

Tržišče računalniške opreme

Zakaj so cene v ZDA praviloma nižje?

Večina velikih svetovnih podjetij ima v Sloveniji uradne zastopnike in distributerje, pa kljub temu cene računalniške opreme – razen programov – praviloma niso enake. Ravno zaradi približno petino višjih cen pri nas tu in tam še slišimo besede, kot so *sivi uvoz, ceneje, uvoz neposredno iz ZDA* in podobno. Zakaj so računalniki Sun, Apple, Hewlett-Packard in drugi pri nas dražji in zakaj sivih uvoznikov pri nas sploh ni?

Ameriške korporacije imajo v gospodarsko razvitejših državah večinoma krajevne zastopnike, ki v njihovem imenu kontaktirajo z državno upravo in regulirajo določeno tržišče, ki je omejeno predvsem z državnimi mejami – ni pa nujno. Krajevna izpostava nadnacionalne običajno skrbi za zagotavljanje ustreznosti opreme s krajevnimi predpisi, opravljanje atestov, zagotavljanje ustreznih navodil, cenovne politike in strategije izobraževanja. Uvoz opreme, skladiščenje in dejansko prodajo trgovcem in izvajalcem projektov izvedejo distributerji – običajno imajo korporacije pri nas po enega, praviloma pa ne več kot dva distributerja, ki dobavljata blago iz tujine slovenskim prodajalcem in preprodajalcem.

Grosisti uravnotežajo tržišče?

Ravno zaradi ureditve distribucijskega sistema blaga pa pogosto nastanejo težave. V ZDA, kjer ima večina nadnacionalnih sedeži in glavne proizvodne obrate, namreč podjetja prodajo velik del svoje opreme, zato imajo tam tudi dobro razvjen distribucijski sistem. Hkrati imajo nekaj velikih prodajalcev, ki prodajo takšne količine opreme, da imajo zaradi tega neposredno pri podjetjih bistveno večje ra-

v ZDA kot drugod po svetu. In če kdo iz druge regije kupi opremo neposredno v ZDA, ima lahko težave z jamstvom, s podporo in z nadgrajevanjem.

Jožek Gruškovnjak, vodja prodaje Cisco systems v Sloveniji, je pojasnil, da »lahko sivi uvoz razdelimo na dve skupini. Najprej gre za navkrižno prodajo, ko podjetje opremo kupi od distributerja ali prodajalca v drugi regiji – kar naj ne bi bilo tako sporno. Bolj sporna je druga možnost – ko podjetja opremo kupijo od drugih podjetij, ki zaradi bankrota ali zastaranja razprodajajo zaloge. Ali, še huje, če podjetja prodajajo prenovljeno opremo, za katero potem krajevni zastopnik, pristojen za vzdrževanje in podporo, ne more vedeti, v kakšnem stanju je v resnici. Zavedati se moramo, da je pojem podpore pri računalniški opremi enakoverden zavarovalniškimi pogodbami pri avtomobilih ali v zdravstvu. Tudi zavarovalnica želi avtomobil najprej videti, preden ga zavaruje.« Cisco sicer tržišče deli na pet delov, cene pa so povsod enake.

Rok Koren, odvetnik, ki se v Sloveniji ukvarja z gospodarskim pravom na področju IT, pa je povedal, da je izključna pravica do uvoza del pravice distribuiranja, a zgolj v primeru programske opreme



Foto EPA

Chungwha na Tajvanu predstavil javni videotelefon

Taipei – Tehnik na Tajvanu predstavlja enega od prvih javnih videotelefonov, ki jih uvaja nacionalni telekomunikacijski operater Chungwa Telecom. Naprava omogoča prenos elektronske pošte, videoposnetkov, fotografij in razglednic ter uporabo turistično-informacijskih storitev. **Si. R.**

Sivi uvoz in slovenski zastopniki nadnacionalk

Andreja Sekula iz IBM Slovenije pravi, da »korporacija uvoza opreme mimo slovenske podružnice IBM ali njenih pooblaščenih poslovnih partnerjev ne dovoljuje. Sankcije so odvisne od stopnje in obsega primera ter sodelujočih v njem. Če gre za večkratne ali večje kršitve, lahko dobavitelj opreme tudi resno ogrozi svoje partnersko sodelovanje z IBM. Cene so načelno primerljive s tistimi v ZDA, občasno nastanejo razlike zaradi tečajev. Sicer pri IBM jamstvo velja po vsem svetu, le da je treba opremo, ki je kupljena prek drugega prodajalca, najprej *legalizirati*, da lahko postane del IBM-ovega sistema in tako pridobi tudi možnost garancije.«

Mojca Petrovič, Hewlett-Packard: »Ekonomske zakonitosti ameriškega trga so zaradi velikosti izjeme in velike konkurenčnosti drugačne, kar vpliva na ceno izdelkov. Posebnost tržišča je drugačna in tako kot vsi drugi izdelovalci IT ima tudi podjetje Hewlett-Packard nekoliko nižje cene na ameriškem tržišču. Laserske tiskalnike HP izdelujejo v Ameriki, cena take naprave pa je v Evropi višja zaradi prilaganja tržišču, transporta in drugih stroškov. Sivi uvoz strojne opreme se dogaja, vendar ni pomemben del tržišča in razmeroma ne odstopa od drugih srednjeevropskih držav. Večji problem je uvoz potrošnega materiala, saj nekateri proizvajalci delajo zelo dobre ponaredke, ki jih – razen z analizo – ni moč prepoznati. Končni uporabniki pa ponaredke obetujejo med uporabo.«

Kamenko Kesar, Microsoft Slovenije: »Sivi uvoz obstaja, s tem da večjih problemov v njih domel nismo opazili. Pač ni bilo alarmantno. Cene izdelkov so v ZDA, Sloveniji in drugod po svetu načelno skoraj enake. V EU naj ne bi bile drugačne kot v Sloveniji. V skladu z Zakonom o avtorskih in sorodnih pravicah je preprodaja licenc za programske opreme sivi uvoz, kar se lahko tudi sankcionira. Microsoft zato vsaki državi določi svojega distributerja, ki lahko edini uvažajo in preprodajo Microsoftovo opremo. Pri nas je to Repro MS, medtem ko imajo nekatere države dva ali celo tri distributerje. Sivi uvoz se sicer redno dogaja. Če se zdeli, da neprisrčljivo pride v državo večja količina licenc, je velika verjetnost, da je z njimi vred prišla tudi programska oprema, ki je bila večinoma različica OEM iz ene od držav in so jo potem preprodali naprej. Pogosto se namreč programske licence OEM (za prodajo z novimi računalniki, op. p.) preprodajo kot samostojni programski paketi.«

Zvone Arzenšek, Oracle Slovenije: »Načeloma slovenska podjetja kupijo Oracle od lokalnega predstavnika ali od partnerja. Ta je lahko iz Slovenije ali iz tujine. Partner lahko našo programske opremo proda stranki samo skupaj s svojo aplikacijo. Če je ta partner slovensko podjetje, kupi licence za oracle pri nas. Če pa je iz tujine, denimo SAP, bo kupil licence od Oraclea v Nemčiji. To je dovoljeno, pri tem ni nobenih te-

žav – zastopniki Oraclea se med seboj dogovorimo, kako bo posel stekel. A del prihodka se – ne glede na to, ali je podjetje iz tujine – pripíše nam. Tako je tudi možno, da slovensko podjetje svojo aplikacijo proda v tujini. Cene pa so povsem enake po vsem svetu. Po naši definiciji bi bil sivi uvoz, če bi končni uporabnik kupil licence v drugi državi in pri tem ne bi kupil tudi aplikacije. Tega načeloma ne sme narediti noben zastopnik Oraclea. Bo pa zanimivo opazovati tržišče, ko bo v EU začela delovati Oracleova elektronska tržnica, ki jo ravnokar pripravljamo – takrat bo možno hitro in enostavno trgovanje med podjetji iz vseh držav, iskanje najboljših ponudb in podobno.«

Vera Kozmik



Vera Kozmik, Urad za varstvo potrošnikov: »Posebnih izkušenj s sivim uvozom nimamo, niti še nismo dobivali tovrstnih vprašanj. A z gotovostjo lahko zatrdimo nekaj – ko bomo postali del notranjega trga EU, bodo odpadle vse ovire za navzkrižno prodajanje. To bo čezmejno poslovanje, zapletov naj ne bi bilo. Oblikovanje cen je na tržišču vedno

prosto, zato lahko podjetja poslujejo, kot želijo. Poslovni in distribucijski modeli pa so stvar korporacij. To, da cene diktirajo zastopniki, pa nikakor ni diskriminacija uporabnikov. Urad za varstvo potrošnikov ne diktira cen, se ne vpleta v konkurenčnost. Kvečjemu lahko rečem takole – več ko je takih podjetij, boljša je konkurenca, več je izbire. Slovenija je sicer zelo majhna, zato nase tržišče ni zelo pomembno, država pa tudi ne more diktirati cen. A ko bo trg širši, bo zadeva drugačna.«

Si. R.

Primerjava cen računalniške opreme

Oprema	Slovenija	ZDA
Strežnik Sun*	8.128.512 SIT	6.858.730 SIT
Prenosnik IBM**	620.398 SIT	629.393 SIT
Apple imac***	615.478 SIT	488.043 SIT

* sun fire 280r, 2 x SPARC 900 MHz, DVD, 2 x 73 GB disk
 ** IBM thinkpad T23, 1GHz, 14.1 LCD, 128 MB ram, 20 GB disk, DVD-ROM, windows 2000 pro
 *** Najzmogljivejši, z zapisovalnikom plošč DVD

bate – zato lahko ta podjetja opremo, ki jo želijo hitro razprodati, ponudijo tudi po bistveno nižji ceni. In takšno opremo lahko in debelo v ZDA kupijo tudi prodalci iz drugih držav, če se jim ceno zdi bolj ugodna od tiste, ki jim jo ponudijo krajevni distributerji v posameznih državah.

V ZDA je vse ceneje

Uradni zastopniki poskušajo na tržišču uveljavljati svoje pravice in promovirati krajevne distributerje. Zadevo je preprosto, a jasno komentiral tudi **Georges Kalantzas**, vodja prodaje pri Sun Microsystems za jugovzhodno Evropo: »Sun ima štiri regije, v katerih veljajo različne priporočene cene. Zakaj? Cene so odvisne od menjalnega tečaja dolarja, od carinskih dajatev, transporta in finančnih tokov. A na koncu je oprema vedno cenejša

in drugih avtorskih del. Za strojno opremo pravica do uvoza ni definirana kot del pravice distribuiranja – torej lahko vsako podjetje uvozi, kar želi. In pri tem so stroški prevoza razmeroma nizki (za en strežnik manj kot 150 tisočakov), uvoz računalniške opreme pa je carine prost – za podjetja in običajno.

Sivega uvoza strojne opreme pri nas ni

Koren po drugi strani pojasnjuje, da so lahko »razlogi za razlike v cenah tudi različni stroški oglaševanja, prilaganja opreme za določeno tržišče in podobno. Tudi rabiti so drugačni v različnih distribucijskih okoljih. Veleprodajalec, ki se denimo poskuša znebiti zaloge nekega blaga, lahko kaj hitro prizvame navidežno vlogo distributerja in tako prodaja po cenah, ki so nižje od priporočenih. A kljub temu še vedno velja, da je sivi uvoz pri nas definiran samo za avtorska dela, po 24. členu zakona o avtorski in sorodnih pravicah.«

S pravnega vidika je torej zadeva pri nas jasna – gospodarska pobuda je svobodna, torej lahko podjetja uvažajo opremo, od koder želijo. Ker carin ni, je to razmeroma poceni in enostavno – le uporabniki se še ne zavedajo dovolj, da lahko opremo kupijo tudi v tujini. Žal pa nekatera podjetja (predvsem zastopništva korporacij) termin sivi uvoz uporabljajo slabšalno, za ustrovanje strank. A tak način poslovanja je za uporabnike koristen, prav tako za državo, saj regulira cene in onemogoča zastopnike, da bi samovoljno nastavljali visoke cene.

Toda ureditve tržišča je kljub temu odvisna predvsem od pravil, ki jih postavijo izdelovalci – tako za prodajo kot za vzdrževanje.

Simon Ručigaj



Foto Cisco

Jožek Gruškovnjak

Na kratko

E-plus v i-mode z Necom in Toshiba

Potem ko je storitev i-mode v Evropi prvi predstavil nizozemski operater KPN, se je razširila še v Nemčijo, kjer je ta operater lastnik E-plusa. Za zdaj je vse skupaj še v preskusni fazi, znano pa je že, da bodo uporabniki lahko izbirali med terminali japonskih znamk NEC in Toshiba. E-plus se je pri pripravi storitve povezal z več kot sto ponudniki, 80 jih je že podpisalo pogodbo. E-Plus jim bo pustil 86 odstotkov pridobljenega prihodka, 14 odstotkov, kar je več kot NTT Docomo (deset odstotkov), pa si bo vzel sam – tudi zato, ker bo uporabnikom račune za storitve izdajal E-plus. Tudi cene nekaterih storitev so višje kot na Japonskem, tako bo za tam želo popularno pošiljanje e-pošte v ZDA njihovi 40 odstotki (v evro centov (nekaj več kot 40 tolarjev) na sporočilo). V naslednjih dvanajstih mesecih želi E-plus z i-mode povprečni prihodek na uporabnika (ARPU) povečati za 25 do 30 odstotkov.

Trg ročnih naprav – pretresljivo

Analičito podjetje Gartner je izdalo napoved gibanja trga ročnih brezžičnih naprav do leta 2006. Po njihovem mnenju bo ta trg eden od najbolj nestabilnih in poln pretresov, saj bodo številni ponudniki skušali predstaviti na moč različne in čim bolj privlačne naprave. Uporabniki bodo tako deležni pravih tehnoloških skokov, ki naj bi se dogajali kar na pol leta, ko se bodo zamenjale oblike, zmognosti in storitve, ki jih ročne naprave ponujajo. V to bo brzokone vodila tudi velika konkurenca med ponudniki računalnikov in mobilnikov ter podobnih naprav, vse bolj pa so dejavna tudi podjetja, ki se ukvarjajo z zabavno elektroniko, kot so digitalni fotoaparati. In ko bodo telefone uporabljali kot plačilno sredstvo, se bodo v dirko vključile še

finančne organizacije. Toda kljub vsemu razvoju bo ena težava ostala: razmeroma omejen čas trajanja baterije – tehnologijo zagotavljanja čimdalje neovodnosti od vira energije pri Gartnerju obravnavajo kot najbolj problematično v mobilni industriji.

IBM z novim modelom prenosnega pogona microdrive

IBM je predstavil nov model prenosnega pogona *microdrive*. Naprava je bila doslej že združljiva s številnimi prenosnimi napravami, kot so notesniki, dlančniki, predvajalniki mp3 in digitalne kamere, jo je po novem mogoče vgraditi tudi v digitalne naprave v avtomobilu, kot so digitalni predvajalniki in navigacijski sistemi GPS. Blaupunktov sistem za snemanje in predvajanje *compact drive mp3*, prirejen posebej za avtomobil, in sicer tako, da je na prenosnem microdriveu 1GB mogoče shraniti do 18 ur glasbe.

Ebay s kitajskim internetnim podjetjem Eeachnet

Vodilni spletni dražbeni portal Ebay in podjetje Eeachnet, ena največjih elektronskih trgovin na Kitajskem, sta sklenila dogovor o strateškem poslovnem sodelovanju. Ebay bo v podjetje Eeachnet vložil 30 milijonov dolarjev in si pridobil 33-odstotni lastniški delež. Eeachnet sta leta 1999 v Sanghaju ustanovila dva študenta **Bo Sao** in **Haijin Tan**, ki sta študirala v Združenih državah Amerike, zdaj ima podjetje 3,5 milijona registriranih uporabnikov, ki med drugim trgujejo z rabljenimi oblečili, stvarimi, računalniki in nepremičninami. Na Kitajskem je 27 milijonov spletnih uporabnikov in je peta po številu uporabnikov

Pred njo so le ZDA, Japonska, Nemčija in Velika Britanija.

Xbox bliskovito osvojil Evropo

Na tisoče igralcev se je 13. marca zvrstilo pred trgovinami v 16 evropskih državah in skorajda izpraznilo zaloge igralne konzole xbox in Microsoftovih ter Seginih iger. Microsoft načrtuje, da bo do konca junija 2002 prodal od 4,5 do šest milijonov igralnih konzol, v Evropi pa xbox izdelujejo na Madžarskem. V anketi angleške podružnice podjetja Amazon.com, ki je bila opravljena med kupci igralne konzole xbox, je kar 74 odstotkov novih lastnikov načrtovalo vsaj enodnevno odsotnost z dela, med katero bi se popolnoma predali igralni konzoli.

Konec preverjanja z gesli?

Fujitsu microelectronics si prizadeva, da bi tehnologija prepoznavanja prstnega odtisa pridela prav v vsake naprave. V ta namen so predstavniki nov identifikacijski sistem, ki združuje tehnologijo prepoznavanja prstnih odtisov z naprednimi algoritmi. Tako so dosegli, da je sistem zmogljiv, enostaven za uporabo, predvsem pa primeren za uporabo v osebnih računalnikih, mobilnikih in podobnih ročnih napravah. Trg biometričnih sistemov je vse bolj zanimiv, saj naj bi njegova vrednost do leta 2005 dosegla že 15 milijard ameriških dolarjev (lani še dve milijardi dolarjev).

Logitech za dlančnike

Švicarski izdelovalec periferne opreme, predvsem tipkovic, mišk in podobnega, je z velikimi koraki vstopil tudi na trg žepnih tipkovic za dlančnike. Kar takoj so namreč pokrili celotno paleto dlančnikov, pri čemer so ponudili dve vrsti tipkovic. Prva je narejena iz trde plastike in je zložena podobna nekoliko debelejšemu dlančniku, še bolj zanimiva

pa je druga družina tipkovic, ki so jo naredili iz posebnega blaga elektek, dovolj močnega, da je tipkovicna uporabna, in na drugi strani dovolj trpežnega, da tipkovicno naokrog nosimo kot ovoj dlančnika. Vse novosti bodo na voljo v začetku aprila za enotno priporočeno ceno 99,95 ameriškega dolarja (nekaj več kot 25 tisoč tolarjev).

Zenworks še za ročne naprave

Novell je na trg poslal programski paket zenworks 4.7, namenjen uporabi v ročnih napravah z operacijskim sistemom palm os, windows ce in pocket pc. Novost zaokrožuje ponudbo na področju programske opreme za izboljšano upravljanje različnih naprav in povečevanje učinkovitosti. Med drugim zenworks namreč omogoča tudi enostavno posodabljanje in sledenje raznim informacijam, na voljo pa sta še različici za namizne računalnike in strežnike, z uporabo katerih podjetje dobi popolno upravljalško rešitev za avtomatizacijo določenih opravil, varnostjo in nadzorom ter prilagojenim vmesnikom za končne uporabnike.

Spletni nadzor tudi pri nas

Mariborsko podjetje Org.tend je s podjetjem Surfcontrol sklenilo dogovor o sodelovanju in zastopanju na področju programske opreme za nadzor nad uporabo interneta in elektronske pošte. Surfcontrol ponuja celo paleto tovrstnih rešitev, ki jih odlikuje prilagodljivost in so zato uporabne v različnih podjetjih oziroma organizacijah.

Symbian iz tehnološkega v komercialno vodenje

Skupno vlaganje v Psiona, Motorola, Ericsson, Nokia in Matsushite, Symbian, je dobilo novega izvršnega direktor-

e-Relevance

www.kclj.si

Podobno kot računalniške sisteme tudi zdravstvo opazimo samo takrat, ko ne deluje. Zaradi stavke zdravstvenih delavcev smo usmerili pozornost na osrednjo slovensko ustanovo – ljubljanski Klinični center. Po podrobnej pregledu spletne strani lahko rečem, da bi jo glede na uporabnost in ažurnost lahko predlagal za kakšno nagrado, če bi v Sloveniji obstajala.

Uporabniška izkušnja

Nekdo je tokrat le mislil na nas, uporabnike. Vstopna stran je opremljena s ključnimi informacijami, ki so verjetno najpogostejše iskane – številna reševalne postaje in urgentnega zdravnika, naslov in kontakt Kliničnega centra in urgence. Temu sledijo jasne povezave na poglavja s pregledno ločenimi vsebinami. Temeljni občutek pozornosti do uporabnikovih potreb je viden tudi na straneh drugega in tretjega nivoja, kjer je pot do pomembnih informacij logična in zaradi ustreznih oblikovalske konzervativnosti tudi hitra. Večja težava je pomanjkanje bolj svežih vsebin, kot je recimo informacija o zdravniški stavki. Pregled strani je pokazal, da se je po vsej verjetnosti vse ažuriranje nehalo že pred enim letom. Popolnoma mistična ostaja tudi odločitev urednikov, da na vstopno stran postavijo oglasno pasico.

Vsebina

Odlično strukturirana in poimenovana poglavja vsebujejo veliko koristnega. Predstavitev centra je obširna, pripomniti pa moram, da ne razumem, zakaj ni omenjen največji sin naših narodov, ki je ravno tam prebil zadnje mesece življenja. Odnos do lastne preteklosti je lahko kazalec splošne zrelosti organizacije. Statične informacije za bolnike in obiskovalce so izčrpe, poglavje o strokovni srečanjih je na žalost klinično mrtvo, strani, posvečene zdravlju, pa tudi niso bile osvežene že dobro leto in pol.

Vera Kozmik, Urad za varstvo potrošnikov: »Posebnih izkušenj s sivim uvozom nimamo, niti še nismo dobivali tovrstnih vprašanj. A z gotovostjo lahko zatrdimo nekaj – ko bomo postali del notranjega trga EU, bodo odpadle vse ovire za navzkrižno prodajanje. To bo čezmejno poslovanje, zapletov naj ne bi bilo. Oblikovanje cen je na tržišču vedno

Povezave

Posebno resno pripravljeno poglavje tega spletnega mesta je stran s povezavami. Pri tem je najpomembnejše, da so seznamni povezave opremljeni s kratkimi povzetti oziroma opisi vsebin teh povezav. Narejene so v skladu s paradoksalnim, a inteligentnim predlogom, da jih je treba napisati tako, da jim ni treba slediti. Šibka točka povezav na straneh Kliničnega centra je njihov številni. Kot uporabnik se bom bolje počutil, če mi uredniki strani, ki ji zaupam, priporočijo malo, a dobre strani. Tako kot pri vseh priporočilih oziroma številni strani z njimi obstajata nekakšna psihološka meja, ko dobiš občutek, da namen obveščevalcev ni več zgolj dober nasvet, ampak poskus oblikovanja vrtisa o čim boljši obveščenoosti sogovornika.

Sklepno mnenje
Fokusiranost na osnovne uporabniške skupine in prilagoditve navigacije njihovim potrebam naredita iz spletnega projekta Kliničnega centra enega redkih pozitivnih primerov strokovne pismenosti, če že ne odličnosti. Izvidi so dobri, četudi ima pacient težave s spremljanjem realnosti.

Prejeli smo
SiOL se brani, mid cinca
Ker je bilo na članek »Sispa obtožuje, Siol se brani, mid cinca« 18. 3. 2002 Luke Dekleve Humarja kar nekaj odziv (v katerem se večkrat dvomi v kvaliteto rezultatov RIS), prosim za pojasnilo: V članku se navaja podatek o upadu rabe interneta v Sloveniji in to ugotovitev pripisuje raziskavam RIS. Pri tem gre verjetno zgolj za nesporazum ali pa za nenatančnost. Raba interneta v Sloveniji namreč ne upada, ampak izredno hitro narašča, kar je mogoče mesečno opazovati na www.ris.org. Prepričan sem tudi, da se ocene projekta RIS o rasti števila uporabnikov – pa tudi ocene o tržnih deležih – ujemajo z ocenami Sispe in Siola. Zato je tudi pomislek Krambergerja o anketni metodologiji projekta RIS povsem odveč. Res pa je, da je bilo naraščanje v zadnjih nekaj letih v Sloveniji nižje kot v EU.

Ali SiOL zavestno posluje z izgubo?
V prispevku, ki je v prilogi Informatična tehnologija 18. 3. 2002 pod zgornjim naslovom objavil Luka Dekleva Humar, so nekatere trditve netočne oziroma nopolne in terjajo dodatno pojasnilo. Prvič, izjave bivšega direktorja SiOL-a, ki jih je avtor uporabil v prispevku, so bile pridobljene ob drugih priložnostih in ne neposredno ob pripravi tega prispevka. Prav tako v drugem članku, Sispa obtožuje, SiOL se brani, mid cinca, avtor uporablja dele izjave sedanjega direktorja, ki so bile dane v drugačnem kontekstu. Drugič, avtor članka je napačno izračunal strošek, ki ga ima SiOL s ponujanjem navedene storitve, saj ni upošteval pravilne tehnične rešitve. In tretjič, SiOL ima pogodbo s Telekomom Slovenije, po kateri prodajni referenti Telekoma Slovenije lahko prodajajo tudi storitve

DELO Na Internetu

<http://www.delo.si>

Prejeli smo

Sispa obtožuje, Siol se brani, mid cinca

Ker je bilo na članek »Sispa obtožuje, Siol se brani, mid cinca« 18. 3. 2002 Luke Dekleve Humarja kar nekaj odziv (v katerem se večkrat dvomi v kvaliteto rezultatov RIS), prosim za pojasnilo: V članku se navaja podatek o upadu rabe interneta v Sloveniji in to ugotovitev pripisuje raziskavam RIS. Pri tem gre verjetno zgolj za nesporazum ali pa za nenatančnost. Raba interneta v Sloveniji namreč ne upada, ampak izredno hitro narašča, kar je mogoče mesečno opazovati na www.ris.org. Prepričan sem tudi, da se ocene projekta RIS o rasti števila uporabnikov – pa tudi ocene o tržnih deležih – ujemajo z ocenami Sispe in Siola. Zato je tudi pomislek Krambergerja o anketni metodologiji projekta RIS povsem odveč. Res pa je, da je bilo naraščanje v zadnjih nekaj letih v Sloveniji nižje kot v EU.

Ali SiOL zavestno posluje z izgubo?
V prispevku, ki je v prilogi Informatična tehnologija 18. 3. 2002 pod zgornjim naslovom objavil Luka Dekleva Humar, so nekatere trditve netočne oziroma nopolne in terjajo dodatno pojasnilo. Prvič, izjave bivšega direktorja SiOL-a, ki jih je avtor uporabil v prispevku, so bile pridobljene ob drugih priložnostih in ne neposredno ob pripravi tega prispevka. Prav tako v drugem članku, Sispa obtožuje, SiOL se brani, mid cinca, avtor uporablja dele izjave sedanjega direktorja, ki so bile dane v drugačnem kontekstu. Drugič, avtor članka je napačno izračunal strošek, ki ga ima SiOL s ponujanjem navedene storitve, saj ni upošteval pravilne tehnične rešitve. In tretjič, SiOL ima pogodbo s Telekomom Slovenije, po kateri prodajni referenti Telekoma Slovenije lahko prodajajo tudi storitve

Prejeli smo
SiOL se brani, mid cinca
Ker je bilo na članek »Sispa obtožuje, Siol se brani, mid cinca« 18. 3. 2002 Luke Dekleve Humarja kar nekaj odziv (v katerem se večkrat dvomi v kvaliteto rezultatov RIS), prosim za pojasnilo: V članku se navaja podatek o upadu rabe interneta v Sloveniji in to ugotovitev pripisuje raziskavam RIS. Pri tem gre verjetno zgolj za nesporazum ali pa za nenatančnost. Raba interneta v Sloveniji namreč ne upada, ampak izredno hitro narašča, kar je mogoče mesečno opazovati na www.ris.org. Prepričan sem tudi, da se ocene projekta RIS o rasti števila uporabnikov – pa tudi ocene o tržnih deležih – ujemajo z ocenami Sispe in Siola. Zato je tudi pomislek Krambergerja o anketni metodologiji projekta RIS povsem odveč. Res pa je, da je bilo naraščanje v zadnjih nekaj letih v Sloveniji nižje kot v EU.

Ali SiOL zavestno posluje z izgubo?
V prispevku, ki je v prilogi Informatična tehnologija 18. 3. 2002 pod zgornjim naslovom objavil Luka Dekleva Humar, so nekatere trditve netočne oziroma nopolne in terjajo dodatno pojasnilo. Prvič, izjave bivšega direktorja SiOL-a, ki jih je avtor uporabil v prispevku, so bile pridobljene ob drugih priložnostih in ne neposredno ob pripravi tega prispevka. Prav tako v drugem članku, Sispa obtožuje, SiOL se brani, mid cinca, avtor uporablja dele izjave sedanjega direktorja, ki so bile dane v drugačnem kontekstu. Drugič, avtor članka je napačno izračunal strošek, ki ga ima SiOL s ponujanjem navedene storitve, saj ni upošteval pravilne tehnične rešitve. In tretjič, SiOL ima pogodbo s Telekomom Slovenije, po kateri prodajni referenti Telekoma Slovenije lahko prodajajo tudi storitve

Uporabnost

Nikoli ne bo dovolj kritike tehnologije okvirjev (»frejmov«), ki je med spletnimi težavami primerljiva s kugo. Na straneh »pomoč« nas avtorji celo učijo, kako si dodamo kakšno stran med priljubljene, ne povedo pa, da so nam s tehnologijo odkrivali že preprečili. Navigacija sledi temeljni segmentaciji uporabniških skupin, kar je največji plus v celotnem spletnem projektu in zagotovo posledica dejstva, da je pri izdelavi sodelovalo podjetje za odnose z javnostmi. Včasih pozabljamo, da imajo spletna mesta svojo komunikološko plat in da se moramo kaj naučiti od sosednjih strok, izmed katerih je PR najbolj razvit. Pri navigaciji je treba vseeno pripomniti, da je podvajanje drugega nivoja ne samo nepotrebno, ampak tudi zavajajoče.

Rubrika e-relevance je posvečena kritiki slovenskih spletnih mest izpod tipkavnice Vuka Čosiča, klasika internetne umetnosti in kreativnega direktorja v podjetju Lateral iz Ljubljane. Svojo pozicijo avtor opisuje kot informirano subjektivnost in ne kot raziskovalno novinarstvo.

Kakovost oblikovanja

Temeljne vizualne konstante spletnega mesta so harmonične. Barvna lestvica, izbira pisav in poudarjenost navigacije so dosledno izpeljane. Osebo spoštujem pogum kreativnega dela projektne skupine, ki se je odločila močno reducirati poneumljajoče »stock« fotografije oziroma nasmejanje fotomogoče bi se dalo kaj narediti z barvo obiskanih povezav, ki ni zadosti kontrastna, a to je manjša težava.

Povezave

Posebno resno pripravljeno poglavje tega spletnega mesta je stran s povezavami. Pri tem je najpomembnejše, da so seznamni povezave opremljeni s kratkimi povzetti oziroma opisi vsebin teh povezav. Narejene so v skladu s paradoksalnim, a inteligentnim predlogom, da jih je treba napisati tako, da jim ni treba slediti. Šibka točka povezav