

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

RIS2000/2001 - Podjetja elektronsko poslovanje

LJUBLJANA, MAJ, 2001

POVZETEK

Raziskava temelji na reprezentativni telefonski anketi RIS med 1000 podjetji (december 2000/januar 2001). Podjetja so bila obravnavana v petih velikostnih skupinah. Pri najmanjših je zaradi metodoloških težav pri interpretacijah potrebna posebna previdnost. Samostojni podjetniki (s. p.) so bili v anketi izvzeti. Osnovne ugotovitve so naslednje:

- Internet uporabljajo že praktično vsa večja podjetja in tudi večina manjših, najpogosteje za pridobivanje poslovnih informacij ter za komuniciranje: v Sloveniji, v tujini, s strankami, z zaposlenimi. Nekoliko redkeje se uporablja za poslovne procese.
- Večina podjetij meni, da Internet pomembno vpliva na njihovo poslovanje.
- Le pri desetini podjetij z dostopom pa Internet vpliva tudi na prihodke, večinoma zanemarljivo. Podjetja zato z e-poslovanjem generirajo manj kot **odstotek vseh prihodkov**. Pričakovanja so se v primerjavi z letom 1999 celo nekoliko zmanjšala.
- **Bančne transakcije** uporablja večina srednjih in velikih podjetij ter tretjina malih podjetij. V še večji meri pa je razširjeno elektronsko plačevanje računov preko **APP**.
- Okoli petina podjetij uporablja Internet za **naročanje**, še več se jih na to pripravlja. Tudi ta podjetja pa večino naročil prejmejo na klasičen način in tudi pri elektronskem načinu prevladuje e-mail in ne posebne aplikacije e-poslovanja. V celoti se elektronsko izvede nekaj odstotkov - **pod 5 % - vseh naročil** v slovenskih podjetjih.
- Računalniško izmenjavo podatkov (**RIP/EDI**) uporabljata – z izjemo mikro podjetij – dve petini podjetij, kar pa je odvisno tudi od definicije RIP.
- Neposredna **on-line prodaja** se – kljub vsakoletnim optimističnim napovedim – izraziteje ne širi in ostaja le pri nekaj odstotkih podjetij. Če govorimo o on-line avtorizaciji kreditnih kartic, gre v grobem za manj kot **sto podjetij**. Kot izvajalec finančnega dela take aplikacije se najpogosteje navaja **banka**.
- **E-poslovanje uporablja polovica** podjetij z dostopom do Interneta. Pri tem si večinoma dokumente izmenjujejo s 5 poslovnimi partnerji ali manj. Pri tem tuji partnerji predstavljajo več kot tretjino vseh partnerjev.
- Najpomembnejši **razlogi uvajanja** e-poslovanja so: večja kvaliteta storitev, fleksibilnost, konkurenčna prednost ter novi trgi. Nižanje stroškov in povečevanje prodaje sta nekoliko manj pomembna. Kot osnovna **prednost** e-poslovanja izstopa takojšna izvedba in vpogled v transakcije. Med **ovirami** večja podjetja najpogosteje navajajo **pomanjkanje kadrov** in tudi **sredstev**, manjša pa predvsem **nepoznavanje**.
- Večina podjetij, ki e-poslovanja ne uporablja, navaja, da ga sploh ne potrebuje.
- Ne-Internetni protokoli (**X400, VAN...**), ki so prisotni v nekaj odstotkih podjetij (desetina pri velikih), bodo večinoma zamenjani z Internet sistemi.
- Med aplikacijami e-poslovanja izstopa predvsem pisarniško poslovanje, kjer je **MS Exchange** dokončno izpodrinil Lotus Notes.
- Elektronske **aplikacije za izmenjavo poslovnih dokumentov** ter aplikacije za osnovno dejavnost po razširjenosti zaostajajo za aplikacijami pisarniškega poslovanja in večinoma niso v celoti integrirane v siceršnji informacijski sistem podjetja. Nekoliko so se zmanjšali tudi načrti za izdelavo tovrstnih aplikacij; prvi val je videti zaključen, preostala podjetja pa o teh aplikacijah bolj razmišljajo kot pa jih načrtujejo.
- Visoko **varnost e-poslovanja** – ne glede na ceno – podpira večina podjetij.
- Večina opredeljenih podjetij meni, da mora uvedba e-poslovanja znižati **stroške za več kot 10 %**, da bi ga bilo smiselno uveljaviti.
- Podjetja, ki uporabljajo e-poslovanje – to pa je že večina slovenskih podjetij – menijo, da bo **e-poslovanje v 2-3 letih postalo standard** poslovanja v njihovi panogi.
- V mednarodnih primerjavah e-poslovanja Slovenija ne zaostaja, nasprotno, visoka penetracija Interneta, predvsem pa uporaba elektronskega plačilnega prometa APP jo v mnogih pogledih uvršča med razvitejše države.

KAZALO

1. Metodologija.....	4
2. Internet in poslovanje podjetij	5
2.1 Internet in poslovni procesi	5
2.2 Internet in prihodki.....	7
3. Poslovna uporaba Interneta.....	9
3.1 Pridobivanje poslovnih informacij	10
3.2 Komuniciranje v Sloveniji	11
3.3 Komuniciranje s tujino	12
3.4 Komuniciranje med zaposlenimi.....	13
3.5 Komuniciranje s potrošniki	14
3.6 Raziskovanje in izobraževanje	15
3.7 Nakupovanje in naročanje.....	16
3.8 Zabava (klepet, igre, surfanje, IRC).....	17
3.9 Iskanje kadrov	18
3.10 Drugi nameni.....	20
4. Poslovne storitve na Internetu	22
4.1 Bančne transakcije	23
4.2 Plačevanje računov.....	24
4.3 Naročanje blaga in storitev.....	25
4.4 Sprejemanje naročil.....	26
4.5 Računalniška izmenjava podatkov	30
4.6 Neposredna prodaja.....	31
4.7 Ekstranet.....	34
5. Elektronski plačilni promet	35
6. Dejavniki elektronskega poslovanja.....	36
6.1 Opredelitev in uporaba	36
6.2 Število partnerjev elektronskega poslovanja.....	40
6.3 Prihodki od elektronskega poslovanja.....	45
6.4 Komponente elektronskega poslovanja.....	48
6.5 Prednosti elektronskega poslovanja	52
6.6 Varnost e-poslovanja v podjetju	56
6.7 Ovire za uvajanje elektronskega poslovanja	58
6.8 Razlogi za neuporabo e-poslovanja.....	65
6.9 Sistemi brez Internet protokola	70
7. Aplikacije elektronskega poslovanja.....	72
7.1 Avtomatizacija pisarniškega poslovanja	73
7.2 Osnovna dejavnosti	76
7.3 Aplikacije za izmenjavo poslovnih dokumentov	78
7.4 Aplikacije poslovnega partnerja.....	80
7.5 On-line avtorizacija kreditne kartice	81
8. Perspektive elektronskega poslovanja	85
8.1 Obseg znižanja stroškov	85
8.2 E-poslovanje kot standard	86
8.3 Pričakovani prihodki	87
9. Mednarodne primerjave	89

1. METODOLOGIJA

Podatki temeljijo na telefonski anketi med 1006 podjetji v času december 2000/januar 2001. Podjetja so bila obravnavana v štirih osnovnih velikostnih skupinah: velika, srednja, mala in mikro – vsaka skupina je predstavljena v vzorcu z okoli 300 podjetji. Pri velikih podjetjih smo posebej obravnavali **največjih 100 podjetij in v primeru posebnosti dopolnili komentar.**

Ker so bila velika podjetja izbrana v vzorec z bistveno večjo verjetnostjo kot mala, je treba opozoriti na problem ocenjevanja za vsa slovenska podjetja.:

1. O slovenskih podjetjih nasploh verjetno ni smiselno govoriti niti prikazovati podatkov. Med več kot 30.000 podjetji je namreč velika večina najmanjših z le nekaj zaposlenimi ali celo brez zaposlenih, ki pogosto niti niso aktivna, ampak izkazujejo le določen – včasih le fiktiven, finančni promet. Kakršnokoli povprečje, ki bi vključevalo taka podjetja skupaj z največjimi, kjer je zaposlenih več tisoč oseb, je zato zavajajoče.
2. Ker je ocenjevanje populacijskih agregatov težavno, so populacijske ocene o absolutnem številu podjetij v poročilu **podane zgolj ilustrativno.** Natančnejše ocene je mogoče dobiti s ponovnim uteževanjem na osnovi populacijske porazdelitve glede na število zaposlenih, **ki pa še ni bilo izvedeno.** Pričujoči prikazi namreč temeljijo na vzorcu, ki izhaja iz uradne razvrstitve Statističnega urada po velikosti, ki pa ne temelji samo na številu zaposlenih, zato običajno podajamo dve oceni:
 - V **prvem primeru populacijskega uteževanja** so podatki projicirani na ciljno populacijo več kot 20.000 slovenskih podjetij, ki so aktivna. Pri tem pa pride do znatnega precenjevanja števila zaposlenih.
 - Populacijske ocene smo izdelali tudi za **alternativno oceno** manj kot 10.000 podjetij, ki so ustrezna po ožji opredelitvi in dajejo tudi število zaposlenih, ki se ujema s populacijskimi podatki.
 - V obeh primerih pa smo izpustili skoraj 10.000 mikro podjetij, ki so bila vključena v vzorec (ker so izkazovala finančno aktivnost po podatkih APP), vendar jih v anketi bodisi nismo mogli locirati bodisi so bila neustrezna ali pa smo jih kot taka ocenili na osnovi neodgovorov.

V nekaterih primerih prikazujemo tudi ocene na celem vzorcu. Gre za enostavne neutružene podatke, kjer imajo večja podjetja seveda večjo težo. Taki prikazi sicer nimajo posebne vsebinske interpretacije, na določenih mestih pa omogočajo dragoceno medletno opazovanje trendov. Zaradi navedenih omejitev je smiselno, da se v pričujočem poročilu upoštevajo predvsem ocene **znotraj posamezne skupine podjetij**, populacijske ocene pa je primerno upoštevati le okvirno.

Posebej velja opozoriti še na problematičnost **ocen, ki temeljijo na majhnem številu enot.** Tako so vse ocene, ki temeljijo na manj kot 10 enotah zgolj ilustrativne, česar pa v toku same obravnave nismo posebej označevali. Podrobnosti o metodologiji je mogoče najti na <http://www.ris.org/si/ris99/podjetja.html>.

2. INTERNET IN POSLOVANJE PODJETIJ

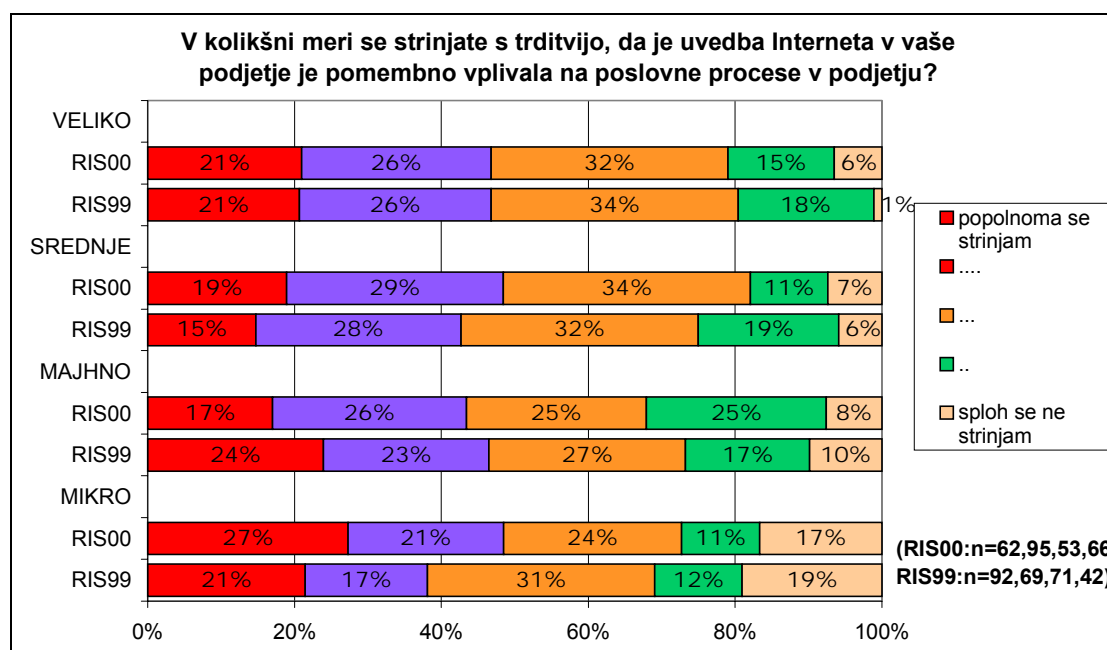
- O pomenu Interneta za poslovanje podjetij smo spraševali naključno tretjino podjetij, ki uporabljajo Internet. Pri tem velja upoštevati, da imajo dostop do Interneta vsa velika, več kot 90% srednjih podjetij, tri četrtine malih in dve tretjini mikro podjetij. Pri mikro se ugotovitve nanašajo samo na tista aktivna mikro podjetja, ki dejansko poslujejo in imajo praviloma tudi zaposlene.

2.1 Internet in poslovni procesi

S trditvijo, da je uvedba Interneta pomembno vplivala na poslovne procese v podjetju, se strinja polovica podjetij. S trditvijo se nekoliko bolj strinjajo anketirani iz mikro podjetij.

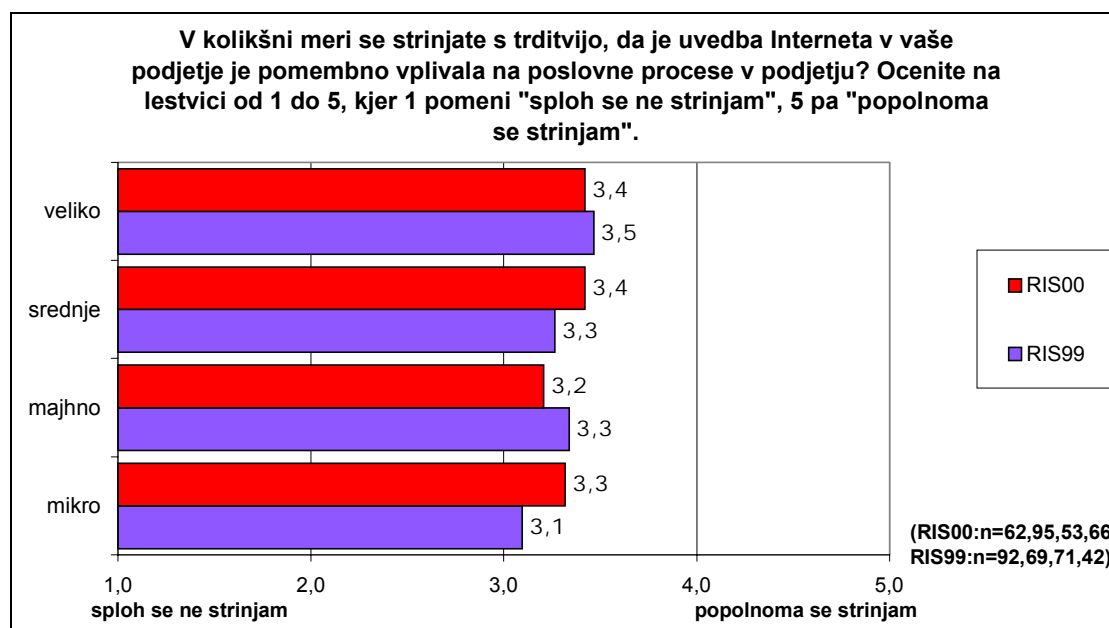
Anketirani iz največjih 100 podjetij, ki jih v grafih ne prikazujemo posebej - pa se s trditvijo nekoliko manj strinjajo kot pa preostali anketiranci iz velikih podjetij.

Ob primerjavi z raziskavo RIS99 se s trditvijo letos nekoliko bolj strinjajo srednja in mikro podjetja.



Povprečna ocena strinjanja je letos približno enaka lanski v vseh tipih podjetij, razen v mikro podjetjih. Ponovno opažamo razlike med največjimi in velikimi podjetji, saj je povprečna ocena največjih 100 podjetij 3.1, povprečna ocena velikih pa 3.5.

Primerjava z rezultati raziskave RIS99 kaže, da večjih razlik ni, manjše razlike pa se kažejo le med mikro podjetji.

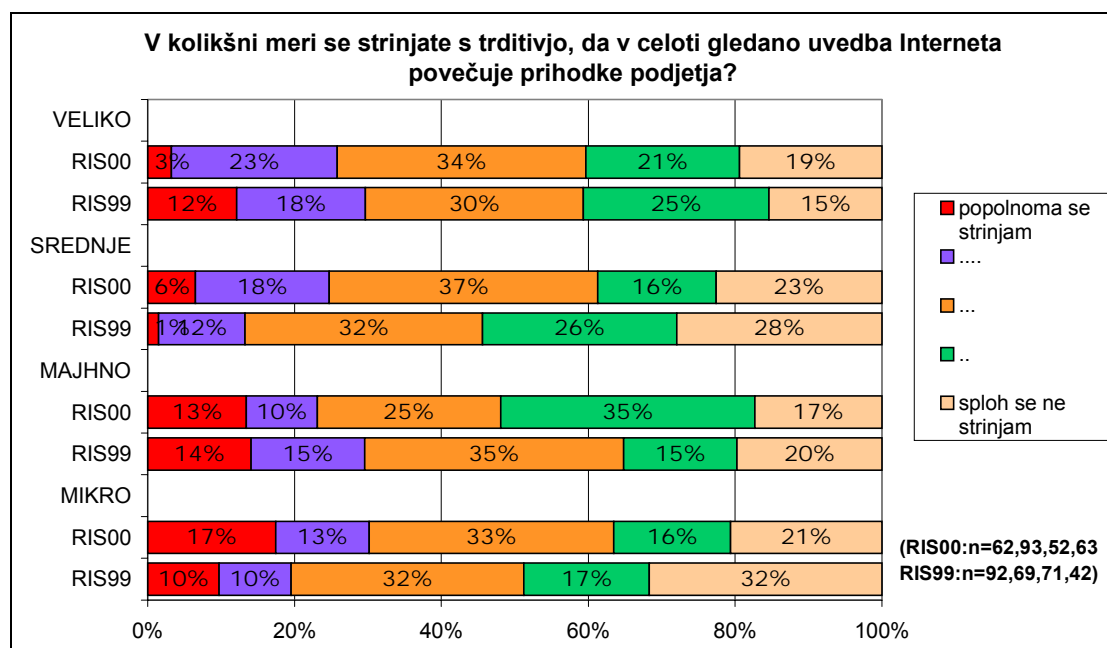


2.2 Internet in prihodki

Trditvi, da uvedba Interneta povečuje prihodke podjetja, nasprotuje večji delež anketiranih kot pa se z njo strinja.

S trditvijo se nekoliko bolj strinjajo anketirani iz mikro podjetij, med največjimi in velikimi podjetji večjih razlik ni.

Ob primerjavi z raziskavo RIS99 se pojavljajo razlike, saj se s trditvijo nekoliko bolj strinjajo srednja in mikro podjetja, bolj pa ji nasprotujejo velika in majhna podjetja.

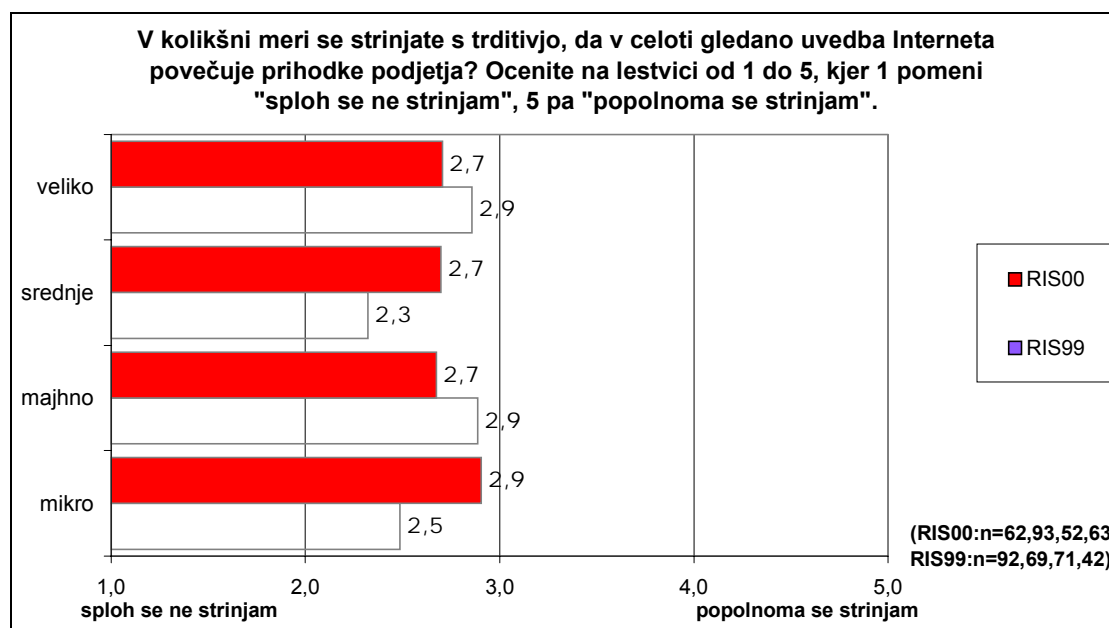


V celoti pa se s trditvijo strinja le malo podjetij.

V grobem torej le okoli desetina podjetij z dostopom do Interneta ugotavlja določeno povečanje prihodkov, ki izhaja iz uporabe Interneta.

Ocena je letos nižja med velikimi in majhnimi podjetji, višja pa med srednjimi in mikro podjetji. Primerjava kaže, da so se v letošnji raziskavi s trditvijo bolj strinjali anketirani v srednjih in mikro podjetjih.

Opazimo tudi velika nihanja v primerjavi ocen med letoma 1999 in 2000, kar priča tudi o nejasni vlogi Interneta za prihodke podjetja.



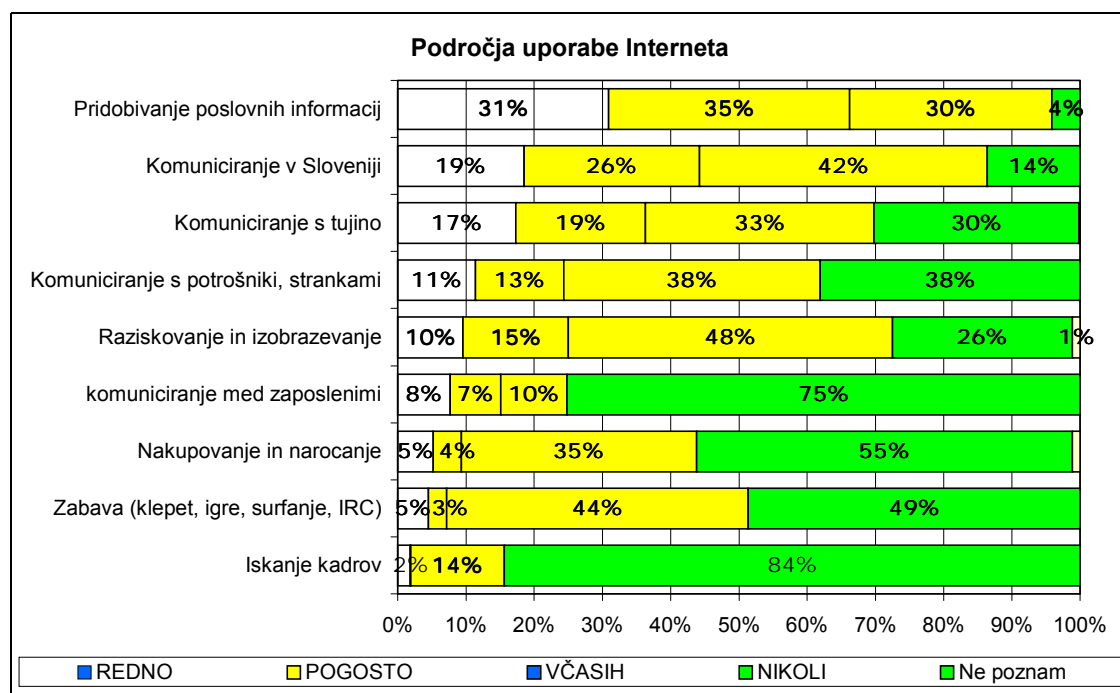
3. POSLOVNA UPORABA INTERNETA

- Vprašanja o področjih uporabe Interneta smo zastavili tretjini naključno izbranih podjetij, ki imajo oziroma načrtujejo dostop do Interneta ali pa o njem vsaj razmišljajo.

Uporabnost Interneta podjetja vidijo predvsem v pridobivanju poslovnih informacij ter v komuniciranju, pa tudi pri komuniciranju s potrošniki, v raziskovanju in izobraževanju. Na teh področjih Internet vsaj občasno uporablja več kot dve tretjini podjetij.

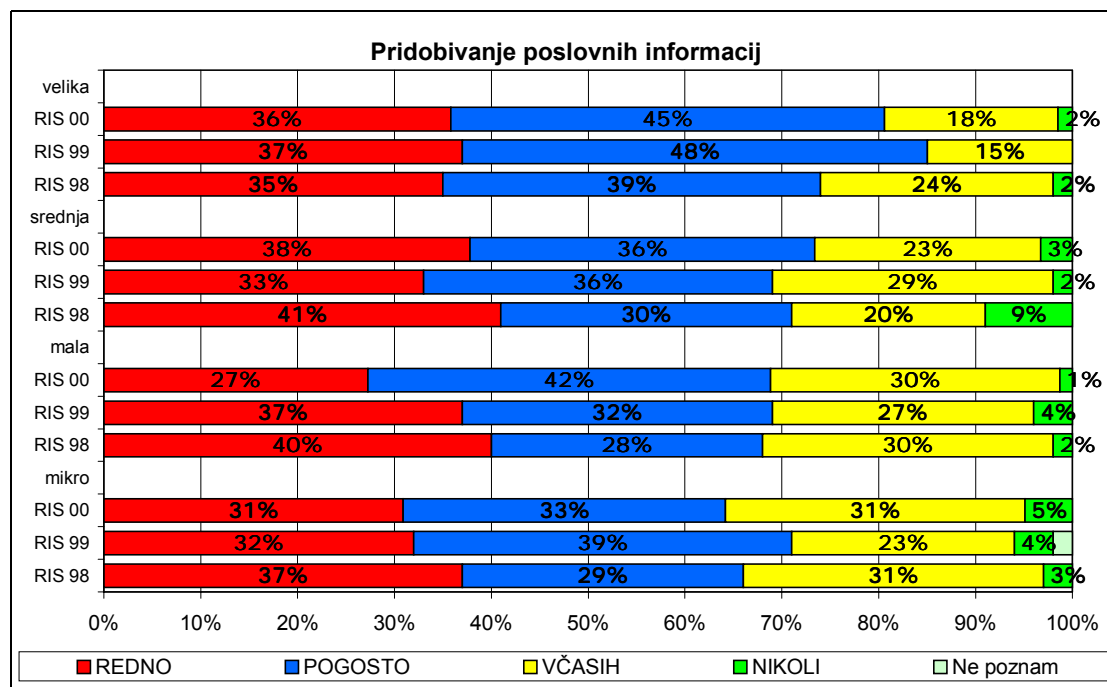
Redno oziroma pogosto podjetja uporabljajo Internet le za pridobivanje poslovnih informacij, v nekoliko manjši meri pa tudi za komuniciranje v Sloveniji in s tujino. Približno polovica podjetij Internet vsaj občasno uporablja tudi za komuniciranje med zaposlenimi ter nakupovanje in naročanje, deloma tudi za zabavo.

Še najmanj se podjetjem Internet zdi uporaben za iskanje kadrov, saj 84 % podjetij pravi, da kadrov nikoli ne iščejo po Internetu, pri čemer pa je treba upoštevati, da na vprašanje seveda ni odgovarjala kadrovska služba. Dodati velja, da je v grafu prikazano *uteženo povprečje* enot v vzorcu, kjer imajo mala podjetja bistveno večjo težo.



3.1 Pridobivanje poslovnih informacij

Razlike v uporabi Interneta za pridobivanje poslovnih informacij so med posameznimi velikostnimi skupinami minimalne, ravno tako ni večjih sprememb pri uporabi Interneta za pridobivanje poslovnih informacij glede na pretekla leta, čeprav je opazno naraščanje uporabe (predvsem tistih, ki pridobivajo poslovne informacije pogosto).



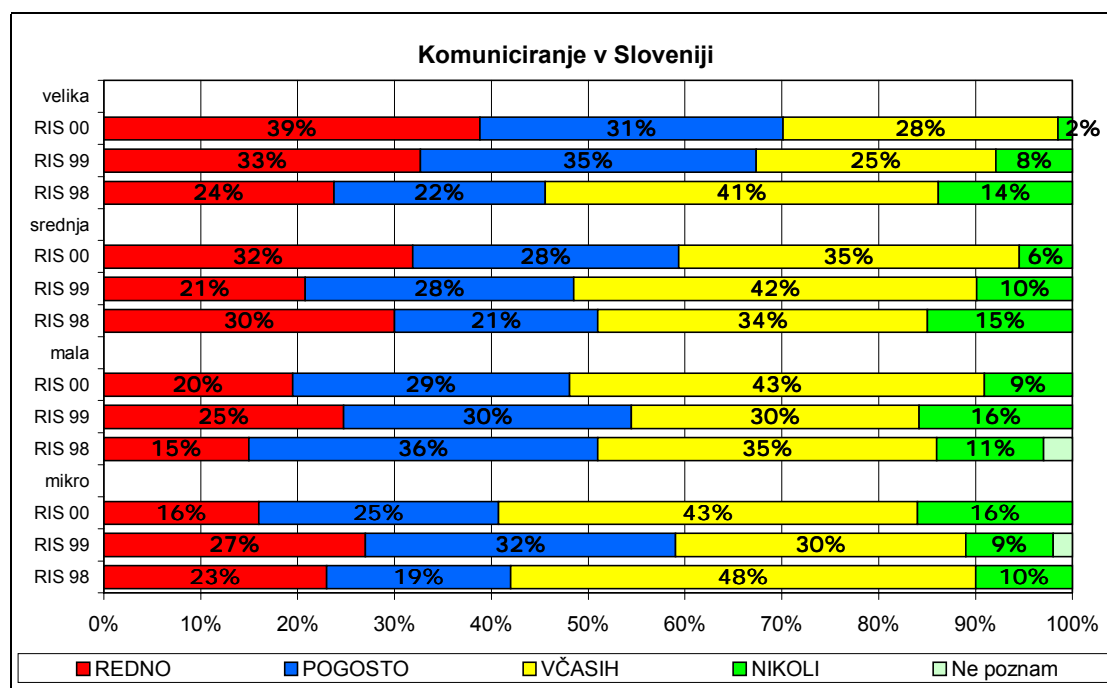
(RIS 98: n=51,86,47,62), (RIS 99: n=89,105,81,56), (RIS 00: n=67,90,77,81)

3.2 Komuniciranje v Sloveniji

Velikost podjetja vpliva na uporabo Interneta pri komuniciranju s Slovenijo, saj Internet v ta namen redno uporablja 39 % velikih in tretjina srednjih podjetij ter približno petina malih in 16 % mikro podjetij. Interneta za komuniciranje s Slovenijo pa ne uporablja približno vsako dvajseto srednje podjetje, vsako deseto malo podjetje ter 16 % mikro podjetij, medtem ko so takšna velika podjetja prej izjema kot pravilo.

Uporaba Interneta (vsaj občasna) za komuniciranje v Sloveniji narašča v skoraj vseh skupinah podjetij. Izjema so najmanjša podjetja, za katera ne moremo potrditi naraščanja uporabnikov Interneta za komuniciranje v Sloveniji, kar si lahko pojasnimo predvsem z vstopom novih podjetij, ki so vsaj na začetku razvoja, tehnološko in informacijsko manj razvita.

Med velikimi podjetji je opazno tudi naraščanje uporabnikov, ki Internet za komuniciranje v Sloveniji uporabljajo redno. Redno ali pogosto Internet uporablja okoli polovica podjetij z dostopom, izstopajo pa predvsem velika podjetja.



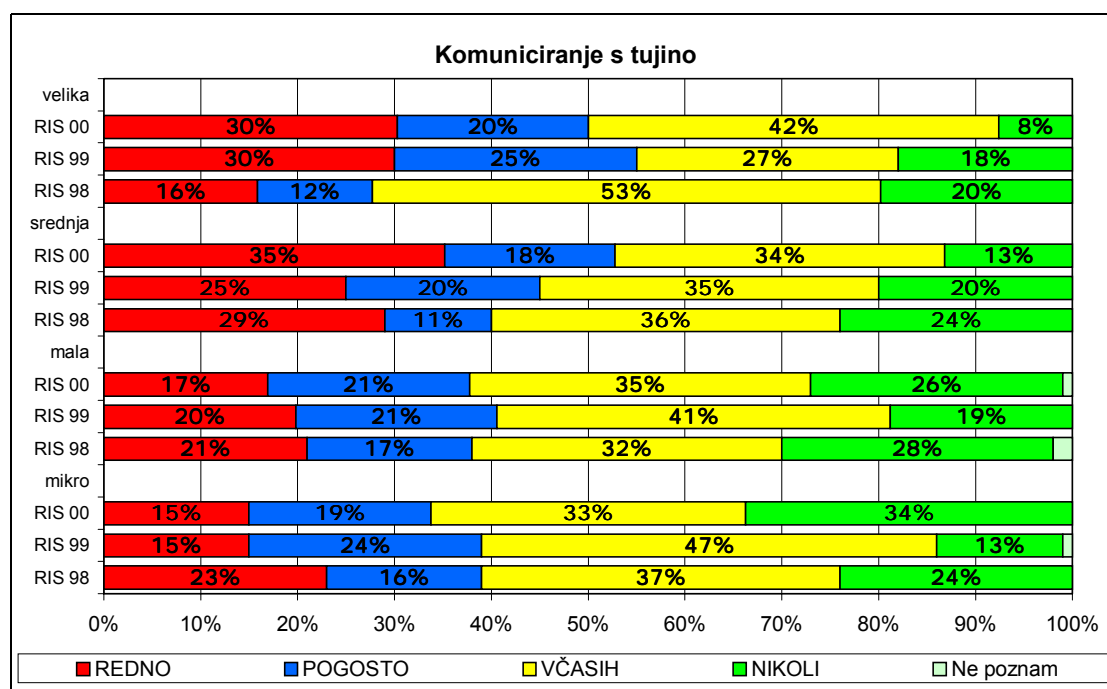
(RIS 98: n=51,86,47,62), (RIS 99: n=89,105,81,56), (RIS 00: n=67,91,77,81)

3.3 Komuniciranje s tujino

Tudi uporaba Interneta za komuniciranje s tujino je odvisna od velikosti podjetij; delež podjetij, ki Internet uporabljajo v ta namen, pa je podoben kot pri komuniciranju s Slovenijo, čeprav nekoliko nižji. Internet za komuniciranje s tujino redno uporablja približno tretjina velikih in srednjih podjetij ter slaba petina malih in mikro podjetij. Večji kot pri komuniciranju v Sloveniji, je delež podjetij, ki Interneta ne uporabljajo za komuniciranje s tujino. Tako je namreč približno vsako deseto veliko in srednje podjetje ter vsako četrto malo in vsako tretje mikro podjetje. Na to vsekakor vpliva predvsem poslovno sodelovanje podjetij s tujino, ki je v velikih in srednjih podjetjih pogostejše.

Uporaba Interneta za komuniciranje s tujino narašča v večjih podjetjih, medtem ko v manjših podjetjih celo nekoliko upada. Manjša uporaba Interneta za komuniciranje s tujino je v manjših podjetjih verjetno predvsem posledica vstopa novih podjetij, ki so, vsaj na začetku razvoja, tehnološko in informacijsko manj razvita.

Med največjimi podjetji je, vsaj občasna uporaba Interneta za komuniciranje s tujino sicer podobna kot v velikih podjetjih, vendar največja podjetja komunicirajo s tujino prek Interneta precej pogosteje. Kar 46 % največjih 100 podjetij s tujino komunicira pogosto (včasih pa le 20 %).



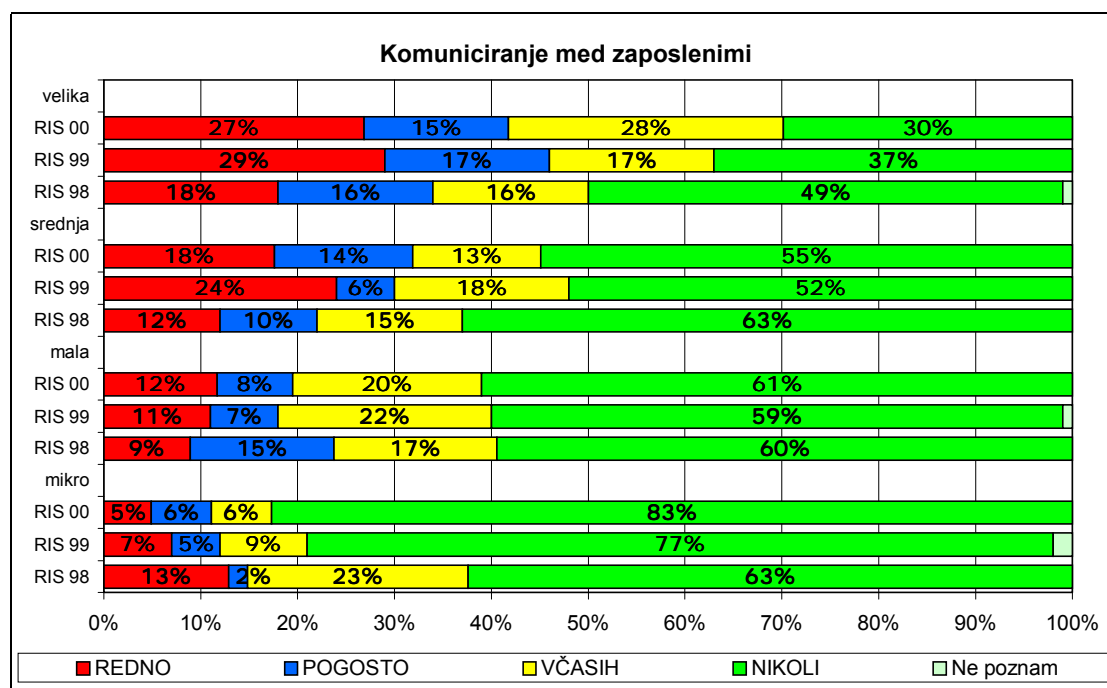
(RIS 98: n=51,86,47,62), (RIS 99: n=89,105,81,56), (RIS 00: n=66,91,77,80)

3.4 Komuniciranje med zaposlenimi

Tudi pogostost internega komuniciranja je odvisna od velikosti podjetja. Internet v ta namen redno uporablja dobra četrtina velikih podjetij, slaba petina srednjih podjetij, približno vsako deseto malo podjetje ter le vsako dvajseto mikro podjetje. Slaba tretjina velikih, več kot polovica srednjih in malih podjetij ter kar 83 % mikro podjetij pa Interneta za komuniciranje med zaposlenimi sploh ne uporablja.

V primerjavi s prejšnjimi leti uporaba Interneta med zaposlenimi narašča v velikih podjetjih, v srednjih in malih podjetjih se zaenkrat uporaba Interneta za komuniciranje med zaposlenimi bistveno ne spreminja, medtem ko je v mikro podjetjih opazen trend zmanjševanja uporabe Interneta za komuniciranje med zaposlenimi, kar je verjetno predvsem posledica vstopa novih podjetij. Slednja ima namreč vpliv le v mikro podjetjih, kjer proces vstopa podjetij še ni zaključen.

Uporaba Interneta za komuniciranje med zaposlenimi je v največjih 100 podjetjih nekoliko pogostejša kot v velikih podjetjih, saj 89 % največjih 100 podjetij Internet uporablja za komuniciranje med zaposlenimi vsaj občasno, 29 % največjih 100 podjetij pa to počne pogosto.



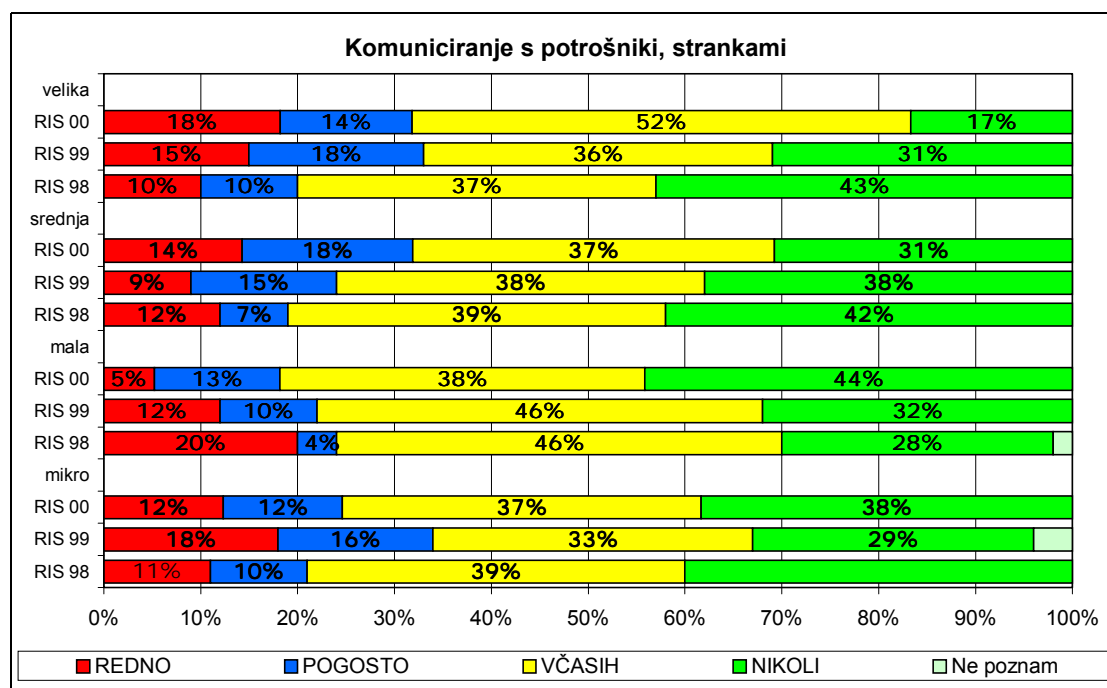
(RIS 98: n=51,86,47,62), (RIS 99: n=89,105,81,56), (RIS 00: n=67,91,77,80)

3.5 Komuniciranje s potrošniki

Internet za komuniciranje s potrošniki podjetja redno ali vsaj pogosto uporabljajo v manj kot tretjini primerov. Približno polovica velikih in dobra tretjina srednjih, malih in mikro podjetij ga uporablja včasih. S potrošniki nikoli ne komunicira le slaba petina velikih podjetij ter približno tretjina srednjih, malih in mikro podjetij.

Uporaba Interneta za komuniciranje s potrošniki v večjih podjetjih narašča, v manjših pa pada. Vzrok za upad uporabe Interneta za komuniciranja s potrošniki v manjših podjetjih je verjetno predvsem vstop novih podjetij.

Uporaba Interneta za komuniciranje s potrošniki je v največjih 100 podjetjih pogostejša kot v velikih, saj Internet za komuniciranje s potrošniki pogosto uporablja 28 % največjih 100 podjetij, včasih pa 39 % podjetij. Redna uporaba Interneta za komuniciranje s potrošniki pa je v največjih podjetjih podobna kot v velikih podjetjih (18 %).



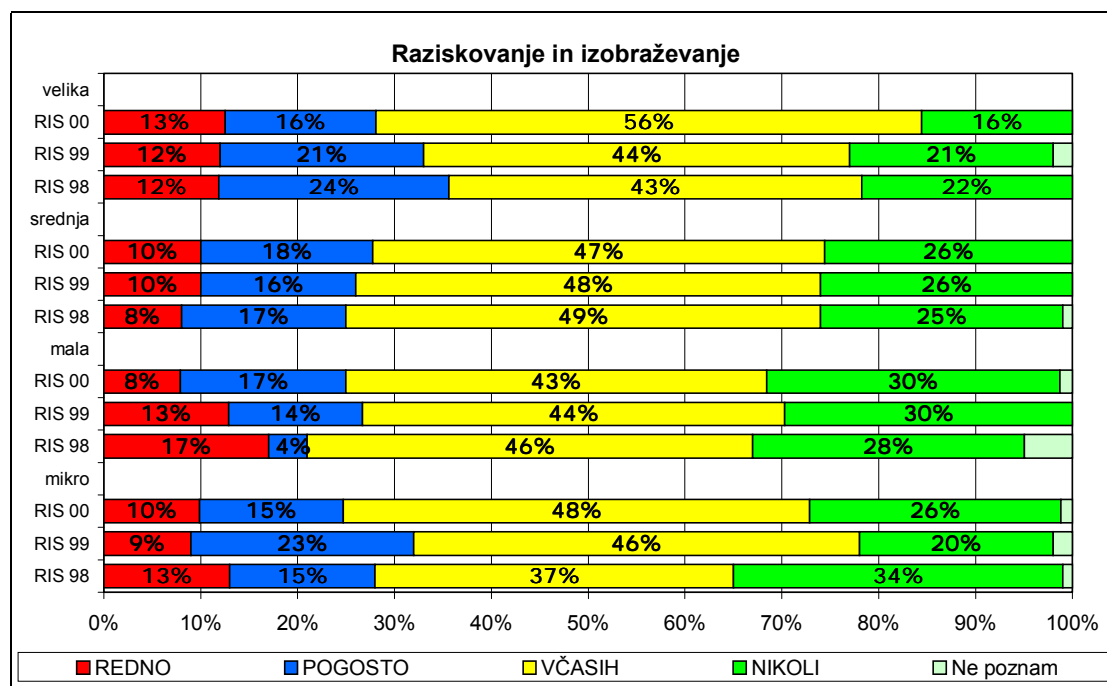
(RIS 98: n=51,86,47,62), (RIS 99: n=89,105,81,56), (RIS 00: n=66,91,77,81)

3.6 Raziskovanje in izobraževanje

Redna uporaba Interneta za raziskovanje in izobraževanje je med podjetji še vedno redkost, saj Internet za raziskovanje in izobraževanje redno uporablja le približno vsako deseto podjetje v vseh velikostnih skupinah podjetij. Kljub temu Internet za izobraževanje in raziskovanje občasno uporablja približno vsako drugo podjetje, nikoli pa le manj kot petina velikih podjetij in dobra četrtina srednjih, malih in mikro podjetij.

V primerjavi s preteklimi leti je v velikih podjetjih opazna rast občasne uporabe Interneta za raziskovanje in izobraževanje in upad pogoste uporabe. V srednjih podjetjih pa postopoma narašča predvsem pogosta uporaba Interneta za raziskovanje in izobraževanje. Tudi v malih podjetjih je opazna rahla rast uporabe Interneta za raziskovanje in izobraževanje, upada pa redna uporaba Interneta za raziskovanje in izobraževanje. V mikro podjetjih uporaba Interneta za raziskovanje in izobraževanje precej variira, kar si zopet lahko pojasnimo predvsem z vstopom novih podjetij.

Največja podjetja v tem okviru ne odstopajo bistveno od velikih podjetij.

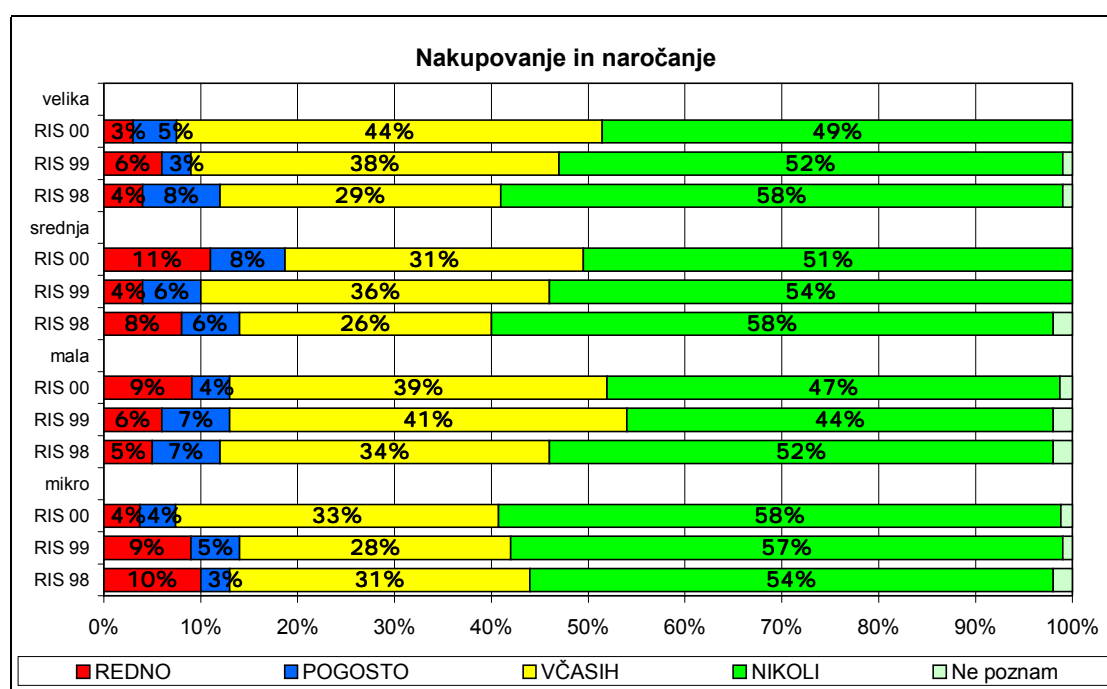


(RIS 98: n=51,86,47,62), (RIS 99: n=89,105,81,56), (RIS 00: n=64,91,77,80)

3.7 Nakupovanje in naročanje

Podobno kot v prejšnjih letih se Internet za nakupovanje in naročanje med podjetji še vedno zelo redko uporablja, približno vsako drugo podjetje tega ne počne nikoli. Kljub temu je v večjih podjetjih opazno naraščanje števila uporabnikov Interneta za nakupovanje in naročanje, v mikro podjetjih pa upadanje (ponovno predvsem zaradi vstopa novih podjetij).

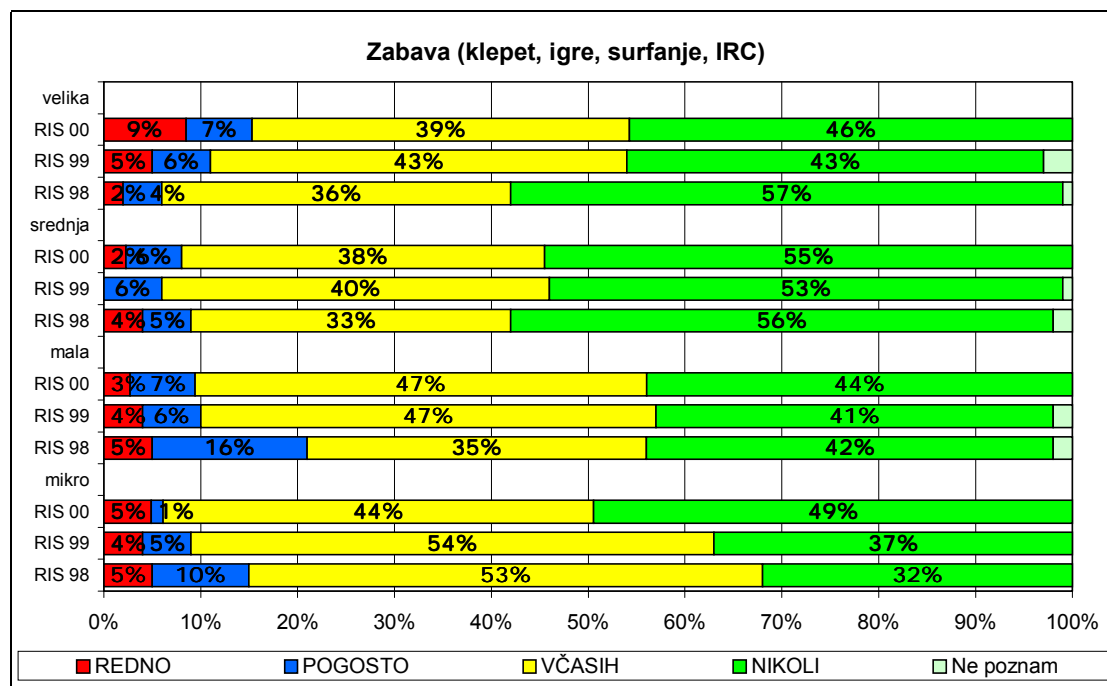
Največja podjetja uporabljajo Internet za nakupovanje in naročanje v nekoliko večji meri kot velika podjetja, saj kar 61 % največjih 100 podjetij Internet uporablja za nakupovanje in naročanje vsaj občasno, 11 % podjetij pa to počne pogosto.



(RIS 98: n=51,86,47,62), (RIS 99: n=89,105,81,56), (RIS 00: n=66,89,77,80)

3.8 Zabava (klepet, igre, surfanje, IRC)

V primerjavi s prejšnjimi leti delež podjetij, ki Interneta ne uporabljajo za zabavo ostaja enak med velikimi, srednjimi in malimi podjetji (približno vsako drugo podjetje v vseh treh skupinah Interneta ne uporablja za zabavo), v mikro podjetjih pa je takšnih podjetij vse manj.



(RIS 98: n=51,86,47,62), (RIS 99: n=89,105,81,56), (RIS 00: n=59,88,75,81)

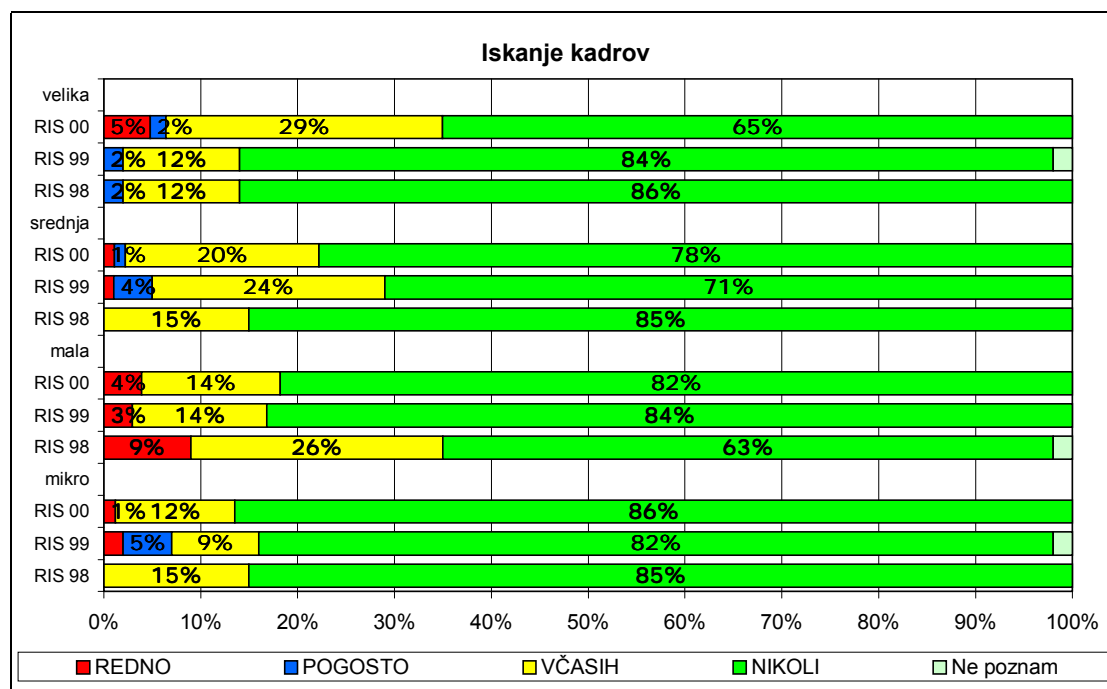
3.9 Iskanje kadrov

Uporaba Interneta za iskanje kadrov je med podjetji skromna. Podjetja, ki bi kadre po Internetu iskala redno ali pogosto so redka, tretjina velikih podjetij jih išče včasih, taka pa je tudi petina srednjih ter 14 % malih in 12 % mikro podjetij.

V splošnem lahko rečemo, da vsaj občasna uporaba Interneta za iskanje kadrov med večjimi podjetji narašča.

V manjših podjetjih pa se uporaba Interneta za iskanje kadrov nekoliko zmanjšuje oziroma ostaja podobna kot v lanskem letu (kar je verjetno predvsem posledica vstopa novih podjetij).

Kot rečeno, pa v anketi niso odgovarjali kadrovski delavci, ampak informatiki, ki pa so v večina – predvsem manjših – podjetjih vsekakor seznanjeni s tovrstno uporabo.



(RIS 98: n=51,86,47,62), (RIS 99: n=89,105,81,56), (RIS 00: n=63,90,77,81)

V spodnji tabeli je prikazana še ocena absolutnega števila tretjine slovenskih podjetij, ki imajo ali vsaj razmišljajo o Internetu, glede na uporabo Interneta za iskanje kadrov. **Podatki so uteženi na celotno populacijo** in lahko, če jih pomnožimo s tri, služijo za oceno absolutnega števila slovenskih podjetij glede na uporabo Interneta za iskanje kadrov.

Ocenimo lahko, da Internet za iskanje kadrov vsaj občasno uporablja 3390 slovenskih podjetij $((131+9+990) \times 3 = 3.390)$ oziroma petina vseh podjetij.

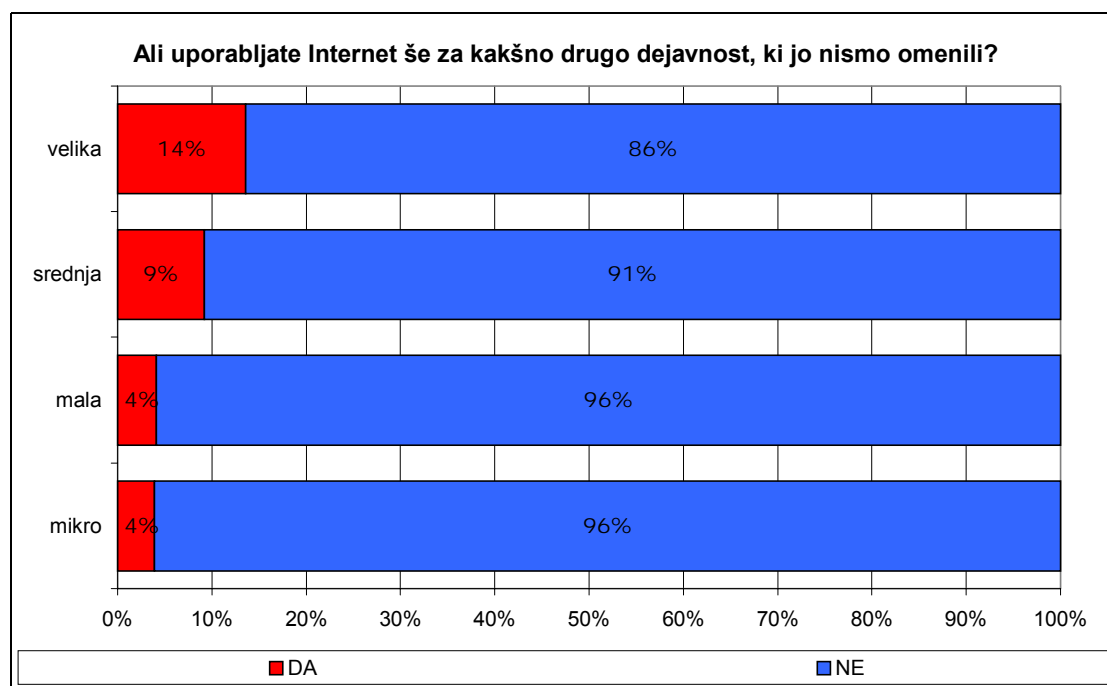
Uporaba Interneta za iskanje kadrov												
	REDNO		POGOSTO		VČASIH		NIKOLI		Ne poznam		SKUPAJ	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
velika	11	5%	3	2%	56	28%	131	65%	1	1%	203	100%
srednja	6	1%	6	1%	109	20%	424	78%			545	100%
mala	50	4%			183	14%	1046	82%			1278	100%
mikro	64	1%			642	12%	4494	86%			5200	100%
SKUPAJ	131	2%	9	0%	990	14%	6095	84%	1	0%	7227	100%
Skupaj	78	3	9	0,3	464	16	2425	81	1	0,0	2978	100

V zadnji vrstici je še alternativen izračun z utežjo, ki upošteva le aktivna mikro podjetja, ki se odzivajo na ankete. Razberemo lahko, da je v takem primeru absolutna ocena polovico nižja.

3.10 Drugi nameni

- *Tretjino podjetij, ki imajo dostop do Interneta smo vprašali, če Internet uporabljajo še v kakšne druge namene, ki v anketi niso bili omenjeni.*

Internet v druge namene uporablja le približno vsako deseto veliko in srednje podjetje ter manj kot vsako dvajseto malo in mikro podjetje. Videti je, da so navedene možnosti v glavnem izčrpale potencialne poslovne aktivnosti.



(n=66,87,73,76)

Oglejmo si 27 anketiranih podjetij, ki so odgovorila, da Internet uporabljajo tudi še v druge namene in ne le tiste, ki so bili že omenjeni.

Posamični odgovori so prikazani v spodnji tabeli, vendar se v glavnem navezujejo na že naštetá področja uporabe Interneta, oziroma na uporabo Interneta za namene elektronskega poslovanja.

<i>upraba Interneta</i>	<i>frekvenca</i>
<i>PRIDOBIVANJE INFORMACIJ</i>	4
<i>PROMOCIJA</i>	2
<i>INTERNET TELEFONJA</i>	2
<i>POVEZAVA MED DELI PODJETJA</i>	2
<i>BRANJE URADNEGA LISTA</i>	1
<i>DISTRIBUCIJA SOFTVERA TEHNIČNIH PODATKOV</i>	1
<i>IZMENJAVA DOKUMENTOV</i>	1
<i>IZOBRAŽEVANJE</i>	1
<i>MLADINSKE TURISTIČNE PONUDBE</i>	1
<i>NET MEETING</i>	1
<i>PONUDBA</i>	1
<i>POPRAJNE AKTIVNOSTI</i>	1
<i>POŠILJANJE FAKSOV</i>	1
<i>POSLOVNA SKRIVNOST</i>	1
<i>POVEZAVA S TRGOVSKIMI POTNIKI</i>	1
<i>POVEZAVA Z OSTALIMI ENOTAMI</i>	1
<i>PRENOS PODATKOV</i>	1
<i>TELEDELO</i>	1
<i>UPORABA APLIKATIVNE OPREME</i>	1
<i>VODENJE PROJEKTOV</i>	1
<i>ZA REZERVACIJO</i>	1
SKUPAJ	27

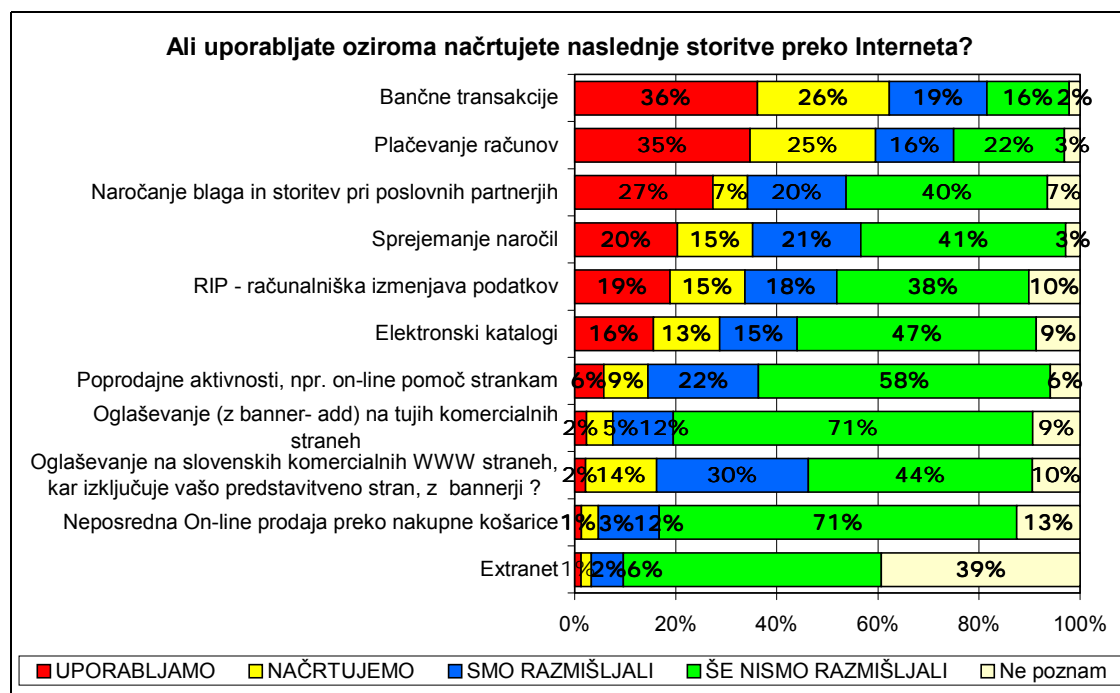
4. POSLOVNE STORITVE NA INTERNETU

- Vprašanja o uporabi poslovnih storitev na Internetu smo zastavili tretjini podjetij, ki imajo dostop do Interneta, ali pa o njem vsaj razmišljajo.

Podjetja uporabljajo Internet v poslovne namene predvsem za bančne transakcije, plačevanje računov, naročanje blaga in storitev in za sprejemanje naročil, v nekoliko manjši meri pa tudi za računalniško izmenjavo podatkov ter za uporabo elektronskih katalogov.

Ostale poslovne aktivnosti (kot so poprodajne aktivnosti, oglaševanje na tujih in slovenskih komercialnih straneh z bannerji, neposredna prodaja ter ekstranet), so med slovenskimi podjetji še vedno redkost. Najbolj nepoznan med podjetji je ekstranet, saj ga ne pozna skoraj 40 % vprašanih.

Podatki v grafu so uteženi s populacijskimi utežmi.

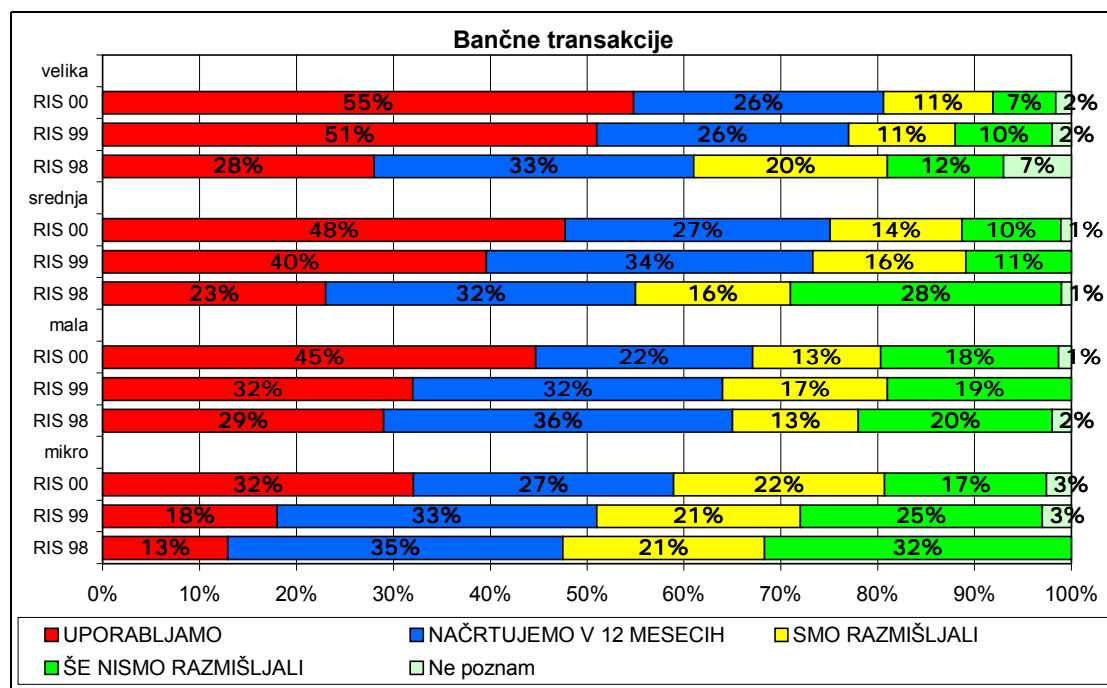


4.1 Bančne transakcije

Bančne transakcije je prek Interneta v letošnjem letu opravljala že dobra polovica velikih, srednjih in malih podjetij ter tretjina mikro podjetij. O uporabnosti te storitve, ki jo omogoča Internet, priča tudi podatek, da opravljanje bančnih transakcij prek Interneta v naslednjem letu načrtuje približno četrtina podjetij v vseh skupinah in da o tej možnosti sploh ne razmišlja le vsako deseto veliko in srednje podjetje ter slaba petina malih in mikro podjetij.

Uporaba Interneta za opravljane bančnih transakcij narašča v vseh skupinah podjetij, čeprav se načrti iz prejšnjih let uresničujejo le delno. Kljub temu lahko rečemo, da je zanimanje za opravljanje bančnih transakcij prek Interneta veliko.

Bančne transakcije prek Interneta v nekoliko večji meri uporabljajo največja podjetja, saj to počne 67 % teh podjetij.



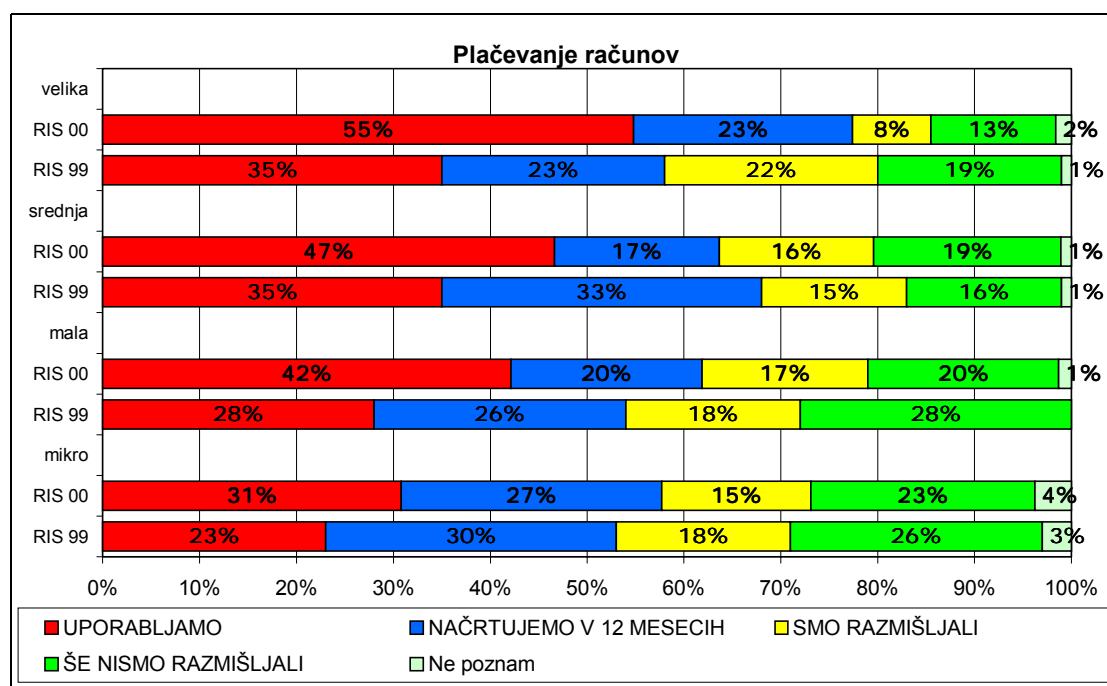
(RIS 98: n=50,88,45,63), (RIS 99: n=88,103,81,57), (RIS 00: n=62,88,76,78)

4.2 Plačevanje računov

V letošnjem letu je nedvomno prišlo do povečanja uporabe Interneta za plačevanje računov, saj to storitev uporablja že približno polovica velikih, srednjih in malih podjetij ter tretjina mikro podjetij. Kljub temu so se načrti o plačevanju računov prek Interneta v celoti uresničili samo v velikih podjetjih, v ostalih velikostnih skupinah pa le delno. Načrti za naslednje leto so spet veliki.

Račune prek Interneta plačuje 61 % največjih 100 podjetij.

Podatki v grafu so uteženi s populacijskimi utežmi.



(RIS 99: n=86,104,80,57), (RIS 00: n=62,88,76,78)

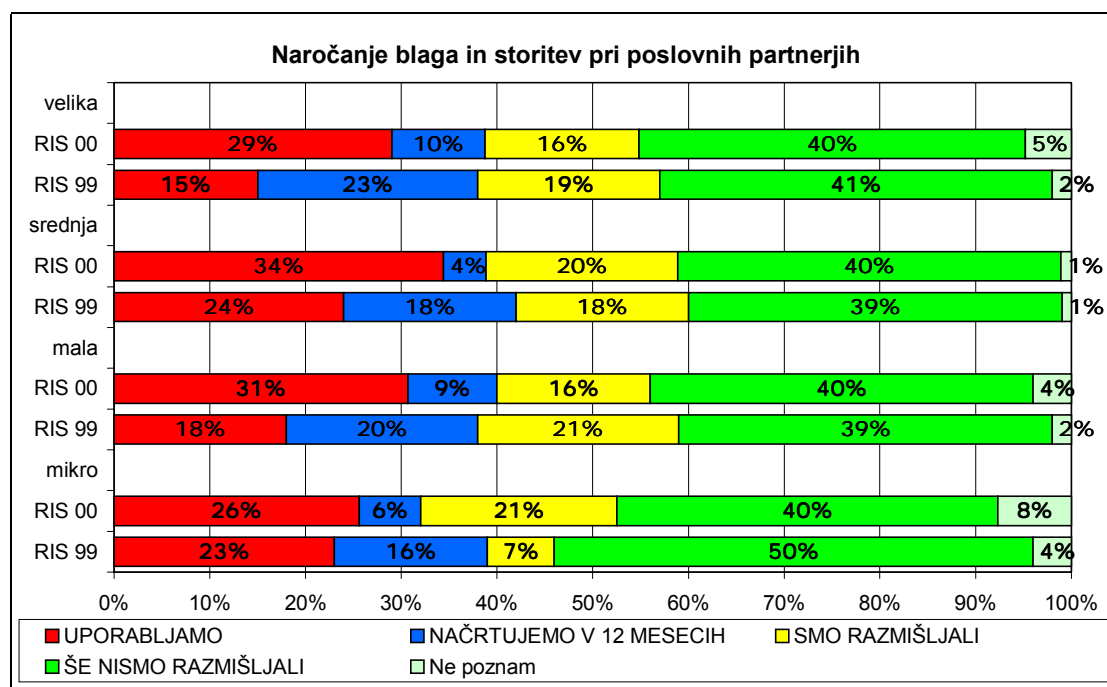
4.3 Naročanje blaga in storitev

Podjetja v vse večjem številu uporabljajo Internet tudi za naročanje blaga in storitev pri poslovnih partnerjih. Tako prek Interneta naroča že slaba tretjina velikih, srednjih in malih podjetij ter dobra četrtina mikro podjetij.

Naročanje blaga in storitev prek Interneta v podjetjih zmerno narašča, čeprav so se lanskoletni načrti uresničili le delno. Načrti za prihodnje leto pa so precej majhni.

Največja podjetja v tem okviru ne odstopajo od velikih podjetij.

Opozoriti velja na razliko z vprašanjem v poglavju 3.7, ki je spraševalo samo o splošnem nakupovanju in naročanju, kjer je o občasni uporabi poročala polovica podjetij.



(RIS 99: n=86,104,80,56), (RIS 00: n=62,90,75,78)

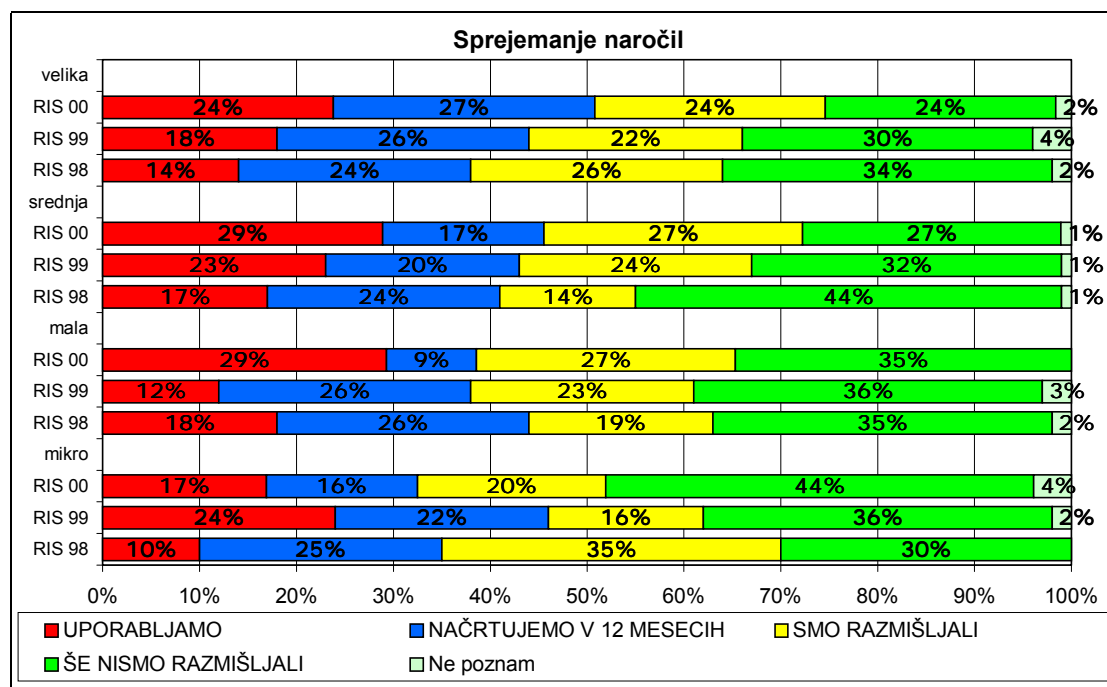
4.4 Sprejemanje naročil

Naročila prek Interneta sprejema približno četrtna velikih podjetij, slaba tretjina srednjih in malih podjetij ter slaba petina mikro podjetij.

Sprejemanje naročil prek Interneta sicer narašča v vseh velikostnih skupinah podjetij, razen v mikro podjetjih, vendar se razmeroma veliki načrti uresničujejo le v manjši meri. V mikro podjetjih ne moremo govoriti o naraščanju ali upadanju sprejemanja naročil prek Interneta, ker stanje v teh podjetjih iz leta v leto variira, kar je verjetno predvsem posledica vstopa novih podjetij na trg.

Načrti za sprejemanje naročil so razmeroma veliki, v večjih podjetjih nekoliko večji kot v manjših.

Največja podjetja tudi v tem okviru ne odstopajo bistveno od velikih podjetij.

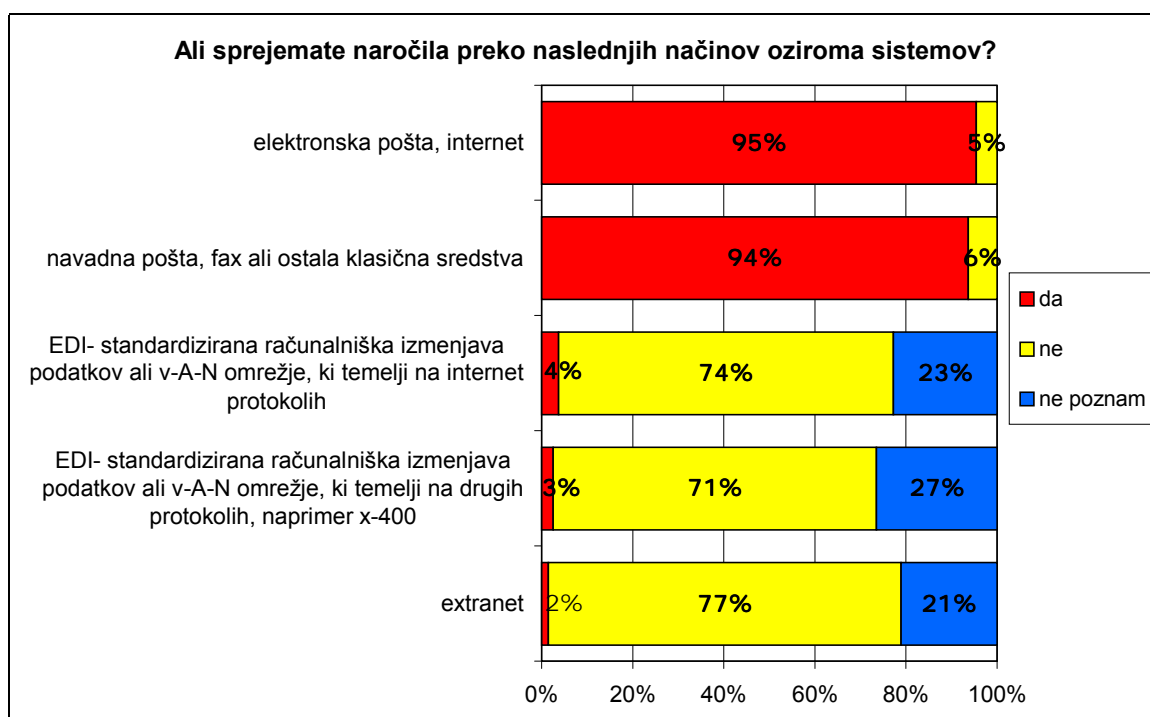


(RIS 98: n=50,88,43,63), (RIS 99: n=88,105,81,55), (RIS 00: n=63,90,75,77)

- Podjetja, ki sprejemajo naročila tudi po Internetu, so odgovarjala na vprašanje, preko katerih načinov oziroma sistemov v splošnem sprejemajo naročila.

Kar 95 % vprašanih podjetij sprejema naročila tudi prek klasičnih sredstev in/ali prek elektronske pošte. Ostali sistemi so dobri petini podjetij neznan, njihova uporaba pa je zaradi tega verjetno še redkejša.

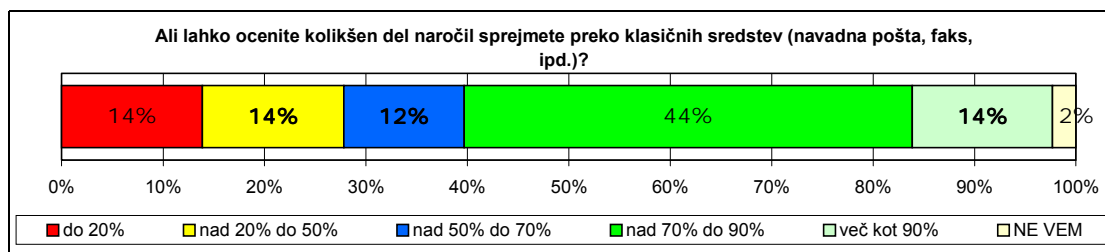
Očitno gre pri sprejemanju naročil le redko za pravo elektronsko naročanje. Dodati velja, da se struktura samih naročil seveda lahko razlikuje od njihove vrednosti.



- *Ista podjetja so ocenjevala tudi delež naročil, ki jih sprejmejo preko navedenih načinov sprejemanja naročil.*

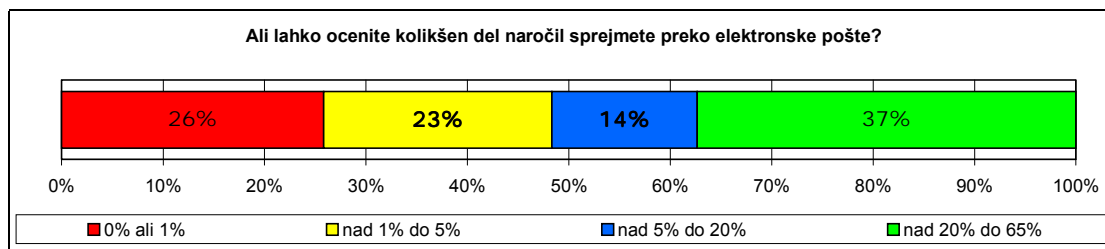
Zaradi majhnega števila veljavnih odgovorov lahko navedemo le približno oceno o deležu sprejetih naročil prek klasičnih sredstev in e-pošte, medtem ko so podatki za ostale načine sprejemanja naročil le informativni, saj sta delež sprejetih naročil prek ektraneta navedli le dve podjetji (eno prek ektraneta ne sprejema naročil, eno pa sprejema prek ektraneta 10 % naročil), delež sprejetih naročil prek RIP ali VAN omrežja, ki temeljijo na Internetnih protokolih je navedlo 11 podjetij, delež sprejetih naročil prek RIP ali VAN omrežja, ki temeljijo na drugih protokolih, pa je navedlo 6 podjetij. Podatki v nadaljevanju niso uteženi.

Podjetja prek klasičnih sredstev sprejmejo v največ primerih od 70 % do 90 % naročil, 14% podjetij prek klasičnih sredstev sprejme več kot 90 % naročil, 40 % podjetij pa prek klasičnih sredstev sprejme manj kot 70 % naročil.

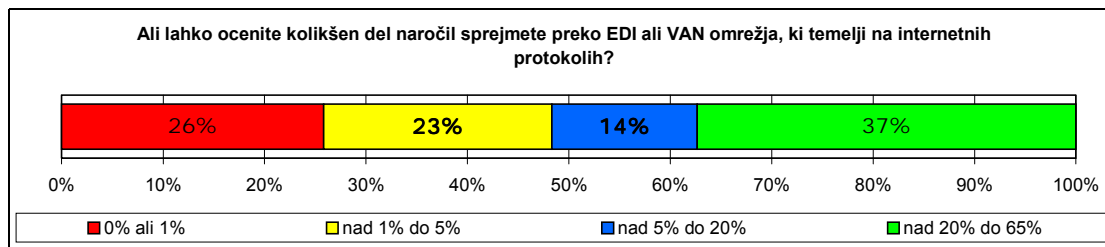


(N=66)

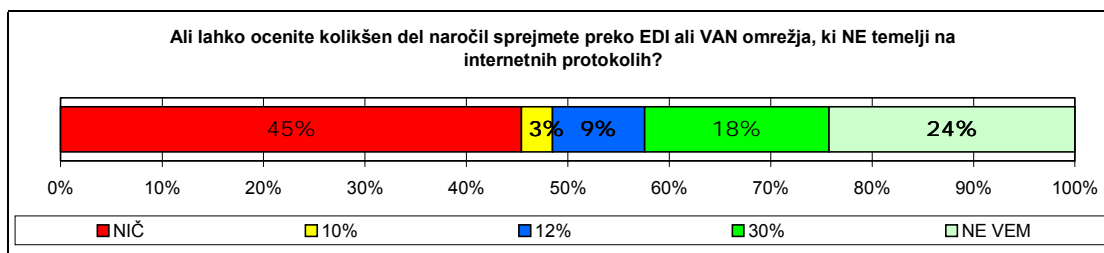
Podjetja prek elektronske pošte v večini primerov sprejmejo od 5 % do 20 % naročil, več kot 20 % naročil prek e-pošte pa sprejme 19 % podjetij. Največji navedeni delež naročil prek e-pošte je bil 70 %.



(N=69)



(N=11)



(N=6)

V spodnji tabeli so navedeni povprečni deleži in ostale osnovne statistike sprejetih naročil prek posameznih načinov. **Podatki so uteženi na celotno populacijo.**

Ocenjujemo, da podjetja, ki sprejemajo elektronska naročila, preko klasičnih sredstev sprejmejo v povprečju 71 % naročil (najmanj 5 %, največ pa 100 %), prek elektronske pošte v povprečju 17 % naročil (najmanj 0 %, največ pa 70 %), preko standardizirane računalniške izmenjave podatkov, ki temelji na Internet protokolih 21 % naročil (najmanj 0 %, največ 65 %), vendar polovica podjetij na ta način sprejme 10 % naročil ali manj prek računalniške izmenjave podatkov, ki temelji na drugih protokolih, 9 % naročil (najmanj 0 %, največ 30 %), vendar polovica podjetij na ta način sploh ne sprejema naročil, prek ekstraneta pa podjetja v povprečju sprejmejo 5 % naročil (najmanj 0 %, največ pa 10 %). Navedeni odstotki se seveda nanašajo le na podjetja, ki uporabljajo določen način naročanja.

(Pozor: ponekod je zajetih manj kot 10 anketiranih podjetij).

Delež naročil, ki jih podjetja sprejmejo preko posameznih načinov (osnovne statistike)						
	N	Povprečje	Mediana	Standardni	Minimum	Maksimum
				odklon		
	podjetja	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
navadna pošta, fax ali ostala klasična sredstva	1408	70.5	80	26.7	5	100
elektronska pošta, internet	1408	16.5	10	14.8	0	70
EDI- standardizirana računalniška izmenjava podatkov ali v-A-N omrežje, ki temelji na internet protokolih	1408	21.0	10	23.6	0	65
EDI- standardizirana računalniška izmenjava podatkov ali v-A-N omrežje, ki temelji na drugih protokolih, naprimer x-400	1408	9.0	0	12.6	0	30
extranet	1408	5.0	5	5.2	0	10

Če povzamemo:

- elektronsko naročanje uporablja okoli četrtnina podjetij z dostopom do Interneta,
- tudi ta podjetja večino naročil (70 %) še vedno pridobijo s klasičnimi načini,
- pri elektronskem naročanju prevladuje uporaba navadnega e-maila,
- e-naročanje je torej redko (nekaj odstotkov naročil) in tudi tam, kjer ga uporabljajo, pomeni manjšino naročil.

Govorimo torej o približno 4.000 ($1.408 \times 3=4224$) podjetjih, ki sprejemajo on-line naročila, v celotni populaciji podjetij pa to v grobem pomeni manj kot 5 % vseh naročil, izračun z alternativno utežjo pa oceno še dodano zniža, praktično prepolovi.

4.5 Računalniška izmenjava podatkov

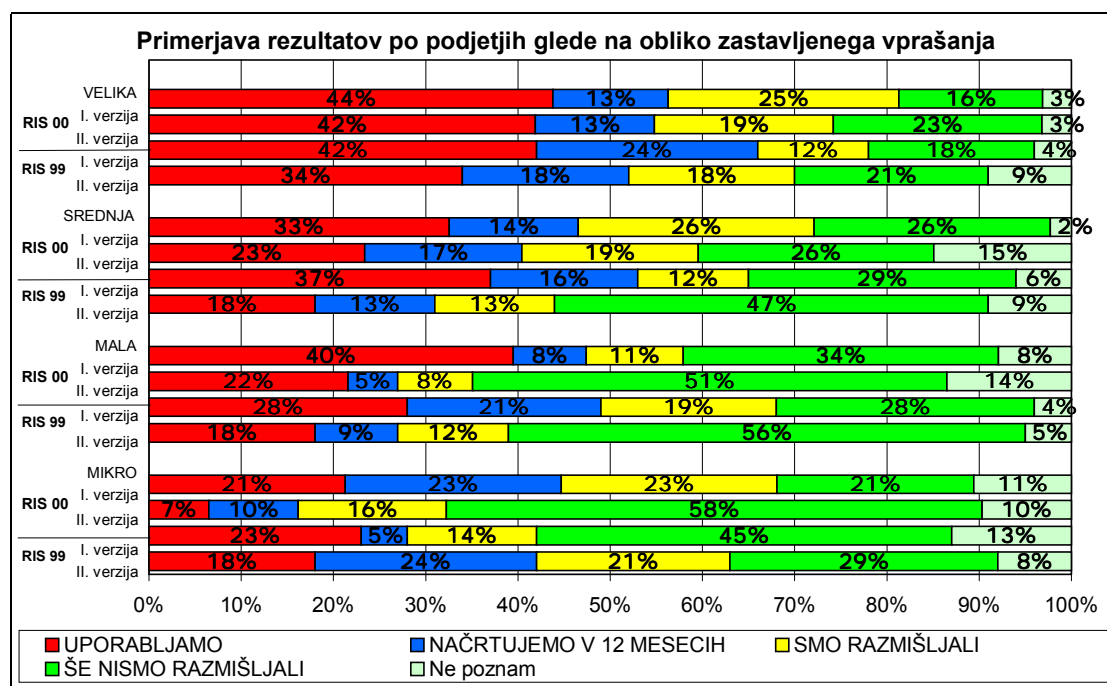
Vprašanje o uporabi računalniške izmenjave podatkov je bilo podjetjem, ki uporabljajo Internet, zastavljeno na dva načina, pri čemer je na prvi način odgovarjala polovica anketiranih, na drugega pa druga polovica anketiranih v vseh skupinah podjetij:

I.verzija: RIP – računalniška izmenjava podatkov (vključno z izmenjavo med poslovalnicami)

II. verzija: RIP – računalniška izmenjava podatkov, EDI t. j. izmenjava poslovnih dokumentov v standardiziranih elektronskih oblikah (vključno z izmenjavo med poslovalnicami)

V splošnem lahko rečemo, da računalniško izmenjavo podatkov uporablja približno 44 % velikih, 33 % srednjih, 40 % malih podjetij in 21 % mikro podjetij. Deleži se pogosto ujemajo z uporabo aplikacije Agencije za plačilni promet (APP).

Opazna je tudi razlika med odgovori na vprašanja: bolj natančna opredelitev občutno zmanjša deleže RIP. Seveda pa so deleži ocenjeni razmeroma nenatančno.

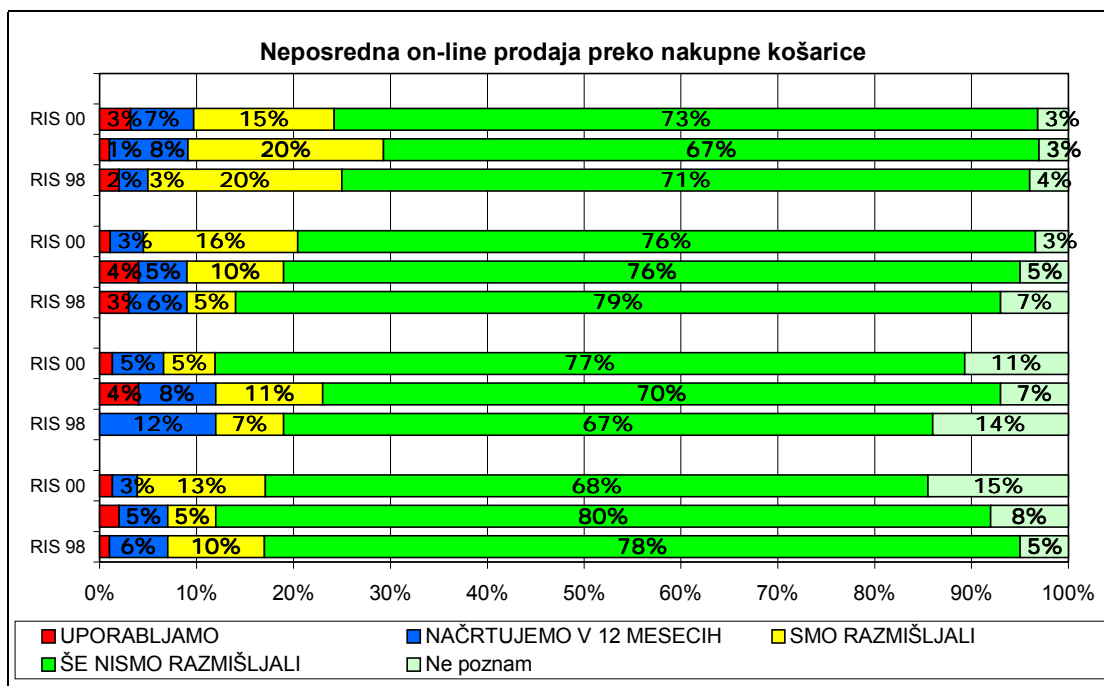


(RIS 99 – I.verzija: n=50,49,47,22, II.verzija: n=38,55,33,34)

(RIS 00: – I.verzija: n=47,38,43,32, II.verzija: n=31,37,47,31)

4.6 Neposredna prodaja

Neposredna on-line prodaja preko nakupne košarice je med slovenskimi podjetji, podobno kot v prejšnjih letih, prej izjema kot pravilo. Načrti iz prejšnjih let se ne uresničujejo, v srednjih, malih in mikro podjetjih pa on-line prodajo načrtuje tudi vedno manj podjetij.



(RIS 98: n=49,85,42,63), (RIS 99: n=86,104,80,56), (RIS 00: n=62,88,75,76)

V spodnji tabeli je prikazana ocena absolutnega števila tretjine slovenskih podjetij, glede na on-line prodajo. Podatki so uteženi na celotno populacijo in če število podjetij pomnožimo s tri, dobimo oceno absolutnega števila slovenskih podjetij, glede na uporabo Interneta za neposredno on-line prodajo preko nakupne košarice.

Ocenjujemo, da Internet za neposredno on-line prodajo preko nakupne košarice uporablja 285 slovenskih podjetij ($95 \times 3=285$).

Tako kot prejšnja leta tudi tokrat veliko podjetij to storitev načrtuje – skupno preko 1000. Dodati velja, da se načrti v preteklih letih niso uresničevali.

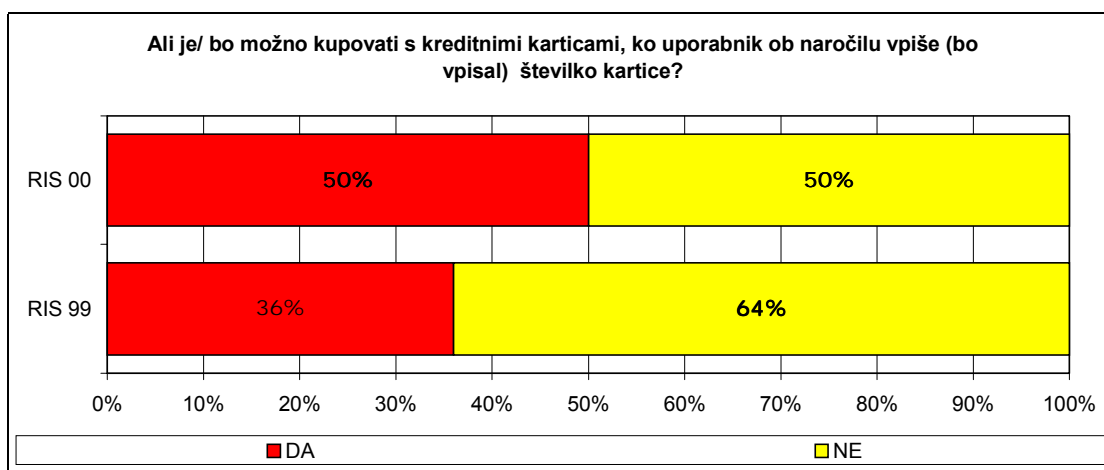
Neposredna On-line prodaja preko nakupne košarice												
	Uporabljamo		Načrtujemo v 12 mesecih		Smo razmišljali		Še nismo razmišljali		Ne poznam		SKUPAJ	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
velika	8	4%	12	6%	28	14%	140	72%	6	3%	194	100%
srednja	6	1%	18	3%	85	16%	406	76%	18	3%	533	100%
mala	17	1%	66	5%	66	5%	963	77%	133	11%	1245	100%
mikro	64	1%	128	3%	642	13%	3338	68%	706	15%	4879	100%
SKUPAJ	95	1%	225	3%	821	12%	4847	71%	863	13%	6851	100%

Alternativni izračun z utežjo, ki upošteva manjše število mikro podjetij, število podjetij nadalje zniža na okoli 200.

- Podjetja, ki omogočajo on-line prodajo ali to načrtujejo v naslednjem letu, so odgovarjala tudi na vprašanje: »Ali bo mogoče kupovati s kreditnimi karticami, ko uporabnik ob naročilu vpiše številko kreditne kartice.

Kljub temu, da on-line prodajo omogoča 7 podjetij, načrtuje pa jo 14 podjetij, so na zgoraj zastavljeno vprašanje odgovorila le 4 podjetja, med katerimi polovica podjetij omogoča oziroma bo omogočala plačevanje s kreditno kartico. Zaradi premajhnega števila odgovorov so ti podatki le ilustrativni, vendar pa kažejo, da on-line prodaja nikakor ne pomeni tudi on-line avtorizacije kartic.

Vsekakor pa je treba – če želimo oceniti pravo on-line prodajo - ocene na prejšnji strani dodatno znižati skoraj za polovico.

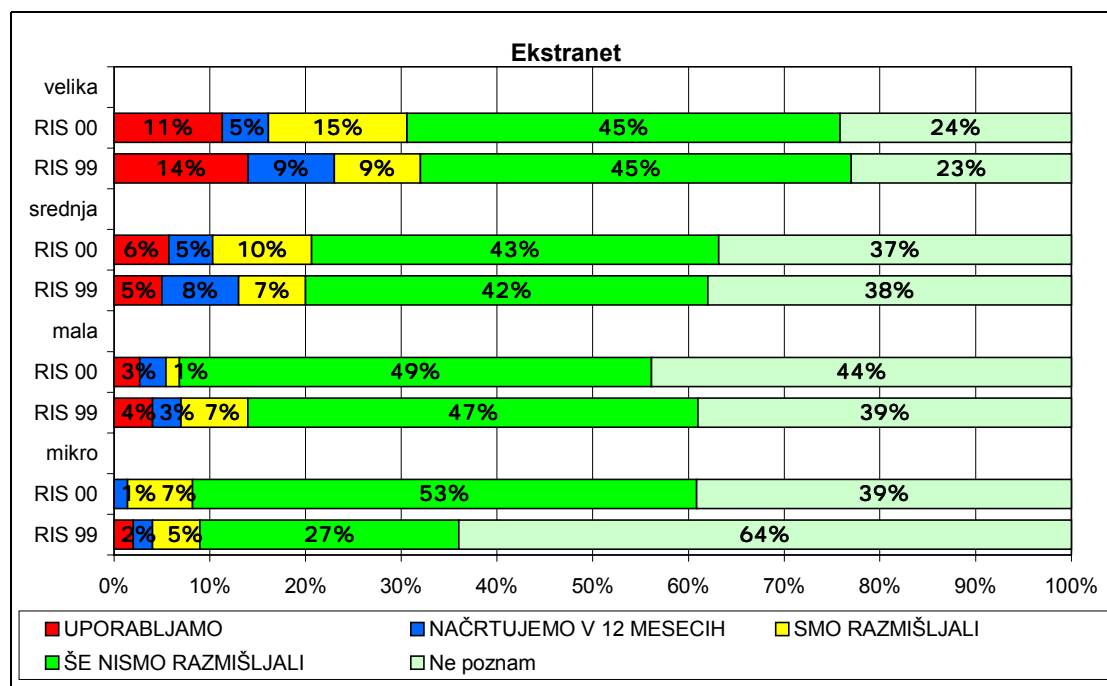


(RIS 00: n=4), (RIS 99: n=39)

4.7 Ekstranet

Uporaba ekstraneta je med podjetji še vedno redka, saj ga uporablja le 11 % velikih, 6 % srednjih, slabe 3 % malih podjetij ter skoraj nobeno mikro podjetje. Storitve sploh ne pozna kar četrtina velikih ter dobra tretjina ostalih podjetij.

V primerjavi z lanskim letom je ekstranet postal bolj poznan v mikro podjetjih, med katerimi v lanskem letu zanj ni slišalo skoraj dve tretjini mikro podjetij. Načrti iz prejšnjih let pa se ne uresničujejo.



(RIS 99: n=85,104,76,56), (RIS 00: n=62,87,73,74)

5. ELEKTRONSKI PLAČILNI PROMET

Plačilni promet preko APP in promet preko bančnega sistema podjetij je podrobno obdelan v posebnem poročilu *RIS-podjetja: E-bančništvo (28 strani)*, iz katerega lahko povzamemo naslednje ugotovitve:

- Prehod na elektronski plačilni promet se odvija bistveno počasneje kot so to načrtovala podjetja v letu 1999, kar velja tako za prehod na APP kot tudi na sistem bank.
- Konec leta 2000 so bile napovedi optimistične in večina podjetij načrtuje prehod na bančni elektronski plačilni promet v letu dni, kljub temu da so imela podjetja podobne (neuresničene) napovedi že za konec leta 1999.
- Glede na zadovoljstvo z elektronskim plačilnim prometom preko APP in preko poslovnih bank, podjetja ne kažejo bistvene razlike. V obeh primerih je zadovoljstvo razmeroma visoko, okoli 4, na skali od 1 do 5.
- V primerjavi s prejšnjim letom je bistveno upadla lojalnost bankam. Večina podjetij bi v primeru boljše ponudbe elektronskega plačilnega prometa zamenjala banko. Večina podjetij je tudi seznanjena s ponodbami drugih bank in večja podjetja nameravajo poslovati prek dveh ali več bank.
- Po mnenju podjetij je NLB najbolj razvila e-bančništvo, le v skupini največjih 100 podjetij še vedno postavljajo na prvo mesto SKB, ki je v lanski anketi izstopala med vsemi podjetji. Prehod elektronskega plačilnega prometa od APP na poslovne banke je potekal – kljub zaostanku za načrti - razmeroma gladko, posebej pri velikih podjetjih.
- Največ zaslug za gladek prenos elektronskega plačilnega prometa od APP k banki podjetja pripisujejo svoji banki in tudi APP. Nižje so ocenjeni Banka Slovenije, Ministrstvo za finance in Vlada RS, pri čemer je seveda treba upoštevati, da z navedenimi institucijami (vsaj informatiki) v podjetjih niso prihajali v neposreden stik, pri Vladi pa je seveda prisoten negativni refleks, ki nastopa pri ocenjevanju kateregakoli področja.

6. DEJAVNIKI ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA

6.1 Opredelitev in uporaba

➤ Vprašanje o uporabi elektronskega poslovanja so dobila podjetja, ki imajo dostop do Interneta oziroma ga načrtujejo ali o njem vsaj razmišljajo. Vprašanje je bilo oblikovano na tri načine, nanj so odgovarjale tri različne, naključno izbrane tretjine podjetij.

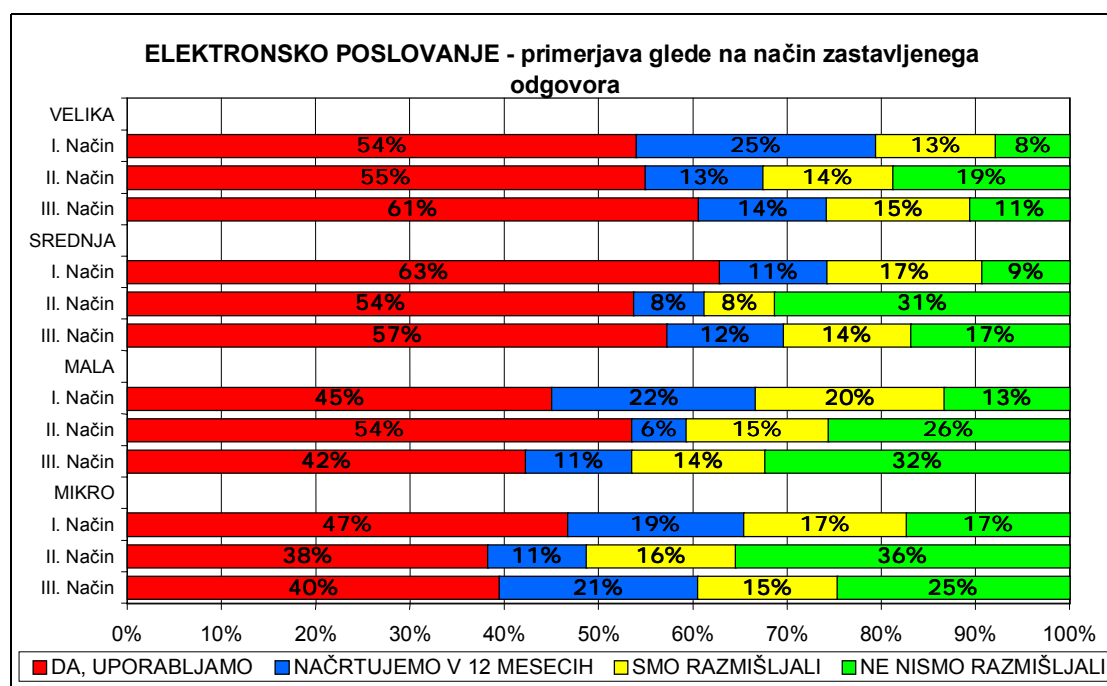
I. način: Ali uporabljate elektronsko poslovanje?

II. način: Ali uporabljate elektronsko poslovanje? S pojmom elektronskega poslovanja razumemo komercialne aktivnosti, ki se izvajajo preko elektronskih omrežij, pogosto preko Interneta, ki vodijo k prodaji ali nakupu blaga ali storitev.

III. način: Ali uporabljate elektronsko poslovanje? S pojmom elektronskega poslovanja razumemo v ožjem smislu prenos dokumentov, nakazil, naročil, dobavnic in podobnega prek računalniškega omrežja.

Test o preverjanju razlik med različnimi aritmetičnimi sredinami za odvisne vzorce je pokazal, da z zanemarljivo stopnjo tveganja lahko zavrnemo domnevo, da so podjetja enako odgovarjala na zastavljena vprašanja. Razlike torej obstajajo.

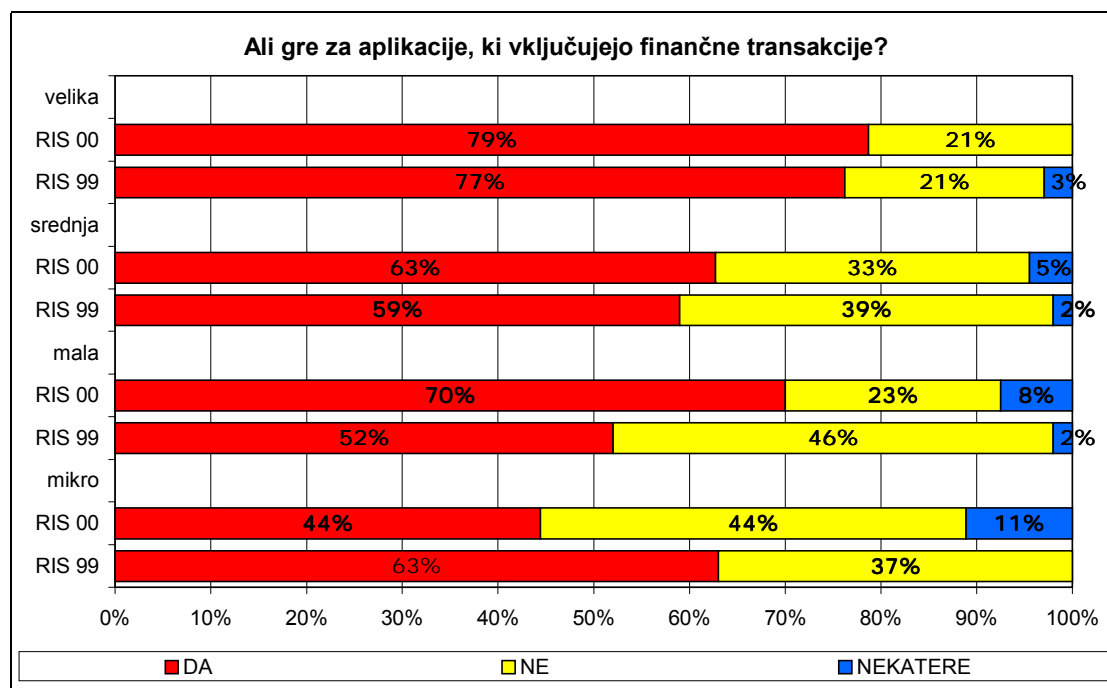
Podjetja pri splošnem vprašanju (prvi način) niso bolj pogosto navedla uporabe elektronskega poslovanja kot pri vprašanjih, ki so bila opredeljena bolj podrobno (drugi in tretji način vprašanja). Kaže pa se, da omejitev na komercialne aktivnosti (II. način) daje manjše deleže kot transakcijska opredelitev (III. način).



(RIS 00 – 1.verzija: n=63,97,60,75, II.verzija: n=80,67,86,76, III.verzija: n=66,89,71,81)

Podjetja, ki so odgovarjala na prvi način zastavljenega vprašanja o uporabi elektronskega poslovanja, so dobila tudi vprašanje, ali gre za aplikacije, ki vključujejo finančne transakcije. Temu vprašanju je pritrdilo skoraj 80 % velikih podjetij in manjši delež podjetij iz ostalih skupin.

Upad pri malih podjetjih gre pripisati nenatančni oceni in vstopu manj informatiziranih podjetij.

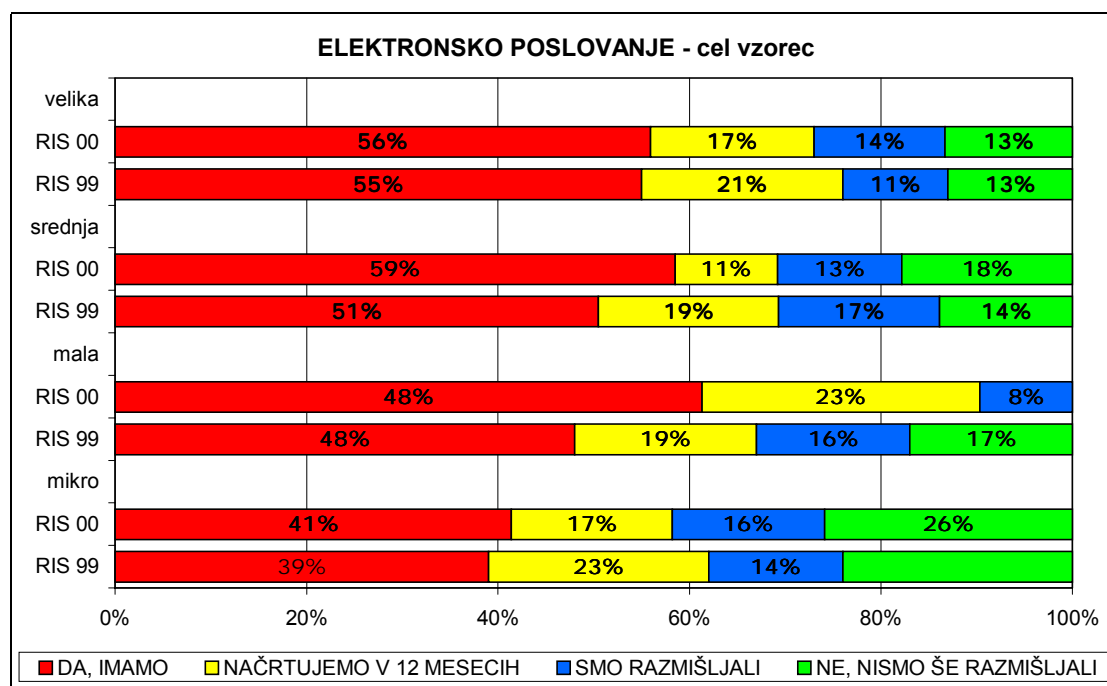


(RIS 00: n=47,67,40,45), (RIS 99: n=77,54,56,38)

Če v proučevanje vključimo vsa podjetja, ki so odgovarjala na vprašanje o uporabi elektronskega poslovanja (na enega od treh načinov) ugotovimo, da je uporaba elektronskega poslovanja večja med velikimi, srednjimi in malimi podjetji, nekaj manjša pa med mikro podjetji. V primerjavi z lanskim letom je uporaba elektronskega poslovanja večja med srednjimi in malimi podjetji.

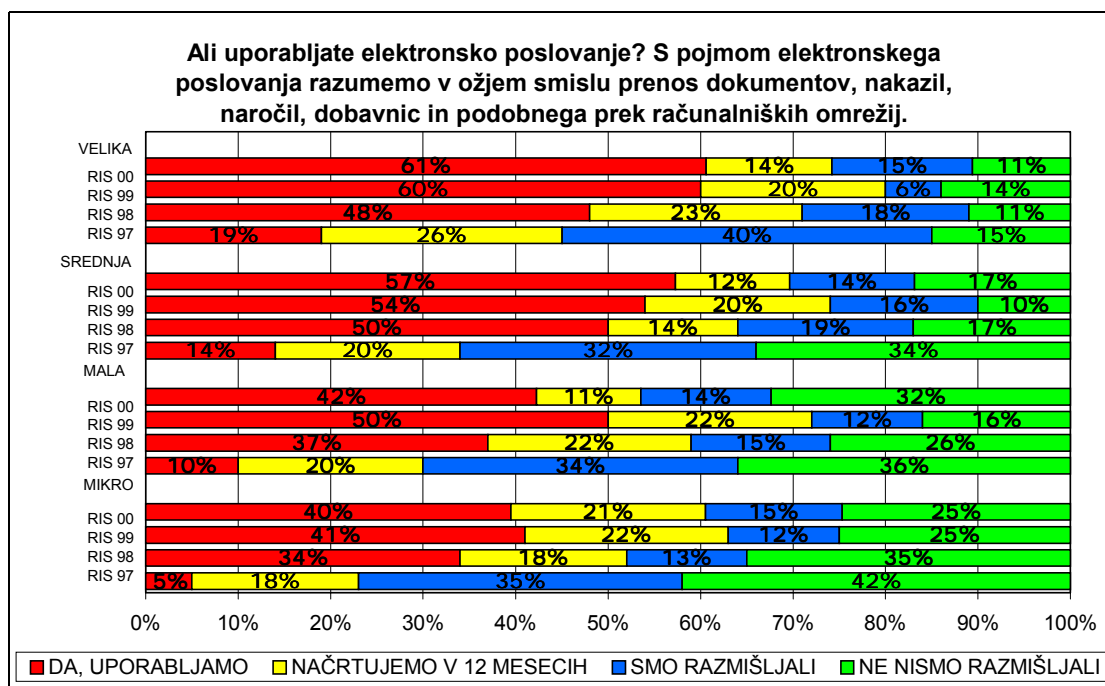
Seveda pa je tovrstna združitev treh različnih vprašanj nekoliko metodološko sporna.

Kljub temu dobimo uvid o zmernem naraščanju ter dejstvu, da četrtnina mikro podjetij z dostopom do Interneta o tem še vedno ni razmišljala.



(RIS 00: n=211,217,153,211), (RIS 99: n=282,253,240,156)

V letih 97 - 99 je bilo vprašanje o elektronskem poslovanju opredeljeno kot prenos dokumentov, nakazil, naročilnic, dobavnic in drugih poslovnih dokumentov preko računalniških omrežij (3. način vprašanja v lanskem in letošnjem letu). Časovna primerjava na naslednji strani je zato narejena na tretji različici vprašanja o elektronskem poslovanju. Elektronsko poslovanje se je med podjetji najbolj razširilo v letu 1997/1998, v zadnjih dveh letih pa pri obsegu njegove uporabe ne moremo več govoriti o značilnih spremembah.



(RIS 98: n=206,279,163,158), (RIS 99: n=89,102,78,51), (RIS 00: n=66,89,71,81)

Očitno gre za hiter porast e-poslovanja.

Zaradi lažjega pregleda so podatki iz zgornjega grafa prikazani tudi v spodnji tabeli.

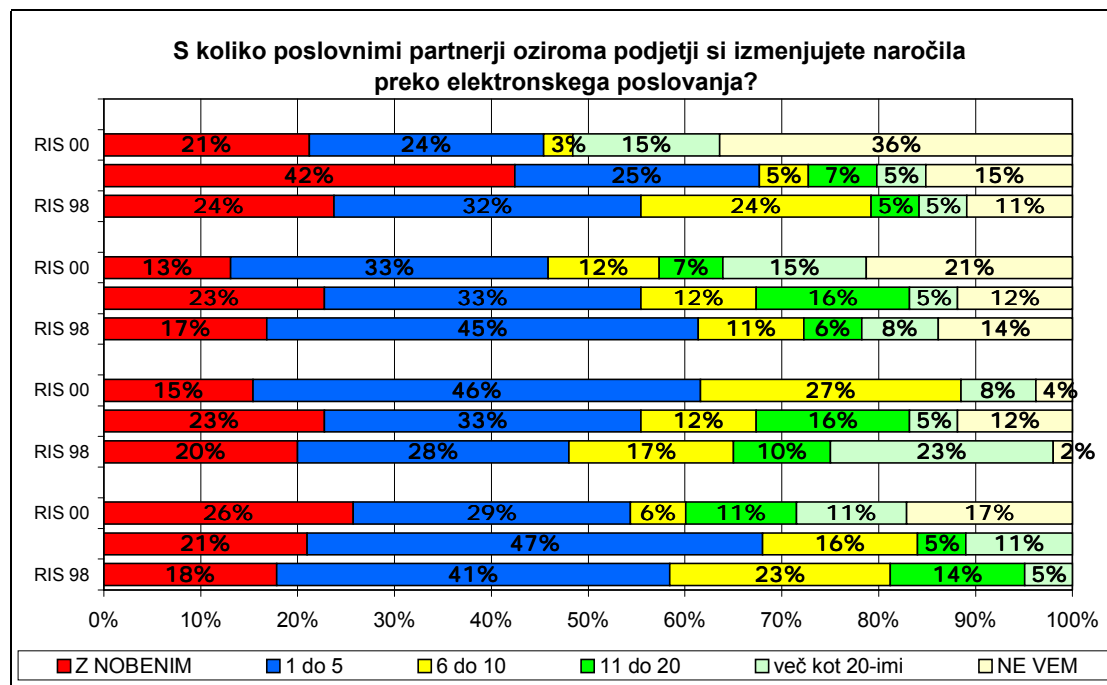
Ali uporabljate elektronsko poslovanje? S pojmom elektronskega poslovanja razumemo v ožjem smislu prenos dokumentov, ..., prek računalniškega omrežja					
		UPORABLJAMO	NAČRTUJEMO	RAZMIŠLJALI	NISMO RAZMIŠLJALI
velika	RIS 00	61%	14%	15%	11%
	RIS 99	60%	20%	6%	14%
	RIS 98	48%	23%	18%	11%
	RIS 97	19%	26%	40%	15%
srednja	RIS 00	57%	12%	14%	17%
	RIS 99	54%	20%	16%	10%
	RIS 98	50%	14%	19%	17%
	RIS 97	14%	20%	32%	34%
mala	RIS 00	42%	11%	14%	32%
	RIS 99	50%	22%	12%	16%
	RIS 98	37%	22%	15%	26%
	RIS 97	10%	20%	34%	36%
mikro	RIS 00	40%	21%	15%	25%
	RIS 99	41%	22%	12%	25%
	RIS 98	34%	18%	13%	35%
	RIS 97	5%	18%	35%	42%

6.2 Število partnerjev elektronskega poslovanja

➤ Podjetja, ki so odgovarjala na splošno zastavljeno vprašanje o uporabi elektronskega poslovanja (»Ali uporabljate elektronsko poslovanje«), so dobila tudi vprašanje, s koliko poslovnimi partnerji si izmenjujejo naročila preko elektronskega poslovanja.

V primerjavi z lanskim letom se je delež podjetij, ki pravijo, da uporabljajo elektronsko poslovanje, vendar si naročil ne izmenjujejo z nobenim poslovnim partnerjem zmanjšal med velikimi in srednjimi podjetji, v malih in mikro podjetjih pa delež takšnih podjetij ostaja praktično nespremenjen, predvsem glede na lansko leto.

Med podjetji, ki si naročila s poslovnimi partnerji izmenjujejo preko elektronskega poslovanja pa je največ takih, ki komunicirajo z enim do petimi poslovnimi partnerji.



(RIS 98: n=38,66,30,22). (RIS 99: n=55,40,43,19), (RIS 00: n=33,61,26,35)

V spodnjih dveh tabelah je podano povprečno število poslovnih partnerjev. V prvi tabeli so prikazani rezultati za vsa podjetja, ki so odgovarjala na vprašanje, v drugi tabeli pa so prikazani rezultati le za tista podjetja, ki so navedla, da poslujejo z vsaj enim poslovnim partnerjem.

Podatki so uteženi na celotno populacijo. Ker je bilo vprašanje zastavljeno le tretjini podjetij, moramo podatke o številu proučevanih podjetij in vsoti števila poslovnih partnerjev, s katerimi poslujejo podjetja pomnožiti s tri.

Če upoštevamo tudi podjetja, ki so dejala, da si prek Interneta s poslovnimi partnerji ne izmenjujejo naročil, potem velika podjetja v povprečju poslujejo z 12.9 poslovnimi partnerji, čeprav polovica velikih podjetij posluje s tremi partnerji ali manj. Z največ poslovnimi partnerji v povprečju poslujejo srednja podjetja (v povprečju z 22.2 poslovnimi partnerji), vendar polovica srednjih podjetij posluje s 5 poslovnimi partnerji ali manj. Mala podjetja v povprečju poslujejo s 6.8 poslovnimi partnerji, mikro pa z 19.3 poslovnimi partnerji, vendar polovica mikro podjetij posluje s 4 poslovnimi partnerji ali manj.

S koliko poslovnimi partnerji oziroma podjetji si izmenjujete naročila preko elektronskega poslovanja?							
	N podjetja	Povprečje	Mediana	Standardni odklon	Minimum	Maksimum	Vsota poslovni partnerji
velika	107	12.9	3	23.6	0	100	871
srednja	370	22.2	5	44.7	0	200	6460
mala	433	6.8	4	10.3	0	50	2822
mikro	2247	19.3	4	63.2	0	350	35952
SKUPAJ	3156	17.5	4	55.6	0	350	46105

Če pa upoštevamo le podjetja, ki poslujejo z vsaj enim poslovnim partnerjem, velika podjetja v povprečju poslujejo z 19, srednja podjetja z 26.7, mala podjetja z 8.1, mikro podjetja pa z 28 poslovnimi partnerji. Polovica velikih in malih podjetij posluje s 5 poslovnimi partnerji ali manj, polovica srednjih podjetij s 7 ali manj, polovica mikro podjetij pa z 8 poslovnimi partnerji ali manj.

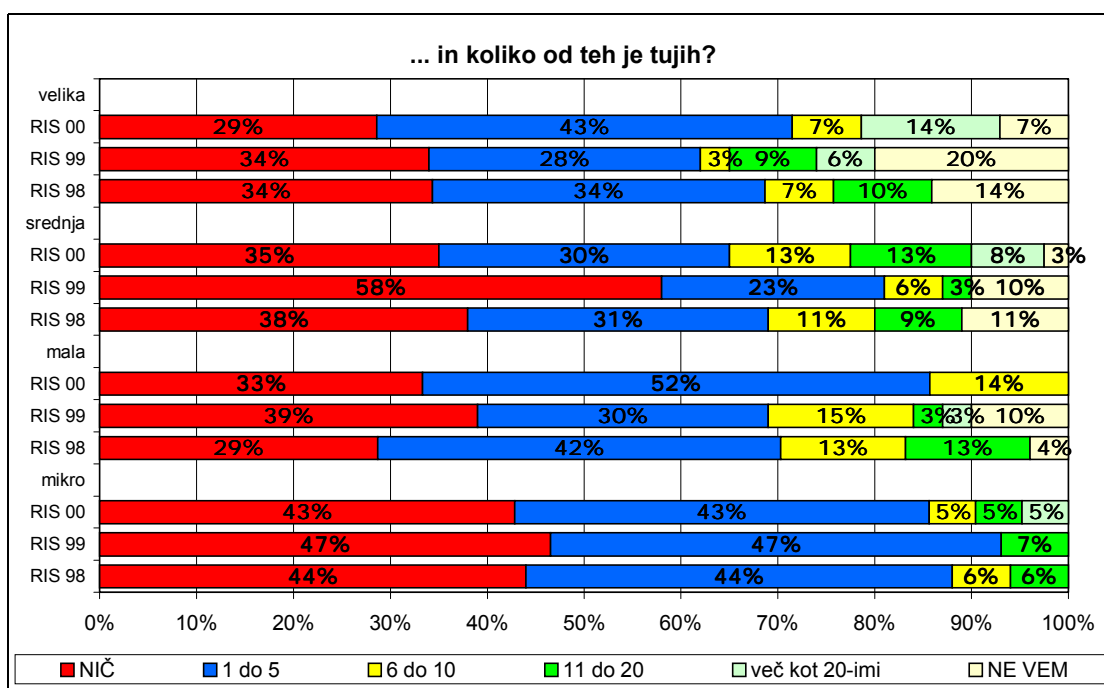
V celoti torej okoli 6000 podjetij ($1921 \times 3=5763$) izmenjuje naročila s skoraj 150.000 poslovnimi partnerji, ki se pri tem seveda ponavljajo.

S koliko poslovnimi partnerji oziroma podjetji si izmenjujete naročila preko elektronskega poslovanja?							
	N podjetja	Povprečje	Mediana	Standardni odklon	Minimum	Maksimum	Vsota poslovni partnerji
velika	46	19.0	5	26.6	1	100	871
srednja	242	26.7	7	47.8	1	200	6460
mala	349	8.1	5	10.8	1	50	2822
mikro	1284	28.0	8	74.4	1	350	35952
SKUPAJ	1921	24.0	5	63.9	1	350	46105

- Podjetja, ki preko elektronskega poslovanja komunicirajo z vsaj enim poslovnim partnerjem, so dobila tudi vprašanje, koliko teh partnerjev je tujih.

Približno tretjina podjetij, ki s poslovnimi partnerji komunicirajo (tudi) prek elektronskega poslovanja, s tujimi partnerji ne komunicira na ta način. Tista podjetja, ki preko elektronskega poslovanja komunicirajo tudi s poslovnimi partnerji v tujini, pa največkrat komunicirajo z enim do petimi poslovnimi partnerji.

V primerjavi z lanskim letom je le v srednjih podjetjih prišlo do zmanjšanja podjetij, ki elektronsko ne komunicirajo z nobenim tujim poslovnim partnerjem.



(RIS 98: n=29,55,24,18), (RIS 99: n=32,31,33,15), (RIS 00: n=14,40,21,21)

V spodnji tabeli je prikazano povprečno število tujih poslovnih partnerjev, s katerimi podjetja poslujejo preko elektronskega poslovanja.

Podatki so uteženi na celotno populacijo. Ker je bilo vprašanje zastavljeno le tretjini podjetij, moramo podatke o številu proučevanih podjetij in vsoti števila poslovnih partnerjev, s katerimi poslujejo podjetja pomnožiti s tri, da dobimo oceno dejanskega števila podjetij, ki so bila zajeta v proučevanje o poslovanju s poslovnimi partnerji oz. da dobimo dejansko oceno o skupnem številu poslovnih partnerjev, s katerimi poslujejo podjetja.

Večja podjetja v povprečju poslujejo preko e-poslovanja z več tujimi partnerji kot mala podjetja, saj velika podjetja v povprečju poslujejo z 8.2 tujimi poslovnimi partnerji (polovica velikih podjetij posluje z dvema poslovnima partnerjema ali manj), srednja podjetja z 14.8 (polovica jih posluje z enim poslovnim partnerjem ali manj), mala podjetja z 2.9 poslovnimi partnerji, mikro pa s 4 poslovnimi partnerji (polovica malih in mikro podjetij posluje z dvema tujima poslovnima partnerjema ali manj).

V grobem lahko ocenim, da skupno 4.000, to je dve tretjini od 6.000 ($1921 \times 3=5763$) podjetij elektronsko izmenjuje dokumente s skupno 30.000 tujimi poslovnimi partnerji ($9991 \times 3=29.973$), ki se pri tem seveda lahko ponavljajo.

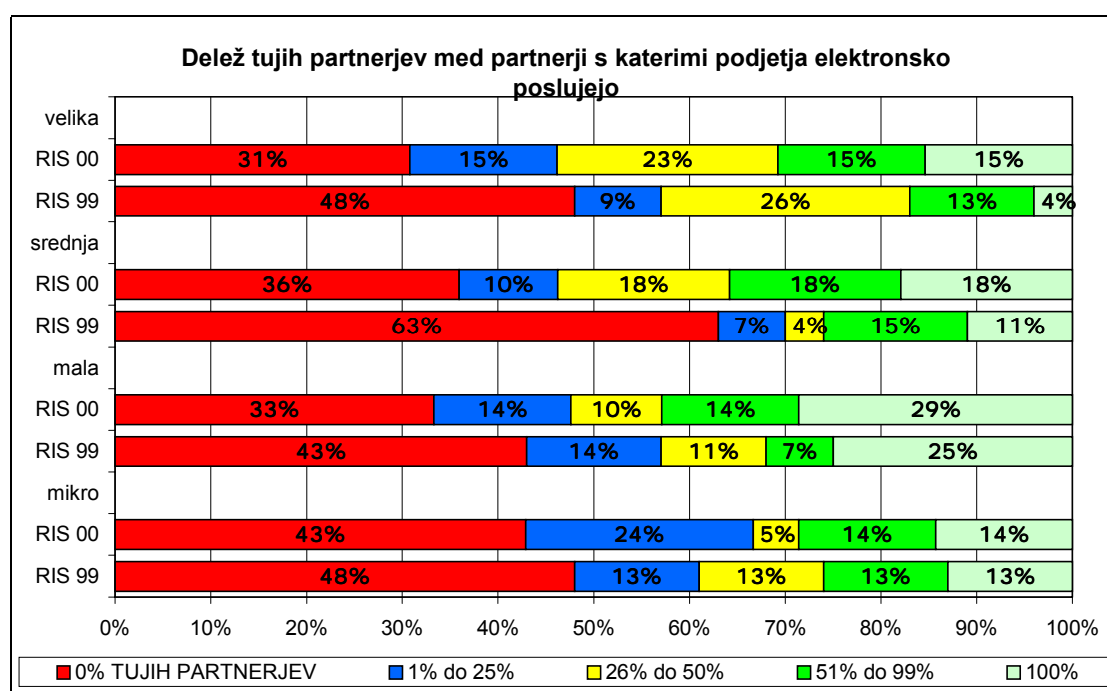
Koliko od teh partnerjev je tujih?							
	N podjetja	Povprečje	Mediana	Standardni odklon	Minimum	Maksimum	Vsota poslovni partnerji
velika	46	8.2	2	14.2	0	50	350
srednja	242	14.8	1	38.6	0	180	3509
mala	349	2.9	2	3.1	0	10	996
mikro	1284	4.0	2	6.6	0	28	5136
SKUPAJ	1921	5.2	2	15.3	0	180	9991

Pri absolutnih ocenah velja ponoviti, da smo uporabili populacijske uteži, ki verjetno razmere nekoliko precenjujejo, predvsem zaradi nejasne ocene o številu mikro podjetij. Uporaba alternativne uteži populacijske agregate pogosto zmanjšuje, včasih celo do polovice. Zato velja previdnost pri interpretaciji zgornjih ocen.

Spodnji graf prikazuje delež tujih poslovnih partnerjev med vsemi poslovnimi partnerji, s katerimi podjetja poslujejo preko elektronskega poslovanja. Med proučevanimi podjetji so le tista, ki so vedela s koliko poslovnimi partnerji elektronsko poslujejo.

Med podjetji, ki s poslovnimi partnerji poslujejo tudi elektronsko, je približno tretjina velikih, srednjih in malih podjetij ter 43 % mikro podjetij, ki na tak način ne poslujejo s tujimi poslovnimi partnerji (bodisi jih nimajo bodisi z njimi ne poslujejo na ta način), nekaj podjetij pa je tudi takih, ki elektronsko poslujejo samo s tujimi poslovnimi partnerji.

V primerjavi z lanskim letom je v vseh skupinah podjetij opazno znižanje deleža podjetij, ki preko e-poslovanja ne poslujejo niti z enim tujim poslovnim partnerjem.

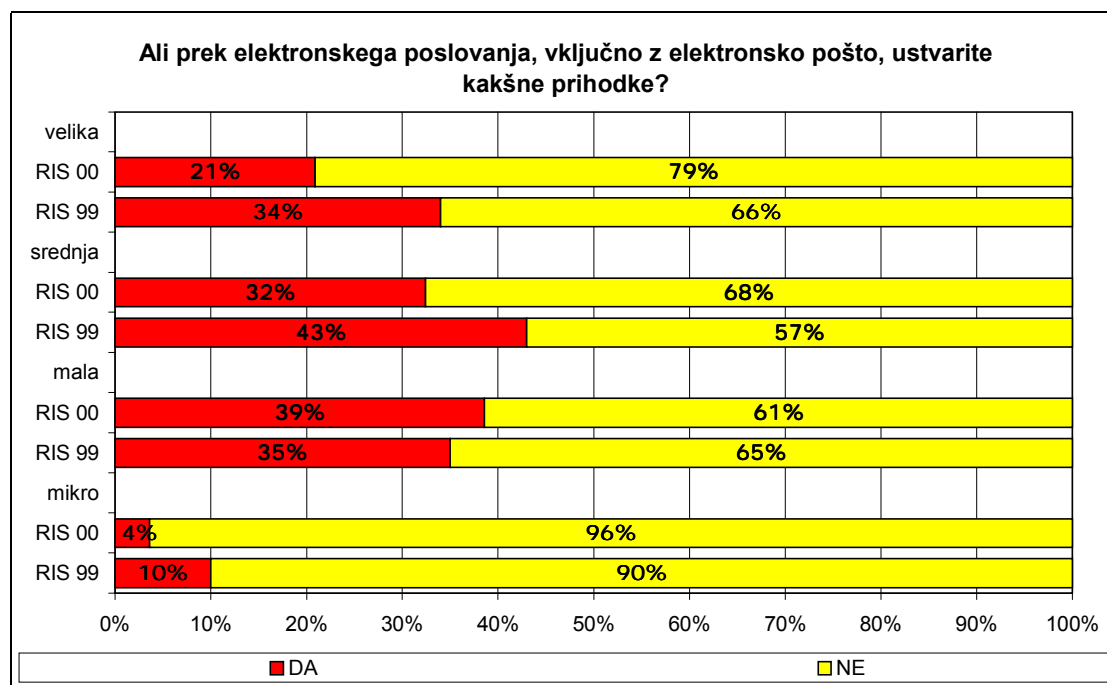


6.3 Prihodki od elektronskega poslovanja

- Podjetjem, ki so pritrčila na drugo obliko vprašanja o uporabi elektronskega poslovanja je bilo zastavljeno tudi vprašanje o prihodkih elektronskega poslovanja.

Največ podjetij, ki preko elektronskega poslovanja ustvarja prihodke je med malimi podjetji (slabih 40 %), takih pa je tudi slaba tretjina srednjih in dobra petina velikih podjetij ter vsako dvajseto mikro podjetje.

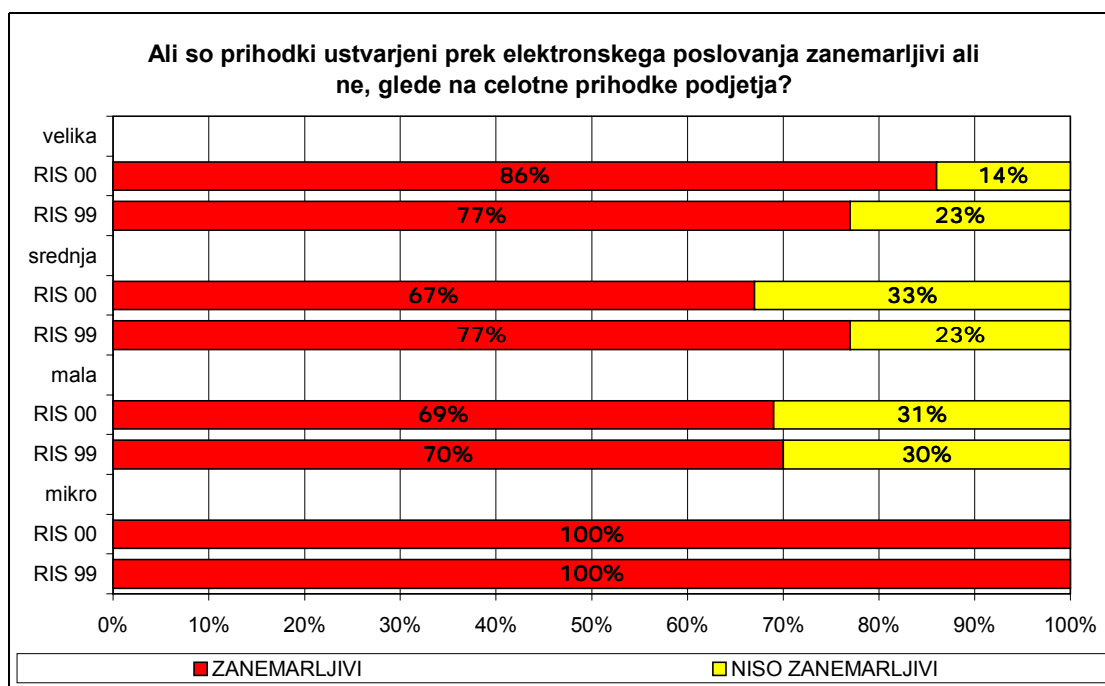
V primerjavi z lanskim letom razlike zaradi malega vzorca niso statistično značilne.



(RIS 99: n=44,30,34,20), (RIS 00: n=43,34,44,28)

- Podjetja, ki preko elektronskega poslovanja že ustvarjajo prihodke, so odgovarjala tudi na vprašanje, ali so ti prihodki zanemarljivi v primerjavi s celotnimi prihodki podjetja.

Na vprašanje je odgovorilo le 33 podjetij, vendar na podlagi odgovorov vseeno lahko sklepamo, da je ustvarjanje prihodkov preko elektronskega poslovanja med slovenskimi podjetji zaenkrat še zanemarljivo. Zaradi premajhnega števila proučevanih enot iz lanskega leta, ne moremo govoriti o spremembah (ne)zanemarljivosti prihodkov e-poslovanja.



(RIS 99: n=13,13,10,2), (RIS 00: n=7, 9, 16, 1)

- Podjetja, ki preko elektronskega poslovanja ustvarjajo prihodke (nezanemarljive), so dobila tudi vprašanje, kolikšen je ta delež prihodkov.

Na vprašanje je odgovorilo le 9 podjetij, njihovi odgovori in frekvence odgovorov pa so prikazane v spodnji tabeli.

Kolikšen delež v celotnih prihodkih podjetja predstavljajo prihodki e-poslovanja?		
delež	RIS 99	RIS 00
1%		1
3%	1	
5%	2	
15%	1	1
20%		1
30%		2
45%	1	
50%		1
NE VEM	3	3
BREZ ODGOVORA	1	
SKUPAJ	9	9

V grobem torej preko e-poslovanja generira določen dohodek okoli tretjina malih, srednjih in velikih podjetij. Le pri tretjini le-teh so ti dohodki nezanemarljivi, vendar tudi tu predstavljajo le manjšino dohodkov. Skupno gre torej v grobem za manj kot odstotek vseh prihodkov slovenskih podjetij. Zgornjo oceno lahko primerjamo s 4.000 podjetji, ki prek Interneta oziroma v elektronski obliki prejmejo nekaj odstotkov (vendar manj kot 5 %) vseh naročil slovenskih podjetij ter z oceno o številu podjetij, ki si s poslovnimi partnerji izmenjujejo naročila.

Če povzamemo (pri predpostavki o približno 20.000 aktivnih podjetjih):

- 4.000 podjetij sprejema on-line naročila,
- okoli 5 % vseh naročil podjetij je on-line,
- 6.000 podjetij elektronsko izmenjuje dokumente s poslovnimi partnerji,
- 3.000 podjetij generira prihodke od e-poslovanja,
- elektronsko poslovanje predstavlja manj kot 1 % prihodkov podjetij.

Ocene so nekoliko precenjene zaradi velike uteži mikro podjetjem. Alternativna ocena običajno daje do 50 % nižje vrednosti.

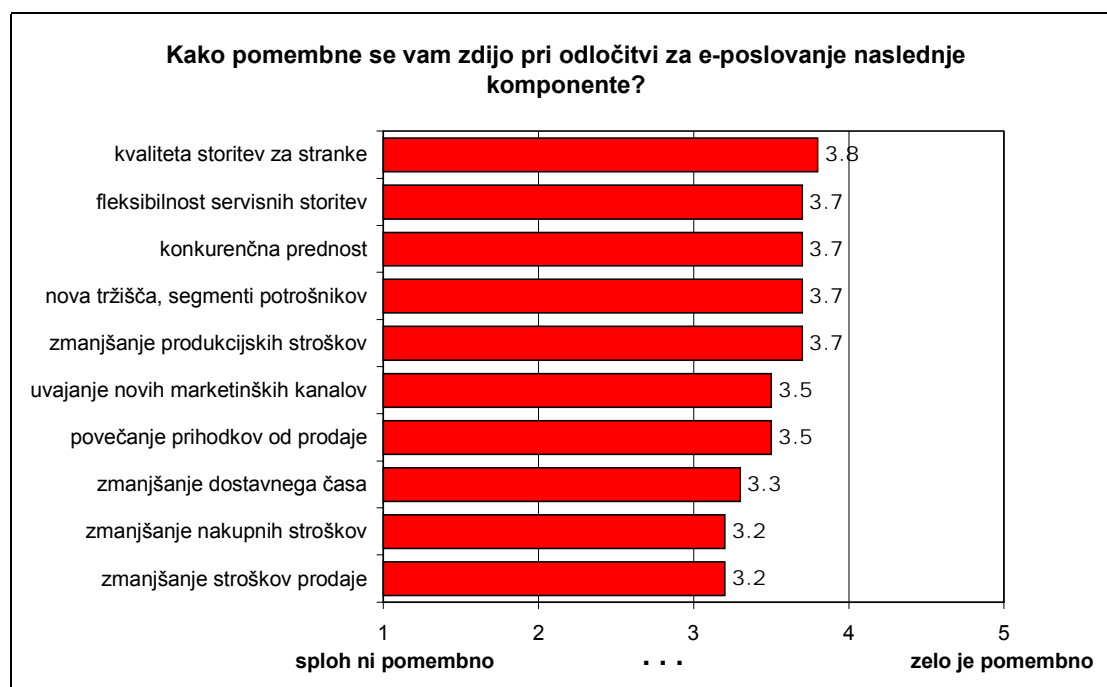
Opazimo tudi, da niso vsa podjetja, ki sprejemajo on-line naročila navedla tudi, da s tem preko elektronskega poslovanja generirajo določene prihodke. V tem pogledu je torej ocena o odstotku prihodkov lahko nekoliko podcenjena.

6.4 Komponente elektronskega poslovanja

- Podjetja, ki uporabljajo elektronsko poslovanje, oziroma njegovo uporabo načrtujejo, so odgovarjala na vprašanja o pomembnosti posameznih komponent pri odločitvi o uporabi elektronskega poslovanja. Pomembnost posamezne komponente so anketiranci ocenjevali na lestvici od 1 (sploh ni pomembno) do 5 (zelo je pomembno).

Podjetja v povprečju nobene od naštetih komponent niso ocenila z manjšo oceno od tri, kar pomeni, da se jim zdijo pri odločitvi za uvedbo elektronskega poslovanja pomembne vse komponente. Na podlagi rezultatov tudi ne moremo reči, da so različne skupine podjetij različno ocenjevale posamezne komponente.

V splošnem lahko rečemo, da se podjetjem pri uvedbi e-poslovanja zdi najpomembnejša kvaliteta storitev za stranke, relativno »najmanj« pomembno pa zmanjšanje nakupnih stroškov.



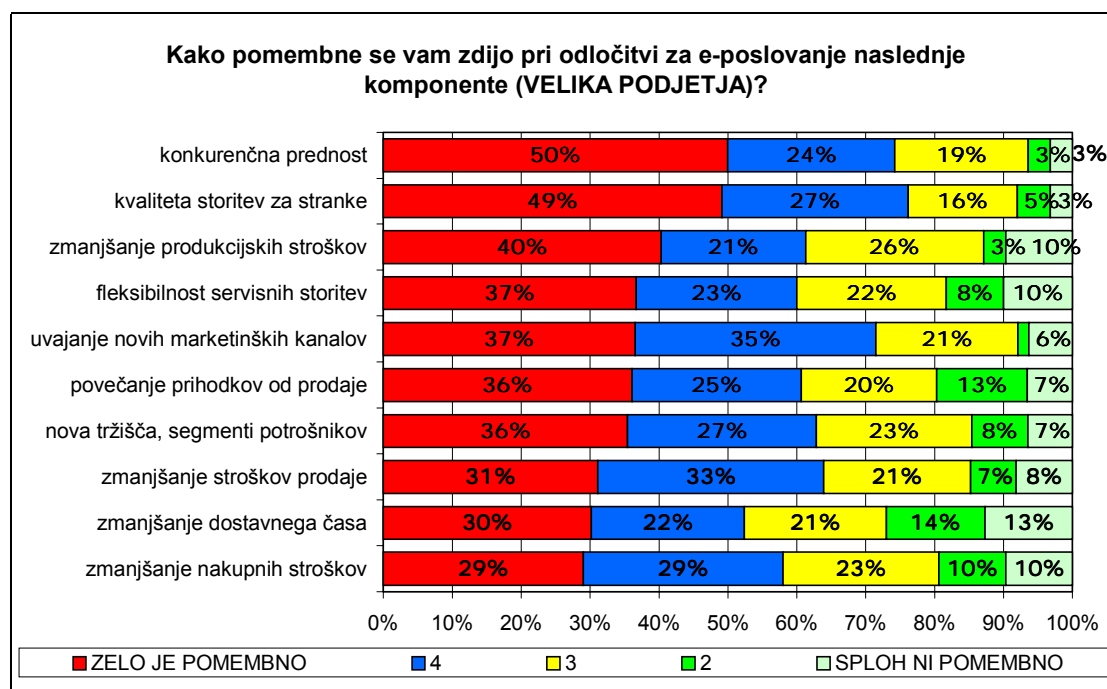
(N=238)

Spodnja tabela prikazuje povprečno oceno pomembnosti posameznih komponent elektronskega poslovanja, njihovo standardno napako ocene in standardni odklon. **Podatki so uteženi na celotno populacijo.**

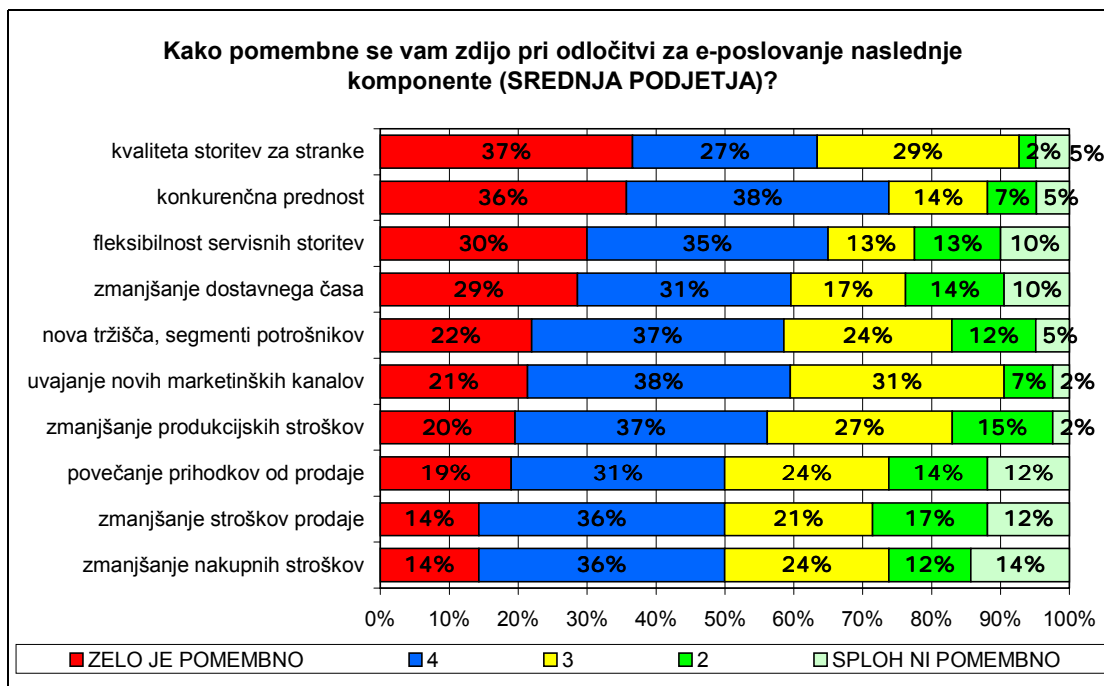
Anketiranci so z višjo oceno pomembnosti ocenili kvaliteto storitev za stranke, z nižjo pa zmanjšanje stroškov prodaje in zmanjšanje nakupnih stroškov. Ostale komponente e-poslovanja pa se anketiranim v povprečju zdijo približno enako pomembne.

	N	Povprečje	Standardna	Standardni
			napaka ocene aritm.sredine	odklon
<i>kvaliteta storitev za stranke</i>	4568	3.8	0.018	1.2
<i>zmanjšanje produkcijskih stroškov</i>	4568	3.7	0.018	1.2
<i>nova tržišča, segmenti potrošnikov</i>	4568	3.7	0.020	1.3
<i>konkurenčna prednost</i>	4568	3.7	0.018	1.2
<i>fleksibilnost servisnih storitev</i>	4568	3.7	0.018	1.2
<i>povečanje prihodkov od prodaje</i>	4568	3.5	0.020	1.3
<i>uvajanje novih marketinških kanalov</i>	4568	3.5	0.017	1.1
<i>zmanjšanje dostavnega časa</i>	4568	3.3	0.020	1.3
<i>zmanjšanje stroškov prodaje</i>	4568	3.2	0.019	1.3
<i>zmanjšanje nakupnih stroškov</i>	4568	3.2	0.019	1.2

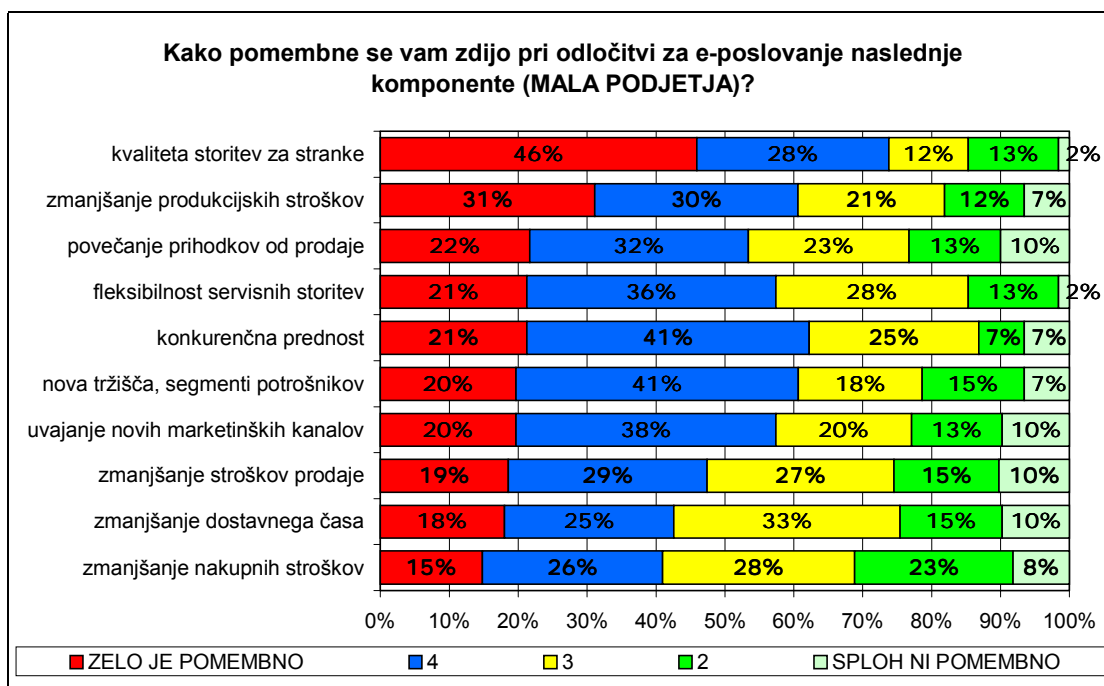
V spodnjih štirih grafih je prikazano ocenjevanje posameznih komponent po velikostnih skupinah podjetij.



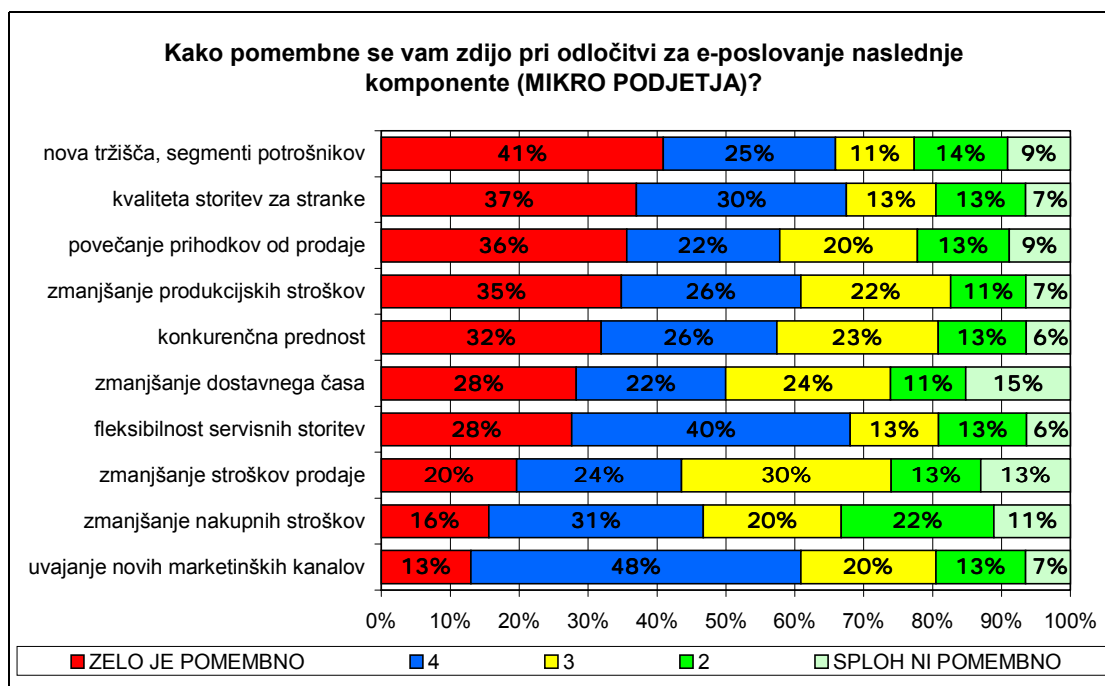
(n=62)



(n=42)



(n=61)



(n=46)

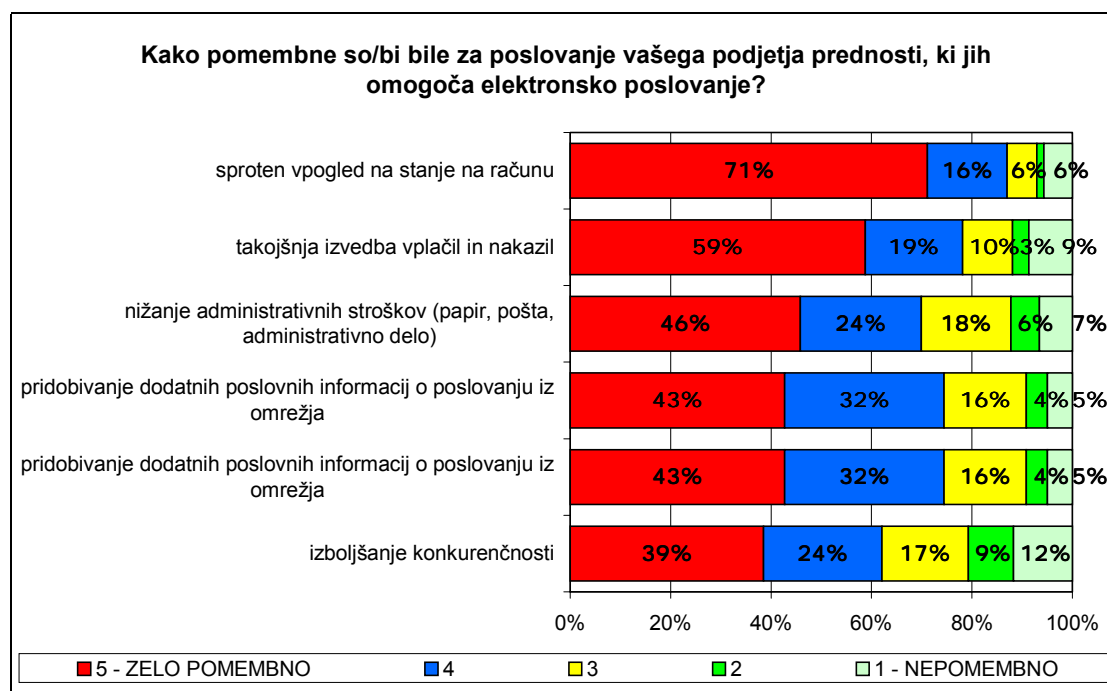
Razberemo lahko, da je za velika podjetja najpomembnejši dejavnik e-poslovanja konkurenčna prednost, za mikro nova tržišča in segmenti potrošnikov, v srednjih in malih pa izstopa kvaliteta storitev.

6.5 Prednosti elektronskega poslovanja

- *Vprašanja o prednostih elektronskega poslovanja je dobila tretjina podjetij, ki ima oziroma načrtuje dostop do Interneta. Posamezne prednosti so vprašani ocenjevali na lestvici od 1 (nepomembno) do 5 (zelo pomembno).*

Podjetja v posameznih skupinah so ocenila prednosti, ki jih omogoča elektronsko poslovanje. Ocene so zelo podobne, zaradi česar ne moremo reči, da je za posamezno skupino določena prednost bistveno bolj pomembna kot za drugo. V spodnjem grafu so prikazane posamezne prednosti elektronskega poslovanja glede na ocenjeno pomembnost za vsa podjetja.

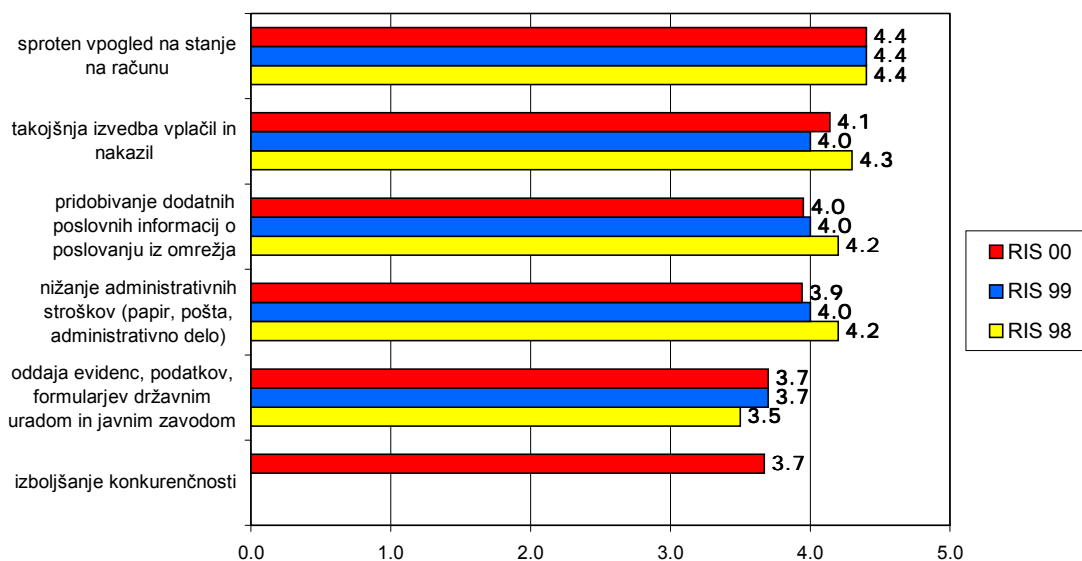
Več kot dveh tretjinam podjetij se zdi najpomembnejša prednost elektronskega poslovanja sproten vpogled na stanje na računu, slabima dvema tretjinama pa tudi takojšnja izvedba vplačil in nakazil. Kot najmanj pomembno podjetja ocenjujejo izboljšanje konkurenčnosti.



(n=222)

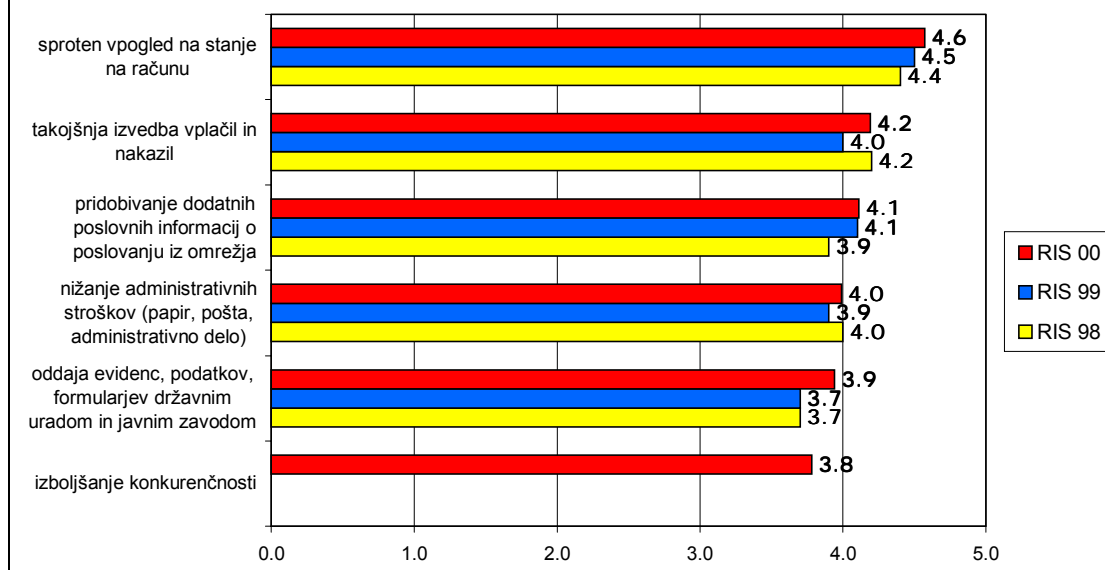
Spodnji graf prikazuje časovno primerjavo posameznih prednosti elektronskega poslovanja, kot so jih v povprečju ocenjevale posamezne velikostne skupine podjetij. Do bistvenih sprememb glede na prejšnja leta ni prišlo, saj podjetja še vedno kot najpomembnejšo prednost elektronskega poslovanja navajajo sproten vpogled na stanje na računu.

Časovna primerjava povprečne ocene pomembnosti posameznih prednosti e-poslovanja za VELIKA podjetja

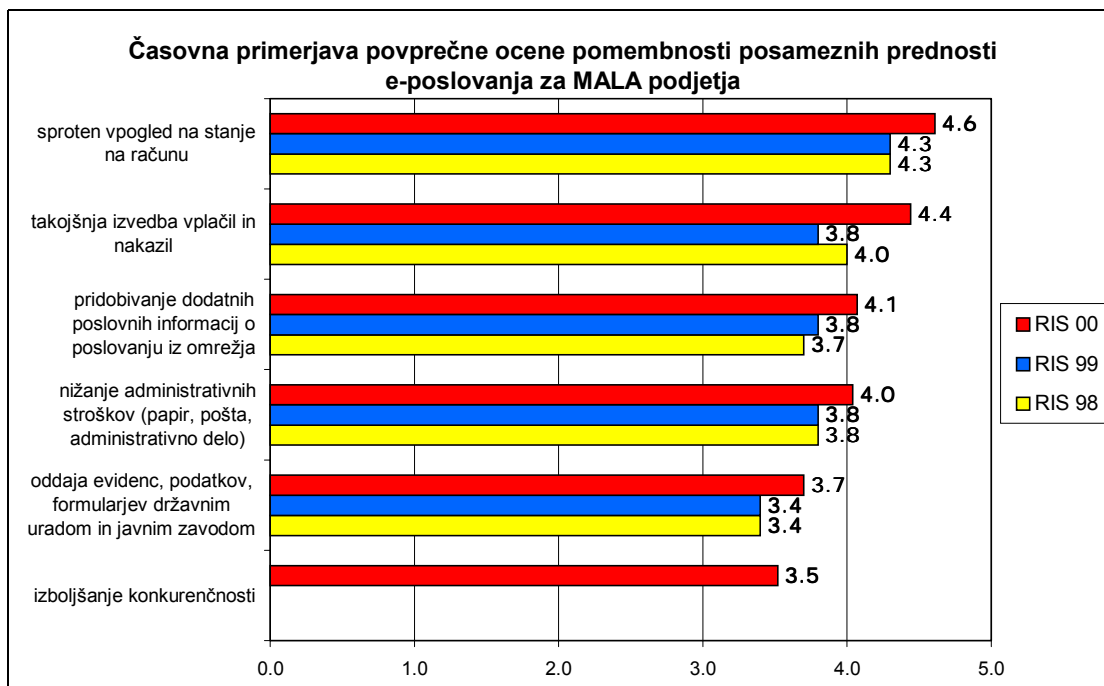


(n=65)

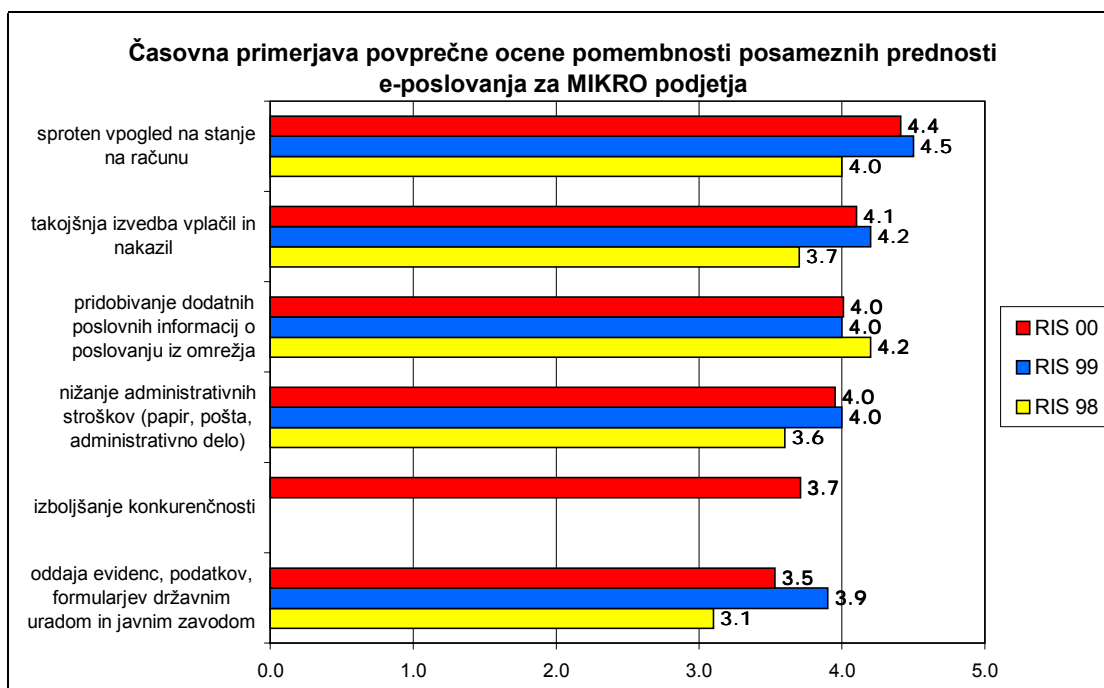
Časovna primerjava povprečne ocene pomembnosti posameznih prednosti e-poslovanja za SREDNJA podjetja



(n=83)



(n=68)



(n=79)

V spodnji tabeli so prikazane osnovne statistike »ocenjenih« prednosti e-poslovanja po posameznih velikostnih skupinah podjetij. **Podatki so uteženi na celotno populacijo.**

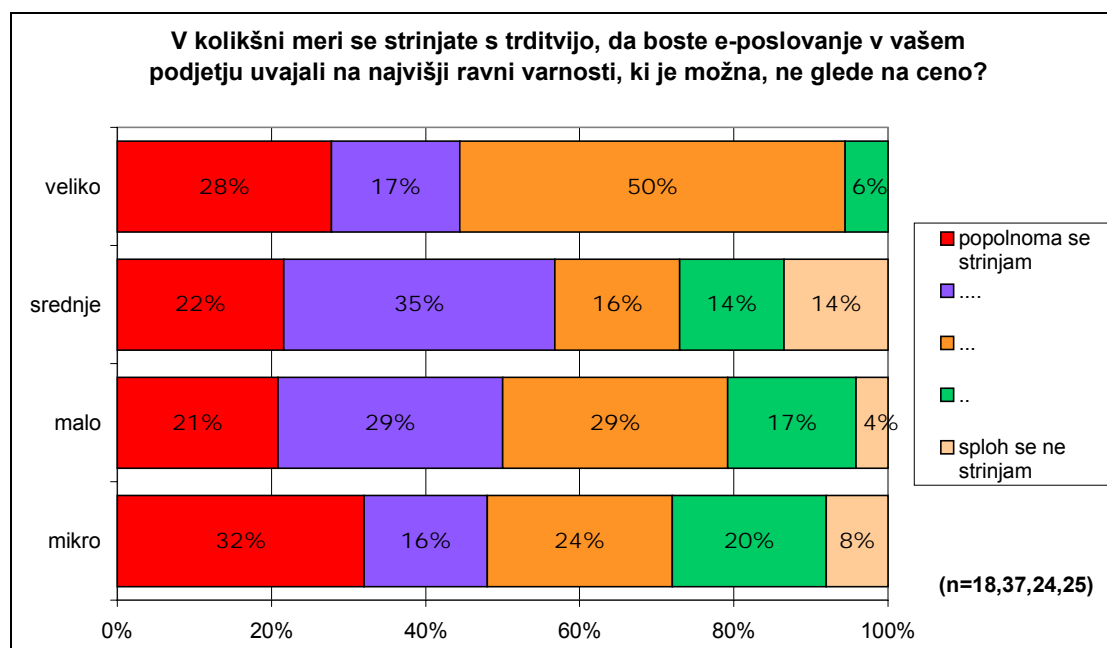
V primerjavi s prej ocenjevanimi dejavniki e-poslovanja lahko razberemo, da so odločilni impulz za uvedbo e-poslovanja vsekakor prednosti elektronskega plačilnega prometa.

Osnovne statistike ocene pomembnosti posameznih prednosti e-poslovanja					
		N	Povprečje	Standardna	Standardni
				napaka ocene	odkilen
				aritm.sredine	
velika	lahkobje izvedba vpločil in nakazil	207	4.1	0.068	1.0
	sproten vpogled na stanje na računu	207	4.4	0.062	0.9
	nižanje administrativnih stroškov (paper, pošta, administrativno delo)	207	3.9	0.081	1.2
	izboljšanje konkurenčnosti	207	3.7	0.085	1.2
	pridobivanje dodatnih poslovnih informacij o poslovanju iz okolja	207	3.9	0.067	1.0
	odlaga evidenc, podatkov, formulacij državnim uradom in javnim zavodom	207	3.7	0.082	1.2
srednja	lahkobje izvedba vpločil in nakazil	509	4.2	0.042	0.9
	sproten vpogled na stanje na računu	509	4.6	0.038	0.9
	nižanje administrativnih stroškov (paper, pošta, administrativno delo)	509	4.0	0.046	1.0
	izboljšanje konkurenčnosti	509	3.8	0.051	1.1
	pridobivanje dodatnih poslovnih informacij o poslovanju iz okolja	509	4.1	0.040	0.9
	odlaga evidenc, podatkov, formulacij državnim uradom in javnim zavodom	509	3.9	0.048	1.1
mala	lahkobje izvedba vpločil in nakazil	1162	4.4	0.028	1.0
	sproten vpogled na stanje na računu	1162	4.6	0.021	0.7
	nižanje administrativnih stroškov (paper, pošta, administrativno delo)	1162	4.0	0.035	1.2
	izboljšanje konkurenčnosti	1162	3.5	0.038	1.3
	pridobivanje dodatnih poslovnih informacij o poslovanju iz okolja	1162	4.1	0.028	0.9
	odlaga evidenc, podatkov, formulacij državnim uradom in javnim zavodom	1162	3.7	0.041	1.4
mikro	lahkobje izvedba vpločil in nakazil	5136	4.1	0.019	1.3
	sproten vpogled na stanje na računu	5136	4.4	0.016	1.2
	nižanje administrativnih stroškov (paper, pošta, administrativno delo)	5136	3.9	0.017	1.2
	izboljšanje konkurenčnosti	5136	3.7	0.020	1.4
	pridobivanje dodatnih poslovnih informacij o poslovanju iz okolja	5136	4.0	0.016	1.2
	odlaga evidenc, podatkov, formulacij državnim uradom in javnim zavodom	5136	3.5	0.020	1.4
SKUPAJ	lahkobje izvedba vpločil in nakazil	7014	4.2	0.015	1.3
	sproten vpogled na stanje na računu	7014	4.5	0.013	1.1
	nižanje administrativnih stroškov (paper, pošta, administrativno delo)	7014	4.0	0.015	1.2
	izboljšanje konkurenčnosti	7014	3.7	0.017	1.4
	pridobivanje dodatnih poslovnih informacij o poslovanju iz okolja	7014	4.0	0.013	1.1
	odlaga evidenc, podatkov, formulacij državnim uradom in javnim zavodom	7014	3.6	0.016	1.4

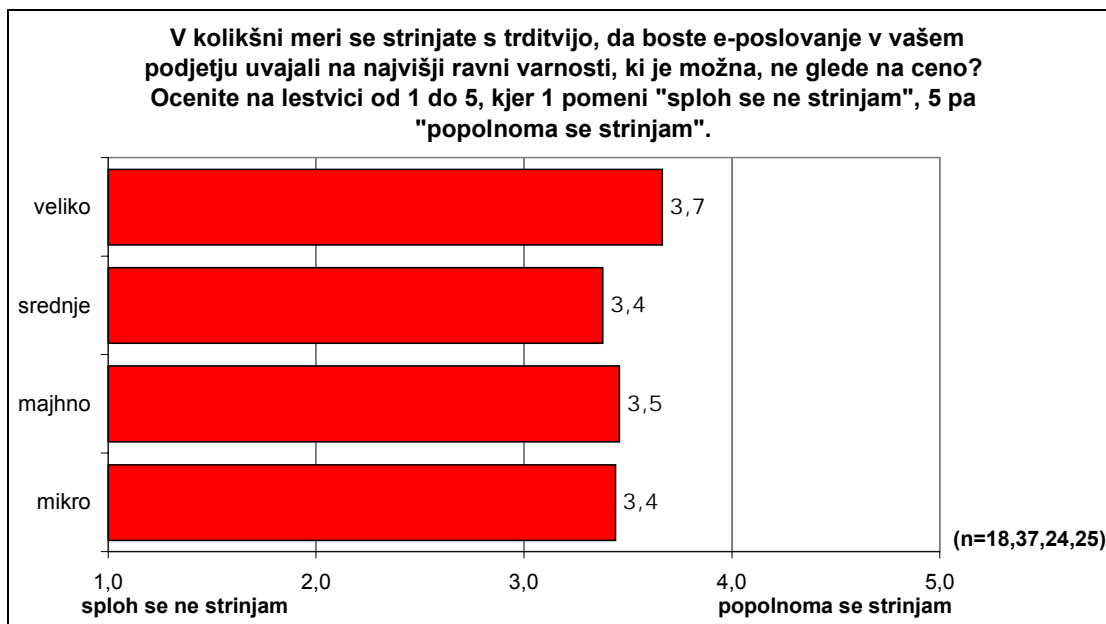
6.6 Varnost e-poslovanja v podjetju

➤ Trditve smo zastavili tretjini podjetij, ki imajo dostop do Interneta.

S trditvijo, da bodo podjetja uvajala e-poslovanje na najvišji ravni varnosti, ki je možna ne glede na ceno, se strinja 45 % velikih, 57 % srednjih, polovica majhnih in 28 % mikro podjetij. Ob primerjavi največjih 100 in preostalih velikih podjetij se slednja s trditvijo bolj strinjajo.



Povprečna ocena strinjanja je največja pri velikih podjetjih, primerjava največjih 100 in ostalih velikih podjetij pokaže, da se največja podjetja s trditvijo še bolj strinjajo.



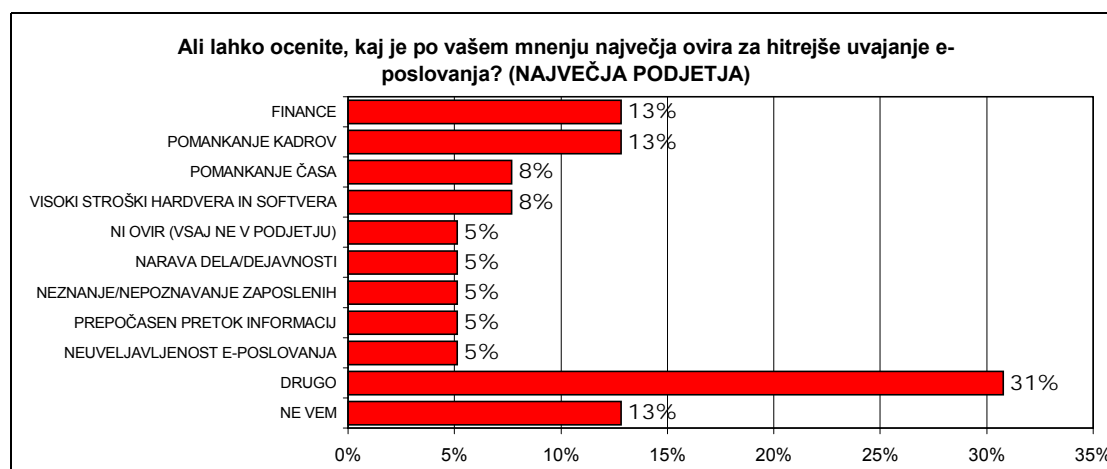
6.7 Ovire za uvajanje elektronskega poslovanja

- *Naključno izbrani dve tretjini podjetji, ki so odgovarjala tudi na vprašanje o uporabi elektronskega poslovanja, so dobila tudi vprašanje o tem, kaj se jim zdi glavna ovira za uvajanje elektronskega poslovanja v podjetju. Prva tretjina podjetij je dobila vprašanje: »Kaj je glavna ovira za hitrejše uvajanje aplikacij elektronskega poslovanja«, druga tretjina pa: »Kaj je glavna ovira za hitrejše uvajanje elektronskega poslovanja?«*

Ovire za hitrejše uvajanja elektronskega poslovanja so prikazane v spodnjih grafih in tabelah. Posebej so prikazani tudi odgovori največjih podjetij (top 100).

V grafih so prikazane ovire, ki sta jih navedli vsaj dve podjetji v posamezni skupini podjetij, ostale ovire pa so uvrščene v drugo kategorijo in so prikazane v tabelah, ki pripadajo k posamezni skupini podjetij.

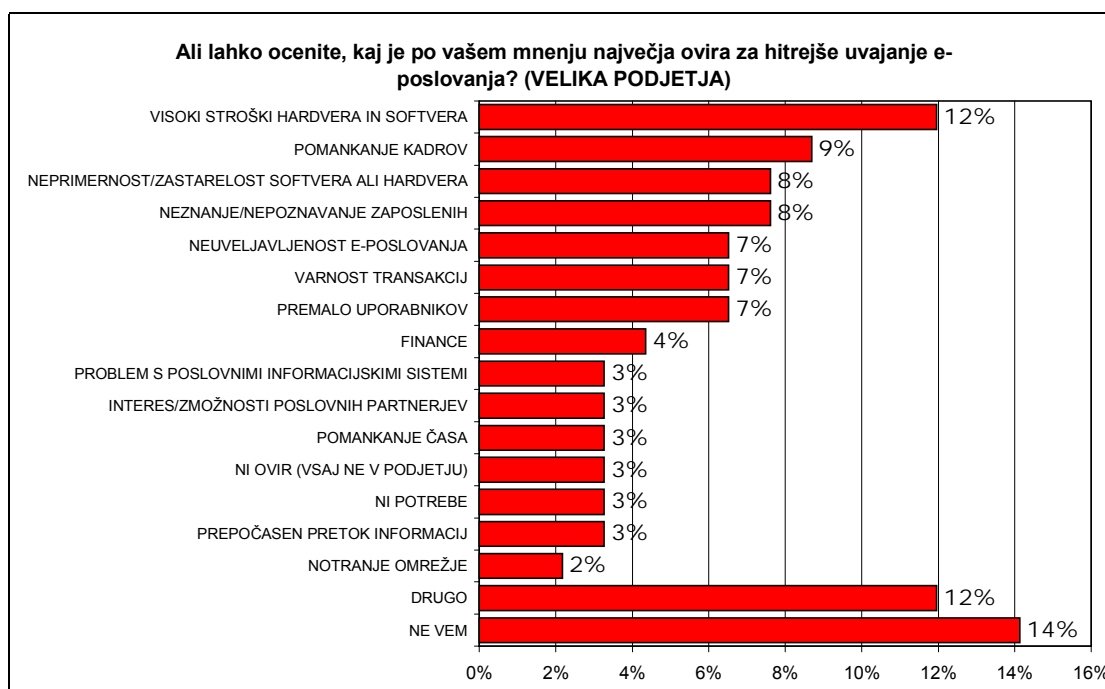
Največjim podjetjem se zdita glavni oviri za uvajanje e-poslovanja pomanjkanje finančnih sredstev in pomanjkanje kadrov, nekoliko manj tudi pomanjkanje časa in visoki stroški hardvera in softvera.



(n=39)

Ovire e-poslovanja	frekvenca	%
POMANKANJE KADROV	2	13%
FINANCE	2	13%
VISOKI STROŠKI HARDVERA IN SOFTVERA	2	8%
POMANKANJE ČASA	2	8%
NEUVELJAVLJENOST E-POSLOVANJA	2	9%
PREPOČASEN PRETOK INFORMACIJ	3	9%
NEZNANJE/NEPOZNAVANJE ZAPOSLENIH	3	9%
NARAVA DELA/DEJAVNOSTI	5	9%
NI OVIR (VSAJ NE V PODJETJU)	5	9%
DRUGO		
PREMALO UPORABNIKOV	1	3%
INFRASTRUKTURA	1	3%
BANKE NIMAJO STANDARDIZIRANEGA PROTOKOLA	1	3%
RAZPOJNKI	1	3%
TOČNOST SLOVENSKEGA MANAGERMENTA	1	3%
INTERNA ORGANIZACIJA	1	3%
NEPRIMERNOST/ZASTARELOST SOFTVERA ALI HARDVERA	1	3%
ZAKONODAJA	1	3%
NEENOTNI ŠFRANTI PO DRŽAVAH	1	3%
ORGANIZACIJA POSLOVNIH PROCESOV	1	3%
OKOLJEKOMUNIKACIJA	1	3%
PREMAJHNA INFORMIRANOST	1	3%
NE VEM	5	13%

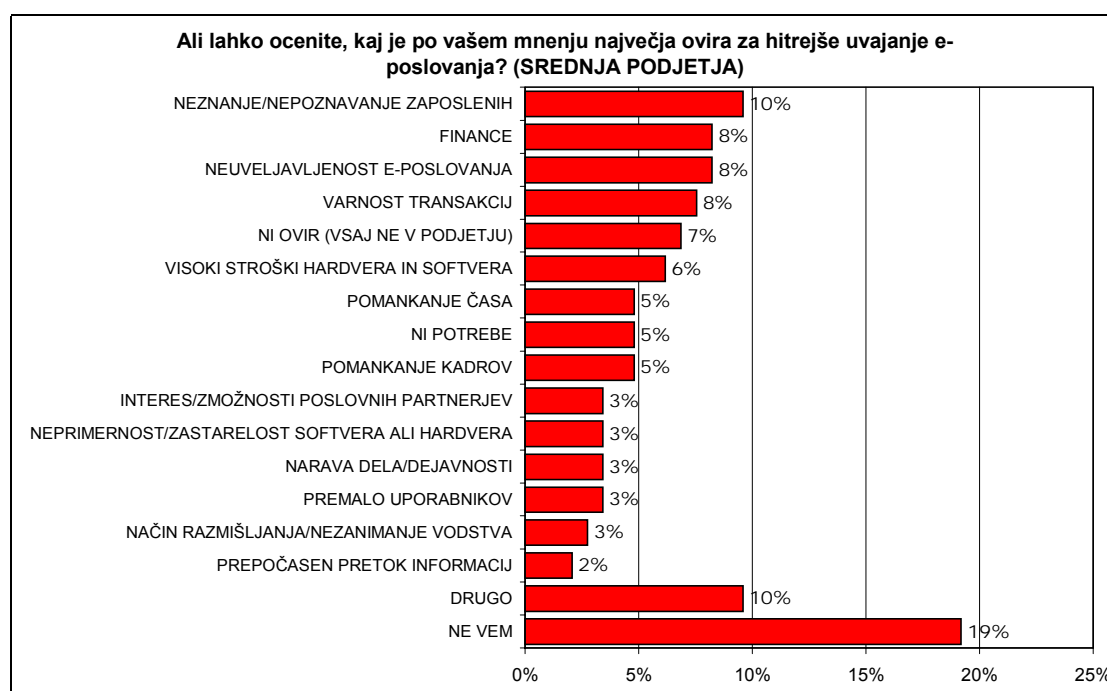
Velikim podjetjem se zdijo največja ovira za uvajanje e-poslovanja visoki stroški hardwera in softwera, nekoliko manj podjetij pa omenja tudi pomanjkanje kadrov, neprimernost softwera in hardwera ter premalo znanja s strani zaposlenih.



(n=92)

Ovire e-poslovanja	frekvenca	%
VISOKI STROŠKI HARDVERA IN SOFTVERA	11	12%
POMANKANJE KADROV	8	9%
NEZNANJE/NEPOZNAVANJE ZAPOSLENIH	7	8%
NEPRIMERENOST/ZASTARELOST SOFTVERA ALI HARDVERA	7	8%
PREMALO UPORABNIKOV	6	7%
VARNOST TRANSAKCIJ	6	7%
NEUVELJAVLJENOST E-POSLOVANJA	6	7%
FINANCE	4	4%
PREPOČASEN PRETOK INFORMACIJ	3	3%
NI POTREBE	3	3%
NI OVIR (VSAJ NE V PODJETJU)	3	3%
POMANKANJE ČASA	3	3%
INTERES/ZMOŽNOSTI POSLOVNIH PARTNERJEV	3	3%
PROBLEM S POSLOVNIMI INFORMACIJSKIMI SISTEMI	3	3%
NOTRANJE OMREŽJE	2	2%
DRUGO		
INFRASTRUKTURA	1	1%
NOVO PODJETJE	1	1%
PREMAJHNA/SLABA PONUDBA	1	1%
INTERNA ORGANIZACIJA	1	1%
SERVER	1	1%
PROBLEM INTERNE NARAVE	1	1%
NAČIN RAZMIŠLJANJA/NEZANIMANJE VODSTVA	1	1%
POSEJANOST TOVARN KONCERNOV NA VEČ LOKACIJAH	1	1%
NARAVA DELA/DEJAVNOSTI	1	1%
OKOLJEKOMUNIKACIJA	1	1%
DESLOCIRANOST	1	1%
NE VEM	13	14%

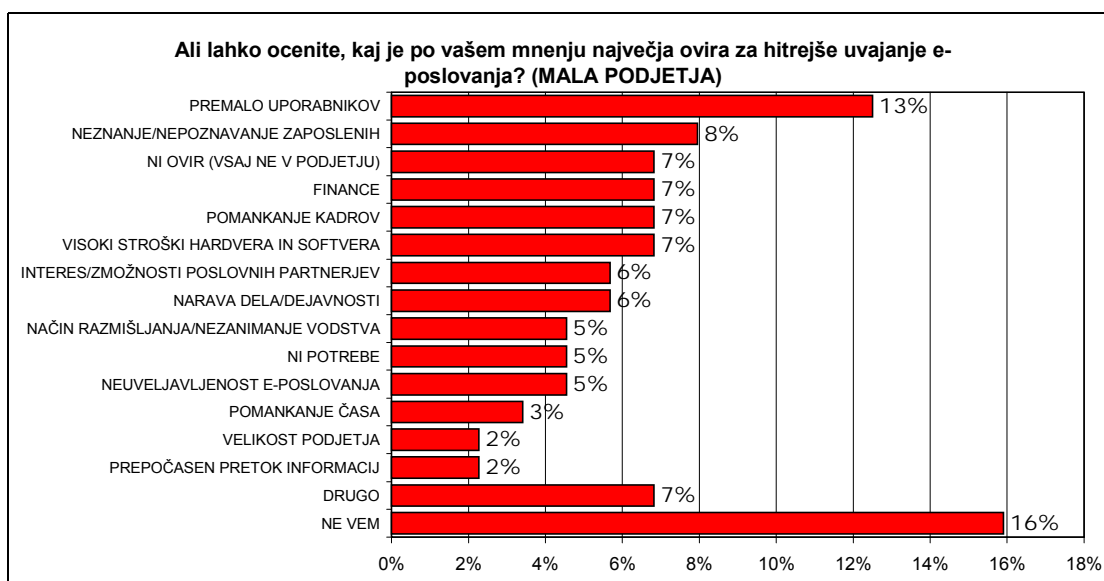
Srednja podjetja so kot najpogostejšo oviro za uvajanje e-poslovanja navedla premalo znanja med zaposlenimi, v nekoliko manjši meri pa tudi finančna sredstva, neuveljavljenost e-poslovanja in varnost transakcij.



(n=146)

Ovire e-poslovanja		frekvenca	%
	NEZNANJE/NEPOZNAVANJE ZAPOSLENIH	14	10%
	NEUVELJAVLJENOST E-POSLOVANJA	12	8%
	FINANCE	12	8%
	VARNOST TRANSAKCIJ	11	8%
	NI OVIR (VSAJ NE V PODJETJU)	10	7%
	VISOKI STROŠKI HARDVERA IN SOFTVERA	9	6%
	POMANKANJE KADROV	7	5%
	NI POTREBE	7	5%
	POMANKANJE ČASA	7	5%
	PREMALO UPORABNIKOV	5	3%
	NARAVA DELA/DEJAVNOSTI	5	3%
	NEPRIMERNOST/ZASTARELOST SOFTVERA ALI HARDVERA	5	3%
	INTERES/MOŽNOSTI POSLOVNIH PARTNERJEV	5	3%
	NAČIN RAZMIŠLJANJA/NEZANIMANJE VODSTVA	4	3%
	PREPOČASEN PRETOK INFORMACIJ	3	2%
	NEPRIPRAVLJENOST PODJETJA	2	1%
	NEENOTNI ŠIFRANTI PO DRŽAVAH	2	1%
	PONUDBNIK DOSTOPA DO INTERNETA	2	1%
DRUGO	BANKE NIMAJO STANDARDIZIRANEGA PROTOKOLA	1	1%
	INTERNA ORGANIZACIJA	1	1%
	VELIKOST PODJETJA	1	1%
	KVALITETA/PRIMERNOST	1	1%
	PROTOKOL ZA PRENAŠANJE PODATKOV ŠE NI NAREJEN	1	1%
	PREMAJHNA INFORMIRANOST	1	1%
	VSE PO MALEM	1	1%
	NAŠE TRŽIŠČE	1	1%
	NE VEM	28	19%

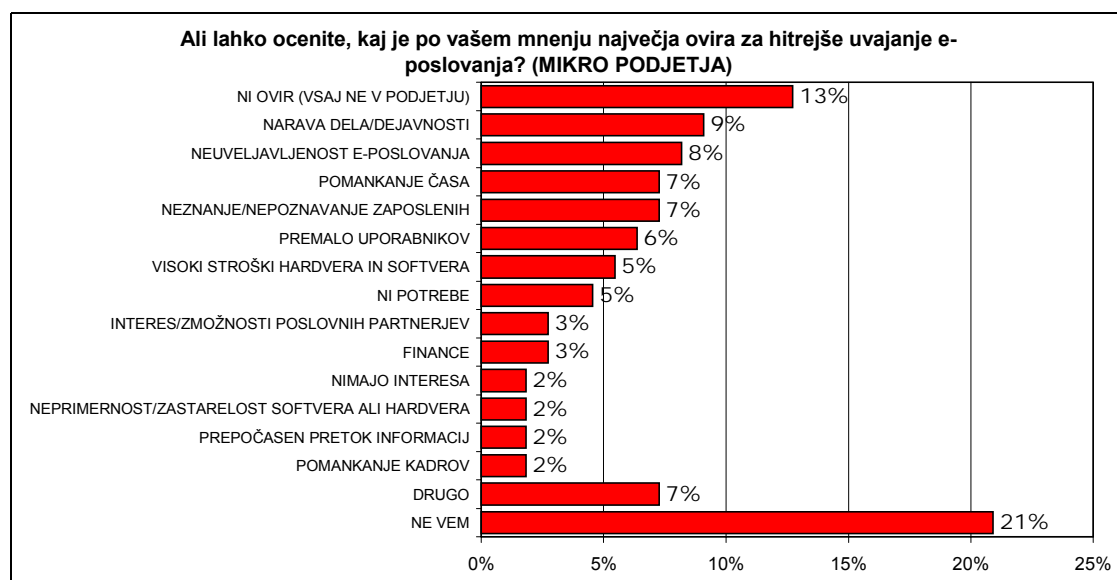
Največ anketiranih v malih podjetjih je kot glavno oviro za e-poslovanje navedlo premajhno število uporabnikov le-tega, v nekaj manjši meri pa tudi premalo znanja med zaposlenimi.



(n=88)

Ovire e-poslovanja	frekvenca	%
PREMALO UPORABNIKOV	11	13%
NEZNANJE/NEPOZNAVANJE ZAPOSLENIH	7	8%
VISOKI STROŠKI HARDVERA IN SOFTVERA	6	7%
POMANKANJE KADROV	6	7%
FINANCE	6	7%
NI OVIR (VSAJ NE V PODJETJU)	6	7%
NARAVA DELA/DEJAVNOSTI	5	6%
INTERES/ZMOŽNOSTI POSLOVNIH PARTNERJEV	5	6%
NEUVELJAVLJENOST E-POSLOVANJA	4	5%
NI POTREBE	4	5%
NAČIN RAZMIŠLJANJA/NEZANIMANJE VODSTVA	4	5%
POMANKANJE ČASA	3	3%
PREPOČASEN PRETOK INFORMACIJ	2	2%
VELIKOST PODJETJA	2	2%
DRUGO		
VARNOST TRANSAKCIJ	1	1%
BANKE NIMAJO STANDARDIZIRANEGA PROTOKOLA	1	1%
ZAKONODAJA	1	1%
PONUDBNIK DOSTOPA DO INTERNETA	1	1%
PREMALO PROSTORA	1	1%
INFRASTRUKTURA SLOV. BANČNIŠTVA/GOSPODARSTVA	1	1%
NE VEM	14	16%

Največ anketiranih v mikro podjetjih meni, da za hitrejšo uvajanje e-poslovanja ni kakšnih posebnih ovir. Kot glavno oviro hitrejšemu uvajanju e-poslovanja pa so omenjali predvsem naravo dejavnosti s katero se ukvarjajo in neuveljavljenost e-poslovanja.



(n=110)

Ovire e-poslovanja	frekvenca	%
<i>NI OVIR (VSAJ NE V PODJETJU)</i>	14	13%
<i>NARAVA DELA/DEJAVNOSTI</i>	10	9%
<i>NEUVELJAVLJENOST E-POSLOVANJA</i>	9	8%
<i>NEZNANJE/NEPOZNAVANJE ZAPOSLENIH</i>	8	7%
<i>POMANKANJE ČASA</i>	8	7%
<i>PREMALO UPORABNIKOV</i>	7	6%
<i>VISOKI STROŠKI HARDVERA IN SOFTVERA</i>	6	5%
<i>NI POTREBE</i>	5	5%
<i>FINANCE</i>	3	3%
<i>INTERES/ZMOŽNOSTI POSLOVNIH PARTNERJEV</i>	3	3%
<i>POMANKANJE KADROV</i>	2	2%
<i>PREPOČASEN PRETOK INFORMACIJ</i>	2	2%
<i>NEPRIMERNOST/ZASTARELOST SOFTVERA ALI HARDVERA</i>	2	2%
<i>NIMAJO INTERESA</i>	2	2%
DRUGO		
<i>VARNOST TRANSAKCIJ</i>	1	1%
<i>BANKE NIMAJO STANDARDIZIRANEGA PROTOKOLA</i>	1	1%
<i>PREMAJHNA/SLABA PONUDBA</i>	1	1%
<i>NAČIN RAZMIŠLJANJA/NEZANIMANJE VODSTVA</i>	1	1%
<i>NAČIN ZAPOSLOVANJA</i>	1	1%
<i>PREMAJHNA INFORMIRANOST</i>	1	1%
<i>PONUDBNIK DOSTOPA DO INTERNETA</i>	1	1%
<i>NEPREGLEDNOST NA INTERNETU</i>	1	1%
<i>NE VEM</i>	23	21%

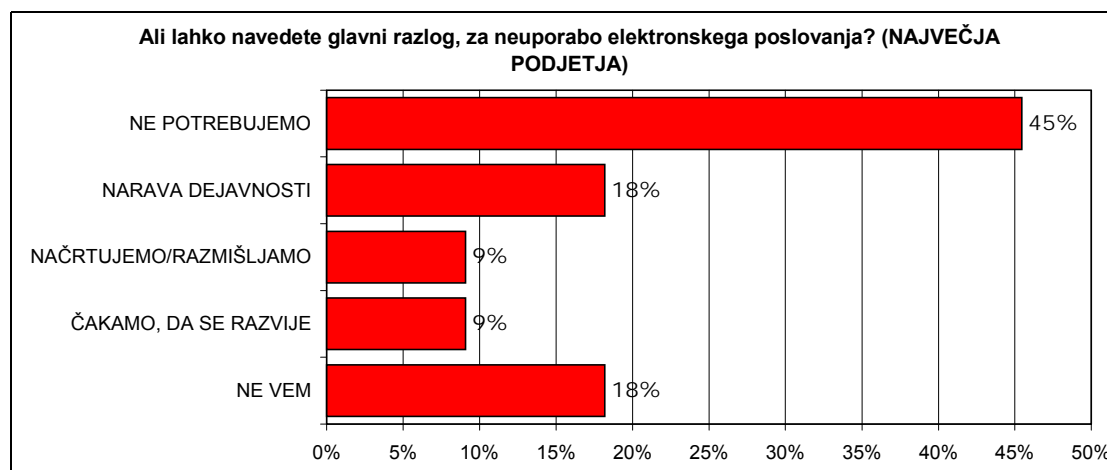
Ugotovimo lahko, da so anketirani v vseh skupinah podjetij razmeroma neenotni pri navajanju ovir za hitrejše uvajanje e-poslovanja. Kljub temu lahko rečemo, da se anketiranim v največjih 100 podjetjih zdita glavni oviri za uvajanje e-poslovanja predvsem pomanjkanje kadrov in financ, v velikih podjetjih glavno oviro predstavljajo visoki stroški hardwera in softwera, v srednjih podjetjih premalo znanja med zaposlenimi, v malih podjetjih premalo uporabnikov, največ anketiranih v mikro podjetjih pa meni, da za hitrejše uvajanje e-poslovanja ni ovir, nekoliko manjšemu deležu anketiranih v mikro podjetjih pa glavno oviro k hitrejšemu uvajanju e-poslovanja predstavlja predvsem narava njihove dejavnosti.

6.8 Razlogi za neuporabo e-poslovanja

- Vprašanje o razlogih za neuporabo elektronskega poslovanja je dobil tisti del tretjine podjetij, ki je odgovarjal na vprašanje o uporabi elektronskega poslovanja in navedel, da elektronskega poslovanja ne uporablja.

Razlogi za neuporabo e-poslovanja v podjetjih, ki elektronsko ne poslujejo, so prikazani v spodnjih petih grafih in tabelah. Prikazana so tudi največja podjetja. V tabelah so navedene frekvenca (število podjetij) in relativne frekvenca v % (delež podjetij v %) posameznih navedenih razlogov.

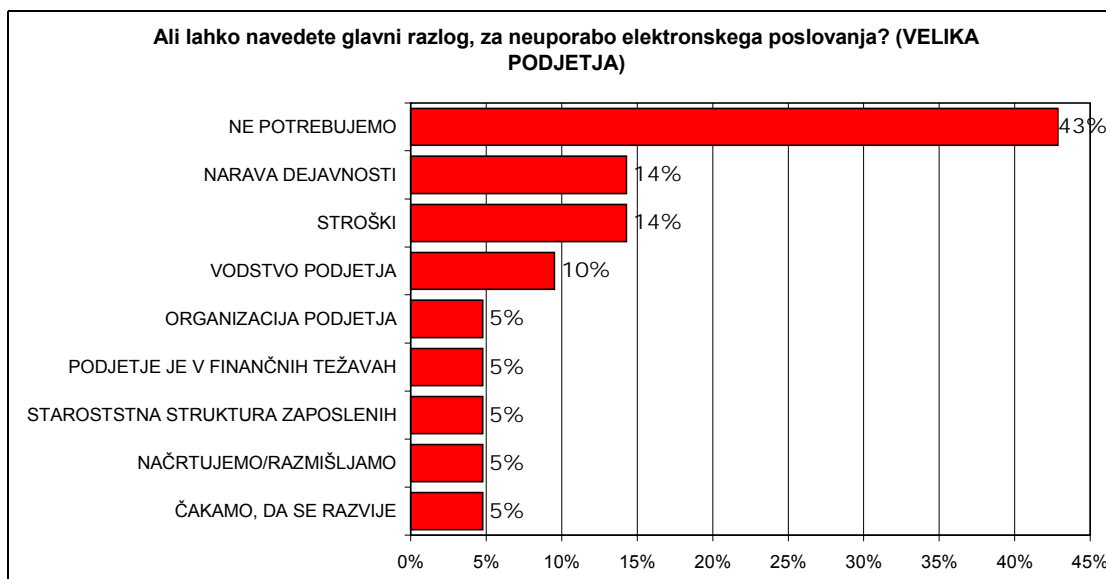
Največja podjetja, ki ne uporabljajo e-poslovanja so kot najpogostejši razlog za neuedbo le-tega navedla, da elektronskega poslovanja ne potrebujejo. V nekoliko manjši meri pa so navajala, da je uvedba e-poslovanja nesmiselna zaradi narave dejavnosti, s katero se ukvarjajo.



(n=11)

Razlog za neuporabo e-poslovanja	frekvenca	%
NE POTREBUJEMO	5	45%
NARAVA DEJAVNOSTI	2	18%
ČAKAMO, DA SE RAZVIJE	1	9%
NAČRTUJEMO/RAZMIŠLJAMO	1	9%
NE VEM	2	18%

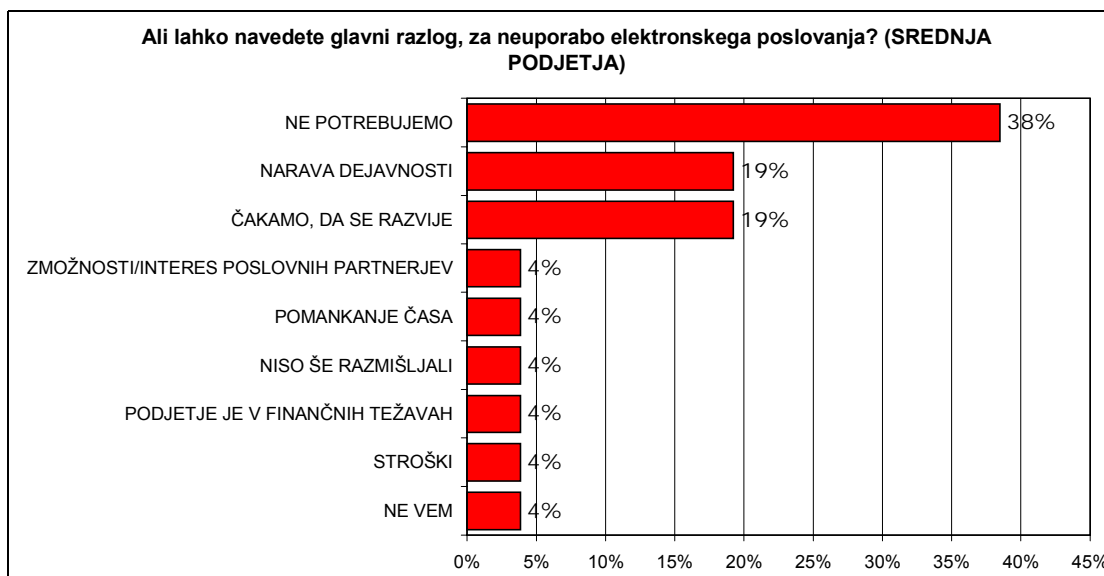
Velika podjetja so kot najpogostejši razlog za neuvedbo e-poslovanja navajala, da tega ne potrebujejo, v precej manjši meri pa so kot razlog navedla tudi naravo dejavnosti s katero se ukvarjajo, stroške e-poslovanja in vodstvo podjetja.



(n=21)

Razlog za neuporabo e-poslovanja	frekvenca	%
NE POTREBUJEMO	9	43%
STROŠKI	3	14%
NARAVA DEJAVNOSTI	3	14%
VODSTVO PODJETJA	2	10%
ČAKAMO, DA SE RAZVIJE	1	5%
NAČRTUJEMO/RAZMIŠLJAMO	1	5%
STAROSTSTNA STRUKTURA ZAPOSLENIH	1	5%
PODJETJE JE V FINANČNIH TEŽAVAH	1	5%
ORGANIZACIJA PODJETJA	1	5%

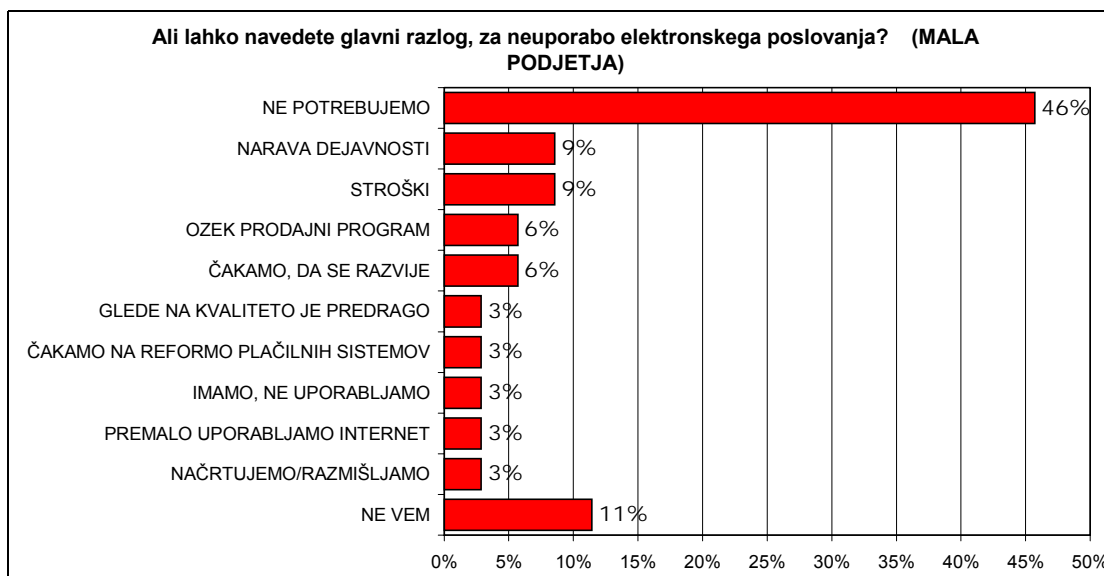
Tudi srednja podjetja so najpogosteje navajala, da e-poslovanja ne uporabljajo zato, ker ga ne potrebujejo, v manjši meri tudi zaradi narave dejavnosti, s katero se ukvarjajo in ker čakajo, da se razvije.



(n=26)

Razlog za neuporabo e-poslovanja	frekvenca	%
<i>NE POTREBUJEMO</i>	10	38%
<i>ČAKAMO, DA SE RAZVIJE</i>	5	19%
<i>NARAVA DEJAVNOSTI</i>	5	19%
<i>STROŠKI</i>	1	4%
<i>PODJETJE JE V FINANČNIH TEŽAVAH</i>	1	4%
<i>NISO SE RAZMIŠLJALI</i>	1	4%
<i>POMANKANJE ČASA</i>	1	4%
<i>ZMOŽNOSTU/INTERES POSLOVNIH PARTNERJEV</i>	1	4%
<i>NE VEM</i>	1	4%

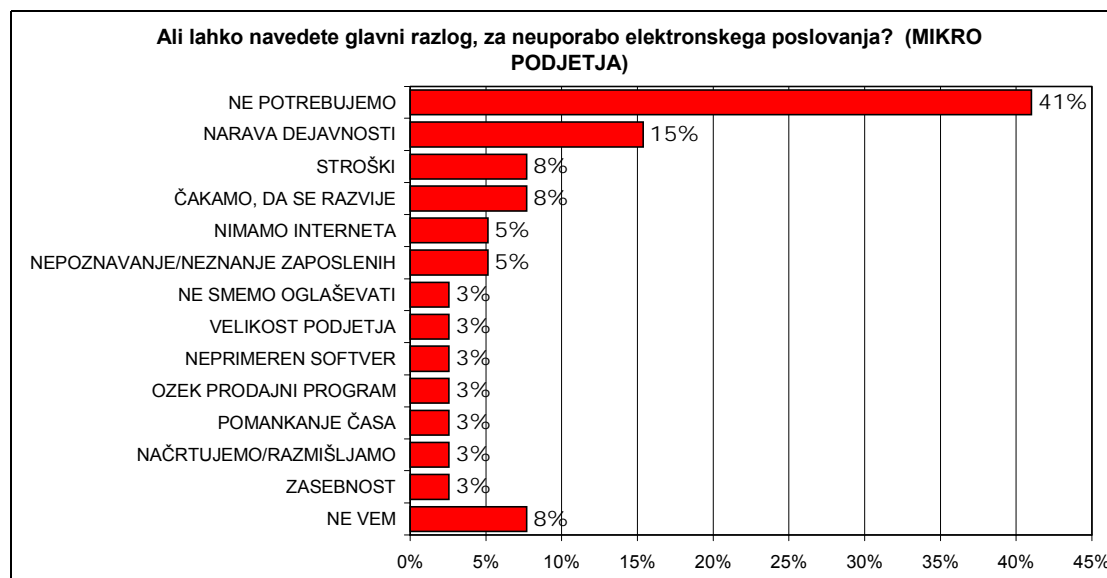
Tudi mala podjetja elektronskega poslovanja ne uporabljajo predvsem zato, ker ga ne potrebujejo. V precej manjši meri so mala podjetja kot glavni razlog navajala še naravo dejavnosti in stroške e-poslovanja.



(n=35)

Razlog za neuporabo e-poslovanja	frekvenca	%
NE POTREBUJEMO	16	46%
STROŠKI	3	9%
NARAVA DEJAVNOSTI	3	9%
ČAKAMO, DA SE RAZVIJE	2	6%
OZEK PRODAJNI PROGRAM	2	6%
NAČRTUJEMO/RAZMIŠLJAMO	1	3%
PREMALO UPORABLJAMO INTERNET	1	3%
IMAMO, NE UPORABLJAMO	1	3%
ČAKAMO NA REFORMO PLAČILNIH SISTEMOV	1	3%
GLEDE NA KVALITETO JE PREDRAGO	1	3%
NE VEM	4	11%

Tako kot večja podjetja tudi mikro podjetja elektronskega poslovanja ne uporabljajo predvsem zato, ker ga ne potrebujejo. V precej manjši meri so kot razlog za neuvedbo e-poslovanja navedla še naravo dejavnosti, s katero se ukvarjajo, stroške e-poslovanja in nerazvitost e-poslovanja v Sloveniji.



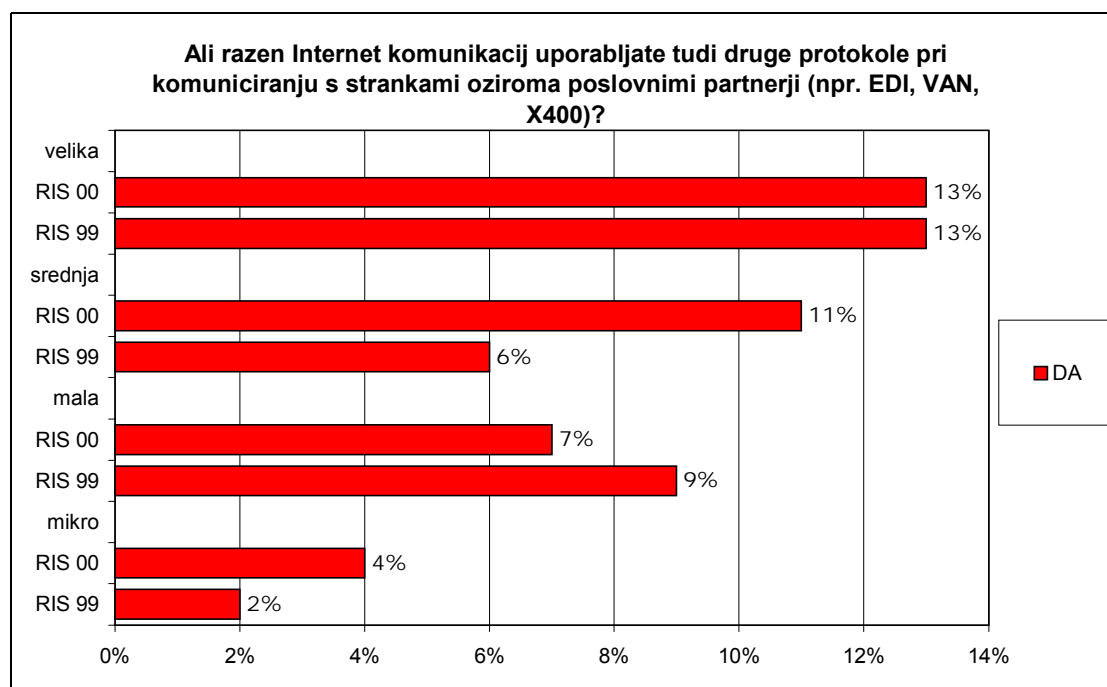
(n=39)

Razlog za neuporabo e-poslovanja	frekvenca	%
<i>NE POTREBUJEMO</i>	16	41%
<i>NARAVA DEJAVNOSTI</i>	6	15%
<i>ČAKAMO, DA SE RAZVIJE</i>	3	8%
<i>STROŠKI</i>	3	8%
<i>NEPOZNAVANJE/NEZNANJE ZAPOSLENIH</i>	2	5%
<i>NIMAMO INTERNETA</i>	2	5%
<i>ZASEBNOST</i>	1	3%
<i>NAČRTUJEMO/RAZMIŠLJAMO</i>	1	3%
<i>POMANKANJE ČASA</i>	1	3%
<i>OZEK PRODAJNI PROGRAM</i>	1	3%
<i>NEPRIMEREN SOFTVER</i>	1	3%
<i>VELIKOST PODJETJA</i>	1	3%
<i>NE SMEMO OGLAŠEVATI</i>	1	3%
<i>NE VEM</i>	3	8%

6.9 Sistemi brez Internet protokola

- *Tretjini podjetij, ki ima ali načrtuje dostop do Interneta je bilo zastavljeno vprašanje, ali pri elektronskem komuniciranju poleg Internet komunikacij uporabljajo tudi druge protokole.*

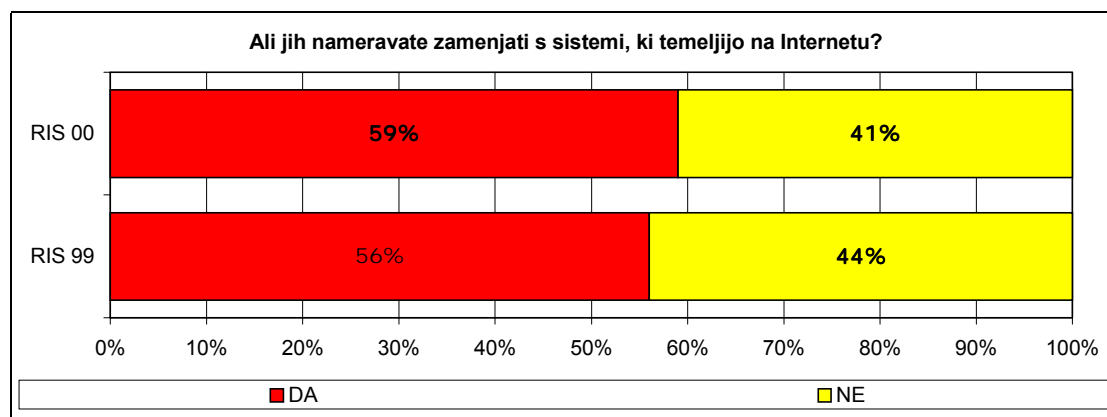
Večina podjetij pri komuniciranju uporablja le Internet, druge protokole uporablja približno desetina velikih, srednjih in malih podjetij ter slaba dvajsetina mikro podjetij.



(RIS 00: n=80,66,85,71), (RIS 99: n=95,71,74,49)

- Podjetja, ki uporabljajo tudi druge protokole so odgovarjala na vprašanje, ali te protokole nameravajo nadomestiti z Internetnimi protokoli.

Na vprašanje o zamenjavi »ne-Internetnih« protokolov je odgovorilo le dvajset podjetij, med katerimi jih 59 % druge protokole namerava nadomestiti z Internetnimi. Stanje je bilo podobno tudi v lanskem letu.



(RIS 00: n=20), (RIS 99: n=18)

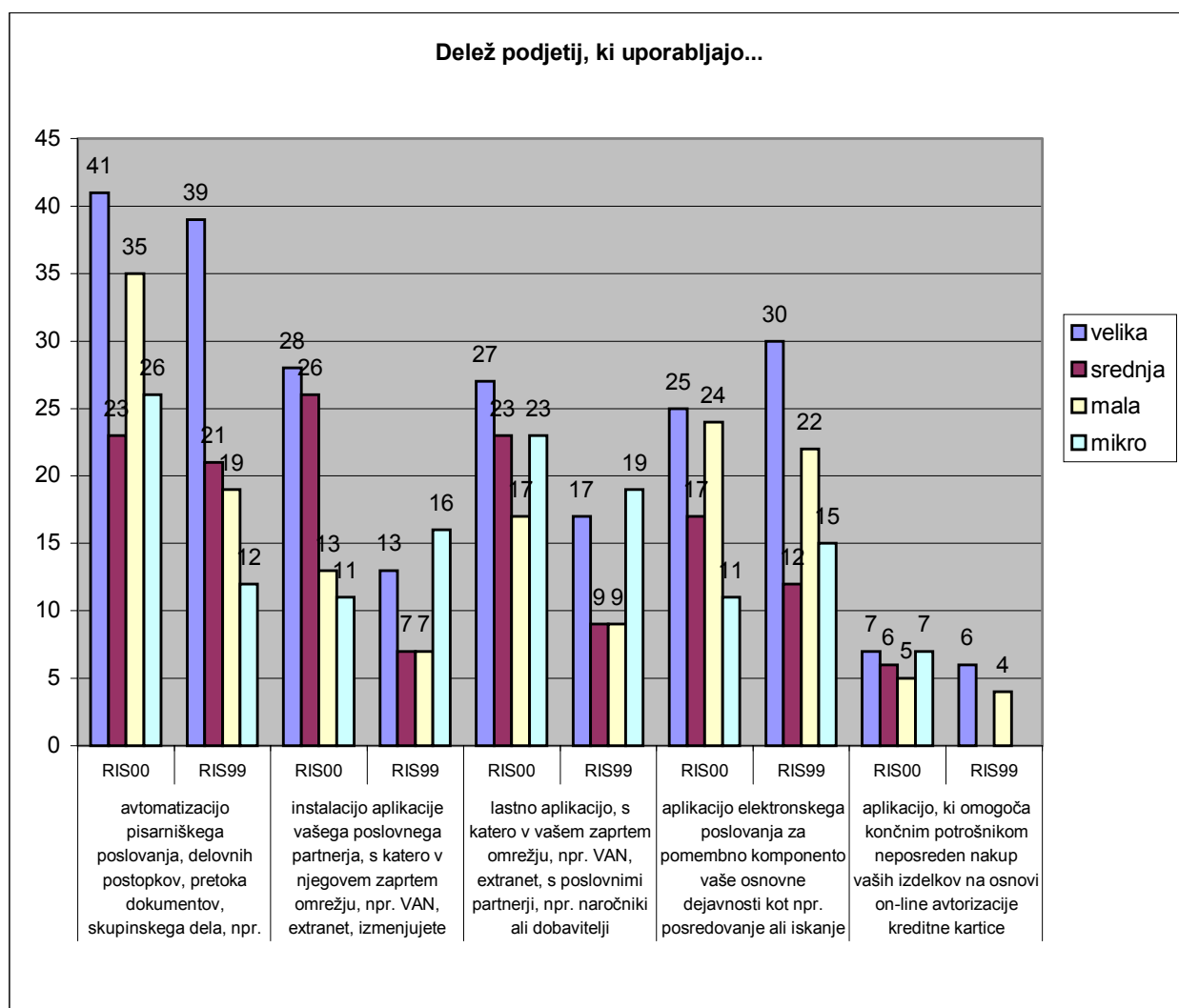
7. APLIKACIJE ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA

- Podjetjem, ki uporabljajo elektronsko poslovanje oziroma ga načrtujejo je bilo zastavljeno tudi vprašanje o uporabi nekaterih aplikacij elektronskega poslovanja za komuniciranje s strankami in poslovnimi partnerji.

Med naštetimi aplikacijami elektronskega poslovanja podjetja precej enakovredno uporabljajo skoraj vse našteje aplikacije razen aplikacije, ki omogoča končnim potrošnikom neposredne on-line nakupe. Le-te ne uporablja niti vsako deseto podjetje v vseh velikostnih skupinah.

Anketirana podjetja najpogosteje uporabljajo avtomatizacijo pisarniškega poslovanja.

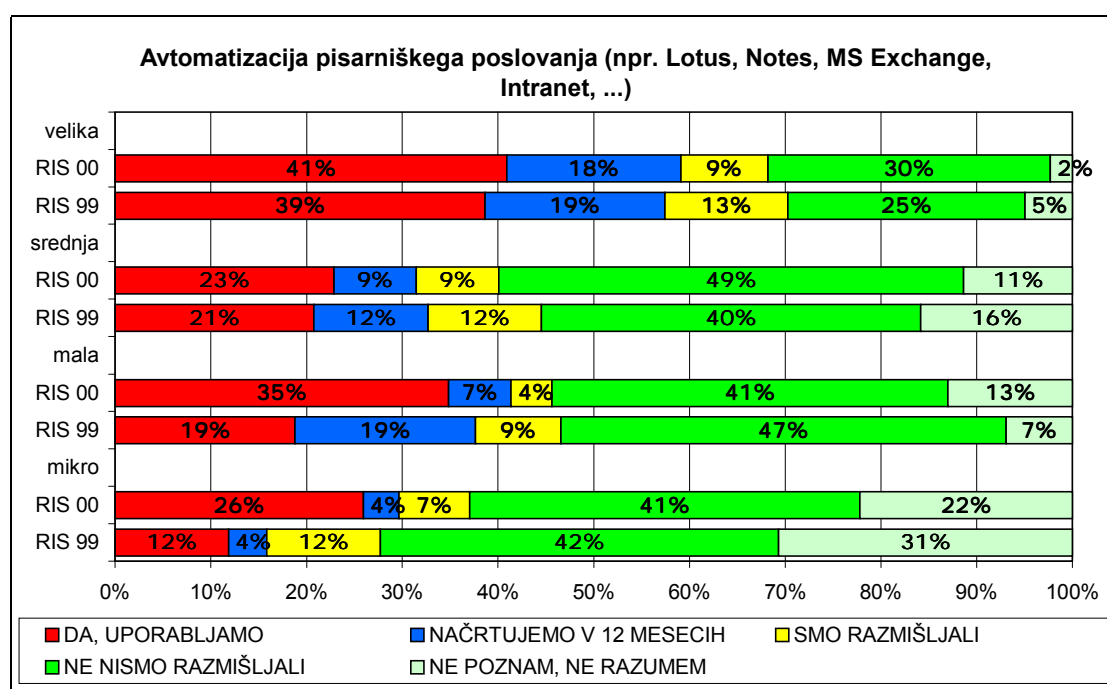
Deleži v spodnjem grafu so neuteženi, poudariti pa velja, da gre za deleže med podjetji, ki uporabljajo e-poslovanje in ne za deleže med vsemi podjetji.



7.1 Avtomatizacija pisarniškega poslovanja

Avtomatizacijo pisarniškega poslovanja uporablja 41 % velikih in dobra tretjina malih podjetij ter približno četrtna srednjih in mikro podjetij. Zanimivo je, da o avtomatizaciji pisarniškega poslovanja ne razmišlja skoraj tretjina velikih podjetij, 41 % malih in mikro podjetij ter skoraj vsako drugo srednje podjetje.

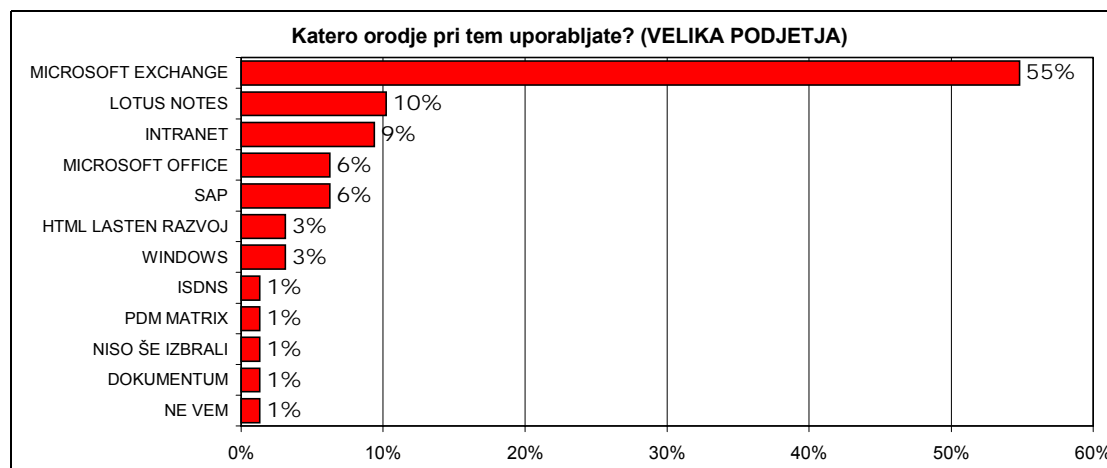
V primerjavi z lanskim letom se je povečal le delež malih podjetij, ki uporabljajo avtomatizacijo pisarniškega poslovanja, verjetno na račun zmanjšanja deleža malih podjetij, ki to načrtujejo v naslednjem letu. Delež podjetij, ki o avtomatizaciji pisarniškega poslovanja razmišlja pa se v primerjavi z lanskim letom ni zmanjšal.



(RIS 99: n=64,43,43,26), (RIS 00: n=44,35,46,27)

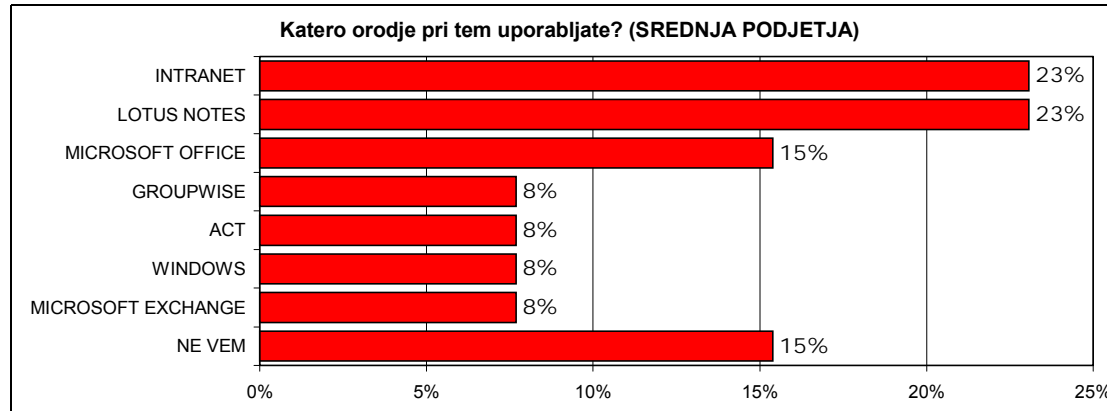
V spodnjih štirih grafih so prikazana orodja, ki jih posamezne skupine podjetij uporabljajo pri avtomatizaciji pisarniškega poslovanja.

Največja podjetja za avtomatizacijo pisarniškega poslovanja najpogosteje uporabljajo Microsoft Exchange, ki ga uporablja kar 55 % velikih podjetij. Druga orodja za avtomatizacijo pisarniškega poslovanja so med velikim podjetji redkeje uporabljena.



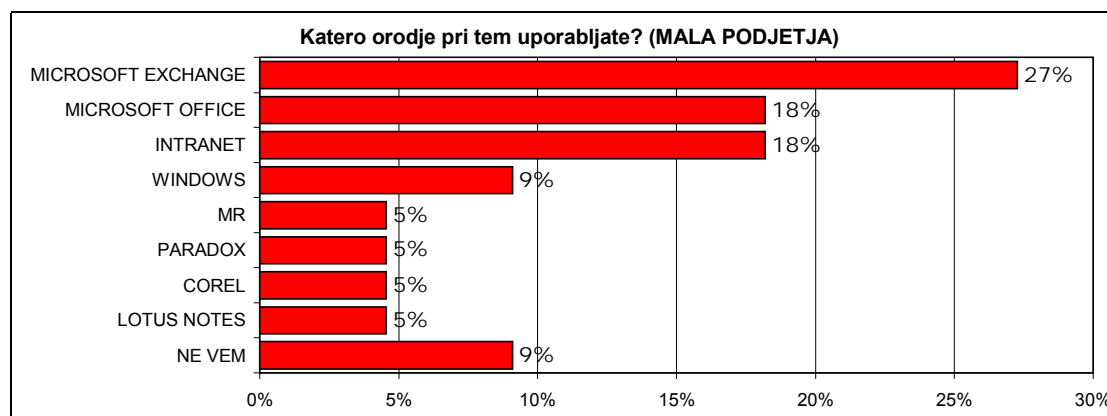
(n=32)

Srednja podjetja za avtomatizacijo pisarniškega poslovanja uporabljajo predvsem Intranet in Lotus Notes (obe orodji uporablja 23 % podjetij), v nekoliko manjši meri srednja podjetja uporabljajo tudi Microsoft Office.



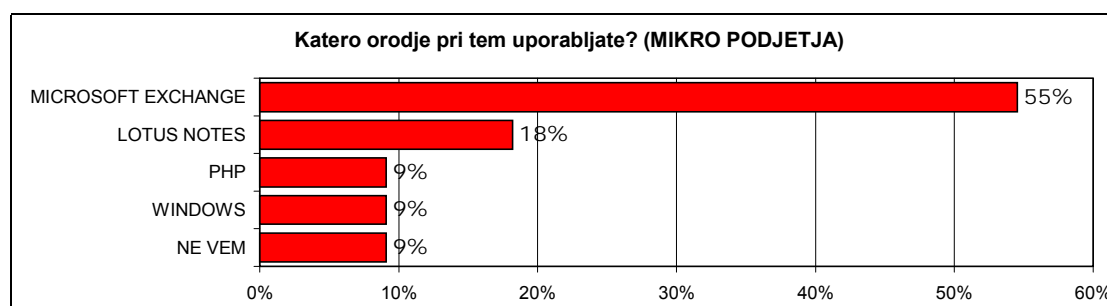
(n=13)

Največ malih podjetij za avtomatizacijo pisarniškega poslovanja uporablja Microsoft Exchange (27 %), sledijo pa mu Microsoft Office, Intranet in ostala orodja.



(n=22)

Tudi v malih podjetjih je najpogosteje uporabljeno orodje za avtomatizacijo pisarniškega poslovanja Microsoft Exchange, sledi mu Lotus Notes in ostala orodja.



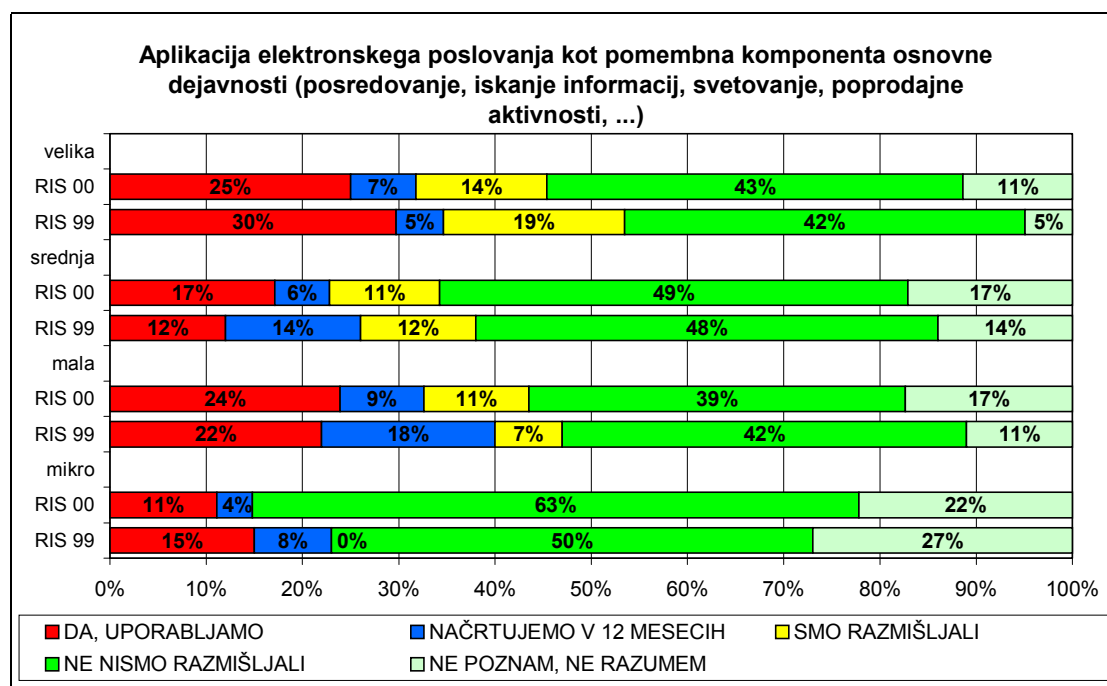
(n=11)

Poudariti velja, da je število navedb majhno, nekatere pa tudi ilustrirajo specifično razumevanje tega pojma, posebej v manjših podjetjih, kjer je razvidno, da v resnici ne gre za pravo avtomatizacijo pisarniškega poslovanja.

7.2 Osnovna dejavnosti

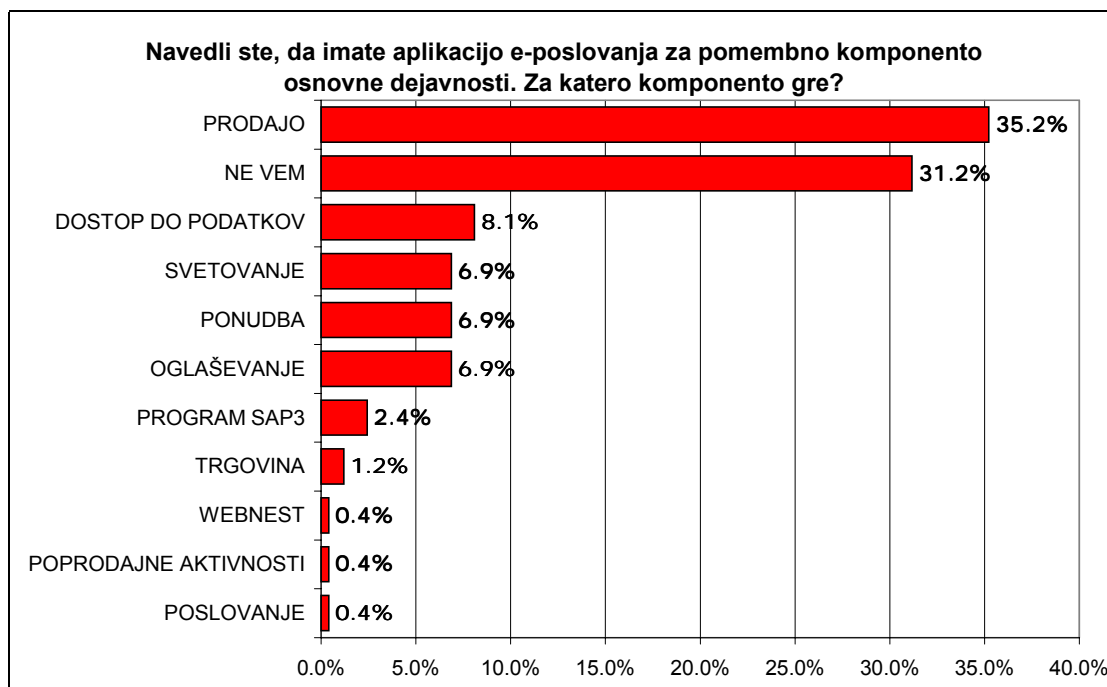
Aplikacijo elektronskega poslovanja pri pomembni komponenti osnovne dejavnosti uporablja četrtnina velikih in malih podjetij ter petina srednjih in desetina mikro podjetij.

V primerjavi z lanskim letom v nobeni velikostni skupini podjetij ni prišlo do bistvenih sprememb pri uporabi aplikacije e-poslovanja kot pri pomembni komponenti dejavnosti. Aplikacije e-poslovanja še vedno ne pozna desetina velikih podjetij ter približno petina podjetij iz ostalih velikostnih skupin, ravno tako pa o njej sploh ne razmišlja 43 % velikih podjetij, polovica srednjih podjetij, 40 % malih podjetij in skoraj dve tretjini mikro podjetij.



(RIS 99: n=64,43,43,26), (RIS 00: n=44,35,46,27)

Večina vprašanih podjetij aplikacijo elektronskega poslovanja uporablja v namene prodaje, približno desetina podjetij pa jo uporablja tudi za dostop do podatkov, za svetovanje, ponudbo in oglaševanje. Ker je na vprašanje odgovorilo le 16 podjetij, pa tega ne moremo reči za celotno populacijo slovenskih podjetij.



(n=16)

7.3 Aplikacije za izmenjavo poslovnih dokumentov

Lastno aplikacijo za izmenjavanje standardiziranih oblik poslovnih dokumentov s poslovnimi partnerji uporablja približno četrtina velikih, srednjih in mikro podjetij ter slaba petina malih podjetij.

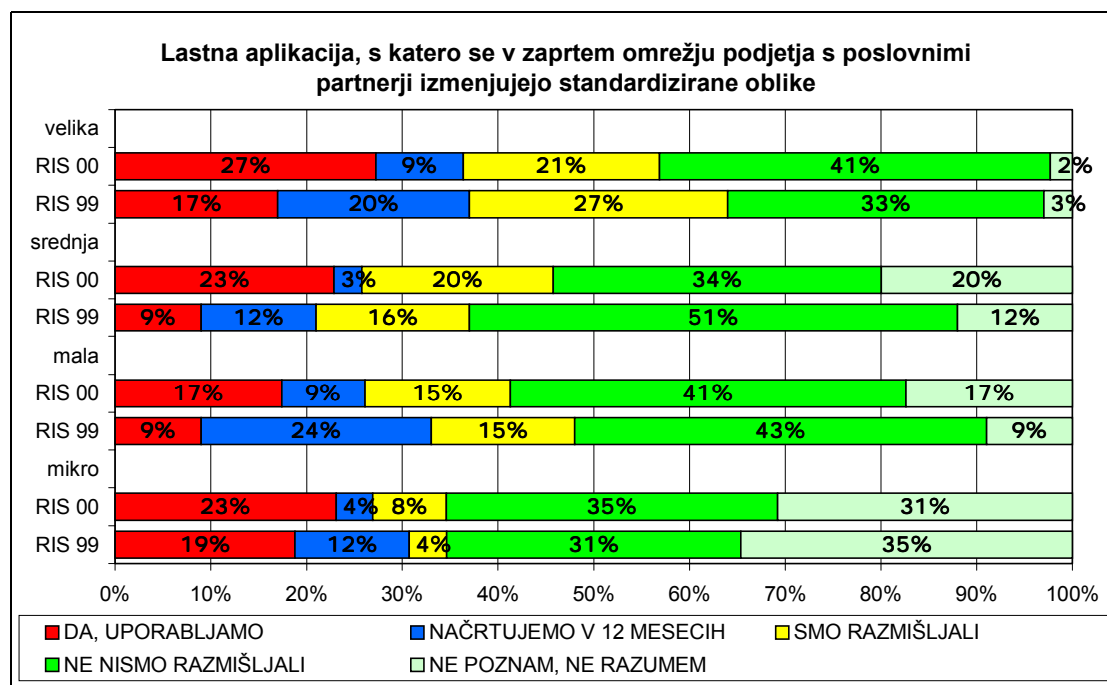
V primerjavi z lanskim letom to aplikacijo uporablja približno enak delež velikih, malih in mikro podjetij ter višji delež srednjih podjetij (zaradi premajhnega števila proučevanih enot v ostalih skupinah ne moremo govoriti o statistično značilnih spremembah).

Približno petina srednjih in malih podjetij in slaba tretjina mikro podjetij tovrstne aplikacije ne pozna, ravno tako pa o njeni uvedbi sploh ne razmišlja 40 % velikih in malih podjetij ter dobra tretjina srednjih in mikro podjetij.

Načrti za uvedbo te aplikacije v prihodnjem letu so skromni; videti je, da so tehnološko razvita podjetja takšno aplikacijo že vzpostavila, ostali pa tega še ne načrtujejo.

Med mikro podjetji tudi redko razmišljajo o tovrstni aplikaciji, medtem ko v ostalih velikostnih skupinah podjetij o njej razmišlja petina velikih in srednjih podjetij in 15 % malih podjetij.

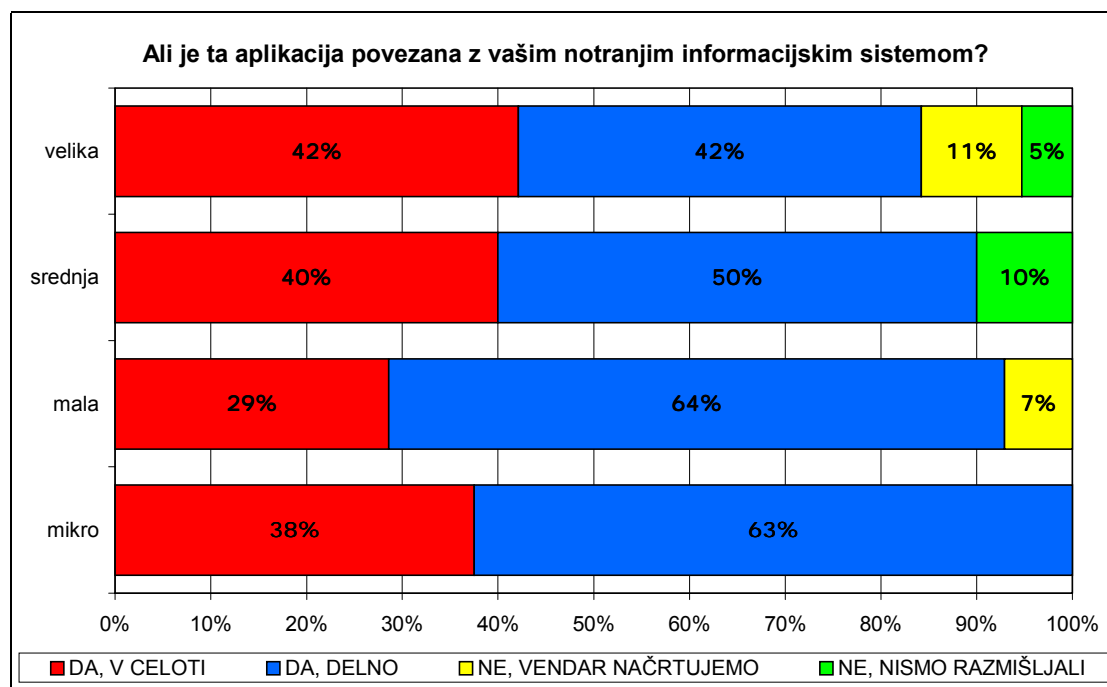
V populaciji torej v grobem govorimo o nekaj sto podjetjih s takšnimi aplikacijami.



(RIS 99: n=64,43,43,26), (RIS 00: n=44,35,46,27)

Podjetja, ki imajo lastno aplikacijo za izmenjavo standardiziranih oblik poslovnih dokumentov s poslovnimi partnerji, le-to v večini primerov tudi vsaj delno povezujejo s siceršnjim informacijskim sistemom. V celoti je aplikacija povezana z informacijskim sistemom pri samo 40 % velikih, srednjih in mikro podjetjih ter pri slabi tretjini malih podjetij.

Splošno gledano pa ta aplikacija ni v celoti integrirana v informacijski sistem podjetja..



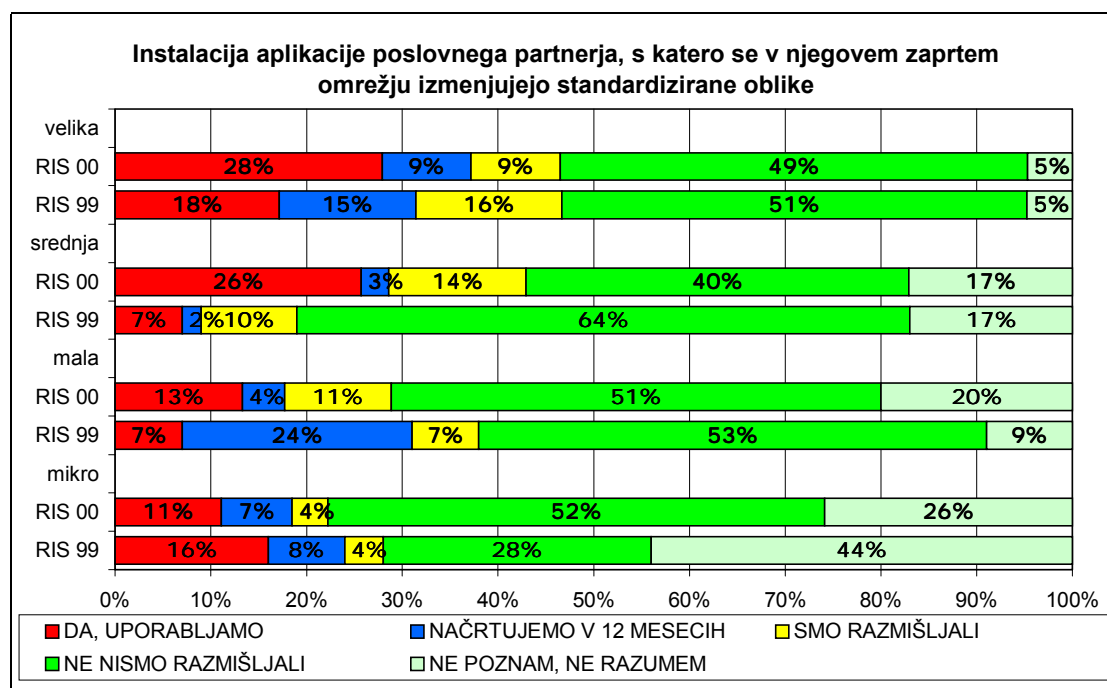
(n=19,10,14,8)

7.4 Aplikacije poslovnega partnerja

Podoben delež podjetij, ki uporablja lastno aplikacijo za izmenjavo standardiziranih oblik s poslovnimi partnerji uporablja tudi instalacijo aplikacije poslovnega partnerja za izmenjavo standardiziranih oblik.

V primerjavi z lanskim letom je v vseh velikostnih skupinah podjetij (razen v mikro podjetjih) opazna rahla rast deleža podjetij, ki tovrstno aplikacijo uporabljajo. Med mikro podjetji se je precej zmanjšal delež podjetij, ki te aplikacije ne poznajo, v srednjih podjetjih pa se je precej zmanjšal delež podjetij, ki o tovrstni aplikaciji ne bi vsaj razmišljali.

Načrti za uvedbo aplikacije v prihodnjem letu so – za razliko od prejšnjih let - dokaj skromni. Tudi podjetja, ki bi o uvedbi aplikacije vsaj razmišljala, so razmeroma redka.



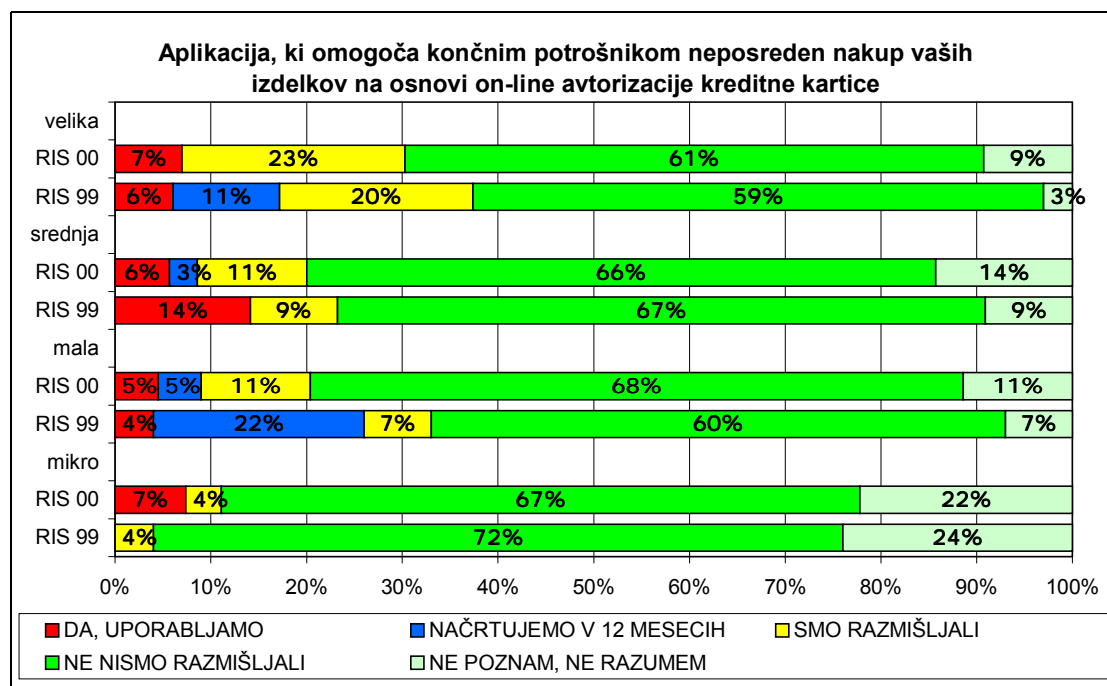
(RIS 99: n=64,43,43,26), (RIS 00: n=44,35,46,27)

7.5 On-line avtorizacija kreditne kartice

Podjetja še v najmanjši meri uporabljajo aplikacije elektronskega poslovanja, ki omogočajo potrošnikom neposreden nakup izdelkov ali storitev na osnovi on-line avtorizacije kreditne kartice. Tovrstno aplikacijo uporablja namreč manj kot vsako deseto podjetje.

V primerjavi z lanskim letom se stanje ni bistveno spremenilo. Odstotki so nizki in tudi nenatančni.

Podjetja, ki bi o uvedbi aplikacije vsaj razmišljala, so redka – čeprav bistveno bolj številna kot podjetja, ki tako aplikacijo že imajo - še redkejša pa so podjetja, ki bi uvedbo aplikacije načrtovala že v naslednjem letu. Med anketiranimi v velikih in mikro podjetjih uvedbe nove tovrstne aplikacije v naslednjem letu ne načrtuje nobeno podjetje. Očitno je tudi, da se ne uresničujejo niti napovedi iz prejšnjih let.



(RIS 99: n=64,43,43,26), (RIS 00: n=44,35,46,27)

V spodnji tabeli je prikazana ocena absolutnega števila tretjine slovenskih podjetij za uporabo aplikacije, ki omogoča končnim potrošnikom nakup izdelkov na osnovi on-line avtorizacije kreditne kartice. Podatki so uteženi na celotno populacijo, zato nam število podjetij, pomnoženo s tri, predstavlja oceno dejanskega števila slovenskih podjetij, glede na uporabo proučevane aplikacije.

Ocenjujemo, da aplikacijo, ki omogoča končnim potrošnikom neposreden nakup na osnovi on-line avtorizacije kreditne kartice, uporablja 500 slovenskih podjetij ($183 \times 3=549$). Ocena je tokrat le slabo ilustrativna, saj izhaja pri mikro podjetjih na samo dveh enotah – ki so v taki oceni tudi sicer precenjena - podobno tudi pri ostalih podjetjih.

Ocena je previsoka tudi v primerjavi z oceno obsega on-line nakupne košarice iz prejšnjega razdelka, kjer smo prišli do bolj realne ocene o okoli sto podjetjih.

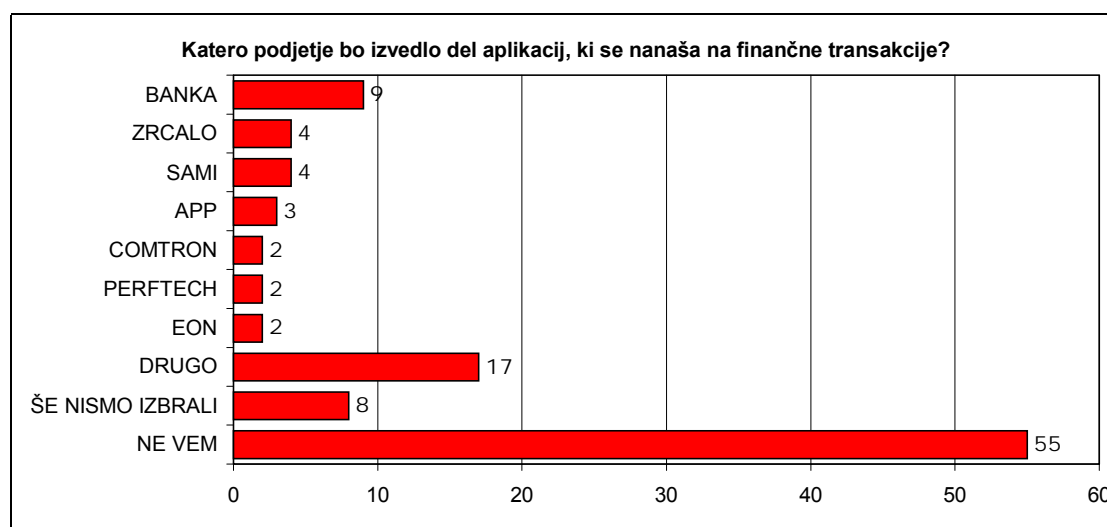
Uporaba aplikacije, ki omogoča končnim potrošnikom neposreden nakup vaših izdelkov na osnovi on-line avtorizacije kreditne kartice										
	velika		srednja		mala		mikro		SKUPAJ	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
DA, UPORABLJAMO	9	7%	12	6%	33	9%	128	7%	183	7%
NAČRTUJEMO V 12 MESECIH	1	1%	6	3%	33	9%			41	1%
SMO RAZMIŠLJALI	33	24%	24	11%	83	11%	64	4%	205	7%
NE NISMO RAZMIŠLJALI	83	60%	139	66%	496	68%	1156	67%	1876	67%
NE POZNAM, NE RAZUMEM	13	9%	30	14%	83	11%	385	22%	511	18%
SKUPAJ	140	100%	212	100%	730	100%	1733	100%	2816	100%

V spodnjem grafu je prikazano, koliko podjetij, ki imajo ali načrtujejo on-line prodajo, bi izbralo posamezna podjetja za izvedbo dela aplikacije, ki se nanaša na finančne transakcije. V grafu so prikazana le podjetja, za katera so/bi se odločila vsaj dva anketirana. Ostala podjetja (za izvedbo aplikacije za finančne transakcije) so združena v kategorijo »drugo«. Ravno tako so v kategoriji »banke« združena anketirana podjetja, ki so/bi se odločila za banke, ne glede na to, katero banko bi izbrala.

Podrobnejši seznam podjetij za finančne transakcije, ki so jih (jih bodo) izbrali anketirani, je prikazan v spodnji tabeli.

Ugotovimo lahko, da večina podjetij še ne ve, katero podjetje jim bo/je naredilo aplikacijo za finančne transakcije oz. podjetja za izvedbo aplikacije za finančne transakcije še niso izbrali.

Največ podjetij (9 od 106) je/bo za izvedbo aplikacije za finančne transakcije izbralo banke, štiri podjetja so se odločila za Zrcalo, štiri podjetja bodo aplikacijo izvedla sama, tri podjetja navajajo Agencijo za plačilni promet, dve podjetji sta (bosta) izbrali Perftech in dve podjetji sta se (se bosta) odločili za EON. Ostalih 17 podjetij bi izbralo druga podjetja.



(n=106)

Spodnja tabela prikazuje posamezna podjetja, ki so (bodo) izvedla del aplikacij, ki se nanašajo na finančne transakcije.

Katero podjetje bo izvedlo del aplikacij, ki se nanaša na finančne transakcije		
podjetje	frekvenca	
<i>SAMI</i>	4	
<i>ZRCALO</i>	4	
banka	<i>BANKA</i>	4
	<i>BANKA - SKB</i>	2
	<i>BANKA CELJE</i>	1
	<i>BANKA - NLB</i>	1
	<i>BANKA PRO</i>	1
	<i>VEREINS BANK (NEMČIJA)</i>	1
	<i>APP</i>	3
<i>COMTRON</i>	2	
<i>BON</i>	2	
<i>PERFTECH</i>	2	
drugo	<i>ALCOM LJUBLJANA</i>	1
	<i>ARNE</i>	1
	<i>BASS</i>	1
	<i>EDICO</i>	1
	<i>GHER</i>	1
	<i>GRAD</i>	1
	<i>IBM</i>	1
	<i>INFORMATICA</i>	1
	<i>MADISON SYSTEMS</i>	1
	<i>NETLINK</i>	1
	<i>NIKI PROGRAM</i>	1
	<i>SAP</i>	1
	<i>TUJI LASTNIK</i>	1
	<i>VIPA</i>	1
	<i>VIS VELENJE</i>	1
	<i>ZASLON</i>	1
<i>ŠE NISMO IZBRALI</i>	8	
<i>NE VEM</i>	55	
SKUPAJ	106	

8. PERSPEKTIVE ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA

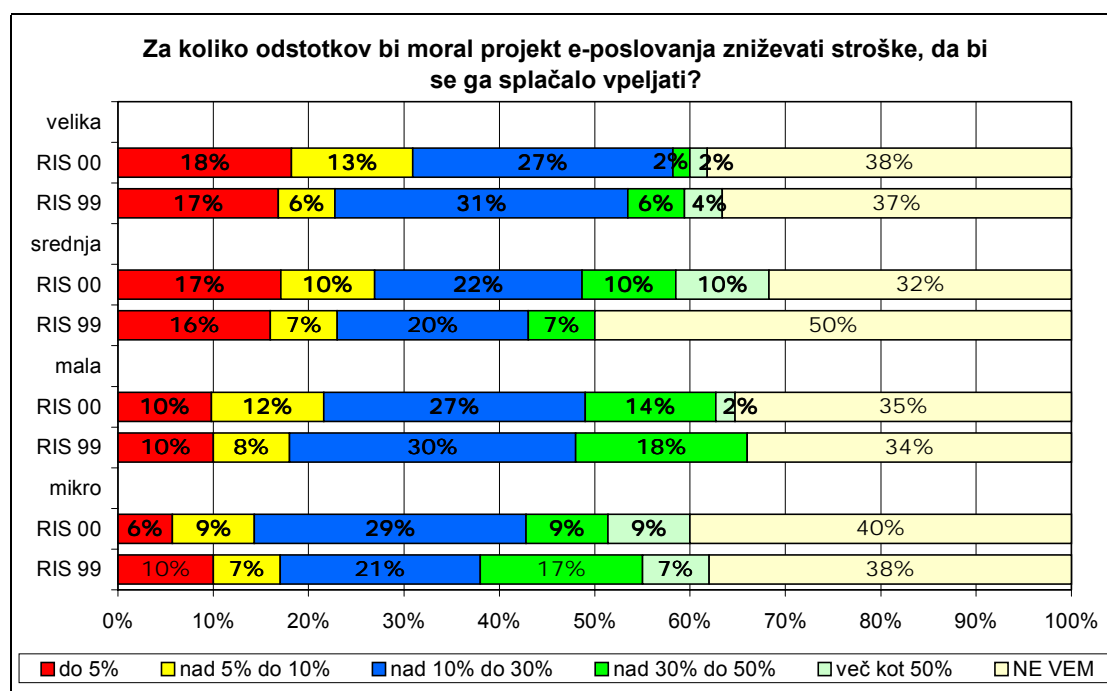
➤ *Naslednji vprašani sta bili zastavljeni tretjini podjetij, ki že uporabljajo elektronsko poslovanje oz. uporabo e-poslovanja načrtujejo.*

8.1 Obseg znižanja stroškov

Podobno kot lansko leto anketirani v podjetjih večinoma ne vedo, za koliko bi se morale elektronsko poslovanje poceniti, da bi bila njegova uporaba smotrna. Tisti, ki so na vprašanje odgovorili in navedli odstotek pocenitve, so večinoma navajali nizke odstotke. Na podlagi rezultatov lahko sklepamo, da so anketiranci slabo seznanjeni z vpeljavo in uporabo elektronskega poslovanja.

V primerjavi z lanskim letom v ocenjevanju ni bistvenih sprememb. Izjema so le srednja podjetja, kjer je letos več anketiranih kot lani menilo, da ve, za koliko bi se e-poslovanje moralo poceniti, da bi bila njegova uvedba smotrna.

Večina podjetij, ki se zmore opredeliti, postavlja mejo med 10 – 30 %.



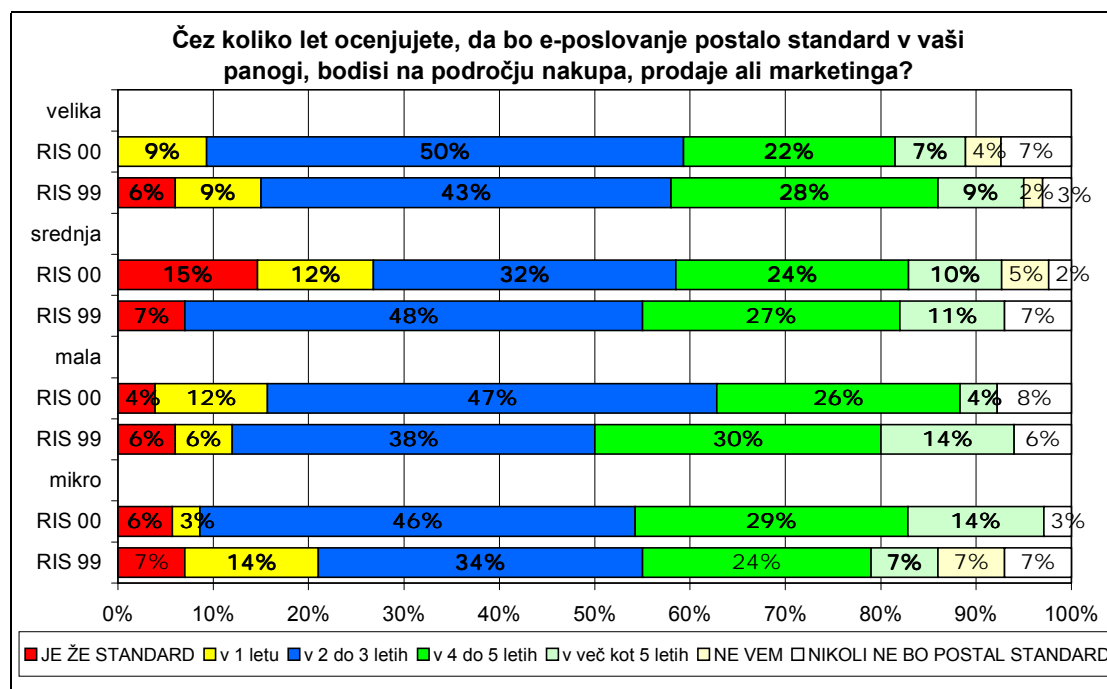
8.2 E-poslovanje kot standard

Podobne zaključke ponuja tudi spodnji graf, ki prikazuje, v kolikem času podjetja pričakujejo, da bo elektronsko poslovanje postalo standard poslovanja v njihovi panogi.

Največ anketiranih je prepričanih, da bo proces standardizacije e-poslovanja končan v 2 do 3 letih, nekaj jih meni, da je proces že končan, le slaba desetina pa je prepričana, da v njihovi panogi do tega sploh ne bo prišlo.

Večina podjetij torej meni, da bo e-poslovanje standard v 2-3 letih, več kot tri četrtine podjetij, pa meni, da se bo to zgodilo v petih letih.

Ob tem velja spomniti, da je na vprašanje odgovarjala le dobra polovica podjetij, ki uporablja ali načrtuje elektronsko poslovanje.

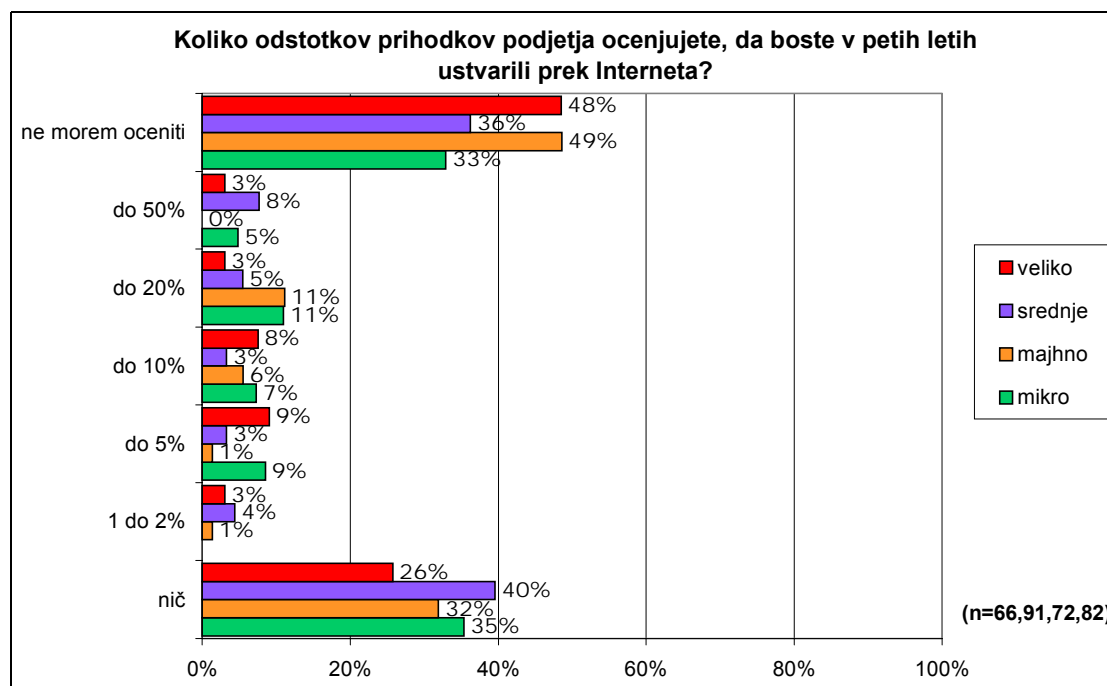


(RIS 99: n=64,43,46,26), (RIS 00: n=54,31,41,54)

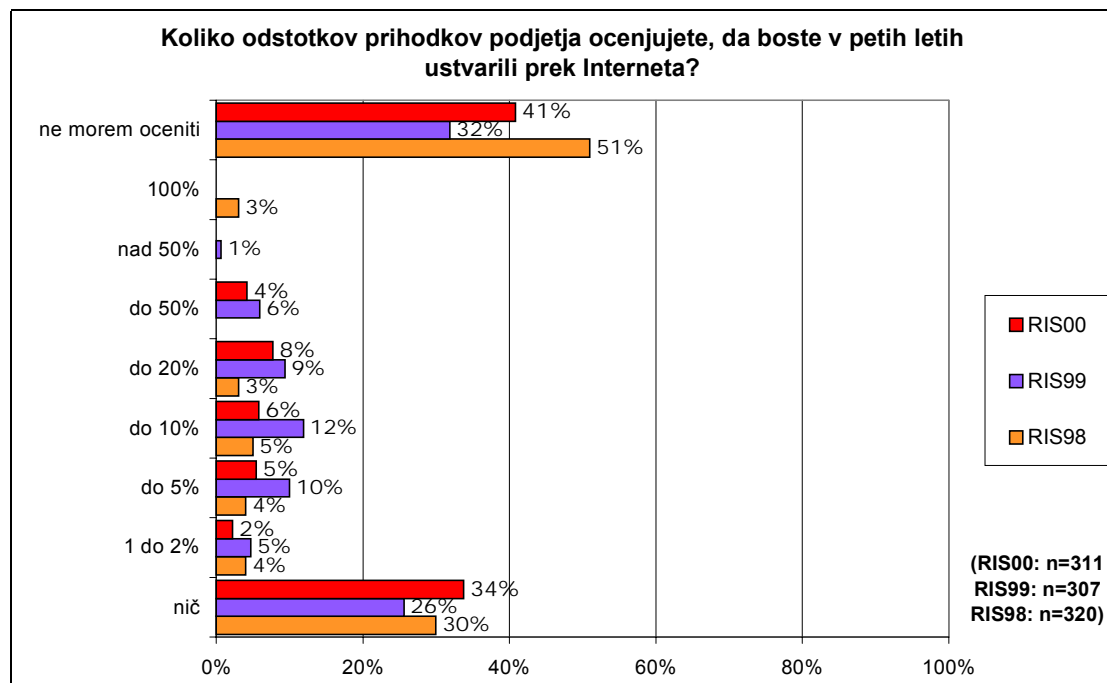
8.3 Pričakovani prihodki

- *Vprašanje o pričakovanih prihodkih prek Interneta smo zastavili tretjini podjetij, ki imajo ali načrtujejo Internet.*

Vsako tretje majhno in mikro, četrtnina velikih in kar 40 % srednjih podjetij ocenjuje, da v naslednjih petih letih prek Interneta ne bodo ustvarili nobenih dohodkov. Od 1 % do 10 % prihodkov prek Interneta pričakuje skupno petina velikih, 7 % srednjih, 8 % majhnih ter 16 % mikro podjetij. Od 10 % do 50 % prihodkov bodo po ocenah anketiranih ustvarili v 16 % mikro, desetini majhnih, 13 % srednjih ter le 6 % velikih podjetij. Zanimljivo število anketiranih meni, da bodo prek Interneta ustvarili več kot 50 % prihodkov, noben anketirani pa ni dejal, da pričakuje, da bodo prek Interneta ustvarili več kot 50 % ali celo ves (100 %) prihodek. Med največjimi in velikimi podjetij razlik ni.



Pričakovanja podjetij o prihodku prek Interneta se zmanjšujejo. V letu 1999 ni nobenih prihodkov pričakovalo 26 % podjetij, letos pa že 34 %. Od 1 % do 10 % prihodkov je lani pričakovala dobra četrtina podjetij, letos pa le še 15 %.



Četrtnina podjetij (25 %), ki ocenjujejo, da bodo v naslednjih petih letih dohodek ustvarila tudi prek Interneta, bodo v povprečju na tak način ustvarila 15 % prihodkov podjetja, izračun s populacijsko utežjo pa kaže, da bodo podjetja v naslednjih petih letih prek Interneta povprečno ustvarila 16 % dohodkov. Če z vrednostjo nič (0) vključimo v izračun 75 % podjetij, ki tega niso znala oceniti oziroma prihodkov ne pričakujejo, se delež zmanjša na 4 %. Pri tem podjetij, ki ne načrtujejo dostopa, še vedno nismo upoštevali. V petih letih torej preko Interneta podjetja načrtujejo okoli 4 % prihodkov.

Ocena se zaradi neustaljenih pojmov očitno razhaja z oceno, da bo v petih letih e-poslovanje postalo standard med-podjetniškega poslovanja.

Koliko odstotkov prihodkov podjetja ocenjujete, da boste v petih letih ustvarili prek Interneta?						
	povprečna ocena	st. odklon	st. napaka	min.	max.	n
Veliko	11,0	9,3	2,2	1	30	17
Srednje	15,3	11,0	2,4	1	30	22
Majhno	13,6	6,2	1,7	1	20	14
Mikro	16,9	13,3	2,6	5	50	26
<i>Skupaj (vzorčna utež)</i>	<i>14,6</i>	<i>10,9</i>	<i>1,2</i>	<i>1</i>	<i>50</i>	<i>79</i>
<i>Skupaj (populac. utež)</i>	<i>16,3</i>	<i>12,3</i>	<i>0,3</i>	<i>1</i>	<i>50</i>	<i>6270</i>

9. MEDNARODNE PRIMERJAVE

Mednarodne primerjave na področju e-poslovanja so v splošnem težavne, predvsem zaradi neuskrajene metodologije in terminologije. V nadaljevanju si oglejmo eno boljših poročil na tem področju (*Use of ICT in Nordic enterprises 2000*¹), saj se v nordijskih državah s tovrstnim merjenjem najdlje ukvarjajo. Opozoriti velja, da so seveda zaradi različnih metodologij spodnje primerjave le grobe in okvirne.

Iz navedenega poročila za leto 2000 tako razberemo, da uporablja Internet za finančne transakcije 55% (Švedska) do 71% (Danska) podjetij, kar za Slovenijo ne predstavlja bistvenega zaostajanja, saj pri nas – kot smo videli v razdelkih 4.2-4.3 - uporablja Internet v te namene 35% (mikro) - 55% (velika) podjetij.

Podobno velja tudi za naročanje, za kar uporablja Internet 58% podjetij nordijskih držav, v Sloveniji pa je (razdelek 4.3) delež podjetij, ki vsaj občasno uporabljajo Internet tudi za naročanje, okoli polovice.

Tudi v pogledu standardizirane računalniške izmenjave podatkov (RIP/EDI) Slovenija ne zaostaja, saj o tem poroča 17% (Švedska) do 30% (Danska) nordijskih podjetij. V Sloveniji so ti odstotki – če kot EDI upoštevamo tudi aplikacijo APP – izjemno visoki, saj o RIP poroča od 42% (velika podjetja) do 22% (mala podjetja). Odstotki so verjetno še višji, saj nekatera podjetja z RIP niso razumela aplikacije elektronskega prometa APP. Pri vprašanju uporabe elektronskega plačilnega prometa z APP v poročilu *RIS - elektronsko bančništvo* namreč izhaja, da to storitev uporablja že tri četrtine velikih podjetij in večina malih podjetij. Tudi po podatkih same APP namreč aplikacijo uporablja tretjina pravnih oseb v Sloveniji, kamor pa so všteta vsa mikro podjetja in javne organizacije, kjer je uporaba bistveno manjša.

Določeno zaostajanje se v Sloveniji pokaže pri deležu podjetij, ki preko e-poslovanja generirajo prihodke. V nordijskih državah se delež podjetij, ki generirajo preko e-poslovanja vsaj 2% prihodkov, giblje v intervalu 5-7% vseh podjetij. V Sloveniji pa obstajajo tovrstni in nezanemarljivi prihodki le v desetini malih, srednjih in velikih podjetij - v mikro podjetjih pa jih praktično ni - in tudi v teh podjetjih gre za manjšino prihodkov. Kljub temu obstaja določen delež podjetij – groba ocena je pod 1% odstotka podjetij – saj smo v neuteženem podzorcju okoli 300 podjetij našli 5 podjetij (razdelek 6.3), ki preko e-poslovanja generirajo več kot 2% vseh prihodkov.

Povzamemo lahko, da je Slovenija razmeroma razvita, vsaj na navedenem osnovnem nivoju e-poslovanja. Podobno ugodni zaključki izhajajo tudi iz primerjav s Kanado in Avstralijo². Vse navedeno pa seveda ne pomeni, da ne obstajajo kaki drugi manj ugodni vidiki. Informacijske tehnologije in e-poslovanje so namreč nadvse kompleksen pojav s širokim spektrom fenomenov. Izrazite in poenostavljene posplošitve, ki temeljijo le na nekaterih vidikih, zato niso primerne.

¹ http://www.dst.dk/dst/dst.asp?o_id=2487

² <http://www.abs.gov.au/ausstats/abs@.nsf/0/9C7742890ADEC989CA2568A900139423?Open>