



CMI – Center za metodologijo in informatiko
FDV – Fakulteta za družbene vede, Univerza v Ljubljani
[http:// www.ris.org](http://www.ris.org), email: info@ris.org

RIS2005 - podjetja (#70)

Informacijsko-komunikacijske tehnologije v podjetjih:

- A - spletne strani
- B - programska oprema
- C - e-poslovanje
- D - telekomunikacije
- E - »E-business watch«

Reprezentativna telefonska anketa RIS 2005, ki nadaljuje standardne ankete RIS od 1996, je bila izvedena med 713 slovenskimi podjetji v juniju 2005. Odgovarjali so vodje informatike ali direktorji. Stopnja odgovora za velika podjetja znaša 50%, za srednja 52%, za majhna 37% ter za mikro 33%.

Povzetek:

- Med zaposlenimi v velikih in srednjih podjetjih je slaba tretjina rednih uporabnikov računalniške opreme, med zaposlenimi v mikro ter majhnih podjetjih pa slaba polovica;
- Delež podjetij, ki imajo predstavitveno stran, se je povečal. Letos ima predstavitveno stran že 91% velikih, 87% srednjih, 70% majhnih ter 52% mikro podjetij;
- Vpliv na konceptualno zasnovano spletno strani se prepušča kadrom za marketing ter stike z javnostmi. Ostali zaposleni imajo manj vpliva, kar velja predvsem za večja podjetja;
- Operacijski sistem Microsoft Windows uporabljajo praktično vsa slovenska podjetja, alternativne platforme, kot so Linux, Unix in DOS pa so zastopane predvsem v večjih podjetjih;
- Približno tri četrtine podjetij uporablja e-poslovanje, od tega najmanj velika podjetja;
- Uporaba intrAneta narašča z velikostjo podjetja in znaša za mikro podjetja petino, za velika podjetja pa 70%;
- Približno tretjina podjetij uporablja e-izobraževanje na internetu in/ali intrAnetu;
- Slaba tretjina podjetij, ne glede na velikost, uporablja odprtokodne aplikacije;
- Internetno telefonijo uporablja približno petina majhnih, srednjih in velikih podjetij, ter desetina mikro podjetij. Podjetja, ki uporabljajo internetno telefonijo, opravijo preko interneta dobro desetino domačih ter štiri desetine mednarodnih klicev in faksov;
- Delež ISDN central je najvišji med mikro podjetji (58%), med večjimi podjetji pa jih izpodriva centrex, ki ga uporablja kar polovica velikih podjetij;
- Sisteme za videokonference uporablja štiri desetine velikih podjetij, med manjša podjetja pa te sistemi še niso prodrli;
- Za posredovanje poslovnih informacij uporablja (med drugim) e-pošto slabe štiri petine podjetij, SMS petina podjetij, ostali elektronski mediji pa so manj v uporabi. Kar četrtina velikih podjetij razmišlja o uvedbi posredovanja poslovnih informacij preko MMS.

**Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede
Center za metodologijo in informatiko, Projekt RIS
e-mail: info@ris.org, URL: <http://www.ris.org/>**

**IKT v podjetjih
(#70)**

Avtorja: Vasja Vehovar, Rok Platinovšek

Ljubljana, december 2005

GLAVNE UGOTOVITVE:

1. Metodologija

- Raziskava RIS med podjetji je bila izvedena v juniju/juliju 2005. S tem je bila opravljena že sedma ponovitev, kar omogoča tudi podrobno opazovanje trendov 1996-2005;
- Anketa RIS 05 je, tako kot ankete RIS 98, RIS 99, RIS 00 in RIS 02 potekala po telefonu. Prvi dve anketi, RIS 98 in RIS 97 sta potekali po pošti;
- V izhodiščni vzorčni okvir so bila izbrana vsa velika, srednja in majhna podjetja s prometom na računu, ki so oddala bilanco za leto 2004, ter vzorec (20%) mikro podjetij (podjetja z manj kot pet zaposlenimi);
- Stopnja odgovorov v anketah RIS skozi leta upada in je letos dosegla novo najnižjo vrednost – 42%;
- Nekatere analizirane skupine so majhne, zato je v prikazih vsakič navedena tudi velikost podskupin. Ugotovitev, pridobljenih na skupinah z manj kot 10 enotami, ni mogoče zanesljivo sploševati na populacijo;
- V manjših podjetjih so na anketo odgovarjali predvsem direktorji, v večjih pa vodstveni delavci s področja informatike;
- Večino (od 72% do 90%) podjetij rezultati ankete zanimajo, v primerjavi s prejšnjimi leti se je zanimanje med podjetji nekoliko znižalo;
- Še vedno bi bila večina (54% do 72%) podjetij pripravljena sodelovati v podobni anketi, ki bi se izvajala na internetu, vendar je pripravljenost za sodelovanje v WWW anketi v primerjavi s prejšnjimi leti občutno upadla.

2. Splošno o podjetjih

- Večina mikro (84%) in majhnih (66%) podjetij se nahaja le na eni lokaciji. Med srednjimi in velikimi podjetji pa je glede na leto 2002 prišlo do opaznih sprememb in se tako letos na treh ali več lokacijah nahaja 46% srednjih ter 63% velikih podjetij;
- Med končnimi potrošniki slovenska podjetja realizirajo okrog 40% prihodkov;
- Delež prihodkov, ki jih podjetja realizirajo v tujini, narašča od mikro (5%) k velikim podjetjem (52%);
- Glede na leto 2002 se je zmanjšal delež podjetij, ki so aktivna samo v Sloveniji – več je podružnic tujih podjetij in slovenskih podjetij s podružnicami v tujini. Do večjih sprememb je prišlo med večjimi podjetji;

- Med zaposlenimi v velikih in srednjih podjetjih je slaba tretjina rednih uporabnikov računalniške opreme, med zaposlenimi v mikro ter majhnih podjetjih pa slaba polovica;
- Število osebnih računalnikov v slovenskih podjetjih se je glede na leto 2002 podvojilo;
- Dostop do interneta ima v povprečju 16% zaposlenih v velikih podjetjih, 26% srednjih, 38% v majhnih in 34% zaposlenih v mikro podjetjih.

3. Predstavitvene strani podjetij

- Delež podjetij, ki imajo predstavitveno stran, se je povečal. Letos ima predstavitveno stran že 91% velikih, 87% srednjih, 70% majhnih ter 52% mikro podjetij. O predstavitveni strani še ni razmišljalo 16% mikro ter 7% majhnih podjetij;
- Na konceptualno zasnovano spletno strani ima največ vpliva oddelek (ali oseba) za marketing ter oddelek (ali oseba) za stike z javnostmi. Ostali zaposleni v podjetju imajo manj vpliva, še zlasti med večjimi podjetji.

4. Programska oprema

- Operacijski sistem Microsoft Windows uporabljajo praktično vsa slovenska podjetja. Alternativne platforme kot so Linux, Unix in DOS pa so zastopane predvsem v večjih podjetjih;
- Platformo Linux uporablja 38% velikih, 35% srednjih, 17% majhnih ter 9% mikro podjetij. Še približno petina podjetij je o uporabi že razmišljala.

5. E-poslovanje

- Približno tri četrtine podjetij uporablja e-poslovanje. Delež uporabe je najnižji med velikimi podjetji (62%); tista velika podjetja, ki pa e-poslovanje uporabljajo, ga uporabljajo za največ različnih namenov;
- Podjetja najemajo zunanje izvajalce predvsem za vzdrževanje strojne opreme in omrežij, razvoj programskih aplikacij ter zakup spletnega prostora ali shranjevanje podatkov;
- Uporaba intraneta narašča z velikostjo podjetja in znaša za mikro podjetja petino, za velika podjetja pa 70%;
- Približno tretjina podjetij uporablja e-izobraževanje na internetu in intranetu;
- Slaba tretjina podjetij uporablja odprtokodne spletne brskjalnike ter operacijske sisteme, odprtokodne aplikacije za delo s podatkovnimi bazami pa petina podjetij. Delež uporabe je višji v večjih podjetjih.

6. Telekomunikacije

- Velika podjetja za prenos podatkov med poslovalnicami uporabljajo predvsem nove tehnologije, manjša podjetja pa bolj klasične;
- Internetno telefonijo uporablja približno petina majhnih, srednjih in velikih podjetij, ter desetina mikro podjetij;
- Podjetja, ki uporabljajo internetno telefonijo, opravijo preko interneta dobro desetino domačih ter štiri desetine mednarodnih klicev in faksov;
- Delež ISDN central je najvišji med mikro podjetji (58%), med večjimi pa jih izpodriva centex, ki ga uporablja kar polovica velikih podjetij;
- Sisteme za videokonference uporablja štiri desetine velikih podjetij, med manjša podjetja pa te sistemi še niso prodrli;
- Za posredovanje poslovnih informacij uporablja (med drugim) e-pošto slabe štiri petine podjetij, SMS petina podjetij, ostali elektronski mediji pa so manj v uporabi. Kar četrtna velikih podjetij razmišlja o uvedbi posredovanja poslovnih informacij preko MMS.

KAZALO

1	Metodologija.....	8
1.1	Vprašalnik in potek anketiranja	8
1.2	Vzorčni okvir	9
1.3	Identifikacija enot	12
1.4	Manjkajoče enote.....	13
1.5	Kategorije manjkajočih enot.....	14
1.6	Vzorčne napake in kritične podskupine.....	17
2	Splošno o podjetjih	19
2.1	Lokacija	19
2.2	Število zunanjih sodelavcev	20
2.3	Prihodki.....	21
2.3.1	<i>Prihodki od končnih potrošnikov.....</i>	<i>21</i>
2.3.2	<i>V tujini ustvarjeni prihodki.....</i>	<i>23</i>
2.3.3	<i>Prihodki, ustvarjeni med državami EU</i>	<i>25</i>
2.4	Funkcija respondenta v organizaciji	27
2.5	Sedež organizacije	28
2.6	Zanimanje za rezultate ankete	30
2.7	Pripravljenost za sodelovanje v WWW anketi	32
3	Uporabniki računalniške opreme.....	33
3.1	Delež zaposlenih, ki uporabljajo računalniško opremo	33
3.2	Delež zunanjih sodelavcev, ki uporabljajo računalniško opremo	36
3.3	Število računalnikov v podjetju	38
3.4	Zaposleni z dostopom do interneta	39
3.5	Delež zaposlenih z dostopom do interneta	40
4	Predstavitvene strani podjetij.....	42
4.1	Podjetja s predstavitveno stranjo	42
4.2	Spletne strani za ljudi s posebnimi potrebami	46
4.3	Prenova spletnega mesta.....	47
4.4	Snovanje spletnega mesta	48
5	Programska oprema	53
5.1	Sistemska programska oprema	53
5.2	Platforma LINUX	57
6	E-poslovanje	58
6.1	Uporaba e-poslovanja	58
6.2	Ravni uporabe e-poslovanja	60
6.3	Integriranost aplikacij e-poslovanja.....	62
7	E-business watch.....	63
7.1	Podjetja z novim izdelkom oz. storitvijo	63
7.2	IKT ter zunanji sodelavci.....	64
7.3	Sistemi za upravljanje informacij	67
7.4	E-izobraževanje na intranetu in internetu	70

7.5	Uporaba odprtokodnih aplikacij	71
8	Telekomunikacije.....	73
8.1	Povezava med poslovalnicami.....	73
8.2	Internetna telefonija	74
8.3	Delež uporabe internetne telefonije	75
8.4	Telefonski sistem	76
8.5	Načrtovanje IP telefonske centrale	77
8.6	Najverjetnejši ponudnik.....	78
8.7	Sistemi za videokonference	79
8.7.1	<i>Namizni in sobni sistemi</i>	<i>80</i>
8.7.2	<i>ISDN ter IP povezava</i>	<i>81</i>
8.7.3	<i>Število zaposlenih, ki uporabljajo videokonference</i>	<i>81</i>
8.8	Obveščanje preko elektronskih medijev	82
9	Prilogi.....	84
A)	Šifrant institucionalnih sektorjev	84
B)	Šifrant organizacijskih oblik poslovnih subjektov	86

1 METODOLOGIJA

1.1 Vprašalnik in potek anketiranja

Vprašalnik je v celoti na voljo na spletni strani <http://2005.ris.org>. Osnova za vprašalnik je bila serija prejšnjih anket projekta RIS, saj smo tudi tokrat ponovili vprašanja, ki omogočajo primerjave od leta 1996. Največja sprememba v letu 2005 so trije novi sklopi:

1. »E-business watch« (vprašanja iz standardizirane EU-raziskave¹),
2. e-izobraževanje ter
3. učinek vlaganj v IKT.

Na celem vzorcu so bile vprašane le najpomembnejše spremenljivke in celotni naslednji sklopi:

- osnovne spremenljivke,
- učinki vlaganj v IKT,
- ponudniki dostopa do interneta.

Ostali sklopi pa so bili razvrščeni v štiri podvzorce:

- A. e-poslovanje, sistemska programska oprema, telekomunikacije;
- B. država in ugled IKT podjetij;
- C. domače spletne strani in e-izobraževanje;
- D. E-business watch in ugled podjetij.

Vprašalnik je bil izdelan in testiran v okviru projekta RIS, ki je zagotovil tudi ustrezno inštruktažo, pretestiranje ter monitoring v toku samega anketiranja. Sama anketa pa je potekala po telefonu v družbi CATI. Anketiranje je potekalo v maju in juniju 2005.

V povprečju je bilo opravljeno šest kontaktov s podjetji, ki so sodelovala. Če pa je bilo potrebno, so anketarji opravili tudi več kot 10 klicev. Anketirana je bila oseba, ki je v podjetju odgovorna za področje interneta oziroma informatike. V manjših podjetjih je bil to direktor, v večjih pa večinoma oseba odgovorna za informatiko.

¹ <http://www.ebusiness-watch.org>

1.2 Vzorčni okvir

Izhodišče za vzorčni okvir so predstavljala podjetja v poslovnem registru Statističnega urada Republike Slovenije (SURS), ki so v bilanci za leto 2004 izkazovala določen promet pri Agenciji za plačilni promet. V začetku leta 2005 smo prejeli od Statističnega urada informacijo, da je takih podjetij 39.549.

Izbor podjetij je potekal podobno kot prejšnja leta. Najprej smo iz Šifranta institucionalnih sektorjev – SKIS (8.4.4.) v gradivu »Metodološka navodila za vodenje poslovnega registra, SURS 2001«, <http://2005.ris.org>, izbrali vse sektorje manjše od 13 oziroma 13000, torej brez države in gospodinjstev.

Izpis *Šifranta institucionalnih sektorjev* je v prilogi A.

V drugem koraku smo izločili iz Šifranta organizacijskih oblik poslovnih subjektov (8.3.1.) v gradivu »Metodološka navodila za vodenje poslovnega registra, SURS 2001«, <http://2005.ris.org>, še vse negospodarske organizacijske oblike, ki so večje od 300. Edina izjema, ki smo jo obdržali, sta bili javno podjetje (351) in javni gospodarski zavod (352).

Izpis *Šifranta organizacijskih oblik poslovnih subjektov* je v prilogi B.

Za potrebe ankete RIS 2005 je bil v nadaljevanju na osnovi registra SURS najprej izbran izhodiščni vzorec 15.663 podjetij, ki je vključeval naslednje skupine:

- vsa velika, srednja in majhna podjetja s prometom na računu, ki so oddala zaključni račun (bilanco) za leto 2004;
- vzorec (20%) majhnih podjetij z manj kot pet zaposlenimi (po podatkih ankete SURS o številu zaposlenih - ZAP) in s prometom na računu, ki so oddala zaključni račun (bilanco) za leto 2004.

Vzorčni okvir torej izpušča le naslednje kategorije podjetij:

- podjetja, ki v letu 2004 še niso poslovala in torej niso mogla oddati niti bilance oziroma izkazovati prometa; gre torej za novo-ustanovljena podjetja v času od 1.1.2005 naprej.
- podjetja, ki so bila v 2004 formalno ukinjena, vendar so bila v 2005 združena ali prevzeta; taka podjetja formalno sicer niso vključena, dejansko pa so prikazana v okviru novih združenih organizacij;
- podjetja, ki so v letu 2004 sicer poslovala, vendar iz določenih razlogov niso oddala bilance.

V poslovnem registru SURS je kot kriterij velikosti upoštevana uradna razvrstitev na velika, srednja in mala podjetja. Pri uradnem opredeljevanju velikosti podjetja so poleg števila zaposlenih (velika podjetja - več kot 250 zaposlenih, srednje velika podjetja – od 50 do 250 zaposlenih in mala podjetja – pod 50 zaposlenih) upoštevani tudi drugi kriteriji, predvsem kapitalska intenzivnost, vendar bomo v nadaljevanju največkrat navajali samo velikost in s tem razumeli uradno klasifikacijo. Pri tem občasno prihaja do povsem legitimnih razhajanj, ko imamo npr. podjetje, ki sodi po uradni klasifikaciji zaradi kapitalske intenzivnosti med srednja podjetja, čeprav ima manj kot 50 zaposlenih, in obratno, ko ima majhno podjetje več kot 250 zaposlenih, kar je največkrat posledica hitre rasti ali pa združitve oz. razdružitve podjetij.

Majhna podjetja smo dodatno razdelili na dva dela, in sicer na majhna podjetja z manj kot pet zaposlenimi – imenujemo jih mikro podjetja - in majhna podjetja s pet in več zaposlenimi.

V naslednji tabeli je prikazano, kako se je lociral vzorec. V prvem stolpcu je navedeno število podjetij v populaciji po podatkih poslovnega registra SURS iz leta 2005, v drugem stolpcu pa število podjetij, ki so bila zajeta v izhodiščno bazo. V zadnjem stolpcu so navedena podjetja, ki so bila dejansko vključena v vzorec.

Tabela 1: Vzorčni okvir (RIS 2005)

velikost	populacija	izhodiščna baza	% vključenih v izhodiščno bazo	izhodiščni vzorec
velika	282	282	100%	282
srednja	1.195	1.195	100%	598
majhna	8.252	8.252	100%	550
mikro (< 5)	29.820	5.964	20%	994
skupaj	39.549	15.693	40%	2.424

Na osnovi izhodiščne baze smo v vzorec na osnovi sistematičnega izbora in z implicitno stratifikacijo (sortiranje po velikosti, dejavnosti in regiji) vključili takšno število enot iz vsake skupine, kakršno je na osnovi števila izpadlih enot izhajalo iz ocen na osnovi ankete RIS 2002. Pri tem smo predvideli za cca 25% slabšo stopnjo odgovorov.

1.3 Identifikacija enot

Na osnovi podatkov Statističnega urada RS o podjetjih (naziv, naslov) je bil opravljen postopek iskanja telefonskih števil. Pri tem dela enot, ki so bile vključene v vzorec, ni bilo mogoče locirati - na osnovi vseh razpoložljivih virov o telefonskih številkah namreč podjetju nikakor ni bilo mogoče poiskati njegove telefonske številke. Razvidno je, da gre skoraj izključno za mikro podjetja (manj kot 5 zaposlenih).

Skupno je bilo neidentificiranih enot 296 od 2.424 vzorčenih podjetij.

Tabela 2: Število enot v vzorcu, število neidentificiranih enot in število identificiranih enot (RIS 2005)

velikost	vzorčene enote	neidentificirane enote	identificirane enote
velika	282	0	282
srednja	598	15	583
majhna	550	39	511
mikro	994	242	752
skupaj	2.424	296	2.128

1.4 Manjkajoče enote

Nekatere enote so med anketiranjem izpadle bodisi zato, ker so bile neustrezne bodisi zato, ker ankete ni bilo mogoče izvesti iz drugih razlogov.

Enote lahko izpadejo zaradi neustreznosti, kar izraža lastnost vzorčnega okvira – stopnja ustreznosti (*eligibility rate*). Nanjo vplivajo predvsem enote, ki v okvir ne sodijo: neprimerna podjetja (neaktivna podjetja in podjetja, za katera je odgovarjalo že krovno podjetje), naslovi, kjer je zasebna številka ali napačna številka, ipd.

Drugi razlog za manjkajoče enote so neodgovori, kar izražamo s stopnjo neodgovorov (*nonresponse rate*). Nasprotna temu je stopnja odgovorov (*response rate*), ki kaže na delež uspešno anketiranih enot med vsemi enotami, ki so bile za določeno raziskavo ustrezne in tudi identificirane. Med neodgovori so torej ustrezne enote, ki so bodisi sodelovanje zavrnile ali pa iz nekih drugih razlogov v času anketiranja ni bilo mogoče izvesti ankete z ustrezno osebo. V nadaljevanju prikazujemo tudi stopnjo anketiranja (*completion rate*), ki meri skupni delež opravljenih anket med vsemi lociranimi številkami. Ker so med te štete tudi neustrezne enote, je stopnja anketiranja odvisna tako od ustreznosti enot kot tudi od neodgovorov.

Za začetni vzorec smo vzeli vsa dejansko vključena podjetja, torej brez tistih, za katera nismo našli podatkov o telefonski številki. Seveda pa je del podjetij, ki jih nismo locirali, morda kljub temu za anketo lahko ustrezen, vendar tega nismo mogli upoštevati.

Tabela 3: Število identificiranih, neustreznih enot, neodgovorov, odgovorov ter stopnji odgovorov in anketiranja (RIS 2005)

velikost	identificirani	neustrezne enote	neodgovori	odgovori	stopnja odgovorov	stopnja anketiranja
oznaka	A	B	C	D	$E=D/(A-B)$	$F=D/A$
velika	282	36	123	123	50%	44%
srednja	583	96	231	255	52%	44%
majhna	511	80	271	159	37%	31%
mikro	752	181	381	190	33%	25%
skupaj	2.128	393	1.006	727	42%	34%

V tej raziskavi, za razliko od prejšnjih let, populacijskega ocenjevanja zaenkrat nismo izvajali.

1.5 Kategorije manjkajočih enot

Največ neustreznih enot je nastalo zaradi neodgovorov, največji delež od tega zaradi zavračanja (470) ali naročenih klicev (417).

Tabela 4: Število neidentificiranih enot, neustreznih enot, neodgovorov in odgovorov glede na velikost podjetja (RIS 2005)

	mikro podjetja	mala podjetja	srednja podjetja	velika podjetja	skupaj
neustrezne enote					
zasebno stanovanje	40	5	1	0	46
neprimerni	59	26	29	12	126
neobstoječa številka	82	49	66	24	221
neodgovori					
brez odziva	36	11	11	7	65
fax/modem	17	8	1	1	27
naročeno	138	114	107	58	417
prekinjeno	7	3	6	1	17
zavrnjeno	177	133	105	55	470
tajnica	6	2	1	1	10
odgovorjeno					
odgovorjeno	190	159	255	123	727
druge napake					
zasedeno	0	1	1	0	2
skupaj	752	511	583	282	2.128
neidentificirani	242	39	15	0	296

Povečanje neustreznih enot seveda manjša ocene o dejanskem številu aktivnih podjetij v Sloveniji. Nekoliko nejasno torej ostaja ali so številna podjetja, ki so oddala bilance in imela promet, v resnici v tako velikem številu neustrezna, čeprav je letno odmiranje podjetij normalen pojav.

Vsekakor pa je lahko med neustreznimi enotami, predvsem pa med neidentificiranimi enotami še veliko ustreznih enot. Če k temu dodamo še novoustanovljena podjetja v letu 2005, ki so bila v celoti izvzeta iz vzorčnega okvira, je obseg ustreznih podjetij, ki jih izpuščamo, razmeroma velik, še posebej, ker smo po drugi strani seveda dosledno odkrivali in odstranjevali prav vse neustrezne enote iz našega vzorčnega okvira.

Ker pade veliko število neodgovorov v kategorijo naročenih klicev (417), si v spodnji tabeli oglejmo, kolikokrat so anketarji s temi podjetji (neuspešno) poskušali opraviti anketo.

Tabela 5: Število klicev, ki so jih opravili anketarji – velja za podjetja, ki so tudi po koncu izvajanja ankete še vedno uvrščena v kategorijo »naročen klic« (RIS 2005)

Št. klicev	mikro	majhna	srednja	velika	skupaj
1	1	2	7	1	11
2	2	1	4	2	9
3	10	3	3	1	17
4	2	2	2	0	6
5	3	3	2	1	9
6	5	2	2	2	11
7	2	3	2	1	8
8	4	1	2	4	11
9	4	2	2	1	9
10	5	4	2	2	13
11	6	5	2	5	18
12	6	5	0	3	14
13	8	3	2	2	15
14	5	5	2	1	13
15	4	2	2	3	11
16	71	71	71	29	242
skupaj	138	114	107	58	417

Zgornja tabela kaže, da so anketarji večino (242) podjetij iz kategorije »naročen klic« klicali kar 16 krat. Očitno so podjetja anketarje v veliki meri naročala za kasnejše termine, do opravljene ankete pa potem kljub temu ni prišlo. Možno je, da je število naročenih klicev tako visoko tudi zato, ker so bile osebe, ki so bile primerne za odgovarjanje na anketo, v času anketiranja na dopustih. Očitno bo treba v bodoče temu problemu nameniti večjo pozornost.

Na tej točki velja dodati, da je določen izpad enot običajen prav pri vsaki anketi. Izredno redke so pravzaprav ankete, kjer je skupni izpad (stopnja neodgovorov) manjši od petine. Ankete podjetij, posebej komercialne, pa se nemalokrat zadovoljijo celo s samo nekaj odstotki odziva.

Kot kaže spodnja tabela, razmerje med številom opravljenih anket ter številom zavrnitev sodelovanja v zadnjih treh ponovitvah ankete RIS vztrajno pada, in znaša letos le še 1,5. To pomeni, da je bilo v letu 2005 opravljenih le 1,5 krat več anket, kot je bilo zavrnitev sodelovanja z anketarji. Kot je razvidno, sta ti razmerji za leti 2002 in 2000 občutno višji.

Tabela 6: Razmerje med številom opravljenih anket ter številom zavrnitev v obdobju 2000 – 2005 (RIS 2000, RIS 2002, RIS 2005)

	2000			2002			2005		
	odgovori	zavrjneno	razmerje	odgovori	zavrjneno	razmerje	odgovori	zavrjneno	razmerje
	A	B	A/B	A	B	A/B	A	B	A/B
velika	257	16	16,1	348	32	10,9	123	55	2,2
srednja	258	13	19,8	255	23	11,1	255	105	2,4
majhna	232	20	11,6	274	24	11,4	159	133	1,2
mikro	259	27	9,6	276	76	3,6	190	177	1,1
skupaj	1006	76	13,2	1153	155	7,4	727	470	1,5

Pojasnimo še, zakaj v analizah v naslednjih poglavjih število anketiranih ponekod presega 700 enot, drugod pa ne: osnutek poročila je nastal preden je bila na razpolago dokončna baza. Ko je bila anketa dokončana v celoti, je bilo v bazo dodanih še 70 enot. Popravili smo samo tiste tabele, kjer so se deleži spremenili. Kjer pa sprememb v razmerjih glede na prejšnje podatke ni bilo, je ostala stara tabela z nekoliko manjšim številom enot.

1.6 Vzorčne napake in kritične podskupine

V analizah so prikazani vsi rezultati brez omejitev, tudi če je analizirana podskupina vključevala manj kot 10 elementov, kar bi sicer morali posebej označiti. Zaradi kompleksnosti poročila pa se zadovoljujemo s splošnim opozorilom, da so analize na manj kot 10 enotah neprimerne za posploševanje.

Analize po podskupinah so bile torej opravljene tudi v primeru, ko je bilo število enot majhno in v takem primeru se je treba jasno zavedati omejitev, ki nastajajo pri posploševanju takih ocen. Upoštevati velja - na kar sprti opozarjamo tudi na ustreznih mestih - da so v primeru, ko je v določeni celici manj kot 10 enot, rezultati posplošljivi z nekoliko večjim tveganjem.

V grobem lahko tveganje ocenimo s koeficientom variacije $CV = \sqrt{1/n}$, kjer je n število enot v skupini, kritične vrednosti CV pa so 0,1 (za še natančno oceno) in $CV=0,3$ za nesprejemljivo nenatančno oceno. Dvakratnik koeficienta variacije pa tudi določa širino intervala zaupanja.

Zaradi natančnejšega ločevanja kritično majhnih podskupin je v vsaki tabeli oziroma pri vsakem grafu v spodnjem desnem kotu navedena tudi velikost vzorca, običajno s štirimi števili npr. (100, 120, 100, 90), kar pomeni, da smo v takem primeru analizirali 100 velikih podjetij, 120 srednjih, 100 malih in 90 najmanjših.

Ker smo v anketo vključili skoraj polovico vseh velikih podjetij v Sloveniji, so vzorčne napake v tej skupini razmeroma majhne. Običajne formule za oceno standardne napake, npr. $\sqrt{(pq/n)}$, je treba zato pri teh podjetjih korigirati s faktorjem končne korekcije 0,7. ($=\sqrt{0,5}$). Pri najmanjših podjetjih pa smo v vzorec vključili le zanemarljivo majhen delež populacije, zato lahko omenjeni korekcijski faktor zanemarimo.

Analizirali smo neutežene podatke, saj nas zanimajo predvsem odnosi med spremenljivkami. V primeru, ko bi želeli dobiti reprezentativno strukturo za podjetja v Sloveniji (tega področja se deloma dotaknemo v zadnjem poglavju), pa bi seveda morali rezultate utežiti, in v takem primeru, bi vsak odgovor mikro podjetij dobil visoko utež, saj je vsako mikro podjetje

»predstavljalo« več kot 100 drugih mikro podjetij iz populacije, veliko podjetje pa je predstavljalo le sebe (oziroma morebitne nerespondente).

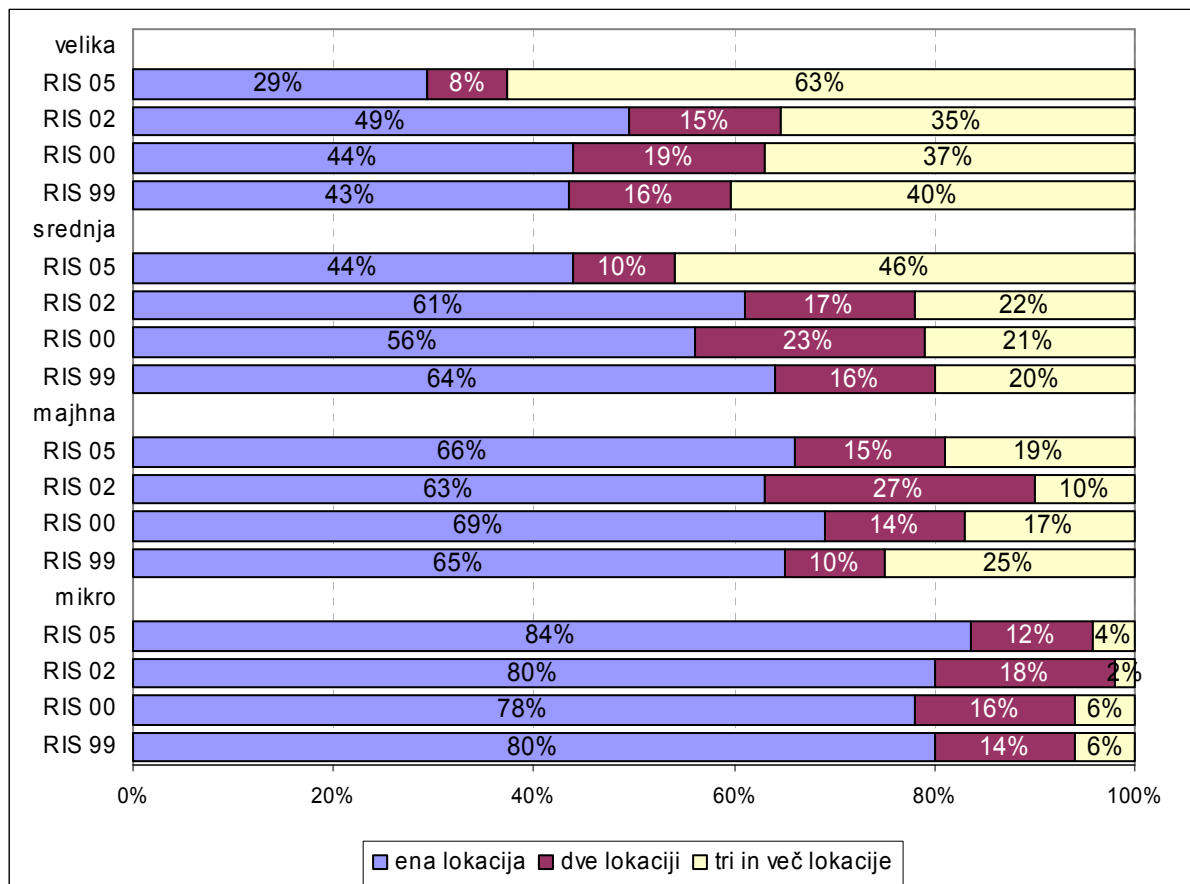
2 SPLOŠNO O PODJETJIH

2.1 Lokacija

➤ Vsa podjetja smo vprašali, ali se njihovo podjetje nahaja na eni ali na več lokacijah.

Na eni sami lokaciji se nahaja 84% mikro ter dve tretjini majhnih podjetij. Glede na leto 2002 pri majhnih in mikro podjetjih ni velikih sprememb.

Občutno pa se je povečal (za 28%) delež velikih podjetij na treh ali več lokacijah, zato se je ustrezno zmanjšal delež teh podjetij, ki se nahajajo samo na eni lokaciji. Podobna ugotovitev velja za srednje velika podjetja, le da so razlike nekoliko manjše. Delež velikih in srednjih podjetij na dveh lokacijah se je zmanjšal. Rekli bi lahko, da velika podjetja postajajo večja, delujejo na več lokacijah, in obratno.



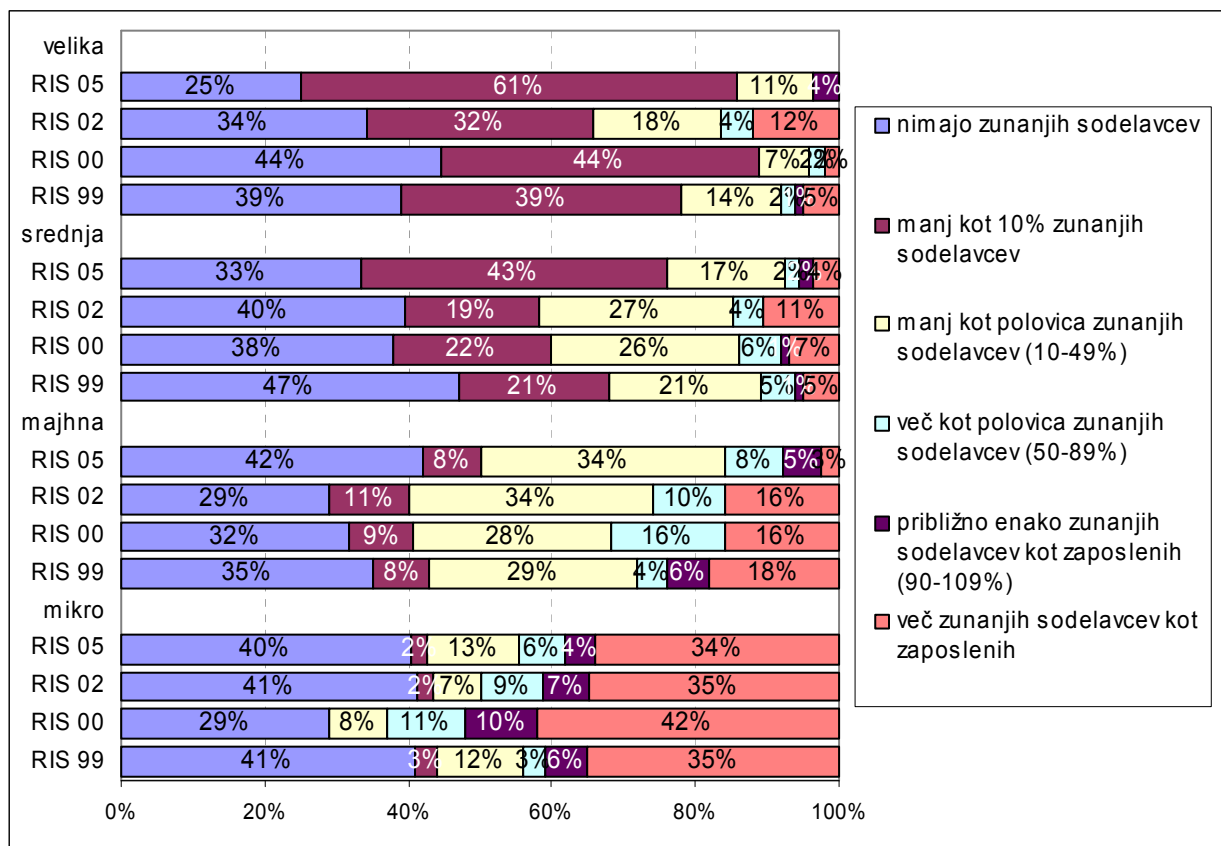
Slika 1: Ali se vaše podjetje nahaja na eni lokaciji ali na več geografskih lokacijah? (RIS 2005, n= 123, 255, 159, 190; RIS 2002, n=65, 46, 59, 51; RIS 2000, n=63, 99, 64, 88; RIS 1999, n=70, 96, 80, 99)

2.2 Število zunanjih sodelavcev

➤ Naključno izbrano četrtno podjetij smo vprašali, koliko zunanjih sodelavcev imajo. Ta podatek smo primerjali s številom zaposlenih v podjetju².

Štiri desetine mikro podjetij nima zunanjih sodelavcev, tretjina pa ima več zunanjih sodelavcev kot lastnih zaposlenih. Stanje je torej povsem primerljivo s tistim iz leta 2002. V majhnih podjetjih se je prepolovil delež podjetij, ki imajo v primerjavi z zaposlenimi 90% zunanjih sodelavcev ali več, za 13% pa je narasel delež teh podjetij brez zunanjih sodelavcev.

V velikih in srednjih podjetjih se je podvojil delež podjetij, ki imajo manj kot 10% zunanjih sodelavcev, ustrezno so se zmanjšali ostali deleži. Letos je torej med velikimi podjetji 61% takih, ki imajo manj kot 10% zunanjih sodelavcev, za srednja podjetja pa znaša ta delež 43%.



Slika 2: Delež zunanjih sodelavcev glede na zaposlene v podjetju (RIS 2005, n=28, 54, 38,47; RIS 2002, n=66, 48, 62, 52; RIS 2000, n=41, 82, 57, 79; RIS 1999, n=77, 73, 89, 68)

² Število zunanjih sodelavcev smo delili s številom zaposlenih, zato so izločena vsa podjetja brez zaposlenih.

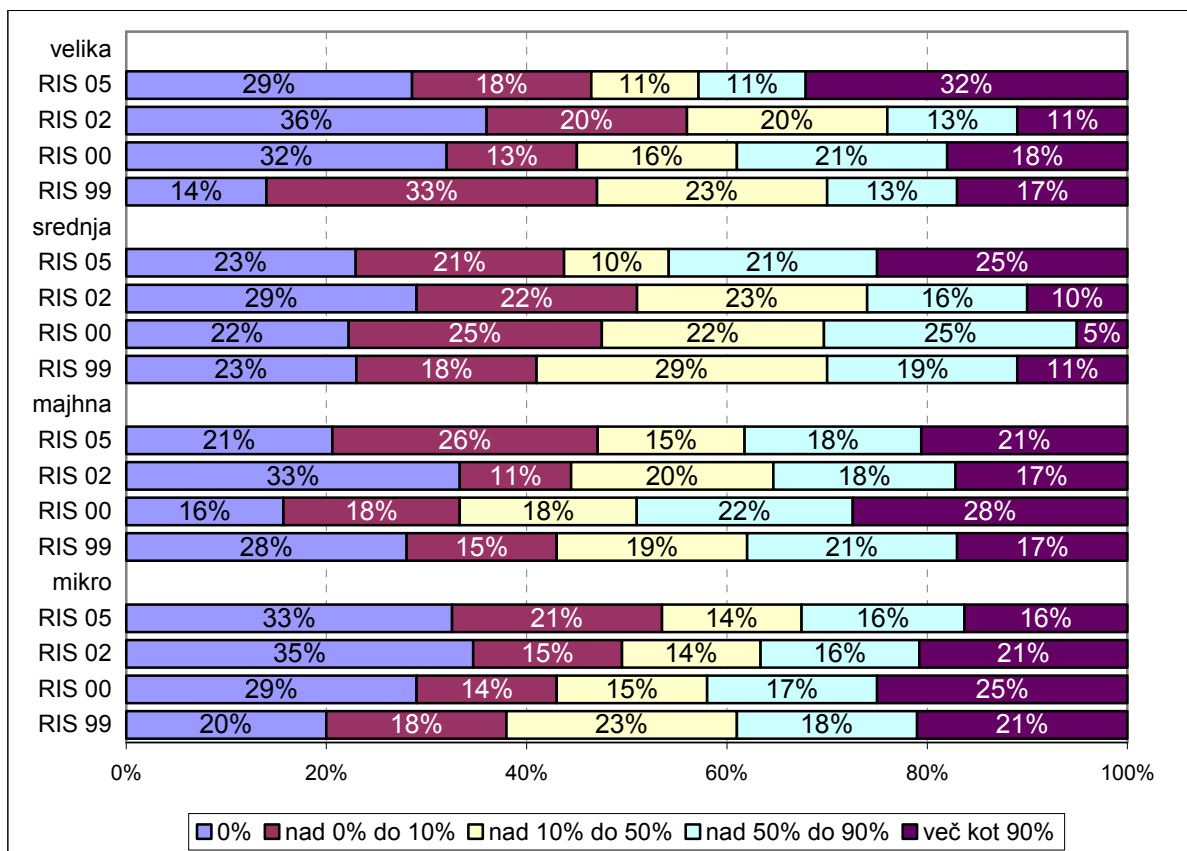
2.3 Prihodki

2.3.1 Prihodki od končnih potrošnikov

➤ Četrtno podjetij smo vprašali, kolikšen delež prihodkov ustvarijo med končnimi potrošniki.

Delež podjetij, ki med končnimi potrošniki ne ustvarijo nobenih prihodkov, se je glede na leto 2002 v vseh velikostnih skupinah zmanjšal, delež podjetij, ki med končnimi potrošniki ustvarijo več kot 90% prihodkov pa se je povečal povsod, razen pri mikro podjetjih.

V letu 2002 smo našli največji delež podjetji, ki so med končnimi potrošniki ustvarila več kot 90% prihodka, med majhnimi in mikro podjetji. Slika je v letu 2005 popolnoma drugačna, saj je delež takih podjetij med velikimi in srednjimi skoraj potrožil in zdaj znaša tretjino za velika in četrtno za srednja podjetja.



Slika 3: Bi lahko na koncu ocenili še, kolikšen delež vseh prihodkov v letu 2005 bo vaše podjetje ustvarilo s proizvodi in storitvami za končne potrošnike (in ne za organizacije in podjetja)? (RIS 2005, n=28, 48, 34, 43; RIS 2002, n=183, 164, 166, 170; RIS 2000, n=38, 59, 51, 65; RIS 1999, n=84, 90, 72, 56)

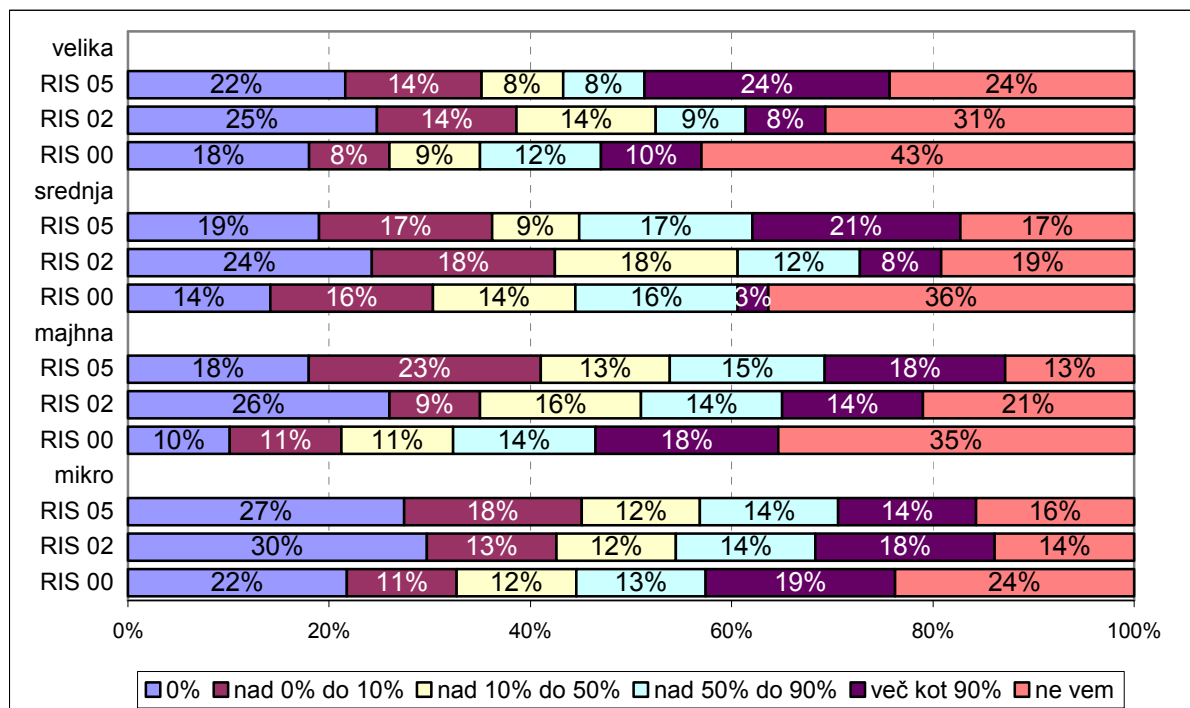
Delež dohodkov, ustvarjenih med končnimi potrošniki, narašča z večanjem velikosti podjetja in znaša za mikro podjetja 34%, za srednja 40%, za velika in srednja pa 44%.

Tabela 7: Delež dohodkov, ustvarjen s proizvodi in storitvami za končne potrošnike (RIS 2005)

	Povprečje	Std. Napaka	n
velika	44%	9%	28
srednja	44%	6%	48
majhna	40%	7%	34
mikro	34%	6%	43
Skupaj	40%	3%	153

Na naslednji sliki so za razliko od zgornje upoštevani še odgovori »ne vem«. Delež le-teh se je glede na leto 2002 zmanjšal povsod, razen v mikro podjetjih. Delež nepoznavanja v grobem pada z manjšanjem velikosti podjetja, kar lahko pojasnimo takole:

Velika podjetja se bolj verjetno ukvarjajo z bolj kompleksnimi dejavnostmi, zato je težje poznati natančno strukturo prihodkov kot v manjših podjetjih. V večjih podjetjih so bili respondenti tudi bolj pogosto informatiki, ki se s finančnimi zadevami podjetja ne ukvarjajo v tolikšni meri kot njihovi direktorji, ki so bili večinoma respondenti za manjša podjetja.



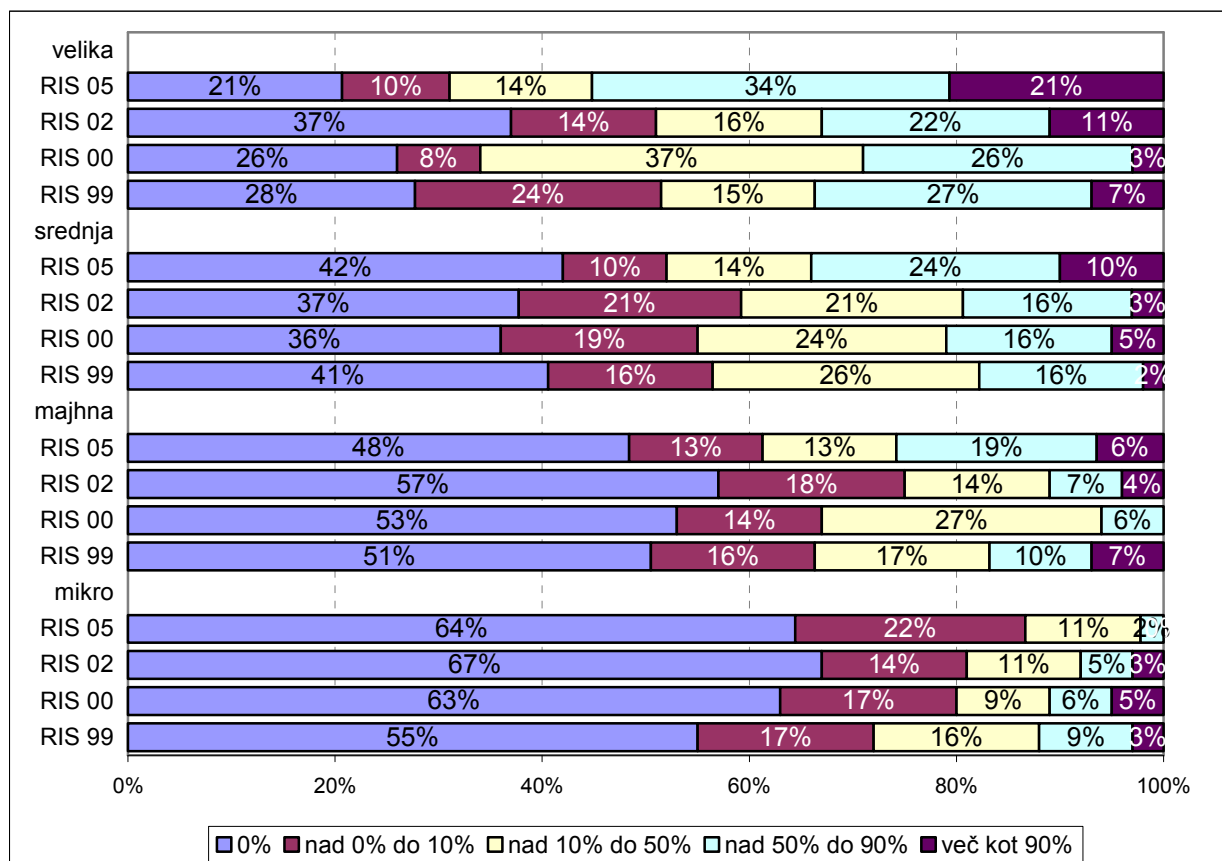
Slika 4: Bi lahko na koncu ocenili še, kolikšen delež vseh prihodkov v letu 2005 bo vaše podjetje ustvarilo s proizvodi in storitvami za končne potrošnike (in ne za organizacije in podjetja)? – vključen tudi odgovor »ne vem« (RIS 2005, n=37, 58, 39, 51; RIS 2002, n=210, 203, 210, 198; RIS 2000, n=67, 92, 79, 86)

2.3.2 V tujini ustvarjeni prihodki

➤ Četrtno podjetij smo vprašali, kolikšen delež prihodkov ustvarijo v tujini.

Delež podjetij, ki v tujini ne ustvarijo prihodkov, se je zmanjšal v vseh velikostnih kategorijah. Med mikro podjetji se je povečal delež podjetij, ki ustvarijo v tujini do 10% prihodka, zmanjšal pa se je delež teh podjetij, ki v tujini ustvarijo večji delež prihodkov.

Razen med mikro podjetji se je delež podjetij, ki ustvarijo več kot 90% prihodkov v tujini, povečal – najbolj opazno med velikimi in srednjimi podjetji. Med velikimi, srednjimi in majhnimi podjetji je glede na leto 2002 tudi več takih, ki v tujini ustvarijo od 50 do 90% svojega prihodka. Razen mikro podjetij torej slovenska podjetja v splošnem letos ustvarijo v tujini večji delež svojih prihodkov, kot so ga v letu 2002.



Slika 5: Ali lahko ocenite, kolikšen delež prihodkov podjetja v letu 2005 predstavljajo prihodki ustvarjeni v tujini? (RIS 2005, n= 29, 50, 31, 45; RIS 2002, n=210, 182, 199, 190; RIS 2000, n=38, 58, 49, 65, RIS 1999, n=99, 107, 83, 69)

Kot nazorno prikazuje spodnja tabela, večja podjetja ustvarijo precejšen delež svojih dohodkov v tujini, manjša pa so usmerjena bolj na domači trg. Največji preskok v deležu dohodkov iz tujine je med majhnimi in mikro podjetji, ki v tujini ustvarijo le dvajsetino prihodka.

Tabela 8: Delež dohodkov, ustvarjen v tujini (RIS 2005)

	Povprečje	Std. Napaka	n
velika	52%	7%	29
srednja	33%	5%	50
majhna	26%	6%	31
mikro	5%	2%	45
Skupaj	27%	3%	155

Če upoštevamo še podjetja, v katerih ne vedo kolikšen delež prihodkov ustvarjajo v tujini, se slika ne spremeni bistveno. Opazimo pa, da se je delež odgovorov »ne vem« glede na leto 2002 povečal, kar velja še zlasti za majhna podjetja.

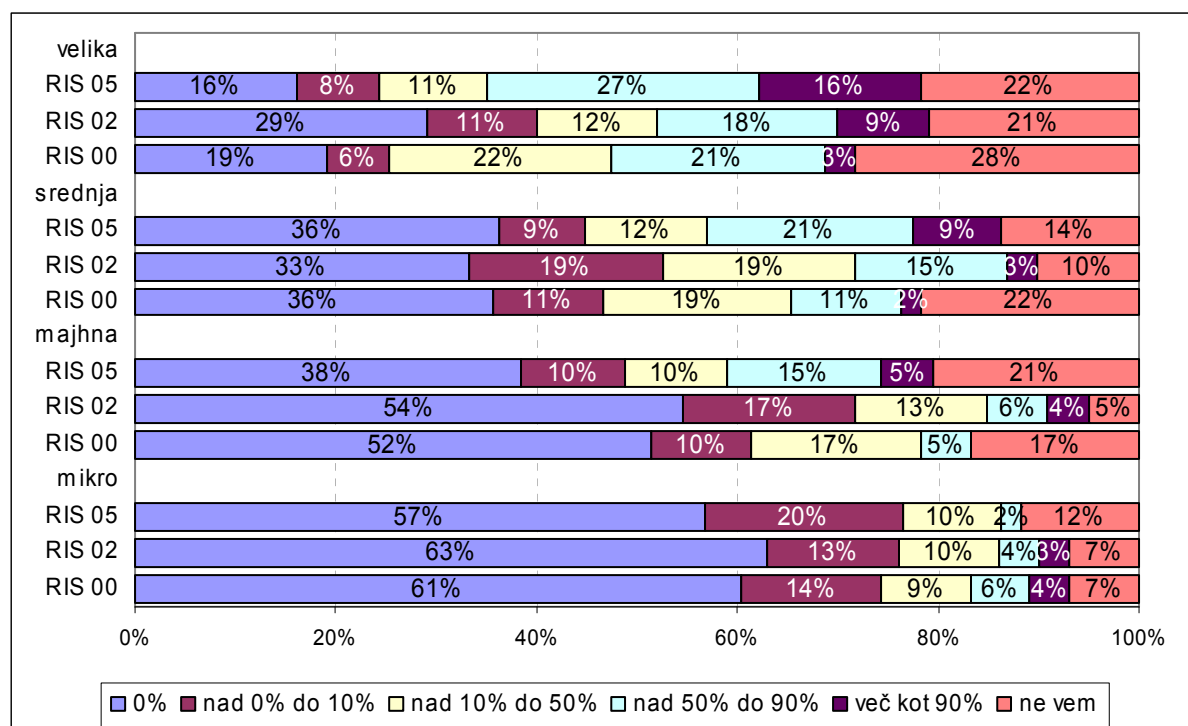
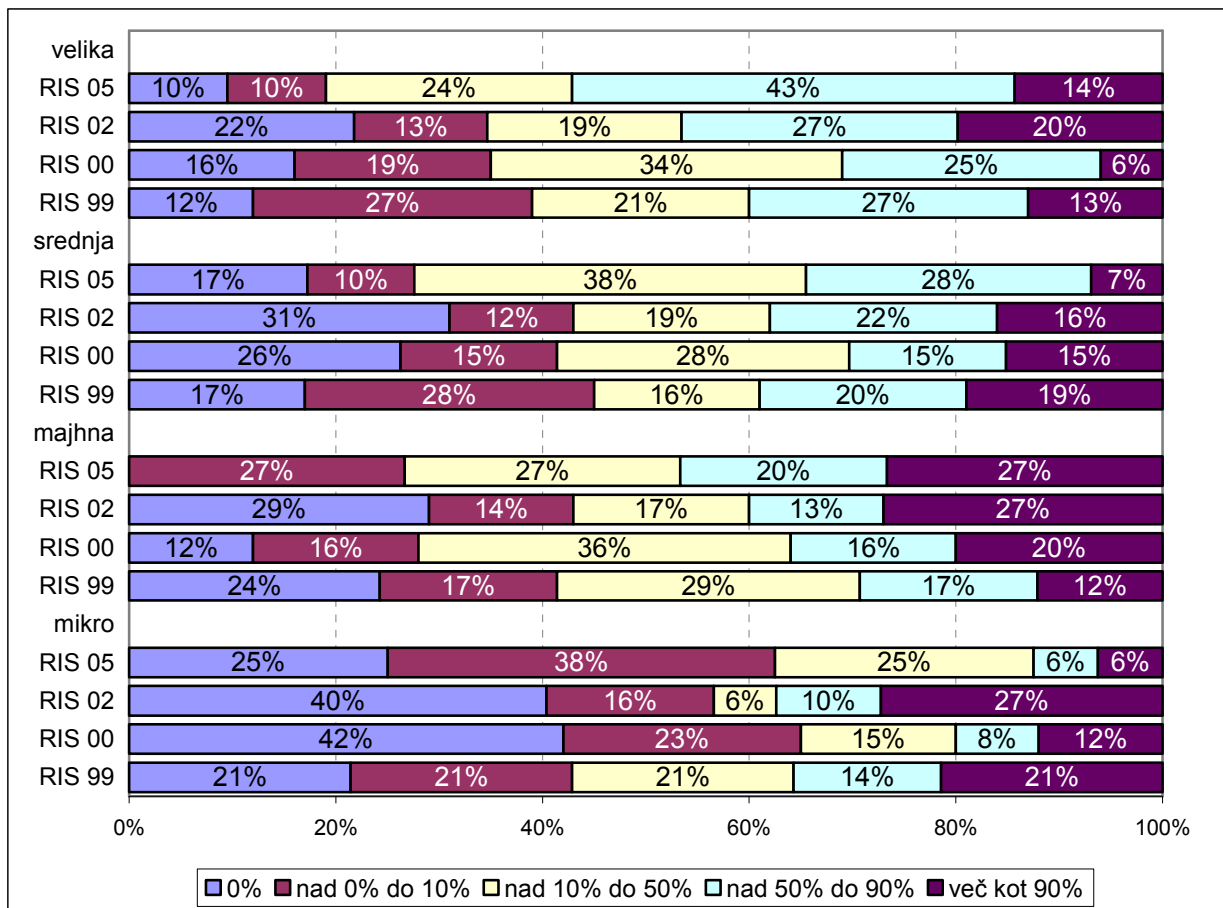


Tabela 9: : Ali lahko ocenite, kolikšen delež prihodkov podjetja v letu 2005 predstavljajo prihodki ustvarjeni v tujini? – vključen tudi odgovor »ne vem« (RIS 2005, n=37, 58, 39, 51; RIS 2002, n=210, 203, 210, 198; RIS 2000, n=67, 92, 79, 86)

2.3.3 Prihodki, ustvarjeni med državami EU

- Podjetjem, ki del prihodka ustvarijo tudi v tujini, smo zastavili vprašanje: »Kolikšen delež dohodkov iz tujine v letu 2005 predstavljajo dohodki ustvarjeni med državami članicami evropske unije?«

Med podjetji, ki del prihodka ustvarijo v tujini, je glede na leto 2002 v vseh velikostnih skupinah upadel delež podjetji, ki v državah EU ne ustvarijo prihodka. Po drugi strani pa je zmanjšal tudi delež podjetij, ki v državah EU ustvarijo več kot 90% svojih prihodkov iz tujine. To velja še zlasti za mikro podjetja.



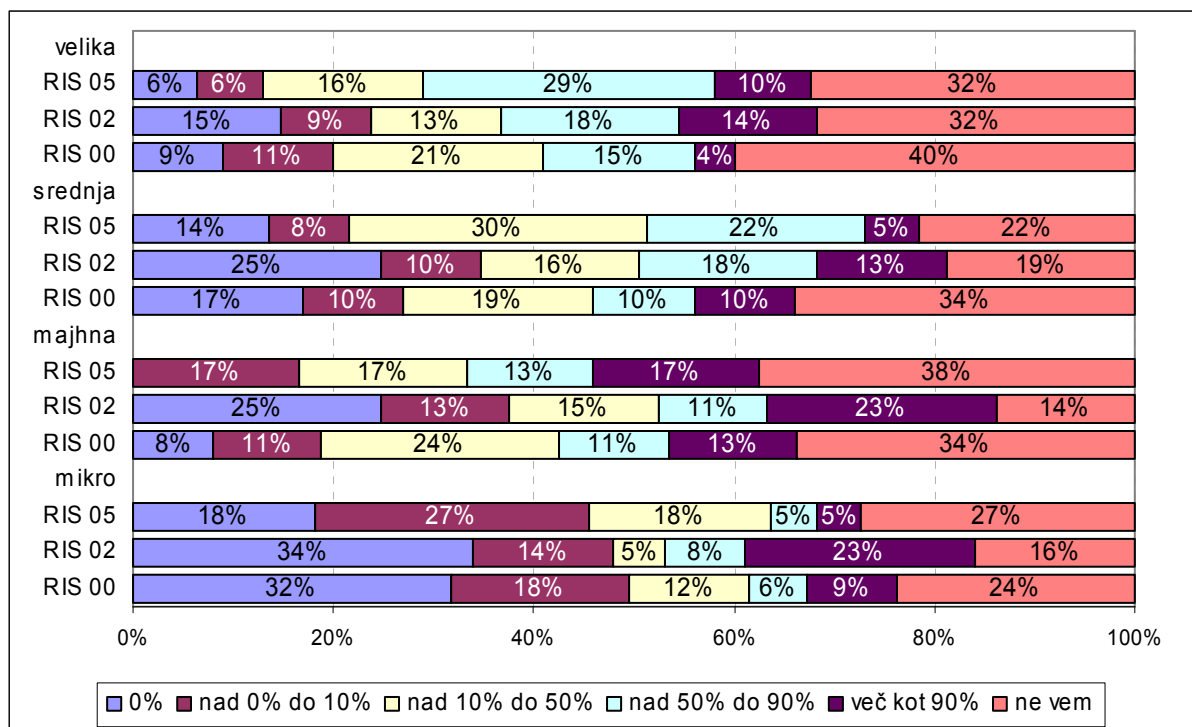
Slika 6: Kolikšen delež dohodkov iz tujine v letu 2005 predstavljajo dohodki ustvarjeni med državami članicami evropske unije? – velja za podjetja, ki vsaj del dohodka ustvarijo v tujini (RIS 2005, n=21, 29, 15, 16; RIS 2002, n=128, 110, 83, 62; RIS 2000, n=32, 39, 25, 26; RIS 1999, n=67, 69, 41, 28)

Velika, srednja ter majhna podjetja v državah EU realizirajo od 40 do 55% svojih prihodkov ustvarjenih v tujini. Mikro podjetja, ki vsaj del svojih prihodkov ustvarijo v tujini, pa v državah EU realizirajo le petino vseh svojih prihodkov iz tujine in so torej očitno usmerjena predvsem na druge trge.

Tabela 10: Prihodki, ustvarjeni med državami EU, kot delež prihodkov, ustvarjenih v tujini (RIS 2005)

	Povprečje	Std. Napaka	n
velika	55%	8%	21
srednja	40%	6%	29
majhna	50%	10%	15
mikro	18%	7%	16
Skupaj	42%	4%	81

Delež odgovorov »ne vem« je v primerjavi z letom 2002 višji in tako letos znaša okrog tretjine. Tako visok delež nepoznavanja postavlja nekoliko pod vprašaj strukturo prihodkov, predstavljeno na prejšnji sliki, vendar pa izkušnje kažejo, da se nerespondenti od respondentov ne razlikujejo bistveno.



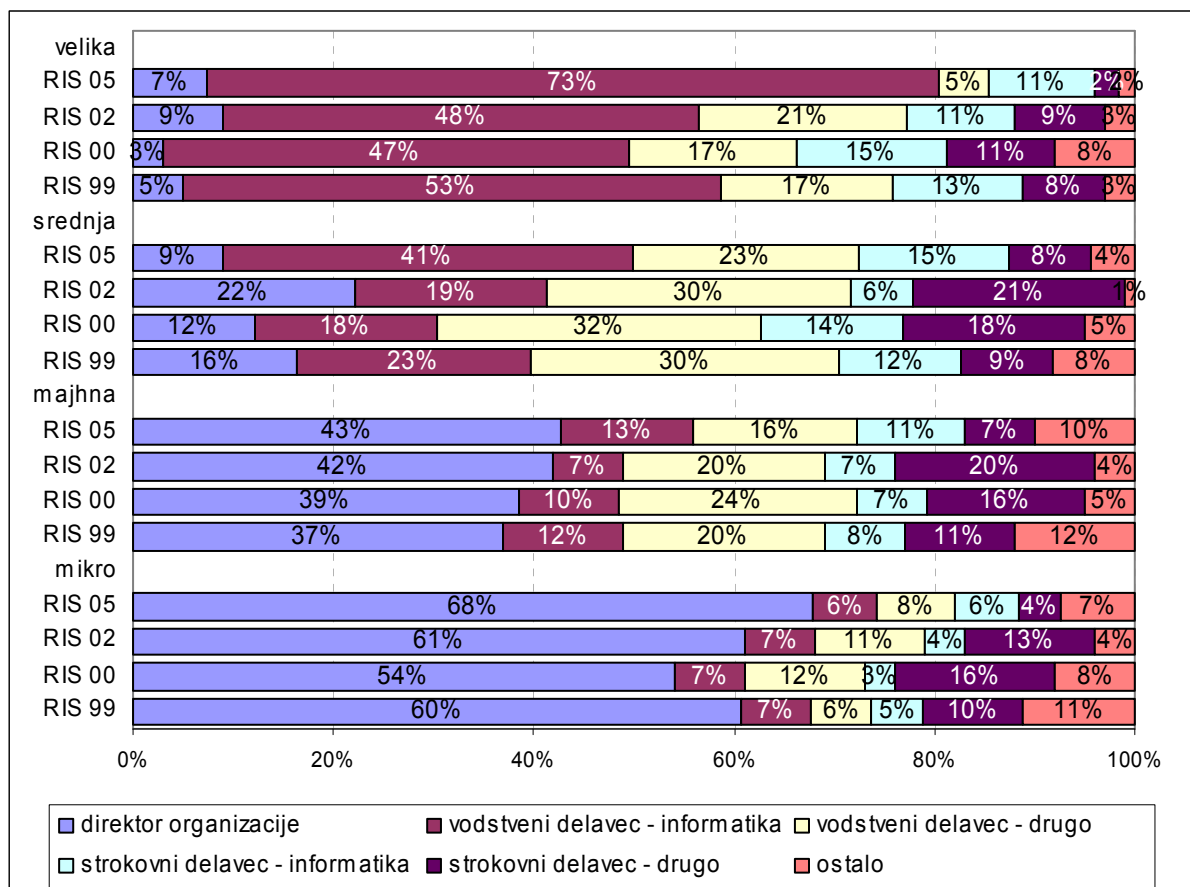
Slika 7: Kolikšen delež dohodkov iz tujine v letu 2005 predstavljajo dohodki ustvarjeni med državami članicami evropske unije? – velja za podjetja, ki vsaj del dohodka ustvarijo v tujini, vključen tudi odgovor »ne vem« (RIS 2005, n=31, 37, 24, 22; RIS 2002, n=128, 110, 83, 62; RIS 2000, n=53, 59, 38, 34)

2.4 Funkcija respondenta v organizaciji

➤ Vse respondente smo vprašali, kakšna je njihova funkcija v organizaciji.

V primerjavi z letom 2002 se je struktura anketirancev občutno spremenila. Zelo se je povečal delež vodstvenih delavcev s področja informatike, ki so odgovarjali v imenu velikih in srednjih podjetij. Med respondenti v srednjih podjetjih je bilo tako 41% vodstvenih delavcev iz področja informatike, v velikih pa kar 73%.

Struktura anketirancev v majhnih in mikro podjetjih se ni tako občutno spremenila, omenimo le povečanje deleža direktorjev v mikro podjetjih, ki so v imenu svojega podjetja odgovarjali na anketo.



Slika 8: »Kakšna je vaša funkcija v organizaciji?« (RIS 2005, n=123, 255, 159, 190; RIS 2002, n=258, 197, 205, 187; RIS 2000, n=209, 257, 231, 258; RIS 1999, n=285, 266, 266, 205)

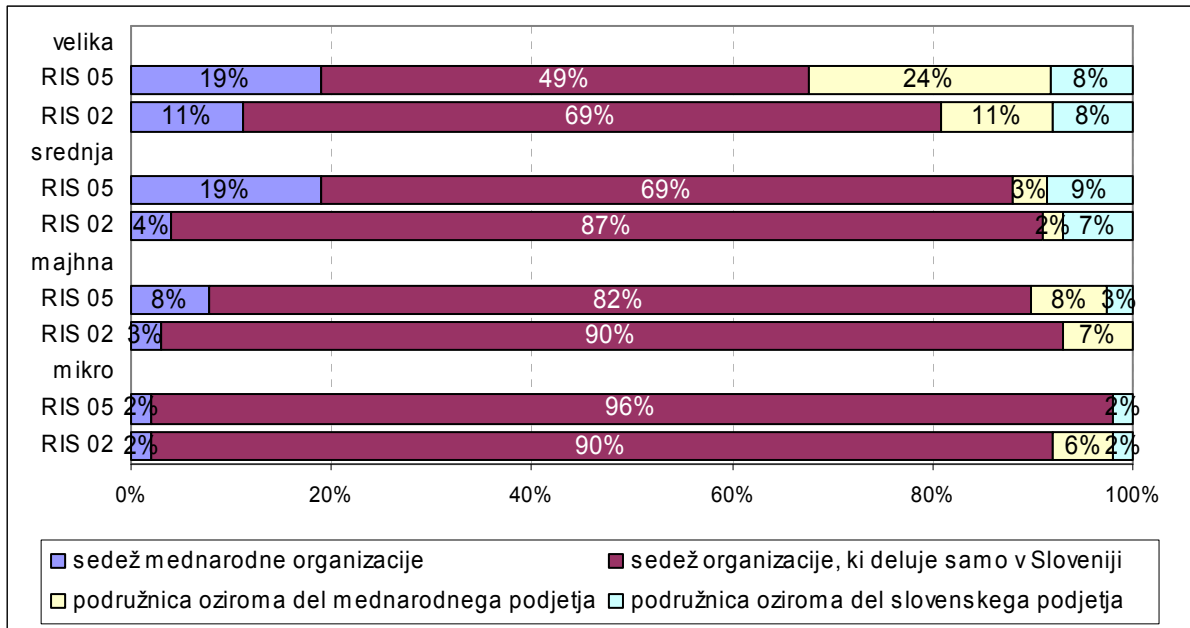
2.5 Sedež organizacije

- *Četrtno podjetij smo vprašali, ali je njihovo podjetje (možen je en odgovor):*
- sedež mednarodne organizacije,*
 - sedež organizacije, ki deluje samo v Sloveniji,*
 - podružnica oziroma del mednarodnega podjetja,*
 - podružnica oziroma del slovenskega podjetja.*

Časovna primerjava, prikazana na naslednji sliki, da izredno konsistentne ugotovitve. V vseh velikostnih skupinah podjetij (razen med mikro podjetji) se je povečal delež podjetij, ki so sedež mednarodne organizacije, ali pa so podružnica mednarodnega podjetja.

Med velikimi podjetji se je posledično delež podjetij, ki delujejo samo v Sloveniji, zmanjšal za 30%, med srednjimi za 18%, med majhnimi za 8%, med mikro podjetji pa je ta delež narasel za 6%. Med mikro podjetji je torej v primerjavi z letom 2002 nekoliko več podjetij, ki delujejo samo v Sloveniji, podjetja ostalih velikosti pa so letos bolj povezana s tujino - **do večjih razlik** glede na leto 2002 je prišlo **med večjimi podjetji**.

Iz zbranih podatkov seveda ne moremo ugotoviti, ali je do omenjenih sprememb deležev prišlo zaradi prihoda tujih podjetij v slovenski prostor na eni strani ter ustanavljanja podružnic slovenskih podjetij na drugi, ali pa se je delež podjetij, ki so aktivna samo v Sloveniji, zmanjšal zaradi propadanja podjetij brez omenjenih mednarodnih povezav.



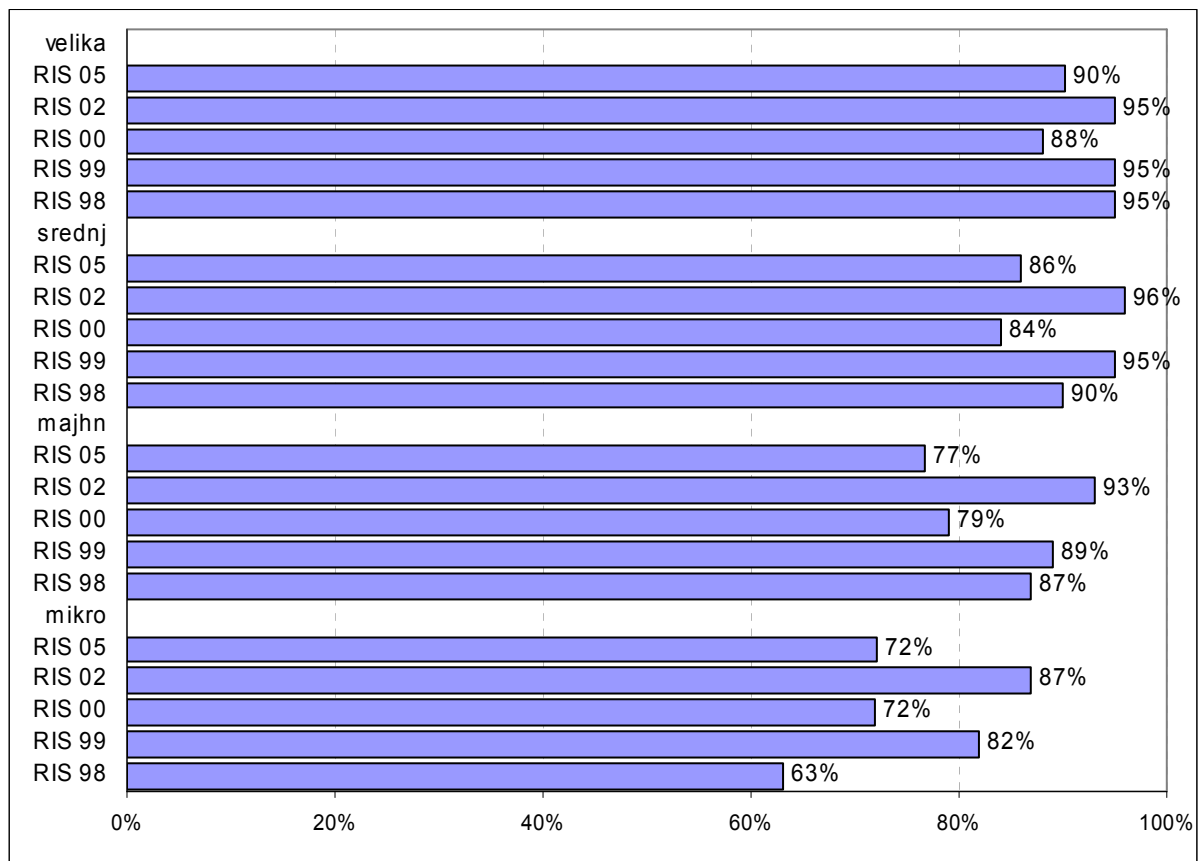
Slika 9: Ali je vaše podjetje...? (RIS 2005, n=37, 58, 39, 51; RIS 2002, n=62, 46, 58, 50)

2.6 Zanimanje za rezultate ankete

➤ *Anketirane, ki so sodelovali v anketi, smo vprašali, ali jih zanimajo rezultati ankete.*

Zanimanje za rezultate je visoko in pada z manjšanjem velikosti podjetja – med velikimi podjetji je zanimanje za rezultate 90-odstotno, med mikro podjetji pa 72-odstotno.

Glede na leto 2002 je zanimanje za rezultate občutno upadlo v vseh velikostnih kategorijah, najbolj pa med majhnimi in mikro podjetji – za kar 15%.

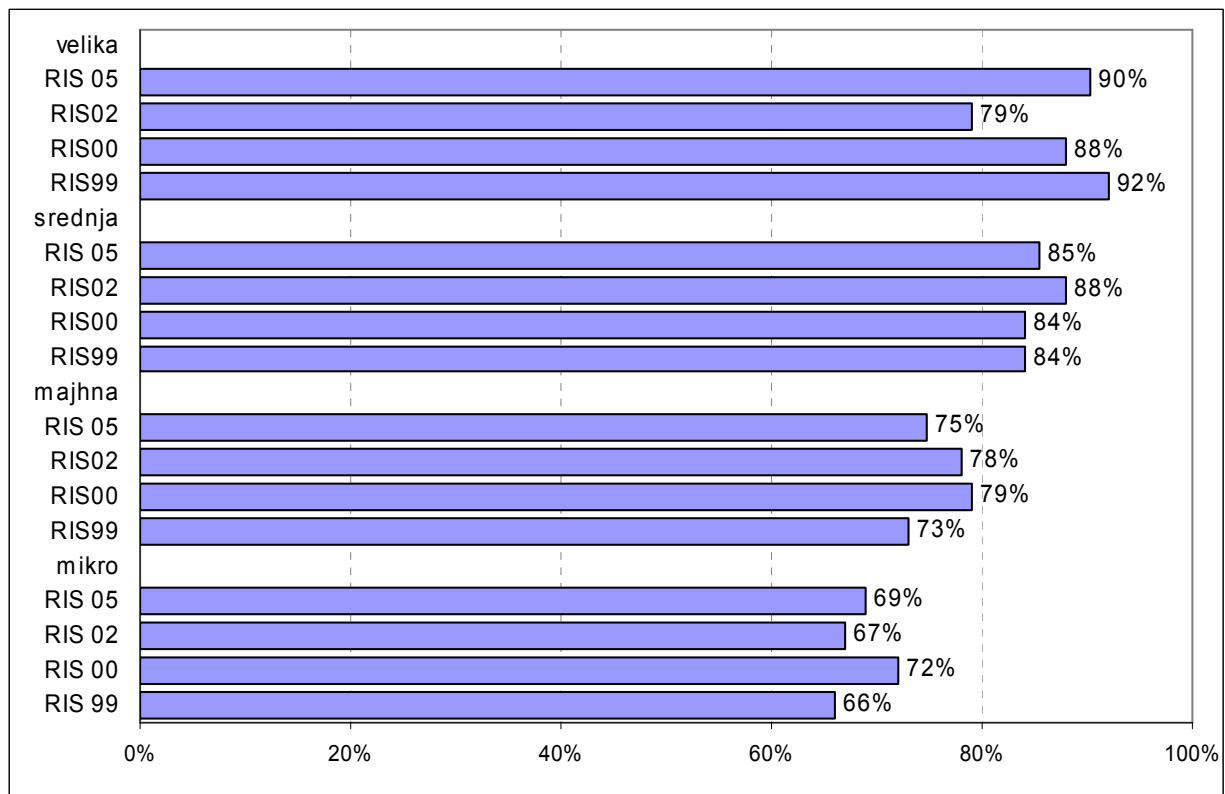


Slika 10: Vas zanimajo rezultati te ankete? – delež odgovorov 'da' (RIS 2005, n=123, 255, 159, 190; RIS 2002, n=261, 200, 209, 196; RIS 2000, n=210, 256, 229, 251; RIS 1999, n=284, 264, 262, 194, RIS 1998; n=314, 533, 344, 458)

- *Respondente, ki so odgovorili, da jih rezultati ankete zanimajo, smo prosili za e-poštni naslov.*

V primerjavi z zgornjo sliko so deleži še nekoliko manjši, saj nekatera podjetja, ki so izrazila zanimanje za rezultate ankete, anketarju niso želela zaupati svojega e-poštnega naslova.

Vseeno smo tako kot prejšnja leta uspeli pridobiti e-mail naslove večine respondentov: svoj naslov nam je zaupalo 69% mikro, 75% majhnih, 85% srednjih ter 90% velikih podjetij. Kot vidimo, delež podjetij, ki so bila pripravljena podati svoj e-mail naslov za namen seznanitve z rezultati ankete, narašča z velikostjo podjetja.



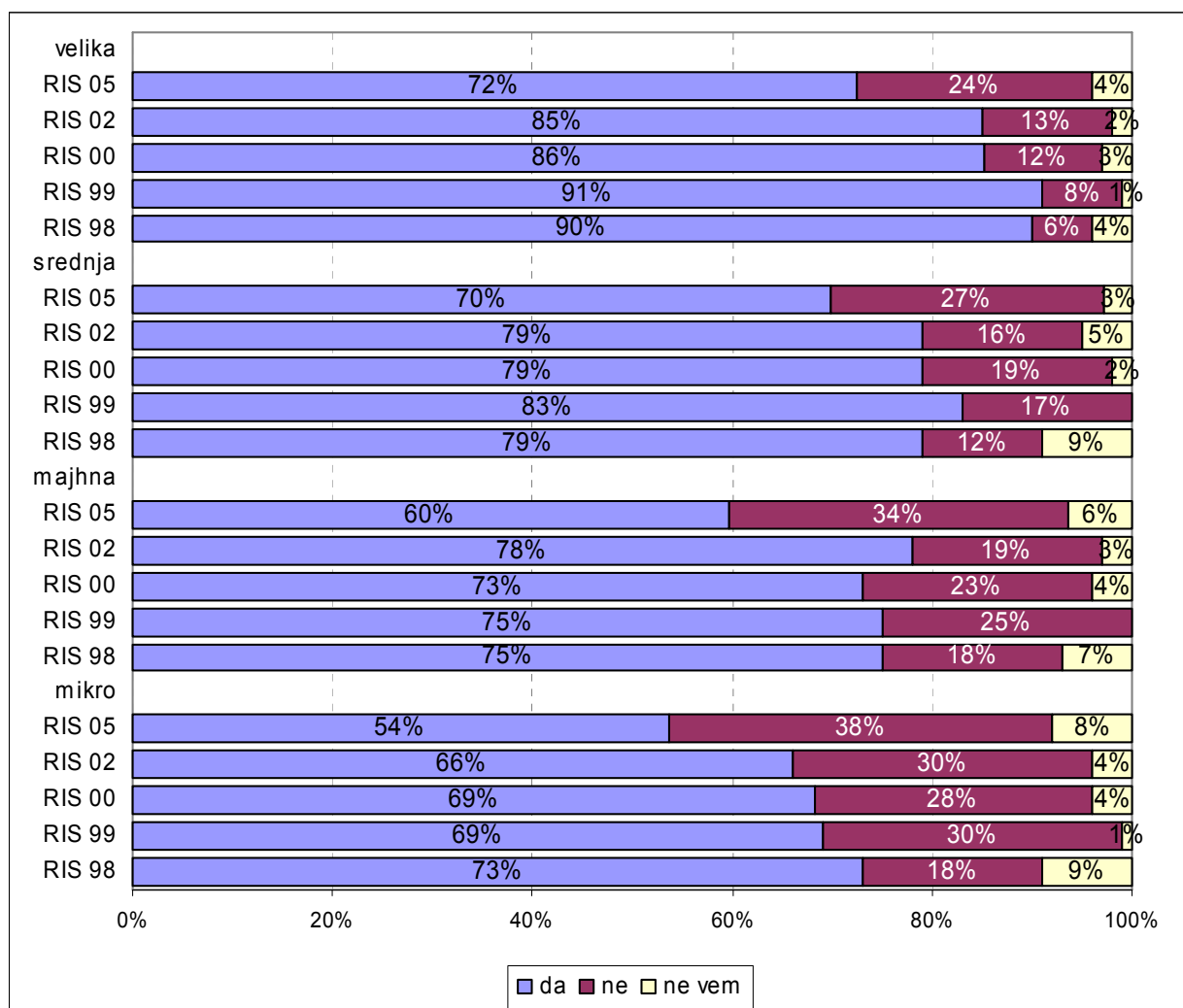
Slika 11: Vsem, ki ste sodelovali v anketi, bomo po e-mailu poslali pregled rezultatov. Če želite prejeti rezultate, nam prosim zaupajte vaš e-mail. – delež³ podjetij, ki so dala e-mail naslov (RIS 2005, n=123, 255, 159, 190)

³ Prikazane deleže smo dobili tako, da smo za vsako velikostno skupino število podjetij, ki so dala e-mail naslov, delili s številom podjetij, ki so odgovarjala na vprašanje, ali jih zanimajo rezultati (vsa podjetja).

2.7 Pripravljenost za sodelovanje v WWW anketi

- Podjetja, ki so odgovarjala na anketna vprašanja, smo vprašali, ali bi bila pripravljena sodelovati v kakšni podobni anketi, ki bo potekala preko interneta.

Pripravljenost za sodelovanje v WWW anketi je glede na leto 2002 občutno upadlo. Letos bi bilo tako pripravljeno sodelovati le še 72% velikih, 70% srednjih, 60% majhnih in 54% mikro podjetij. Kot vidimo pripravljenost za sodelovanje v WWW anketi upada z manjšanjem velikosti podjetja.



Slika 12: Podobne ankete bomo v prihodnosti izvajali tudi po internetu. Ali bi bili pripravljeni tudi takrat sodelovati v kakšni anketi? – delež odgovorov 'da' (RIS 2005, n=123, 255, 159, 188; RIS 2002, n=261, 200, 209, 196; RIS 2000, n=209, 257, 231, 258; RIS 1999, n=279, 260, 256, 188, RIS 1998)

3 UPORABNIKI RAČUNALNIŠKE OPREME

3.1 Delež zaposlenih, ki uporabljajo računalniško opremo

- *Podjetja smo vprašali, koliko zaposlenih imajo ter koliko njihovih zaposlenih pri delu redno uporablja računalniško opremo⁴.*

Delež uporabnikov računalniške opreme lahko izračunamo na dva načina, razlikuje se tudi njuna interpretacija:

Prvi način: izračunamo vsoto vseh uporabnikov računalniške opreme za vsako velikostno kategorijo podjetij posebej in jo delimo z vsoto vseh zaposlenih v tej velikostni kategoriji podjetij. **Prvi način se torej nanaša na zaposlene** v posamezni velikostni kategoriji podjetij.

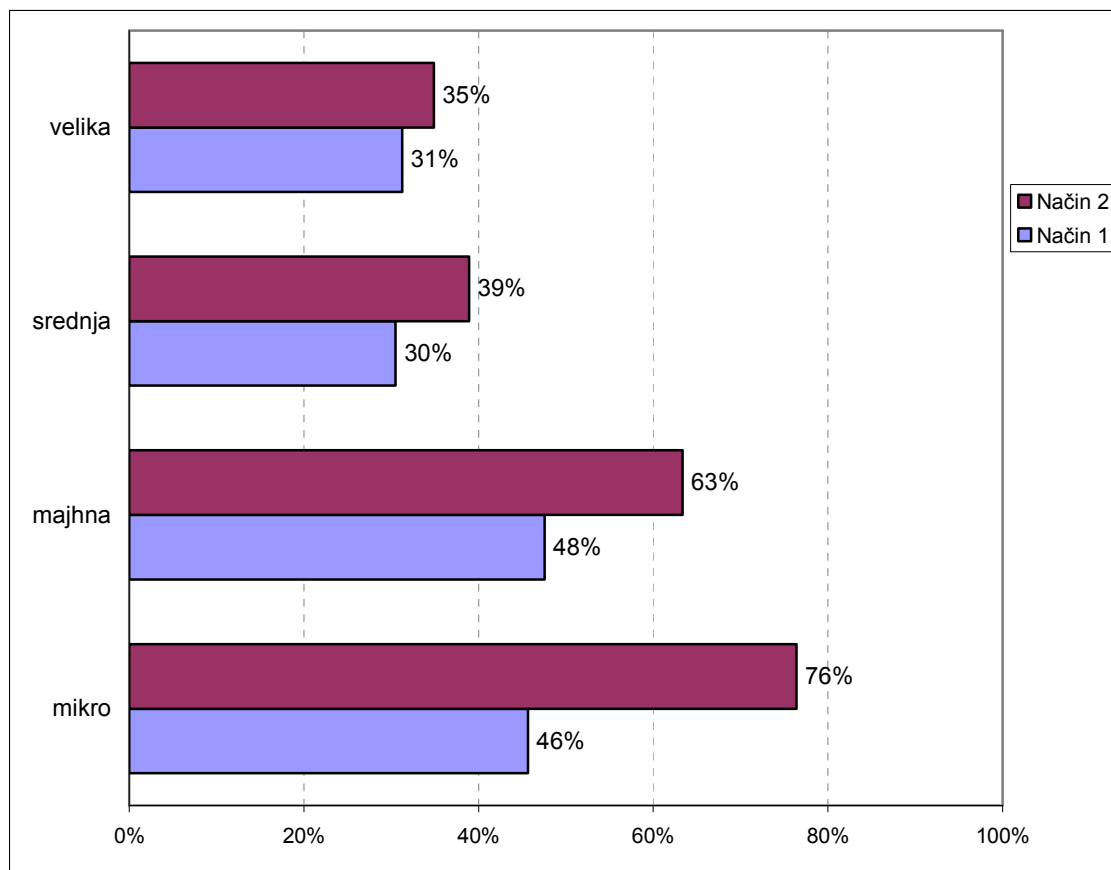
Drugi način: za vsako podjetje posebej izračunamo delež uporabnikov računalniške opreme, nato pa za vsako velikostno kategorijo podjetij izračunamo povprečni delež. **Drugi način se torej nanaša na povprečno podjetje** iz posamezne velikostne kategorije.

Pri prvem načinu izračuna imajo večjo težo podjetja z več zaposlenimi, pri drugem načinu pa imajo vsa podjetja enako težo. Drugi deleži so konsistentno večji od prvih, kar nas pripelje do ugotovitve, da je **v podjetjih z manj zaposlenimi** (ki imajo pri drugem načinu večjo težo kot pri prvem) **delež uporabnikov računalniške opreme višji**.

Drugi delež upada z velikostno skupino podjetja. Povprečno mikro podjetje ima torej 76% uporabnikov računalniške opreme, povprečno veliko podjetje pa le 35%.

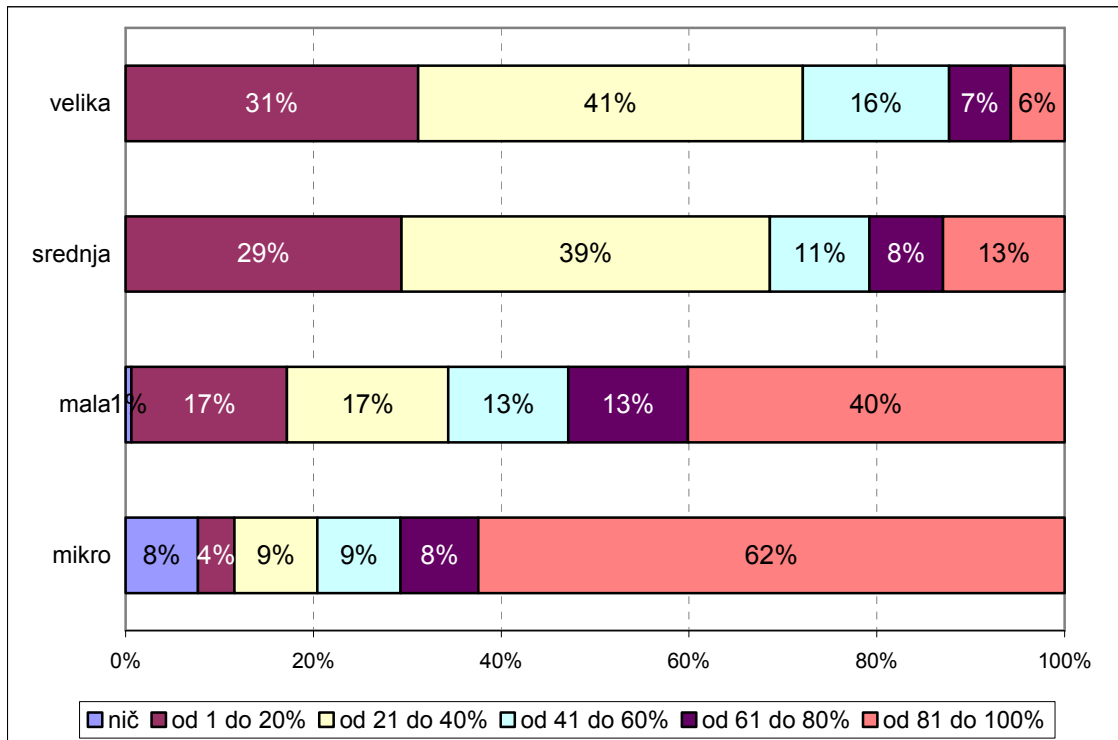
Za prvi delež pa trdimo: okrog 30% zaposlenih v velikih in srednjih podjetjih je uporabnikov računalniške opreme, med zaposlenimi v majhnih in mikro podjetjih pa je uporabnikov računalniške opreme nekaj več kot 45%.

⁴ Izločili smo podjetja, ki so navedla več uporabnikov računalniške opreme kot imajo zaposlenih (takih podjetij je 0,9%).



Slika 13: Delež rednih uporabnikov računalniške opreme med vsemi zaposlenimi v podjetjih (RIS 2005, n=122, 255, 157, 181)

Oglejmo si še porazdelitev deleža uporabnikov računalniške opreme znotraj vsake velikostne skupine. Delež mikro podjetij, v katerih je več kot 80% zaposlenih uporabnikov računalnikov, je največji med vsemi velikostnimi skupinami podjetij, vendar pa med mikro podjetji najdemo tudi 8% takih, v katerih noben zaposleni redno ne uporablja računalniške opreme. V veliki in srednji velikostni kategoriji je največji delež podjetij, v katerih računalniško opremo uporablja do 40% zaposlenih.



Slika 14: Podjetja glede na delež rednih uporabnikov računalniške opreme med zaposlenimi (RIS 2005, n=122, 255, 157, 181)

3.2 Delež zunanjih sodelavcev, ki uporabljajo računalniško opremo

- Četrtno podjetij smo vprašali, koliko zunanjih sodelavcev imajo, nato pa še, koliko teh zunanjih sodelavcev pri delu redno uporablja računalniško opremo. Drugega vprašanja podjetje v primeru, da nima zunanjih sodelavcev, seveda ni dobilo.

Tako kot v primeru zaposlenih (glej prejšnji razdelek) lahko tudi za zunanje sodelavce, ki uporabljajo računalniško opremo, izračunamo⁵ dva deleža:

- Delež zunanjih sodelavcev, ki jih najema določena velikostna skupina podjetij in ki pri delu redno uporabljajo računalniško opremo (prvi način);
- Povprečni delež zunanjih sodelavcev, ki pri delu uporablja računalniško opremo, za vsako velikostno skupino posebej (drugi način)

Posebej poudarimo, da se oba izračunana deleža **nanašata le na podjetja, ki zunanje sodelavce imajo**, in mata zato nekoliko manjšo sporočilno moč.

Tudi v tem primeru velja, da je drugi delež (razen za mikro podjetja) višji od prvega. To nas pripelje do naslednje ugotovitve: v primeru, da ima podjetje veliko število zunanjih sodelavcev, jih manjši delež pri delu uporablja računalniško opremo.

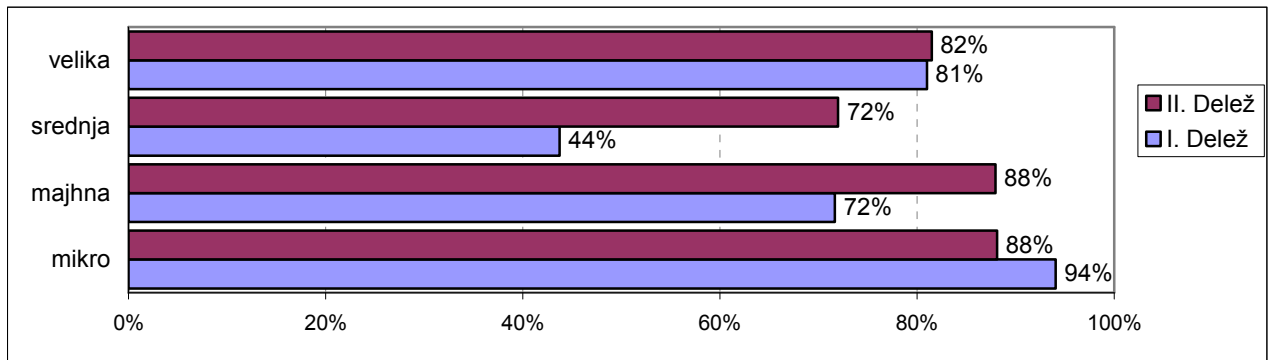
Ker to ne velja za mikro podjetja, bi lahko sklepali: kadar mikro podjetje zaposluje malo zunanjih sodelavcev, so le-ti v manjši meri uporabniki računalniške opreme, kot v primeru, da jih zaposluje več.

Tabela 11: Dva načina izračuna deleža zunanjih sodelavcev, ki uporabljajo računalniško opremo – velja za podjetja z zunanjimi sodelavci (RIS 2005)

	mikro	majhna	srednja	velika	Skupaj
Vsota zunanjih sodelavcev	236	314	679	984	2213
Vsota tistih, ki uporabljajo računalnike	222	225	297	797	1541
I. Delež	94%	72%	44%	81%	70%
II. Delež	88%	88%	72%	82%	82%
Število podjetij	29	21	33	20	103

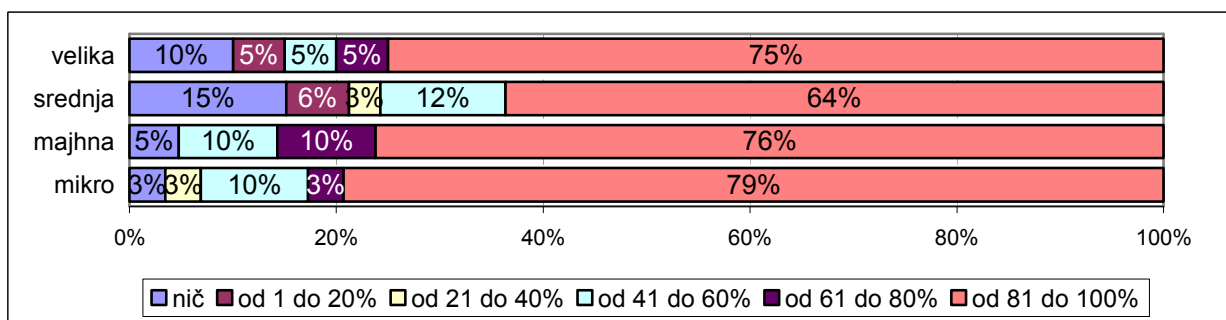
⁵ Spet smo izločili podjetja, ki so očitno narobe razumela eno od vprašanj in so tako navedla več zunanjih sodelavcev, ki uporabljajo računalniško opremo, kot so navedla zunanjih sodelavcev.

Izračunane deleže si oglejmo še grafično:



Slika 15: Delež zunanjih sodelavcev, ki pri delu redno uporabljajo računalniško opremo – velja za podjetja z zunanjimi sodelavci (RIS, n=29, 21, 33, 20)

Spodnja slika prikazuje še porazdelitev deleža zunanjih sodelavcev, ki pri delu redno uporabljajo računalniško opremo. V vseh velikostnih skupinah je največ podjetij, katerih zunanji sodelavci uporabljajo računalniško opremo v 80 do 100%. Lahko bi torej rekli, da tista podjetja, ki imajo zunanje sodelavce, največkrat najemajo zunanje sodelavce, ki so redni uporabniki računalnika.



Slika 16: Delež zunanjih sodelavcev, ki pri delu redno uporabljajo računalniško opremo – velja za podjetja z zunanjimi sodelavci (RIS, n=29, 21, 33, 20)

3.3 Število računalnikov v podjetju

➤ Vse respondente smo prosili, naj ocenijo število osebnih računalnikov v svojem podjetju.

Povprečno mikro podjetje ima 6 računalnikov, majhno 19, srednje 59 ter veliko 256. Glede na dejstvo, da porazdelitev tudi znotraj velikostnih skupin ni normalna, je bolj primerna srednja mera mediana: polovica mikro podjetij ima do 3 računalnike, polovica majhnih do 8, polovica srednjih do 30 ter polovica velikih podjetij do 140 računalnikov.

Tabela 12: Koliko osebnih računalnikov imate v vašem podjetju? (RIS 2005)

	Povp.	Std. Odklon	Mediana	Min	Max	N	Vsota
velika	255,8	379,9	140,0	12	2500	120	30692
srednja	58,6	74,5	30,0	0	560	254	14882
majhna	19,0	59,1	8,0	0	650	159	3028
mikro	6,4	21,5	3,0	0	250	190	1210
Skupaj	68,9	184,5	16,0	0	2500	723	49812
Populacija						39549	489200

Če podatke utežimo s populacijsko utežjo, dobimo oceno, da je v 39549 slovenskih podjetjih letos 489200 osebnih računalnikov – kot je razvidno iz primerjave s spodnjo tabelo, se je število računalnikov v podjetjih torej glede na leto 2002 približno podvojilo.

Tabela 13: Koliko osebnih računalnikov imate v vašem podjetju? – podatki za leto 2002 (RIS 2002)

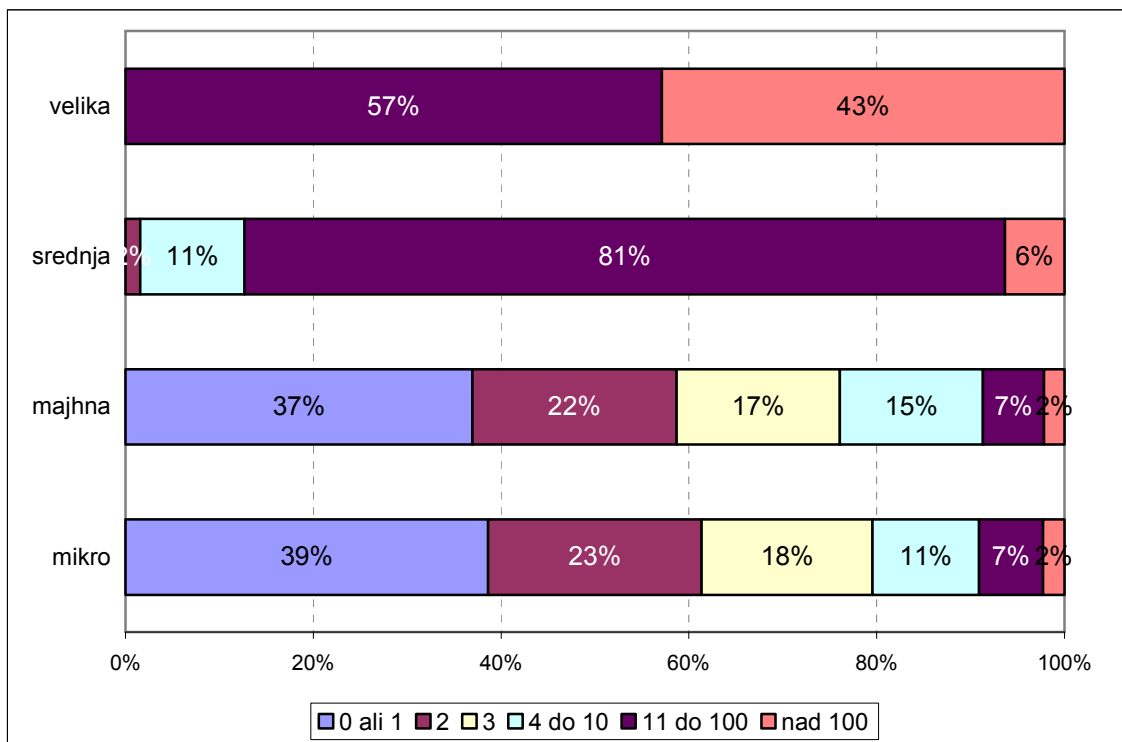
	Povp.	Std. Odklon	Mediana	Min	Max	N	Vsota
velika	82,6	214,3	34,3	0	4000	302	24946
srednja	13,0	11,1	11,0	0	100	215	2801
majhna	7,6	20,3	4,0	0	300	240	1820
mikro	3,6	5,8	2,0	0	60	227	810
Skupaj	30,8	124	8,0	0	4000	984	30377
Populacija						29604	246947

Seveda pa je treba biti pri tovrstni primerjavi zelo previden, saj se je v treh letih dramatično spremenila struktura podjetij glede velikosti. Ocena pa ravno tako ne vključuje vidika neodgovorov, ki lahko pomembno spremenijo razmerja. Posebej problematična pa je seveda tudi populacijska ocena o številu podjetij, saj ne izključuje neaktivnih.

Zaposleni z dostopom do interneta

- Četrtni podjetij z dostopom do interneta smo zastavili vprašanje »Koliko zaposlenih v vaši organizaciji ima dostop do interneta?«

Kot prikazuje spodnja slika, med velikimi podjetji ni nobenega podjetja, kjer ima do interneta dostop manj kot 11 zaposlenih. Med srednjimi podjetji je majhen delež podjetij, v katerih ima do interneta dostop manj kot 11 zaposlenih. Med majhnimi in mikro podjetji je dobra tretjina podjetij, v katerih ima do interneta dostop le 1 zaposleni ali pa nobeden.



Slika 17: »Koliko zaposlenih v vaši organizaciji ima dostop do interneta?« deleži odgovorov urejeni v kategorije (RIS 2005, n=21, 63, 46, 46)

3.4 Delež zaposlenih z dostopom do interneta

➤ *Upoštevali smo podjetja, ki imajo dostop do interneta.*

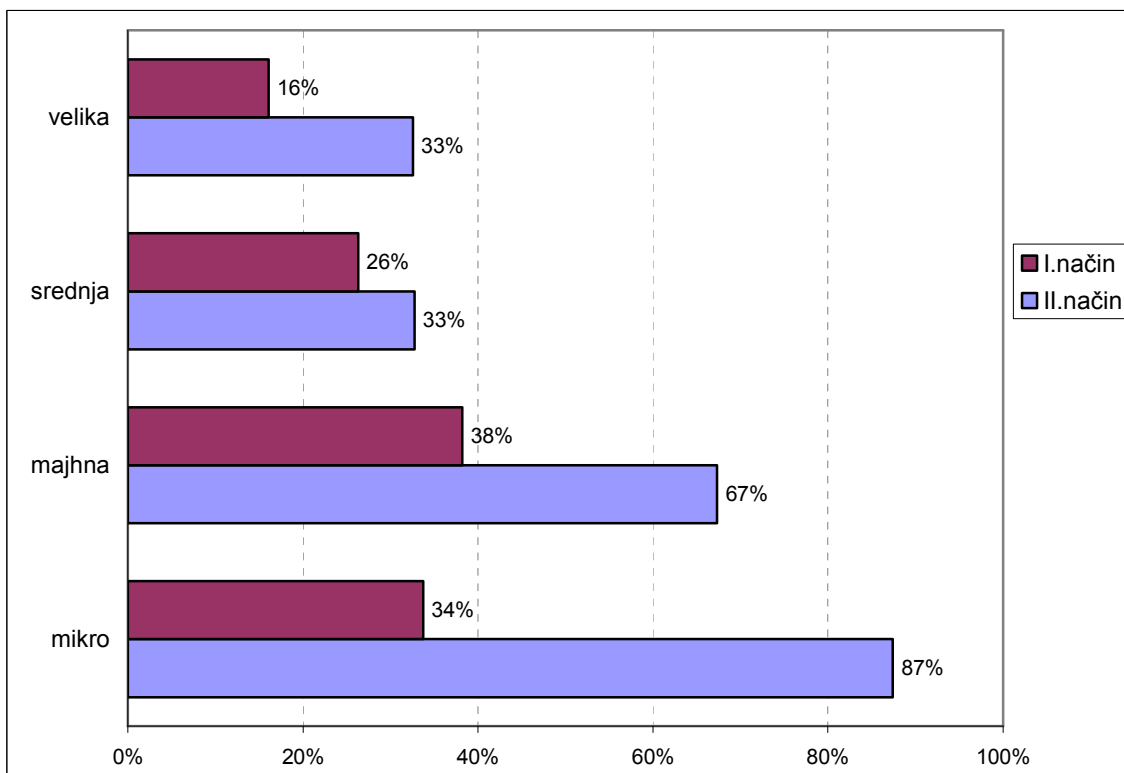
Delež zaposlenih z dostopom do interneta med podjetji, ki imajo dostop do interneta oziroma ga načrtujejo, lahko izračunamo na dva načina:

- da seštejemo število vseh zaposlenih v podjetjih in število vseh zaposlenih, ki imajo ali bodo imeli dostop do interneta, nato pa vsoto zaposlenih z dostopom delimo z vsoto vseh zaposlenih (I. način);
- da za vsako podjetje posebej izračunamo delež zaposlenih, ki imajo dostop do interneta, in nato izračunamo povprečje deležev za vsa podjetja določenega velikostnega razreda (II. način).

Razlike v rezultatih so precejšnje, saj imajo pri izračunu na prvi način večjo težo podjetja, ki imajo veliko število zaposlenih.

Razlikuje se tudi interpretacija podatkov:

- izračun na I. način pomeni, da ima dostop do interneta v povprečju 16% zaposlenih v velikih podjetjih, 26% srednjih, 38% v majhnih in 34% zaposlenih v mikro podjetjih;
- izračun na II. način pa nam pove, da ima v povprečnem velikem podjetju dostop do interneta 33% zaposlenih, v srednjem 33%, v majhnem 67%, v mikro podjetju pa dostop do interneta 87% zaposlenih.



Slika 18: Delež zaposlenih z dostopom do interneta, med podjetji, ki imajo internet (RIS 2005, n=21, 63, 46, 44)

4 PREDSTAVITVENE STRANI PODJETIJ

4.1 Podjetja s predstavitveno stranjo

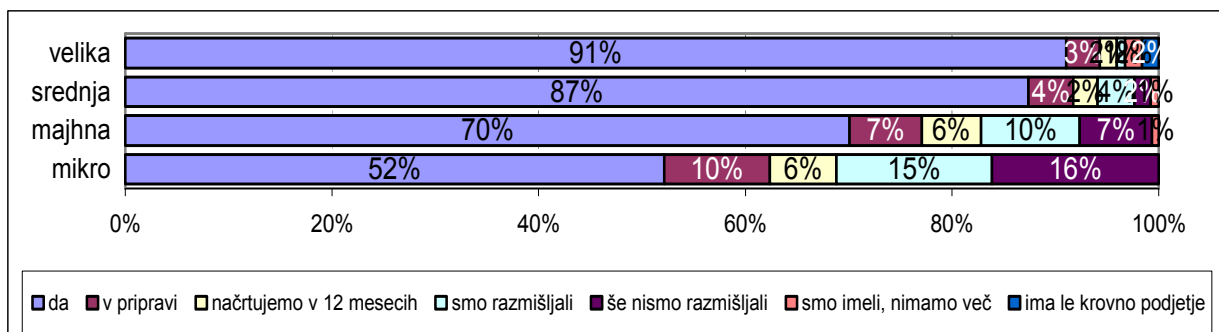
➤ Podjetjem, ki imajo vsaj en računalnik, smo postavili vprašanje: »Ali se vaša organizacija predstavlja na spletnih straneh?«

Kot kaže spodnja slika, ima v letu 2005 svojo spletno stran že velika večina podjetij – tudi delež mikro podjetij, ki se predstavljajo na spletnih straneh, je višji od polovice.

Delež podjetij, ki imajo spletno stran, pada z velikostno skupino podjetij: za velika podjetja znaša 91%, za srednja 87%, za majhna 70% in za mikro 52% - razlike so statistično značilne ($p < 0,001$), kar pomeni, da se velika podjetja očitno v veliko večji meri predstavljajo na spletu, kot mikro podjetja.

Deleži podjetij, ki odgovarjajo, da spletno predstavitev pripravljajo ali načrtujejo v 12 mesecih, pa so višji pri manjših in mikro podjetjih, kar nakazuje, da se bodo ta podjetja v naslednjih nekaj letih glede spletne predstavitve približala večjim.

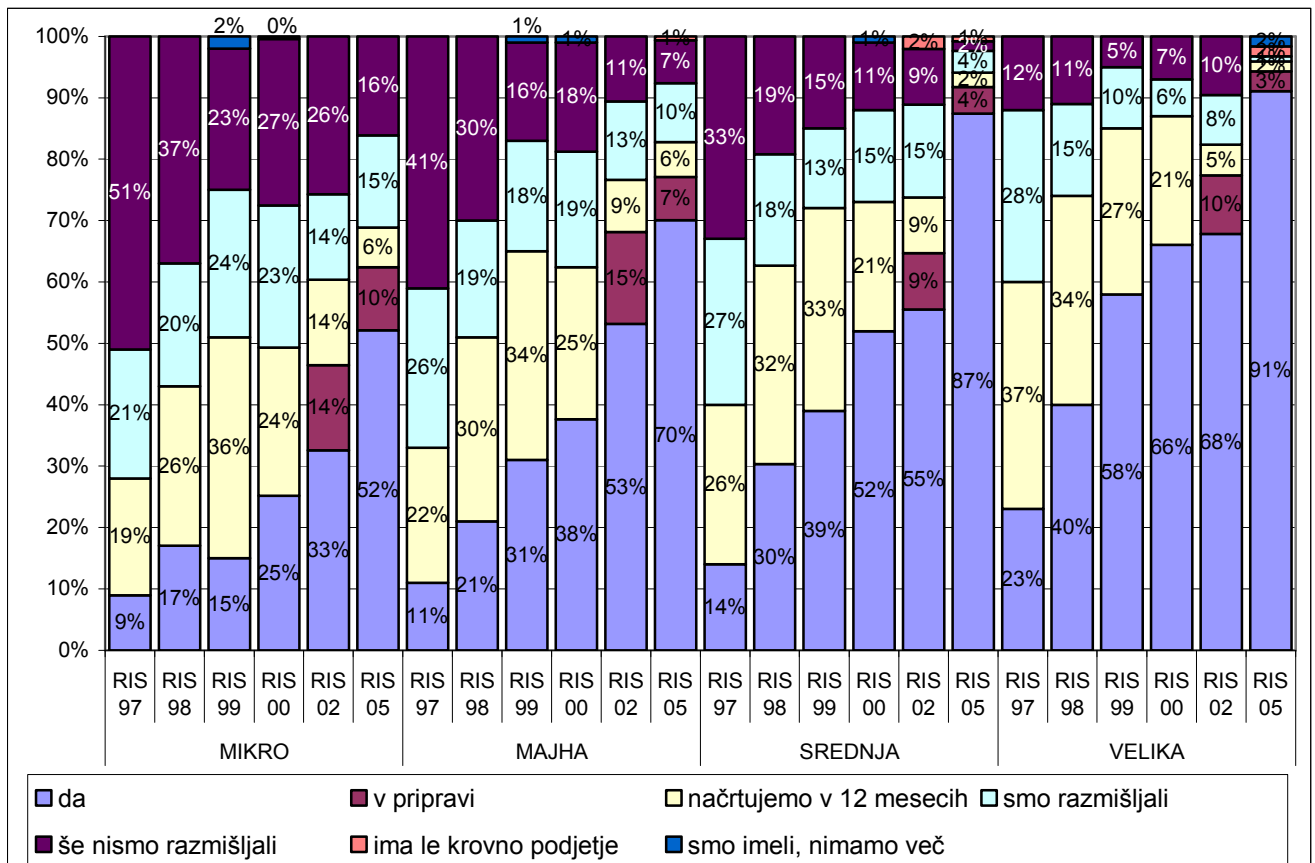
Pomembna deleža podjetij, ki o spletni predstavitvi sploh še niso razmišljala, se pojavita le pri mikro (16%) ter majhnih podjetjih (7%), kar kaže na dejstvo, da se v srednjih in velikih podjetjih zavedajo pomembnosti predstavitve na spletu.



Slika 19: Ali se vaša organizacija predstavlja na spletnih straneh? (RIS 2005 n=123, 254, 157, 186)

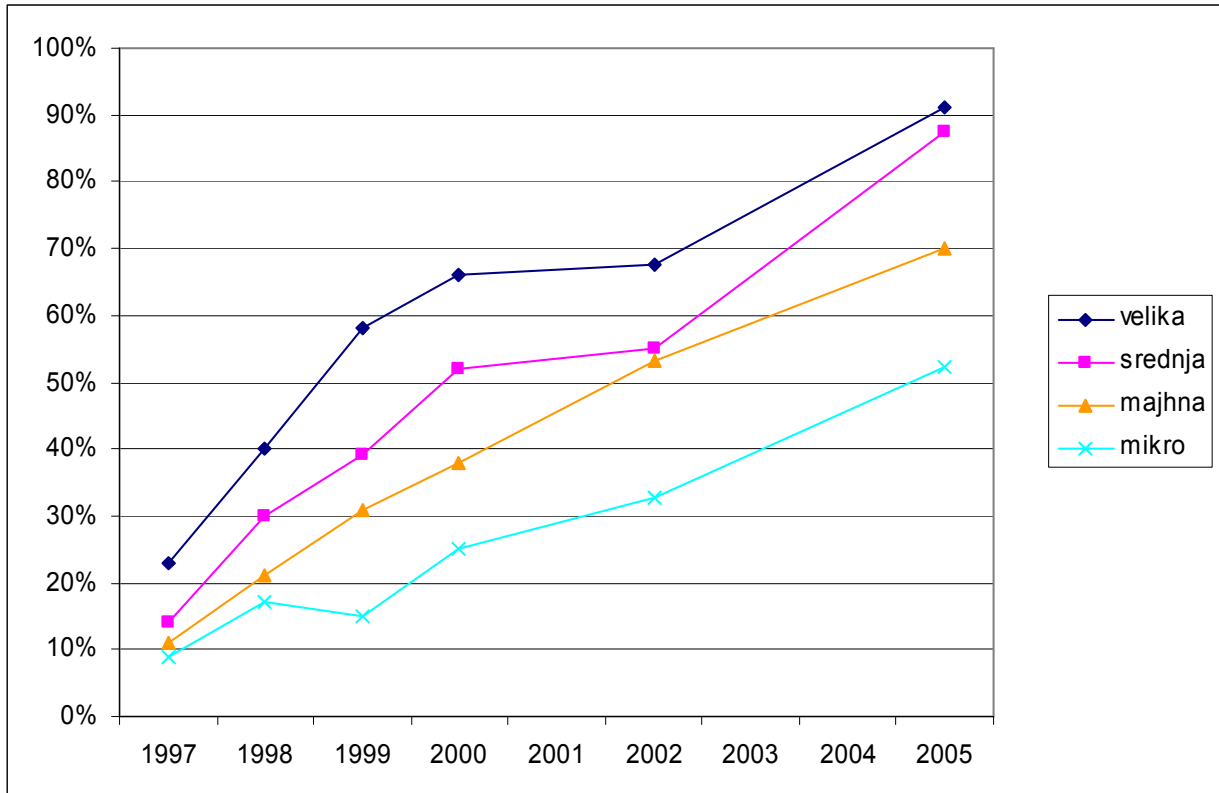
Deleži podjetij, ki se predstavljajo na spletu, so narasli tudi v letu 2005. Kot je razvidno s spodnje slike, je v letu 2005 (v primerjavi z letom 2002) ta delež najbolj narasel za srednje velika podjetja (za 32%), ki so se s tem zelo približala velikim, kar se tiče predstavitve na spletu. Deleža za mikro in majhna podjetja sta narasla za slabo petino, za velika pa za dobro petino glede na leto 2002.

Pomembno razliko opazimo tudi glede deleža podjetij, ki o spletni predstavitvi še niso razmišljala. Le-ta je za srednja in velika podjetja praktično izginil, pri majhnih in mikro podjetjih pa se je pomembno zmanjšal – pri slednjih za kar desetino. Glede na leto 2002 so se znižali tudi deleži podjetij, ki spletno predstavitev pripravljajo, kar pa lahko seveda razložimo z velikim porastom deleža podjetij, ki tako predstavitev že imajo.



Slika 20: Ali se vaše podjetje predstavlja na spletnih straneh? (RIS 1998, n=301, 468, 293, 357; RIS 1999, n=283, 252, 239, 155; RIS 2000, n=209, 254, 215, 229; RIS 2002, n=74, 53, 47, 58; RIS 2005, n=123, 254, 157, 186)

Na naslednji sliki predstavljamo podatke o tem, kako se je gibal delež podjetij s spletno predstavitvijo, še z lomljeno črto. Deleži se vztrajno višajo, in so bili v obdobju 1997 – 2005 za velika podjetja ob vsaki ponovitvi ankete najvišji, za mikro podjetja pa najnižji.



Slika 21: Ali se vaše podjetje predstavlja na spletnih straneh? – delež odgovorov DA (RIS 1998, n=301, 468, 293, 357; RIS 1999, n=283, 252, 239, 155; RIS 2000, n=209, 254, 215, 229; RIS 2002, n=74, 53, 47, 58; RIS 2005, n=123, 254, 157, 186)

Z uporabo populacijskih uteži lahko ocenimo, da ima v populaciji od skupno $N=39.549$ ustreznih podjetij, o katerih sklepamo na osnovi našega vzorca, predstavitveno stran več kot polovica slovenskih podjetij. Poglejmo si populacijske ocene nekoliko natančneje:

- 22.296 podjetij je že na spletu (samostojno ali v sklopu krovnega podjetja),
- 3.614 podjetji predstavitveno stran pripravljajo,
- 2.383 podjetij jo načrtuje v enem letu,
- 5.217 podjetij je o lastni predstavitveni strani že razmišljalo,
- 5.298 podjetij o tem še ni razmišljalo,

Tabela 14: »Se vaše podjetje predstavlja na spletnih straneh?« – vzorčne frekvence (RIS 2005)

	mikro	mala	srednja	velika	skupaj
Da, samostojno ali v sklopu krovnega podjetja	97	110	222	112	541
Ne, vendar je v pripravi	19	11	11	4	45
Ne, vendar jo nacrtnemo v naslednjih 12 mesecih	12	9	6	2	29
O tem smo že razmišljali	28	15	9	1	53
O tem še nismo razmišljali	30	11	4	0	45
Predstavitel ima le krovno podjetje	0	1	2	2	5

Zgornja tabela prikazuje odgovore, ki so jih dala podjetja, spodnja tabela pa ključ, po katerem smo te odgovore utežili. Seveda je razmerje med podjetji, ki so odgovarjala na vprašanje, ter podjetji v populaciji najvišje za mikro podjetja – eno mikro podjetje iz vzorca »predstavlja« več kot 150 podjetij iz populacije. Za velika podjetja je to razmerje 2,3.

Tabela 15: Ključ za uteževanje podatkov na populacijo (RIS 2005)

	mikro	majhna	srednja	velika	skupaj
odgovori	190	159	255	123	727
populacija	29820	8252	1195	282	39549
razmerje	156,9	51,9	4,7	2,3	54,4

Spodnja tabela prikazuje utežene odgovore, kjer upoštevamo – nekoliko precenjeno – uradno število podjetij.

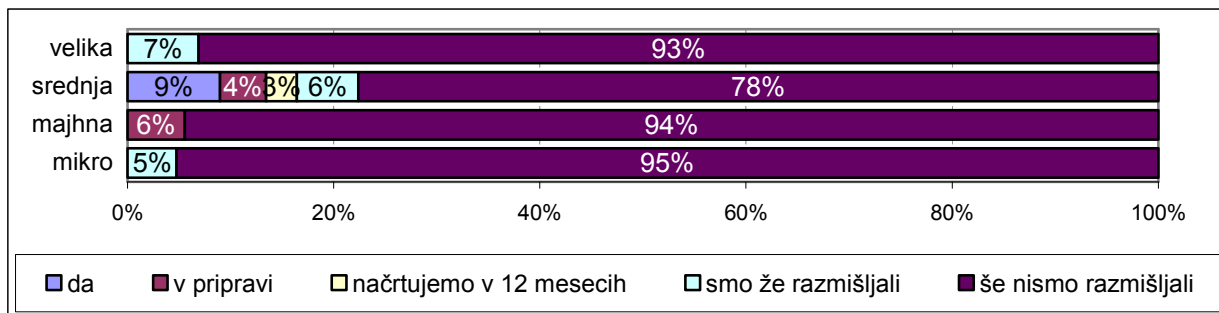
Tabela 16: »Se vaše podjetje predstavlja na spletnih straneh?« – populacijska utež (RIS 2005)

	mikro	majhna	srednja	velika	skupaj
Da, samostojno ali v sklopu krovnega podjetja	15224	5709	1040	257	22230
Ne, vendar je v pripravi	2982	571	52	9	3614
Ne, vendar jo nacrtnemo v naslednjih 12 mesecih	1883	467	28	5	2383
O tem smo že razmišljali	4395	778	42	2	5217
O tem še nismo razmišljali	4708	571	19	0	5298
Predstavitel ima le krovno podjetje	0	52	9	5	66

4.2 Spletne strani za ljudi s posebnimi potrebami

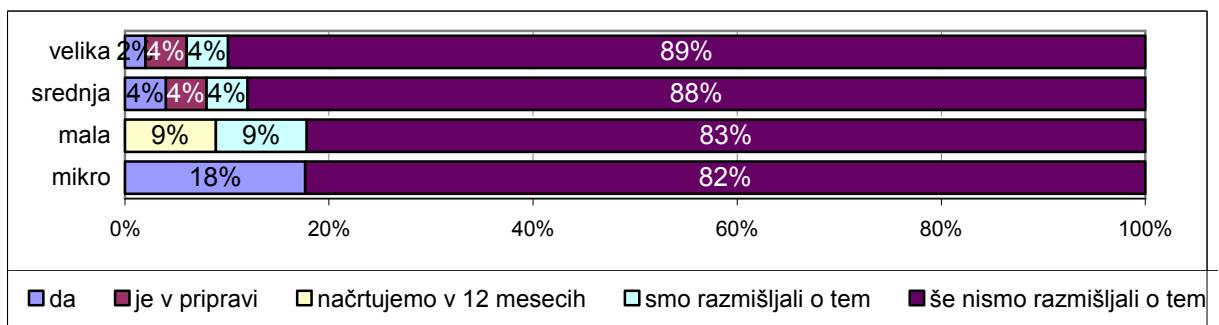
- Četrtni podjetij, ki so na vprašanje, ali se njihova organizacija predstavlja na spletnih straneh, odgovorila pozitivno, smo zastavili tudi vprašanje: »Ali je spletna stran vašega podjetja kakorkoli prilagojena invalidom oziroma ljudem s posebnimi potrebami?«

Spodnja slika kaže, da je med podjetji v vzorcu najdemo le 9% srednje velikih podjetij, ki imajo svojo spletno stran prilagojeno ljudem s posebnimi potrebami. Tudi deleži podjetij, ki so o tem že razmišljala, so nizki in se (razen za majhna podjetja) gibljejo okrog dvajsetine. Treba pa je opozoriti, da te ocene temeljijo na majhnem številu enot in so zato razmeroma nestabilne.



Slika 22: Ali je spletna stran vašega podjetja kakorkoli prilagojena invalidom oziroma ljudem s posebnimi potrebami? (RIS 2005, n=29, 67, 18, 21)

Nestabilnost omenjenih ocen se potrди ob primerjavi z letom 2002. Zaključimo lahko torej le, da velika večina podjetij svoje spletne strani nima prilagojene ljudem s posebnimi potrebami niti o tem še ni razmišljala in da na tem področju – kljub majhnem vzorcu vprašanih – ni jasnih znakov sprememb.



Slika 23: Ali je spletna stran vašega podjetja zasnovana tako, da omogoča pregledovanje tudi invalidom oziroma ljudem s posebnimi potrebami? (RIS 2002, n= 17, 23, 25, 46)

4.3 Prenova spletnega mesta

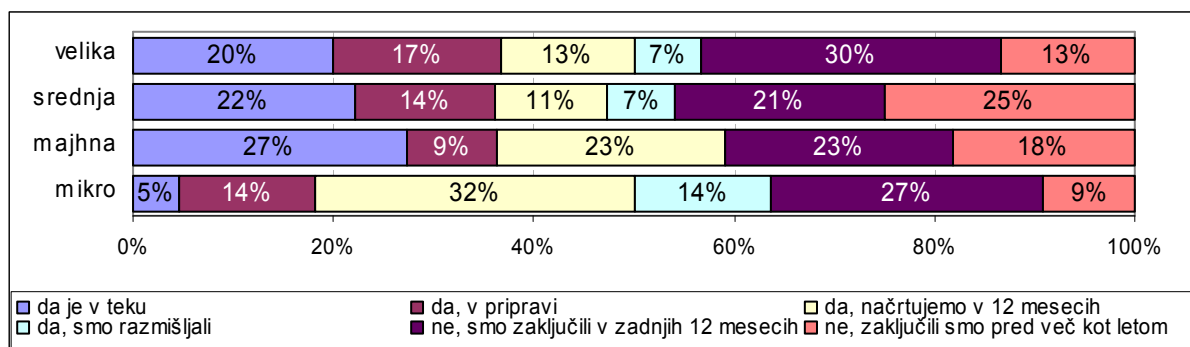
- Četrtni podjetij, ki imajo spletno stran, smo postavili vprašanje, ali načrtujejo večjo prenovo te spletne strani.

Spodnja slika kaže, da je le okrog štiri desetine podjetij v vseh velikostnih skupinah večjo prenovo svoje spletne strani zaključilo pred letom ali več, zato je v bližnji prihodnosti ne načrtujejo več. Ostali pa jo načrtujejo oz. ravno izvajajo.

Slabe štiri desetine velikih, srednjih in majhnih podjetij poroča, da je večja prenova njihove spletne strani v teku ali v pripravi, ta delež pa je občutno nižji za mikro podjetja. Le 5% mikro podjetij poroča, da je večja prenova njihove strani v teku; delež mikro podjetij, ki poročajo, da je večja prenova v pripravi, pa je primerljiv s podjetji višjih velikostnih skupin (14%).

Delež podjetij, ki večjo prenovo svoje spletne strani načrtujejo v naslednjih 12 mesecih, je najvišji med mikro podjetji, kar lahko seveda razložimo z nižjim deležem teh podjetij, ki poročajo, da je prenova že v teku.

Ker je število podjetij v vzorcu razmeroma nizko, je možnost vzorčne napake znatna, zato je treba zgornje ugotovitve jemati s pridržkom. Kljub temu pa lahko brez dvoma razberemo, da je več kot polovica vseh podjetij v določeni fazi načrtovanja oziroma prenove spletnega mesta. Nadaljnja četrtnina je s prenovo zaključila v zadnjih 12 mesecih. V grobem manj kot petina (9% mikro, 18% majhnih, 25% srednjih in 13% velikih) podjetij je s prenovo zaključila pred več kot letom in ne razmišlja o spremembah.



Slika 24: Ali načrtujete večjo prenovo spletne strani vaše organizacije? (RIS 2005, n=30, 72, 22, 22)

4.4 Snovanje spletnega mesta

- Četrtni podjetij, ki imajo svojo spletno stran, smo zastavili vprašanje: »Kako pomembno vlogo imajo pri vsebinski in konceptualni zasnovi spletne strani naslednje skupine«. Skupine, na katere se nanaša vprašanje, so prikazane v Tabela 17. Njihovo vlogo so podjetja ocenjevala na lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni "zelo nepomembno" in 5 "zelo pomembno; možna je bila tudi izbira »nimamo tega oddelka oz. te osebe«.

Spodnja tabela kaže, da imajo v slovenskih podjetjih nedvomno največjo vlogo oddelki oz. osebe odgovorne za marketing, saj je ta skupina prejela izredno visoko oceno pomembnosti vloge - 4,4 na lestvici od 1 do 5. Da se podjetja strinjajo, da ima ta skupina največjo vlogo, kaže tudi nekoliko nižji standardni odklon. Ugotovitve seveda veljajo samo za podjetja, ki oddelk oz. osebo, odgovorno za marketing, imajo.

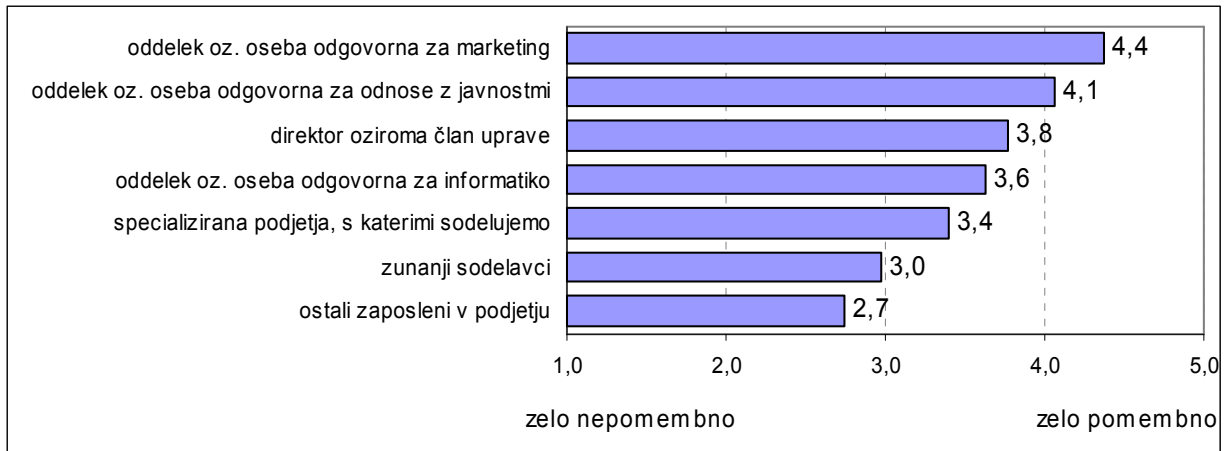
Oceno 4,0 na lestvici od 1 do 5, ki zaznamuje mejo zares visoke pomembnosti vloge, je presegel le še oddelk oz. oseba odgovorna za odnose z javnostmi (4,1), opozoriti pa velja, da je med podjetji v vzorcu tretjina takih, ki tega oddelka oz. osebe nimajo. Po oceni pomembnosti si nato sledijo: direktor oziroma član uprave (3,8), oddelk za informatiko (3,6) specializirana podjetja (3,4) ter zunanji sodelavci (3,0).

Ostali zaposleni v podjetju so izmed vseh skupin na seznamu edini prejeli oceno, nižjo od 3,0 na lestvici o 1 do 5 – slovenska podjetja torej vlogo ostalih zaposlenih v podjetju pri zasnovi spletne strani ocenjujejo kot nekoliko manj pomembno.

Tabela 17: Pomembnost vloge skupin pri vsebinski in konceptualni zasnovi spletne strani (RIS 2005)

	povprečje	Std. odklon	Std. napaka	n
Oddelk za marketing (oz. oseba odgovorna za marketing)	4,4	0,8	0,07	125
Oddelk oz. oseba odgovorna za odnose z javnostmi	4,1	1,0	0,10	97
Direktor oziroma član uprave	3,8	1,1	0,09	148
Oddelk za informatiko (oz. oseba odgovorna za informatiko)	3,6	1,2	0,10	129
Specializirana podjetja, s katerimi sodelujemo	3,4	1,2	0,10	128
Zunanji sodelavci	3,0	1,2	0,11	118
Ostali zaposleni v podjetju	2,7	1,0	0,09	141

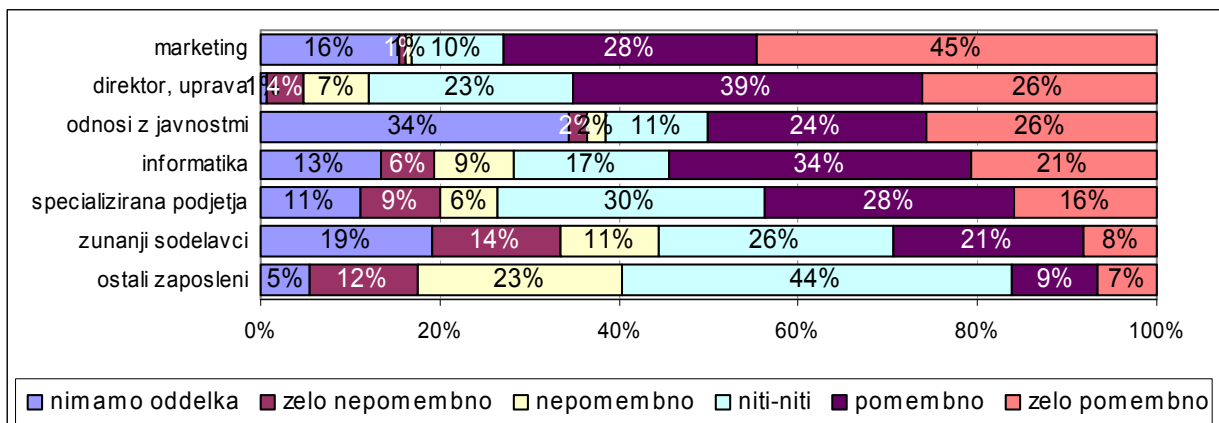
Slika 25 omenjene rezultate prikazuje še grafično.



Slika 25: Kako pomembno vlogo imajo pri vsebinski in konceptualni zasnovi spletne strani naslednje skupine? (RIS 2005)

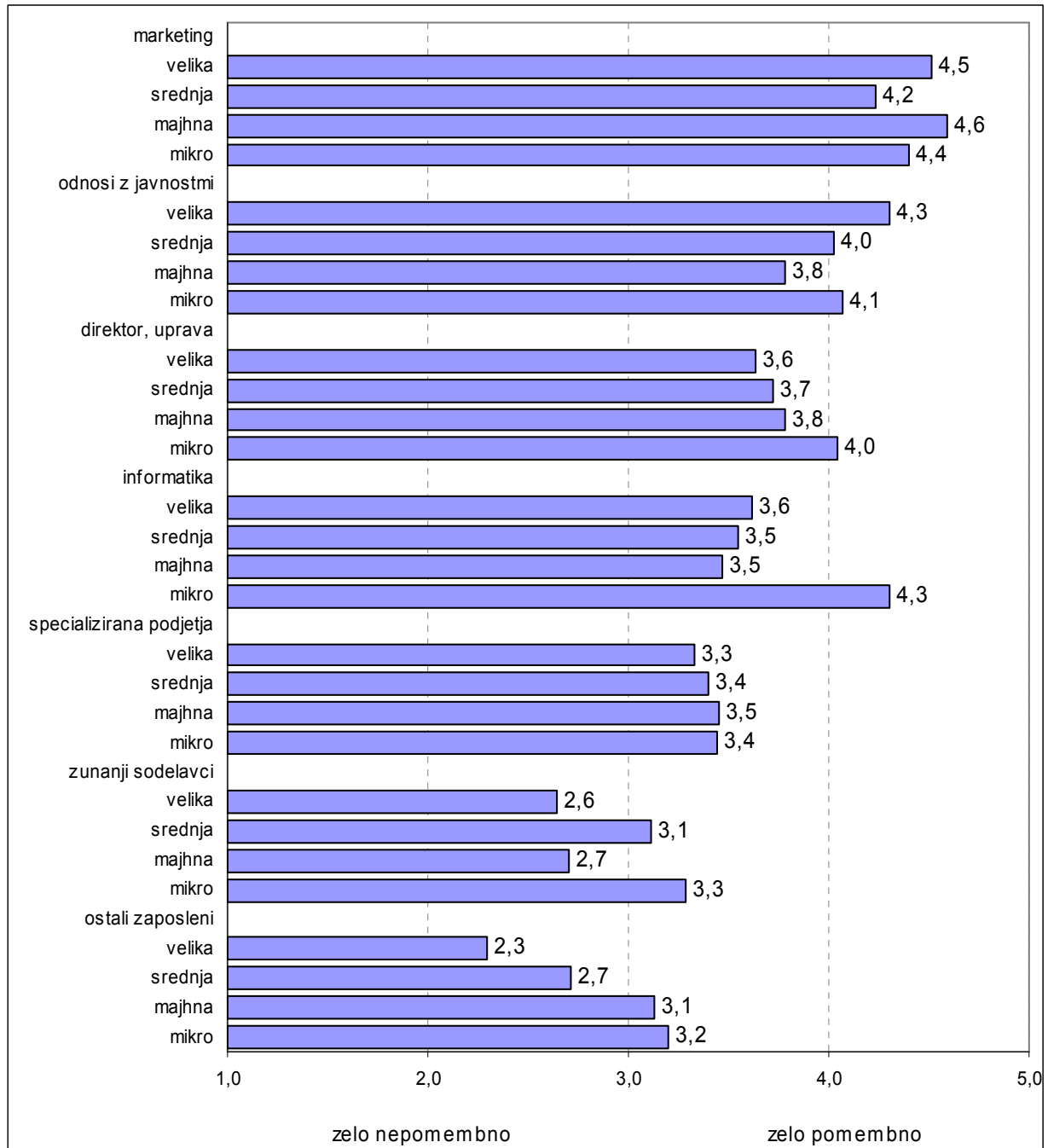
Na spodnji sliki so skupine razvrščene glede na delež ocen »zelo pomembno«, zato je direktor oz. član uprave višje kot oddelek za odnose z javnostmi – kot je razvidno iz slike, tretjina podjetij poroča, da nima oddelka oz. osebe odgovorne za stike z javnostmi.

Najvišji delež ocen »zelo nepomembno« se ne pojavi pri drugih zaposlenih v podjetju, kot bi bilo glede na nizko oceno morda pričakovati, temveč pri zunanjih sodelavcih, s katerimi podjetja sodelujejo. Najnižjo oceno vpliva ostalih zaposlenih (glej Tabela 17) povzročijo odgovori »nepomembno«, ki jih je za to skupino 23%.



Slika 26: Kako pomembno vlogo imajo pri vsebinski in konceptualni zasnovi spletne strani naslednje skupine? – deleži odgovorov (RIS 2005)

Spodnja slika prikazuje povprečne ocene vloge na zasnovo spletne strani še glede na velikost podjetij. Ocena vloge ostalih zaposlenih narašča z manjšanjem velikosti podjetja – razlike so statistično značilne ($p < 0,01$). Izstopa še visoka ocena vloge oddelka oz. osebe za informatiko med mikro podjetji (4,3), ki pa jo lahko razložimo s pomočjo Slika 28.



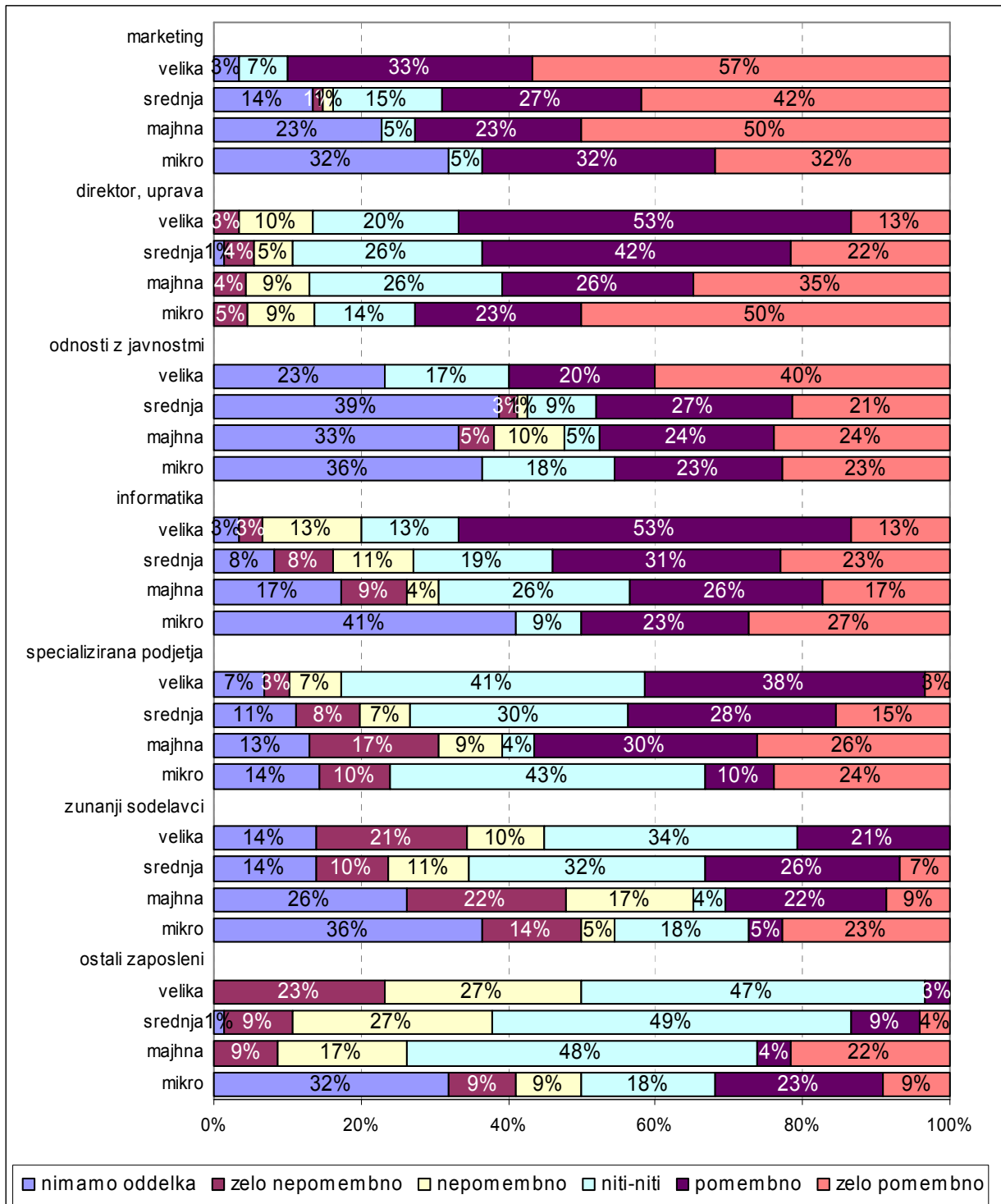
Slika 27: Kako pomembno vlogo imajo pri vsebinski in konceptualni zasnovi spletne strani naslednje skupine? (RIS 2005, n=30, 74, 23, 22)

Slika na naslednji strani prikazuje deleže odgovorov na vprašanje »Kako pomembno vlogo imajo pri vsebinski in konceptualni zasnovi spletne strani naslednje skupine?« glede na velikost podjetja.

Pomembno opažanje je, da dve petini mikro podjetij poroča, da nimajo osebe oz. oddelka za informatiko. Tista mikro podjetja, ki pa tako osebo oz. oddelek imajo, so njegovo vlogo za zasnovu spletne strani ocenile z visokimi ocenami, kar povzroči visoko povprečje te ocene kot kaže Slika 27 (naj še enkrat opomnimo, da smo pri izračunu povprečja odgovore »nimamo tega oddelka oz. te osebe« izločili).

Pri manjših podjetjih opazimo višje deleže odgovorov »nimamo tega oddelka oz. te osebe« tudi za skupini »marketing« ter »zunanjí sodelavci«, kar je seveda razumljivo. Slaba tretjina mikro podjetij poroča tudi, da nima ostalih zaposlenih – v teh podjetjih je torej zaposlena samo ena oseba ali pa sploh nimajo zaposlenih in so bila torej na osnovi tega kriterija uvrščena v skupino mikro podjetij.

Delež ocen »zelo pomembno« vloge direktorja ali člana uprave strmo pada z večanjem velikosti podjetja in znaša 50% pri mikro in 13% pri velikih podjetjih. To je razumljivo, saj je v velikih podjetjih mnogo več zaposlenih, in so njihove vloge zato mnogo bolj specializirane. Opomniti velja tudi na dejstvo, da je bil respondent za mikro podjetja direktor (in ne vodja IKT oddelka kot pri večjih podjetjih), ki je ob tako postavljenem vprašanju torej ocenjeval svojo vlogo.



Slika 28: Kako pomembno vlogo imajo pri vsebinski in konceptualni zasnovi spletne strani naslednje skupine? – deleži odgovorov (RIS 2005, n=30, 74, 23, 22)

5 PROGRAMSKA OPREMA

5.1 Sistemska programska oprema

- Četrtni podjetij z dostopom do interneta smo postavili vprašanje: »Katere od navedenih platform oziroma okolij sistemske programske opreme uporabljate?« Možnih je bilo več odgovorov, ponujene odgovore ter števila navedb prikazuje Tabela 18. V primeru, da je bila izbrana možnost »še kakšno drugo« (platformo), smo respondentu zastavili še odprto vprašanje, v katerem nas je zanimala omenjena sistemska programska oprema.

Kar 98% podjetij uporablja sistemsko okolje Microsoft Windows, sledita LINUX (24%) in DOS (11%). Omenjeni skupni deleži se nanašajo na vzorec, kjer imamo relativno premalo mikro podjetij. Podatke, preračunane na populacijo, prikazuje Slika 30.

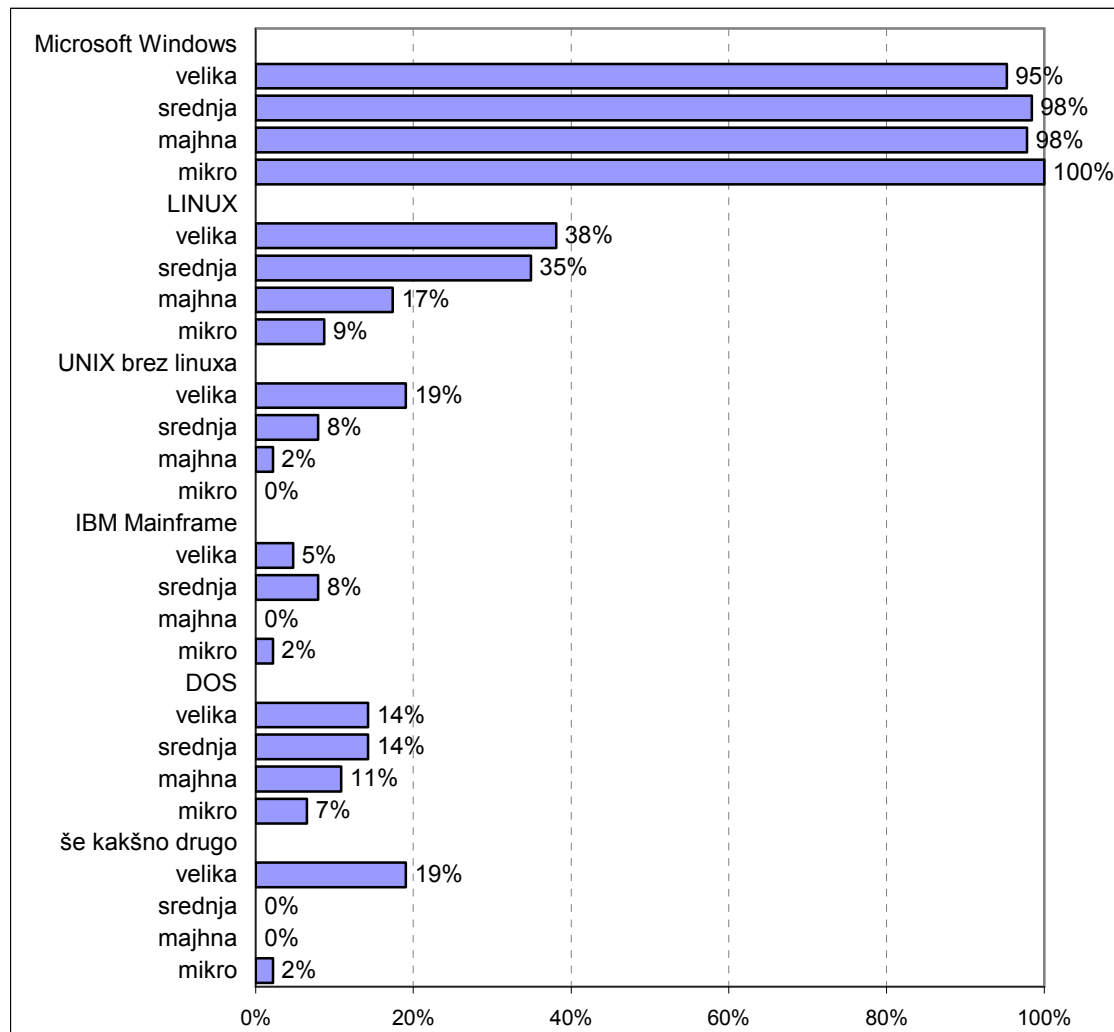
Ker je bilo možnih več odgovorov (isto podjetje lahko naenkrat uporablja npr. Windows in LINUX), vsota deležev tako seveda presega 100%.

Tabela 18: »Katere od navedenih platform oziroma okolij sistemske programske opreme uporabljate?« - možnih več odgovorov (RIS 2005, n=21, 63, 46, 46)

	mikro		majhna		srednja		velika		skupaj	
Microsoft Windows	46	100%	45	98%	62	98%	20	95%	173	98%
LINUX	4	9%	8	17%	22	35%	8	38%	42	24%
UNIX brez linuxa	0	0%	1	2%	5	8%	4	19%	10	6%
IBM Mainframe	1	2%	0	0%	5	8%	1	5%	7	4%
DOS	3	7%	5	11%	9	14%	3	14%	20	11%
še kakšno drugo	1	2%	0	0%	0	0%	4	19%	5	3%

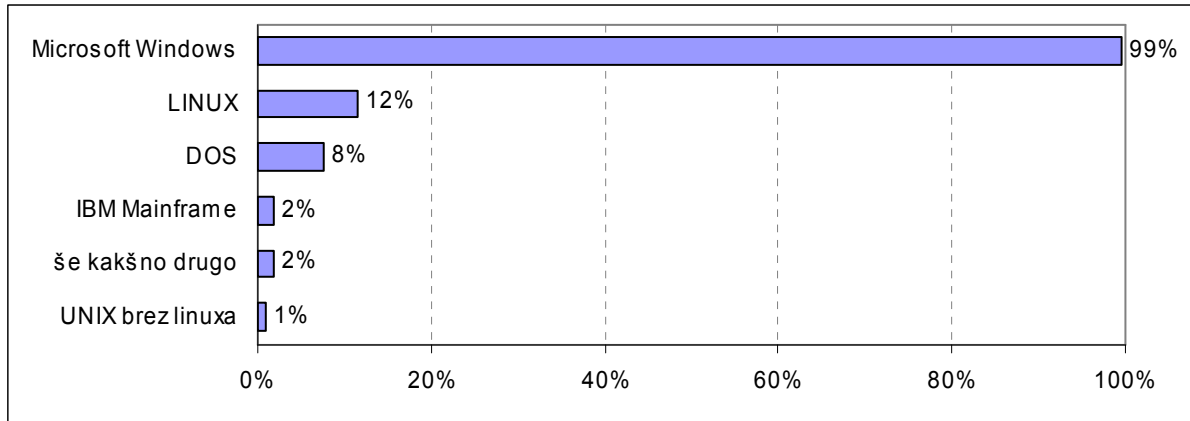
Uporaba okolja Microsoft Windows je izredno visoka ter narašča z manjšanjem velikosti podjetja – med mikro podjetji v vzorcu znaša kar 100%. Uporaba LINUX-a, UNIX-a ter DOS-a pa nasprotno narašča z večanjem velikosti podjetja. LINUX tako uporablja kar 38% velikih ter 35% srednjih podjetij. Opcij »IBM Mainframe« ter »drugo« zaradi previsoke verjetnosti vzorčne napake (glej Tabela 18) ne interpretiramo.

V splošnem lahko torej trdimo, da uporablja velika večina podjetij (med drugim) Microsoft Windows. Mikro podjetja poleg tega le redko uporabljajo še kakšno drugo sistemsko platformo, velika podjetja pa dokaj pogosto in to predvsem LINUX, UNIX in DOS. Uporaba alternativne sistemske programske opreme med velikimi podjetji povzroči, da je uporaba okolja Windows nekoliko nižja (95%).



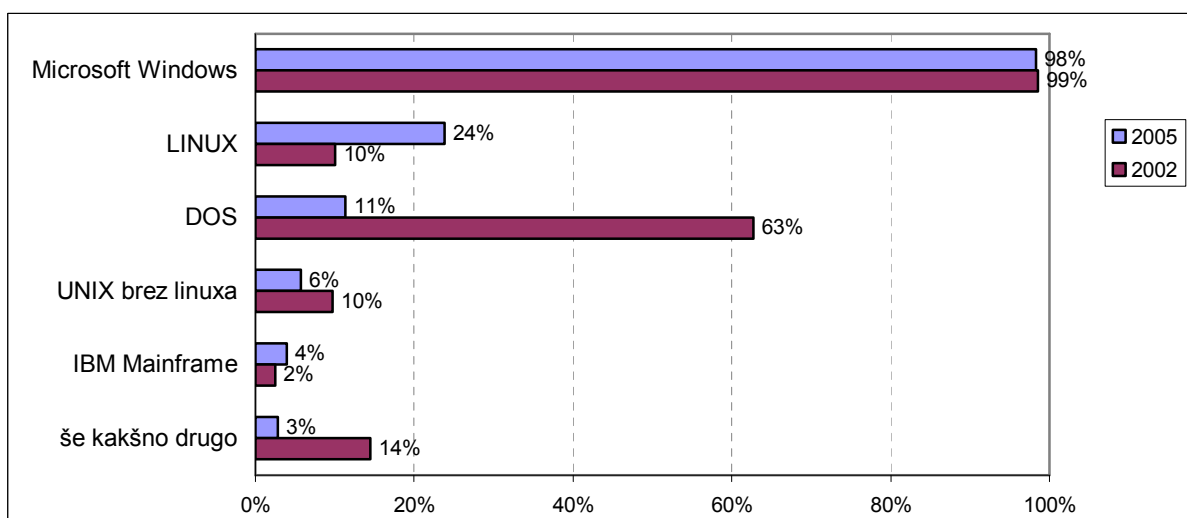
Slika 29: Uporaba sistemske programske opreme glede na velikost podjetja (RIS 2005, n=21, 63, 46, 46)

Če te podatke utežimo na populacijo, se delež uporabe okolja Windows zaradi visoke populacijske uteži pri mikro podjetjih poveča, deleži ostalih platform pa se zmanjšajo, kot prikazuje naslednja slika. Okolje Microsoft Windows je na prepričljivem prvem mestu z 99% uporabe med slovenskimi podjetji. Sledita LINUX in DOS z 12 oz. 8%.



Slika 30: Uporaba sistemske programske opreme glede na velikost podjetja – populacijske ocene (RIS 2005)

Oglejmo si še primerjavo s podatki iz leta 2001. Opozorimo, da se spodnja slika za razliko od zgornje nanaša na vzorčne (in ne populacijske) ocene. Največje razlike opazimo glede uporabe LINUX-a ter DOS-a - glede na leto 2001 se je uporaba prvega več kot podvojila, drugega upadla za več kot 50%. V letošnji raziskavi beležimo nizko število navedb »drugo« o čemer bo govora v nadaljevanju.



Slika 31: Uporaba sistemske programske opreme glede na velikost podjetja – populacijske ocene (RIS 2005, n=21, 63, 46, 46; RIS 2002, n=114, 66, 87, 80)

- *Podjetjem, ki so odgovorila, da uporabljajo tudi »drugo« sistemsko programsko opremo, smo zastavili odprto vprašanje, ki je spraševalo po tej programski opremi.*

V letošnjem vzorcu je bilo le 5 navedb »drugo« izmed 176 podjetij, ki so odgovarjala na vprašanje o sistemski programski opremi. Odgovore na odprto vprašanje prikazuje spodnja tabela.

Tabela 19: Odgovori na odprto vprašanje o uporabi sistemske programske opreme (RIS 2005)

Navedba	n
ne vem	1
novel	1
Novel	2
vms	1
skupaj	5

Tri navedbe se torej nanašajo na Novell, ena na open VMS, ena pa je neustrezna.

Kot prikazuje spodnja tabela, je bilo v raziskavi RIS 2001 veliko več navedb »druge« sistemske programske opreme (51 navedb izmed 347 podjetij, ki so odgovarjala), odgovori na odprto vprašanje so mnogo bolj kot letos kazali na nerazumevanje vprašanja.

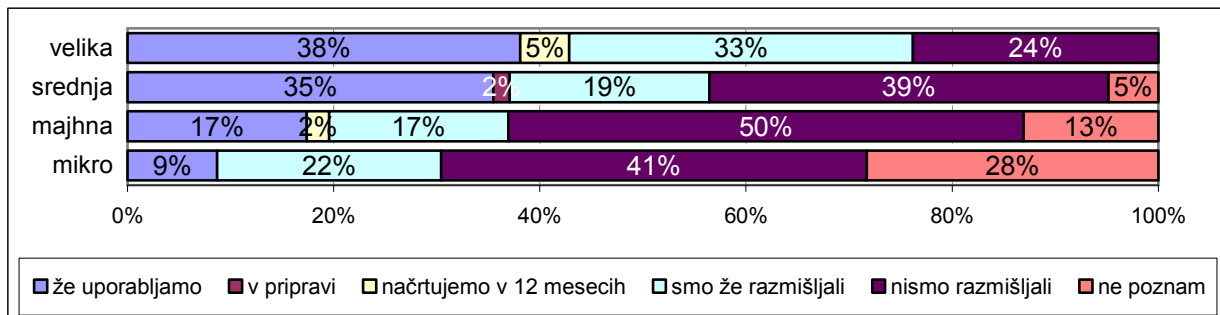
Tabela 20: Odgovori na odprto vprašanje o uporabi sistemske programske opreme iz leta 2001 (RIS 2001)

navedba	n	navedba	n
acl	1	apple75	1
avtocat	1	ax	1
birokrat office	1	cdp card dealer package	1
compaq	1	deck	1
delphi	1	excel	3
cobol	1	ms wax	1
navision	1	novell	18
of400	1	open vms	10
oracle	3	os2	1
privatna	1	sap	1
wes	1		

5.2 Platforma LINUX

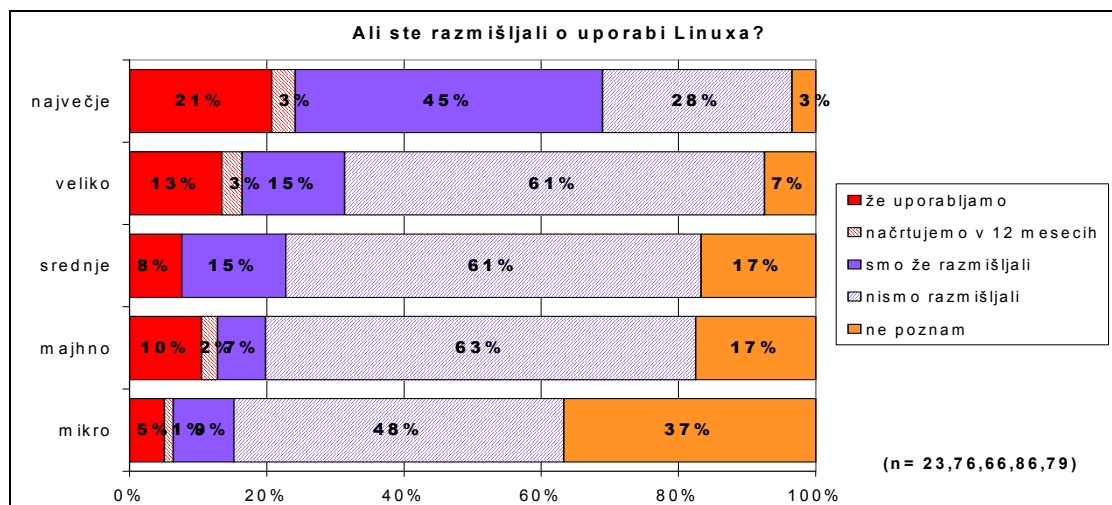
➤ Podjetja, ki ne uporabljajo Linux-a, smo vprašali ali so o uporabi te platforme že razmišljali.

Kot smo že omenili, uporaba Linux-a narašča z večanjem velikosti podjetja. Odgovori »v pripravi« ter »načrtujemo v 12 mesecih« so bili zelo redki; o uporabi Linux-a razmišlja tretjina velikih ter približno petina podjetij ostalih velikosti. Delež nepoznavanja te platforme narašča od velikih (0%) proti mikro podjetjem (28%).



Slika 32: »Ali ste razmišljali o uporabi Linux-a?« (RIS 2005, n=21, 62, 46, 46)

Glede na leto 2001 se je povečal delež podjetij, ki Linux uporabljajo, zmanjšal pa delež tistih, ki ga ne poznajo. Deleži podjetij, ki o uporabi še niso razmišljala, so se zmanjšali.



Slika 33: »Ali ste razmišljali o uporabi Linux-a?« - podatki za leto 2001 (RIS 2001, n=23, 76, 66, 86, 79)

6 E-POSLOVANJE

6.1 Uporaba e-poslovanja

➤ Četrtno podjetij, ki imajo dostop do interneta, smo vprašali: »Ali uporabljate e-poslovanje? S pojmom e-poslovanja razumemo komercialne aktivnosti, ki se izvajajo preko elektronskih omrežij, pogosto preko interneta, ki vodijo k prodaji ali nakupu blaga ali storitev.« (možen je bil en odgovor)

– da, uporabljamo,

– načrtujemo v 12 mesecih,

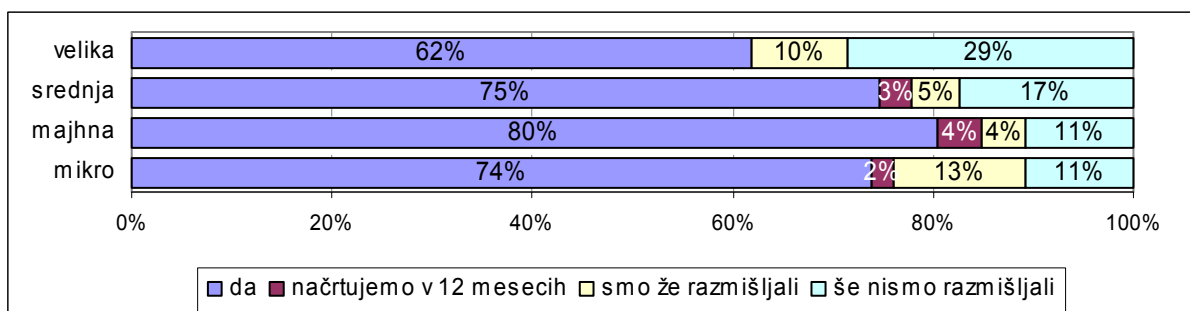
– smo razmišljali,

– ne, nismo razmišljali.

Spodnja slika kaže nekoliko presenetljive rezultate. Najvišji delež podjetij, ki uporabljajo e-poslovanje najdemo med majhnimi podjetji (80%), najnižjega pa med velikimi (62%). E-poslovanje uporablja približno tri četrtine mikro in srednjih podjetij.

Delež podjetij, ki o uvedbi e-poslovanja še niso razmišljala, pada z manjšanjem velikosti podjetja in tako znaša 29% za velika ter 11% za mikro podjetja.

Analiza torej kaže, da je e-poslovanje najbolj razširjeno med majhnimi podjetji, med katerimi se utegne uporaba v prihodnosti še nekoliko povečati (4% majhnih podjetij načrtuje uvedbo e-poslovanja v naslednjih 12 mesecih), najmanj pa je razširjeno med velikimi podjetji, ki tudi skoraj v tretjini odgovarjajo, da o uvedbi e-poslovanja še niso razmišljala.



Slika 34: »Ali uporabljate e-poslovanje?« - deleži odgovorov (RIS 2005, n=21, 63, 46, 46)

Primerjava z letom 2002 kaže na porast uporabe e-poslovanja, kjer je e-poslovanje uporabljalo 58% podjetij, ki imajo dostop do interneta.

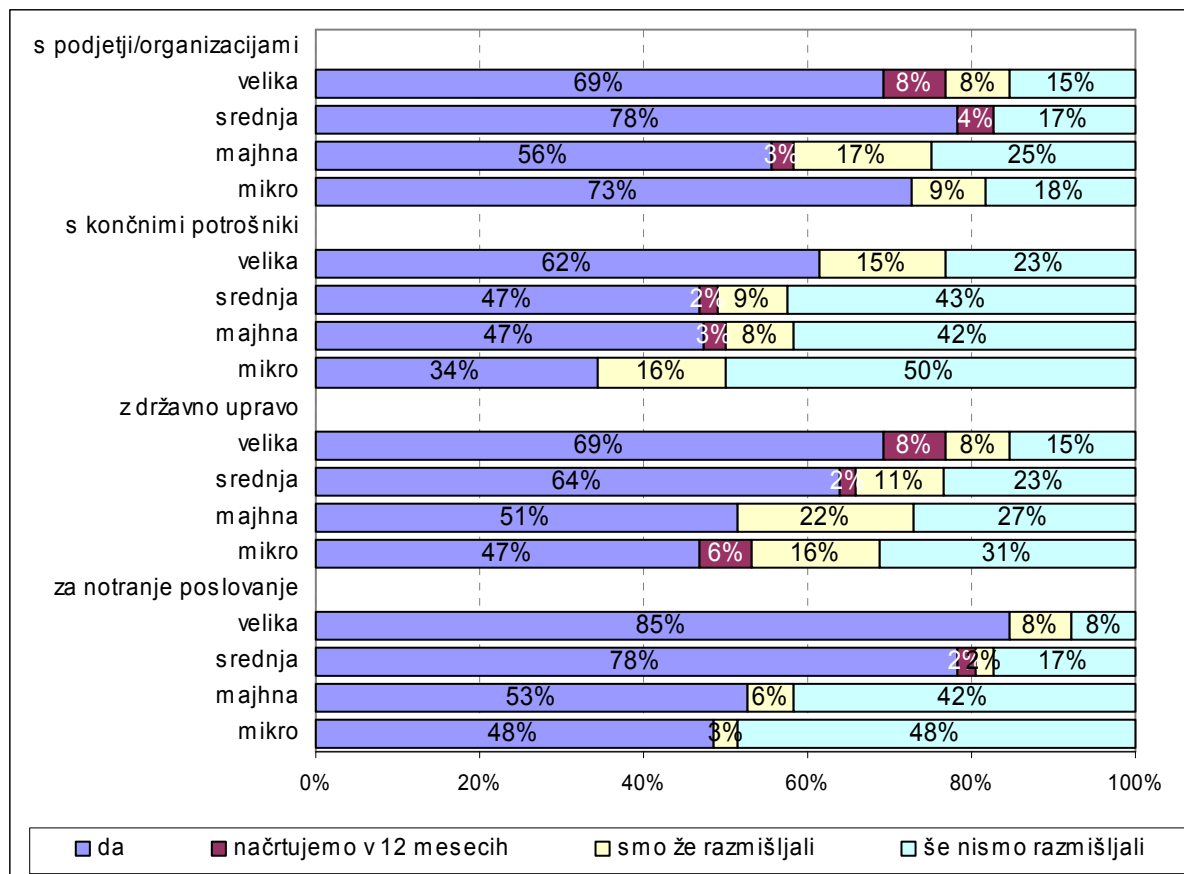
6.2 Ravni uporabe e-poslovanja

- *V nadaljevanju smo se omejili na podjetja, ki so odgovorila, da e-poslovanje uporabljajo. Zanimalo nas je, ali e-poslovanje uporabljajo na naslednjih ravneh:*
- *za poslovanje s podjetji/organizacijami*
 - *za poslovanje s končnimi potrošniki*
 - *za poslovanje z državno upravo*
 - *za notranje poslovanje*

Ko se omejimo samo na podjetja, ki e-poslovanje uporabljajo, pa se vendarle pokaže, da so najbolj intenzivni uporabniki velika podjetja. Na treh od štirih ravni namreč najvišji delež podjetji, ki e-poslovanje uporabljajo tudi na tej ravni, najdemo med velikimi podjetji. To ne velja le za e-poslovanje s podjetji ali organizacijami, ki ga v največji meri uporabljajo srednja podjetja (78%).

Področje poslovanja z drugimi podjetji oz. organizacijami tudi sicer izstopa, saj najdemo najvišji delež odgovorov »da« med srednjimi podjetji, sledijo mikro, velika in majhna podjetja. Ne opazimo torej nobene zakonitosti, ki bi povezovala uporabo e-poslovanja z velikostjo podjetja. Pri ostalih treh področjih e-poslovanja namreč delež odgovorov »da« upada z manjšanjem velikosti podjetja.

Povzamemo lahko torej, da je delež podjetij, ki e-poslovanje uporabljajo sicer res najnižji med velikimi podjetji, tista velika podjetja, ki pa e-poslovanje uporabljajo, ga uporabljajo za mnogo različnih namenov, kar za manjša podjetja drži v manjši meri.



Slika 35: Na katerih ravneh uporabljate elektronsko poslovanje? - deleži odgovorov (RIS 2005, n=13, 47, 37, 34)

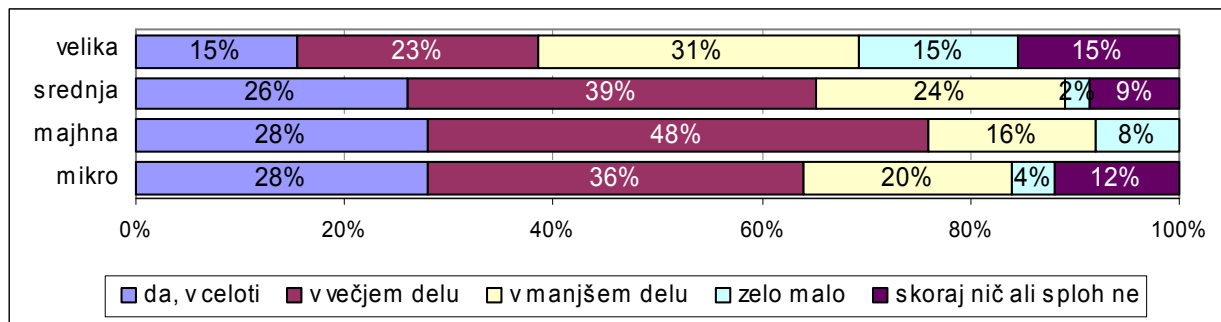
6.3 Integriranost aplikacij e-poslovanja

- Podjetjem, ki so na vprašanje, ali e-poslovanje uporabljajo na katerikoli od ravni (glej prejšnji razdelek) odgovorila pritrdilno, smo zastavili vprašanje: »Ali so aplikacije e-poslovanja integrirane - kjer je to potrebno - med seboj in tudi s siceršnjim informacijskim sistemom?«

Glede integriranosti aplikacij e-poslovanja pa se zopet pokaže, da so manjša podjetja v prednosti pred velikimi.

Delež odgovorov »da, v celoti« pada z večanjem velikosti podjetja in znaša za velika podjetja le 15%. Delež odgovorov »v večjem delu« je najvišji pri majhnih podjetjih, ki tudi v majhni meri poročajo o zelo nizki stopnji integriranosti.

Rezultati torej kažejo, da so majhna podjetja najmočnejša tudi kar se tiče integriranosti e-poslovanja z informacijskim sistemom. Vseeno pa na tej točki opomnimo, da je bil v manjših podjetjih respondent največkrat direktor in ne informatik, kot v večjih podjetjih.



Slika 36: Ali so aplikacije e-poslovanja integrirane? (RIS 2005 n=13, 46, 25, 25)

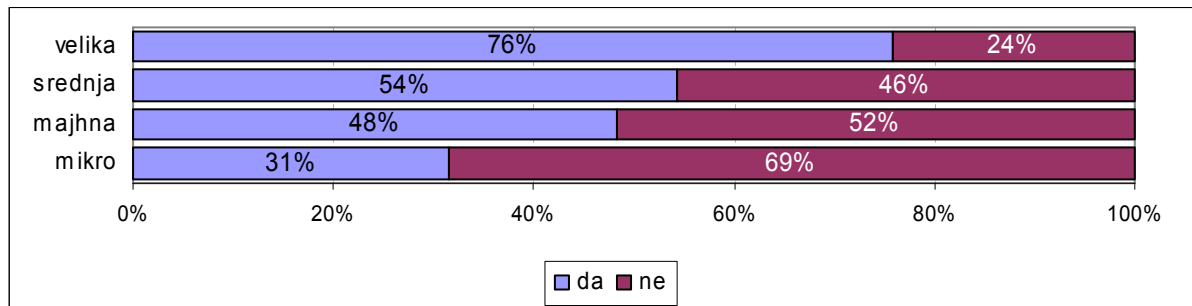
7 E-BUSINESS WATCH⁶

Sklop, ki ga obravnavamo v tem poglavju, vsebuje vprašanja iz standardizirane EU raziskave. Več na <http://www.ebusiness-watch.org>.

7.1 Podjetja z novim izdelkom oz. storitvijo

- Četrtni podjetij, ki imajo vsaj en računalnik, smo zastavili vprašanja iz sklopa o e-poslovanju. Prvo vprašanje se je glasilo: »Ali ste v preteklih 12 mesecih v vašem podjetju lansirali kakršenkoli nov ali bistveno izboljšan izdelek oziroma storitev na tržišče?«

Izmed 160 podjetij, ki so odgovorila na to vprašanje, jih je 79 odgovorilo z »da« (49%), ostala z »ne«. Spodnja slika nazorno kaže, da delež podjetij, ki so v preteklem letu lansirala nov izdelek oz. storitev, pada z manjšanjem velikosti podjetja, saj je takšnih manj kot tretjina mikro ter več kot tri četrtine velikih podjetij.



Slika 37: Ali ste v preteklih 12 mesecih v vašem podjetju lansirali kakršenkoli nov ali bistveno izboljšan izdelek oziroma storitev na tržišče? (RIS 2005, n=29, 46, 31, 54)

⁶ Več na: <http://www.ebusiness-watch.org>.

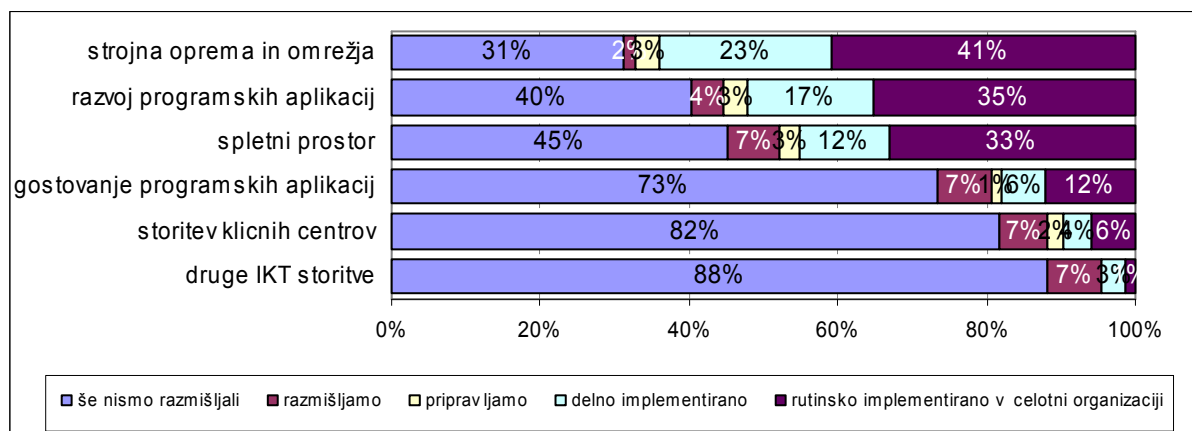
7.2 IKT ter zunanji sodelavci

➤ Vprašanje se je glasilo: »Ali ste v vaši organizaciji na katerem od naslednjih področij IKT-ja (informacijsko-komunikacijske tehnologije), dodelili delo zunanjim izvajalcem?«

- vzdrževanja strojne opreme in omrežij
- zakupa spletnega prostora ali shranjevanja podatkov
- razvoja programskih aplikacij
- gostovanja programskih aplikacij pri ponudnikih aplikacijskih storitev
- storitev klicnih centrov
- drugih IKT storitev

Če je respondent glede »drugih IKT storitev« odgovoril, da jih v njegovi organizaciji vsaj pripravljajo, nas je zanimalo za katere storitve gre (odprto vprašanje).

Spodnja slika kaže, da podjetja zunanje izvajalce (*outsourcing*) največ uporabljajo za vzdrževanje strojne opreme in omrežij (41% podjetij rutinsko implementira v celotni organizaciji), razvoj programskih aplikacij (35%) ter za zakup spletnega prostora (33%). Delež podjetij, ki za vzdrževanje strojne opreme in omrežij uporabljajo zunanje sodelavce, je višji od polovice, če upoštevamo še delež podjetij, ki te storitve »delno implementirajo«. Več kot polovica podjetij uporablja zunanje sodelavce tudi za razvoj programskih aplikacij.



Slika 38: »Ali ste v vaši organizaciji na katerem od naslednjih področij IKT dodelili delo zunanjim izvajalcem?« - deleži odgovorov (RIS 2005, n=160)

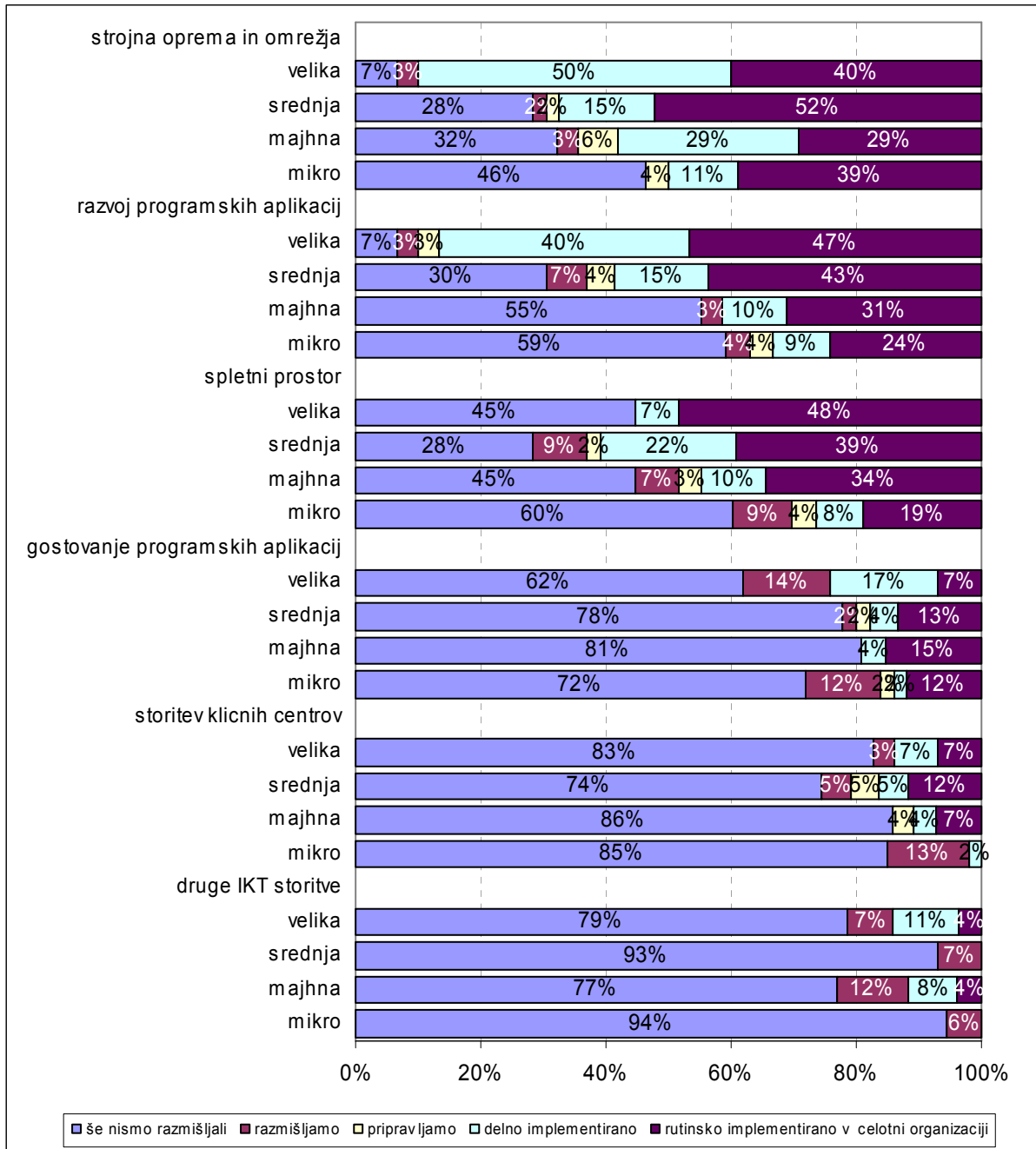
Deleži odgovorov »razmišljamo« ter »pripravljamo« so dokaj nizki za vsa zgoraj našeta področja, saj skupno nikoli ne presežejo desetine. Podjetja torej outsourcing na omenjenih področjih bodisi že implementirajo, bodisi o tem še sploh niso razmišljala.

Najvišje deleže odgovorov »še nismo razmišljali« najdemo pri področjih »gostovanje programskih aplikacij« (73%), »storitve klicnih centrov« (82%) ter »druge IKT storitve« (88%).

Podjetjem, ki so odgovorila, da so v preteklih 12 mesecih zunanjim sodelavcem dodelila delo na področju »drugih IKT storitev«, smo zastavili odprto vprašanje, v katerem nas je zanimalo, katera so ta področja. Takšnih podjetij je bilo le 7, od tega jih je na odprto vprašanje odgovorilo 6. Odgovore navajamo urejene po abecednem redu:

- e-trgovina, promocije
- obveščanje potrošnikov po SMS
- tisto kar rabijo
- trženje telekomunikacijskih rešitev, izobraževanje
- vzdrževanje strežniške infrastrukture
- za proizvodnjo

Odgovorov je premalo, da bi jih lahko podrobneje analizirali. Večina podjetij navaja konkretna področja, kjer se poslužujejo zunanjih izvajalcev, dva odgovora pa nakazujeta na nerazumevanje vprašanja.



Slika 39: »Ali ste v vaši organizaciji na katerem od naslednjih področij IKT dodelili delo zunanjim izvajalcem?« - deleži odgovorov glede na velikost (RIS 2005, n=30, 46, 30, 54)

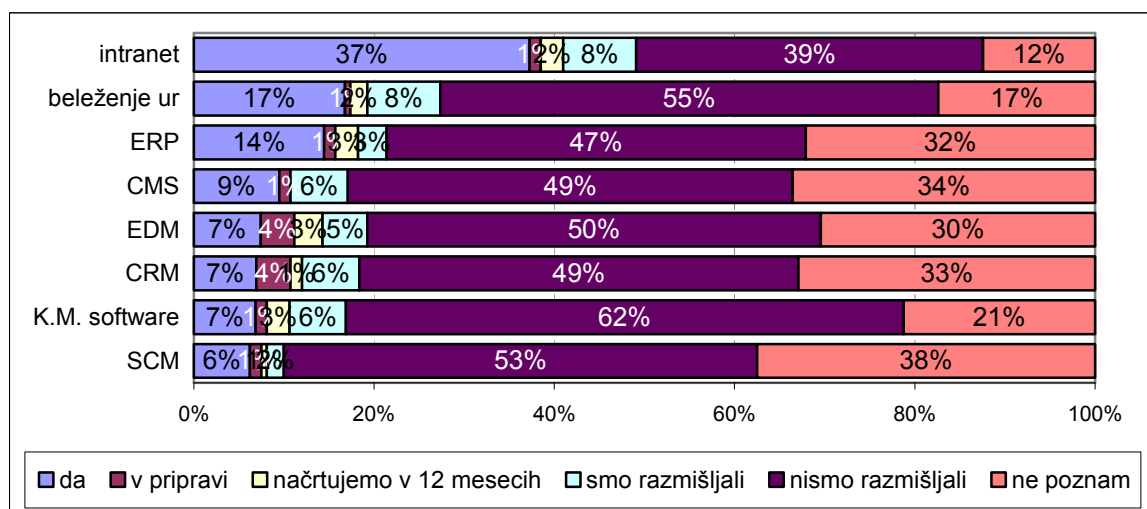
Za prva tri področja delež podjetij, ki se poslužujejo zunanjih izvajalcev, narašča z velikostjo podjetja. Glede gostovanja programskih aplikacij najdemo največji delež podjetij, ki te storitve v celoti izvajajo s pomočjo zunanjih sodelavcev, med majhnimi podjetji (15%), najmanjši pa med velikimi (7%). Vendar pa outsourcing na tem področju »delno implementira« še 17% velikih podjetij. Delež podjetij, ki outsourcing uporabljajo za storitve klicnih centrov, pada z velikostjo podjetja, vendar najdemo najvišji delež pri srednjih (12% v celoti, 5% delno) in ne pri velikih podjetjih.

7.3 Sistemi za upravljanje informacij

➤ Četrtnini podjetij, ki imajo vsaj en računalnik, smo zastavili vprašanje, ali v njihovi organizaciji uporabljajo katerega od naslednjih sistemov oz. aplikacij za management informacij:

- intranet
- programske aplikacije za upravljanje z znanjem (*Knowledge Management software*)
- on-line aplikacije za beleženje delovnih ur po projektih
- EDM oziroma *Enterprise Document Management System*
- ERP oziroma *Enterprise Resource Planing System*
- SCM oziroma *Supply Chain Management System*
- CMS oziroma *Content Management System* - sistemi za upravljanje s spletnimi vsebinami
- CRM oziroma *Customer Relationship Marketing*

Spodnja slika kaže, da so podjetja, ki uporabljajo katerega izmed zgoraj naštetih sistemov za management informacij, v manjšini. Še največ je uporabe intraneta (37%) ter aplikacij za beleženje delovnih ur po projektih (17%). Več kot 10% podjetij uporablja še sistem za načrtovanje sredstev podjetja (ERP), raba ostalih omenjenih sistemov je manj kot 10 odstotna.



Slika 40: »Ali v vaši organizaciji uporabljate katerega od naslednjih sistemov oz. aplikacij za management informacij?« - deleži odgovorov (RIS 2005 n=160)

Na prejšnji sliki prevladuje delež podjetij, ki o uporabi omenjenih sistemov še niso razmišljala, zelo pomembno vlogo pa imajo tudi deleži odgovorov »ne poznam«. Ob tem omenimo zanimivo metodološko ugotovitev: delež nepoznavanja je odvisen od jezika (angleškega ali slovenskega), v katerem je zastavljeno vprašanje za konkreten sistem managementa z informacijami.

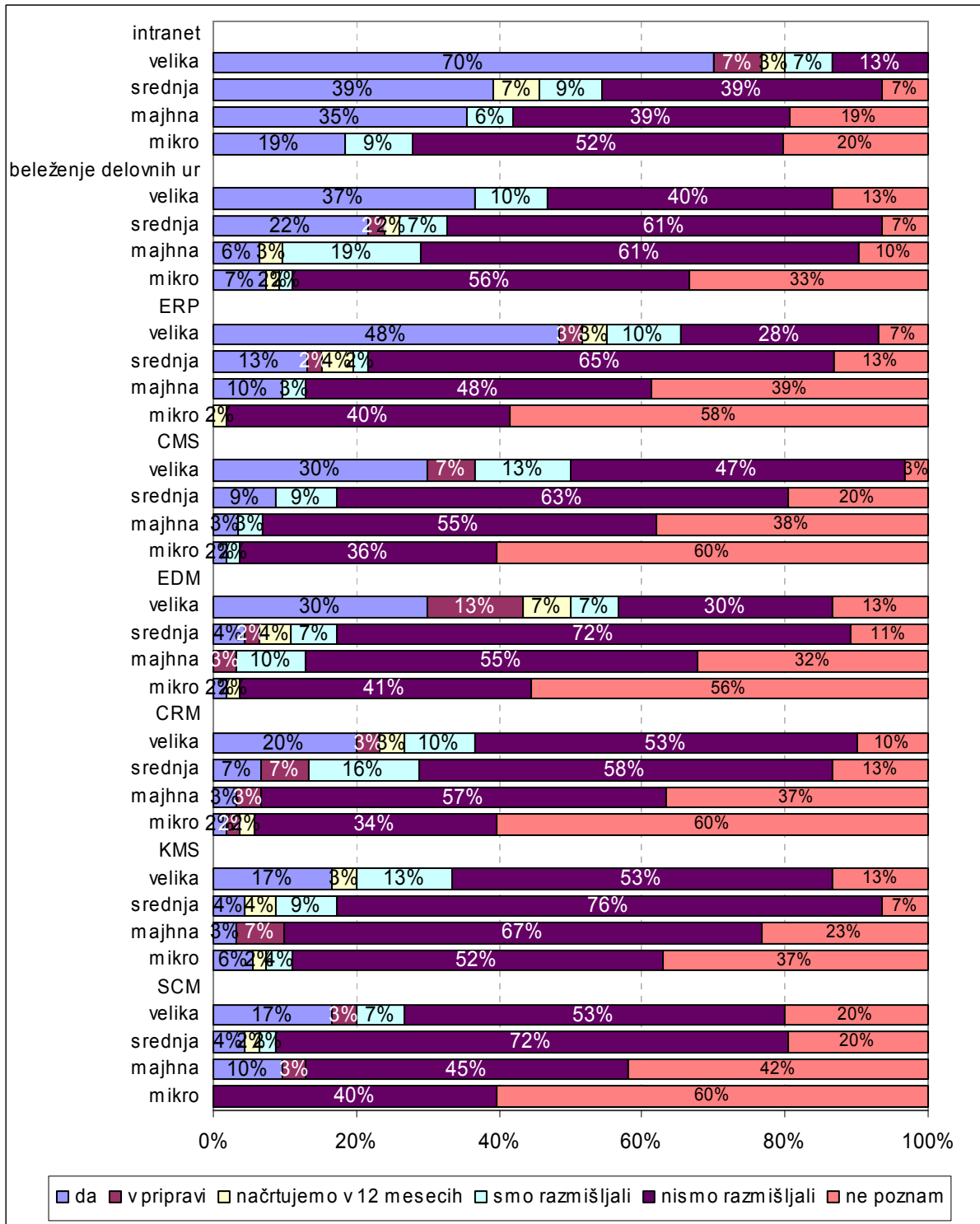
Dosedanje izkušnje kažejo, da delež nepoznavanja pada z višanjem deleža uporabe, kar opazamo za intranet ter aplikacije za beleženje delovnih ur. Za *Knowledge Management software* pa je delež nepoznavanja nekonsistenten z deležem uporabe, saj bi glede na uporabo pričakovali nad 30% nepoznavanje. To izjemo lahko pojasnimo z dejstvom, da je bil poleg originalnega izraza podan še slovenski prevod, kar je povzročilo nižji delež odgovorov »ne poznam« (21%).

Podjetja v povprečju najmanj poznajo sistem SCM (38% nepoznavanje) ter ga tudi najmanj uporabljajo (6%).

Informacijo, ki jo izraža slika na naslednji strani, se da povzeti v preprosto pravilo. Z večanjem velikosti podjetja naraščajo deleži uporabe naštetih sistemov za management informacij, upadajo pa deleži nepoznavanja teh sistemov. Izjeme so majhne in redke. Najvišji delež nepoznavanja za beleženje delovnih ur ter KMS tako npr. najdemo med srednjimi in ne med velikimi podjetji.

Omenjeno pravilo ima tudi zelo preprosto razlago. V večjih podjetjih so delovni procesi bolj kompleksni, zato je potreba po omenjenih sistemih večja. Prav tako so bili v večjih podjetjih respondenti največkrat informatiki (in ne direktorji kot v manjših), ki omenjeno področje bolj poznajo, zato med njimi opazamo manj odgovorov »ne poznam«.

Posebej omenimo še intrAnet, ki ga velika podjetja uporabljajo kar v 70%, ostala podjetja pa občutno manj – srednja 39%, majhna 35% ter mikro podjetja 19%.



Slika 41: Slika 42: »Ali v vaši organizaciji uporabljate katerega od naslednjih sistemov oz. aplikacij za management informacij?« - deleži odgovorov glede na velikost podjetja (RIS 2005 n=30, 46, 30, 54)

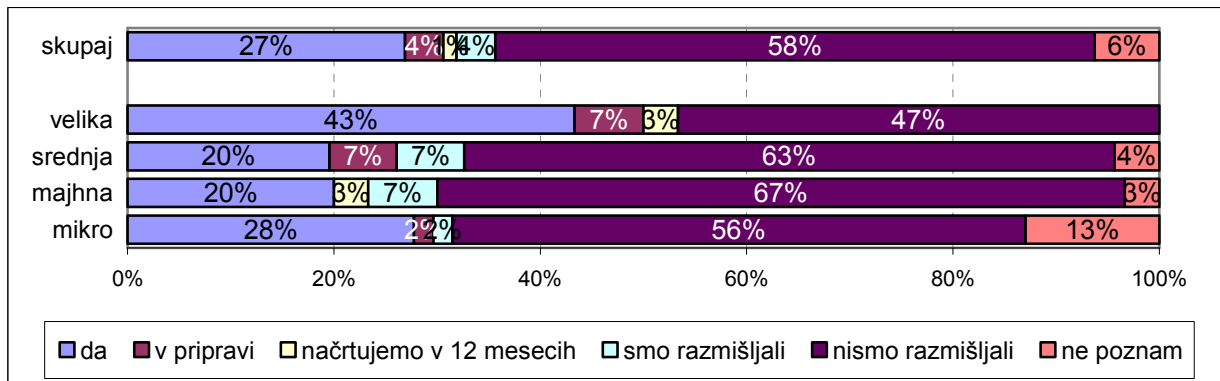
7.4 E-izobraževanje na intranetu in internetu

- Četrtni podjetij, ki imajo vsaj en računalnik, smo postavili vprašanje: »Ali v vaši organizaciji uporabljate aplikacije za e-izobraževanje oz. on-line študij, to so npr. gradiva za izobraževanje zaposlenih, ki so dostopna na intranetu ali internetu?«

Kot razberemo iz spodnje slike, uporablja omenjene aplikacije 27% podjetij od tega največ velikih (43%), ter najmanj (20%) srednjih in majhnih podjetjih. Delež uporabe e-izobraževanja ni najnižji v mikro podjetjih, kot bi morda pričakovali, ampak dosega 28%.

Po drugi strani pa kar 13% mikro podjetij ne pozna pojma e-izobraževanje, v srednjih in majhnih podjetjih je ta delež 4 oz. 3%. Nobeno veliko podjetje iz vzorca ni odgovorilo, da e-izobraževanja ne bi poznalo.

Omenimo še razmeroma pomemben delež (7%) velikih in srednjih podjetij, ki poročajo, da pripravljajo aplikacije e-izobraževanja. V prihodnosti lahko torej med srednjimi in velikimi podjetji pričakujemo porast uporabe e-izobraževanja.



Slika 43: Uporaba e-izobraževanja na intranetu in internetu – deleži odgovorov (RIS 2005 n=30, 46, 30, 54)

Več o e-izobraževanju v podjetjih lahko najdete tudi v poročilu RIS2005-podjetja: Izobraževanje in e-izobraževanje.

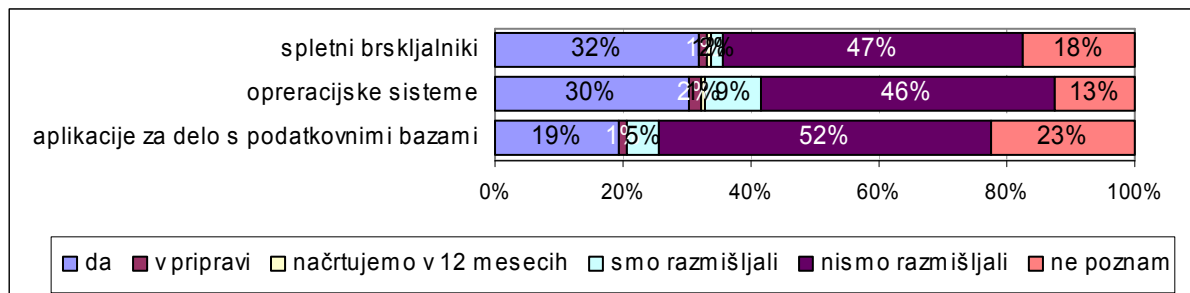
7.5 Uporaba odprtokodnih aplikacij

➤ Četrtni podjetij, ki imajo vsaj en računalnik, smo zastavili vprašanje, ali v njihovi organizaciji uporabljajo katero o naslednjih programskih aplikacij, ki temeljijo na odprti kodi:

- Odprtokodne operacijske sisteme (npr. Linux)
- Odprtokodne programske aplikacije za delo s podatkovnimi bazami (npr. *mySQL*)
- Odprtokodne spletne brskljalnike (npr. Mozilla, Opera)

Podjetja v največji meri uporabljajo odprtokodne brskljalnike (32%), sledi uporaba odprtokodnih operacijskih sistemov. Uporaba odprtokodnih programskih aplikacij za delo s podatkovnimi bazami je nekoliko nižja (19%).

Morda so nekoliko presenetljivi visoki deleži odgovorov »ne poznam«, ki za aplikacije za delo s podatkovnimi bazami celo presegajo petino. Delež nepoznavanja je najnižji za odprtokodne operacijske sisteme (13%).

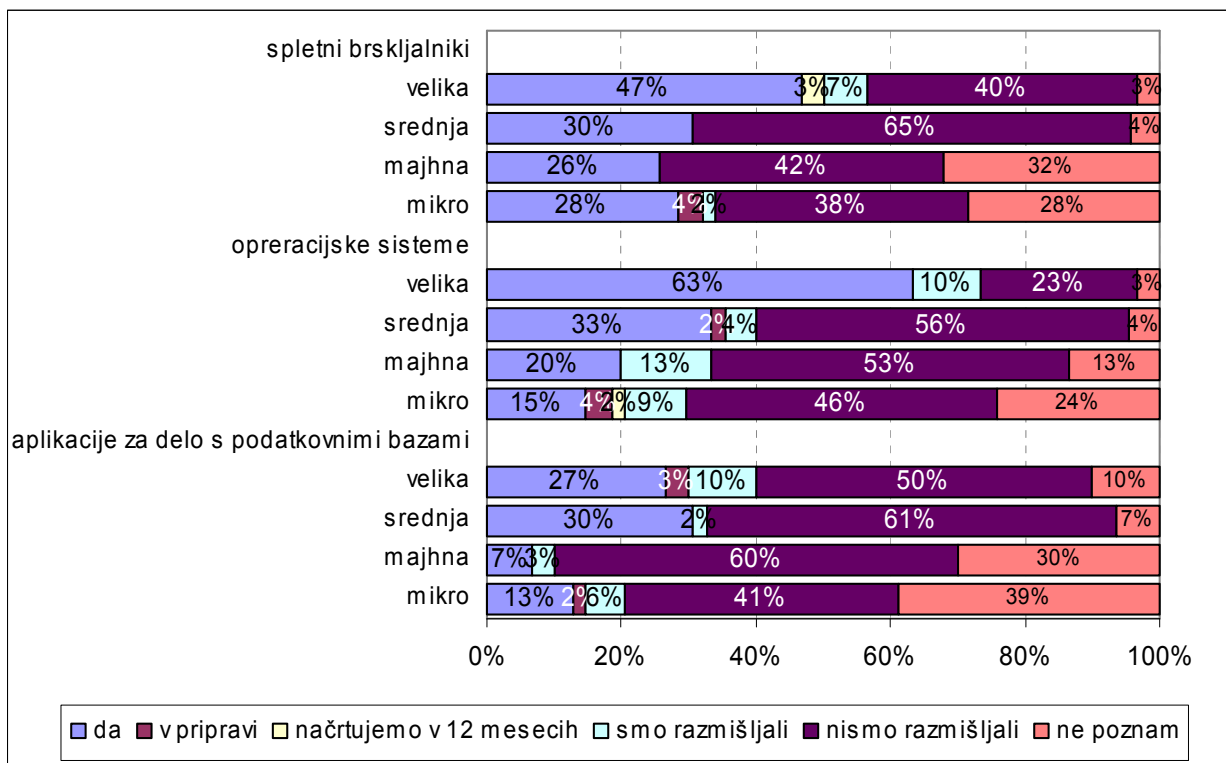


Slika 44: Uporaba odprtokodnih programskih aplikacij – deleži odgovorov (RIS 2005 n=160)

Primerjava s sistemsko programsko opremo, ki je opisana v petem poglavju, pokaže, da je pri operacijskih sistemih v zgornji tabeli naveden višji delež uporabe, kar lahko pojasnimo s tem, da je platforma nekoliko ožji pojem od operacijskih sistemov.

Tudi glede uporabe odprtokodnih programskih aplikacij opazimo že omenjeno pravilo: med večjimi podjetji je delež uporabe višji, delež nepoznavanja pa nižji. Deleži podjetij, ki uporabo omenjenih aplikacij pripravljajo ali načrtujejo v 12 mesecih, so izredno nizki med vsemi velikostnimi kategorijami podjetij. V bližnji prihodnosti na tem področju torej ne gre pričakovati večjih sprememb.

Na spodnji sliki izstopa uporaba odprtokodnih operacijskih sistemov, ki med velikimi podjetji doseže kar 63%. Ustrezni deleži za manjša podjetja so občutno nižji in ne presegajo tretjine.



Slika 45: Uporaba odprtokodnih programskih aplikacij – deleži odgovorov (RIS 2005 n=30, 46, 30, 54)

8 TELEKOMUNIKACIJE

8.1 Povezava med poslovalnicami

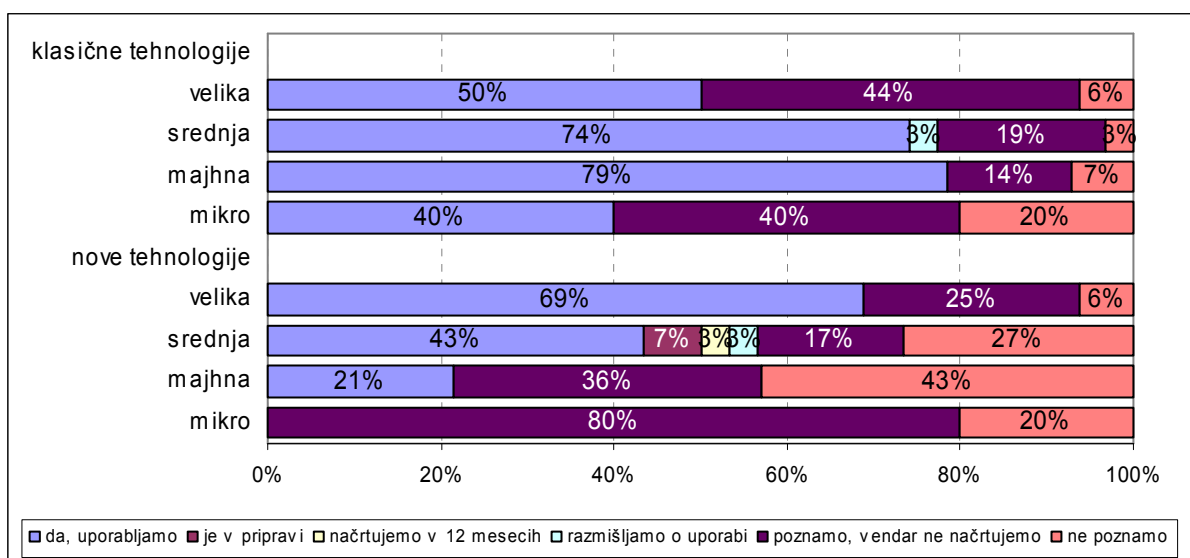
➤ Četrtno podjetij, ki se nahajajo na vsaj dveh lokacijah, smo vprašali, ali za prenos podatkov med poslovalnicami uporabljajo:

- klasične tehnologije kot so najeti vodi, ATM, Frame Relay, ISDN
- nove tehnologije kot je IP VPN, IP MPLS

Zgornje vprašanje je dobilo le pet mikro podjetij, saj so ostala izpadla iz vzorca, ker nimajo več poslovalnic. Verjetnost vzorčne napake je za mikro podjetja torej prevelika, zato teh podatkov ne bomo interpretirali. Navajamo jih le ilustrativno.

Uporaba novih tehnologij za prenos podatkov med poslovalnicami je pogostejša med večjimi (velika podjetja 69%), uporaba klasičnih tehnologij pa med manjšimi podjetji (majhna 79%).

Delež nepoznavanja narašča z manjšanjem velikosti podjetja in je še zlasti visok za nove tehnologije – teh tehnologij ne pozna 27% srednjih podjetij ter 43% majhnih.



Slika 46: Ali pri povezavi med vašimi poslovalnicami uporabljate za prenos podatkov? – podjetja z dvema lokacijama ali več, deleži odgovorov (RIS 2005, n=5, 14, 31, 16)

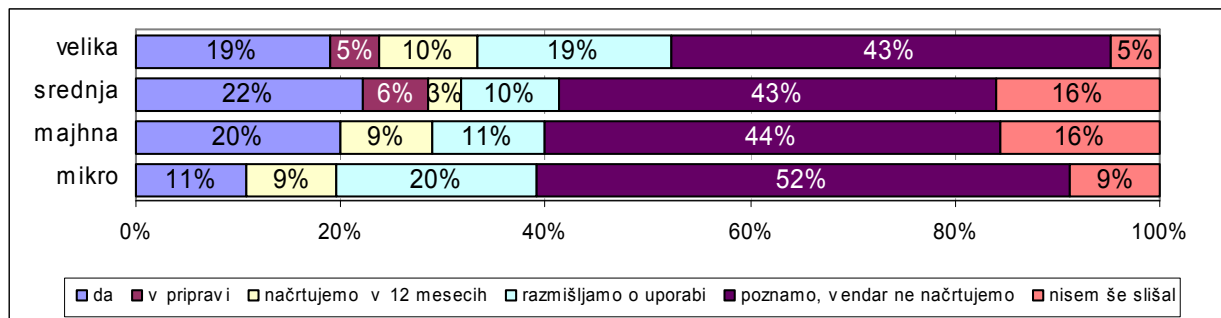
8.2 Internetna telefonija

- Četrtni podjetij z dostopom do interneta smo zastavili vprašanje: »Ali - vsaj poskusno - že uporabljate internet telefonijo?«

Internetno telefonijo uporablja približno desetina mikro podjetij ter petina majhnih, srednjih ter velikih podjetij. Med velikimi in srednjimi podjetji se utegne ta delež v prihodnosti še rahlo povečati, saj 5 oz. 6% teh podjetij uporabo internetne telefonije že pripravlja.

V primerjavi z letom 2002 se je delež uporabe internet telefonije povečal – leta 2002 je internet telefonijo uporabljalo 12% velikih podjetij, 14% srednjih podjetij, 8% malih in 6% mikro podjetij.

Delež podjetij, ki za internetno telefonijo še niso slišala, je najvišji med srednjimi in majhnimi podjetji (16%), te tehnologije pa ne pozna dvajsetina velikih in desetina mikro podjetij. Dobrih 40% podjetij vseh velikosti (razen mikro podjetij – 52%) je za internetno telefonijo že slišalo, a njene uporabe ne načrtujejo.



Slika 47: »Ali - vsaj poskusno - že uporabljate internet telefonijo?« - deleži odgovorov (RIS 2005, n=21, 63, 45, 46)

8.3 Delež uporabe internetne telefonije

- Podjetja, ki internetno telefonijo uporabljajo ali pripravljajo, smo vprašali kolikšen delež telefonskih pogovorov in faksov opravljajo (ali bodo opravljali) prek interneta – vprašanje smo zastavili posebej za domače in za mednarodne pogovore.

Število enot po posameznih velikostnih skupinah podjetij je manjše od 10 (razen pri srednjih podjetjih), zato interpretacija in primerjava glede na velikostno skupino podjetij ne bi bila zanesljiva.

Nedvomno pa podjetja ne glede na velikost internetno telefonijo uporabljajo bolj za mednarodne kot pa za domače pogovore in fakse, saj poročajo, da jo uporabljajo za 43% mednarodnih pogovorov in faksov ter 14% domačih.

Tabela 21: »Kakšen odstotek domačih telefonskih pogovorov in faksov opravljate (boste opravljali) prek Interneta?« - podjetja, ki internetno telefonijo uporabljajo ali pripravljajo (RIS 2005)

velikost	povprečje	std. napaka	Min	Max	n
mikro	7%	6%	0%	30%	5
majhna	24%	13%	0%	100%	9
srednja	10%	3%	0%	40%	18
velika	20%	20%	0%	99%	5
skupaj	14%	4%	0%	100%	37

Tabela 22: »Kakšen odstotek mednarodnih telefonskih pogovorov in faksov opravljate (boste opravljali) prek Interneta?« - podjetja, ki internetno telefonijo uporabljajo ali pripravljajo (RIS 2005)

velikost	povprečje	std. napaka	Min	Max	n
mikro	42%	18%	0%	99%	5
majhna	49%	16%	0%	100%	9
srednja	39%	9%	0%	100%	18
velika	50%	22%	0%	100%	5
skupaj	43%	7%	0%	100%	37

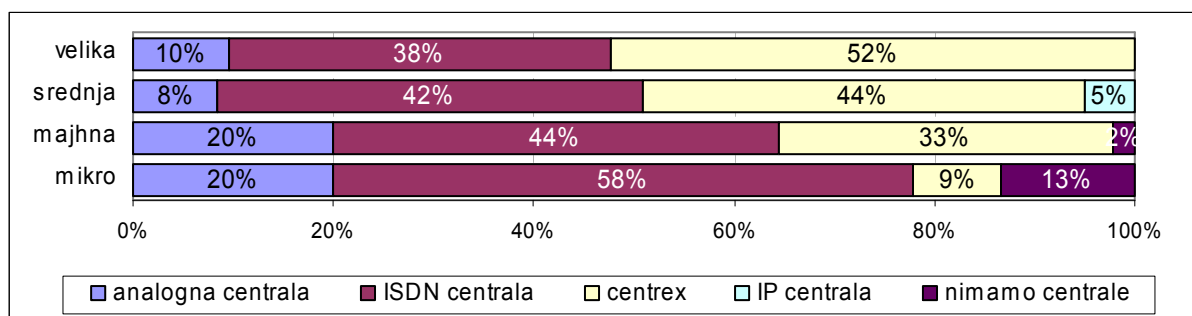
8.4 Telefonski sistem

➤ Četrtni podjetij z internetno povezavo smo postavili vprašanje: »Kakšen telefonski sistem imate v organizaciji?« Ponujeni odgovori so bili:

- analogno hišno centralo s sistemskimi telefoni
- ISDN hišno centralo s sistemskimi telefoni
- centrex (navaden, ne IP)
- IP hišno centralo z IP telefoni
- nimamo telefonske centrale

Na spodnji sliki je treba najprej komentirati uporabo centrex-a, ki strmo narašča z večanjem velikosti podjetja. Pri večjih podjetjih torej centrex izpodriva ISDN ter analogne centrale, zato uporaba le-teh narašča v nasprotnem smislu – z manjšanjem velikosti podjetja.

Podjetja brez telefonske centrale najdemo le med majhnimi in mikro podjetji, najbolj zanimiva podjetja – tista z IP hišno centralo z IP telefoni – pa le med srednje velikimi.



Slika 48: »Kakšen telefonski sistem imate v organizaciji?« - deleži odgovorov (RIS 2005, n=21, 59, 45, 45)

➤ Podjetja z IP centralo (3 srednje velika podjetja) smo vprašali, kdo je njihov ponudnik IP storitev. Navedla so:

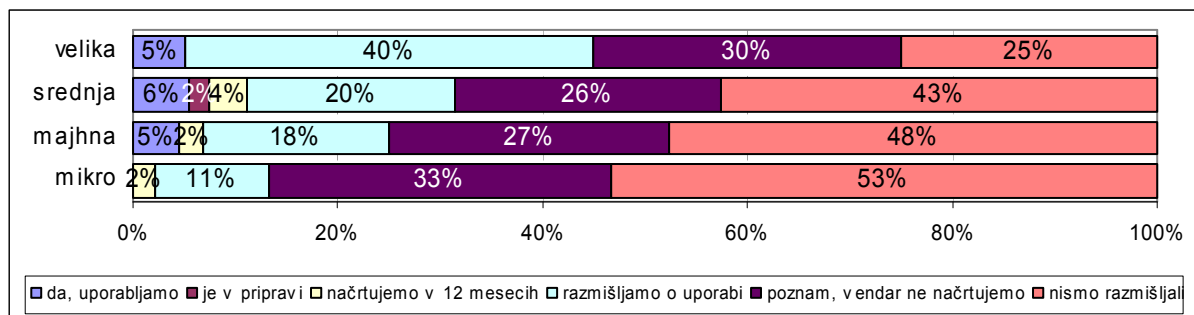
- Ericsson
- Telekom
- VaMoTEL

8.5 Načrtovanje IP telefonske centrale

- Podjetja, ki so na prejšnje vprašanje odgovorila s katerimkoli odgovorom razen »IP centrala«, smo vprašali, ali so o IP telefonski centrali že razmišljali.

Približno dvajsetina majhnih, srednjih in velikih podjetij je odgovorila, da IP centralo že uporabljajo – ta podjetja torej poleg ene izmed ostalih uporabljajo tudi IP centralo (razen, če je prišlo do nekonsistentnih odgovorov).

Delež podjetij, ki o uporabi razmišljajo, narašča z velikostjo podjetja in znaša za mikro podjetja 11% za velika pa 40%. Približno tretjina podjetij vseh velikosti je za IP centralo že slišalo, vendar njene uporabe ne načrtuje. Delež podjetij, ki o uporabi IP centrale še niso razmišljala, narašča v nasprotnem smislu – z manjšanjem velikosti podjetja.



Slika 49: »Ali ste že razmišljali o IP telefonski centrali?« - podjetja z drugimi vrstami central (RIS 2005, n=20, 54, 44, 45)

8.6 Najverjetnejši ponudnik

➤ *Podjetja, ki so odgovorila, da so o uporabi IP centrale vsaj razmišljala, smo vprašali kdo bo najverjetnejši ponudnik teh storitev.*

Največ podjetij, ki so o IP telefonski centrali že razmišljala, ne ve, kdo bi bil najverjetnejši ponudnik teh storitev. Sicer je bil najpogosteje omenjen SiOL (devetkrat), ostali najverjetnejši ponudniki so bili navedeni redkeje. Tabela 23 prikazuje vse dobljene odgovore, ki so spodaj urejeni glede na število navedb.

- ne vemo (16)
- SiOL (9)
- Telekom (5)
- Amis (4)
- Softnet (2)
- Volja (1)
- Simfonika (1)
- Siemens (1)
- Lancom (1)
- Incotel (1)
- Alcatel (1)

Tabela 23: »Katero podjetje bo najbolj verjetni ponudnik IP telefonije?« - odgovori na odprto vprašanje (RIS 2005)

Navedba	n	Navedba	n
Alcatel	1	nismo razmisljali	1
amis	1	nismo se razmisljali v tej smeri	1
amis, siol	1	nč ne bi	1
amis.net	1	odvisno od ponudbe	1
incotel, amis	1	Siemens	1
lancom	1	simfonika	1
najugodnejši	1	siol	8
ne poznam tako dobro	1	softnet	2
ne vem	5	telekom	3
ne vemo	2	telkom iz velenja	1
ne vemo še	1	Verjetno telekom	1
ni najbolj verjetnega	1	volja	1
nic se ni izbrano	1		
skupaj			40

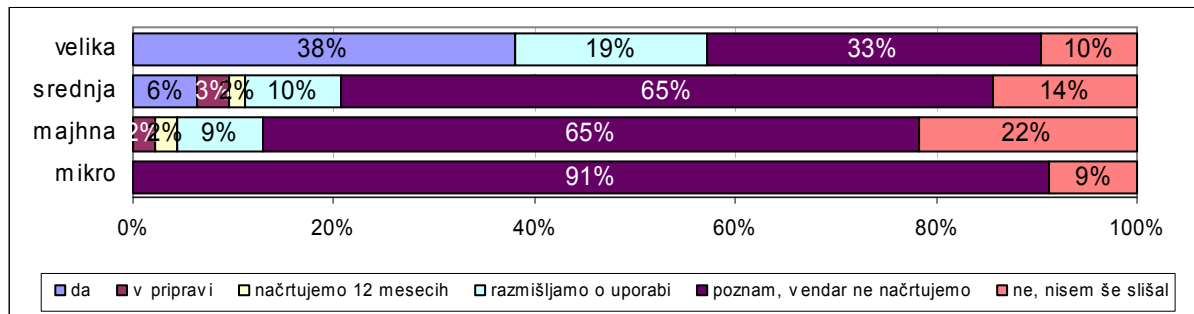
8.7 Sistemi za videokonference

- Četrtno podjetij z dostopom do interneta smo vprašali, ali imajo sisteme za videokonference.

Uporaba sistemov za videokonference je bolj razširjena med večjimi podjetji. Mikro podjetja jih poznajo, a uporabe ne načrtujejo (91%), ali pa za te sisteme še niso slišala (9%). Tudi med majhnimi podjetji ni takih, ki bi premogla sistem za videokonference, 13% majhnih podjetij pa razmišlja o uporabi, jo pripravlja ali načrtuje.

Med srednjimi in velikimi podjetji najdemo že tudi podjetja, ki sisteme za videokonference uporabljajo. Med velikimi je takih 38%, med srednjimi pa 6%. Še petina velikih podjetij o uporabi razmišlja, le tretjina pa uporabe videokonferenčnih sistemov ne načrtuje.

V letu 2002 je sisteme za videokonference uporabljalo 11% velikih in 2% srednjih podjetij.



Slika 50: »Ali imate sisteme za videokonference?« - deleži odgovorov (RIS 2005, n=21, 63, 46, 46)

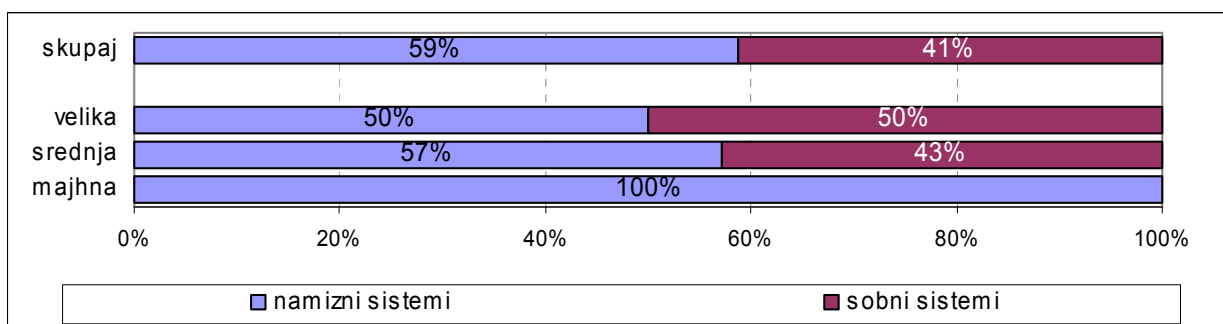
- *Naslednja tri vprašanja smo postavili le podjetjem, ki imajo, pripravljajo ali načrtujejo uporabo videokonferenčnih sistemov. Teh vprašanj torej ni prejelo nobeno mikro podjetje, število enot v drugih velikostnih skupinah pa je premajhno, da bi dovoljevalo zanesljivo interpretacijo.*

Rezultati po velikostnih skupinah so torej navedeni **zgolj informativno**, interpretiramo le sumarne rezultate, ki se nanašajo na podjetja vseh velikosti, opozoriti pa je treba, da so le-ti izračunani na vzorcu, in zato ne predstavljajo nujno stanja v populaciji, saj imajo velika podjetja preveliko težo.

8.7.1 Namizni in sobni sistemi

- *Zanimalo nas je, ali gre pri uporabi videokonferenčnih sistemov za namizne ali za sobne sisteme.*

Spodnja slika kaže, da so med podjetji, ki vsaj načrtujejo videokonferenčne sisteme, bolj razširjeni namizni kot pa sobni sistemi. Tri petine podjetij v vzorcu uporablja namizne, dve petini pa sobne sisteme.

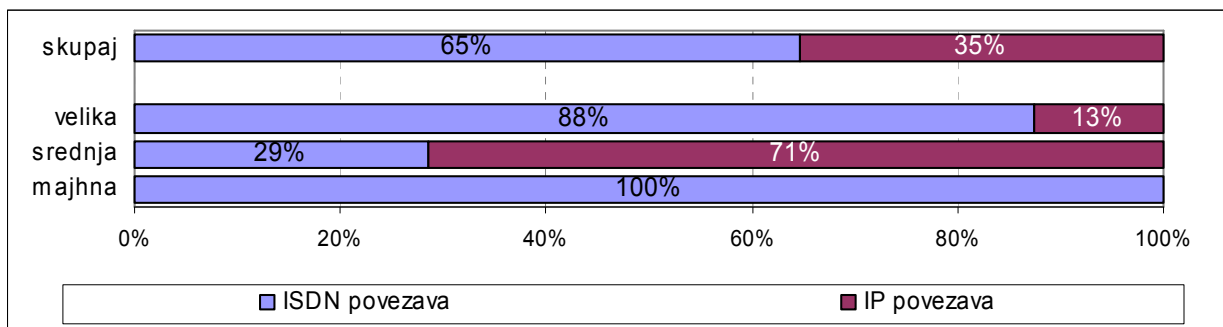


Slika 51: »Ali gre za namizne ali sobne sisteme?« – delež odgovorov (RIS 2005, n=8, 7, 2)

8.7.2 ISDN ter IP povezava

➤ Zanimalo nas je, ali gre pri uporabi videokonferenčnih sistemov za ISDN ali IP povezavo.

Spodnja slika kaže, da je med podjetji, ki uporabljajo videokonferenčne sisteme, bolj razširjena ISDN kot pa IP povezava. Slabi dve tretjini podjetij v vzorcu uporabljata ISDN, dobra tretjina pa IP povezavo.

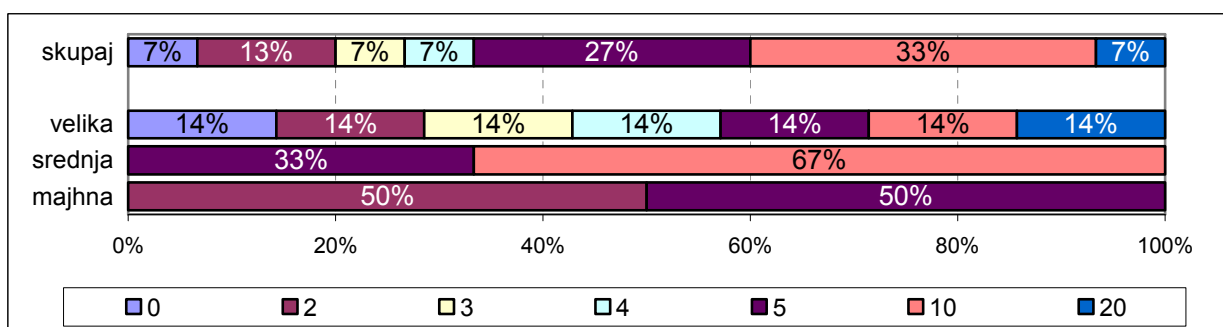


Slika 52: »Ali gre za ISDN ali IP povezavo?« – delež odgovorov (RIS 2005, n=8, 7, 2)

8.7.3 Število zaposlenih, ki uporabljajo videokonference

➤ Zanimalo nas je število zaposlenih, ki uporabljajo (ali bodo uporabljali) videokonference.

V povprečnem podjetju iz vzorca, ki vsaj načrtuje videokonferenčne sisteme, uporablja (ali bo uporabljalo) te sisteme 7 zaposlenih. Porazdelitev odgovorov prikazuje spodnja slika.



Slika 53: Koliko oseb v podjetju uporablja/bo uporabljalo te sisteme? – delež odgovorov (n=7, 6, 2)

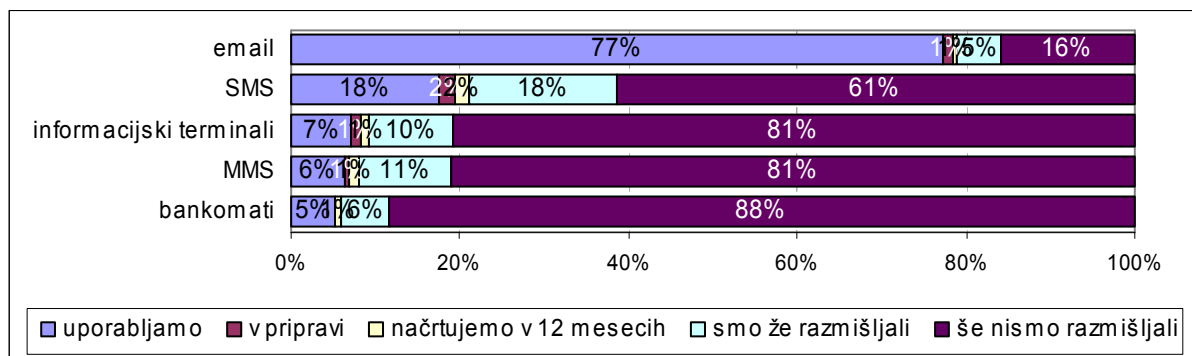
8.8 Obveščanje preko elektronskih medijev

➤ Četrtni podjetij z internetno povezavo smo zastavili vprašanje: »Ali menite, da bi lahko za posredovanje poslovnih informacij vašega podjetja (npr. informacije o znižanjih, posebnih ponudbah...) uporabljali katerega od naslednjih elektronskih medijev?«

- SMS sporočila
- MMS sporočila
- E-mail sporočila po elektronski pošti
- informacijske terminale na občinah/upravnih enotah
- bankomati z razširjenimi funkcijami

Vidimo, da je izmed elektronskih medijev, ki jih podjetja uporabljajo za posredovanje poslovnih informacij, daleč na prvem mestu elektronska pošta, saj jo uporablja kar 77% vprašanih podjetij. Sledijo kratka sporočila SMS, ki jih uporablja slaba petina podjetij, približno toliko podjetij pa o uvedbi takega načina obveščanja še razmišlja.

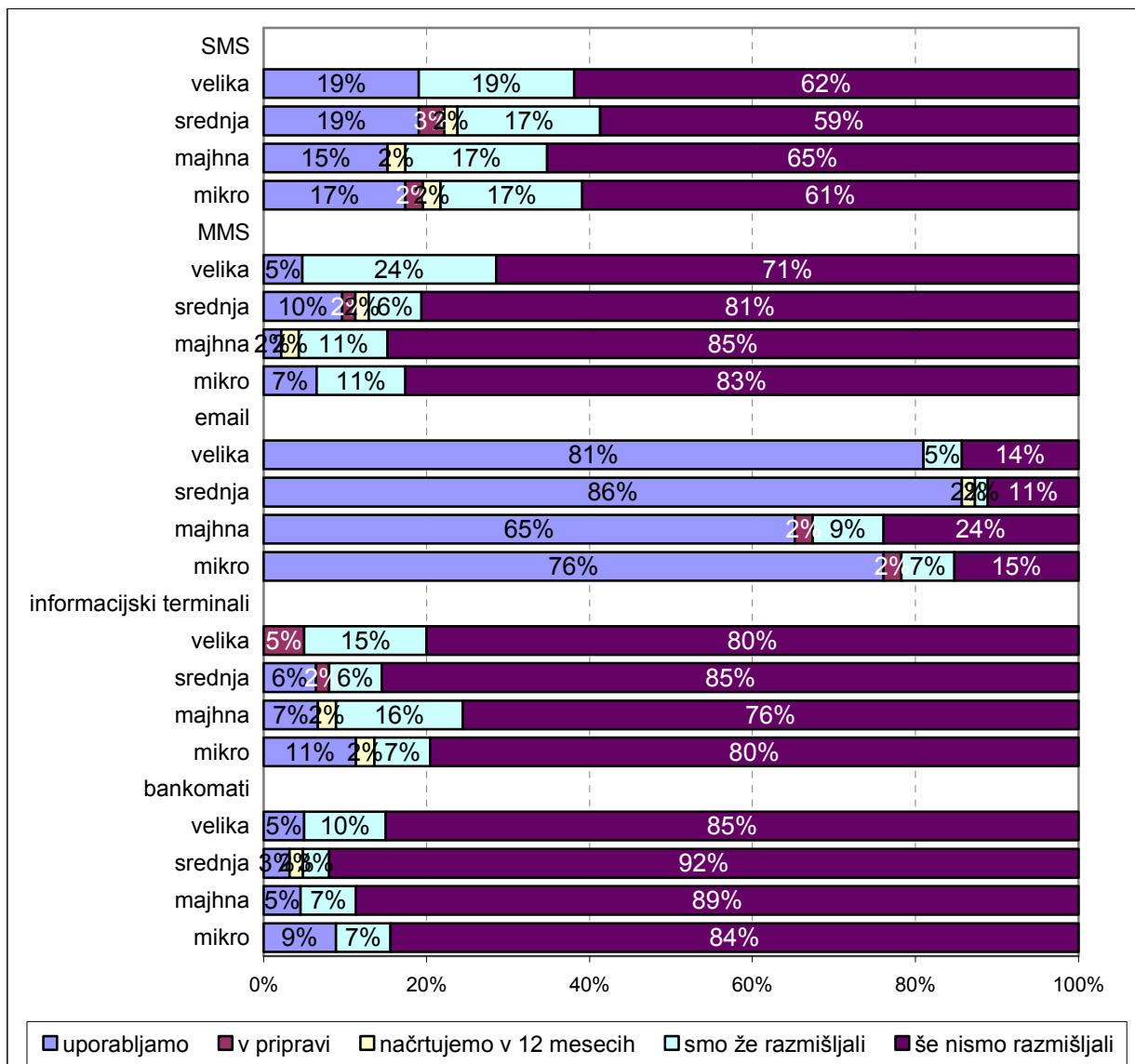
Posredovanje poslovnih informacij preko informacijskih terminalov, MMS ter bankomatov z razširjenimi funkcijami uporabljajo zgolj redka podjetja (5 do 7%), nekoliko več podjetij pa o tem razmišlja (6 do 11 %).



Slika 54: »Ali menite, da bi lahko za posredovanje poslovnih informacij vašega podjetja (npr. informacije o znižanjih, posebnih ponudbah...) uporabljali katerega od naslednjih elektronskih medijev?« - deleži odgovorov, vzorčne ocene (RIS 2005, n=176)

Na spodnji sliki je obveščanje preko vsakega izmed elektronskih medijev analizirano še glede na velikost podjetja. Ta analiza ne razkrije nobenih presenetljivih rezultatov, omenimo le naslednje:

- raba informacijskih terminalov narašča z manjšanjem velikosti podjetja. Ta način posredovanja poslovnih podatkov tako uporablja 11% mikro podjetij;
- MMS sporočila res uporablja le 5% velikih podjetji, vendar o uvedbi tega načina posredovanja informacij razmišlja kar četrtina teh podjetij. Med velikimi podjetji lahko torej v prihodnosti pričakujemo porast uporabe tega načina obveščanja.



Slika 55: »Ali menite, da bi lahko za posredovanje poslovnih informacij vašega podjetja (npr. informacije o znižanjih, posebnih ponudbah...) uporabljali katerega od naslednjih elektronskih medijev?« - deleži odgovorov, vzorčne ocene (RIS 2005, n=21, 63, 45, 46)

9 PRILOGI

A) Šifrant institucionalnih sektorjev

Šifra	Institucionalni sektor
1	gospodarstvo slovenije
11	nefinančne družbe
110	nefinančne družbe
1100	nefinančne družbe
11000	nefinančne družbe
11001	nefin. družbe pod javnim nadzorom
11002	domače zasebne nefin. družbe
11003	nefin. družbe pod tujim nadzorom
11009	nefin. družbe v procesu lastnin.
12	finančne družbe
120	finančne družbe
1200	finančne družbe
12000	finančne družbe
121	centralna banka
1210	centralna banka
12100	centralna banka
122	druge denarne finan. ustanove
1220	druge denarne finan. ustanove
12200	druge denarne finan. ustanove
12201	javne druge den. finan. ustanove
12202	dom. zasebne dr. den. fin. ustanove
12203	druge den. fin. ust. pod tujim nadz.
12209	jav. druge den. fin. ust. v lastn. preo.
123	drugi finančni posredniki
1230	drugi finančni posredniki
12300	drugi finančni posredniki
12301	javni drugi finančni posredniki
12302	domači zasebni drugi fin. posredniki
12303	dr. fin. posredniki pod tujim nadz.
12309	jav. drugi fin. posredniki v last. preo.
124	izvajalci pomožnih finančnih dejavnosti
1240	izvajalci pomožnih finančnih dejavnosti
12400	izvajalci pomožnih finančnih dejavnosti
12401	javni izv. pomožnih finan. dejavnosti
12402	dom. zasebni izv. pom. finan. dejavnosti
12403	izv. pom. finan. dej. pod tujim nadz.
12409	izv. pom. finan. dej. v lastn. preobl.
125	zavarovalnice in pokojninski sklad.
1250	zavarovalnice in pokojninski sklad.
12500	zavarovalnice in pokojninski sklad.
12501	zav. in pokojn. skladi pod jav. nadz.
12502	dom. zasebne zav. in pokojn. skladi
12503	zav. in pokojn. skladi pod tujim nadz.
12509	zav. in pokojn. skladi v lastn. preobl.
13	državni sektor
130	državni sektor
1300	državni sektor
13000	državni sektor
1311	enote centralne ravni države
13110	enote centralne ravni države
13111	neposredni uporabniki državn. prorač.
13112	državni skladi
13113	druge enote centralne ravni države
1313	enote lokalne ravni države
13130	enote lokalne ravni države
13131	neposredni uporabn. proračunov občin
13132	skladi lokalne ravni države
13133	druge enote lokalne ravni države
1314	skladi socialnega zavarovanja
13140	skladi socialnega zavarovanja
14	gospodinjstva

140	gospodinjstva
1400	gospodinjstva
14000	gospodinjstva
141	delodajalci
1410	delodajalci
14100	delodajalci
142	samozaposleni
1420	samozaposleni
14200	samozaposleni
143	zaposleni
1430	zaposleni
14300	zaposleni
144	prej. dohodkov od premož. in transfer.
1440	prej. dohodkov od premož. in transfer.
14400	prej. dohodkov od premož. in transfer.
1441	prejemniki dohodkov od premoženja
14410	prejemniki dohodkov od premoženja
1442	prejemniki pokojnin
14420	prejemniki pokojnin
1443	prejemniki drugih transferjev
14430	prejemniki drugih transferjev
145	drugi
1450	drugi
14500	drugi
15	neprofitni izv. storitev gospodinjstvom
150	neprofitni izv. storitev gospodinjstvom
1500	neprofitni izv. storitev gospodinjstvom
15000	neprofitni izv. storitev gospodinjstvom
2	tujina
20	tujina
200	tujina
2000	tujina
20000	tujina
21	Evropska unija
210	Evropska unija
2100	Evropska unija
21000	Evropska unija
211	države članice EU
2110	države članice EU
21100	države članice EU
212	ustanove EU
2120	ustanove EU
21200	ustanove EU
22	tretje države in medn. organizacije
220	tretje države in medn. organizacije
2200	tretje države in medn. organizacije
22000	tretje države in medn. organizacije

B) Šifrant organizacijskih oblik poslovnih subjektov

Šifra	Naziv organizacijske oblike
101	družba z neomejeno odgovornostjo - d.n.o.
102	komanditna družba - k.d.
103	družba z omejeno odgovornostjo - d.o.o.
104	delniška družba - d.d.
105	komanditna delniška družba - k.d.d.
106	dvojna družba - dv.d.
107	nameravana firma
108	gospodarsko interesno združenje
109	holding podjetje
110	koncern in koncernske družbe
111	tiha družba - t.d.
112	zadruga (z.o.o.)
113	zadruga (z.b.o.)
114	odvetniška družba - o.p. (d.n.o.)
115	podjetje v tujini
116	podjetje za zaposlovanje invalidov
141	glavna podružnica tujega poslovnega subjekta
142	samostojni podjetnik posameznik (s.p.)
143	registriran sobodajalec
144	poklicni športnik
145	samostojni novinar
146	izvršitelj
147	zasebni športni delavec
151	imenovan notar
152	evidentirani odvetnik
153	registrirani zdravnik, zobozdravnik, zasebni zdravstveni delavec
154	registrirani lekarnar
155	registrirani veterinar
156	registrirani samostojni ustvarjalec na področju kulture
157	registrirani zasebni izvajalec - raziskovalec
158	evidentirani detektiv
159	registrirani zastopnik
160	druge fizične osebe
198	družbeno podjetje
199	javno podjetje v družbeni lastnini
201	centralna banka
202	banka (d.d.)
203	hranilnica in druga finančna organizacija
204	družba za upravljanje - d.u. (d.d.)
205	družba za upravljanje - d.u. (d.o.o.)
206	investicijska družba - i.d. (d.d.)
207	borza (d.d.)
208	borzno posredniška družba
209	agencija
210	sklad
211	družba za vzajemno zavarovanje - d.v.z.
212	zavarovalnica (d.d.)
213	javni sklad
301	republika slovenija
302	predsednik republike
303	predstavniški organ (državni zbor, državni svet)
304	varuh človekovih pravic
305	ustavno sodišče
306	računsko sodišče
307	vlada, vladna služba

308	ministrstvo
309	sodišče
310	tožilstvo
311	pravobranilstvo
312	delovno sodišče, socialno sodišče
313	upravni organ v sestavi
314	upravna organizacija v sestavi
315	upravna enota
316	organ, organizacija širše lokalne skupnosti
317	občinski svet
318	občina, organizacija lokalne skupnosti
319	krajevna skupnost, druge ožje lokalne skupnosti
320	notarska zbornica
351	javno podjetje
352	javni gospodarski zavod
353	koncesionirana gospodarska javna služba
354	zavod
355	javni zavod
356	zavod s pravico javnosti
357	skupnost zavodov
358	zbornica
401	ustanova
402	agrarna skupnost
403	druge skupnosti
451	politična stranka
452	sindikar
453	društvo, zveza društev
454	društvo s statusom javnega interesa
455	družbena organizacija
456	mednarodno društvo, zveza mednarodnih društev
457	tuje društvo
458	verska skupnost in podobne verske organizacije
459	mednarodna nevladna organizacija
799	druge oblike poslovnih subjektov

KAZALO TABEL

Tabela 1: Vzorčni okvir (RIS 2005).....	11
Tabela 2: Število enot v vzorcu, število neidentificiranih enot in število identificiranih enot (RIS 2005).....	12
Tabela 3: Število identificiranih, neustreznih enot, neodgovorov, odgovorov ter stopnji odgovorov in anketiranja (RIS 2005).....	13
Tabela 4: Število neidentificiranih enot, neustreznih enot, neodgovorov in odgovorov glede na velikost podjetja (RIS 2005).....	14
Tabela 5: Število klicev, ki so jih opravili anketarji – velja za podjetja, ki so tudi po koncu izvajanja ankete še vedno uvrščena v kategorijo »naročen klic« (RIS 2005).....	15
Tabela 6: Razmerje med številom opravljenih anket ter številom zavrnitev v obdobju 2000 – 2005 (RIS 2000, RIS 2002, RIS 2005).....	16
Tabela 7: Delež dohodkov, ustvarjen s proizvodi in storitvami za končne potrošnike (RIS 2005).....	22
Tabela 8: Delež dohodkov, ustvarjen v tujini (RIS 2005).....	24
Tabela 9: : Ali lahko ocenite, kolikšen delež prihodkov podjetja v letu 2005 predstavljajo prihodki ustvarjeni v tujini? – vključen tudi odgovor »ne vem« (RIS 2005, n=37, 58, 39, 51; RIS 2002, n=210, 203, 210, 198; RIS 2000, n=67, 92, 79, 86).....	24
Tabela 10: Prihodki, ustvarjeni med državami EU, kot delež prihodkov, ustvarjenih v tujini (RIS 2005).....	26
Tabela 11: Dva načina izračuna deleža zunanjih sodelavcev, ki uporabljajo računalniško opremo – velja za podjetja z zunanjimi sodelavci (RIS 2005).....	36
Tabela 12: Koliko osebnih računalnikov imate v vašem podjetju? (RIS 2005).....	38
Tabela 13: Koliko osebnih računalnikov imate v vašem podjetju? – podatki za leto 2002 (RIS 2002).....	38
Tabela 14: »Se vaše podjetje predstavlja na spletnih straneh?« – vzorčne frekvence (RIS 2005).....	45
Tabela 15: Ključ za uteževanje podatkov na populacijo (RIS 2005).....	45
Tabela 16: »Se vaše podjetje predstavlja na spletnih straneh?« – populacijska utež (RIS 2005).....	45
Tabela 17: Pomembnost vloge skupin pri vsebinski in konceptualni zasnovi spletne strani (RIS 2005).....	48
Tabela 18: »Katere od navedenih platform oziroma okolij sistemske programske opreme uporabljate?« - možnih več odgovorov (RIS 2005, n=21, 63, 46, 46).....	53
Tabela 19: Odgovori na odprto vprašanje o uporabi sistemske programske opreme (RIS 2005).....	56
Tabela 20: Odgovori na odprto vprašanje o uporabi sistemske programske opreme iz leta 2001 (RIS 2001).....	56
Tabela 21: »Kakšen odstotek domačih telefonskih pogovorov in faksov opravljate (boste opravljali) prek Interneta?« - podjetja, ki internetno telefonijo uporabljajo ali pripravljajo (RIS 2005).....	75
Tabela 22: »Kakšen odstotek mednarodnih telefonskih pogovorov in faksov opravljate (boste opravljali) prek Interneta?« - podjetja, ki internetno telefonijo uporabljajo ali pripravljajo (RIS 2005).....	75
Tabela 23: »Katero podjetje bo najbolj verjetni ponudnik IP telefonije?« - odgovori na odprto vprašanje (RIS 2005).....	78

KAZALO SLIK

Slika 1: Ali se vaše podjetje nahaja na eni lokaciji ali na več geografskih lokacijah? (RIS 2005, n= 123, 255, 159, 190; RIS 2002, n=65, 46, 59, 51; RIS 2000, n=63, 99, 64, 88; RIS 1999, n=70, 96, 80, 99)	19
Slika 2: Delež zunanjih sodelavcev glede na zaposlene v podjetju (RIS 2005, n=28, 54, 38,47; RIS 2002, n=66, 48, 62, 52; RIS 2000, n=41, 82, 57, 79; RIS 1999, n=77, 73, 89, 68).....	20
Slika 3: Bi lahko na koncu ocenili še, kolikšen delež vseh prihodkov v letu 2005 bo vaše podjetje ustvarilo s proizvodi in storitvami za končne potrošnike (in ne za organizacije in podjetja)? (RIS 2005, n=28, 48, 34, 43; RIS 2002, n=183, 164, 166, 170; RIS 2000, n=38, 59, 51, 65; RIS 1999, n=84, 90, 72, 56)	21
Slika 4: Bi lahko na koncu ocenili še, kolikšen delež vseh prihodkov v letu 2005 bo vaše podjetje ustvarilo s proizvodi in storitvami za končne potrošnike (in ne za organizacije in podjetja)? – vključen tudi odgovor »ne vem« (RIS 2005, n=37, 58, 39, 51; RIS 2002, n=210, 203, 210, 198; RIS 2000, n=67, 92, 79, 86).....	22
Slika 5: Ali lahko ocenite, kolikšen delež prihodkov podjetja v letu 2005 predstavljajo prihodki ustvarjeni v tujini? (RIS 2005, n= 29, 50, 31, 45; RIS 2002, n=210, 182, 199, 190; RIS 2000, n=38, 58, 49, 65, RIS 1999, n=99, 107, 83, 69).....	23
Slika 6: Kolikšen delež dohodkov iz tujine v letu 2005 predstavljajo dohodki ustvarjeni med državami članicami evropske unije? – velja za podjetja, ki vsaj del dohodka ustvarijo v tujini (RIS 2005, n=21, 29, 15, 16; RIS 2002, n=128, 110, 83, 62; RIS 2000, n=32, 39, 25, 26; RIS 1999, n=67, 69, 41, 28).....	25
Slika 7: Kolikšen delež dohodkov iz tujine v letu 2005 predstavljajo dohodki ustvarjeni med državami članicami evropske unije? – velja za podjetja, ki vsaj del dohodka ustvarijo v tujini, vključen tudi odgovor »ne vem« (RIS 2005, n=31, 37, 24, 22; RIS 2002, n=128, 110, 83, 62; RIS 2000, n=53, 59, 38, 34)	26
Slika 8: »Kakšna je vaša funkcija v organizaciji?« (RIS 2005, n=123, 255, 159, 190; RIS 2002, n=258, 197, 205, 187; RIS 2000, n=209, 257, 231, 258; RIS 1999, n=285, 266, 266, 205).....	27
Slika 9: Ali je vaše podjetje...? (RIS 2005, n=37, 58, 39, 51; RIS 2002, n=62, 46, 58, 50).....	29
Slika 10: Vas zanimajo rezultati te ankete? – delež odgovorov 'da' (RIS 2005, n=123, 255, 159, 190; RIS 2002, n=261, 200, 209, 196; RIS 2000, n=210, 256, 229, 251; RIS 1999, n=284, 264, 262, 194, RIS 1998; n=314, 533, 344, 458)	30
Slika 11: Vsem, ki ste sodelovali v anketi, bomo po e-mailu poslali pregled rezultatov. Če želite prejeti rezultate, nam prosim zaupajte vaš e-mail. – delež podjetij, ki so dala e-mail naslov (RIS 2005, n=123, 255, 159, 190).....	31
Slika 12: Podobne ankete bomo v prihodnosti izvajali tudi po internetu. Ali bi bili pripravljeni tudi takrat sodelovati v kakšni anketi? – delež odgovorov 'da' (RIS 2005, n=123, 255, 159, 188; RIS 2002, n=261, 200, 209, 196; RIS 2000, n=209, 257, 231, 258; RIS 1999, n=279, 260, 256, 188, RIS 1998).....	32
Slika 13: Delež rednih uporabnikov računalniške opreme med vsemi zaposlenimi v podjetjih (RIS 2005, n=122, 255, 157, 181)	34
Slika 14: Podjetja glede na delež rednih uporabnikov računalniške opreme med zaposlenimi (RIS 2005, n=122, 255, 157, 181)	35
Slika 15: Delež zunanjih sodelavcev, ki pri delu redno uporabljajo računalniško opremo – velja za podjetja z zunanjimi sodelavci (RIS, n=29, 21, 33, 20).....	37
Slika 16: Delež zunanjih sodelavcev, ki pri delu redno uporabljajo računalniško opremo – velja za podjetja z zunanjimi sodelavci (RIS, n=29, 21, 33, 20).....	37
Slika 17: »Koliko zaposlenih v vaši organizaciji ima dostop do interneta?« deleži odgovorov urejeni v kategorije (RIS 2005, n=21, 63, 46, 46).....	39
Slika 18: Delež zaposlenih z dostopom do interneta, med podjetji, ki imajo internet (RIS 2005, n=21, 63, 46, 44)	41
Slika 19: Ali se vaša organizacija predstavlja na spletnih straneh? (RIS 2005 n=123, 254, 157, 186)	42
Slika 20: Ali se vaše podjetje predstavlja na spletnih straneh? (RIS 1998, n=301, 468, 293, 357; RIS 1999, n=283, 252, 239, 155; RIS 2000, n=209, 254, 215, 229; RIS 2002, n=74,53, 47, 58; RIS 2005, n=123, 254, 157, 186)	43

Slika 21: Ali se vaše podjetje predstavlja na spletnih straneh? – delež odgovorov DA (RIS 1998, n=301, 468, 293, 357; RIS 1999, n=283, 252, 239, 155; RIS 2000, n=209, 254, 215, 229; RIS 2002, n=74,53, 47, 58; RIS 2005, n=123, 254, 157, 186).....	44
Slika 22: Ali je spletna stran vašega podjetja kakorkoli prilagojena invalidom oziroma ljudem s posebnimi potrebami? (RIS 2005, n=29, 67, 18, 21).....	46
Slika 23: Ali je spletna stran vašega podjetja zasnovana tako, da omogoča pregledovanje tudi invalidom oziroma ljudem s posebnimi potrebami? (RIS 2002, n= 17, 23, 25, 46).....	46
Slika 24: Ali načrtujete večjo prenavo spletne strani vaše organizacije? (RIS 2005, n=30, 72, 22, 22)	47
Slika 25: Kako pomembno vlogo imajo pri vsebinski in konceptualni zasnovi spletne strani naslednje skupine? (RIS 2005).....	49
Slika 26: Kako pomembno vlogo imajo pri vsebinski in konceptualni zasnovi spletne strani naslednje skupine? – deleži odgovorov (RIS 2005).....	49
Slika 27: Kako pomembno vlogo imajo pri vsebinski in konceptualni zasnovi spletne strani naslednje skupine? (RIS 2005, n=30, 74, 23, 22).....	50
Slika 28: Kako pomembno vlogo imajo pri vsebinski in konceptualni zasnovi spletne strani naslednje skupine? – deleži odgovorov (RIS 2005, n=30, 74, 23, 22).....	52
Slika 29: Uporaba sistemske programske opreme glede na velikost podjetja (RIS 2005, n=21, 63, 46, 46).....	54
Slika 30: Uporaba sistemske programske opreme glede na velikost podjetja – populacijske ocene (RIS 2005) ..	55
Slika 31: Uporaba sistemske programske opreme glede na velikost podjetja – populacijske ocene (RIS 2005, n=21, 63, 46, 46; RIS 2002, n=114, 66, 87, 80).....	55
Slika 32: »Ali ste razmišljali o uporabi Linux-a?« (RIS 2005, n=21, 62, 46, 46)	57
Slika 33: »Ali ste razmišljali o uporabi Linux-a?« - podatki za leto 2001 (RIS 2001, n=23, 76, 66, 86, 79).....	57
Slika 34: »Ali uporabljate e-poslovanje?« - deleži odgovorov (RIS 2005, n=21, 63, 46, 46).....	58
Slika 35: Na katerih ravneh uporabljate elektronsko poslovanje? - deleži odgovorov (RIS 2005, n=13, 47, 37, 34)	61
Slika 36: Ali so aplikacije e-poslovanja integrirane? (RIS 2005 n=13, 46, 25, 25).....	62
Slika 37: Ali ste v preteklih 12 mesecih v vašem podjetju lansirali kakršenkoli nov ali bistveno izboljššan izdelek oziroma storitev na tržišče? (RIS 2005, n=29, 46, 31, 54).....	63
Slika 38: »Ali ste v vaši organizaciji na katerem od naslednjih področij IKT dodelili delo zunanjim izvajalcem?« - deleži odgovorov (RIS 2005, n=160).....	64
Slika 39: »Ali ste v vaši organizaciji na katerem od naslednjih področij IKT dodelili delo zunanjim izvajalcem?« - deleži odgovorov glede na velikost (RIS 2005, n=30, 46, 30, 54).....	66
Slika 40: »Ali v vaši organizaciji uporabljate katerega od naslednjih sistemov oz. aplikacij za management informacij?« - deleži odgovorov (RIS 2005 n=160)	67
Slika 41: Slika 42: »Ali v vaši organizaciji uporabljate katerega od naslednjih sistemov oz. aplikacij za management informacij?« - deleži odgovorov glede na velikost podjetja (RIS 2005 n=30, 46, 30, 54)	69
Slika 43: Uporaba e-izobraževanja na intranetu in internetu – deleži odgovorov (RIS 2005 n=30, 46, 30, 54) ...	70
Slika 44: Uporaba odprtokodnih programskih aplikacij – deleži odgovorov (RIS 2005 n=160)	71
Slika 45: Uporaba odprtokodnih programskih aplikacij – deleži odgovorov (RIS 2005 n=30, 46, 30, 54).....	72
Slika 46: Ali pri povezavi med vašimi poslovalnicami uporabljate za prenos podatkov? – podjetja z dvema lokacijama ali več, deleži odgovorov (RIS 2005, n=5, 14, 31, 16).....	73
Slika 47: »Ali - vsaj poskusno - že uporabljate internet telefonijo?« - deleži odgovorov (RIS 2005, n=21, 63, 45, 46)	74
Slika 48: »Kakšen telefonski sistem imate v organizaciji?« - deleži odgovorov (RIS 2005, n=21, 59, 45, 45)	76
Slika 49: »Ali ste že razmišljali o IP telefonski centrali?« - podjetja z drugimi vrstami central (RIS 2005, n=20, 54, 44, 45)	77

Slika 50: »Ali imate sisteme za videokonference?« - deleži odgovorov (RIS 2005, n=21, 63, 46, 46).....	79
Slika 51: »Ali gre za namizne ali sobne sisteme?« – delež odgovorov (RIS 2005, n=8, 7, 2)	80
Slika 52: »Ali gre za ISDN ali IP povezavo?« – delež odgovorov (RIS 2005, n=8, 7, 2).....	81
Slika 53: Koliko oseb v podjetju uporablja/bo uporabljalo te sisteme? – delež odgovorov (n=7, 6, 2).....	81
Slika 54: »Ali menite, da bi lahko za posredovanje poslovnih informacij vašega podjetja (npr. informacije o znižanjih, posebnih ponudbah...) uporabljali katerega od naslednjih elektronskih medijev?« - deleži odgovorov, vzorčne ocene (RIS 2005, n=176)	82
Slika 55: »Ali menite, da bi lahko za posredovanje poslovnih informacij vašega podjetja (npr. informacije o znižanjih, posebnih ponudbah...) uporabljali katerega od naslednjih elektronskih medijev?« - deleži odgovorov, vzorčne ocene (RIS 2005, n=21, 63, 45, 46).....	83