

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO
**ELEKTRONSKO POSLOVANJE IN
GLOBALIZACIJA**

Ljubljana, december 2002

NATAŠA MAČEK

IZJAVA

Študentka Nataša Maček izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom dr. Maje Makovec Brenčič in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne _____

Podpis:

KAZALO

1. UVOD	1
2. ELEKTRONSKO POSLOVANJE	2
2.1. OPREDELITEV ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA	2
2.2. RAZVOJ ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA	3
2.2.1. <i>TRADECARD</i>	5
2.3. ELEKTRONSKA REVOLUCIJA	6
3. GLOBALIZACIJA	8
3.1. OPREDELITEV GLOBALIZACIJE	8
3.2. GEOGRAFSKA RAZPOREDITEV PRIHODKOV, KI IZVIRAJO IZ ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA	14
3.3. DIGITALNI RAZKORAK	17
3.4. TELEKOMUNIKACIJE	20
4. ELEKTRONSKO POSLOVANJE IN KONKURENČNOST PODJETJA V GLOBALNEM GOSPODARSTVU	21
4.1. UVAJANJE ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA	22
4.2. KORISTI PODJETJA NA POSAMEZNIH PODROČJIH	23
4.2.1. <i>TRŽNE POTI</i>	23
4.2.2. <i>TRŽNE KOMUNIKACIJE</i>	24
4.2.3. <i>OPERATIVNE KORISTI</i>	25
4.1. MEDORGANIZACIJSKO ELEKTRONSKO POSLOVANJE	25
4.1.1. <i>PREDNOSTI</i>	27
4.1.2. <i>VERTIKALNI IN HORIZONTALNI B2B MODEL</i>	27
4.1.2.1. <i>E - TRŽNICE</i>	28
5. SLOVENIJA IN ELEKTRONSKO POSLOVANJE V GLOBALNEM GOSPODARSTVU	28
5.1. VPLIV MAKROEKONOMSKIH RAZMER SLOVENSKEGA GOSPODARSTVA NA UVAJANJE ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA	28
5.2. TELEKOMUNIKACIJSKA INFRASTRUKTURA IN KONKURENČNOST GOSPODARSTVA V SLOVENIJI	30
5.3. DIGITALNI RAZKORAK	32
5.4. PRIPRAVLJENOST NA ELEKTRONSKO POSLOVANJE V SLOVENSКИH PODJETJIH	35
5.5. NADALJNI RAZVOJ ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA V SLOVENIJI	37
6. SKLEP	38
7. LITERATURA	40
8. VIRI	41

1. UVOD

Vse hitrejši razvoj interneta in tehnologij elektronskega poslovanja sta nas popeljala v dobo nove ekonomije. Elektronsko poslovanje prek interneta pospešuje povezovanje med geografsko oddaljenimi organizacijami in s tem omogoča globalizacijo – poslovanje po celem svetu in internacionalizacijo – poslovanje prek meja posameznih držav.

Značilnosti nove ekonomije lahko vidimo na vseh korakih v našem življenju, med drugim tudi v vse širši globalizaciji poslovanja, v odpiranju in povezovanju trgov, kjer na eni strani vlada želja po sodelovanju vseh udeležencev v procesu poslovanja, na drugi strani pa velika konkurenčnost. Za podjetja se s tem odpirajo nove priložnosti in obenem tudi težave, ki jih bodo morale premostiti, da se bodo lahko uspešno vključevale v nove načine poslovanja.

Ker je Slovenija v procesu priključevanja v Evropsko unijo, so ti dejavniki zelo pomembni tudi za slovenska podjetja, saj so vse bolj vpeta v mednarodno poslovanje in s tem pod pritiskom zagotavljanja konkurenčnosti na globalnem trgu. Elektronsko poslovanje pomeni tudi enega izmed načinov za povečevanje gospodarske in družbene učinkovitosti, zato je za Slovenijo, kot bodočo članico EU, izrednega pomena, da se bo znala vključiti v te procese. S tem bo Slovenija ne samo izpolnila kopenhagenske kriterije za učinkovito in stabilno gospodarstvo, temveč si bo zagotovila ustrezno konkurenčnost, gospodarski razvoj in blaginjo (Kranjec, 2000, str. 158). Eden od primarnih ciljev razvoja in političnih projektov Evropske unije je tudi transformacija iz industrijske v informacijsko družbo. Zato je pomembno, da se Slovenija vključuje v te tokove in sodeluje pri njenih projektih. Brez informatizacije podjetij ne bo povezovanja in skupnega delovanja (tuja vlaganja) s tujimi podjetji. Le ta že sedaj napovedujejo, da ne bodo pripravljena vlagati v podjetja, ki se ne pripravljajo na elektronsko poslovanje (Starc, 1999, str. 1).

Spremembe, ki jih je prinesla elektronska revolucija, ki je v svoji razsežnosti primerljiva z industrijsko revolucijo, se dogajajo na vseh področjih in nivojih: v mednarodnem okolju, na tehnološkem področju, pri urejanju mednarodnih ekonomskih odnosov, tehnologij in konkurenčnih prednosti, strategijah podjetij in držav ter življenjih posameznikov.

Namen mojega diplomskega dela je predstaviti spremembe, ki nastajajo v mednarodnem poslovnem okolju, katerega del je tudi Slovenija, in ugotoviti ali se Slovenija in slovenska podjetja uspešno prilagajajo novo nastalim razmeram poslovanja. Pri tem predpostavljam, da je vloga elektronskega poslovanja in s tem razvoja informacijske družbe izredno pomembna pri ohranjanju konkurenčnosti podjetij in nacionalnih gospodarstev v pogojih globalne ekonomije.

Prvi del diplomskega dela je namenjen opredelitvi elektronskega poslovanja in globalizacije. V prvem poglavju je opredeljen sam pojem elektronskega poslovanja, kako se je le-to

razvijalo ter kakšne so spremembe, ki jih prinaša v globalno okolje. V poglavju o globalizaciji obravnavam mednarodno gospodarsko okolje in aktualne spremembe, ki jih pojav globalizacije in elektronskega poslovanja v to okolje vnašata. V nadaljevanju je moj namen predstaviti kako elektronsko poslovanje podpira in omogoča globalno poslovanje podjetij. V zadnjem delu bom poskušala opredeliti stanje v slovenskem gospodarstvu: kako se na tem področju prilagajamo smernicam Evropske unije, kakšne so spodbude s strani države, kakšen je odziv v podjetniškem sektorju ter kako bo to vplivalo na konkurenčnost gospodarstva.

2. ELEKTRONSKO POSLOVANJE

2.1. OPREDELITEV ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA

Pojem elektronsko poslovanje v bistvu nima širše sprejete definicije in za njegovo opredelitev se je razvilo nešteto definicij. Nekatere definicije ga opredeljujejo širše: Obsega vse oblike elektronskih interakcij in vse poslovne aktivnosti, ki se odvijajo elektronsko, vključno s tehnologijo (Electronic Research Centre, 2002). Ameriška vladna agencija je definicijo še razširila in vključila še končne porabnike in poudarila, da je elektronsko poslovanje kakršnakoli komercialna aktivnost, ki uporablja elektronsko tehnologijo. Porabniki sodelujejo v elektronskem poslovanju z elektronskim nakupovanjem (Victory, 2001, str. 1). Ena od definicij pravi, da pomeni elektronsko poslovanje pošiljanje in sprejemanje poslovnih informacij po omrežjih z računalniško izmenjavo podatkov EDI (slovensko RIP) in ostalih tehnologij, ki označujejo standardizirane oblike izmenjave poslovnih informacij.

Opredelitev, ki jo je uporabil konzorcij EITO (European Information Technology Observatory) v anketi o elektronskem poslovanju v evropskih državah in se uporablja pri anketiranju podjetij, se glasi: Elektronsko poslovanje je komercialna aktivnost, ki se izvaja prek elektronskih omrežij, pogosto prek interneta, in je povezana s poslovno storitvijo, prodajo ali nakupom (EITO, 1999, str. 4).

Med mnogimi definicijami, ki so v uporabi, se pojavi problem primerljivosti, saj ni enotnih meril, kaj vključiti v sam pojem elektronskega poslovanja. Sam pojem (angl. electronic commerce) se v angleščini še bolj kot v slovenščini implicira zoženo (napačno). Razume se ga kot elektronska prodaja, kar oznaka elektronsko poslovanje vsekakor presega. V angleščini je zato vedno pogostejša uporaba pojma electronic business, ki širše opredeljuje elektronsko poslovanje in electronic commerce za opredelitev elektronske prodaje. Definicija, ki natančno umešča elektronsko prodajo v okvir elektronskega poslovanja, je naslednja: Elektronsko poslovanje je uporaba komunikacijskih in informacijskih orodij med poslovnimi partnerji z namenom doseganja poslovnih ciljev in vključuje dostop in izmenjavo poslovnih informacij, elektronsko nakupovanje in prodajo ter virtualna podjetja (Vehovar, 1999).

V Beli knjigi o elektronskem poslovanju v majhnih in srednjih podjetjih naletimo na eno najožjih opredelitev: Elektronsko poslovanje je poslovni odnos, kjer partnerja uporabljata računalnike in omrežja, pri izvedbi prodaje ali nakupa (Bela knjiga, 1997, II del, str. 3)., pa tudi na eno najširših: Elektronsko poslovanje je proces poslovnih aktivnosti, kjer se uporabljajo elektronske tehnologije, metodologije in postopki (Bela knjiga, II. del, str. 37).

Elektronsko poslovanje omogoča mnogo tehnologij in procesov, ki so ključni za elektronsko poslovanje. To so: RIP (računalniška izmenjava podatkov), EFT (Electronic Funds Transfer - elektronski finančni transferji), internet, elektronska pošta, varnost, elektronski management dokumentov, procesiranje delovnega toka (angl. workflow procesing), črtne kode, pametne kartice, omrežja.

Po mnenju Evropske komisije je težko opredeliti dogajanje, ki je v tako kratkem času povzročilo toliko sprememb v načinu poslovanja, zato podaja bolj poenostavljeno definicijo elektronskega poslovanja. Le-ta pravi, da je elektronsko poslovanje katerakoli oblika poslovne transakcije, v kateri stranke delujejo elektronsko, namesto da bi si pošiljale sporočila v fizični obliki ali bile v neposrednem stiku (Toplišek, 1998, str. 4).

Enostavno lahko rečemo, da elektronsko poslovanje pomeni »poslovati elektronsko«. Glede na interakcije partnerjev, ki sodelujejo v tržnih transakcijah elektronskega poslovanja, jih lahko uvrstimo v štiri kategorije:

1. podjetje – podjetje, ki se nanaša na transakcije med podjetji,
2. podjetje – porabnik, ki se kaže v tržnih transakcijah preko interneta,
3. podjetje – javna uprava, ki je predstavljeno s finančnimi in ostalimi transakcijami med podjetji in javno upravo (tudi poslovanje med institucijami in javno upravo),
4. javna uprava – državljani, ki vključuje transakcije med državo in državljani s pomočjo elektronskih sredstev.

2.2. RAZVOJ ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA

Začetki razvoja elektronskega poslovanja segajo v pozna šestdeseta leta, ko so nastajali standardi za računalniško izmenjavo podatkov (RIP) ter računalniška omrežja in internet z združevanjem informacijske in telekomunikacijske tehnologije. V drugi polovici šestdesetih let, ko je ameriško obrambno ministrstvo spoznalo pomembnost in hkrati nezanesljivost tedanjih omrežij, se je pričel razvoj elektronskega poslovanja in z njim tudi interneta. Z vojaškimi sredstvi so tako na univerzah zgradili ARPA-net. Le nekaj delov tega omrežja je bilo strogo zaupnih, ostala večina pa je bila dokaj odprta, s čimer so dosegli, da je bilo omrežje precej stabilno, odporno, dostopno in uporabno (Cohan, 2002, str. 7). Internet je medij, sestavljen iz mnogih med seboj povezanih omrežij, ki se še vedno razvija.

Računalniško izmenjavanje podatkov (RIP) kot način elektronskega poslovanja se je začel uveljavljati že pred dvajsetimi leti. Vendar je bila uvedba RIP-a dolga leta počasna zaradi njegove neprilagodljivosti v tehnologiji in visokih stroških povezovanja preko omrežij z dodano vrednostjo (VAN: Value-Added Network). Dostop je bil tako omogočen le večjim podjetjem. Posledično se je medorganizacijsko elektronsko poslovanje uveljavljalo počasi. Takrat je šlo predvsem za pošiljanje in sprejemanje naročil, računov in ostale dokumentacije. Primeri poslovanja med podjetji v tistem času so med drugim tudi: SWIFT (1977), omrežje bančnih ustanov za elektronski prenos denarja, in omrežje letalskih prevoznikov (IATA) za elektronsko rezervacijo in prodajo kart.

V nasprotju s klasičnimi zaprtimi omrežji za elektronsko poslovanje, kot je SWIFT, nastaja v zadnjih 10 letih z uporabo tehnologij interneta popolnoma nov svet poslovanja. Preobrat v elektronskem poslovanju, ki je omogočil njegovo uporabo širši javnosti in ne le ozkemu krogu uporabnikov, se je zgodil v začetku devetdesetih, povzročili pa so ga trije elementi: internet se je odprl za javnost, vzpostavitev hiperpovezljivega svetovnega spleta CERN, Ženeva ter izdelava prvega grafičnega spletnega brskalnika Mosaic.

V preteklosti je elektronska izmenjava podatkov po zasebnih omrežjih zahtevala velike finančne naložbe in je bila zato za mnoga mala in srednje velika podjetja praktično nedosegljiva. S prihodom interneta pa sta RIP in elektronsko poslovanje postala dostopna tudi najmanjšim podjetjem, kar je povzročilo pravi razcvet in eksponentno rast elektronskega poslovanja. Podjetja vseh velikosti lahko sedaj med seboj komunicirajo elektronsko in sicer preko javnega omrežja (internet), preko omrežij namenjenih samo podjetjem (intranet) oz. omrežij namenjenim podjetjem in njihovim poslovnim partnerjem (ekstranet) ter preko privatnih omrežij (Radoš, 1999, str. 35).

TABELA 1: Razlika med tradicionalnim elektronskim poslovanjem in elektronskim poslovanjem na internetu

Tradicionalno elektronsko poslovanje	Elektronsko poslovanje na internetu
<ul style="list-style-type: none"> • Podjetje – podjetje • Podjetje – državna uprava 	<ul style="list-style-type: none"> • Podjetje – podjetje • Podjetje – državna uprava • Porabnik – podjetje • Porabnik – državna uprava
Zaprta „klubi“, največkrat panožno specifični	Neomejen trg, globalen obseg
Omejeno število partnerjev	Neomejeno število partnerjev
Zaprta zasebna omrežja	Odprta omrežja
Poznani in preverjeni partnerji	Poznani in nepoznani partnerji

Vir: Radoš, 1999, str. 36.

Iz zgornje tabele je razvidno, da imamo opravka z dvema različnima modeloma e-poslovanja. Na eni strani je tradicionalni model, ki je visoko strukturiran in reguliran, na drugi strani pa internetni model. V zadnjem času se je razlika med obema modeloma malce zameglila z uporabo RIP-Web gateways, ki zagotavljajo povezavo med tradicionalnimi RIP uporabniki ter njihovimi poslovnimi partnerji, ki imajo samo internet dostop. Uporabniki interneta lahko tako brez velikih finančnih investicij izkoriščajo vse prednosti RIP-a. Uporaba standarda XML/RIP, ki je naslednja generacija RIP-a, bo v prihodnosti še bolj zameglila razliko med obema načinoma elektronskega poslovanja.

Tudi SWIFT je v letu 2001 napovedal razvoj dveh novih storitev na področju plačilnega prometa med podjetji. TrustAct zagotavlja identiteto podjetij pri poslovanju prek interneta ter e-paymentsPlus, ki podjetjem omogoča plačila prek omrežja in zagotavlja varnost. V letu 2001 pa je že pričel delovati SWIFTNet, ki omogoča on-line sodelovanje med globalnimi finančnimi institucijami. Prvi implementaciji sta bili izvedeni na domačih finančnih trgih, in sicer v Nemčiji (the Bundesbank's RTGSPlus system) ter Angliji (the Bank of England's Enquiry Link).

2.2.1. TRADECARD

Drug primer sodobne storitve, ki poteka prek interneta je projekt Svetovne trgovinske organizacije (WTO - World Trade Organisation) in se imenuje TradeCard. TradeCard omogoča procesiranje plačilnih transakcij za podjetja na domačih trgih ali preko meja.

Analitiki ocenjujejo da znaša trenutna vrednost poslovanja preko omrežij z uporabo RIP več kot 150 milijard USD. Ta številka naj bi se v naslednjih treh letih podvojila. Forrester Research, podjetje, ki se ukvarja z raziskovanjem e-poslovanja pa predvideva, da bo obseg celotnega elektronskega poslovanja med podjetji znašal 1.300 milijard dolarjev (Temkin, 2002). Največja ovira pri uresničitvi te projekcije je pomanjkanje plačilnih mehanizmov, ki bi omogočali mednarodne transakcije velikih zneskov. Na področju elektronskega poslovanja med podjetji in porabniki so kreditne kartice omogočile velik napredek, medtem ko na področju medorganizacijskega poslovanja ni bilo primerljivega sredstva. Na področju mednarodnega poslovanja se procesi niso razvijali tako hitro in so do nedavnega ostajali na nivoju ročnega dela s papirji. TradeCard je patentirana rešitev za podjetja, ki želijo pri mednarodnem trgovanju opravljati finančne transakcije na internetu. TradeCard podjetjem omogoča enostavno, hitro in varno procesiranje finančnih transakcij prek interneta. Ko se poslovna partnerja odločita za transakcijo, jima sistem TradeCard omogoča on-line pogajanje o pogodbenih pogojih in določilih. Ko pride do dogovora med strankama v elektronski obliki, prodajalec formalno odobri pogoje nakupne pogodbe. Vsak nakupni nalog je nato opremljen s plačilno garancijo Coface in njihov @rating zagotavlja avtomatično plačilo ob prejemu blaga. Vsak nakupni nalog je nato elektronsko shranjen v TradeCard-ovo patentirano bazo podatkov. Nakupni nalog je hkrati tudi osnova za zagotavljanje veljavnosti in varnosti ostalih

dokumentov, ki so del izvoznega posla. Prednosti, ki jih ponuja tovrsten način opravljanja poslov so predvsem v hitrejšem in varnejšem opravljanje mednarodnih finančnih transakcij.

TradeCard trenutno podpira transakcije med naslednjimi državami: Avstralija, Avstrija, Belgija, Brazilija, Kanada, Danska, Finska, Francija, Nemčija, Hong Kong, Irska, Italija, Japonska, Nizozemska, Norveška, Portugalska, Singapur, Južna Koreja, Španija, Švedska, Švica, Tajvan, Velika Britanija ter ZDA. Povprečna mesečna dosegljivost sistema pa je kar 99,98 odstotkov.

V zadnjem času je vse več predvsem poslovanja med posamezniki ter med posamezniki in podjetji. Pomemben razlog za hitri razvoj trga na internetu je doprinesla tudi tehnološka revolucija: stroški informacijske opreme stalno padajo, informacijska tehnologija je enostavna za uvajanje in uporabo ter nudi podporo odprtim standardom. Poleg tega pa internetna tehnologija omogoča nezapleteno povezovanje informacijske tehnologije za elektronsko poslovanje z obstoječim informacijskim okoljem v organizaciji in lahko ohranja obstoječe uporabniške vmesnike.

Predvideva se, da bo večji del elektronskega poslovanja v prihodnosti odpadel na medorganizacijske trge (B2B: business-to-business) (Kranjec, 2000, str. 159). Organizacije se bodo s svojimi poslovnimi partnerji, tako kupci kot dobavitelji, prek omrežja povezovale z namenom posredovanja sporočil, kot so na primer naročila, računi in dobavnice, ter z namenom skupinskega dela, informiranja idr.

Elektronsko poslovanje omogoča uresničevanje poslovne vizije napredne informacijske tehnologije tako, da izboljšuje učinkovitost in kakovost v celotnem procesu trgovanja.

2.3. ELEKTRONSKA REVOLUCIJA

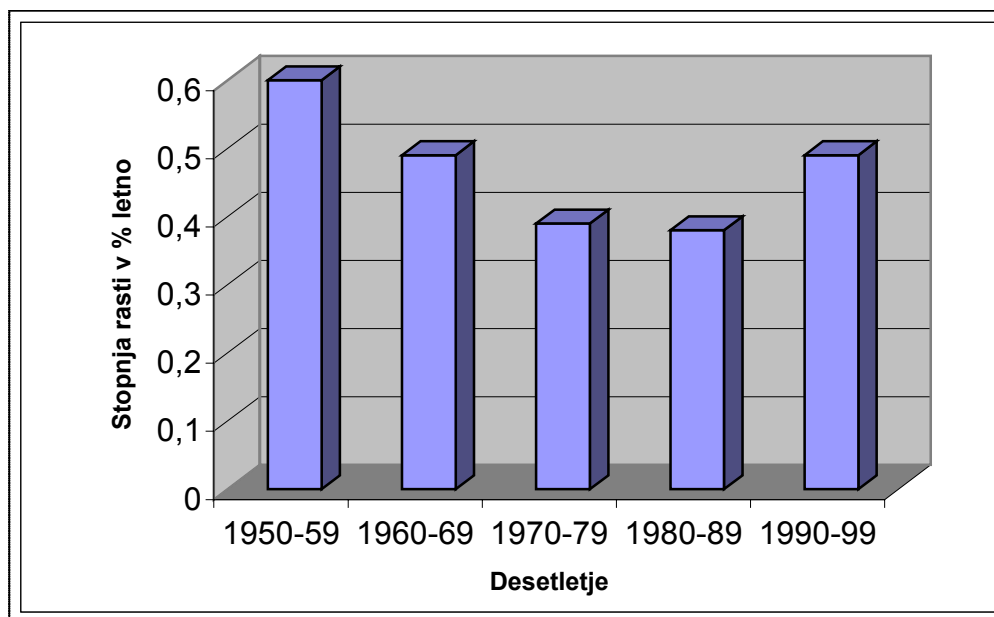
Korenite spremembe v svetovnem gospodarstvu in družbi, ki smo jim priča zadnja leta, je mogoče primerjati s spremembami v času industrijske revolucije. Razlika je v vzrokih in hitrosti sprememb. Po industrijski revoluciji, ki se je začela v osemnajstem stoletju, predstavlja internet naslednjo največjo prelomnico v svetu poslovanja. Napredek v razvoju informacijske tehnologije in komunikacij s povečevanjem znanja je skupaj z uveljavljanjem kriterijev globalnega trga eden izmed najpomembnejših dejavnikov, ki oblikujejo sodobno družbo. Vse bolj uveljavljeno ime za novo nastajajočo družbeno obliko je informacijska družba.

Prehod v informacijsko družbo postaja globalen fenomen, ki se je začel v najbolj razvitih državah in se širi tudi v države na prehodu. Informacije in telekomunikacije postajajo temeljni viri proizvodne in storitvene dejavnosti, ki vse bolj temeljita na znanju. Uveljavljanje in zblíževanje digitalnih informacijskih, telekomunikacijskih in avdiovizualnih tehnik ter

globalizacija življenja spodbujata prehod iz industrijske v informacijsko družbo. Komunikacijski sistemi so skupaj s sodobnimi informacijskimi tehnologijami ključni za informacijsko družbo. Omejitve časa in razdalje so odstranila omrežja (telefonska, satelitska, kabelska), ki prenašajo podatke, storitve (na primer elektronsko pošto, interaktivni video) in uporabniški programi za posebne namene skupinskega dela (na primer učenje na daljavo, delo na daljavo).

Ekonomska zgodovina uči, da je za obdobja, ko se struktura gospodarstva in način proizvodnje bistveno spremenita, značilen sočasni padec rasti produktivnosti ter povečana rast neenakosti dohodka. Značilna primera, ki sta povzročila velike spremembe v proizvodnji sta izum parnega stroja in izum prenosa električne energije na daljavo. Podjetja, panoge in cela narodna gospodarstva so se morala prilagoditi novemu načinu proizvodnje, ki je povzročilo omenjene ekonomske procese (Mrkaić, 2000, str. 602).

SLIKA 1: Rast produktivnosti dela v novi ekonomiji



Vir: Mrkaić, 2000, str. 602.

Negativni vplivi so se tako pokazali tudi pri prvih uvajanjih informacijske tehnologije v poslovne procese. V sedemdesetih letih je nov način poslovanja povzročil padec rasti produktivnosti in naglo povečal neenakost med dohodki, kar je negativno vplivalo na gospodarsko rast (Mrkaić, 2000, str. 600).

Prehod v informacijsko družbo v osnovi ni tehnološki, ampak izrazito razvojni problem z izredno močno ekonomsko, kulturno in socialno dimenzijo. Sloni predvsem na tržnih silah in državno usmerjanje in intervencije so potrebne predvsem pri vzpostavljanju infrastrukturnih pogojev, kot so ustrezna in temu naklonjena zakonodaja, izobraževanje, spodbujanje

znanstveno-tehnološkega razvoja, standardizacija in telekomunikacijska infrastruktura. Seveda pa mora država sama prevzeti naloge za racionalno informatizacijo svojih storitev zlasti v mednarodnih odnosih ter pri tem upoštevati vse svoje subjekte - pravne osebe, posameznike in gospodinjstva (državljanke) (Modra knjiga, 2000, str. 7).

Količina podatkov, ki so shranjeni v digitalni obliki in pripravljene za nadaljnjo elektronsko obdelavo, neprestano narašča. Hkrati narašča potreba po medijih, ki omogočajo hiter, enostaven in poceni prenos podatkov. Sodobna komunikacijska infrastruktura lahko sledi tem zahtevam in ustvarja nove možnosti. Vse večja količina prenesenih podatkov prek obstoječe informacijske infrastrukture obenem omogoča dodatno zniževanje cene prenesenih sporočil.

Z nižanjem cen in z večjo ponudbo pa se širi krog potencialnih uporabnikov. Ne glede na uporabljene tehnološke rešitve se, zaradi informacijske infrastrukture z omogočanjem hitrejšega prenosa podatkov in dolgoročnim zniževanjem cene prenesenih sporočil in informacij, razvija informacijska družba še bolj pospešeno. Seveda pa bodo v določenem okolju investicije v to področje zanimive le v primeru, da obstaja vsaj vizija razvoja zanimivih in ekonomsko utemeljenih informatiziranih storitev (Modra knjiga, 2000, str. 15).

3. GLOBALIZACIJA

3.1. OPREDELITEV GLOBALIZACIJE

Pojem globalizacije je bil po podatkih OECD (Malhotra, 2000, str. 1) prvič omenjen leta 1985, ko je avtor Theodore Levitt z njim označil sodobne spremembe, ki so se zgodile v takratnih zadnjih dveh do treh desetletjih v mednarodnem gospodarstvu. Termin je postopno začel nadomeščati prej uporabljene besede kot so soodvisnost, mednarodna integracija in internacionalizacija (Svetličič, 1996, str. 71).

Globalne trge ali globalizacijo poslovanja lahko opredelimo kot množico procesov, ki imajo vzporedno horizontalne (zemljepisne) in vertikalne (insitucionalne) dimenzije. Sodobne komunikacijske tehnologije in sodobne transportne storitve, njihove čedalje nižje cene ter odprava ovir pri trgovanju so prispevale k temu, da se je ne glede na lokalno in nacionalno politiko mobilnost ljudi, kapitala, izdelkov in storitev izjemno povečala (Jerman Blažič, 2001, str. 21).

Informacijska revolucija in liberalizacija sta sprožili proces globalizacije. Globalizacija pa ni povezana le z internetom in omrežji za dodano vrednost ter možnostmi teh medijev. Pomembni dejavniki so tudi svetovne blagovne znamke, svetovni televizijski mediji, multinacionalna podjetja (med katerimi so največje gospodarsko močnejše tudi od nekaterih

razvitih držav), liberalizacija pretoka blaga ter transportne poti, ki omogočajo hiter prevoz blaga iz enega konca sveta na drugi.

Proces, ki se je začel, je več kakor le računalniško izmenjavanje podatkov in elektronsko poslovanje. Razvoj transporta in informacijske tehnologije je ob sprostitvi tokov kapitala olajšal in pospešil globalizacijo poslovanja. Sodobna transportna sredstva so svet zmanjšala, saj nastaja nov distribucijski kanal, ki omogoča izvedbo storitev in posredovanje informacij na praktično katerikoli točki sveta. Medtem, ko je bilo v preteklosti za večino možno le poslovanje z najbližjo okolico, to danes ni več neizogibno.

Dinamična rast različnih panog in globalizacija poslovanja sta rezultata štirih glavnih gonilnih sil (Jeran Blažič, 2001, str. 27):

- deregulacije oziroma umika države iz okvira delovanja podjetij,
- liberalizacija trga telekomunikacijskih storitev,
- prisotnosti večjega mednarodnega naložbenega kapitala in
- pojava ekonomije znanja, kjer je vrednost izdelka ali storitve odvisna predvsem od vloženih informacij in znanja,
- izboljševanje komunikacijskih povezav.

Druga pomembna karakteristika poslovanja tretjega tisočletja je, da se pravila v njem hitro spreminjajo. Gre za gospodarstvo v katerem majhno, specializirano podjetje začne tekmovati z velikim iz iste panoge in je lahko zelo uspešno zato, ker spletna trgovina zabriše razlike med velikimi in majhnimi. Pogosto omenjani primer spletnega podjetja, ki je z inovativno idejo in njeno izvedbo na spletu prehitelo večje in uveljavljene tekmece je Amazon.com. Podjetje je pričelo delovati leta 1995 izključno kot internet knjigarna. Je tudi odličen primer, ki nam pokaže, da je v tem času lahko ena od najpomembnejših prednosti biti prvi. Sčasoma je podjetje razširilo prodajni asortiman z igračami, glasbo in elektroniko. Poslovanje prek interneta je omogočilo znatno znižanje cen, poleg tega pa je na internetni strani dostopnih več informacij kot v knjigarnah (kritike bralcev, itd.). Trenutna vrednost podjetja je 22 milijard USD, dvajsetkrat več kot npr. Border's knjigarne, ki imajo v lasti 260 knjigarn (McKeown, 2001, str. 149).

Le malo konceptov je tako temeljito vplivalo na globalizacijo trgov kot tehnologije interneta. Preprosteje povedano, posodabljanje notranjega poslovanja z uporabo tehnologij interneta, medsebojnim delovanjem med dobavitelji izdelkov in storitev ter plačevanje porabnikov podjetjem in podjetij dobaviteljem prek spletnih trgovin je povzročilo pravi potres v svetovnem gospodarstvu.

Globalizacija je svetovni trend, ki se kaže v različnih panogah z različno jakostjo ter različnim časovnim zamikom, pri tem pa zajema celotno gospodarstvo. Za podjetja predstavlja nov izziv, katerega velikost je odvisna predvsem od dejavnosti. Globalizacija je močno vplivala na farmacevtsko, naftno, avtomobilsko industrijo, pa tudi na investicijsko bančništvo in telekomunikacije (New Industry Models – Globalisation, 2002). Razlog je v tem, da globalno ne pomeni le vsoto nacionalnih podjetij, ki delujejo na različnih tujih trgih, temveč celotno mrežo konkurenčnih odnosov, ki jih vzdržujejo ta podjetja, z namenom doseči vodilni položaj na mednarodnem trgu.

Najpomembnejši značilnosti globalizacije sta internacionalizacija gospodarskih subjektov in povečan obseg mednarodnih naložbenih tokov. Še pred desetletjem je zagotavljanje telekomunikacijskih storitev potekalo skoraj izključno v nacionalnih okvirih. Kot glavni razlog za to lahko navedemo zakonodajne ovire, ki pa so se v procesu liberalizacije in deregulacije močno zmanjšale. Vedno bolj prihaja do izraza mednarodna narava telekomunikacij. Nacionalni operaterji so začeli z medsebojnim povezovanjem omrežij z namenom izgradnje tako imenovanih telekomunikacijskih širokopasovnih (super)avtocest.

Povezovanje omrežij v tehničnem smislu podpira Evropski inštitut za telekomunikacijske standarde (ETSI – The European Telecommunications Standards Institute). Ustanovljen je bil leta 1988 v okviru Evropske unije, vendar pa se je v kratkem obdobju svojega delovanja močno uveljavil. K uspehu te organizacije so pripomogli predvsem pritiski mednarodne trgovine, ki želi imeti isti izdelek za čimveč držav, in Evropska unija, ki ugotavlja, da skupnega trga ni mogoče ustvariti brez enotne standardizacije. To je v telekomunikacijah samo pospešilo proces, v katerem državne standardizacije izgubljajo pomen.

Združitve gospodarskih subjektov, posameznih podjetij ali na različne načine že koncentriranih podjetij so eden najvidnejših pokazateljev globalizacije. Prvo mednarodno povezovanje telekomunikacijskih operaterjev v devetdesetih letih in s tem povezana internacionalizacija poslovanja sta predstavljala velik izziv, čeprav je šlo zgolj za povezavo dveh telefonskih naročnikov v dveh različnih državah. Na začetku še ni šlo za združevanja in prevzeme, temveč za oblikovanje strateških povezav, ki lahko ponudijo globalne storitve govorne telefonije, prenosa podatkov in slike predvsem multinacionalnim podjetjem (New Industry Models – Globalisation, 2002).

Čeprav je pojem globalizacije dokaj novega datuma, se globalno gospodarstvo ni pojavilo šele v sedanjem času. Globalizacija je postala sinonim za liberalizacijo, za večjo odprtost gospodarstev. Že petdeset let pred prvo svetovno vojno so potekali veliki mednarodni pretoki blaga, kapitala in ljudi (Measuring Globalization, 1997, str. 103). Tako so že od leta 1860

dalje nizke carine in tehnološki napredek v transportu in komunikacijah kot posledica razvoja železnice in parnikov pospeševali izvoz in pomen mednarodne menjave.

Razvoj ustreznih institucij (zlati standard, konvertibilne valute) je pospeševal velike prenose kapitala, ki so dopolnjevala trgovinske tokove. Tako je širjenje svobodne trgovine in kapitala omogočalo rast v celotnem svetovnem gospodarstvu. To obdobje se je zaključilo z začetkom prve svetovne vojne, po kateri je nastopilo obdobje visoke zaščite pretoka blaga in omejitve pretoka kapitala. Ta nadzor se je ohranil tudi po drugi svetovni vojni. V tem času je bil opazen močan padec svetovne menjave.

Medtem pa so se države z visoko gospodarsko močjo sporazumele, da je za ozdravitev gospodarstva potrebno zmanjšanje blagovnih ovir. Tako lahko govorimo o splošnem sporazumu o carinah in trgovini (GATT – General Agreement on Tariffs and Trade), ki je bil sklenjen leta 1947. GATT je 1. januarja 1995 prerasel v novo organizacijo, vsebinsko širših pristojnosti, z imenom Svetovna trgovinska organizacija (WTO - World Trade Organization).

Na začetku leta 1970 so bile odpravljene tudi omejitve pretoka kapitala in vzpostavljeno prosto oblikovanje tečajev posameznih valut. ZDA in Nemčija sta bili prvi državi, ki sta odpravili nadzor nad pritokom in odtokom kapitala. Leta 1979 jim je sledila Anglija in nato leta 1980 še Japonska. Francija in Italija pa vse do leta 1990 nista opustili zadnjih prepovedi mednarodnih investicij. Lahko govorimo o novem valu globalizacije.

Vidimo, da je trend globalizacije zelo jasen. Vendar velja, da medtem ko sta proizvodni trg in trg kapitala postala bolj povezana, tega ne moremo trditi za trg dela. Na razvoj globalizacije in liberalizacije so tako predvsem vplivala pogajanja v okviru GATT, s katerimi so skoraj vse države zmanjšale ovire za mednarodno trgovino ter razvoj tehnologije. Zmanjšujejo se stroški komunikacij in stroški transporta ter razdalje v svetu. Vse to bo še naprej spodbujalo globalizacijo.

Vendar pa so opazni tudi drugi trendi. Nastopijo težave zaradi velikih in celo rastočih razvojnih razlik med državami v svetu, težave vse bolj pogoste in obenem vse bolj globalne gospodarske nestabilnosti ter rastoča nevarnost zapiranja povezanih držav v integracijske skupine. Tako velja v novejšem času omeniti spremembe, ki so močno vplivale na svetovno gospodarstvo (Svetličič, 1996, str. 27):

- padec berlinskega zidu, skupaj z razpadom Sovjetske zveze in Jugoslavije,
- združitve obeh Nemčij,
- ekonomsko in politično odpiranje bivših socialističnih držav,
- zmanjševanje stabilnosti cen deviz in nekaterih ključnih surovin (nafta),
- tehnološki razvoj in razvoj informacijske družbe,

- vse bolj se poudarja skrb za zaščito okolja,
- azijska finančna kriza in kriza ruskih dolgov.

Grozeča nestabilnost na svetovnih trgih in tudi politična nestabilnost pa lahko povzročita rast števila in krepitev ekonomskih integracijskih povezav med državami. Tako se lahko zaradi pričakovane nestabilnosti in rastočih razlik v svetovni gospodarski razvitosti zgodi, da bodo integracijske skupine težile k zapiranju pred negativnimi učinki globalnega okolja (Kumar, 1999, str. 250). Edino gotovo je v pogojih velikih tehnoloških sprememb popolna negotovost. Zato bomo v prihodnjih letih soočeni z mnogimi nepredvidljivimi spremembami. Na gospodarskem področju so različne mednarodne pobude in organizacije, zlasti GATT-a in UNCTAD-a, usmerjene k odpravljanju carinskih in drugih pregrad pri mednarodni trgovini, a tudi k zmanjševanju možnosti nastanka monopolnih situacij, ki bi v sistem mednarodne trgovine vnašale nestabilne in neenakomerne tokove. Seveda pa je do takih situacij v preteklosti že prišlo, zlasti v obdobju tako imenovanega »laissez faire« merkantilizma, ki je pod krinko enakih pogojev za vse, omogočal predvsem rast razvitejših območij na škodo revnejših (Lawler, 2001, str. 144).

Tudi danes pa se še vedno sprožajo tako imenovane »gospodarske vojne«, na primer med ZDA in EU ali med ZDA in Japonsko, zaradi dejanskih ali predpostavljenih nesorazmerij v trgovinski izmenjavi in uvedbi raznih protekcionističnih potez v posameznih trgovinskih ali blagovnih elementih.

Ker je zaradi neenake stopnje razvitosti med svetovnim »severom« (tu živi 23% svetovnega prebivalstva, ki ustvarja kar 85% svetovnega dohodka) in svetovnim »jugom« (kjer živi 77% svetovnega prebivalstva, ki pa razpolaga le s 15% svetovnega dohodka) kar 70% do 75% svetovne trgovine skoncentrirano v območju razvitih držav, je osrednji problem gospodarske globalizacije predvsem ustvarjanje oziroma razvijanje novih trgov. Pri tem se je v zadnjih letih najbolj odprl trg v jugo-vzhodni Aziji s Kitajsko na čelu, ki naj bi po mnenju analitikov utegnila postati nova svetovna ekonomska velesila že v prvi polovici 21. stoletja.

Položaj držav v spremenjenih mednarodnih političnih in gospodarskih razmerah je seveda bistveno drugačen od vloge, ki so jo imele države v razvijanju lastne gospodarske in mednarodne politike še v sredi 20. stoletja. Mednarodni zakoni in politična globalizacija so močno okrnili enega izmed temeljnih atributov modernih držav, in sicer njihovo suverenost. Vse pogostejša so mednarodna vmešavanja v to, kar so doslej veljale kot notranje zadeve posameznih držav v pogledu družbene, politične in gospodarske ureditve. Ta vmešavanja lahko imajo obliko zgolj gospodarskih sankcij ali embargov, ki težijo k mednarodni osamitvi države, ki ne zadostuje »mednarodnim standardom« v njeni notranji ureditvi ali načinu razreševanja internih ali mednarodnih sporov, ali celo vojaških intervencij.

Veliko vprašanje, ki se pri tem postavlja je predvsem to, kdo in kdaj ima pravico do takih »vmešavanj«. Dogajanja v okviru vojne v Zalivu in na območju nekdanje Jugoslavije so pokazala, da ZDA kot edina svetovna sila tudi edini učinkovit dejavnik usmerjanja svetovne politike in razreševanja mednarodnih konfliktov, pogosto celo brez legitimacije OZN. Seveda pa ZDA pri tem izhajajo iz lastnih načel in interesov, s katerimi se ne nujno strinjajo tudi ostali člani mednarodne skupnosti, vključno z njenimi evropskimi zaveznicami, kakor na primer v pogledu ohranjanja embarga do Kube.

Drugi vidik, ki omejuje tradicionalno funkcijo držav, se nanaša na njeno sposobnost obvladovanja državnega ozemlja in njegove družbene in ekonomske strukture. Gospodarska globalizacija se danes najbolj učinkovito izkazuje s pojavom multinacionalk, katerih letna proizvodnja v vrednosti že daleč prekaša BDP ne le večine držav v razvoju, ampak tudi marsikatero evropske države.

Svetličič multinacionalna podjetja opredeljuje kot podjetja, ki izvajajo v tujini tuje neposredne naložbe in imajo v lasti oziroma nadzorujejo dejavnosti, ki ustvarjajo dodano vrednost v več kot eni državi (Svetličič, 1996, str. 176). Tej opredelitvi je treba dodati, da mora biti takšna dejavnost podjetja zadosti obsežna. Če to ni, lahko govorimo le o mednarodnem podjetju (Bartlett, Ghoshal, 1992, str. 2). Večina podjetij gre skozi določene faze razvoja preden postanejo resnično multinacionalna podjetja. Razvoj podjetja pri tem odvisen od domačega in tujega okolja in od položaja podjetja na trgu. Opaženo je, da podjetja iz majhnih držav hitreje internacionalizirajo svoje dejavnosti. Elektronsko poslovanje pa omogoča tudi manjšim in srednje velikim podjetjem delovanje na globalnem trgu.

Amin and Thrift sta opozorila na nekatere posledice prehoda v globalno gospodarstvo (Daniels et al., 2001, str. 321):

- Opažen je bil premik moči financ nad proizvodnjo. Finančni kapital dandanes zavzema veliko pojavnih oblik in se z veliko hitrostjo giblje po svetu. Elektronsko poslovanje je omogočilo nastanek nestanovitnih in hitro-gibajočih finančnih trgov, ki lahko čez noč spremenijo (negativno ali pozitivno) ekonomska pričakovanja podjetij, nacionalnih ali regionalnih gospodarstev.
- Razvoj znanja v vitalni proizvodni faktor, kar pomeni da je razvoj izobražene in sposobne delovne sile eden od pomembnih ciljev. Obstaja nesoglasje ali je to povezano z rastjo BDP-ja ali bolj učinkovito proizvodnjo.
- Tehnologija je postala transnacionalna, kar še posebej pride do izraza pri aktivnostih, ki temeljijo na znanju, kot naprimer finančne storitve ali telekomunikacije.
- To pa še ne pomeni nujno boljšega dostopa do proizvodnih faktorjev. Povečana kompleksnost dejavnikov, ki ustvarjajo gospodarske priložnosti pomeni da so le-te dostopne le tistim, ki znajo ravnati z novimi tehnologijami in imajo dostop do njih.

Globalizacijo tehnoloških sprememb, mobilnost finančnega kapitala, razvoj na področju transporta in komunikacij spremlja pojav globalnih oligopolov; proizvodnja v nekaterih trgih je omejena na majhno število podjetij. Dober primer je delež, ki ga ima Microsoft na trgu računalniških operacijskih sistemov in programske opreme. Gospodarski in poslovni uspeh zahteva globalno poslovanje.

Pomemben razlog za hitri razvoj trga na internetu je doprinesla tudi tehnološka revolucija: stroški informacijske opreme stalno padajo, informacijska tehnologija je enostavna za uvajanje in uporabo ter nudi podporo odprtim standardom. Poleg tega pa internetna tehnologija omogoča nezapleteno povezovanje informacijske tehnologije za elektronsko poslovanje z obstoječim informacijskim okoljem v organizaciji in lahko ohranja obstoječe uporabniške vmesnike.

Ti dejavniki globalizacije se predstavljajo kot nova (globalna) geografsko razporeditev gospodarske moči. Različni avtorji jo označujejo na različne načine: Sassen kot centralizacijo gospodarske moči v globalnih mestih, Ohmae kot globalno ekonomijo brez meja ali Dicken kot novo globalno razdelitev dela (Daniels et al., 2001, str. 321). V nadaljevanju je prikazana geografska razporeditev prihodkov, ki izvirajo iz elektronskega poslovanja.

3.2. GEOGRAFSKA RAZPOREDITEV PRIHODKOV, KI IZVIRAJO IZ ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA

Po lokaciji se večina sedežev multinacionalk nahaja v razvitih državah in le 5% v tako imenovanih državah v razvoju. V ZDA poteka preko multinacionalk kar 80% zunanje in 30% notranje trgovine v državi. Investicije teh podjetij v različnih delih sveta ostajajo prav tako dokaj selektivne, saj nanje ne vpliva le različna cena delovne sile, temveč predvsem finančna in ekonomska privlačnost trgov. To pomeni, da ostajajo investicije multinacionalnih podjetij v največji meri omejene na »razviti« del sveta oziroma na tiste dele tega območja, ki izkazujejo najvišjo stopnjo ekonomskega razvoja.

Zato ne preseneča, da multinacionalna podjetja največ investirajo v ZDA, Japonski in EU. Tako so na primer ameriška podjetja v tujini investirala leta 2001 okrog 114 milijard dolarjev, tuja podjetja v ZDA pa kar 124 milijard dolarjev. Na območju EU, kjer po privlačnosti izstopa Velika Britanija, je z neposrednimi naložbami priteklo okrog 323 milijard dolarjev, odteklo pa okrog 365 milijard dolarjev. Za primerjavo naj navedemo, da je v istem času v tranzicijske države srednje-vzhodne Evrope priteklo 15 milijard dolarjev investicij (2,7% svetovnih investicijskih prilivov), od tega v Slovenijo le 165 milijonov dolarjev tujih investicij. Trend interesa multinacionalnih podjetij za slovenski trg pa je celo v upadu (World Investment Report, 2002, str.40).

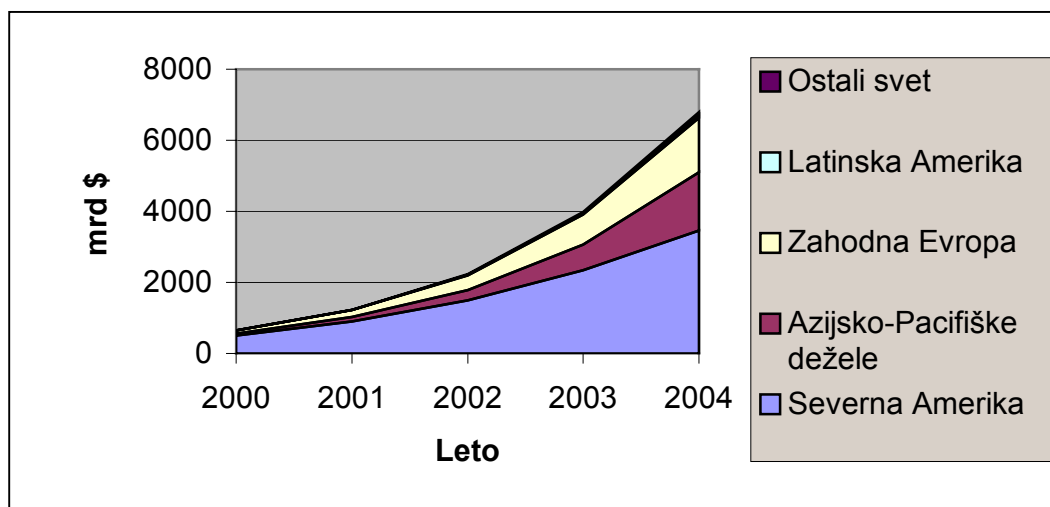
Globalizacija oziroma ustvarjanje svetovnega družbeno-ekonomskega sistema razlik v stopnji razvoja ne odpravlja, temveč jih celo še povečuje. Tako je samo od leta 1995 »globalna« svetovna proizvodnja porasla od 12.500 milijard USD na 25.500 milijard USD, kar pomeni, da se je v enem desetletju skoraj podvojila. Vendar je večina te svetovne gospodarske proizvodnje odpadlo na tri države: ZDA, Japonska in Nemčija (48% leta 1985 in 52% leta 1995), ki so z izjemo ZDA tudi okrepile svoj delež na svetovnem in regionalnem trgu.

Po drugi strani se je v zadnjem desetletju spremenila tudi regionalna struktura svetovne proizvodnje: delež Evrope je rahlo porasel, delež kontinentalne Azije, Afrike in Amerike je upadel, močno porasel pa je delež Azijsko-Pacifiških dežel. Poudariti gre zlasti neverjetno nizek delež, ki ga v svetovno gospodarsko proizvodnjo prispeva Afrika, ki obsega okrog 20% svetovnega površja in 12% svetovnega prebivalstva, a ustvarja le slaba 2% svetovnega BDP.

Pomemben vidik ekonomske globalizacije je tudi razmerje med »notranjimi« in »zunanjimi« trgi, saj večina mednarodnih gospodarskih izmenjav poteka v okviru razvitega »svetovnega severa«. Razvite evropske države na primer izvažajo v vrednosti 25% do 30% svojega BDP, vendar gre izven EU le desetina skupnega BDP te skupnosti; podobno velja za Japonsko in ZDA (Human Development Report, 2000).

Podobno naj bi bili razporejeni tudi prihodki elektronskega poslovanja. Večino bo predstavljala Severna Amerika, kar 3500 milijard ameriških dolarjev. Njen delež v celotni svetovni prodaji pa bo upadel na račun visoke rasti elektronskega poslovanja v Zahodni Evropi in Azijsko-Pacifiških deželah. Za dežele Zahodne Evrope ocenjujejo največjo stopnjo rasti elektronskega poslovanja za leto 2001, ki bo do leta 2004 dosegla 1500 milijard ameriških dolarjev prihodkov. S hitrim razvojem sledijo tudi Azijsko-Pacifiške dežele, s pričakovanimi prihodki 1600 milijard ameriških dolarjev v letu 2004. Dežele Latinske Amerike in Vzhodne Evrope zaradi pomanjkanja ustrezne infrastrukture in slabe razvojno-informacijske politike zaostajajo z razvojem in širitvijo elektronskega poslovanja. Največji razmah elektronskega poslovanja pričakujejo šele v letih 2004 in 2005. Rast prihodkov po posameznih geografskih regijah je razvidna iz Tabele 2 in Slike 2.

SLIKA 2: Rast prihodkov svetovnega elektronskega poslovanja



Vir: Forrester Research Inc., 2000.

TABELA 2: Rast prihodkov, ki izvirajo iz svetovnega elektronskega poslovanja v milijardah USD

	2000	2001	2002	2003	2004
Severna Amerika	509,3	908,6	1495,2	2339	3456,4
Azijsko-Pacifiške dežele	53,7	117,2	286,6	724,2	1649,8
Zahodna Evropa	87,4	194,8	422,1	853,3	1533,2
Latinska Amerika	3,6	6,8	13,7	31,8	81,8
Ostali svet	3,2	6,2	13,5	31,5	68,6
Skupaj	657,2	1233,6	2231,1	3979,8	6789,8

Vir: Forrester Research Inc., 2000.

V globalnih procesih poslovanja so države in organizacije postavljene pred dilemo, ki se ne glasi poslovati elektronsko ali ne, temveč do kakšne mere naj sodelujejo na globalnem trgu in si tako ustvarijo čim večje prihodke in obdržijo konkurenčno prednost pred tekmeci. Elektronsko poslovanje lahko postane močan vzvod ekonomskega razvoja, širjenja demokracije, pospeševanja mednarodnega komuniciranja in razumevanja.

3.3. DIGITALNI RAZKORAK

Izraz digital divide prevajamo kot digitalni razkorak oz. digitalno ali informacijsko ločnico. OECD digitalni razkorak definira kot razliko med posamezniki, gospodinjstvi, podjetji in geografskimi območji na različnih socio-ekonomskih stopnjah glede možnosti dostopa do informacijsko-komunikacijskih tehnologij (IKT) in uporabe interneta za različne aktivnosti (Understanding the digital divide, 2001, str 1).

Digitalni razkorak odseva tako razlike med socio-demografskimi skupinami znotraj držav, kot tudi razlike med državami. Norris razlikuje več ravni digitalnega razkoraka:

- globalni, ki ga poimenuje tudi delitev Sever - Jug;
- družbeni, ki se kaže kot razzslojenost znotraj neke države in
- demokratični razkorak, ki se nanaša na možnost participacije državljanov preko elektronskih medijev.

Razprava o digitalnem razkoraku pa se širi še na tiste, ki imajo širokopasovni dostop in velike hitrosti prenosa, ter tiste, ki si pomagajo z zastarelimi telefonskimi povezavami (Hafner, 2000). V tem poglavju bom obravnavala predvsem globalni digitalni razkorak, posebej pa bom predstavila še digitalni razkorak v Sloveniji.

Globalna informacijska infrastruktura, ki jo oblikujejo internet ter nove komunikacijske in informacijske tehnologije, je postala nujen pogoj za ustvarjanje globalnega trga za izmenjavo blaga in storitev. Ta trg je pomemben, če gledamo nanj kot na prostor za prodajo blaga in storitev ali pa vidimo v njem dobavitelja informacij, ki jih je mogoče kupiti in uporabiti v istem trenutku. Elektronsko poslovanje, kot področje uporabe informacijske infrastrukture za izmenjavo informacij med udeleženci elektronskega poslovanja, omogoča večjo prožnost, boljšo odzivnost, hitrejše postopke in olajšuje medsebojne povezave (Bela knjiga, 1997, str. 33).

Delitev na informacijsko bogate in informacijsko revne skupine ljudi ima pomembne posledice za ekonomski in družbeni razvoj. Ker je čedalje več informacij, storitev in kulturnih dobrin ponujenih preko interneta, imajo demografske skupine brez dostopa in ustreznih spretnosti za uporabo informacijskih tehnologij manj možnosti sodelovati v družbi, razvijati svoje sposobnosti in varovati svoje pravice kot ostali (Information Society for All, 2000).

Sodobna država aktivno posega v politiko informacijsko-komunikacijske tehnologije. Podlaga za aktivno politiko so ugodni družbeni učinki, ki nastanejo kot posledica difuzije in večje uporabe IKT. Tudi trenutno zanimanje za internetni dostop med politiki in poslovneži temelji na prepoznavanju ugodnih ekonomskih učinkov elektronskega poslovanja.

Za povečanje števila dostopov, alternativnih tehnologij dostopa, za zniževanje cen, bolj razširjen dostop do interneta in njegovo širšo uporabo je po splošnem prepričanju ključna liberalizacija telekomunikacijskih storitev. Liberalizacija in tekmovanje (konkurenca) v državah OECD sta na primer povzročila znižanje cen ter ponudbo novih izdelkov in storitev, kar je spodbudilo nove investicije in povečalo povpraševanje (Understanding the digital divide, 2001, str. 5).

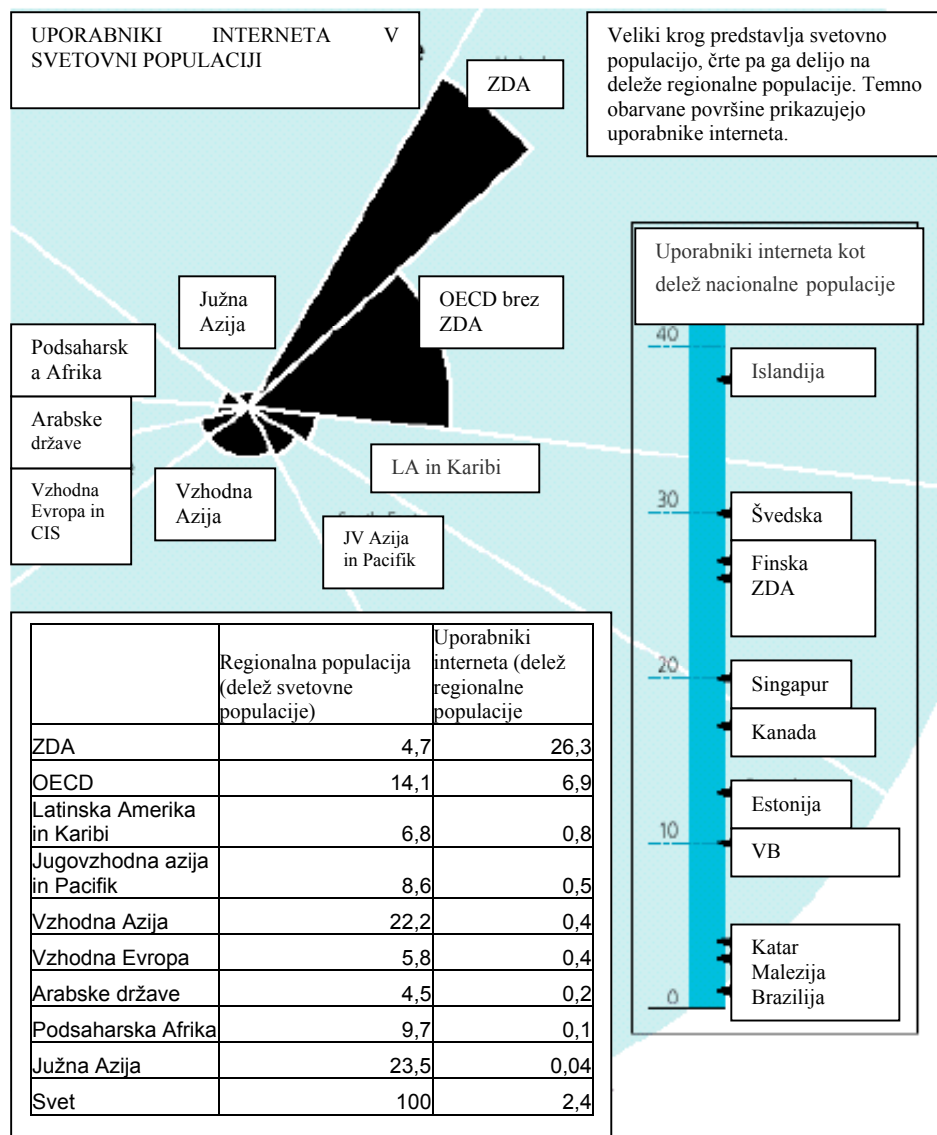
Seveda pa samo liberalizacija ni dovolj, zato razvite države posegajo po široki paleti ukrepov za zmanjševanje digitalnega razkoraka. Prvi korak k ukrepom so običajno poglobljene študije trenutnega stanja. V nadaljevanju predstavljam nekaj trendov, ki izhajajo iz mednarodnih in nacionalnih poročil o digitalnem razkoraku, ki v Evropi in drugih razvitih državah nastajajo predvsem na podlagi longitudinalnih javnih in zasebnih študij.

Poročilo Združenih narodov za leto 2000 (Human Development Report, 2000) navaja, da se skupine v družbi glede na dostop do interneta delijo na izobražene in nepismene, moške in ženske, bogate in revne, mlade in stare ter urbane in kmečke prebivalce. Tipični uporabnik interneta je še vedno mlad (star približno 30 let), bel, državljani ZDA, z univerzitetno izobrazbo in z visokimi dohodki. Na globalni ravni ima 30% uporabnikov vsaj eno visokošolsko diplomu, moški in mlajši ljudje še vedno dominirajo, šteje tudi etnična pripadnost. Oviro uporabi predstavlja angleščina, ki jo govori manj kot 10% svetovnega prebivalstva (Human Development Report, 2000).

Svetovno povprečje v uporabi interneta je 2,4%, iz slike pa je razvidno, da ZDA, ki predstavljajo 4,7% svetovne populacije (leta 1999), predstavljajo kar 26,3% uporabnikov interneta. Države OECD predstavljajo 14,1% svetovnega prebivalstva in 6,9% svetovnih uporabnikov. Vzhodna Azija z 22,2% svetovnega prebivalstva predstavlja samo 0,4% vseh uporabnikov interneta.

Na ravni Evropske unije je delež spletnih uporabnikov v aktivni populaciji (dostop do interneta in/ali uporaba interneta) med 8,7% (Portugalska) in 56% (Finska). Slednja vodi pred Nemčijo in Švedsko. Avstrija, Nizozemska in Danska so na približno enaki stopnji z okoli 40% uporabnikov v aktivni populaciji. Podatki Evropske komisije kažejo 55% rast penetracije interneta v zadnjih šestih mesecih, od 18% penetracije marca 2000 do 28% oktobra istega leta (An Information Society for All, 2000).

SLIKA 2: Uporabniki interneta – globalna razporeditev



Vir: Human Development Report 2000, 2000, str. 63.

Na internetu sem zasledila mnenje, da bo leta 2003 internet uporabljalo preko 300 milijonov ljudi, kar predstavlja 5 odstotkov celotne populacije sveta. Do leta 2047 naj bi se število prebivalcev povečalo na 11 milijard, in če bo internet uporabljala le četrtina je to že desetkrat več kot jih načrtujejo do konca leta 2003 (NUA Internet Surveys, 2002).

3.4. TELEKOMUNIKACIJE

Telekomunikacije so del gospodarske infrastrukture in eden od osnovnih pogojev za gospodarski razvoj. Njihov glavni namen je prenos informacij med oddaljenima lokacijama. Kar pa je v zadnjih dveh desetletjih še posebej opazno je prav gotovo njihov neverjeten razvoj (Going Digital, 1998, str. 71).

Ekonomske posledice pospešenega razvoja telekomunikacij so predvsem naslednje (Nacionalni program razvoja telekomunikacij, 2001):

- multiplikacijski učinki so pri vlaganjih v telekomunikacije veliko večji kot v katerikoli drugi veji, posledično pa vplivajo tudi na rast drugih vej;
- spodbujanje mednarodne konkurenčnosti in trgovanja;
- izboljšanje učinkovitosti velikih, srednjih in malih podjetij, tudi v globalnih razmerah;
- odpiranje privlačnih lokacij za tuje investitorje, ustvarjanje dolgoročne perspektive za investiranje iz tujine;
- formiranje strokovnega potenciala in ustvarjanje novih delovnih mest;
- hitrejša ekonomska rast zaradi zmanjšanja informacijskih stroškov kot posledice učinkovitih telekomunikacij ter
- omogočanje policentričnega razvoja in izenačevanje razvojnih možnosti.

Telekomunikacije postajajo tako iz dneva v dan pomembnejši dejavnik delovanja narodnega gospodarstva, katerega pomen in vlogo je težko oceniti in ustrezno izmeriti s podatki, neposrednimi učinki.

Kljub temu pa nekateri podatki dokazujejo medsebojno pospeševanje razvoja telekomunikacij in gospodarstva. Leta 1963 je bila ugotovljena korelacijska odvisnost med bruto družbenim proizvodom (BDP) na prebivalca ter gostoto telefonskih priključkov (World Telecommunication Development Report, 1998, str. 18). Število telefonskih priključkov na 100 prebivalcev po posameznih državah je tem večje, čim večji je BDP na prebivalca. Če ugotovitev obrnemo, lahko rečemo tudi, da je domači proizvod tem večji, čim večja je gostota telefonskih naročnikov. Ta povezava velja še danes.

Nove tehnologije so pogosto cenejše, kar omogoča večje število ponudnikov teh storitev. Digitalna omrežja so nadomestila analogna omrežja, medtem ko cenejša mobilna omrežja vse bolj izpodrivajo draga fiksna omrežja. Vse več je tudi dokazov, da je uvedba konkurence prinesla številne prednosti uporabnikom: zniževanje cen, večjo izbiro ponudnikov storitev, izboljšanje kakovosti ter nove, inovativne storitve. Odpiranje telekomunikacijskega trga spodbuja gospodarsko rast, oblikovanje novih delovnih mest, nove načine dela in komuniciranja ter zmanjšuje stroške poslovanja (Caf, 1998, str. 1).

Zaradi velike kapitalske intenzivnosti telekomunikacij je prevladovalo mnenje, da sta podvajanje zmogljivosti in izgradnja več vzporednih kabelskih omrežij neekonomična. Če imamo samo en sistem, imamo tudi enega samega operaterja, le-ta pa je zmožen zagotavljati široko paleto storitev po nižjih stroških kot več ponudnikov. Prav zaradi številnih inovacij in tehnološkega napredka na področju telekomunikacij pa se je pokazalo, da argumenti za monopol preprosto ne držijo več (Curwen, 1997, str. 36).

Odpiranje trgov je pomembno tudi z vidika investicij zasebnega kapitala in tujih vlaganj. OECD je v svojem poročilu o koristih konkurence na področju telekomunikacijske infrastrukture v letu 1995 ugotovil, da vse večje število držav članic izvaja reformo svojega trga telekomunikacij predvsem zaradi ključnega vpliva, ki ga ima ta sektor na celoten gospodarski in družbeni razvoj (Rogelj, 1997, str. 126).

Prednosti liberalizacije in deregulacije telekomunikacijskih storitev so se najprej začeli zavedati v ZDA. Res je, da se je telekomunikacijski sektor v ZDA že od samega začetka razvijal drugače kot v Evropi, saj je bil vedno v privatnih rokah. Vendar je ravno tako prevladovalo le eno podjetje - American Telephone and Telegraph Company (bolj znan kot AT&T), kar je ustvarilo potrebo po liberalizaciji trga telekomunikacijskih storitev.

Začetke liberalizacije v državah Evropske unije lahko označimo z objavo Zelene knjige o razvoju skupnega trga telekomunikacijskih storitev in opreme, ki jo je junija 1987 sprejela Evropska komisija (Green Paper on the Development of the Common Market for Telecommunications Services and Equipment, 1987). Kar je še posebej zanimivo je to, da čeprav je bil močno prisoten trend ločitve telekomunikacij od poštne dejavnosti in liberalizacije storitev z dodano vrednostjo ter mobilnih komunikacij, je v vsej, takrat 12-članski Evropski skupnosti, osnovna telefonija ostala v popolni ali pa večinski državni lasti. Aktualno stanje na področju telekomunikacij v EU in Sloveniji je natančneje opredeljeno v zadnjem poglavju.

4. ELEKTRONSKO POSLOVANJE IN KONKURENČNOST PODJETJA V GLOBALNEM GOSPODARSTVU

Informacijska tehnologija ima, skozi učinkovito izvajanje poslovnih procesov, zelo pomembno vlogo pri zagotavljanju mednarodne konkurenčnosti podjetij. Podjetja skušajo z informatiziranimi procesi dosegati pozitivne rezultate pri zniževanju stroškov, izboljševanju kakovosti izdelkov in storitev ipd. Koristi podjetij pa izhajajo iz potenciala svetovnega spleta

kot tržne poti, medija za tržno komuniciranje ter trga samega po sebi. Te prednosti so povezane s tehnologijo svetovnega spleta in interaktivno naravo medija.

4.1. UVAJANJE ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA

Osnovni pogoj za pričetek elektronskega poslovanja v podjetju je postavitve interne infrastrukture ter nakup potrebne tehnologije. Za uspešno e-poslovanje je dobro, da je podjetje tudi znotraj organizirano po internetni tehnologiji. Nekatera podjetja gredo tudi korak dlje in investirajo v programsko opremo za strežnik, ki omogoča povezavo med porabnikom in internim informacijskim sistemom podjetja. Porabniku omogoča iskanje, naročanje in on-line plačevanje zelenega blaga, podjetju pa je omogočena interna obdelava zbranih podatkov, spremljanje naročil, pregled zalog, verifikacija plačil, odprema blaga, itd. Investicija v takšno opremo je kar precejšen finančni zalogaj, vendar so analitiki izračunali da je povrnitev naložbe premosorazmera z velikostjo podjetja - večje kot je podjetje, hitreje se naložba povrne (Jeran Blažič, 2001, str. 43).

Uvajanje e-poslovanja, katerega smisel je v izboljšavi poslovnih procesov v podjetjih, bi lahko razdelili na štiri stopnje:

1. komuniciranje prek interneta z uporabo e-pošte in postavitve spletnih strani,
2. povezava intraneta z internetom in s tem z »zunanjim svetom«,
3. medsebojno povezovanje z drugimi podjetji in strankami (s tem korakom začne podjetje spreminjati tradicionalni način poslovanja),
4. spreminjanje poslovnih procesov.

Ker pa so elektronski trgi, ki se pojavljajo na internetu drugačni od tradicionalnih, fizičnih trgov, so potrebne nove strategije in nova poslovna miselnost. Učinkovita integracija internetnih tehnologij v poslovne procese je eden najpomembnejših izzivov s katerimi se danes soočajo podjetja in njihovi managerji. Potrebno se je zavedati, da koristi lahko prinese le spremenjen način dela, ne pa tehnologija sama. Težave, ki nastopijo ob uvajanju elektronskega poslovanja, največkrat niso tehnološke narave, temveč organizacijske. Podjetje, ki se odloči za elektronsko poslovanje, mora vse ostale poslovne procese prilagoditi novim tehnologijam, da bo lahko izkoristilo vse prednosti, ki jih le-te ponujajo. Večina podjetij se ne zaveda ali pa ni sposobno zaznati velikih sprememb, ki jih zahteva nova poslovna klima. Če želijo takšna podjetja sploh še obstati na trgu, bodo morala hitro opraviti velike investicije v tehnologijo, ljudi in spremembo poslovnih procesov. Elektronsko poslovanje namreč zahteva vlaganje tako v informacijsko tehnologijo kot tudi izobraževanje zaposlenih in seveda zahtevno prenovu celotnih poslovnih procesov. Podjetje, ki okleva z uporabo elektronskega poslovanja, je izpostavljeno resni nevarnosti, da bo izgubilo trg tako končnih porabnikov kot dobaviteljev, ker zaradi klasičnega poslovanja ne bo več stroškovno konkurenčno. Res je, da reorganizacija poslovanja zahteva visoke stroške, vendar strokovnjaki ocenjujejo, da so le ti

znatno manjši kot pa je potencialna korist, ki se ustvarja z zmanjšanjem stroškov in tudi s povečanjem profita.

Novi poslovni model na internetu, o katerem se zadnje čase vedno več govori, in ga nekateri analitiki ocenjujejo kot največjo inovacijo v poslovanju v zadnjih štiridesetih letih, se imenuje medorganizacijsko elektronsko poslovanje. Začetki elektronskega poslovanja med podjetji sicer segajo v drugo polovico sedemdesetih let, ko so podjetja začela s pošiljanjem in sprejemanjem naročil, faktur in ostale dokumentacije v elektronski obliki preko RIP-a (računalniške izmenjave podatkov).

Toda ker je elektronska izmenjava podatkov potekala preko dragih privatnih omrežij, so si tako obliko poslovanja lahko privoščila le velika podjetja. S prihodom interneta in njegovo množično dostopnostjo ter uporabo internetnih tehnologij pa je elektronsko poslovanje postalo dostopno tudi najmanjšim podjetjem.

4.2. KORISTI PODJETJA NA POSAMEZNIH PODROČJIH

Elektronsko poslovanje vnaša spremembe v vseh funkcijah podjetja: nabavni, proizvodni prodajni, finančni, kadrovski in trženjski. Zaenkrat se prednosti uvajanja elektronskega poslovanja najbolj izrazito kažejo na področju prodaje in trženja. Koristi podjetij zaradi izboljšav poslovnih procesov z uvedbo elektronskega poslovanja bom predstavila na primeru naslednjih področij: tržne poti, tržne komunikacije in operativnih koristi.

4.2.1. TRŽNE POTI

Del koristi podjetjem prinaša uporaba svetovnega spleta kot tržnega kanala. Svetovni splet omogoča nekaterim skupinam podjetij, da sodelujejo na trgu, v katerem ni stroškov tržnih poti oz. se ti stroški zmanjšajo na minimum. Tu gre predvsem za založniška podjetja, informacijske servise ali podjetja, ki prodajajo izdelke v digitalni obliki. Digitalni izdelki so lahko dostavljeni takoj, kar ima za posledico vse manj posrednikov, ki jih omenjena podjetja uporabljajo, in se bodo v končni fazi popolnoma odstranili iz kupoprodajnega procesa. Še več, prodajalci in porabniki imajo dostop drug do drugega in lahko enostavno navežejo stike. Tako odpravijo precej trženjskih stroškov in omejitev, ki so prisotne v klasičnem načinu poslovanja. To obenem zoža distribucijski kanal in tako skrajša poslovni cikel, kar naredi distribucijo učinkovitejšo (predvsem gre za zmanjšanje stroškov z avtomatizacijo, integracijo in upravljanjem procesa prodaje). K večji učinkovitosti prodaje pa pripomore tudi skrajšanje časa poslovne transakcije. Podjetja na svetovnem spletu prenesejo več poslovnih funkcij na stranke z naročanjem preko spleta in različnimi obrazci. S tem pomagajo pri zaključku transakcije in znižajo stroške. Obenem pridobijo informacije o porabnikih, ki so zanje zelo pomembna informacija. Tehnologija podjetjem ponuja možnost, da pridobijo trženjske informacije in opazujejo izbire strank, s čimer odkrivajo nakupovalno obnašanje na spletu. Pri

izkoriščanju vseh naštetih koristi in pri sedanji ravni razvitosti tehnologije pa imajo podjetja mnoge pravne in tehnološke ovire.

4.2.2. TRŽNE KOMUNIKACIJE

Trenutno največ slovenskih podjetij uporablja splet primarno za predstavitev informacij o podjetju in ponudbi ter za notranje in zunanje komuniciranje z drugimi podjetji in poslovnimi partnerji (Pucihar, 1999). Interaktivna narava medija ponuja še eno kategorijo koristi podjetjem. Potencial v komuniciranju s strankami omogoča vzajemno trženje in podporo strankam na višjem nivoju kot kadarkoli prej. Spletne strani so vsem na voljo 24 ur na dan. Tržniki lahko izrabijo interaktivno naravo medija, da zadržijo pozornost strank z različnimi dialogi, ki so zanimivi za obe strani. Ta možnost omogoča oblikovanje komunikacije natančno za individualno stranko. Posamezni porabniki lahko sami povprašajo po vseh informacijah, ki jih želijo. Poleg tega tržniki s tem načinom komunikacije pridobijo informacije o strankah za boljše in učinkovitejše izpolnjevanje njihovih želja in zahtev. Najenostavnejši način uporabe interakcij s strankami so gumbi za elektronsko pošto na različnih strateških mestih na spletni strani. Bolj zapletene implementacije so obrazci za izpolnjevanje in drugi izzivalni dizajni, ki razširjajo odnos strank ter podjetja. Cilj takšnega vzpostavljanja odnosa med podjetjem in stranko pa je koristen za oba. Poslovni partnerji dobijo informacije o podjetju in ponudbi, podjetje pa dobi povratne informacije o potrebah strank glede na ponudbo. Svetovni splet ponuja možnosti za konkurenco v smeri specializiranosti in diferenciacije namesto v smeri nižanja cene. Namesto tega želijo tržniki zadovoljiti potrebe po načelu koristi, kar pomeni, da je cena odvisna od vrednosti za stranko in ne le od stroškov. Takšne možnosti se pojavijo, ko se ponudba diferencira po elementih trženjskega spleta in ne na osnovi cene izdelka. Dokaz so različne raziskave, v katerih porabniki ob odločanju za nakup po internetu postavljajo ceno na zadnje mesto.

S pomočjo elektronskega poslovanja pa lahko v vsakem od delov verige vrednosti spremenimo proces, ki se sedaj odvija, saj elektronsko poslovanje vnaša popolnoma nov koncept dela (Österle, Fleisch, Alt, 2001, str. 207). V spodnji tabeli je prikazan doprinos elektronskega poslovanja na primeru doseganja ciljev tržnega komuniciranja.

Elektronsko poslovanje na področju trženja omogoča ne le zbiranja informacij, ampak tudi, kar je zelo pomembno, planiranje, vzdrževanje in upravljanje s tržnimi potmi ter tudi oglaševanje in promocijo izdelkov. Preko elektronskega poslovanja je omogočeno, da so npr. na on-line katalogu različne cene za različne tipe kupcev. Te cene pa se oblikujejo pod naslednjimi dejavniki: povpraševanje, pretekla on-line naročila, vrsta izdelka ter seveda pretekli podatki o kupcu. Vsi ti dejavniki se avtomatsko zajemajo in na podlagi pravil, ki jih vnesemo v računalnik, so cene za različne kupce različne. Končni rezultat tega pa so krajši poslovni cikel ter nižji stroški, saj odpadejo stroški za razne tiskane kataloge in ostale tiskane dokumente (Österle, Fleisch, Alt, 2001, str. 250).

TABELA 3: Elektronsko podprto trženje: Cilji in ključni dejavniki uspeha

<i>Poslovni cilji</i>	<i>Kritični faktorji uspeha</i>	<i>Kaj omogoča EP</i>
	Razviti pravočasno, učinkovito trženjsko strategijo	EP omogoča podjetjem, da hitro reagirajo na spremembe na trgu s pomočjo hitrih obvestil trgu.
Povečati tržni delež s pridobitvijo novih strank	Določiti ciljno skupino	EP omogoča, da se porabniku posredujejo informacije na podlagi preteklega obnašanja in nakupov, ki jih je stranka že izvršila na internetu ali kakem drugem elektronskem mediju.
	Določiti primerne cene	EP omogoča, da stranke takoj dostopajo do potrebnih informacij preko elektronskih medijev in tako lažje sprejmejo potrebno odločitev.

Vir: Österle, Fleisch, Alt, 2001, str. 208.

4.2.3. OPERATIVNE KORISTI

Operativne koristi spleta za posamezne ponudnike so v zmanjšanju števila napak, prihranku časa, nižjih režijskih stroškov ter v izboljšanjem informacijskem procesu. Elektronski dostop do podatkovnih zbirk o povpraševanju znižuje stroške dobaviteljem, ki lahko takoj oddajo ponudbo ter preverijo, ali so dobili posel ali ne. Dodatne koristi so še novi trgi in tržni segmenti, lažji vstop na nove trge (geografsko), ter učinkovitejše trženje. To omogoča odpravo zamud v poslovnem procesu ter enostavno in stroškovno učinkovito doseganje porabnikov.

4.1. MEDORGANIZACIJSKO ELEKTRONSKO POSLOVANJE

Najpomembnejši področji elektronskega poslovanja sta poslovanje med podjetji ali medorganizacijsko poslovanje (business to business – B2B) ter poslovanje med podjetji in končnimi porabniki (business to consumer – B2C). B2C model uporabljajo podjetja za poslovanje s končnimi porabniki. V tem modelu, vsaj konceptualno, ni bistvenih razlik v primerjavi s tradicionalno trgovino. Poglavitna prednost je v tem, da lahko sedaj porabniki časovno neomejeno dostopajo do spletnih trgovin. Za porabnika ni nobenih časovnih in krajevnih omejitev. Posledično je življenjski cikel proizvodov veliko krajši in potrebna je

večja odzivnost podjetij, ki omogoča obstoj na globalnih trgih. Danes zavzema elektronsko poslovanje med podjetji in končnimi porabniki približno 10 odstotkov vsega e-poslovanja na internetu. Daleč največji delež zajema e-poslovanje med podjetji, hkrati pa doživlja neverjetno rast. Pri elektronskem poslovanju med podjetji gre predvsem za naročanje izdelkov ali storitev po elektronski poti, opravljanje plačilnih transakcij, skupinsko delo in informiranje.

B2B poslovanje je najhitreje rastoče področje nove internetne ekonomije in s sabo nosi skoraj neizmerljiv potencial. Raziskava, ki jo je opravila družba Boston Consulting Group predvideva, da bo vrednost e-poslovanja na internetu leta 2003 2.800 milijarde dolarjev. Pri podjetju GartnerGroup so veliko bolj optimistični, saj ocenjujejo da bo ta vrednost 7.000 milijarde dolarjev. Medorganizacijsko poslovanje bo po raziskavi e-Marketer Global Report leta 2003 predstavljalo 87 odstotkov elektronskega poslovanja.

Po podatkih Gartner Inc. (<http://www3.gartner.com/>) je vrednost e-poslovanja B2B lani znašala 433 milijard dolarjev in v primerjavi z letom 1999 dosegla kar 189-odstotno rast. Pri Gartner Inc. e-poslovanje B2B opredeljujejo kot prodajo izdelkov in storitev, ki so bili naročeni po internetu. To vključuje nakupe prek internetnih povezav RIP, e-tržnic, ekstranetov, trgovskih portalov in drugih prodajnih posrednikov, izključuje pa transakcije, ki so opravljene prek privatnih omrežij. Vrednost internetnih transakcij B2B naj bi se do konca tega leta povišala na 919 milijard dolarjev, v prihodnjih dveh letih pa za približno sto odstotkov na leto. Leta 2005 naj bi po njihovih predvidevanjih znašala že osem tisoč milijard dolarjev. V Evropi pričakujejo rast poslovanja B2B z zdaj ustvarjenih 57,3 milijarde dolarjev v letu 2000 na več kot 1.400 milijarde v letu 2005.

Rezultati raziskave, ki so jo naredili pri Activ Media Research (<http://www.activmediaresearch.com/>) so pokazali, da 46 odstotkov podjetij, ki se s poslovanjem B2B na internetu ukvarjajo že več kot tri leta, posluje z dobičkom. Od vseh, ki se ukvarjajo s poslovanjem, jih trenutno z dobičkom posluje 32 odstotkov. Iz raziskave je razvidno, da dobiček dosegajo predvsem tista, ki že imajo nekaj izkušenj s poslovanjem na internetu. Merrill Lynch predvideva, da bo vrednost e-poslovanja B2B dosegla 2.500 milijard dolarjev. Od tega bo vrednost menjave, opravljene v trgovskih centrih, znašala 500 milijard oziroma pet odstotkov vseh transakcij.

Kljub zlomu številnih pikakom podjetij lani je več kot očitno, da rast ne pojenja. Razlika je le v tem, da podjetja ne vstopajo več na spletni trg nepremišljeno, temveč so postala veliko bolj pazljiva. Zavedajo se, da imajo neskrbno izbrane in izdelane spletne strategije B2B malo možnosti za uspeh.

4.1.1. PREDNOSTI

Medorganizacijsko elektronsko poslovanje prinaša številne prednosti. Še zlasti veliko lahko pridobijo majhna in srednje velika podjetja, saj se lahko zaradi nizkih stroškov, ki jih omogoča uporaba internetnih tehnologij povezujejo z večjimi podjetji in s svojo ponudbo konkurirajo na svetovnem trgu. Hitrost transakcij, nižji transakcijski in administrativni stroški, boljše upravljanje s podatki, zmanjšanje stroškov zalog, krajši časi obračanja zalog, krajše dobavne poti, učinkovitejše poprodajne storitve, možnost globalnega poslovanja ter nove tržne priložnosti so le nekatere izmed pozitivnih posledic, ki jih je prinesla uvedba e-poslovanja v podjetjih in zaradi katerih doživlja e-poslovanje eksponentno rast.

Z uporabo interneta postajajo fizične razdalje zanemarljive, kar še posebej velja za neotipljive proizvode (programska oprema, storitve, glasba), ki jih lahko prenašamo preko interneta in jih celo neposredno uporabljamo. Največjo korist imata zabavna industrija ter založniška dejavnost (film, video, glasba, programska oprema, časopisi, revije, ipd.). Medorganizacijsko poslovanje ponuja tudi možnost za razvoj popolnoma novih izdelkov ter storitev, hkrati pa odpira možnost prodora podjetjem na nove trge ter možnost globalnega poslovanja, saj lahko podjetje na enak način kakor poslujejo s podjetjem v sosednji ulici, poslujejo s podjetjem na drugem koncu sveta. Podjetje lahko direktno dostopa do ciljnega trga in ga oskrbuje z izdelkom, ki ga tržišče želi in potrebuje.

E-poslovanje omogoča podjetjem, da se pri prodaji izognejo vmesnim dobaviteljem, da izboljšajo dobavni čas, in da so kupcem na voljo 24 ur na dan 7 dni v tednu. Neposredne povezava podjetja s svojimi dobavitelji, ki so lahko hkrati tudi proizvajalci zelenega blaga, pomeni izločitev stroškov vmesnih posrednikov, kot tudi boljše zadovoljevanje potreb podjetja v vlogi kupca. B2B poslovanje zmanjšuje tudi stroške delovne sile, hkrati pa povečuje njeno učinkovitost, saj odpade mnogo administrativnega dela, ki je bilo potrebno pri klasičnem načinu poslovanja. Z uporabo sodobnih tehnologij lahko podjetja tudi bolje optimizirajo zaloge, spremljajo njihovo stanje, oblikujejo učinkovit sistem naročanja, sledijo izdelkom na njihovi distribucijski poti, itd.

4.1.2. VERTIKALNI IN HORIZONTALNI B2B MODEL

B2B poslovanje lahko razdelimo na dva modela: vertikalnega in horizontalnega. Vertikalni model B2B poslovanja je usmerjen znotraj specifične industrije ali panoge (npr. gradbene, lesne). Horizontalni model pa za razliko od vertikalnega ni namenjen specializiranim sektorjem, temveč posameznim vrstam proizvodov in storitev, ki so lahko zanimivi kupcem iz različnih gospodarskih panog. Takšne tržnice so specializirane za prodajo npr. letalskih kart, rezervnih delov, itd. Največji del B2B poslovanja poteka preko podjetij, ki so neodvisna od prodajalcev in kupcev. Gre za nekakšne e-posrednike. Ker gre za trge, kjer je prisotnih veliko kupcev in prodajalcev, je veliko tudi povpraševanje oz. ponudba. To rezultira v večji razpoložljivosti informacij, ki jih imajo potencialni kupci, saj so zbrane na enem mestu ter

posledično v nižjih iskalnih stroških. Seveda imajo korist tudi prodajalci, saj lahko veliko lažje najdejo potencialne kupce za svoje izdelke. Bistvena prednost pa je v nižjih transakcijskih stroških, saj so lahko le-ti do desetkrat nižji kot pa pri tradicionalnih modelih poslovanja (Radoš, 2001, str. 36).

4.1.2.1. E - TRŽNICE

Trenutno obstaja na internetu skoraj dva tisoč B2B elektronskih tržnic oz. spletnih strani na katerih se srečujejo potencialni kupci in prodajalci in trgujejo med seboj z različnimi izdelki in storitvami. On-line tržnice, ali B2B (business to business) tržnice so javno dostopne internetne strani, kjer se srečuje ogromno prodajalcev in kupcev z namenom, da bi trgovali med seboj. E-tržnice predstavljajo idealno mesto za menjavo saj zblížujejo dobavitelje, prodajalce in kupce; podjetjem ponujajo tudi vstopno točko v novo ekonomijo; na novo pa bodo tudi definirale poslovne odnose in medsebojna razmerja med podjetji. Gartner Group predvideva, da bo v tem letu od 7.500 do 10 tisoč spletnih tržnic B2B, kjer bodo lahko vsa podjetja kupovala in prodajala najrazličnejše izdelke in storitve, nekatera pa bodo takšne tržnice gostila. E-tržnice naj bi imele leta 2004 37-odstotni delež v celotnem e-poslovanju B2B. Pri Forresterju predvidevajo, da bo vrednost transakcij, opravljenih prek e-tržnic, zrasla s 54 milijard v letu 2000 na 1.400 milijard v letu 2004 (B2B To Offer Productivity Gains Of Up To 50 Percent, 2001).

Kljub temu, da so B2B tržnice še v povojih, imajo velik potencial, da vodijo B2B revolucijo saj združujejo udeležene partnerje s podobnim poslovnim interesom. Kupcem in prodajalcem ponujajo in omogočajo znatno zmanjšanje transakcijskih stroškov, spodbujajo prodajo, skrajšujejo distribucijske procese, izboljšujejo dostavo in poprodajne servise.

Elektronsko poslovanje in vse širša uporaba interneta vodita k vse večji globalizaciji poslovanja; k odpiranju in povezovanju tržišč, zato bo vključevanje organizacij na različne elektronske tržnice kmalu postalo nujno (Pucihar, 2002, str. 172).

5. SLOVENIJA IN ELEKTRONSKO POSLOVANJE V GLOBALNEM GOSPODARSTVU

5.1. VPLIV MAKROEKONOMSKIH RAZMER SLOVENSKEGA GOSPODARSTVA NA UVAJANJE ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA

Tudi v Sloveniji informacijsko-komunikacijska dejavnost sodi med najbolj propulzivne dejavnosti, ki v obdobju zadnjih šestih let beleži nadpovprečne rezultate poslovanja. Po podatkih Urada za makroekonomske analize in razvoj, je bilo lansko leto v 1025 gospodarskih

družbah na področju informacijsko-komunikacijskih dejavnosti skupaj 10.746 zaposlenih, kar predstavlja 2.3-odstotni delež v celotni zaposlenosti gospodarskih družb v Sloveniji, in je lani ustvarilo 5% celotne dodane vrednosti vseh gospodarskih družb. Dodana vrednost na zaposlenega v informacijsko-komunikacijskih dejavnosti je lani tako za 116% presegla povprečje dodane vrednosti na zaposlenega celotnega gospodarstva oziroma za 123% povprečje dodane vrednosti na zaposlenega v predelovalnih dejavnostih. Poleg neposrednega vpliva, ki zadeva krepitev deleža dejavnosti z visoko dodano vrednostjo, je pomemben predvsem njihov posredni vpliv na gospodarsko rast preko povečevanja produktivnosti drugih sektorjev (Bednaš, 2002, str. 64).

Celotna gospodarska gibanja v letu 2001 kažejo, da se je rast bruto domačega proizvoda v primerjavi z letom 2000 upočasnila za 1.1 odstotne točke in je znašala 3.0 odstotka. Na podlagi ocenjenih gibanj osnovnih agregatov potrošnje je pričakovati, da se bo rast bruto domačega proizvoda leta 2003 ponovno začela krepiti in bo znašala okoli 4.3% (Bednaš, 2002, str. 15).

Gospodarska gibanja v letu 2001 v veliki meri zaznamuje tudi povečana negotovost v zunanjem okolju, ki se zaradi odprtosti slovenskega gospodarstva razmeroma hitro prenaša tudi v domače okolje. Poleg tega so tudi cenovna gibanja v prvih mesecih leta 2001 okrepila inflacijska pričakovanja. Povprečna letna inflacija je v letu 2001 znašala 8.4% in je bila nižja kot v letu 2000, ko je znašala 8.9%. Zaradi inflacijskih pričakovanj in vpliva notranjih dejavnikov na inflacijo, ki se nanaša na državno urejanje cen, tudi v tem letu ni pričakovati, da bo letna raven povprečne inflacije padla pod 8.4%. Za znižanje povprečne inflacijske stopnje v letu 2003 na 5%, bo potrebno usklajeno delovanje fiskalne, denarne in dohodkovne politike. Prehod na nižjo raven inflacije v prihodnjih letih pa bo odvisen tudi od zunanjih dejavnikov: gibanja uvoznih cen, predvsem ključnih strateških surovin, gibanja medvalutnih razmerij na svetovnih denarnih trgih ter gibanja tečaja tolarja (Bednaš, 2002, str. 17).

Na Euromoneyjevi lestvici deželnega tveganja, ki je bila objavljena marca 2001, je Slovenija uvrščena med štirideset držav, ki veljajo za dežele visokega do zmerno zanesljivega zaupanja. Največje ovire pri izboljšanju razvrstitve predstavljajo nekateri kazalniki dostopa na kapitalske trge, in sicer dostop do tujih finančnih institucij na domači trg, nezadostna privlačnost investicijskih spodbud za tuje investitorje, dostop domačih podjetij na tuje trge kapitala ter nezadostna transparentnost vladnih namer (Bednaš, 2002, str. 36).

Dejstvo je, da je Slovenija majhno gospodarstvo, ki je lahko uspešno le, če je odprto za tujo konkurenco. Najpomembnejša razsežnost konkurenčnosti je podjetniška inovativnost, kar pomeni, da se morajo podjetja s problemom konkurenčnosti spopadati sama, medtem, ko se vloga države omeji (Svetličič, 1996, str. 376).

5.2. TELEKOMUNIKACIJSKA INFRASTRUKTURA IN KONKURENČNOST GOSPODARSTVA V SLOVENIJI

Zaradi nujnosti dohitevanja razvojne stopnje razvitih držav in ohranjanja konkurenčnosti celotnega gospodarstva, je v Sloveniji potrebno dokončati proces privatizacije podjetij in liberalizacije telekomunikacij.

Začetki telekomunikacijske dejavnosti na ozemlju Slovenije segajo v čas neposredno po odkritju telegrafa oziroma telefona. Slovenija v preteklosti ni imela svojih državnih telekomunikacijskih organov, zato tudi ne tradicije za vodenje telekomunikacijske politike. Po osamosvojitvi je bila ustanovljena Uprava Republike Slovenije za telekomunikacije kot organ v sestavi Ministrstva za promet in zveze (Nacionalni program razvoja telekomunikacij, 2001).

Danes so slovenske telekomunikacije močno vpete v evropski prostor in prek njega v svetovnega. Prevelik zaostanek za Evropo pomeni izključitev iz kroga držav s hitrim družbenim in ekonomskim razvojem, zato velja, da morajo slovenske telekomunikacije slediti evropskemu razvoju s čim manjšim zamikom, če hoče Slovenija v celoti izkoristiti svoje strateške danosti. Z namenom prilagajanja svetovnim trendom liberalizacije in deregulacije telekomunikacijskega trga je bil aprila 2001 sprejet nov Zakon o telekomunikacijah. Slovenski Zakon o telekomunikacijah sledi evropskim smernicam, kar pa je glede na približevanje Evropski uniji tudi nujno.

Ker je bila telekomunikacijska dejavnost v preteklosti monopolno organizirana, ni bilo posebne potrebe, da bi bile cene posameznih storitev usklajene s stroški. Tako v svetu kot pri nas, je bila cena mednarodnih klicev višja v primerjavi s stroški, domača pogovornina pa nižja. Nove tehnike in tehnologije so stroške mednarodnega telekomunikacijskega prometa močno zmanjšale, nesorazmerja med stroški in cenami pa so ostala ali se celo povečala. Zato je za nadaljnji učinkovit razvoj telekomunikacij potrebna liberalizacija trga in prilagoditev tržnim razmeram, ki omogoča konkurenčno ponudbo telekomunikacijskih storitev in oblikovanje konkurenčnih cen (Nacionalni program razvoja telekomunikacij, 2001).

S preureditvijo tarifnih razmerij se srečujejo tudi v svetu, saj so nove tehnike in tehnologije stroške mednarodnega telekomunikacijskega prometa močno zmanjšale, nesorazmerja med stroški in cenami pa so ostala ali se celo povečala. Če bi cenovna razmerja pustili takšna, kot so, bi se na prostem trgu oblikovale razmere, ko bi novi operaterji prevzeli najbolj rentabilne segmente, stari pa bi poslovali z izgubo, ki bi jo morala pokrivati država. Tudi Evropska komisija meni, da preureditev tarifnih razmerij kljub večji konkurenci vsaj na začetku nujno podraži lokalne pogovore (Curwen, 1997, str. 125). V zadnjih nekaj letih si naša država

prizadeva izvesti popolno transformacijo tarifnega sistema in uskladiti tarifno politiko s politiko v razvitih državah.

Prilagajanje pravnega reda pravilom Evropske unije je tudi pogoj za vključitev v Evropsko unijo tudi na področju telekomunikacij, kar je za našo državo prednostna naloga (<http://sigov.si/vrs/slo/vkljucevanje-veu/uvod.html>). Pomen in vpliv, ki ga imajo telekomunikacije na celotno gospodarstvo, ter pojav globalizacije so že sami po sebi silili celotno srednjeevropsko regijo v prilagajanje evropski zakonodaji pred pričetkom pogajanj za članstvo. Poglavje o telekomunikacijah in informacijski tehnologiji je Slovenija že zaprla, problemi pa še vedno ostajajo predvsem pri implementaciji sprejete zakonodaje, privatizaciji Telekoma Slovenije in uskladitvi tarifnega sistema.

Možnosti za popolno liberalizacijo na področju zagotavljanja telekomunikacijskih storitev v Sloveniji so zagotovljene z Zakonom o telekomunikacijah, ki je bil sprejet aprila 2001. V skladu z njim Telekom izgublja status javnega podjetja, ki je imelo do konca leta 2000 monopol nad upravljanjem fiksnega javnega komutiranega telefonskega omrežja in nad izvajanjem obvezne gospodarske javne službe za storitve govorne telefonije in teleksa. Javno podjetje naj bi bilo preoblikovano v enem letu po uveljavitvi novega Zakona o telekomunikacijah. Namen tega zakona je (Uradni list RS, št. 30/01):

- zagotoviti konkurenco na trgu telekomunikacijskih storitev in omogočiti zanesljive telekomunikacijske storitve, katerih ponudba bo usklajena s pričakovanji in potrebami uporabnikov,
- zagotoviti univerzalne telekomunikacijske storitve vsem po dostopni ceni, vključno s potrebami po nujnih storitvah,
- zaščititi interese uporabnikov telekomunikacijskih storitev vključno z varstvom tajnosti in zaupnosti v telekomunikacijah,
- zagotoviti in pospeševati učinkovitost in konkurenco med operaterji,
- izkoristiti nastajajoče tehnologije,
- varovati interese varnosti in obrambe države.

Za ustvarjanje konkurenčnih razmer na domačem trgu bo tako treba poleg zakonske osnove zagotoviti tudi take pogoje, ki bodo spodbudili vsaj enega tujega konkurenčnega ponudnika za investicije v Sloveniji. Trenutno komercialni ponudniki, ki nastajajo z razvojem interneta skoraj izključno z domačim kapitalom, obvladujejo del trga telekomunikacijskih storitev, vendar sta njihova moč in vpliv sorazmerna vložnemu kapitalu in je nemogoče pričakovati, da bodo Telekomu Slovenije kadarkoli konkurirala.

Osrednja naloga slovenskega gospodarstva je izboljšanje konkurenčne sposobnosti in inovativnosti, ki bo dosežena z ofenzivnim prestrukturiranjem podjetniškega sektorja ter pospešenim razvojem informacijske tehnologije in infrastrukture. Glede na doseženo stopnjo

razvoja v Sloveniji bo potrebno še dokončati proces tranzicijskega prestrukturiranja podjetniškega, zlasti finančnega in infrastrukturnega sektorja, oblikovanje fleksibilnejšega trga delovne sile, odpravljanje administrativnih ovir za domače in tuje naložbe ter spodbujanje tehnološkega razvoja in večjih vlaganj v človeške vire, ki so glavni vzvod pospeševanja konkurenčnosti (Bednaš, 2001, str. 148).

Oblike državne pomoči so vse do sedaj v Sloveniji v veliki meri služile kot mehanizem reševanja socialnih napetosti v propadajočih velikih podjetjih ter za pokrivanje rednih stroškov poslovanja, v manjši meri pa za pospeševanje aktivnosti z razvojno komponento. Tehnološki razvoj in razvoj proizvodov v Sloveniji je podpovprečen, ker se slovenska tehnološka politika kot del sektorskih politik zaenkrat bolj usmerja na inovacijsko strategijo preživetja kot na agresivno inovacijsko strategijo. Ovire pri uvajanju inovacij predstavljajo zlasti nezadostni kadri za raziskave in razvoj, preveliki stroški prototipov, finančno prezahtevno sodelovanje z inštituti in univerzo, pa tudi nezaupanje in ovire pri sodelovanju podjetij v konzorciju (Bednaš, 2001, str. 148).

Poleg odprave navedenih slabosti bi bilo smiselno, da bi Slovenija tudi preko fiskalne politike sprejela inovacijam ugoden fiskalni sistem ter dogradila sistem, ki bo omogočal razvoj in pripravo tehnološkega nadzora, povečanje mobilnosti raziskovalcev, spodbujanje strateškega povezovanja podjetij in nenazadnje tudi promocijo inovacijskih koristi. Smiselna razvojna politika, ki se nanaša na pospešena vlaganja v človeški dejavnik, raziskave, tehnološki razvoj ter v razvoj informacijske infrastrukture in novih storitev, se bo neposredno odražalo na dinamični gospodarski rasti ter v povečani konkurenčnosti slovenskega gospodarstva (Bednaš, 2001, str. 154).

5.3. DIGITALNI RAZKORAK

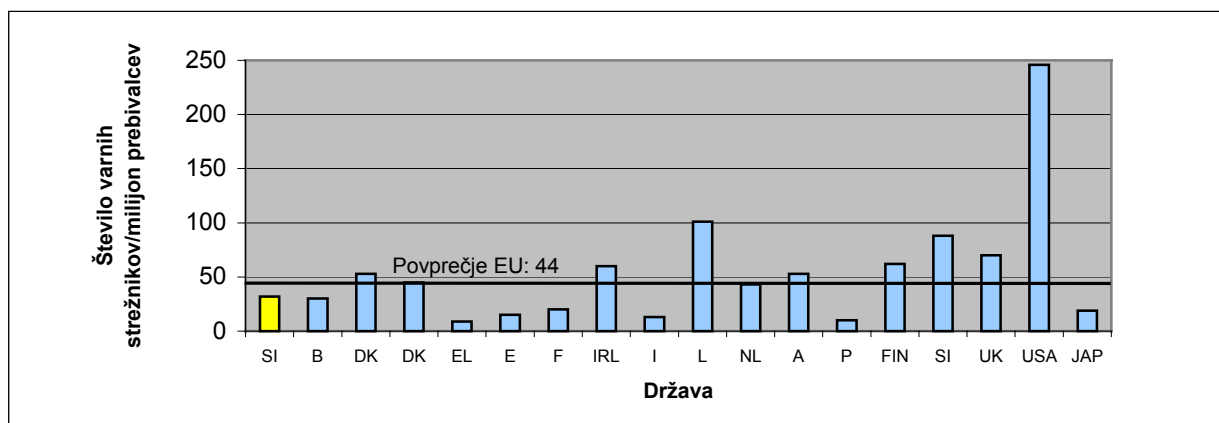
V Sloveniji je digitalni razkorak razmeroma velik, vendar podoben drugim razvitim državam. Najmočnejši vpliv ima izobrazba, sledita starost in dohodek. Tako npr. je med osebami z osnovno ali poklicno šolo 10% uporabnikov interneta, s srednjo 30%, z višjo 45%, med osebami z visoko izobrazbo pa 70%. Določen vpliv imajo tudi delovni status, tip naselja, zakonski stan, kar je vse večinoma posledica dejavnikov dohodka, izobrazbe in starosti. Razlike pa obstajajo tudi glede spola in regij.

Pomemben razlog za razkorak so predvsem razlike v uporabi interneta od doma, ki je običajno predpogoj za aktivno uporabo interneta. Podrobna analiza ovir pa pokaže osem socio-demografskih skupin, ki navajajo specifične razloge za neuporabo. V grobem prevladujejo stroški (predvsem stroški opreme, deloma tudi tekoči stroški), pomanjkanje vsebin ter predsodki. Eksplicitno nezanimanje za uporabo interneta od doma pa je izjemno

nizko. Zmanjševanje digitalnega razkoraka v Sloveniji bi zato veljalo v prvi vrsti usmeriti predvsem v vzpodbujanje nakupa PC-ja (davčne olajšave), pospešeno izdelavo javnih vsebin ter v izobraževalni sistem.

Pri ugotavljanju digitalnega razkoraka med Slovenijo in članicami EU si lahko pomagamo z različnimi podatki. Podatki o številu varnih strežnikov na milijon prebivalcev kažejo, da jih je bilo v Sloveniji v začetku leta 2000 dvaintrideset, kar kaže, da zaostajamo za povprečjem Evropske unije, ki ima štiriinštirideset varnih strežnikov na milijon prebivalcev. Trend v registriranju domen v svetu in v Sloveniji je približno enak in kaže eksponentno hitrost naraščanja registriranih domen, odstotek gospodinjstev z dostopom do interneta od doma pa nas uvršča v spodnjo tretjino primerjalnih držav Evropske unije. Število varnih strežnikov na milijon prebivalcev, odstotek prebivalstva, ki redno uporablja internet ter njuna primerjava z državami in povprečjem Evropske unije so prikazani na spodnjih slikah (<http://www2.gov.si/mid/mid.nsf>).

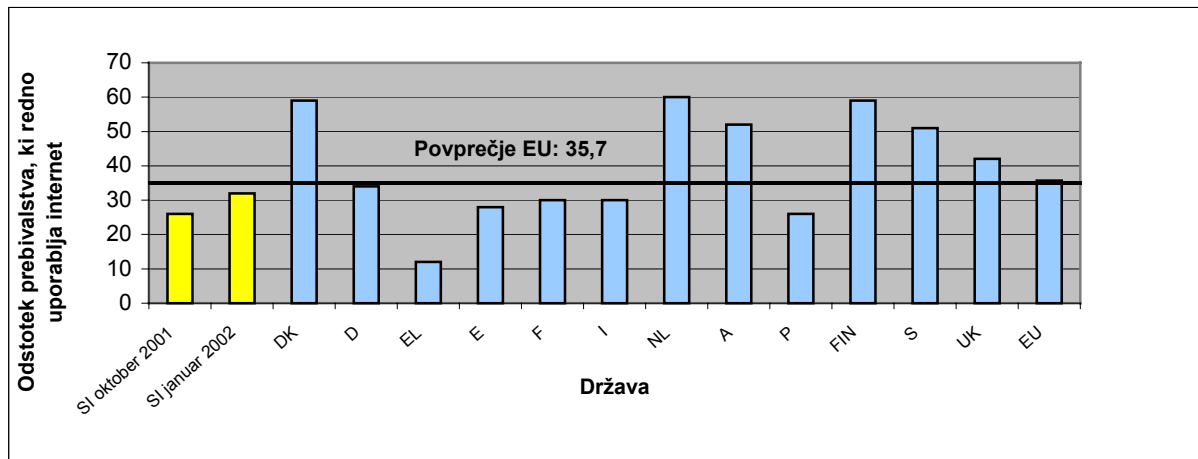
SLIKA 3: Število varnih strežnikov na milijon prebivalcev



Vir: Temeljni indikatorji eEurope+, 2001 in <http://www.ris.org>.

Število varnih strežnikov v Sloveniji je v začetku leta 2000 znašalo 32 na milijon prebivalcev, kar nas uvršča ob bok državam kot sta Belgija in Nizozemska. Največje število varnih strežnikov na milijon prebivalcev imata ZDA in Luksemburg. Manjše število varnih strežnikov na milijon prebivalcev od Slovenije imajo Grčija, Španija Francija, Italija, Portugalska (<http://www2.gov.si/mid/mid.nsf>).

SLIKA 4: Odstotek prebivalstva, ki redno uporablja internet



Vir: Temeljni indikatorji eEurope+, 2001, <http://www.ris.org>.

Po podatkih raziskave RIS (Raba interneta v Sloveniji, 2002) iz januarja 2002 je približno 32% vprašanih oseb izjavilo, da mesečno uporabljajo Internet, 27% pa jih je odgovorilo, da Internet uporabljajo tedensko. V Sloveniji je bilo oktobra 2001 26% uporabnikov Interneta. V primerjavi rezultatov raziskave RIS iz oktobra 2001 in januarja 2002 je opaziti, da število uporabnikov Interneta v Sloveniji narašča. Rezultati jesenske ocene (2000) Eurobarometra kažejo, da je bilo v EU 26% aktivnih uporabnikov Interneta, v februarju 2001 pa je število naraslo na 35,7%.

Digitalni razkorak obstaja tudi med podjetji - tistimi, ki so povezana v internetno omrežje in tistimi, ki niso. Študije srednje velikih podjetij (izvajala jih je International Data Corporation) in poslovnega sektorja (izvajala jih je Boston Consulting Group) kažejo, da dostop do interneta v podjetjih ni več problematičen, vendar je treba pospešiti aktivno uporabo med zaposlenimi. Avstrijci na primer poročajo, da ima 90% vseh njihovih podjetij dostop do interneta, vendar ga redko kje aktivno uporabljajo (Aicholzer in Schumtzer, 2000). Podobno je tudi v Sloveniji, kar lahko vidimo iz anket projekta RIS med slovenskimi podjetji.

Uvajanje elektronskega poslovanja daje gospodarstvu veliko poslovnih priložnosti. V podjetjih obstaja močan komercialni interes za elektronsko povezovanje, saj jim uporaba spletnih trgovin, elektronske nabave, elektronskih dražb in drugih storitev elektronskega poslovanja omogoča hitrejši razvoj, učinkovitejše poslovanje, zmanjševanje stroškov ter pridobivanje novih trgov.

5.4. PRIPRAVLJENOST NA ELEKTRONSKO POSLOVANJE V SLOVENSКИH PODJETJIH

Počasen proces privatizacije je v Sloveniji povzročil, da so podjetja dlje časa ostala v družbeni lasti, kar pomeni, da so imeli delničarji majhen vpliv na poslovanje, kar ima za posledico zaostanek v razvoju za razvitimi državami (Kovačič, 2000, str. 516). Tudi svet elektronskega poslovanja vstopa v Slovenijo s precejšnjim časovnim zamikom. Slovenija zaostaja za EU po zmogljivosti informacijsko-komunikacijske infrastrukture, po regulativni kakor tudi po institucionalni urejenosti tega področja, ki jo narekuje enotni trg EU. Za hiter razvoj informacijsko-komunikacijske infrastrukture so potrebne velike naložbe, ki jih lahko država bolj kot z neposrednim financiranjem spodbudi z bolj tržno naravnano regulativo ter z zagotavljanjem stabilnih in preglednih pogojev za delovanje telekomunikacijskega trga. Regulativo je potrebno prilagoditi v smeri večje preglednosti in fleksibilnosti ter ustanoviti neodvisni regulativni organ za telekomunikacije, kar je predpogoj za pritegnitev potencialnih investitorjev.

Da bi Slovenija zmanjšala zaostanek za državami EU ter vzpostavila predpogoje za učinkovito delovanje podjetij, javne uprave in državljanov v razmerah informacijske družbe, bo država delovala v skladu z naslednjimi ključnimi usmeritvami (Informacijsko - komunikacijska infrastruktura, 2001):

- Liberalizirati trg telekomunikacijskih storitev ob zagotavljanju varnosti poslovanja udeležencev na trgu in privatizirati dominantnega operaterja;
- Čimprej posodobiti telekomunikacijsko omrežje, vključno z naročniškimi zankami, s skupnimi vlaganji privatnega sektorja, zunanjih investitorjev oziroma strateških partnerjev in države;
- Zagotoviti dostop do javnega telekomunikacijskega omrežja na osnovi odprtega univerzalnega dostopa in zagotoviti medomrežne povezave;
- Omogočiti hiter dostop do interneta po konkurenčnih cenah celotnemu prebivalstvu, vključiti širše segmente družbe v izkoriščanje storitev interneta in posebej spodbujati dostop za posebne skupine (mladi, starejši, invalidi).

Mnogi poudarjajo, da gre veliko krivde za zaostanek v razvoju pripisati državi sami in njenemu razporejanju proračuna. Za informatiko in informacijsko tehnologijo se letno nameni manj kot 1% celotnega državnega proračuna, ki je v letu 2001 znašal 1.144.579 mio SIT medtem ko se v razvitih evropskih državah ta prispevek giblje od 4% do 8%. Tudi v podjetjih je vlaganje v razvoj informatike manjše, kot bi bilo potrebno, saj kar v dveh tretjinah naših organizacij vlagajo manj kot 2 odstotka prihodka, takšnih, ki bi presegle petodstotni prag pa je le 5%. Ne le, da so vlaganja premajhna, ampak so tudi neustrezna (Vehovar, 1999).

Seveda pa to še zdaleč niso vse ovire pri hitrejšem razvoju elektronskega poslovanja. Prav gotovo je razvoj interneta tudi rezultat omejitev, ki izhajajo iz majhnosti države in njene kulture (Vehovar, 1999). Naj naštejemo nekatere od omejitev:

- številčnost uporabe slovenskega jezika, je trajna in takorekoč nerešljiva, slovenski internet je vsebinsko razmeroma skromen, zato njegovi uporabniki večinoma obiskujejo tuje strežnike,
- sposobnost družbe za posvojitev novih tehnologij (pomanjkanje organizacijske kulture, zaprtost ter odsotnost informacijske tehnologije,
- vprašljiva je tudi izobrazbena struktura slovenskega prebivalstva, saj zaenkrat še močno primanjkuje strokovnjakov z informacijskimi znanji,
- interdisciplinarnost je v Sloveniji bolj izjema kot pravilo, tako v izobraževalnih, znanstveno-raziskovalnih in javnih institucijah kot v podjetjih.

Kljub temu pa najdemo tudi v Sloveniji zelo perspektivna podjetja, ki so se resno začela ukvarjati z uvajanjem elektronskega poslovanja in imajo jasno oblikovane načrte za prihodnost. Na internetu sem našla nekaj zanimivih ugotovitev raziskave z naslovom Priložnosti in težave elektronskega poslovanja prek interneta v organizacijah v Sloveniji. Ugotovili so, da ima elektronsko poslovanje v sedanjem poslovanju v podjetjih pomembno vlogo, kar meni skoraj 69 odstotkov anketirancev (Pucihar, 1999). To potrjujejo številne aktivnosti, ki se odvijajo v organizacijah v Sloveniji. V Sloveniji lahko najdemo že kar lepo število primerov uspešne uporabe elektronskega poslovanja, kot na primer v Zavodu za zdravstveno zavarovanje, Agenciji za plačilni promet, Petrolu, Carinski upravi, Luki Koper in drugih (Pucihar, 1999).

V podjetju Petrol uporabljajo sodobne informacijskih tehnologije v vseh delih poslovnega procesa, kjer prihaja do sodelovanja s poslovnim partnerjem. Aplikacije za elektronsko poslovanje so sestavni del Petrolovega informacijskega sistema in so z njim tesno integrirane. Sama arhitektura informacijskega sistema omogoča relativno enostavno izgradnjo sistemov za elektronsko poslovanje v razvoju katerega vidijo eno od konkurenčnih prednosti podjetja. Dobaviteljem trgovskega blaga na bencinske servise oziroma skladišča omogočajo internet dostop do podatkov o zalogah (trenutna, minimalna, ..) za artikle, ki jim jih dobavljajo. Na tak način želijo, da dobavitelj postane partner, ki lahko aktivno sodeluje v nabavnem delu trgovskega procesa. Dobavitelji lahko s Petrolom tudi računalniško izmenjujejo podatke o fakturah za trgovsko blago. Postopek vnosa fakture, likvidacije in knjiženja je popolnoma avtomatiziran. V obratni smeri pa se lahko bencinski servisi povežejo s svojimi dobavitelji in distributerji za trgovsko blago ter tako elektronsko naročajo blago in potrjujejo nabave. Vsem uporabnikom Petrolove kartice je omogočen dostop do podatkov o nakupih vključno s podatki o kupljenih artiklih oziroma storitvah. Poslovni partnerji pa lahko do istih informacij pridejo tudi preko računalniške izmenjave podatkov (Radoš, 1999, str. 36).

Iz rezultatov raziskave Priložnosti in težave elektronskega poslovanja prek interneta v organizacijah v Sloveniji je razvidno, da se anketirani v Sloveniji strinjajo, da elektronsko poslovanje vpliva na prenavljanje poslovanja, kar je potrdilo 84 odstotkov anketiranih. Skoraj 69 odstotkov anketiranih pa meni, da je vodstvo v njihovem podjetju dovolj dobro obveščeno, da se bo lahko spoprijelo z izzivi, ki jih prinaša elektronsko poslovanje (Pucihar, 1999).

Rezultati nakazujejo, da se večina anketirancev v Sloveniji strinja, da bodo v prihodnosti uspešno poslovala tista podjetja, ki so že začela poslovati elektronsko, kar meni 84 odstotkov anketiranih. 70 odstotkov anketiranih se strinja, da organizacije ne bodo dolgoročno uspešno poslovale, če še niso začele načrtovati uporabe elektronskega poslovanja. Anketirani menijo, da je bolje biti med prvimi na področju uvajanja elektronskega poslovanja kot pa čakati, kaj bodo naredili drugi. To je potrdilo 77 odstotkov anketiranih. Tudi v prihodnosti v organizacijah v Sloveniji načrtujejo izrabo priložnosti elektronskega poslovanja, kar je potrdilo 84 odstotkov predstavnikov organizacij (Pucihar, 1999). Izkazalo se je, da v podjetjih trenutno že izrabljajo prednosti elektronskega poslovanja predvsem na področju informatike, kar je potrdilo 82 odstotkov anketirancev, in na področju povezanosti med oddelki, kar je potrdilo več kot 64 odstotkov anketirancev. Na ostalih področjih, kot na primer na področju prodaje, trženja, računovodstva in financ, nabave, logistike in na drugih področjih, pa se prednosti elektronskega poslovanja trenutno še ne izrabljajo v večji meri. Iz navedenih področij izstopata področji trženja in prodaje, kjer približno polovica anketirancev meni, da trenutno v njihovih organizacijah že izrabljajo prednosti elektronskega poslovanja na teh področjih (Pucihar, 1999).

Uveljavljanje informacijske tehnologije ter uvajanje elektronskega poslovanja daje gospodarstvu veliko poslovnih priložnosti. Omogoča zmanjševanje stroškov poslovanja, pridobivanje novih virov dohodkov in izboljšanje odzivnega časa pri izvajanju poslovnih procesov. Vedno bolj se zastavlja vprašanje nujnosti in časa uveljavljanja. Pred odločitvijo o elektronskem poslovanju ima podjetje dve izbiri. Lahko prevzame pobudo in izkoristi možnosti, ki jih nudi elektronsko poslovanje, ali pa se odloči, da bo počakalo dokler ne bo v širši uporabi. Vendar pa se je pri tem potrebno zavedati, da bodo pasivni na področju elektronskega poslovanja tvegali, da bodo na daljši rok – zaradi izgubljenih priložnosti manj uspešni.

Globalna raziskava o pripravljenosti na e-poslovanje McConnell International iz avgusta 2000 je vključila 42 razvijajočih se ekonomij, med njimi Slovenijo. Zanja ugotavlja le zmerno pripravljenost za e-poslovanje. Posebno kritično je področje neugodnega splošnega okolja za e-poslovanje (Risk E-Business, 2000).

5.5. NADALJNI RAZVOJ ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA V SLOVENIJI

Za uspešen prehod v informacijsko družbo je potrebno združiti moči vseh državljanov in poskrbeti za čim širši družbeni konsenz, ki pomeni tudi spreminjanje obstoječih življenjskih vzorcev in iskanje novih. Veliki infrastrukturni problemi in s tem povezane investicije, ki pri prehodu v informacijsko družbo pestijo velike države, lahko ob ustrezni politiki, Sloveniji

omogočijo hitrejšo prilagajanje novim možnostim. Zato je ravno majhnost Slovenije v soočenju z izzivi informacijske dobe lahko prednost (Eposlovanje v javni upravi RS, 2001, str. 1).

Podatki o razvitosti dejavnikov pripravljenosti na elektronsko poslovanje v Sloveniji kažejo, da se vse več ljudi zanima za storitve informacijske družbe. Po podatkih iz začetka marca 2002 je v Sloveniji 570.000 aktivnih (mesečnih) uporabnikov interneta, od tega 470.000 tedenskih in 317.000 dnevnih (tistih, ki internet uporabljajo vsak ali skoraj vsak dan) (Raba interneta v Sloveniji, 2002).

Pomembno vlogo pri uvajanju storitev informacijske družbe med fizične in pravne osebe imata Center vlade RS za informatiko in Ministrstvo za informacijsko družbo, ki skrbita za uvajanje elektronskega poslovanja v javno upravo. Poleg nudenja informacij o postopkih in storitvah javne uprave, bo v prihodnje mogoče tudi opravljanje samih storitev preko spleta, kar bo izboljšalo učinkovitost poslovanja javne uprave, skrajšalo čakalne vrste in posredno vplivalo na širitev in sprejemanje elektronskega poslovanja med fizičnimi in pravnimi osebami.

Kljub naraščanju zanimanja za elektronsko poslovanje, Slovenija v primerjavi z Evropsko unijo zaostaja v stopnji rasti rabe interneta, kar se kaže v številu varnih strežnikov na milijon prebivalcev, odstotku gospodinjstev z dostopom do interneta in številu uporabnikov interneta. Zato je za uspešno uresničitev strategije dohitevanja razvitih držav, potrebno odpraviti obstoječe ovire, ki se nanašajo na liberalizacijo telekomunikacij, varnost poslovanja in mednarodno pravno ureditev elektronskega poslovanja, vlaganja v izobraževanje ter investiranje v inovativna, hitro rastoča podjetja. Konkurenčna ponudba telekomunikacijskih storitev bo vplivala na znižanje stroškov elektronskega poslovanja, z dosledno pravno ureditvijo se bo povečalo zaupanje v elektronsko poslovanje, strokovno usposobljeni ljudje ter inovativen, podjetniški sektor, pa so nosilci ekonomskega razvoja in konkurenčnosti gospodarstva. Vsi ti dejavniki pa bodo omogočali konkurenčnost slovenskega gospodarstva in podjetij na globalnem trgu.

6. SKLEP

V zadnjem času smo priča vedno večjim in hitrejšim spremembam v družbeno-ekonomskem okolju, ki zahtevajo od držav, podjetij in posameznikov vedno večjo odzivnost in pripravljenost na spremembe in prilagoditve, ki omogočajo ohranjanje konkurenčnosti na globalnih trgih.

Proces globalizacije je v veliki meri povezan tudi z vedno hitrejšim razvojem informacijsko-komunikacijske tehnologije, ki se na vseh področjih vpleta v poslovanje in vsakdanje življenje ter podjetjem odpira nove možnosti za tako imenovano elektronsko poslovanje, ki pa ni le nadomestek tradicionalnim oblikam poslovanja, temveč le-te dopolnjuje in omogoča nov razvoj. Razvoj informacijske tehnologije in liberalizacija telekomunikacij so dejavniki, ki so ob sprostitvi tokov kapitala olajšali in pospešili globalizacijo poslovanja. Pri tem v svetu obstajajo razlike med državami in socio-demografskimi skupinami, ki se lahko zaradi slabših pogojev za razvoj informacijske družbe lahko še poglobijo.

Tudi za slovensko gospodarstvo je potrebno čim hitreje uvajanje in sprejem novih načinov poslovanja ter razvoj okolja, ki bo lahko hitro sprejemalo razvoj tehnologije in se na ta način čim bolje vpletalo v svetovno gospodarstvo ter še povečalo in ohranjalo svojo konkurenčnost. Naloga države v teh procesih je, da omogoča pogoje v katerih se lahko podjetja in posamezniki čimbolje vključujejo v poslovanje.

Pomemben razlog za hitri razvoj trga na internetu je doprinesla tudi tehnološka revolucija: stroški informacijske opreme stalno padajo, informacijska tehnologija je enostavna za uvajanje in uporabo ter nudi podporo odprtim standardom. Poleg tega pa internetna tehnologija omogoča nezapleteno povezovanje informacijske tehnologije za elektronsko poslovanje z obstoječim informacijskim okoljem v organizaciji in lahko ohranja obstoječe uporabniške vmesnike.

Elektronsko poslovanje vnaša spremembe na vseh področjih in funkcijah v podjetjih, predvsem izrazite pa so na področju prodaje in trženja. V večini slovenskih podjetij se zavedajo pomembnosti elektronskega poslovanja pri ohranjanju konkurenčnosti na globalnih trgih.

Ugotovimo lahko, da ima razvoj elektronskega poslovanja odločilno vlogo pri uveljavljanju in razvoju globalizacije, saj omogoča lažje povezovanje in komunikacijo ter s tem zmanjšuje dejanske razdalje med gospodarskimi subjekti. Elektronsko poslovanje je ključnega pomena za gospodarski razvoj in ohranjanje konkurenčnosti regij, nacionalnih gospodarstev in podjetij.

Gospodarska gibanja v Sloveniji kažejo, da informacijska dejavnost v zadnjih letih beleži nadpovprečne rezultate poslovanja. Vendar še vedno prihaja do zaostajanj za vodilnimi gospodarstvi Evropske unije, zato bo potrebno odpraviti obstoječe ovire in omogočiti nadaljnji konkurenčni razvoj slovenskega gospodarstva.

7. LITERATURA

1. Arestis Philip, Baddeley Michelle, McCombie John: What Global Economic Crisis? Hampshire, New York: Palgrave Publishers Ltd., 2001. 258 str.
2. Bednaš Maja: Pomladansko poročilo 2001. Analiza gospodarskih gibanj v letu 2000 in napovedi za obdobje 2001 do 2003. Ljubljana: Urad za makroekonomske analize in razvoj, 2001. 206 str.
3. Bednaš Maja: Pomladansko poročilo 2002. Analiza gospodarskih gibanj v letu 2001 in analitična utemeljitev pomladanske napovedi gospodarskih gibanj v letih 2002 in 2003. Ljubljana: Urad za makroekonomske analize in razvoj, 2001. 176 str.
4. Branch Alan: Export practice and Management. 4.ed. London: Thomson Learning, 2002. 498 str.
5. Bučar Maja: Razvojno dohitevanje z informacijsko tehnologijo? Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, 2001. 267 str.
6. Caf Dušan: Deregulacija telekomunikacij in gospodarska rast. Sedma delavnica o telekomunikacijah, Brdo pri Kranju, 1998. str. 1–3.
7. Cohan Peter: E-leaders. Oxford: Capstone Publishing, 2002. 112 str.
8. Daniels Peter W.: Human Geography: Issues for the 21. Century. Harlow: Prentice Hall, 2001. 561 str.
9. Dekleva Saša: Globalizacija: ovire in prednosti. Uporabna informatika, Ljubljana, 1999. str. 5 – 13.
10. Jerman Blažič Borka: Elektronsko poslovanje na internetu. Ljubljana: Gospodarski vestnik, 2001. 206 str.
11. Kranjec Marjan: Elektronsko poslovanje in globalizacija – strateška usmeritev vključevanja v Evropsko unijo. Organizacija, Kranj, 33 (2000), 3, str. 158-159.
12. Kumar Andrej: Mednarodna ekonomika. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1999. 252 str.
13. Lawler Kevin, Seddighi Hamed: International Economics – Theories, Themes and Debates. Harlow: Pearson Education Limited, 2001. 408. str.
14. McKeown Patrik G.: Information Technology and the Networked Economy. Hartcourt: Orlando, 2001. 395 str.
15. Mrkaić Mičo: Razumevanje Nove ekonomije. Organizacija, Kranj, 33 (2000), 9, str. 601-610.
16. Nash John C.: Practical forecasting for managers, London: Oxford University Press, 2000. 3 str.
17. Nordstrom Kjell, Ridderstrale Jonas: Ta nori posel. Ljubljana: GV založba, 2001. 256 str.
18. Porter E. Michael, et al.: The Global Competitiveness Report 2001 – 2002. New York. Oxford: Oxford University Press, 2002. 446 str.
19. Pucihar Andreja: Poslovanje organizacij na elektronskih tržnicah: dosedanje izkušnje in spoznanja iz raziskav. Kranj: Organizacija, 35 (2002), 3, str. 166 – 172.
20. Radoš Škrt: Elektronsko poslovanje med podjetji. Sistem priloga revije Monitor, Ljubljana, 1999. str. 35 – 37.
21. Radoš Škrt: Poslovanje B2B se povečuje.. Finance. Ljubljana. 17.04.2001. str. 12.

22. Starc Urška: Po prvem Merkurjevem dnevu za razvoj elektronskega poslovanja. Gospodarski vestnik, Ljubljana, 1999. 240, str. 1.
23. Svetličič Marjan: Svetovno podjetje. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče, 1996. 452 str.
24. Toplišek Jože: Elektronsko poslovanje. Ljubljana: Atlantis 1998. 336 str.
25. Österle Hubert, Fleisch Elgar, Alt Reiner: Business Networking. Berlin, 2001. 255 str.

8. VIRI

1. Bela knjiga – Elektronsko poslovanje malih in srednje velikih podjetij. [URL:<http://www.drustvo-informatika.si/publikacije/belaknjiga/tema2.html>], maj 2001.
2. B2B To Offer Productivity Gains Of Up To 50 Percent, Forrester Calculates. [URL: <http://www.forrester.com/ER/Press/Release/0,1769,664,00.html>], december 2001.
3. Caf Dušan: Informacijska družba v Sloveniji - v evropskem ogledalu. Komentarji RIS: 2001. [URL:<http://www.ris.org7si/ris/01/teksti/idsi.html>], 12.11.2002.
4. E-Europe+, Skupna prizadevanja za uvedbo informacijske družbe v Evropi. [URL:http://www.gov.si/mid/Dokumenti/Slo/PAID/eEuropePlus_sl.pdf], maj 2001.
5. EITO: European Information Technology Observatory. [URL: http://www.hfusa.com/cebit/exhib_eito.html], 26.08.2002.
6. Electronic research centre: Electronic Commerce. [URL: http://www.eca.org.uk/frameset_edi.htm], 09.09.2002.
7. Human Development Report 2000, UNDP: [URL: http://hdr.undp.org/reports/global/2000/indicator/indicator.cfm?File=indic_405_1_1.html], 01.10.2002.
8. Informacijsko - komunikacijska infrastruktura. ZMAR. [URL: <http://www.sigov.si/zmar/sgrs/pdf-b/5-1-2.pdf>], 01.12.2002.
9. International Survey of E-Commerce 2000. [URL:<http://www.witsa.org/papers/EcomSurv.pdf>], oktober 2000.
10. Malhotra Kamal: Globalisation and the economic growth paradigm: Some implications for labour migration and mobility. [URL:http://www.focusweb.org/focus/library/globalisation_and_the_economic_g.htm], 9.12.2002.
11. Nacionalni program razvoja telekomunikacij. [URL:<http://www2.gov.si/mid/mid.nsf>], februar 2001.
12. New Industry Models – Globalisation. [URL: <http://www.pwcglobal.com/gx/eng/inssol/speint/neweurope/home/industry/industry-globalisation.html>], 29. 10. 2002.
13. Norris Pipa: Digital Divide? Civic Engagement, Information Poverty & the Internet in Democratic Societies.

- [URL:<http://ksghome.harvard.edu/~pnorris.shorenstein.ksg/book.htm>], 19.10.2002.
14. NUA Internet Surveys. [URL: http://www.nua.ie/surveys/index.cgi?f=FS&cat_id=51], 09.11.2002.
 15. Pucihar Andreja: Priložnosti in težave elektronskega poslovanja prek Interneta v organizacijah v Sloveniji.
[URL:<http://ecom.fov.unimb.si/ECOMFrames.nsf/pages/EPOS-Rezultati>], maj 2001.
 16. Raba interneta v Sloveniji: Indikatorji interneta.
[URL:<http://www.ris.org/Indikatorji/domene.html>], maj 2002.
 17. Risk E-Business: Seizing the Opportunity of Global E-Readiness.
[URL:<http://www.mcconnellinternational.com/ereadiness/EreadinessReport.htm>], avgust 2000.
 18. Temeljni indikatorji eEurope+. [URL:<http://www2gov.si/mid/mid.nsf>], november 2002
 19. Temkin D.Bruce: Web Services Boost B2B Collaboration.
[URL:<http://www.forrester.com/ER/Research/Report/Summary/0,1338,14565,FF.html>], 09.10.2002.
 20. Understanding the digital divide. OECD.
[http://www.oecd.org/dsti/sti/prod/Digital_divide.pdf], februar 2001.
 21. Vehovar Vasja: Indikatorji Interneta: Projekcije.
[URL:<http://www.ris.org/indikatorji/projekcije.html>], 10.10.2002.
 22. Victory J. Nancy: Speech.
[URL: http://www.ntia.doc.gov/ntiahome/speeches/2001/alacel_112601.htm], 20.11.2002.
 23. World Investment Report 2002: Transnational Corporations and Export Competitiveness. UNCTAD. [URL: <http://r0.unctad.org/wir/pdfs/fullWIR02/pp1-22.pdf>], 05.12.2002.
 24. Zakon o telekomunikacijah (Uradni list RS, št. 30/2001).