



# DELO

Zadnja spr.: Sre, 17.08.2005, 17:39  
markopu | odjava

## tiskana izdaja iskanje

Iskanje Moje Delo

[napredno iskanje](#)

zaposlitev

Družinski delničar - Pet, 05.11.2004

HTML oblika

PDF oblika

Spletno Delo

Arhiv

E-novice

Tiskano Delo

Zadnja izdaja

Komentarji

Iskanje

Sobotna priloga

Nedelo

Povezave

Zaposlitev

Poslovni portal

Borza

Izberi.si

Forum

MM portal



Vednik: Internet

A

A

## Bolj zadržani kot Evropejci

**Raziskave kažejo, da uporabljamo svetovni splet v Sloveniji v vseh pogledih bolj kot povprečno v novih članicah EU, v primerjavi s petnajsterico starih članic pa smo tik pod povprečjem. Največje razlike se kažejo pri uporabi e-nakupovanja in e-bančništva, ki precej zaostaja za povprečjem v EU. Strokovnjaki vidijo glavne razloge v nekoliko slabši organiziranosti trgovcev, majhnosti slovenskega prostora in enakih cenah kot v klasičnih trgovinah, pri e-bančništvu pa je pojav težje razložljiv, saj banke že dlje ponujajo kakovostne storitve, povsem primerljive z e-bankami v EU.**

Pet 05.11.2004

>**Zadnje raziskave RIS** (Raba interneta v Sloveniji) so tako pokazale, da skoraj polovica (45 odstotkov) prebivalcev, starih med 10 in 75 let, uporablja internet, od tega deset odstotkov več kot šest ur na dan. Rednih uporabnikov, torej tistih, ki uporabljajo splet vsak dan, je 40 odstotkov, več kot 80 odstotkov pa ga uporablja vsak teden. Podatki kažejo, da je rast uporabe interneta v zadnjih petih letih primerljiva z rastjo v EU, le da je ta na višji ravni. Po predvidevanjih naj bi se rast ustavila nekje na dobrih 50 odstotkih, kar je povprečje v petnajsterici.

Zanimivo je dejstvo, da Slovenija ne zaostaja veliko za EU po uporabi spleta, bistveno manj uporabnikov pa uporablja storitve, kot sta e-nakupovanje in e-bančništvo. V EU opravlja e-nakup po spletu petina prebivalcev, medtem ko je nakup po spletu opravilo le osem odstotkov Slovencev ali 11 odstotkov uporabnikov interneta. Celotni obseg »on-line« potrošnje se ocenjuje na okoli 0,2 do 0,4 odstotka končne potrošnje, kar je zelo skromno v primerjavi z najrazvitejšimi gospodarstvi, kjer dosega dva odstotka.

Po mnenju dr. Vasje Vehovarja s fakultete za družbene vede, vodje projekta RIS, ostaja razlog za takšno razliko nepojasnen, vendar pa je treba omeniti, da lahko v Sloveniji opazimo nekoliko slabšo organiziranost podjetnikov, ki ponujajo e-nakupovanje. Predvsem gre za cene, ki so enake kot v klasični trgovini. Podjetniki, ki ponujajo enake ali sorodne izdelke, bi se lahko povezali, pogrešamo pa tudi spletno prodajo knjig in glasbe, s katero se vse skupaj začne, pojasnjuje dr. Vehovar. Ob tem pa poudarja, da je izvedba dobre spletne trgovine zahtevna in draga, poleg tega pa v Sloveniji obstaja še en problem, to je majhnost in s tem velika dostopnost klasičnih trgovin, ki so tako rekoč na vsakem koraku. Očitno je to razlog, da se kljub sorazmerno hitri rasti domače »on-line« prodaje glavnina spletne prodaje opravi v tujini. E-nakupovanje za zdaj še ni dovolj privlačno, vendar raziskave kažejo, da je potenciala za razvoj dovolj, saj smernice zadnjih šestih mesecev napovedujejo rast.

Še težje razložljiva pa je relativno slaba uporaba e-bančništva. Slovenske banke so namreč začele že zelo zgodaj ponujati svojim komitentom to obliko in doslej so raziskave kazale, da so uporabniki splošno zelo zadovoljni. Po ocenah iz zadnje raziskave RIS pa je zadovoljstvo s storitvijo še vedno zelo visoko, vendar pada. Zadnja štiri se je uporaba e-bančništva ustalila na 19 odstotkih rednih uporabnikov spleta, kar je pod povprečjem novih članic EU, kjer dosega 23 odstotkov. Pojav je še toliko bolj nerazumljiv, saj raziskave kažejo, da Slovenci nimamo predsodkov do uporabe spleta, poleg tega pa je tudi varnost, ki bi lahko bila ovira, na zelo visoki ravni.

KOMENTARJI - PRISPEVAJTE SVOJE MNENJE

ime in priimek

**Žepnice**

Svetovne uspešnice po žepni ceni!

**ŽE OD 900 SIT NAPREJ!**

OB NAKUPU PREJMETE **DARILO**

2 x **Žepnice** = žoga  
3 x **Žepnice** = torba  
4 x **Žepnice** = radio  
5 x **Žepnice** = fotoaparati

Komentar...

Prosimo, da vaši prispevki niso žaljivi in da ne vsebujejo besed, ki niso primerne za objavo.

 oddaj komentar

**KOMENTARI OBISKOVALCEV**



RAZVRSTI PO ČASU



*Ni komentarjev.*

[↶ na vrh](#)