatorjev - razvoj tehnologij, ki bodo omogočale JAR informacijsko samooskrbo; lahko postane ključni ponudnik proizvodov in storitev IKT razvitemu svetu
<p>Nevarnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> - močna konkurenca iz različnih držav, ki niso le boljše pozicionirane na trgu, ampak jih tudi priporočata javni in zasebni sektor - svetovni in ekonomski problemi, ki spreminjajo prednosti vseh subjektov na trgu

Vir: Science and Technology Department, Republic of South Africa, Final Draft: Information and Communication Technology Research and Development and Innovation Strategy, 2007, str. 34–35.

5.2 Pregled po provincah

Sektor IKT dosega rast v vseh provincah, kljub temu so posamezni predeli, kot je Eastern Cape, še vedno tehnološko nerazviti. Izpostaviti je treba tri pomembne centre, v katerih so podjetja IKT še zlasti v razcvetu: to so province Guateng, kjer je kar 57 % vseh južnoafriških podjetij IKT, Western Cape s 17 % vseh južnoafriških podjetij IKT, med centre IKT pa spada tudi KwaZulu-Natal z 8 % južnoafriških podjetij IKT. Sektor IKT v Guatengu ustvari 6 % regionalnega BDP in je zelo raznovrsten, saj ga sestavljajo vsi mikrosegmenti panoge IKT od proizvodnje in programske opreme. V provinci Guateng imajo predstavništva vodilna svetovna podjetja IKT, kot so Microsoft, Hewlett-Packard, IBM, ICL, Cisco in Unisys. Sektor IKT v provinci Western Cape naj bi v obdobju 2008–2013 zrasel za približno 15 do 20 % na leto. Provinca KwaZulu-Natal je za investicije tujih podjetij najbolj privlačna zaradi razvitosti

infrastrukture, dostopa do logistične infrastrukture, trenutne proizvodne kapacitete pa tujim podjetjem omogočajo še dodatne možnosti za rast (SEDA, 2014, str. 83–112).

Posamezne province v Južni Afriki načrtujejo svojo politiko promocije in razvoj področja IKT. Strategije province so usklajene z nacionalno strategijo razvoja IKT. Nacionalna strategija in strategije provinc spodbujajo razvoj malih in srednje velikih podjetij IKT. V nadaljevanju predstavljam iniciative in programe posameznih provinc, ki tvorijo temelje za nadaljnji razvoj podjetništva IKT.

5.1.1 Western Cape

Western Cape želi s svojimi spodbudami izboljšati javne storitve in udeležbo državljanov z uporabo tehnologij IKT. Med pomembne iniciative spadajo iniciativa e-učenja, uvedba IKT v knjižnice v ruralnem okolju, Cape Gateway in iniciativa za podporo razvoja podjetništva IKT v provinci. Western Cape želi zagotoviti potrebna znanja za razvoj podjetništva z vzpostavitvijo poslovnih kotičkov v knjižnicah. Ukvarjajo se s težavami računalniške pismenosti uporabnikov in pomanjkanjem tovrstnega znanja knjižničnih delavcev (Underwood, 2009, str. 572).

Cilj iniciative e-učenja in povezovanja IKT z ruralnimi knjižnicami je izboljšati znanje IKT med prebivalstvom in s tem dobiti primerno delovno silo za razvita podjetja. Inicijati spodbujata uporabo tehnologij IKT za poučevanje in učenje, hkrati pa tudi rast znanja o tehnologiji IKT in njeni uporabi. Cape Gateway je projekt, katerega cilj je promocija storitev lokalne vlade province in njene dostopnosti s projektom e-javne uprave. Zadnja iniciativa je usmerjena na spodbujanje podjetništva IKT v provinci (CITI – The Cape Information Technology Initiative). Namen spodbude je sodelovanje med vlado province in zasebnim sektorjem. Cilji spodbude so razvoj veščin, znanja, povezovanje in raziskovanje sektorja IKT v provinci (SEDA, 2014, str. 91).

5.1.2 Eastern Cape

Glavni cilj programov in strategije je ustvariti opolnomočeno in povezano provinco, ki z uporabo tehnologij IKT in znanj IKT stimulira razvoj gospodarstva. Programi, ki jih vlada v provinci izvaja, temeljijo na razvoju IKT celotne lokalne družbe ter so usmerjeni v izobraževanje, gospodarstvo in javni sektor. Vlada province Eastern Cape izvaja pet programov oziroma spodbud, ki tvorijo temelje za doseganja ciljev in izvajanja strategij.

Leta 2010 je bila industrija IKT prepoznana kot ena ključnih industrij v provinci in je bila kandidatka za 50 milijonov randov fonda za podporo kooperativnega sklada za razvoj Impala Eastern Cape za namen povečanja konkurenčnosti proizvodnje in storitev v industriji. Med spodbudami, namenjenimi razvoju industrije IKT v provinci, je treba omeniti naslednja programa (SEDA, 2014, str. 92–93):

- **Agencija za korporativni razvoj Eastern Cape (ECDC).** Njen namen je implementacija politik ekonomske rasti v provinci ter tudi sprejemanje in razvoj ter pridobivanje ustreznih dovoljenj za projekte investicij v ruralno okolje. Agencija nudi financiranja malim in srednje velikim podjetjem ter storitve načrtovanja, IT-podpore, razvoj trga in mreženje.
- **Eastern Cape Inicijativa za informacijsko tehnologijo (ECITI).** Inicijativa je plod ECDC, nudi pa podporo pri razvoju izključno malim in srednje velikim podjetjem IKT. S tem programom je ECDC vzpostavila delovanje inkubacijskih središč, ki omogoča raziskave na področju programske opreme in v razvoju priložnosti ter izobraževanje. Tehnološki park nudi podporo podjetnikom, dostop in vzdrževanje telekomunikacijskih storitev ter podpira njihove potencialne za rast in širitev potenciala zunaj meja province.

Vse od leta 2006 provinca Western Cape temelji na čim boljši dostopnosti tehnologije IKT v izobraževanju in javni upravi. Z iniciativami skušajo opremiti šole z računalniki ter jih povezovati z internetom in v celovito mrežo. V ruralno okolje je inicijativa prinesla računalniško opremo, satelitske krožnike in drugo opremo IKT s pomočjo sodelovanja javnega in zasebnega sektorja. S spodbujanjem e-javne uprave pa želi provinca zagotoviti transparentno delovanje javnega sektorja in povečati dostopnost storitev.

5.1.3 Limpopo

Cilji strategij, ki jih izvaja provinca Limpopo, so promocija trajnostnega razvoja, izobraževanja in znanja na področju IKT zaradi dviga kakovosti življenja vsakega posameznika. V provinci Limpopo za ta cilj skrbijo štiri programi, namenjeni razvoju industrije IKT (SEDA, 2014, str. 94):

- **poslovni inkubator:** namen poslovnega inkubatorja je, da lokalno prebivalstvo ideje, ki se rodijo v lokalnem okolju, pretvori v poslovne ideje. V obdobju 2009–2014 naj bi poslovni inkubator pripomogel k dvigu indeksa podjetništva s 3 na 6. Ključni namen inkubatorja je ohranjanje izobražene delovne sile v provinci ter razvoj ekonomije z znanjem in gradnjo novih delovnih mest;
- **program dostopnosti širokopasovnih povezav:** z dosegom dostopa širokopasovnih povezav želijo v provinco pritegniti investicije ter zadržati obstoječa podjetja in kakovostno delovno silo;
- **IKT inštitut:** njegov namen je zagotavljati potrebna znanja, ki jih trenutno v industriji IKT znotraj province primanjkuje. Biti želi most, ki bi lokalnemu prebivalstvu omogočal stik z globalnim svetom. Dvig kakovosti storitev IKT v javnem in tudi zasebnem sektorju se bo pokazal v zmanjšanju brezposelnosti med mladimi in ženskami;
- **Razvojna agencija (LIMDEV):** deluje v okviru lokalne vlade ter je bila vzpostavljena z namenom rasti in razvoja malih in srednje velikih podjetij. LIMDEV je lansirala poseben program, prilagojen industriji IKT, skrbi pa za izobraževanje in treninge veščin IKT.

5.1.4 Northern Cape

Provinca Northern Cape nima specifične strategije razvoja na področju IKT, vseeno pa je ena njenih ključnih nalog promocija IKT in spodbujanje k razvoju podjetij IKT zaradi dviga kakovosti življenja lokalnega prebivalstva. V sodelovanju med provinco in zasebnimi partnerji se je izvedel tudi projekt, vreden 21 milijonov randov, ki je bil namenjen posodobitvi šol in je 18 šol v provinci opremil z 10 do 20 računalniki, jih povezal v mrežo in z internetom ter nudil izobraževanja (SEDA, 2014, str. 95).

5.1.5 Kwazulu-Natal

Spodbuda za razvoj e-veščin se je v provinci vzpostavila leta 2010. Namen spodbude je opolnomočiti prebivalce ter jih opremiti z znanjem in spodobnostjo; ne le uporabe, temveč tudi razvoja tehnologije IKT, opolnomočeni prebivalci pa bodo del informacijske družbe in družbe znanja. Temelj izvajanja spodbude je središče za razvoj e-veščin in znanja ter kooperacijo (SEDA, 2014, str. 96).

Metro Connect je program, ki s prodajo prostih kapacitet optičnih povezav po ugodni ceni privablja v provinco nove investitorje IKT.

Digitalna komunikacijska središča v provinci Kwazulu-Natal približujejo digitalni svet ruralnemu okolju v province. Deluje jih 12.

5.1.6 Free State

Provinca Free State skuša s tremi strateškimi programi, ki spodbujajo ekonomsko rast skozi razvoj IKT. **Regionalna inovacijska strategija** nudi pozitivno inovacijsko okolje, privlačno za domače in tuje inovatorje ter investitorje v inovacije. Regionalna inovacijska strategija predstavlja tudi inovacijsko središče, v katerem lahko podjetja v primernem okolju in ob podpori razvijajo svoje produkte.

Inkubator za mala in srednje velika podjetja je investicija province v razvojno okolje, vredna 100 milijonov randov. Inkubator je namenjen mladim podjetjem IKT in nudi storitve svetovanja, ki jih potrebujejo nova podjetja. Storitve, ki jih inkubator nudi članom, so:

- dostop do financiranja,
- coaching na področju managementa in
- poslovnoadministrativne storitve in svetovanja.

Razvojna agencija province zagotavlja nefinančno podporo malim in srednje velikim podjetjem v sektorju IKT. Podjetjem pomaga pri preverjanju investicijskih priložnosti in zavarovanju poslovnih sredstev, intelektualnih in tudi neintelektualnih (SEDA, 2014, str. 97).

5.1.7 Guateng

Provinca Guateng s tremi krovnimi programi uresničuje cilj vzpostavitve učinkovite infrastrukture IKT in gradnje novih delovnih mest znotraj panoge IKT. **Blue IQ** je javna agencija, ki skrbi za spodbujanje ekonomske rasti in razvoja v provinci. Javna agencija je poleg razvoja v panogi IKT zadolžena še za podporo razvoja v poslovnem turizmu, športnem turizmu, proizvodnji z visoko dodano vrednostjo, logistiki, upravljanju sredstev premoženja in energetiki. Naloga Blue IQ je zagotavljati strateško ekonomsko infrastrukturo za sektor IKT (SEDA, 2014, str. 97–98).

Provincialno ministrstvo za finance (Guateng Shared Services Centre – GSCC). GSCC centralizira vse tehnološke projekte v provinci. V letu 2009 je ministrstvo namenilo 100 milijonov randov infrastrukturnim projektom IKT, vendar pa ima nekaj težav pri izpolnjevanju ciljev. Primer širokopasovnega interneta, ki naj bi ga imelo prebivalstvo, naj bi se končal leta 2010, vendar pa se ta do leta 2010 zaradi pomanjkanja sredstev ni še niti začel.

Provinca Gauteng ima 2 razvojni iniciativi, ki spodbujata razvoj in nudita podporo podjetjem:

- **Blue Catalyst** (modri katalizator): zagotavlja mrežo financiranja, mentorje in poslovne svetovalce za podjetnike v industriji IKT. Ponuja pomoč pri poslovnih načrtih, financiranje v višini 1 milijona randov, svetovanje glede potrebnih veščin in dostop do znanja prek e-učne točke;
- Podjetniški propeler **Guateng** nudi finančno in tudi nefinančno podporo. Nefinančno podporo tvorijo pomoč pri konkurenčnem ratingu, dostop do podpornih veščin in informacije, hkrati nudijo tudi nasvete in vodila za gradnjo poslovnih veščin.

5.1.8 Mpumalanga

Provinca Mpumalanga želi s svojimi ukrepi spodbuditi infrastrukturni razvoj, razvoj znanja in veščin in razvoj podjetništva v panogi IKT ter s pomočjo tehnologije povečati učinkovitost javne uprave. Leta 2010 je v sodelovanju med javnim in zasebnim sektorjem začel delovati **karierni in informacijsko tehnološki center**. Center je namenjen mladim in njihovem razvoju znanja na področju tehnologije, podprla pa so ga podjetja, kot so MTN, Anglo American, Vodacom in Eskom (SEDA, 2014, str. 98).

Agencija Mpumalanga za ekonomsko rast (MEGA) nudi finančno in nefinančno pomoč podjetjem IKT in podjetjem v drugih sektorjih. Med finančne storitve sodijo premostitvenega financiranja in posojila. Nefinančne storitve, ki jih nudijo, so:

- poslovni treningi,
- pravno svetovanje,
- marketinško in prodajno svetovanje in
- drugo poslovno svetovanje.

5.1.9 North West

Glavni cilj province North West je opolnomočiti ruralno družbo ter dvigniti raven IKT znanja in veščin v provinci. Provinca je začela delovati leta 2009, ko je v sodelovanju z lokalno univerzo, ki zagotavlja odlične pogoje za raziskave in razvoj tehnologij IKT, skušala Potchefstroom postaviti na zemljevid kot prvo afriško kiber mesto.

Leta 2010 je provinca naredila drugi večji korak v smeri tehnološke učinkovitosti. Ukrepi leta 2010 so bili sprejeti v smeri večje učinkovitosti javne uprave z uporabo tehnologij IKT, javni dostop do interneta v knjižnicah in plemenskih centrih. Provinca skuša prednosti, ki jih prinaša tehnologija IKT, izrabiti tudi za izboljšanje zdravstvenih storitev in ozaveščenosti prebivalstva o problematiki zdravstva prek posebnih portalov, zdravstvenih informacijskih točk in spremljanja zdravja prebivalstva. V namen spodbujanja inovacij delujejo centri, v katerih lahko posamezniki in podjetja iz sektorja IKT dobijo potrebne informacije in storitve za razvoj in management inovacij (SEDA, 2014, str. 99).

Različne province ponujajo različne priložnosti glede na razvitost in predvsem razvitost tehnologije IKT v posamezni provinci. Priložnosti so prikazane v tabeli 16, med njimi pa je razvidno, da province z nizko stopnjo razvitosti infrastrukture ponujajo bolj infrastrukturne priložnosti, medtem ko razvite province ponujajo širšo paleto priložnosti za vstop podjetij.

V nalogi sem že omenila, kako različno razvite so province v Južni Afriki, zato je še toliko pomembneje pozornost pri raziskovanju priložnosti nameniti posamezni provinci. Podjetja, ki vstopajo na trg, kakršen je južnoafriški, morajo strateško izbrati lokacijo vstopa in si s tem omogočiti tudi zeleno širitev znotraj njega. Priložnosti, ki jih ponujajo posamezne province, so zelo raznolike, in prav to dejstvo ponuja različne priložnosti. V tabeli 16 je pregled priložnosti v segmentu IKT, ki jih imajo posamezne province.

Pregled priložnosti kaže, da imajo mala in srednja velika podjetja ob vstopu na trg relativno prednost z vidika možnosti prilagoditve izdelkov in storitev, hkrati pa imajo slovenska podjetja izkušnje z razvijajočega trga, kar lahko prenesejo na trg Južne Afrike. Velike multinacionalke delujejo po ustaljenih načelih in po navadi ponujajo tipizirane produkte oziroma storitve. Slovenska podjetja IKT lahko glede na spodbude, ki jih ponujajo posamezne opisane province, in glede na priložnosti, ki jih ponuja mikrotrg posamezne province, izberejo strateško najbolj optimalen kraj za vstop.

Tabela 16: Priložnosti IKT po posameznih provincah

Priložnosti	Province								
	WC	EC	NC	KZN	NW	Limp	MPA	GAU	FS
Poslovna program. oprema					x	x	x		
Kamere zaprtega kroga (ccTV)	x								
Kreativne industrije		x				x	x	x	x
Sistemi za management z dokumenti	x						x		
Razvoj programske opreme za e-učenje, e-bančništvo			x		x		x	x	x
Management e-odpadkov	x						x		
Ponudniki interneta in brezžičnega interneta		x		x	x	x		x	
IT-izobraževanja in razvoj programske opreme	x			x		x		x	
Multimedijske platforme	x	x							x
Razvoj omrežij				x				x	
Spletni marketing	x	x	x				x		
Socialne medijske platforme in programska oprema	x	x	x						
Telekomunikacijski in tehnološki napredek	x	x				x			x
Prenos zvoka z IT								x	
Razvoj spletnih strani			x	x	x		x		

Vir: SEDA, 2014, str. 111.

5.3 Pregled po podsektorjih

Analizo trga panoge IKT v Južni Afriki bom razdelila na tri krovne sektorje, in sicer sektor elektronike, sektor informacijske tehnologije in sektor telekomunikacij. V nadaljevanju bom opredelila vodilna podjetja na trgu po posameznem sektorju ter podatke, vezane na oceno potreb po delovni sili na trgu, in povprečne plače za posamezni sektor. Natančne podatke o konkurenci v posameznem podsektorju navajam v prilogah.

Panoga IKT se v Južni Afriki razvija in podatki kažejo, da je bilo v obdobju 2011–2012 na trgu Južne Afrike 550 novoustanovljenih podjetij IKT, in sicer 91 v sektorju elektronike, 339

v sektorju informacijske tehnologije in 120 v sektorju telekomunikacij. Nova podjetja so prinesla nova delovna mesta. Podjetja v panogi IKT so v letu 2012 zaposlovala 168 142 ljudi. Največ zaposlenih sta imela sektorja informacijske tehnologije (86 554 zaposlenih) in telekomunikacij (54 699 zaposlenih), medtem ko je imel sektor elektronike manj zaposlenih (26 889 zaposlenih) (MICT SETA, 2013, str. 23–26).

Na trgu posluje sedem velikih holdingov, ki delujejo v panogi IKT in so s svojimi enotami dejavni v celotni Južni Afriki. Njihove poslovalnice in spletne strani prikazujem v Prilogi 1. Največji holdingi v panogi IKT na trgu so: Dimension Data (Pty) Ltd, Datatec Limited, Business Connexion (Pty) Ltd, EOH Holdings Limited, T-Systems SA (Pty) Ltd, Bytes Technology Group South Africa (Pty) Ltd, Gijima Group Limited.

5.3.1 Informacijska tehnologija

Sektor informacijske tehnologije oziroma IT-sektor obsega dejavnosti programske opreme, računalniških sistemov, klicnih centrov, mrežnih storitev, strojne opreme za te storitve. Južnoafriška podjetja iz IT-sektorja so vodilna na svetu na področju predplačniških sistemov, elektronskega bančništva, računovodskih programov in sistemov za preprečevanje prevar.

V sektor informacijske tehnologije spadajo delovna mesta razvijalca programske opreme, upravljavca podatkov, administratorja sistemov in omrežij, testiranje programske opreme, poslovne analitike, internetnih storitev, IT-raziskav in IT-managementa. IT-sektor je pomemben del razvoja gospodarstva, saj njegovo stanje vpliva na konkurenčnost gospodarstva v širšem smislu. Do leta 2015 naj bi po ocenah trg potreboval kar 2 753 strokovnjakov s področja IT, med katerimi naj bi bili najbolj iskani poklici razvijalec programske opreme, razvojni programer, inženir računalniških omrežij in sistemov, sistemski analitik IKT, ki predstavljajo več kot polovico vseh novih delovnih mest na IT-področju (MICT SETA, 2012, str. 18–19).

Plače zaposlenih v sektorju informacijske tehnologije so bolj vezane na dinamiko trga kot na panožne kolektivne pogodbe, kot je navada v drugih panogah. Mesečne plače strokovnjakov v panogi informacijske tehnologije se gibljejo med 7 000 randov (začetnik pripravnik) do 53 656 randov (strokovnjaka najvišje ravni) (MICT SETA, 2012, str. 39).

Omejitve trga ležijo predvsem v delovni sili, ki v precejšnjem obsegu ne izpolnjuje meril, ki jih postavijo delodajalci. Zaradi ustvarjanja ustreznih znanj na trgu so v obdobju 2013–2015 na voljo programi za različne skupine potencialnih zaposlenih ne glede na izobrazbeno strukturo in strukturo znanja IT. Po podatkih MICT bo v tem obdobju na voljo 3 373 pripravniških delovnih mest. V tem obdobju bo v namen razvoja znanja in veščin z IT-področja na trgu na voljo precej štipendij, in sicer 1 607. Število pripravniških mest in razpisanih štipendij kaže sistematični pristop trga k razvoju ustreznega kadra, ki bo omogočal trgu nove inovacije. V obdobju 2012–2013 je trg informacijske tehnologije ustvaril potrebo

po 528 novih delovnih mestih, med katerimi so bili najbolj iskani poklici razvojni programer, analitik in sistemski administrator (MICT SETA, 2012, str. 92, 101–103).

Priložnosti za slovenska IT-podjetja na trgu JAR so predvsem zagotavljanje prilagojenih rešitev za majhna podjetja. Priložnosti lahko iščejo v nerazvitih provincah, kjer lahko postanejo nosilci razvoja in znanja ter lahko pripomorejo k rasti infrastrukture, priložnosti pa lahko najdejo tudi v provincah z visoko razvitostjo IT-tehnologij, kjer lahko izkoristijo priložnosti dobro razvitega trga ter izkoriščajo prednosti prilagodljivosti in postanejo močni nišni igralci na trgu. Na trgu JAR je bilo leta 2012 1 989 podjetij IT, od tega največ majhnih, in sicer 1 743, srednjih podjetij je bilo 168, velikih podjetij v panogi je bilo 78 (MICT SETA, 2012, str. 24). Podjetja, ki vstopajo na trg, se lahko usmerijo v segment B2B, B2C in tudi B2G, saj je eden ključnih dejavnik uporabe IT-tehnologije tudi razvitost e-uprave.

Podjetja, ki spadajo v podsektor informacijske tehnologije, delujejo na področju outsourcinga poslovnih procesov, programskih rešitev in strojne opreme. V Prilogi 2 prikazujem glavne igralce na IT-trgu v JAR in njihovo delovanje po provincah s spletnimi stranmi. Vodilna podjetja v IT-podsektorju so: Innovation Group (Pty) Ltd, Direct Chanel Holdings (Pty) Ltd, Aegis Outsourcing South Africa (Pty) Ltd, Global Telesales (Pty) Ltd, DigiCall Solutions (Pty) Ltd, Software AG, Microsoft SA (Pty) Ltd, ENRA Technologies CC, SAP South Africa (Pty) Ltd, SAS institute (Pty) Ltd, Sage South Africa (Pty) Ltd, IBM South Africa (Pty) Ltd, Dell Computer (Pty) Ltd, Hewlett – Packard SA (Pty) Ltd, Acer Africa (Pty) Ltd.

5.3.2 Telekomunikacije

Sektor telekomunikacij predstavlja vse proizvode in storitve, povezane z mobilno in tudi fiksno telefonijo, ter storitve televizijskega oddajanja. Zaradi tega je to eden ključnih sektorjev za razvoj ne le gospodarstva, temveč omogoča prebivalstvu dostop do informacij, ki so temelj razvoja celotnega naroda oziroma države. Razvitost telekomunikacijskega sektorja zagotavlja podlago za razvoj medijev ter omogoča razvoj in rast podjetij, ki želijo trg širiti tudi zunaj lokalnega okolja (MICT SETA, 2012, str. 18–19).

Sektor telekomunikacij je pester in močno konkurenčen. Razvejan sektor pa predstavlja potenciale za vstop nove podjetij, saj čaka Južno Afriko, kot sem že omenila, še dolga pot do popolne vključenosti prebivalstva v telekomunikacijsko omrežje in izrabe telekomunikacijske tehnologije. V sektorju telekomunikacij je zaznana velika razlika med posameznimi provincami ter mestnim in ruralnim svetom.

Na trgu telekomunikacij je bilo leta 2012 v Južni Afriki 514 podjetij, med katerimi je bilo največ majhnih podjetij, in sicer 427, srednje velikih podjetij je bilo na trgu 56. Tako kot v sektorju informacijske tehnologije je tudi v sektorju telekomunikacij najmanj velikih podjetij, tako jih je bilo leta 2012 na trgu le 31 (MICT SETA, 2012, str. 17–24).

V obdobju 2012–2013 je bilo na trgu 37 prostih delovnih mest v telekomunikacijah: 18 upravljavcev zemljišč, 5 tehnikov telekomunikacij, 3 zaposleni na področju odnosov z javnostmi, 2 agenta v klicnem centru in 1 razvojni programer. V primerjavi s sektorjem informacijske tehnologije je sektor telekomunikacij ponujal precej manj delovnih mest. Trg bo do leta 2015 predvidoma dosegel 475 delovnih mest v obdobju 2012–2015. Najbolj iskani strokovnjaki, ki bodo zasedli nova delovna mesta, bodo poslovni razvijalec IKT (116 novih delovnih mest), prodajni asistent IKT (69 delovnih mest), 52 delovnih mest bo na voljo za systemske inženirje in inženirje računalniških omrežij, trg pa bo v tem obdobju potreboval tudi 39 projektnih managerjev. Ta delovna mesta obsegajo več kot polovico vseh potencialnih delovnih mest v telekomunikacijah (MICT SETA, 2012, str. 101–103).

Plače zaposlenih v telekomunikacijah so od 4 833 randov za plačo začetnika in vse do 40 000 randov mesečno. Začetniki lahko pričakujejo najmanjše zasluge v prodaji, kjer se plače začnejo s 4 833 randi, medtem ko lahko razvojni inženirji začetniki v telekomunikacijah pričakujejo plačilo v višini do 19 429 randov (MICT SETA, 2012, str. 38).

Na trgu nastaja vrzel med potrebnim številom strokovnjakov s področja telekomunikacij in dejanskim številom razpoložljivih strokovnjakov. Trg bo za zagotavljanje potrebnih znanj zagotovil 285 štipendij za bodoče strokovnjake. Največji del ponujenih štipendij bo predstavljal štipendiranje visokošolskih programov za študente, ki že imajo delovne izkušnje s področja telekomunikacij; teh štipendij bo na voljo 137. Znanje je ovira hitrejšega razvoja trga, na katerem lahko poiščejo priložnost tudi slovenska podjetja, saj lahko na trg vstopijo kot ponudniki, predvsem se lahko širijo na področju licenčnega ali franšiznega poslovanja, ter tako združijo ugodno delovno silo in hkrati zaščitijo svojo intelektualno lastnino.

Podsektor telekomunikacij sestavljajo podjetja, ki ponujajo storitve gradnje infrastrukture za oddajanje signala, internetne storitve in telekomunikacijsko omrežje. V Prilogi 3 navajam vodilna podjetja v panogi telekomunikacij, ki so: Multichoice South Africa (Pty) Ltd, South African Broadcasting corporation Limited, Primedia Limited, African Media Entertainment Limited, eTV (Pty) Ltd, Internet Solutions a Division of Dimension Data, MTN Business Solutions (Pty) Ltd, Mweb Connect (Pty) Ltd, Vox DataPro, iBurst (Pty) Ltd, Telkom SA Ltd, Neotel (Pty) Ltd, Vodacom Group Limited, MTN Group Limited, Cell C (Pty) Ltd, Ericsson South Africa (Pty) Ltd, Altech Alcom Matomo (Pty) Ltd, Alcatel-Lucent South Africa (Pty) Ltd, Tellumat (Pty) Ltd, Westcon SA (Pty) Ltd, TeleMAsters Holdings Limited, Huge Telecom (Pty) Ltd, Vox Telecommunications (Pty) Ltd, Tellumat (Pty) Ltd.

5.3.3 Elektronika

Sektor elektronike vključuje širok spekter proizvodov in storitev (izdelava alarmnih sistemov, varnostnih sistemskih sistemov, pisarniška elektronika, uporabniška elektronika, vse podporne storitve, namenjene servisu in razvoju elektronskih komponent). Elektronika je sektor, ki mu je treba nameniti posebno pozornost zaradi uporabe proizvodov in storitev elektronike v vsakdanjem življenju in s tem povezano velikostjo trga.

V segmentu elektronike je treba izpostaviti tudi segment igralništva. Na trgu so igralniška podjetja, ki imajo igralnice razpršene po vsej državi. Največji ponudniki igralniških storitev so Sun International Limited, Tsogo Sun Holdings Limited, Phumelela Gaming & Leisure Limited, Peermont Global (Pty) Ltd, Gold Circle (Pty) Ltd. Podjetja so lahko močni poslovni partnerji proizvajalcem igralniške opreme in elektronike.

Trg bo v obdobju 2012–2015 ustvaril predvidoma 518 novih delovnih mest v sektorju elektronike. Največ delovnih mest zasedli tehnik/inženir elektronike, 92 delovnih mest, sistemski inženirji in inženirji računalniških omrežij bodo imeli na voljo 65 novih delovnih mest, 48 delovnih mest bo predvidoma na voljo za razvijalca programske opreme, po 45 delovnih mest bo trg nudil za tehnologe za področje telekomunikacij in inženirje mehanike (MICT SETA, 2012, str. 95–103).

Kot v preostalih sektorjih tudi v sektorju elektronike obstaja vrzel med potrebami podjetij in razpoložljivim znanjem. Izvajal se bo sistematičen pristop pridobivanja kadra s primernim znanjem (v obliki štipendij). Podjetja v sektorju elektronike bodo med letoma 2012 in 2015 štipendirala 621 bodočih kadrov na vseh ravneh izobraževalnega sistema, tiste z delovnimi izkušnjami in tudi tiste brez njih.

V sektorju elektronike je na trgu Južne Afrike leta 2012 delovalo 529 podjetij, od tega 437 majhnih, 58 srednje velikih podjetij in 34 velikih podjetij. Glede na velikost podjetij so tako kot v sektorjih informacijske tehnologije in telekomunikacij najbolj zastopana majhna podjetja (MICT SETA, 2012, str. 17, 24).

Priloga 4 prikazuje vodilna podjetja v podsektorju elektronike, njihove spletne strani in poslovalnice. V podsektor elektronike spadajo podjetja, ki so ponudniki uporabniške elektronike, elektronskih izdelkov, elektronske opreme in IT-komponent: LG Electronics SA (Pty) Ltd, Samsung Electronics SA, Hisense SA sales Holdings SA (Pty) Ltd, Philips South Africa (Pty) Ltd, Reunert Limited, Allied Technologies Limited, Simens (Pty) Ltd, Saab Grintek Technologies (Pty) Ltd, Vektronix (Pty) Ltd, Power Technologies (Pty) Ltd, Actom (Pty) Ltd, Circuit Breaker industries (Pty) Ltd, Low voltage, Voltex (Pty) Ltd, Ellies Holdings Limited, South ocean Holdings Limited, M-Tec (Pty) Ltd, Pinnacle Technology Holdings Limited, Sahara Computers (Pty) Ltd, Tersus Technologies (Pty) Ltd, Incredible Connections, Rectron (Pty) Ltd, Axiz Workgroup (Pty) Ltd.

5.4 Dogodki IKT

Podjetje lahko ob vstopu na trg med raziskovanjem potencialnih kupcev in konkurentov izkoristi dogodke (sejmi, kongresi ipd.), kjer spozna okolje trga, kamor želi vstopiti. Ti dogodki so temelj za razvoj, deljenje znanj in ustvarjanje pozitivnega okolja za razvoj notranjih idej in konkurenčnosti na trgu. Z obiskom panožnih dogodkov se podjetje informira o stanju konkurence, oceni povpraševanje na trgu in zgradi prve poslovne povezave.

Dejstvo, da na trgu obstajajo različni dogodki, kaže visoko razvitost panoge na trgu, saj je mreženje pomemben poslovni dejavnik, ki omogoča hitro izmenjavo znanja in gradnjo številnih poslovnih priložnosti. Podjetja, ki se odločijo, da bodo na trg vstopila na način, da bodo najprej prisotna na enem izmed panožnih dogodkov, lahko tako ustvarijo močne povezave za prihodnje delovanje na trgu. Kot sem omenila že v poglavju, kjer sem raziskovala internacionalizacijo podjetij IKT, je mreženje eden pogostejših načinov, da podjetje ustvari poslovne priložnosti in naveže partnerske stike s poslovnimi partnerji. Podjetja IKT na trgu Južne Afrike lahko izbirajo med nekaterimi ponavljajočimi se dogodki, ki jih prikazujem v tabeli 17. Dogodki se odvijajo v Johannesburgu in Cape Townu, ki sta tudi po razvitosti in uporabi tehnologije IKT najbolj razviti mesti v Južni Afriki.

Tabela 17: Ključni dogodki IKT na trgu JAR, njihov termin, cikel ponavljanja in kraj

Ime dogodka in njegov opis	Kraj dogodka	Cikel ponavljanja	Predvideni datum
Africa Cast – sejem, namenjen industriji oddajanja v podsaharski Afriki	Cape Town	Ni podatka	11. 11.– 13. 11. 2014
Cloud World Forum Africa – forum računalništva v oblakih	Cape Town	Enkrat letno	11. 11.– 13. 11. 2014
Africa Com – vodilni panafriški komunikacijski dogodek	Cape Town	Enkrat letno	11. 11.– 14. 11. 2014
Electronic Fair – sejem elektronike (kitajski dobavitelji)	Johannesburg	Enkrat letno	13. 11.– 15. 11. 2014
E commerce show Africa – expo za strokovnjake s področja e-trgovine	Johannesburg	Enkrat letno	10. 3.– 11. 3. 2015
Intermac Africa – sejem industrijske tehnologije	Johannesburg	Na dve leti	maj 2015
Manutec Africa – sejem proizvodnih tehnologij	Johannesburg	Na dve leti	maj 2015
Satcom Africa – razstava kabelskih, satelitskih oddajnikov in telekomunikacij	Johannesburg	Enkrat letno	12. 5.– 26. 5. 2015
KZN industrial technology exhibition – horizontalni sejem tehnologije, primerne za uporabo v provinci KwaZulu Natal	Johannesburg	Vsaki dve leti	9. 6.– 12. 6. 2014
Vas Africa – expo in konferenca o dodani vrednosti telekomunikacij v Afriki	Johannesburg	Enkrat letno	24. 6.– 25. 6. 2015
Mediatech Africa – razstava naprednih tehnologij za medije, zabavništvo in komunikacijsko industrijo	Johannesburg	Vsaki dve leti	julij 2015

Vir: Trade Shows in South Africa, 2014.

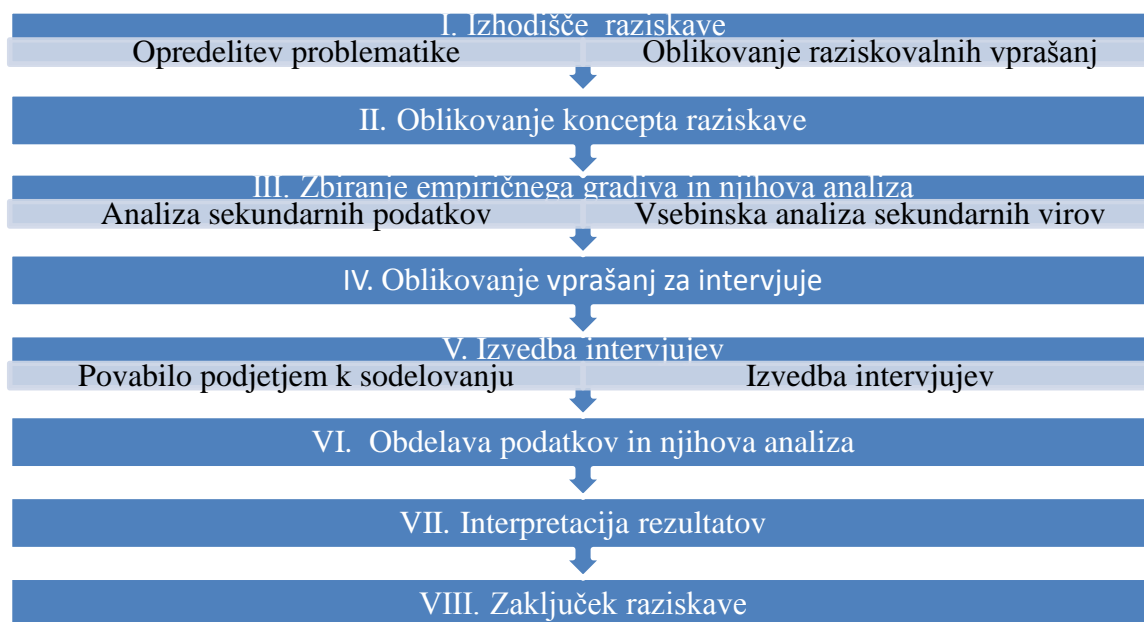
6 PRILOŽNOSTI ZA SLOVENSKA PODJETJA V PANOGI IKT

6.1 Izkušnje slovenskih podjetij IKT z vstopom na trg JAR

6.1.1 Predstavitev raziskave

Načrt raziskave je na sliki 6. Izhodišče raziskave je bilo predvsem zanimanje za problematiko omejenosti domačega trga za slovenska podjetja IKT. Sledilo je vprašanje, na kateri trg bi lahko podjetja širila oslovanje. Panoga IKT doživlja rast in zato sem svoje raziskovanje usmerila na enega izmed hitrorastočih trgov. Po izbiri ciljnega trga za raziskovanje sem oblikovala hipotezo, da na južnoafriškem trgu IKT obstajajo priložnosti za vstop slovenskih podjetij. Na podlagi hipoteze sem oblikovala koncept raziskave, sestavljen iz šestih delov. Najprej sem zbirala empirične podatke, ki so mi omogočili razumevanje trga JAR ter dinamike na globalnem in južnoafriškem trgu IKT. Ob razumevanju celotne slike panoge in razmer na trgu JAR sem oblikovala vprašanja za intervjuje, saj sem želela raziskovati, kakšne izkušnje imajo slovenska podjetja IKT, ki na tem trgu poslujejo. Po zbranih podatkih je 16 slovenskih podjetij že imelo stik s trgom JAR in spadajo v panogo IKT. Dve podjetji sta na trgu izvedli posle v premajhnem obsegu, da bi lahko dali koristne informacije. Pri treh podjetjih so odločitve o vstopu na trg sprejela matična podjetja v tujini in zato na vprašanja niso mogla odgovoriti. Podjetij z ustreznimi izkušnjami in zmožnostjo sodelovanja v intervjujih je bilo devet, štiri podjetja niso želela sodelovati, pet podjetij pa je delilo izkušnje. Podjetja so neimenovana, ker so sama tako želela. V nadaljevanju navajam podrobnejše opise izkušenj slovenskih podjetij na trgu. Z obdelavo podatkov in njihovo analizo sem izluščila priložnosti, ki jih ponuja trg za slovenska podjetja.

Slika 6: Načrt raziskave



6.1.2 Globinski intervjuji

V nadaljevanju navajam povzetke globinskih intervjujev, ki sem jih izvedla v obdobju od 1. do 10. septembra. Podjetja na njihovo željo niso imenovana.

6.1.2.1 Podjetje 1

Podjetje je na trgu skoraj dve leti. Na trg so vstopili na začetku leta 2013 zaradi povpraševanja univerze in inštituta, ki imata sedež v Stellenbochu. Trenutno je JAR sicer ciljni trg, vendar pa upajo, da bodo z obstoječimi partnerji razvili odnose, ki jim bodo omogočali skupne nastope tudi na drugih trgih podsaharske Afrike. Način vstopa na trg je bil izvoz produktov in storitev na podlagi povpraševanja. Podjetje zaradi trenutnega sodelovanja nima podatkov o tem, kako v JAR ustanoviti podjetje, kako potekajo združitve in prevzemi ter druge oblike ustanavljanja podjetja. Ker so trenutno na trgu le kot izvozniki, se niso ukvarjali z ovirami, kot so kulturološke razlike, znanje delovne sile ali birokracija. Konkurenca podjetja je predvsem globalna, saj tako narekuje panoga. Opažajo, da je segment trga, povezan s solarno energijo in njihovimi podpornimi segmenti, v JAR zanimiv za vse akterje v globalni panogi. Tveganjem se izogibajo tako, da s poslovnim partnerjem poslujejo po predplačilu, pri večjih naročilih se zavarujejo z bančno garancijo ali L/C.

6.1.2.2 Podjetje 2

Motivi, ki so podjetje motivirali za vstop na trg JAR, so odpiranje novih trgov in ker je trg JAR na področju igralništva urejen po vzoru Evrope oziroma Amerike, kar pomeni, da je na tem področju ustrezno urejena tudi zakonodaja. Podjetje je tik pred vstopom na trg in ga zanima celotna država, trenutno pa distributer, s katerim sodelujejo na trgu, preverja, ali obstajajo kakšne razlike med zakonskimi akti posamezne province, ki bi vplivale na njihovo poslovanje. Vstop na trg JAR je za njih predvsem strateško izhodišče za širjenje na celoten afriški trg, ki se v njihovi panogi razvija. Zaradi nepoznavanja trga so se za svoj vstop na trg odločili za sodelovanje z lokalnim distributerjem. Podjetje za zdaj nima izkušenj s tem, kako ustanoviti podjetje v JAR, kako potekajo združitve in prevzemi, odprtje podružnice ali tvorjenje partnerstva oz. združenje podjetij. Podjetje se sooča z ovirami, ki so povezane s samo kulturo na trgu, in sicer med ovire štejejo predvsem počasno odzivnost, ki se kaže tudi pri postopkih, vezanih na birokracijo. S korupcijo v državi nimajo izkušenj. Podjetje o konkurenci na trgu meni, da ta obstaja in da so to največja podjetja v gamingu na svetu (IGT, NOVOMATIC itd.). Trg kot tak zanje ne bi imel nikakršnih posebnosti, se pa zavedajo, da je kljub temu potrebna previdnost kot na vsakem novem trgu, na katerega vstopajo. Med nevarnostmi podjetje navaja politične nevarnosti, npr. zaprtje trga, saj je trg reguliran z licencami. Podjetje namenja pozornost tudi obvladovanju tveganja, in sicer tako da prodaja z avansom in zavarovanjem plačila, imajo pa tudi notranji sistem, pri katerem se zavarujejo s programsko kodo na izdelku, ki je časovno omejena.

6.1.2.3 Podjetje 3

V JAR sodelujejo s svojim distributerjem že od leta 2008. Motiv vstopa je spodbuda matičnega podjetja v Nemčiji, ki je že imelo izkušnje na trgu, in so se prek tega povezali z distributerjem. Za distributerja kot obliko vstopa na trg so se odločili, ker pozna situacijo na trgu in je to lažja oblika poslovanja. Distributerja, s katerim sodelujejo, delujeta v provinci Guateng, in sicer v mestu Johannesburg. JAR je ciljni trg. So pa poleg prvotnega distributerja, s katerim so se povezali na podlagi pobude matičnega podjetja, na trgu prepoznali dodatno možnost prodaje in našli še enega distributerja, ki pa trži drug produkt, ki je le njihov, torej ni povezan z matičnim podjetjem v Nemčiji. Ob samem izvozu niso naleteli na nobene ovire. Po njihovih izkušnjah so bile pošiljke vedno po standardnih postopkih in izvoz preprost. Želja, ki jo je izrazilo podjetje, je, da bi bil njihov distributer bolj aktiven z vidika prodaje. Intelektualno lastnino imajo zaščiten s patenti, tako kot na drugih trgih. Trenutno se trg sooča z zmanjševanjem investicij v visoko šolstvo, ki je ključni segment njihovih kupcev, tako da opažajo negotovost, vendar se že kažejo pozitivni znaki rasti v prihodnje. Priložnosti razvoja na trgu vidijo tudi v trenutni obnovi in gradnji telekomunikacijske infrastrukture, ki se že kaže v prodajnih številkah. Valutnim tveganjem se podjetje izogiba tako, da posluje v evrih. Opažajo, da distributer poravnava obveznosti glede na to, kdaj je tečaj najugodnejši. Imajo pozitivno izkušnjo s plačilno disciplino, kar pomeni, da so obveznosti poravnane v dogovorjenih rokih.

6.1.2.4 Podjetje 4

Motiv za vstop na trg je bilo povpraševanje, na katerega so se odzvali, in sicer zaradi večjega posla, na podlagi katerega se je pozneje razvilo tudi partnerstvo, ki je trajalo vse, dokler partner na trgu ni prenehal poslovati, na kar pa niso imeli objektivnega vpliva. Samostojno se potem niso odločili, da bi nadaljevali posel, saj trg v tem obdobju ni bil v njihovem strateškem fokusu. Sodelovali so s partnerjem za potrebe SouthAfrican Airlines, za katerega so naredili varnostno aplikacijo za tovorni promet v času svetovnega nogometnega prvenstva, in so pokrivali 450 lokacij na 5 letališčih. Če bi svoj posel nadaljevali na trgu, bi bil sicer trg kot tak dovolj velik zalogaj, zagotovo pa trg ponuja priložnosti vsaj za mejne trge. Informacij o birokraciji in zapletenosti postopkov pri ustanavljanju podjetja nimajo, navajajo pa, da posebnosti ob uvozno-izvoznih poslih ni bilo. Ker je šlo pri omenjenem poslu tudi za izvedbo storitev, so morali v JAR poslati zaposlene, ki so tamkajšnje zaposlene izobrazili na potrebnem področju. Politika opolnomočenja prebivalstva in zagotavljanja enakosti med rasami se kaže tudi kot ovira, saj se lahko pojavlja nižja produktivnost zaposlenih iz bolj zaščitene demografskih skupin. Sicer je bilo izhodiščno znanje relativno osnovno, so pa bili zaposleni zelo željni novega znanja in učenja. Veliko je delovne sile, ki bi opravljala osnovna dela, manj je takih, ki bi imeli poglobljena znanja in bi lahko opravljali tudi kompleksnejša dela. Ovira so tudi posamezne lokalne zakonodajne posebnosti. S trga dobivajo povpraševanja podjetij, ki obvladujejo določen delež trga in delujejo tudi v drugih delih Afrike. Obstaja lokalna konkurenca, ki razmeroma dobro opravlja svoje delo, in zaradi kakovosti tudi izvaža. Med največje konkurente štejejo »control soft«, to je južnoafriško podjetje, ki je po njim

znanih informacijah pred kratkim prišlo v roke Angležev. Treba je izpostaviti, da gre za najrazvitejšo afriško državo. Trg prinaša nekaj priložnosti in nevarnosti, ki se jih mora vsak zavedati. Njihova splošna ocena je, da gre za trg s kulturo, precej podobno evropski. Prednosti trga vidijo v tem, da je zaradi močne kolonizacije in uporabe angleškega jezika olajšano poslovanje. Glavna prednost je, da je JAR v istem časovnem pasu kot Evropa, zaradi tega so spremembe v poslovnih procesih manjše. Med nevarnosti na trgu uvrščajo valutna tveganja in razmeroma visoko stopnjo kriminala. Po končanem poslu so s partnerjem razstavljali na enem izmed panožnih sejmov. Podjetje se je pred tveganji zavarovalo z avansnim plačilom, s čimer se je partner strinjal. So pa opazili, da obstaja dolgoročno močno valutno tveganje, ki vpliva na konkurenčnost ponudbe.

6.1.2.5 Podjetje 5

Podjetje je na trgu dejavno že pet let. V JAR so bili že pred odprtjem pisarne prisotni z nekaj projekti, kar jih je prepričalo, da obstaja potreba po storitvah, kakršne nudijo. Pri izvajanju enega od projektov so naleteli na osebo, za katero so ocenili, da bi jim lahko pomagala pri bolj organiziranem širjenju posla v regiji. Tako so stvari dozorele in so odprli podjetje v Johannesburgu. Prve projekte pred odprtjem podjetja so dobili prek multinacionalke Cisco, s katero delajo že več kot 20 let. Po odprtju podjetja delajo veliko neposredno s končnimi kupci, nekaj pa še vedno prek podjetja Cisco. Tako so lahko minimizirali potrebne zagonske stroške, ki so tipično povezani z ustvarjanjem imena na trgu in iskanjem prvih strank. Sodelovanje z uveljavljenim partnerjem vsekakor skrajša pot do prvih projektov. Trenutno poslujejo iz Johannesburga, od koder pokrivajo celotno JAR, in tudi nekaj drugih držav podsaharske Afrike. Začeli so sicer z željo, da bolje pokrijejo JAR. Zrasli pa so njihove želje in poznavanje trgov, čimer je prispeval tudi njihov regionalni direktor, in danes štejejo, da je podjetje v JAR izhodišče za podsaharsko Afriko, medtem ko nadsaharsko Afriko pokrivajo iz Maroka, kjer imajo prodajnega predstavnika. Podjetje pri kulturoloških posebnostih ne opaža večjih težav, saj podjetje vodi lokalna ekipa, pri izvedbi projektov, pri kateri pa si pomagajo tudi s slovenskimi inženirji, se pojavlja predvsem vprašanje varnosti. Za zdaj večjih težav niso imeli, a določena mera negotovosti v nekaterih državah celotne regije obstaja. Ovira, ne sicer kulturološka, je zahteva, da podjetje zaposluje zadostno število temnopoltih delavcev. S tem se sicer uspešno spopadajo, je pa vsekakor dodatno breme že samo ukvarjanje z vsemi postopki, ki so predpisane, da se podjetje certificira kot ustrezno. Razlike v znanju delovne sile rešujejo s kombinacijo lokalnih kadrov s slovenskimi. Birokracija na trgu je predvsem v smislu zahtev zakona, ki podjetjem predpisuje, kolikšen delež delovne sile morajo predstavljati temnopolti delavci, da podjetje sploh dobi možnost dostopati do resnejših projektov. Podjetje in tudi druga podjetja v raziskavi niso zaznala korupcije. Deloma temu pripisujejo dejstvo, da sodelujejo zlasti z zasebnim sektorjem. Najpomembnejša konkurenta na trgu ta TorqueIT in Dimension Data. Veliko tveganje v zadnjem času so valutna tveganja. Rand močno izgublja vrednost v primerjavi z evrom, kar pomeni, da je delo slovenskih inženirjev na projektih v JAR postalo mnogo dražje kot nekoč. To pomeni nekonkurenčnost. Kot posledica bo večji del projektov ekipa v JAR morala izvajati z lastnimi viri: bodisi lastnimi bodisi tistimi, ki jih lahko najamejo na lokalnem trgu za potrebe posameznih

projektov. S tem se bo ublažil vpliv drsečega randa na stroške izvedbe projektov. Diskusija o rezultatih je v podpoglavju 6.2.

6.2 Priložnosti in priporočila slovenskim podjetjem IKT, ki se odločajo za vstop na trg JAR

Pregled sekundarnih virov je pokazal, da je trg privlačen za vstop tujih podjetij. Osnova za vsako raziskovanje trga so dobri gospodarski odnosi, vzpostavljeni med domačim in tujim trgov, ki ga JAR in EU zagotovo imata. Pomemben dejavnik poslovanja je tudi odnos do tujih neposrednih investicij in privlačnosti trga z vidika priložnosti. Na začetku naloge sem opozorila, da obstajajo velike razlike v razvitosti posamezne province. Za merilo, katera provinca je najbolj razvita in ima najboljšo gospodarsko infrastrukturo, sem vzela število podjetij iz panoge, ki poslujejo v posamezni provinci. Največ podjetij IKT posluje v provincah Guateng, Western Cape in Kwazulu-Natal, iz česar sledi, da so to province z največjim potencialom za vstop in širitev na trgu JAR. Izpostavila bi tudi, da se večina dogodkov IKT, ki jih lahko podjetja uporabijo za mreženje in spoznavanja trga ob samem vstopu, odvija v Johannesburgu in Cape Townu, ki sta v provincah Guateng in Western Cape. Z razvojnimi programi postaja za podjetja vse bolj privlačna tudi provinca Eastern Cape.

Južnoafriški trg ponuja različne priložnosti za vstop podjetij, tudi če pogledamo priložnosti posameznih podsektorjev. Podsektor informacijske tehnologije bo do leta 2018 ponujal priložnosti za podjetja, ki razvijajo programsko opremo, računalniška omrežja in sisteme, ter podjetja, ki se ukvarjajo z analitiko IKT. Za telekomunikacije kot podsektor IKT je izziv gradnja infrastrukture, ki je hkrati tudi priložnost za vstop tujih podjetij na trg. Podsektor elektronike podjetjem ponuja raznolike priložnosti za vstop, saj je močno razvejan. Trg ponuja priložnosti v obliki oskrbovanja trga, in sicer uporabniškega in tudi trga B2B z elektronskimi aparati. Priložnosti v podsektorju se pojavljajo tudi v sektorju igralništva, saj na trgu deluje urejena in dobro razpršena igralniška dejavnost.

Trg JAR je med slovenskimi podjetji še neznan. V podatkih, ki sem jih pridobila v intervjujih, je razvidno, da so vsa podjetja vstopila na trg zaradi povpraševanja trga. Podjetja sama trga pred povpraševanjem niso zaznavala kot enega izmed potencialnih trgov za širitev. Dejstvo, da so v intervjujih sodelovala podjetja, ki prihajajo iz različnih segmentov, in so vsa vstopila na trg, vsaj v prvi fazi prek lokalnih distributerjev, kaže, da obstaja tudi razmeroma majhna motivacija za raziskovanje tega trga. Glede na razmeroma veliko oddaljenost trga in prednosti istega časovnega pasu bi to svetovala tudi drugim podjetjem, ki se odločajo za vstop na južnoafriški trg, saj s tem pokrijejo dva segmenta prednosti, in sicer:

- Lokalni distributer dobro pozna lokalni trg in njegove specifične ter je lahko pomemben vir povratnih informacij s trga.
- Biti v enakem časovnem pasu z lokalnim distributerjem pomeni, da je čas za pridobivanje informacij, usklajevanje in izobraževanje krajši kot na trgu z večjo časovno razliko.

Trg JAR marsikatero globalno podjetje uporabi za testni trg, zaradi velikosti in razvitosti pa se ne sme pozabiti na še eno strateško lastnost trga, in to je lokacija. JAR je idealno izhodišče za širitev na druge trge podsaharske Afrike. Slovenska podjetja, ki so vstopala na trg oziroma tam poslujejo, imajo deljene želje glede širitve na druge trge, kljub temu pa izpostavljajo priložnost, ki se kaže podjetjem, ki so na trgu. Nekatera podjetja vidijo trg kot potencial za sosednje trge, nekatera jih že osvajajo, za druga pa je južnoafriški trg dovolj velik zalogaj.

Podjetja na trgu se soočajo z nekaterimi ovirami, ki so skupna vsem podjetjem na trgu, in sicer so to tveganja na področju zdravja zaposlenih, pri čemer je treba v ospredje postaviti visoko okuženost z virusom HIV, doseganje enake zaposlenosti med temnopoltim in belim prebivalstvom ter znanje delovne sile. Zadnji dve oviri sta močno povezani, saj je temnopolto prebivalstvo precej zaščiteno pri zaposlovanju, hkrati pa imajo v povprečju nižjo izobrazbo, ki je posledica zgodovinskega stanja. Slovenska podjetja, ki delujejo na trgu, so izpostavila dejstvo, da je delovna sila željna znanja, kar pomeni, da lahko na trgu podjetje izvaja tudi bolj zapletene operacije. Za uravnoteženje pogleda je treba izpostaviti tudi prednosti trga. Trg je po mnenju intervjuvancev kulturološko precej blizu evropskemu in ima tudi primerljivo zakonodajno prakso, kar pomeni, da je varen za poslovanje in lahko poteka hitrejša interakcija med posameznimi deležniki na trgu.

Celotni trg z vidika tehnologij IKT se večja, saj se večja njihova uporaba in je vse večja tudi njihova vključenost v vse segmente družbe. Ključne priložnosti v prvi fazi se zagotovo kažejo v rasti infrastrukture telekomunikacij. Na področju poslovnih in uporabniških aplikacij ter spletnih storitev se prav tako priložnosti kažejo na celotnem trgu. Trg posamezne province omogoča tudi svoje razvojne programe. Za razvojna podjetja so zanimivi predvsem trgi provinc Limpopo in Free State, ki med vsemi provincami med najbolj strateške korake za razvoj panoge uvrščata razvojne centre in inkubatorje.

Slabost trga je predvsem v razmeroma slabem tehnološkem znanju delovne sile, ki lahko predvsem v primeru licenčnega poslovanja ali franšizinga predstavlja velike stroške uvajanja in posledično višjo ceno na trgu. Slabost trga je lahko za podjetja tudi različna razvojna politika posamezne province, ki lahko otežuje že samo širitev podjetja znotraj trga JAR. Kot slabost trga bi lahko navedla tudi geografsko velikost, ki lahko prinaša velike logistične stroške, če bi želelo podjetje pokrivati celoten trg. Tu imajo prednost velike globalne korporacije, ki ta trg s svojim kapitalom tudi lažje pokrijejo.

Tako kot vsak trg tudi trg JAR prinaša posamezna tveganja. Med tveganji, ki sem jih navedla v sekundarni analizi in so jih potrdila tudi podjetja, ki so sodelovala v intervjujih, je najpogostejše valutno tveganje. Južnoafriški rand je valuta, ki jo zaznamujejo močna nihanja, ki tudi močno vplivajo na konkurenčnost. Podjetja se s tem tveganjem spopadajo različno, in sicer najpogosteje zavarujejo posel z dogovorom, da posel izpeljejo v valuti, ki je stabilnejša. Slovenska podjetja najpogosteje izberejo euro. Ker je južnoafriški trg precej oddaljen in se tako kot pri vsakem poslovanju pojavlja tudi kreditno tveganje, tudi tu podjetja niso izjeme. S

kreditnim tveganjem se podjetja spopadajo tako, da za plačilo posla uporabijo avansno plačilo ali bančno garancijo.

SKLEP

Panoga IKT je že v osnovi nagnjena k internacionalizaciji bodisi zaradi dobave sestavnih delov za izdelkov in storitev bodisi zaradi splošne globalne uporabe tehnologij, ki jih nosijo proizvodi in storitve te panoge. Trendi IKT kažejo, da je tehnologija prinesla transformacijo delov trgov ali kar trge same. Internacionalizacija je pogosta oblika rasti podjetij IKT. Med podjetji IKT je mogoče zaznati podjetja, ki jih imenujemo »born global« in ki internacionalizacijo načrtujejo že ob ustanovitvi, navadno pa se ta realizira v obdobju od enega do treh let od ustanovitve podjetja. Podjetja v panogi med internacionalizacijo uporabljajo tudi mreženje, ki je lahko formalno in neformalno, pri čemer je treba poudariti, da je pomembnejša kakovost mrež in ne njihova količina.

Južna Afrika ima z EU razvite dobre političnoekonomske odnose na podlagi sprejetih sporazumov, ki so izhodišče za to, da je EU največja trgovinska partnerica Južne Afrike. Južna Afrika se v družbi še štirih držav uvršča med najhitreje rastoče trge BRICS. Razdeljena je na devet provinc, med katerimi obstajajo razlike med razvitostjo tehnologije IKT in njene uporabe ter tudi priložnosti, ki jih te ponujajo. Južna Afrika se zaveda nujnosti tujih neposrednih investicij in njihovega vpliva na blaginjo ljudi, zato sprejema spodbude, ki so namenjene temu, da bi trg postal čim bolj privlačen za tuje investitorje. Oblasti se trudijo v vseh segmentih ustvariti varno in konkurenčno okolje, kar dokazujejo z ustrezno borbo proti korupciji in zakoni, ki narekujejo enakomerno vključenost vseh prebivalcev v gospodarstvo, zlasti v znanost in šolstvo, kar posledično generira konkurenčno in izobraženo delovno silo.

V letih 2011 in 2012 je bilo na trgu Južne Afrike ustanovljenih 550 podjetij v panogi IKT, in sicer 91 v sektorju elektronike, 339 v sektorju informacijske tehnologije in 120 novih podjetij v sektorju telekomunikacij. Trg IKT v Južni Afriki je že nekaj časa zanimiv za vse svetovne korporacije v panogi, tako so na trgu močno dejavni Microsoft, Hewlett-Packard, IBM, Cisco in Unisys. Globalna podjetja so predvsem v provincah Guateng, Kwazulu Natal in Western Cape. Južna Afrika vidi v panogi velike potenciale in načrtuje do leta 2020 v segmentu trga, kamor spada tudi IKT, 100 000 delovnih mest. Razvoj v panogi IKT na trgu čakajo izzivi, kot so dograditev infrastrukture, okrepitev kompetenčnih centrov in znanja delovne sile. Treba je izpostaviti dejstvo, da ima država dobro urejeno zakonodajo, ki se nanaša na panogo IKT. Južnoafriški trg je zaradi svoje specifičnosti in velikosti velikokrat testni trg za globalne korporacije, kar še dodatno govori v prid njegovi privlačnosti.

Posamezne province so glede uporabe tehnologije IKT med seboj zelo različne. Iz tega sledi, da imajo posamezne province tudi različne strategije razvoja na področju IKT. Spodbude na tem področju so predvsem v obliki gradnje razvojnih centrov, tehnoloških parkov in podjetniških inkubatorjev. Spodbude gredo tudi v smeri razvoja infrastrukture, ki bo omogočala nemoteno delovanje podjetij in razvojnih institucij. Pomen panoge IKT v Južni Afriki za prihodnje generacije se kaže tudi v tem, da so v letu 2011 v provinci Northern Cape

18 osnovnih šol opremili z računalniki, jih povezali v mrežo in tako že na primarni stopnji izobraževanja otrokom omogočili stik s tehnologijo.

Priložnosti v panogi IKT, ki se kažejo v več provincah, se kažejo v kreativni industriji ter v razvoju programske opreme za e-učenje in e-bančništvo in za ponudnike interneta in brezžičnega interneta. Na trgu lahko svojo priložnost za rast najdejo tudi podjetja, ki se ukvarjajo z IT-izobraževanji in razvojem programske opreme, ki so strokovnjaki na področju spletnega marketinga, ter podjetja, ki se ukvarjajo z razvojem spletnih strani in ki delujejo na področju telekomunikacijskega in tehnološkega napredka. Južnoafriški trg lahko podjetja, ki želijo nanj vstopiti, spoznajo tudi na panožnih dogodkih, ki se izvajajo na trgu.

Slovenska podjetja, ki imajo izkušnje s trgom ali vstopajo na trg, so navedla zelo podobne izkušnje, kot so jih kazali podatki sekundarnih analiz. Podjetja, ki sem jih zajela v analizo, so vsa vstopila na trg prek lokalnega posrednika, kar jim je zagotovilo majhno tveganje in razmeroma dobro pokritost trga. Zanimiv je podatek, da večina podjetij ni sama zaznala priložnosti na trgu, temveč je bil glavni motiv za vstop povpraševanje, ki je prišlo z njega. Vsa podjetja, vključena v analizo, so izpostavila dejstvo, da je pri poslovanju z Južno Afriko močno valutno tveganje, pri čemer pa se podjetja zavarujejo različno, nekatera z avansnim plačilom, druga s poslovanjem v evrih, nekatera pa imajo sorazmerno fleksibilen plačilni rok, ki je posledica dobrih odnosov in zaupanja v lokalnega partnerja. Z vidika prepoznavanja priložnosti je pomembno tudi dejstvo, da imajo prav vsa podjetja pozitivne izkušnje s sodelovanjem prek lokalnih partnerjev, poleg tega ima Južna Afrika dobro urejene zakone na ravni razvitih držav, prav tako podjetja ne navajajo sumov, povezanih s korupcijo.

Trg Južne Afrike prinaša veliko priložnost za vstop in glede na razvojne strategije bo z leti pridobil pomembnost za podjetja IKT. Prednosti trga so gradnja močne infrastrukture in razvoj kompetenc za uporabo tehnologije. Če na kratko strnem priložnosti trga IKT Južne Afrike, potem gre za hitro rastoč trg, ki vabi tuje neposredne investicije in je med vsemi državami BRICS edini, ki je v istem časovnem pasu kot Evropa, kar pozitivno vpliva na učinkovitost delovnih procesov na domačem in tujem trgu. Na podlagi analize sekundarnih virov in opravljenih intervjujev lahko potrdim tezo, da na trgu Južne Afrike obstajajo neizkoriščene priložnosti za vstop slovenskih podjetij na trg IKT.

LITERATURA IN VIRI

1. *About G20*. Najdeno 30. marca 2014 na spletnem naslovu https://www.g20.org/about_G20
2. Africa Business Initiative. (2012, februar). Infrastructure Development. *Investment Climate Update: South Africa*, 3(1), 1–4. Najdeno 20. aprila 2014 na spletnem naslovu <https://www.uschamber.com/sites/default/files/legacy/international/africa/files/South%20Africa%20ICU.pdf>
3. Agarwal, R., Lucas, H.C., Clemons, E.K., El Sawy, O.A., & Weber, B. (2013). Impactful research on transformational information technology: An opportunity to inform new audiences. *MIS Quarterly*, 37(2), 371–382.
4. Amal, M., & Filho, A.R.F. (2010). Internationalization of small and medium-sized enterprises: a multi case study. *European Business Review*, 22(6), 608–623.
5. Beraho, K.E. (2007). Colonial history and its effects on Sub-Saharan economic development. *Cross Cultural Management and International Journal*, 14(3), 254–266.
6. Bilas, V., Franc, S., & Kvaternjak (2013). Internationalization of micro and small enterprises in the information technology industry of the Republic of Croatia. *Journal of Economics and Business*, 1(11), 45–59.
7. *Bilateralni ekonomski odnosi s Slovenijo*. Najdeno 10. decembra 2013 na spletni strani http://www.izvoznookno.si/Dokumenti/Podatki_o_drzavah/Juznoafrikska_republika/Bilateralni_ekonomski_odnosi_s_Slovenijo_4124.aspx
8. Bodimeade, M. (2012, 13. september). Global Information Technology Market. Najdeno 25. februarja 2014 na spletnem naslovu <http://www.companiesandmarkets.com/MarketInsight/Information-Technology/Global-Information-Technology-Market/NI5265>
9. Booyens, I. (2011). Are small, medium and micro-sized enterprises engines of innovation? The reality in South Africa. *Science and Public Policy*, 38(1), 67–78.
10. Brenčič, M. M., Lisjak, M., Pfajfar, G., & Ekar, A. (2006). *Mednarodno poslovanje*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
11. Brett, M., Johnson-Barker, B., & Renssen, M. (2009). *South Africa*. London: Eyewitness Travel.
12. *BRICS – The Acronym*. Najdeno 20. decembra 2013 na spletnem naslovu <http://www.bricsforum.org/sample-page/#>
13. Bughin, J., & Chui, M. (2013). Evolution of the networked enterprise: McKinsey Global Survey results. Najdeno 10. januarja 2014 na spletnem naslovu http://www.mckinsey.com/insights/business_technology/evolution_of_the_networked_enterprise_mckinsey_global_survey_results
14. Bughin, J., Chui, M., & Manyika, J. (2013). Ten IT-enabled business trends for decade ahead. *McKinsey Quarterly*, maj 2013. Najdeno 20. decembra 2013 na spletnem naslovu http://www.mckinsey.com/insights/high_tech_telecoms_internet/ten_it-enabled_business_trends_for_the_decade_ahead

15. Cairns, J., & MacLeod, C. (b.l.). Currency Risk and Risk Management in South Africa – a Survey. Najdeno 24. aprila 2014 na spletnem naslovu <http://www.treasury-management.com/showarticle.php?pubid=4&issueid=281&article=2368&page=showarticle>
16. Chigara, B. (2011). European/Southern African Development Community (SADC) states` bilateral investment agreements (BITs) for the promotion and protection of foreign investments vs post-apartheid SADC economic and social reconstruction policy. *Journal of International Trade Law and Policy*, 10(3), 213–242.
17. *Commuting*. Najdeno 25. aprila 2014 na spletnem naslovu <http://www.mywage.co.za/main/decent-work/commuting>.
18. Companies and Intellectual Property Commission (2013a). Annual Report 2012/13. Najdeno 20. maja 2014 na spletnem naslovu http://www.cipc.co.za/files/9513/9989/7347/CIPC_ANNUAL_REPORT_2013.pdf
19. Companies and Intellectual Property Commission (2013b). New Strategy 2013-18. Najdeno 20. maja 2014 na spletnem naslovu http://www.cipc.co.za/files/2113/9445/5169/CIPC_strategy_2013_2018.pdf, 37
20. *Corruption measurment tools*. Najdeno 26. maja 2013 na spletnem naslovu <http://www.transparency.org/country/#ZAF>
21. Corruption Watch (2012). First Annual Report. Najdeno 26. maja 2014 na spletnem naslovu http://www.corruptionwatch.org.za/sites/default/files/2013/CW_AnnualReport2012.pdf
22. *Countries and Regions: South Africa*. Najdeno 12. februarja 2014 na spletnem naslovu <http://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/countries/south-africa/>
23. Czinkota, M., & Ronkainen, I. (2001). *International marketing*. Forth Worth: Harcourt College Publishers.
24. Department of Communications. (b.l.). Annual Report 2012/2013. Najdeno 13. septembra 2014 na spletnem naslovu <http://www.gov.za/documents/detail.php?cid=388252>
25. Economic Development Department, Republic of South Africa (2011). New Growth Path Framework. Najdeno 20. oktobra 2012 na spletnem naslovu <http://www.economic.gov.za/communications/publications/new-growth-path-series>
26. European Commission, DG for Trade. (2013). South Africa. Najdeno 8. marca 2013 na spletnem naslovu http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2006/september/tradoc_111600.pdf
27. *Framework for South Africa's response: To the international economic crisis* (2009). Najdeno 20. oktobra 2011 na spletnem naslovu http://www.dwaf.gov.za/dir_ws/wspd/UserControls/DownloadImportFiles.aspx?FileID=190
28. Goldstein, A.E. (2004). Regional integration, FDI and competitiveness in Southern Africa. Development Centre of the Organisation for Economic Co-operation and Development. Najdeno 14. februarja 2014 na spletnem naslovu <http://www.cmi.no/library/online/OECD.Regional-integrationFDI.pdf>

29. *HIV/AIDS in South Africa* (2014). Najdeno 5. marca 2014 na spletni strani <http://www.aids.org.za/hiv-aids-in-south-africa/>
30. HIV and AIDS estimates. V *UNAIDS*. Najdeno 20. januarja 2014 na spletnem naslovu <http://www.unaids.org/en/regionscountries/countries/southafrica/>
31. *HIV & AIDS in South Africa*. Najdeno 5. marca 2014 na spletnem naslovu <http://www.avert.org/hiv-aids-south-africa.htm>
32. Hollensen, S. (2004). *Global marketing: a decision – oriented approach*. Essex: Prentice Hall/Financial Times.
33. *How the world rates South Africa*. Najdeno 20. januarja 2014 na spletnem naslovu <http://www.southafrica.info/business/economy/globalsurveys.htm#it>
34. *ICT and electronics in South Africa*. Najdeno 26. februarja 2014 na spletnem naslovu <http://www.southafrica.info/business/economy/sectors/ict-overview.htm#.Usst0dLuLoF>
35. *ICT Sector*. Najdeno 16. maja 2014 na spletnem naslovu <http://www.tia.org.za/industrial-sectors/information-and-communication-technologies>.
36. *Indicators*. Najdeno 30. januarja 2014 na spletnem naslovu http://beta2.statssa.gov.za/?page_id=593
37. *Information technology*. Najdeno 10. januarja 2014 na spletnem naslovu <http://www.qfinance.com/sector-profiles/information-technology>
38. *Introduction - Republic of South Africa*. Najdeno 26. februarja 2014 na naslovu <http://www.ist-africa.org/home/default.asp?page=doc-by-id&docid=3577>
39. Jain, K.N., Lahiri, S., & Hausknecht, R.D. (2013). Emerging market multinationals' location choice. *European Business Review*, 25(3) 263–280.
40. Karamally, Z. (1998). *Export savvy: from basic to strategy*. New York: International business press.
41. *Korupcija integriteta in etika*. Najdeno 26. maja 2014 na spletnem naslovu <https://www.kpk-rs.si/sl/korupcija-integriteta-in-etika>.
42. Kotabe, M., & Helsen, K. (2001). *Global marketing management*. New York: J. Wiley, Cop.
43. Kuivalainen, O., Sinkovics, R.R., & Lew, Y.K. (2013). Upstream internationalization process: Roles of Social capital in creating exploratory capability and market performance. *International Business Review*, 22(6), 1101–1120.
44. Kyvik, O., Saris, W., & Bonet, E. (2013). *The internationalization of small firms: The relationship between the global mindset and firms' internationalization behaviour*. New York: Springer science Business Media.
45. Luftman, J., & Ben-Zvi, T. (2009). Key Issues for IT Executives 2009: Difficult Economy's Impact on IT. *MIS Quarterly Executive*, 9(1), 203–213.
46. Mans, N. (2011). The combined effect of changes in the South African business environment on capital structure. *Management Dynamics*, 20(1), 19–31.
47. Manyika, J.M., Roberts, R.P., & Sprague, K.L. (2007). Eight business technology trends to watch. *McKinsey Quarterly*, december 2007. Najdeno 20. decembra 2013 na spletnem naslovu

- http://www.mckinsey.com/insights/business_technology/eight_business_technology_trends_to_watch
48. *Map of South Africa*. Najdeno 15. januarja 2013 na spletni strani <http://www.places.co.za/html/visualfind.html>
 49. McGroarty, P. (2013, 8. december). Poverty Still Plagues South Africa's Black Majority. *The Wall Street Journal*. Najdeno 20. maja 2014 na spletnem naslovu <http://online.wsj.com/news/articles/SB10001424052702303560204579246300838033732>
 50. *Media in South Africa*. Najdeno 6. aprila 2014 na naslovu <http://www.medioclubsouthafrica.com/component/content/article?id=article#ixzz2qJivwvV4>
 51. MICT SETA (2012, november). Sector Skills Plan 2013–2018. Najdeno 23. aprila 2014 na spletnem naslovu http://www.mict.org.za/downloads/MICT_Seta_Sector_Skills_Plan_2013_2018,_November_2012_Version,_v1p3.pdf
 52. Mlinarič, F., & Mlinarič, M.C. (2010). Small Firms in a Small Country: Managerial Factors, Internationalization and Performance of Slovenian SMES. *Managing Global Transitions*, 8(3), 239–259.
 53. 'No stopping' SA infrastructure drive (2013, 21. februar). Najdeno 20. januarja 2014 na spletnem naslovu <http://www.southafrica.info/business/economy/infrastructure/industrialisation-210213.htm#.Ushu4tLuLoE>
 54. OECD. (2012). Internet Economy Outlook. Najdeno 30. septembra 2013 na spletnem naslovu file:///C:/Users/Masa/Downloads/OECD_2012_Internet_Economy_Outlook.pdf
 55. Okeahalam, C., & Dowdeswell, M. (2008). A model of foreign direct investment flows at the municipal level in South Africa. *Journal of Modeling in Management*. 3(3), 249–267.
 56. O'Neill, J. (2001). Building Better Global Economics BRICS. *Global Economics Paper*. Najdeno 10. december 2013 na naslovu <http://www.goldmansachs.com/our-thinking/archive/archive-pdfs/build-better-brics.pdf>
 57. *Outsourcing to South Africa* (2008, september). Najdeno 20. januarja 2014 na spletnem naslovu <http://www.southafrica.info/business/investing/opportunities/bpo-overview.htm>
 58. Pacek, N., & Thorniley, D. (2007). *Emerging markets: lessons for business success and the outlook for different markets*. London: Economist.
 59. Perše, S., Štuhec Lončarević, S., Kozar, A., Urbiha, A., Živec, J., & Mušič, A. (2011). *Blagovna menjava Slovenije*. Najdeno 29. oktobra 2013 na spletnem naslovu http://www.stat.si/doc/pub/Blagovna_%20menjava.pdf
 60. *Povzetki zakonodaje EUR: Južna Afrika* (2004). Najdeno 5. marca 2014 na spletni povezavi http://europa.eu/legislation_summaries/development/south_africa/index_sl.htm
 61. Prašnikar, J. (ur.) (2013). *In search of new markets*. Ljubljana: Časnik Finance.
 62. Roxas, B., Chadee, D., & Erwee, R. (2012). Effect of rule of law on firm performance in South Africa. *European Business Review*, 24(5), 478–492.

63. Ruzzier, M., & Kesič, D. (2011). *Izzivi mednarodnega poslovanja*. Koper: Fakulteta za management.
64. Satell, G. (2013, 12. marec). *5 Trends that will drive the future of Technology*. Najdeno 16. maja 2014 na spletnem naslovu <http://www.forbes.com/sites/gregsatell/2013/03/12/5-trends-that-will-drive-the-future-of-technology/>
65. Science and Technology Department, Republic of South Africa. (2007). Final draft: Information and Communication Technology Research & Development and Innovation Strategy. Najdeno 10. septembra 2014 na spletnem naslovu http://www.ist-africa.org/home/files/RSA_ICTResearchDevelopmentInnovationStrategy_Final.pdf
66. SEDA – Small Enterprise Development Agency. (2014). Research on the Performance of the Service Sector. Najdeno 10. junija 2014 na spletnem naslovu [http://www.seda.org.za/Publications/Publications/Research%20on%20the%20Performance%20of%20the%20Services%20Sector%20\(ICT%20and%20Tourism\).docx](http://www.seda.org.za/Publications/Publications/Research%20on%20the%20Performance%20of%20the%20Services%20Sector%20(ICT%20and%20Tourism).docx)
67. Sekliuckiene, J., & Maciuiskaite, S. (2013). International Decision of Born Global: the case of Information Technology Companies. *Social Science*, 2(80), 17–26.
68. Sinkovics, R.R., Sinkovics, N., & Jean, R.B. (2012). The Internet as an alternative path to internationalization? *International marketing Review*. 30(2) 130–155.
69. South Africa. (2014). V *The World Factbook*. Najdeno 20. junij 2014 na spletni strani <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/sf.html>
70. South Africa. (b.l. a). V *Wikipedia*. Najdeno 20. januarja 2014 na spletni strani http://en.wikipedia.org/wiki/South_Africa#Religion
71. South Africa. (b.l. b). V *WIPO*. Najdeno 16. maja 2014 na spletni strani http://www.wipo.int/directory/en/details.jsp?country_code=ZA
72. South Africa. (b.l. c). V *World Bank*. Najdeno 26. marca 2014 na spletni strani <http://data.worldbank.org/country/south-africa>
73. *South Africa Country Profile*. Najdeno 26. maja 2014 na spletnem naslovu <http://www.business-anti-corruption.com/country-profiles/sub-saharan-africa/south-africa/snapshot.aspx>
74. *South Africa employee benefits state mandatory private pension plans taxation*. Najdeno 12. aprila 2014 na spletnem naslovu www.intlben.com/country-profiles/south-africa-employee-benefits-state-mandatory-private-pension-plans-taxation.pdf
75. *South Africa: fast facts*. Najdeno 20. januarja 2014 na spletnem naslovu <http://www.southafrica.info/about/facts.htm#.UtFVvtLuLoE>
76. *South Africa internet users* (2013, 1. januar). Najdeno 16. maja 2014 na spletnem naslovu <http://techtalkafrica.com/south-african-internet-users-infographic.html>
77. *South Africa investment incentives*. Najdeno 20. februarja 2014 na spletnem naslovu <http://www.sadc.int/information-services/tax-database/south-africa-investment-incenti/>
78. *South African tax for investors* (2013, 25. marec). Najdeno 20. marca 2014 na spletnem naslovu [http://www.southafrica.info/business/investing/regulations/tax-investors.htm#.UpSi\\$uKd6So#ixzzlIDG3GCb](http://www.southafrica.info/business/investing/regulations/tax-investors.htm#.UpSi$uKd6So#ixzzlIDG3GCb)

79. *South Africa online* (2013, 28. marec). Najdeno 6. aprila 2014 na naslovu <http://www.mediaclubsouthafrica.com/component/content/article/36-themedia/mediabg/3301-south-africaonline>
80. *South Africa posts 2,5 % growth in 2012* (2013, 26. februar). Najdeno 30. marca 2014 na spletnem naslovu <http://www.southafrica.info/business/economy/gdp-260213.htm#.UsEzJdLuLoH>
81. *South Africa's economy*. Najdeno 26. marca 2014 na spletnem naslovu http://www.mediaclubsouthafrica.com/index.php?option=com_content&view=article&id=87%3AEconomy+overview&catid=37%3Aeconomy_bg&Itemid=55
82. *South Africa's economy: Key sectors*. Najdeno 26. marca 2014 na spletnem naslovu <http://www.southafrica.info/business/economy/sectors/>
83. *South Africa's judiciary*. Najdeno 5. marca 2014 na spletni povezavi <http://www.southafrica.info/about/democracy/judiciary.htm#.VCFJqvmSw9Y>
84. *South Africa's poverty rate rise ahead of MDG benchmark year* (2013, 2. oktober). Najdeno 20. januarja na spletnem naslovu <http://www.theafricareport.com/Southern-Africa/south-africas-poverty-rate-rise-ahead-of-mdg-benchmark-year.html>
85. *Sporočilo za javnost: SID banka v letu 2011 financirala 1066 EUR*. Najdeno 4. aprila 2012 na spletnem naslovu http://www.sid.si/resources/files/doc/sporocila_za_javnost/4_april_2012_Financiranje_v_2011.pdf
86. Statistics South Africa. (2013). General household survey 2012. Najdeno 26. marca 2014 na spletnem naslovu <http://www.statssa.gov.za/publications/P0318/P0318August2012.pdf>
87. Statistični urad Republike Slovenije. (2014). Vrednost izvoza v države Brics. Najdeno 28. oktobra 2014 na spletnem naslovu http://pxweb.stat.si/sistat/MainTable/tbl_2401722
88. Sternquist, B. (2007). *International retaling*. New York: Fairchild Publications.
89. *Strategic overview*. Najdeno 26. marca 2014 na spletnem naslovu <http://www.doc.gov.za/strategic-overview.html>
90. Svetličič M. (2004). *Globalizacija in neenakomeren razvoj v svetu*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
91. Tengeh, R.K, Ballard, H., & Slabbert, A. (2011). A framework for Acquiring the Resources Vital for Start-up of a business in South Africa: an African Immigrant`s Perspective. *European Journal of Social Science*, 23(3), 362–381.
92. The World Bank. (2013). Doing Business 2013: South Africa. Najdeno 30. marca 2013 na spletnem naslovu <http://www.doingbusiness.org/~media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/English/DB13-full-report.pdf>
93. *Top 500 South Africa's best managed companies 2013*. Najdeno 23. aprila 2014 na spletnem naslovu <http://www.top500.co.za/files/2014/03/TOP-500-SECTOR-RESULT-LIST.pdf>
94. *Trade and Investment South Africa (TISA)*. Najdeno 20. februarja 2014 na spletnem naslovu https://www.thedti.gov.za/about_dti/tisa.jsp

95. *Trade Shows in South Africa*. Najdeno 30. julija 2014 na spletnem naslovu <http://www.eventseye.com/fairs/trade-shows-by-location.html>
96. UHY. (2014). Doing business in South Africa. Najdeno 15. januarja 2014 na spletnem naslovu <http://www.uhy.com/wp-content/uploads/Doing-Business-in-South-Africa.pdf>.
97. Underwood, P. (2009). Supporting the information needs of entrepreneurs in South Africa. *Library Review*, 58(8)m, 569–580.
98. Vasilchenko, E., & Morrish, S. (2011). The role of Entrepreneurial Networks in the Exploration and Exploitation of Internationalization Opportunities by Information and Communication Technology Firms. *Journal of International Marketing*, 19(4), 88–105.
99. Vollgraaf, R., & Mbatha, A. (2013, 29. oktober). South Africa's Jobless Rate Drops to 24.7% in Third Quarter. *Bloomberg Businessweek*. Najdeno 20. januarja 2014 na naslovu <http://www.businessweek.com/news/2013-10-29/south-africa-s-jobless-rate-drops-to-24-dot-7-percent-in-third-quarter>
100. Zopedol (2014). Basic conditions of Employment Forms. Najdeno 20. oktobra 2014 na spletnem naslovu <http://www.labour.gov.za/DOL/documents/forms/basic-conditions-of-employment/basic-conditions-of-employment-forms-and-sample-documents>
101. Welch, L.S., Benito, G.R.G., & Petersen, B. (2007). *Foreign Operation Methods: theory, analysis, strategy*. Northampton: Edward Elgar Publishing.
102. Wen, G.Q., Pinsonneault, A., & Oh, W. (2011). Influence of Industry Characteristics on Information Technology Outsourcing. *Journal of Management Information Systems*, 27(4), 99–127.
103. Wild, J.J., Wild, K.L., & Han, J.C.Y. (2006). *International Business: the challenges of globalization*. New York: Pearson/Prentice Hall.
104. *Work and Illness*. Najdeno 25. aprila 2014 na spletnem naslovu <http://www.mywage.co.za/main/decent-work/work-and-illness>
105. *Working in SA: work permits*. Najdeno 13. septembra 2014 na spletnem naslovu http://www.southafrica.info/travel/documents/workpermits.htm#.VBPr-JR_tws#ixzz3DB37V9eu
106. World Economic Forum. (2013). The Global competitiveness report 2013–2014. Najdeno 26. maja 2014 na spletnem naslovu http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2013-14.pdf
107. Yadong, L. (2002). *Multinational Enterprises in Emerging Markets*. Copenhagen: Copenhagen Business School Press.
108. *2012 Investment climate statement – South Africa*. Najdeno 20. februarja 2014 na spletnem naslovu <http://www.state.gov/e/eb/rls/othr/ics/2012/191236.htm>

PRILOGE

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Vodilni holdingi v IKT panogi na trgu JAR.....	14
Priloga 2: Vodilna podjetja v IT segmentu na trgu JAR	2
Priloga 3: Vodilna podjetja v sektorju telekomunikacij na trgu JAR	4
Priloga 4: Vodilna podjetja v sektorju elektronike na trgu JAR	7

Priloga 1: Vodilni holdingi v IKT panogi na trgu JAR

Tabela 1: Vodilni holdingi podjetij IKT, njihove spletne strani in poslovne enote po provincah

Ime podjetja	Spletna stran	Poslovne enote po provincah
Dimension Data (Pty) Ltd	www.dimensiondata.com/en-ZA	Gauteng – Johannesburg, Pretoria, Midrand Eastern Cape – East London, Port Elizabeth Free State – Bloemfontein KwaZulu-Natal – Durban Westrn Cape – Cape Town
Datatec Limited	www.datatec.co.za	Gauteng – Johannesburg
Business Connexion (Pty) Ltd	www.bcx.co.za	Eastern Cape – East London, Port Elizabeth Free State – Bloemfontein Gauteng – Midrand, Pretoria, Sandton, Centurion, Johannesburg KwaZulu-Natal – Durban, Pietermaritzburg Limpopo – Polokwane Mpumalanga – Nelspruit Westrn Cape – Cape Town
EOH Holdings Limited	www.eoh.co.za	Gauteng – Johannesburg KwaZulu-Natal – Durban, Richards Bay Eastern Cape – Port Elizabeth Western Cape – Cape Town
T-Systems SA (Pty) Ltd	www.t-systems.co.za	Gauteng – Midrand Western Cape – Bellville
Bytes Technology Group South Africa (Pty) Ltd	www.bytes.co.za	Gauteng – Johannesburg Gauteng – Midrand
Gijima Group Limited	www.gijima.com	Gauteng – Samrand Eastern Cape – Port Elizabeth, East London, Middelburg Free State – Bloemfontein Western Cape – Cape Town, George KwaZulu-Natal – Durban, Richards Bay, Newcastle Gauteng – Pretoria, Midrand, Vanderbijlpark, Benoni

Vir: Top 500 South Africa's best managed companies 2013, 2014, str. 6.

Priloga 2: Vodilna podjetja v IT segmentu na trgu JAR

Tabela 2: Vodilna podjetja na trgu outsourcinga poslovnih procesov, njihove spletne strani in poslovne enote po provincah

Ime podjetja	Spletna stran	Poslovne enote po provincah
Innovation Group (Pty) Ltd	www.innovation-group.com	Gauteng – Johannesburg Western Cape – Bellville
Direct Chanel Holdings (Pty) Ltd	www.directchannel.co.za	Gauteng – Johannesburg
Aegis Outsourcing South Africa (Pty) Ltd	www.aegisglobal.com/za/en	KwaZulu-Natal – Durban
Global Telesales (Pty) Ltd	www.aegisglobal.com/za/en	Westrn Cape – Cape Town
DigiCall Solutions (Pty) Ltd	www.digicall.co.za	Gauteng – Johannesburg Westrn Cape – Cape Town

Vir: Top 500 South Africa's best managed companies 2013, 2014, str. 3.

Tabela 3: Vodilna podjetja na trgu poslovnih programskih rešitev, njihove spletne strani in poslovne enote po provincah

Ime podjetja	Spletna stran	Poslovne enote po provincah
Software AG	www.softwareag.com/za	Gauteng – Bryanston
Microsoft SA (Pty) Ltd	www.microsoft.com/en-za	Gauteng – Johannesburg Western Cape – Cape Town
ENRA Technologies CC	www.enra.co.za	Western Cape – Cape Town
SAP South Africa (Pty) Ltd	www.sap.com/africa/index.html	Gauteng – Johannesburg Western Cape – Cape Town KwaZulu-Natal – Durban
SAS institute (Pty) Ltd	www.sas.com/offices/africa/southafrica	Gauteng – Johannesburg Western Cape – Cape Town
Sage South Africa (Pty) Ltd	www.sagesouthafrica.co.za	Gauteng – Sandton, Johannesburg Western Cape – Cape Town KwaZulu-Natal – Durban

Vir: Top 500 South Africa's best managed companies 2013, 2014, str. 3.

Tabela 4: Vodilna podjetja na trgu računalniške strojne opreme in njihove poslovne enote po provincah

Ime podjetja	Spletna stran	Poslovne enote po provincah
IBM South Africa (Pty) Ltd	www.ibm.com/za/en/	Gauteng – Sandton
Dell Computer (Pty) Ltd	www.dell.co.za/	KwaZulu-Natal – Durban Gauteng – Pretoria, Johannesburg
Hewlett – Packard SA (Pty) Ltd	www8.hp.com/za/en/home.html	Gauteng – Johannesburg Western Cape – Cape Town
Acer Africa (Pty) Ltd	www.acer.co.za	Gauteng – Sandton

Vir: Top 500 South Africa's best managed companies 2013, 2014, str. 4.

Priloga 3: Vodilna podjetja v sektorju telekomunikacij na trgu JAR

Tabela 5: Vodilna podjetja na trgu izvajalcev gradnje infrastrukture za oddajanje signala in njihove poslovne enote po provincah

Ime podjetja	Spletna stran	Poslovne enote po provincah
Multichoice South Africa (Pty) Ltd	www.multichoice.co.za	Gauteng – Randburg
South African Broadcasting corporation Limited	www.sabc.co.za	Gauteng – Johannesburg
Primedia Limited	www.primedia.co.za	Gauteng – Sandton
African Media Entertainment Limited	www.ame.co.za	Gauteng – Johannesburg
eTV (Pty) Ltd	www.etv.co.za	Gauteng – Johannesburg

Top 500 South Africa's best managed companies 2013, 2014, str. 3.

Tabela 6: Vodilna podjetja na trgu ponudnikov internetnih storitev, njihove spletne strani in poslovne enote po provincah

Ime podjetja	Spletna stran	Poslovne enote po provincah
Internet Solutions a Division of Dimension Data	www.is.co.za/	Gauteng – Johannesburg, Bryanston Eastern Cape – Port Elizabeth, East London Free State – Bloemfontein KwaZulu Natal – Durban Western Cape – Cape Town
MTN Business Solutions (Pty) Ltd	www.mtn.co.za	Gauteng – Johannesburg
Mweb Connect (Pty) Ltd	www.mweb.co.za	Gauteng – Johannesburg, Midrand
Vox DataPro	www.voxtelecom.co.za	Gauteng – Johannesburg Eastern Cape – Port Elizabeth Kwa Zulu Natal – Durban Western Cape – Cape Town
iBurst (Pty) Ltd	iburst.co.za	Gauteng – Pretoria, Bryanston, Centurion

Vir: Top 500 South Africa's best managed companies 2013, 2014, str. 7.

Tabela 7: Vodilna podjetja na trgu ponudnikov telekomunikacijskega omrežja in fiksne telefonije, njihove spletne strani in druge poslovne enote po provincah

Ime podjetja	Spletna stran	Poslovne enote po provincah
Telkom SA Ltd	www.telkom.co.za/	Lokacije trgovin so razporejene po vsej državi
Neotel (Pty) Ltd	www.neotel.co.za/	Gauteng – Johannesburg Kwa Zulu Natal – Durban Western Cape – Cape Town

Vir: Top 500 South Africa's best managed companies 2013, 2014, str. 9.

Tabela 8: Vodilna podjetja na trgu ponudnikov telekomunikacijskega omrežja za brezžične povezave, njihove spletne strani in druge poslovne enote po provincah

Ime podjetja	Spletna stran	Poslovne enote po provincah
Vodacom Group Limited	vodacom.co.za	Eastern Cape – Bhisho, East London, Mthatha, Port Elizabeth, Queenstown Free State – Bloemfontein, Welkom Gauteng – Johannesburg, Pretoria KwaZulu Natal – Durban, Pietermaritzburg Limpopo – Polokwane Mpumalanga – Nelspruit, Secunda Northern Cape – Kimberly Western Cape – Cape Town, George
MTN Group Limited	www.mtn.co.za	Gauteng – Johannesburg
Cell C (Pty) Ltd	www.cellc.co.za	Gauteng – Pretoria

Vir: Top 500 South Africa's best managed companies 2013, 2014, str. 9.

Tabela 9: Vodilna podjetja na trgu ponudnikov telekomunikacijske opreme, njihove spletne strani in druge poslovne enote po provincah

Ime podjetja	Spletna stran	Poslovne enote po provincah
Ericsson South Africa (Pty) Ltd	www.ericsson.com/za	Gauteng – Johannesburg
Altech Alcom Matomo (Pty) Ltd	www.alcommatomo.co.za	Gauteng – Johannesburg, KwaZulu Natal – Durban Western Cape – Cape Town
Alcatel-Lucent South Africa (Pty) Ltd	www3.alcatel-lucent.com	Gauteng – Centurion Western Cape – Cape Town
Tellumat (Pty) Ltd	www.tellumat.com	Western Cape – Cape Town Gauteng – Pretoria

Vir: Top 500 South Africa's best managed companies 2013, 2014, str. 9.

Tabela 10: Vodilna podjetja na trgu ponudnikov telekomunikacijskih rešitev, njihove spletne strani in druge poslovne enote po provincah

Ime podjetja	Spletna stran	Poslovne enote po provincah
Westcon SA (Pty) Ltd	za.westcongroup.com/	Gauteng – Johannesburg Western Cape – Cape Town KwaZulu Natal – Durban
TeleMasters Holdings Limited	www.telemasters.co.za	Western Cape – Cape Town KwaZulu Natal – Durban
Huge Telecom (Pty) Ltd	www.hugetelecom.co.za/	Gauteng – Johannesburg Western Cape – Cape Town KwaZulu Natal – Durban Eastern Cape – Port Elizabeth
Vox Telecommunications (Pty) Ltd	www.voxtelecom.co.za	Gauteng – Johannesburg Western Cape – Cape Town KwaZulu Natal – Durban Eastern Cape – Port Elizabeth
Tellumat (Pty) Ltd	www.tellumat.com	Western Cape – Cape Town Gauteng – Pretoria

Vir: Top 500 South Africa's best managed companies 2013, 2014, str. 9.

Priloga 4: Vodilna podjetja v sektorju elektronike na trgu JAR

Tabela 11: Vodilna podjetja na trgu ponudnikov uporabniške elektronike, njihove spletne strani in druge poslovne enote po provincah

Ime podjetja	Spletna stran	Poslovne enote po provincah
LG Electronics SA (Pty) Ltd	www.lg.com/za	Gauteng – Johannesburg
Samsung Electronics SA	www.samsung.com/za	Gauteng – Johannesburg
Hisense SA sales Holdings SA (Pty) Ltd	www.hisense.co.za	Gauteng – Midrand, Johannesburg Western Cape – Cape Town, Century City
Philips South Africa (Pty) Ltd	www.philips.co.za	Gauteng – Johannesburg

Vir: Top 500 South Africa's best managed companies 2013, 2014, str. 3.

Tabela 12: Vodilna podjetja na trgu ponudnikov elektronskih izdelkov, njihove spletne strani in druge poslovne enote po provincah

Ime podjetja	Spletna stran	Poslovne enote po provincah
Reunert Limited	www.reunert.co.za	Gauteng – Vereeniging, Brits, Elandsfontein, Alberton, Woodmead, Midrand, Sandton, Halfway House KwaZulu – Natal – New Germany Western Cape – Stellenbosch
Allied Technologies Limited	www.altech.co.za	Gauteng – Sandton, Woodmead, Midrand
Siemens (Pty) Ltd	www.siemens.co.za	Gauteng – Midrand, Randburg Western Cape – Cape Town KwaZulu Natal – Pinetown Eastern Cape – Port Elizabeth
Saab Grintek Technologies (Pty) Ltd	www.saabgrintek.com	Gauteng – Centurion
Vektronix (Pty) Ltd	www.vektronix.com	Eastern Cape – East London

Vir: Top 500 South Africa's best managed companies 2013, 2014, str. 4.

Tabela 13: Vodilna podjetja na trgu elektronske opreme, njihove spletne strani in poslovne enote po provincah

Ime podjetja	Spletna stran	Poslovne enote po provincah
Power Technologies (Pty) Ltd	www.powertech.co.za	Gauteng – Bryanston, Boksburg
Actom (Pty) Ltd	www.actom.co.za	Gauteng – Boksburg
Circuit Breaker industries (Pty) Ltd	www.cbi-electric.com/	Gauteng – Johannesburg, Mangaung – Bloemfontein Western Cape – Cape Town Eastern Cape – Port Elizabeth KwaZulu Natal – Durban
Low voltage	www.lvsb.co.za	Gauteng – Kempton Park
Voltex (Pty) Ltd	www.voltex.co.za	Gauteng – Johannesburg, 53 strateško razpršenih poslovnih enot
Ellies Holdings Limited	www.ellies.co.za	Gauteng – Johannesburg, Pretoria Western Cape – Cape Town Eastern Cape – Port Elizabeth, East London KwaZulu Natal – Durban Mpumalanga – Nelspruit Limpopo – Plokwane Free State – Bloemfontein Northern Cape – Upington
South ocean Holdings Limited	www.southoceanholdings.com	Gauteng – Alrode Western Cape – Wynberg
M-Tec (Pty) Ltd	www.m-tec.co.za	Gauteng – Vereeniging

Vir: Top 500 South Africa's best managed companies 2013, 2014, str. 5.

Tabela 14: Vodilna podjetja na trgu IT-komponent, njihove spletne strani in poslovne enote po provincah

Ime podjetja	Spletna stran	Poslovne enote po provincah
Pinnacle Technology Holdings Limited	www.pinnacleholdings.co.za	Gauteng – Midrand Western Cape – Cape Town Eastern Cape – East London, Port Elizabeth KwaZulu Natal – Durban Free State – Bloemfontein Mpumalanga – Nelspruit
Sahara Computers (Pty) Ltd	www.sahara.co.za/	Gauteng – Midrand KwaZulu Natal – Durban Western Cape – Cape Town Eastern Cape – Port Elizabeth
Tersus Technologies (Pty) Ltd	www.tarsus.co.za/	Gauteng – Johannesburg, Sandton Western Cape – Milnerton KwaZulu Natal – La lucia, Mayville, Riverhorse Vally Eastern Cape – Port Elizabeth Mpumalanga – Nelspruit Free state – Bloemfontein Limpopo – Polokwane
Incredible Connections	www.incredible.co.za	30 trgovin v vseh provincah
Rectron (Pty) Ltd	www.rectron.co.za	Gauteng – Johannesburg Western Cape – Cape Town KwaZulu Natal – Durban Eastern Cape – Port Elizabeth Free state – Bloemfontein
Axiz Workgroup (Pty) Ltd	www.axizworkgroup.com	Gauteng – Johannesburg Western Cape – Cape Town KwaZulu Natal – Durban Eastern Cape – Port Elizabeth

Vir: Top 500 South Africa's best managed companies 2013, 2014, str. 6.