

**UNIVERZA V MARIBORU
EKONOMSKO-POSLOVNA FAKULTETA, MARIBOR**

DIPLOMSKO DELO

Poslovni učinki e-poslovanja
Business effects of electronic business

Kandidatka: Meta Plankl
Študentka rednega študija
Številka indeksa: 81641194
Program: visokošolski strokovni
Študijska smer: finance in bančništvo
Mentor: dr. Samo Bobek

Maribor, avgust 2009

**UNIVERZA V MARIBORU
EKONOMSKO-POSLOVNA FAKULTETA
MARIBOR**

DIPLOMSKO DELO

Poslovni učinki e-poslovanja

Business effects of electronic business

Kandidatka: Meta Plankl
Študentka rednega študija
Številka indeksa: 81641194
Program: visokošolski strokovni
Študijska smer: finance in bančništvo
Mentor: dr. Samo Bobek

Maribor, avgust 2009

PREDGOVOR

Globalna razširjenost interneta in njegova uporaba v poslovne namene, je nedvomno pripomogla k hitri rasti podjetij, ki elektronsko poslovanje s pridom izkoriščajo za povečevanje prodaje, za povezovanje med potrošniki in podjetjem, za notranje poslovanje podjetja in za poslovanje med podjetji.

Informacijska doba sili podjetništvo v vse bolj elektronski način poslovanja, ki postaja vse nujnejši za obstanek v konkurenčnem okolju. Elektronskega poslovanja si brez sodobne informacijske in telekomunikacijske tehnologije ne moremo zamišljati. Podjetjem in celotnemu gospodarstvu omogoča zmanjševanje stroškov poslovanja, pridobivanje novih prihodkov in izboljšanje odzivnega časa pri izvajanju poslovnih procesov.

V diplomski nalogi sem opredelila elektronsko poslovanje, vrste in poslovne modele takšnega načina poslovanja ter ekonomski vpliv elektronskega poslovanja. Predstavljeni so tudi njegovi pravni vidiki in zgodovinski razvoj le-tega. Uporabniki se morajo zavedati tudi negativnih plati elektronskega poslovanja ter biti z njimi seznanjeni. V delu so zato obravnavane tako prednosti kot tudi pomanjkljivosti. O podrobnostih elektronskega poslovanja v podjetjih sem pisala v četrtem poglavju, katero je zajelo tudi pomen, uporabo elektronskega poslovanja v Sloveniji, ter pripravljenost slovenskih podjetij na elektronsko poslovanje. V zadnjem poglavju so predstavljeni učinki elektronskega poslovanja, kateri so najpomembnejši vzroki, zaradi katerih se posamezna organizacija odloči za elektronsko poslovanje.

Projekti uvajanja sistemov e-poslovanja so strateški in kompleksi projekti. Tovrstni projekti zahtevajo precejšnje resurse, pa vendar njihova uspešnost ni zagotovljena. Organizacije morajo minimizirati tveganja s tem, da se osredotočijo na kritične dejavnike uspeha uvajanja e-poslovanja.

KAZALO

1 UVOD.....	5
1.1 Opredelitev problema, ki je predmet raziskave.....	5
1.2 Namen, cilji in trditve diplomskega dela.....	5
1.3 Predpostavke in omejitve raziskave	6
1.4 Predvidene metode raziskave	6
2 ELEKTRONSKO POSLOVANJE.....	8
2.1 Opredelitev elektronskega poslovanja.....	8
2.2 Ekonomski vpliv elektronskega poslovanja	9
2.3 Zgodovinski razvoj elektronskega poslovanja	11
2.4 Vrste elektronskega poslovanja	12
2.5 Poslovni modeli elektronskega poslovanja.....	14
2.6 Pravna ureditev elektronskega poslovanja	16
3 PREDNOSTI IN SLABOSTI ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA.....	18
3.1 Prednosti e-poslovanja.....	18
3.2 Pomanjkljivosti e-poslovanja	20
4 ELEKTRONSKO POSLOVANJE V PODJETJIH.....	22
4.1 Pomen elektronskega poslovanja.....	22
4.2 Uporaba elektronskega poslovanja v Sloveniji	22
4.2.1 Vse več podjetij s spletno stranjo	26
4.2.2 Naj e-podjetje v Sloveniji	27
4.3 Pripravljenost slovenskih podjetij na elektronsko poslovanje.....	27
5 POSLOVNI UČINKI	30
5.1 Učinki uvajanja e-poslovanja	30
5.2 Metode vrednotenja e-poslovnih projektov	32
5.3 Ovire pri uvajanju e-poslovanja	32
6 SKLEP	34
7 POVZETEK	35
8 SEZNAM LITERATURE	38

1 UVOD

1.1 Opredelitev problema, ki je predmet raziskave

Svet, v katerem živimo, postaja vedno bolj vse hitreje spreminjajoč, te spremembe pa so povezane z informacijami in s hitrostjo njihovega pretoka. Obvladovanje velikega števila informacij ni enostavno, vendar je za današnji čas nujno. Pomembno orodje, ki nam pomaga pri obvladovanju velikega števila informacij, ki nas danes obkrožajo, pri tem pa se tudi zelo hitro spreminjajo, je elektronsko poslovanje.

Internet je kot nov komunikacijski medij prinesel silovit napredek na področju elektronskega poslovanja, ki je dobilo nove razsežnosti. Internet je znižal stroške za učinkovito komunikacijo, odprl poti do novega načina poslovanja in novih trgov, povečal učinkovitost, omogočil vpeljavo večpredstavnih storitev in zagotovil, da je gospodarstvo postalo globalno, podjetja pa globalno povezana.

Elektronsko poslovanje lahko opredelimo kot optimizacijo poslovnih aktivnosti podjetij, s pomočjo digitalne tehnologije. Razvoj elektronskega poslovanja je aktualen proces, ki je prisoten na vseh področjih poslovnega sveta, usmerjen v uporabo sodobnih dosežkov informacijske tehnologije za namen poslovnega komuniciranja, izmenjave podatkov in dokumentacije. Elektronsko poslovanje omogoča podjetjem, da povežejo svoje notranje in zunanje procese bolj učinkovito in fleksibilno.

Razvito elektronsko poslovanje predstavlja konkurenčno prednost vsakega podjetja, zato je v razvitem svetu že skoraj nuja.

1.2 Namen, cilji in trditve diplomskega dela

Namen

Namen diplomskega dela je v prvem koraku predstavitev elektronskega poslovanja, nato opredeliti njegove prednosti in pomanjkljivosti. V zadnjem delu bom predstavila elektronsko poslovanje v podjetjih pri čem me bodo zanimali razlogi za uvajanje elektronskega poslovanja in pri tem doseženi poslovni učinki.

Cilj

Cilji diplomske naloge so:

- opredeliti elektronsko poslovanje, prikazati njegov pomen in vlogo za podjetja
- predstaviti razvoj elektronskega poslovanja
- predstaviti pravni vidik elektronskega poslovanja
- predstaviti prednosti in pomanjkljivosti posameznih oblik elektronskega poslovanja z vidika podjetja

Osnovne trditve

Trdim, da naraščajoč tempo življenja prinaša v vsakdan posameznika vse manj časa. To je tudi poglavitni vzrok za priljubljenosti elektronskega poslovanja, saj prinaša tako za posameznike kot tudi za podjetja ugodne rešitve.

Prav tako tudi trdim, da je lahko uporaba elektronskega poslovanja faktor, ki zmanjšuje stroške v podjetju.

Odgovornost za dovednost novih tehnologij je na strani posameznikov in podjetij.

Nezadostna znanja o elektronskem poslovanju so v podjetju lahko poglavitni vzrok pri zaviranju izrabe le-tega.

1.3 Predpostavke in omejitve raziskave

Predpostavljam, da se zaradi hitrega razvoja tehnologije poslovanje širi in se vse bolj prenaša v elektronsko obliko. Uporaba elektronskega poslovanja danes še lahko predstavlja konkurenčno prednost, kratkoročno pa bo elektronski način poslovanja že nuja.

Uvedba elektronskega načina poslovanja je še zmeraj odvisna od vodilnih managerjev v podjetju in od njihove naklonjenosti k uporabi informacijske tehnologije. Prav tako ima veliko odgovornost pri odločitvi o uvedbi elektronskega poslovanja področje poslovanja podjetja.

Omejitev pri pisanju diplomskega dela predstavlja problem pridobivanja ažurnih podatkov, kajti le-ti bodo uporabni pri raziskavi takšnega dinamičnega področja.

Pri proučevanju problema se bom omejila samo na dostopne podatke in podatke, ki niso zaupne narave.

Pri pisanju diplomskega dela bom uporabila domačo in tujo literaturo, članke, razne raziskave ter internetne vire. V teoretičnih izhodiščih se bom omejila na teoretična spoznanja. Glede na obsežnost pojma poslovnih učinkov se bom omejila predvsem na njihov vpliv v področju elektronskega poslovanja.

Pri proučevanju problema se bom časovno omejila na zadnje desetletje in na območje Slovenije in EU.

1.4 Predvidene metode raziskave

Pri proučevanju teme bom uporabila deskriptiven pristop, metodo deskripcije za opisovanje teoretičnih dejstev pri teoretičnih izhodiščih in za opisovanje pojmov. Uporabila bom tudi kompilacijske metode, s pomočjo katerih bom primerjali mnenja in ugotovitve različnih avtorjev, ki se nanašajo na obravnavano področje. Za dokazovanje resničnosti trditve pa bom s pomočjo združevanja posameznih delov v celoto uporabila metodo sinteze.

Podatke bom zbrala v knjižnici (učbeniki, revije, časopisi) s pomočjo aktualne domače in tuje literature, s pomočjo knjižnično informativnega sistema Cobiss.

Vsi podatki bodo urejeni ter obdelani s pomočjo računalniškega programa Word in Excel ter v celoti prikazani v diplomskem delu.

2 ELEKTRONSKO POSLOVANJE

2.1 Opredelitev elektronskega poslovanja

E-poslovanje pomeni elektronsko izmenjavo podatkov (informacijske tokove) med podjetji, posamezniki in državno upravo. Vsebine e-poslovanja so skoraj neomejene in vključujejo vse poslovne aktivnosti, ki se med navedenimi udeleženci pojavljajo (Bobek S., S. Sternad).

Elektronsko poslovanje lahko opredelimo kot optimizacijo poslovnih aktivnosti podjetij, s pomočjo digitalne tehnologije. V današnjem času je to predvsem naloga internetnih tehnologij. Elektronsko poslovanje omogoča podjetjem, da povežejo svoje notranje in zunanje procese bolj učinkovito in fleksibilno. Povezovanje z dobavitelji in partnerji postaja tesnejše, kar nenazadnje omogoča boljše zadovoljevanje potreb kupcev oz. potrošnikov. V praksi to pomeni vzpostavljanje novih prodajnih poti, s pomočjo elektronskega trgovanja, tesnejših povezav s kupci in partnerji, ter boljšo učinkovitost s sistemi za upravljanje znanja. E-poslovanje je lahko vodeno preko interneta, intranetov in zavarovanih privatnih ektranetov.

Obstajajo različne definicije elektronskega poslovanja, ni pa neke splošno sprejete definicije, saj je področje elektronskega poslovanja zelo široko. Elektronsko poslovanje obsega računalniško izmenjavo podatkov (RIP), delovanje spletne trgovine, elektronsko trgovanje, elektronsko trženje, elektronsko naročanje, elektronsko borzno poslovanje, elektronsko bančništvo, elektronsko zavarovalništvo, elektronske finančne prenose, svetovanje na daljavo, računalniško podprto skupinsko delo, delo na daljavo, pouk na daljavo, elektronske avkcije in podobno. Vsebinsko pomeni elektronsko poslovanje prodajo blaga in storitev, plačevanje, prodajo informacij, bančne transakcije, izmenjavo dokumentov in listin, storitve trženja in komuniciranja, podporo decentraliziranemu poslovno-informacijskemu sistemu organizacij, nakupovanje v spletnih trgovinah, opravljanje dela na daljavo, nudenje pomoči na daljavo, izvajanje pouka na daljavo ter storitve državne uprave na daljavo.

V Beli knjigi o e-poslovanju v malih in srednjih podjetjih (White book, European Commission, 1997) se e-poslovanje opredeljuje kot proces poslovnih aktivnosti, kjer se uporabljajo elektronske tehnologije, metodologije in postopki (II. del, str. 37). Skrajšano se e-poslovanje opredeljuje kot poslovni odnos, kjer partnerja pri izvedbi prodaje ali nakupa storitve ali blaga uporabljata računalnike in omrežja (II del, str. 3).

Toplišek (1999, 4) opredeljuje e-poslovanje kot dejavnost, ki obsega:

- elektronsko izmenjavo podatkov kot način dela,
- širok obseg poslovanja: blago in storitve, plačevanje, pred- in poprodajne aktivnosti, delovanje javnih služb,
- potrošnike, podjetja in državo (javne službe) kot tri glavne skupine udeležencev.

Udeleženci elektronskega poslovanja so posamezniki (podjetniki, raziskovalci, managerji, občani, kulturni delavci, študenti, učitelji, dijaki, upravni delavci), podjetja, bolnišnice, muzeji, galerije, univerze, izobraževalne organizacije in državni organi. Gre za poslovanje znotraj posameznih skupin in za poslovanje med skupinami (Jerman-Blažič, 2001, str. 1289).

V angleščini uporabljajo dva izraza, ki označujeta e-poslovanje (npr. Turban idr. 1999, Laudon 1998):

- e-commerce, ki se je pojavil prvi, in
- e-business, ki se v zadnjem času vse bolj uveljavlja.

E-commerce se razume kot elektronsko trgovanje in je pomensko ožji izraz, saj naj bi vseboval le proces nakupovanja, prodaje, izmenjave proizvodov in storitev ter informacij preko računalniškega omrežja. Obsega naslednje sestavine (Toplišek 1998, 4):

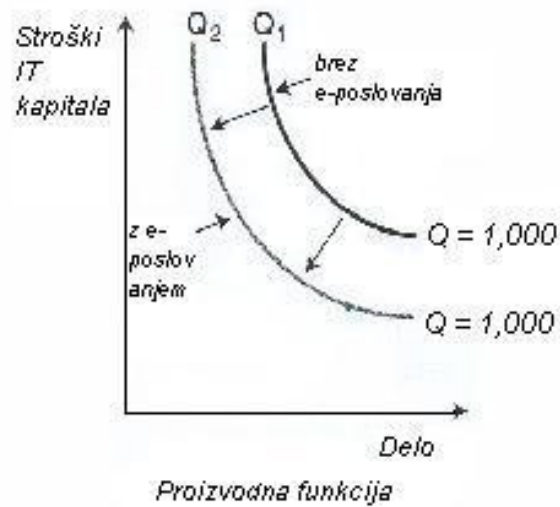
- Način dela: elektronsko izmenjavanje podatkov (deloma tudi samodejne transakcije in informacijske tokove),
- Vsebine poslovanja so skoraj neomejene: blago, storitve, delovanje državnih organov in javnih služb,
- Glavne tri skupine udeležencev so podjetja/podjetniki, državne oziroma javne službe in posamezniki (potrošniki, uporabniki). Poslovaje poteka znotraj teh skupin in med njimi.

Danes se vse pogosteje uporablja izraz E-business, ki širše opredeljuje elektronsko poslovanje in naj bi vključeval tudi servisiranje kupcem oziroma poprodajne storitve, sodelovanje s poslovnimi partnerji in sklepanje transakcij znotraj organizacije. Ta, širši koncept elektronskega poslovanja vključuje tudi elektronsko bančništvo, plačilni promet na daljavo, elektronsko plačevanje, storitve na zahtevo, elektronsko zavarovalništvo, informacijsko-komunikacijske storitve, delo na daljavo, distribucijo v digitalni obliki in podobno (Toplišek 1998, 17).

2.2 Ekonomski vpliv elektronskega poslovanja

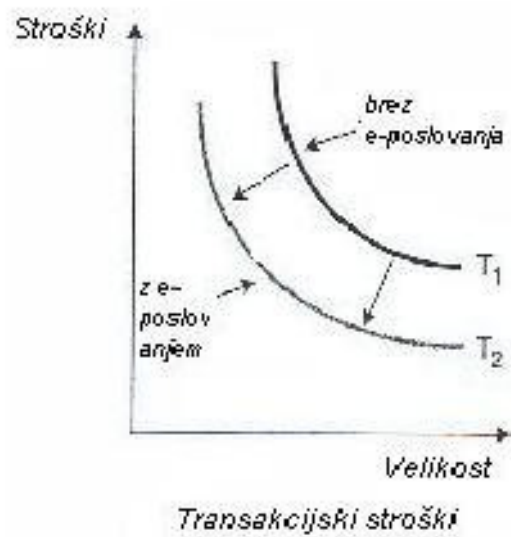
Elektronsko poslovanje prinaša drugačne ekonomske vplive kot klasično poslovanje. Proizvodna funkcija (slika 1) prikazuje, da lahko podjetje ob istem obsegu proizvodnje (Q), zniža stroške dela z investicijo v informacijsko tehnologijo. Pri tradicionalnem poslovanju zmanjšamo transakcijske stroške (slika 2) s povečanjem obsega poslovanja, kar nam pri elektronskem poslovanju uspe tudi pri manjšem obsegu poslovanja. Administrativni stroški (slika 3) pri tradicionalnem poslovanju naraščajo z rastjo podjetja, elektronsko poslovanje pa nam omogoča rast poslov, ne da bi se značilno povečali administrativni stroški (Turban, King, 2002, 22-25).

SLIKA 1: EKONOMSKI VPLIV ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA - PROIZVODNA FUNKCIJA



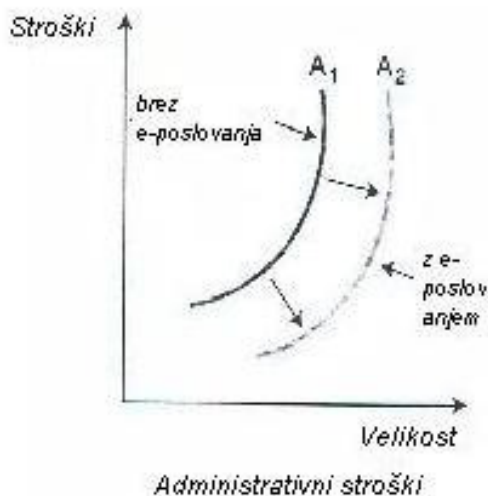
Vir: Turban, King, 2002, str. 24

SLIKA 2: EKONOMSKI VPLIV ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA - TRANSAKCIJSKI STROŠKI



Vir: Turban, King, 2002, str. 24

SLIKA 3: EKONOMSKI VPLIV ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA - ADMINISTRATIVNI STROŠKI



Vir: Turban, King, 2002, str. 24

E-poslovanje kot posledica uvajanja sodobne internetne tehnologije spreminja način dela, način življenja in tudi način mišljenja vseh udeležencev. Dejstvo je, da smo ponovno priče spremembam, povzročenim z dosežki razvoja internetne tehnologije, ki jih niso napovedovali niti največji strokovnjaki (Pravna fakulteta, 2003).

2.3 Zgodovinski razvoj elektronskega poslovanja

Že v 80. letih prejšnjega stoletja so se podjetja povezovala s svojimi poslovnimi partnerji preko specializiranih računalniških omrežij in med seboj izmenjevala različne podatke, kar jim je omogočilo učinkovitejše delo in znižanje stroškov. To povezovanje se je najprej imenovalo elektronska izmenjava podatkov (Electronic Data Interchange – EDI), pri nas pa tudi RIP (računalniško izmenjevanje podatkov). Namenjeno je neposrednemu sprejemanju in posredovanju naročil, računov in ostalih dokumentov (dobavnic, prevzemnic, izdajnic...) med poslovnimi partnerji. Organizacije so tako z namenom medsebojnega sodelovanja razvile lastne standarde za komunikacijo in izmenjavo podatkov ter zgradile privatna računalniška omrežja, imenovana »omrežja z dodatno vrednostjo« (Value-Added Networks –VAN).

Potrebe po tesnejšem povezovanju med podjetji, ki so bile posledica svetovnih gospodarskih razmer, in potreba po brezpapirnem (elektronskem) poslovanju so vodila v razvoj vse kompleksnejših (in dražjih) omrežjih poslovnih partnerjem, ki so si jih lahko privoščila le največja podjetja. To je tudi glavni razlog, da se RIP ni uveljavilo tako kot bi se lahko, dokler se ni začela popolna raba interneta (Baloh et al. 2002, 24).

Prvi razcvet e-poslovanja se je začel šele s komercializacijo interneta ter vzpostavitvijo svetovnega spleta oziroma www (World Wide Web) leta 1991 in liberalizacijo telekomunikacij. Internet in ostala omrežja, ki temeljijo na TCP/IP protokolu, predstavljajo v nasprotju z omrežji, ki uporabljajo neinternetne protokole npr. X400, Ansi X 12 ali

EDIFACT, manjše stroške, zato postaja e-poslovanje vse bolj dosegljivo tudi majhnim podjetjem in posameznikom. Podjetja se med seboj in znotraj samih sebe ne povezujejo več preko VAN omrežij, ampak preko eksranetov in intranetov. S svetovnim spletom je bilo podjetjem, ki so prej uporabljala RIP na omrežjih z dodano vrednostjo, lažje preiti na poslovanje preko interneta, saj so lahko obdržala sistem, ki je bil programiran za RIP izmenjavo. Takšni sistemi se imenujejo hibridni EDI (COHAN 2002, 30, 31).

Mnogi avtorji ocenjujejo, da je elektronsko poslovanje glavino vzpona opravilo v letu 1996, ko je tehnologija interneta in na njo vezanih aplikacij dozorela. Internet je znižal stroške za učinkovito komunikacijo, odprl pot do novega načina poslovanja in s tem novih trgov, povečal učinkovitost, omogočil vpeljavo večpredstavnih storitev in zagotovil, da je ekonomija postala globalna, gospodarske organizacije pa globalno povezane (Blažič 2001, 16).

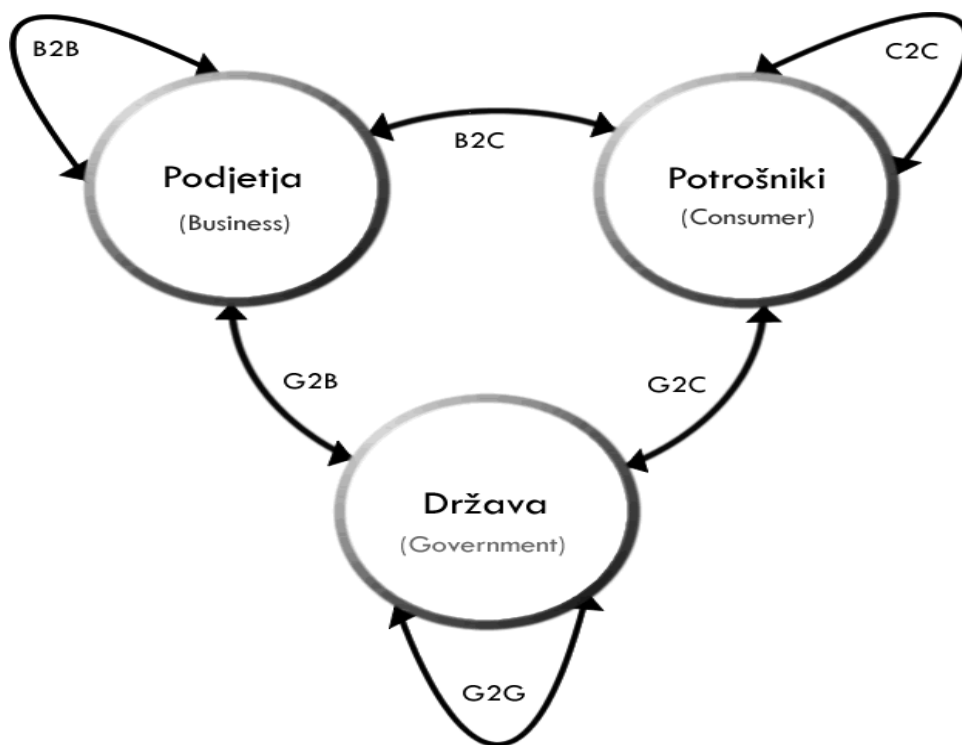
2.4 Vrste elektronskega poslovanja

Elektronsko poslovanje danes pomeni poslovati elektronsko oziroma natančneje poslovati v elektronski obliki z uporabo informacijske in komunikacijske tehnologije (Kovačič at al. 2009, 55).

Nekateri avtorji navajajo naslednjo delitev:

- Podjetja s potrošniki ali B2C (Business-to-Customer), kjer gre za oglaševanje, omogočanje dostopa do informacij ali pa prodajo fizičnih in digitalnih izdelkov ter storitev preko interneta oziroma najpogosteje svetovnega spleta.
- Poslovanje med podjetji B2B (Business-to-Business), ki ima največji potencial, da je v to skupino spadalo 77% vrednosti elektronskih transakcij že leta 2000.
- Trgovanje med potrošniki ali C2C (Customer-to Customer), kjer so najbolj znani avkcijski sistemi.
- Potrošniki s podjetji ali C2B (Consumer-to-Business), to so združenja potrošnikov, ki na ta način dosegajo ugodnejše cene pri proizvajalcih.
- Država in državljani ali G2C (Government-to-Consumer), kjer gre za storitve države, na primer administrativne postopke, izdajanje potrdil, oddajanje vlog in podobno.
- Država in podjetja ali G2B (Government-to Business), ki vsebuje različne postopke, ki potekajo med podjetji in upravo.

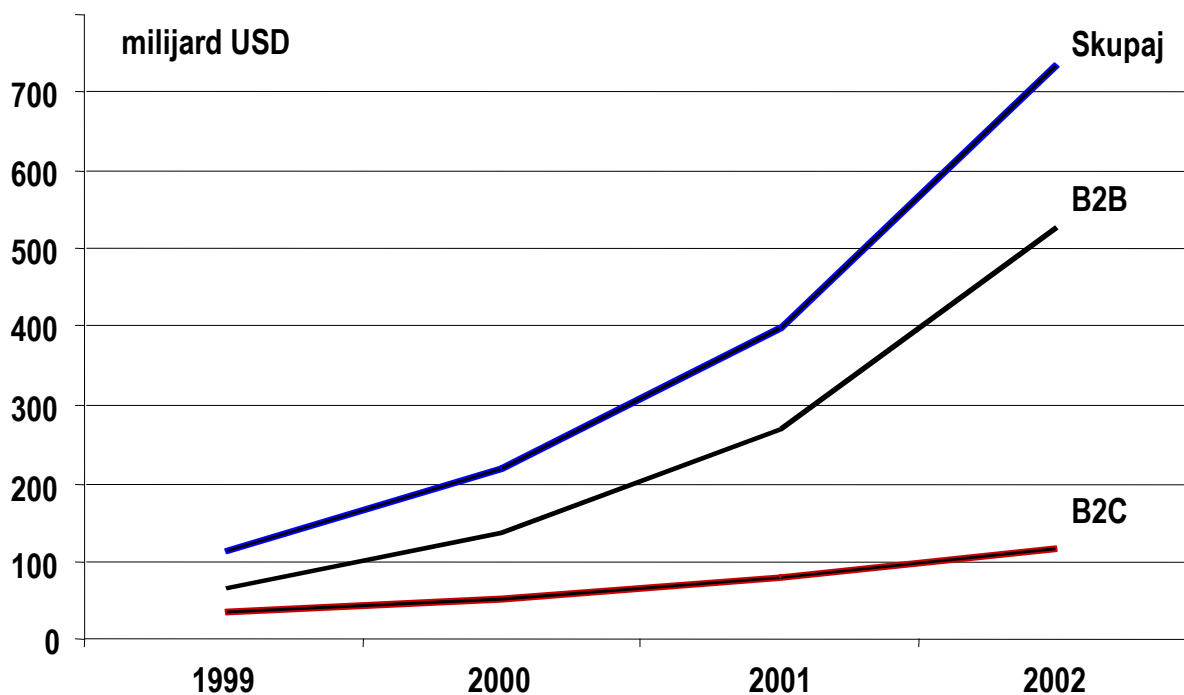
SLIKA 4: VRSTE ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA



Vir: Gradišar M. at. al, 2007

Po ocenah analitikov pomeni elektronsko poslovanje med podjetji, merjeno v vrednosti transakcij, najpomembnejši delež elektronskega poslovanja. Zajema različne oblike poslovanja od elektronskega bančništva za pravne osebe, povezav med podjetjem in njegovimi dobavitelji oziroma podjetjem in njegovimi strankami, do sodelovanja v virtualnih organizacijah. Elektronsko poslovanje med podjetji in potrošniki je pogosto zmotno opredeljeno kot najpomembnejša oblika elektronskega poslovanja (Kovačič at al. 2009, 56)

SLIKA 5: VREDNOST E-POSLOVANJA V SVETOVNEM MERILU



Vir: Gradiš M. at al.

2.5 Poslovni modeli elektronskega poslovanja

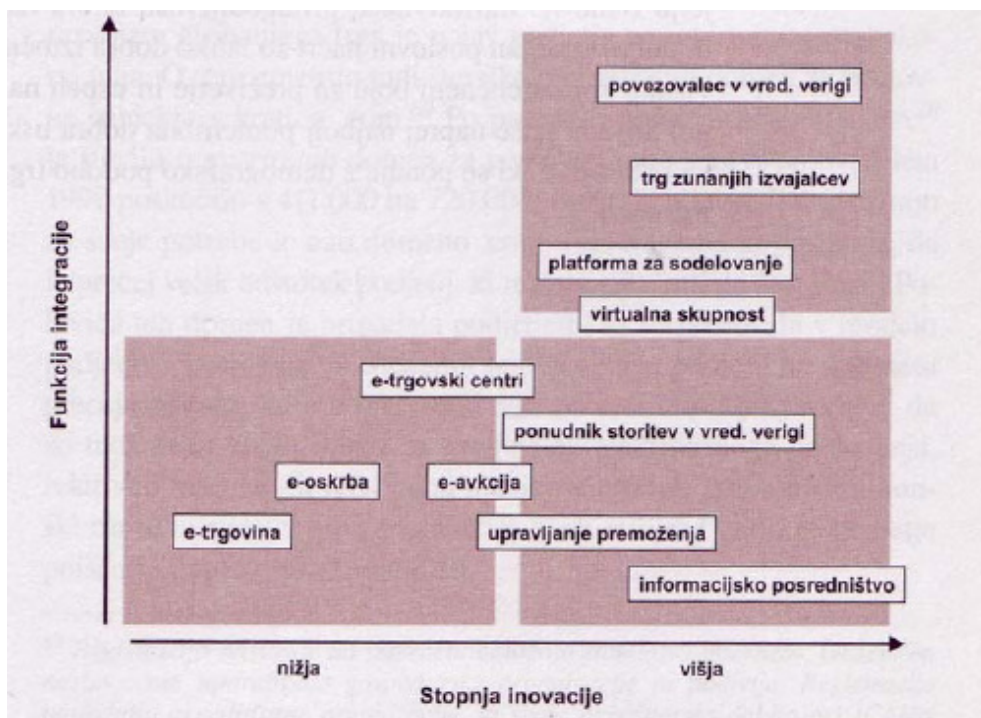
Model e-poslovanja je način poslovanja, s katerim organizacija dosega dodano vrednost na podlagi interneta kot distribucijske poti. Poslovni model je osnovni indikator, kako potekajo procesi in kaže, kako so poslovne funkcije povezane med sabo. Spremembe konkurenčnega okolja naj bi vedno spremenile tudi poslovne modele.

Najbolj značilni poslovni modeli, ki so se pojavili z elektronskim poslovanjem, so (Turban, King, 2002, 13-15):

- On-line, neposredno trženje, je najbolj osnoven model, podoben klasičnemu modelu prodaje, le da se prodaja preko interneta. Ta model ponavadi izloči posrednike pri prodaji.
- Elektronski sistem za zbiranje ponudb je poznan tudi pod imenom obrnjena avkcija. Ta sistem ponavadi uporabljajo vladne ustanove, velika podjetja pri nakupu proizvodov ali storitev, če je ta sistem v elektronski obliki, podjetje prihrani veliko časa in denarja, saj omogoča večjo preglednost.
- »Določi svojo ceno« omogoča, da kupci postavijo ceno, ki so jo pripravljani plačati za nek proizvod/storitev, nato pa sistem poizkuša poiskati v svoji bazi določenega dobavitelja, ki je pripravljen ta proizvod/storitev prodati po tej ceni.
- »Najdi najboljšo ceno«: v tem primeru kupec določi proizvod/storitev, ki jo namerava kupiti in potem sistem poišče v svoji bazi najugodnejšega ponudnika.

- »Pridruženo« trženje je primer, ko na spletni strani podjetja ali celo posameznika oglašujejo tudi druga podjetja, ki imajo na tej strani svoj logotip ali oglasni prostor in s klikom nanj preusmerja obiskovalce te spletne strani na njihovo domačo stran. Če se pri takšnem preusmerjanju zgodi nakup, podjetje, ki oglašuje na določeni strani podjetja ali posameznika, tej osebi oz. podjetju plača dogovorjeni znesek denarja.
- »Živo« trženje temelji na pošiljanju oglasnih sporočil drugim ljudem (od ljudi do ljudi), saj naj bi to povečalo prepoznavnost blagovne znamke ali imena podjetja ali celo prepričalo prijatelje, da se vključijo v določen program.
- »Skupinsko nabavljanje« je model, primeren predvsem za posameznike ter srednja in mala podjetja, ki sami ne nakupujejo velikih količin. Kadar nabavljajo skupinsko, naročajo večje količine in tako so deležni količinskega popusta.
- On-line avkcije; on-line nakupovalci dajo svoje ponudbe za določen proizvod/storitev, ki se nato proda kupcu z najvišjo dano ponudbo.
- Proizvodi/storitve po kupčevih specifikacijah; lep primer je podjetje Nike, ki na svojih spletnih straneh omogoča kupcem, da si sami oblikujejo športni copat.
- Elektronske tržnice so virtualni prostori, kjer se srečujejo prodajalci in kupci. Poznamo več vrst e-tržnic: javne, zasebne, horizontalne, vertikalne (na njih se srečujejo zgolj podjetja iz ene vrste industrije). V zadnjem času se veliko malih podjetij vključuje v elektronske tržnice.
- Izboljšave preskrbovalnih verig; v tradicionalnem poslovanju je preskrbovalna veriga linearna, kar jo naredi počasno, drago in z veliko napakami, medtem ko pri elektronskem poslovanju povezave med objekti/subjekti preskrbovalne verige ne potekajo več linearno, ampak v vseh smereh preko središčnega posrednika.

SLIKA 6: RAZVRSTITEV MODELOV E-POSLOVANJA



Vir: Jerman-Blažič in drugi, 2001, 41

2.6 Pravna ureditev elektronskega poslovanja

Uporaba informacijske tehnologije in z njo povezano elektronsko izmenjevanje sporočil ter hranjenje pomembnih dokumentov v digitalni obliki v vsakodnevnem gospodarskem in upravnem poslovanju je vse večja in z uveljavitvijo interneta dobiva še močnejši zagon. Vendar pa pomanjkanje ustrezne zakonske ureditve lahko znatno ovira sporočanje pravno pomembnih in zavezujočih informacij v elektronski obliki in povzroči splošno pravno negotovost. Zato je nujno zagotoviti pravno varnost najširše uporabe elektronskega poslovanja v domačem in mednarodnem gospodarstvu. Na to dejstvo opozarjajo tudi različna priporočila vseh pomembnejših mednarodnih organizacij, kot so Organizacija združenih narodov, Evropska unija, Svet Evrope in druge (Center Vlade RS za informatiko, 2001).

Pri tem gre za pravno problematiko, ki ureja splošno in zelo široko področje. Obsega prenos podatkov med računalniki v med pogodbenimi partnerji dogovorjenem standardu (računalniška izmenjava podatkov), izmenjavo elektronskih sporočil z uporabo javnih ali zaščitene standardov preko javnih ali zasebnih omrežij oziroma najbolj splošno prenašanje golega besedila v elektronski obliki.

Ustrezna zakonodaja omogoča varno izvajanje elektronskega poslovanja ne samo v posamezni državi, temveč tudi preko državnih meja. Zaradi tega je nujno zagotoviti pravno varnost najširše definicije uporabe elektronskega poslovanja v domačem in mednarodnem poslovanju, pri čemer je treba upoštevati interese proizvajalcev, prodajalcev in kupcev (Jerčan - Blažič 2001, str. 161).

Slovenija se je s pristopom k Evropskemu pridružitvenemu sporazumu obvezala, da bo zakonodajo postopno uskladila s pravom Evropske unije. Junija 2000 je bil sprejet Zakon o elektronskem poslovanju in elektronskem podpisu (ZEPEP, Uradni list RS, 57/2000), leta 2001 pa Uredba o pogojih za elektronsko poslovanje in podpisovanje (Uradni list RS, 77/2000 in 2/2001).

Cilji ZEPEP so zlasti (Štefe 2004, 47):

- spodbuditi hitrejši tehnološki razvoj elektronskega poslovanja,
- odstraniti ovire za elektronsko poslovanje s posebnim poudarkom na izenačenju varnega elektronskega podpisa z lahkoročnim podpisom,
- določiti jasna pravila za izmenjavo elektronskih sporočil in pravila za uporabo elektronskega podpisa,
- vzpostaviti mednarodno priznanje podpisov,
- vzpostaviti jasna pravila za urejanje dejavnosti overiteljev elektronskih podpisov.

Država je z Zakonom o elektronskem poslovanju in elektronskem podpisu dosegla vrsto ciljev, med katerimi naj omenimo samo najpomembnejše. Država je z zakonom spodbudila hiter tehnološki razvoj elektronskega poslovanja ter odstranila normativne ovire za elektronsko poslovanje s posebnim poudarkom na izenačitvi zanesljivih elektronskih oblik s klasično papirno obliko in izenačitvi varnih ter zanesljivih elektronskih podpisov z lastnoročnim podpisom. Zakon je namreč vzpostavil jasna in predvidljiva pravila za izmenjavo elektronskih sporočil ter pravila za uporabo elektronskega podpisa. Zakon pa zagotavlja tudi, da je slovenska pravna ureditev elektronskega poslovanja in elektronskega podpisa usklajena s podobno tujo, predvsem evropsko in mednarodno ureditvijo, ter tako zagotavlja mednarodno priznavanje elektronskih podpisov (Silič 2001, 3-6).

Zagotovitev zakonske podlage še ne zagotavlja, da je problematika varnosti v elektronskem poslovanju rešena. Podana so le minimalna določila elektronskega poslovanja, ki se glede na področja delovanja dopolnjujejo še z drugimi zakoni in predpisi, ki podrobneje predpisujejo način delovanja. Kljub temu lahko ugotovimo, da je naša država v zadnjih nekaj letih postavila trdne temelje pravni ureditvi elektronskega poslovanja. Zato lahko optimistično zremo v prihodnost s prepričanjem, da se slovenskemu pravnemu redu na takih temeljih ne bo težko prilagajati čedalje hitrejšemu tehnološkemu napredku in čedalje širši uporabi elektronskega poslovanja tako v poslovnem, upravnem, kot tudi v zasebnem življenju.

3 PREDNOSTI IN SLABOSTI ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA

Uvedba elektronskega poslovanja je s seboj prinesla številne prednosti. V poslovnem svetu se te nanašajo predvsem na majhna in srednje velika podjetja, saj se lahko zaradi nizkih stroškov, ki jih omogoča uporaba internetnih tehnologij povezujejo z večjimi podjetji, hkrati pa s svojo ponudbo konkurirajo ne samo na domačem trgu ampak tudi na svetovnem. Elektronsko poslovanje je pospešilo hitrost transakcij, posledično vpliva na znižanje transakcijskih stroškov, omogoča boljše upravljanje s podatki, zmanjšuje stroške zalog itd. Vse to navaja Radoš (2001) v svojem prispevku kot razloge za eksponentno rast elektronskega poslovanja.

Uspeh poslovanja podjetja preko interneta je primarno odvisen od naslednjih dejavnikov (Gora 2001, 91):

- **vsebina** - obstoj edinstvenih in inovativnih produktov ali storitev z dodano vrednostjo doseženo s prodajo prek interneta,
- **obveza** - angažma, vzdržljivost in resnost, s katerimi je podjetje dejavno v e-poslovanju,
- **skupnost** - zmožnost privezati kritično količino na kupce, da bi kakor hitro je mogoče pokrili začetne stroške,
- **nadzor** - združevanje orodij e-poslovanja v že obstoječe organizacije in informacijsko tehnologijo,
- **tehnologija** - funkcionalnost, stabilnost in prilagodljivost informacijske tehnologije je zaradi visoke dinamike odločilen dejavnik.

3.1 Prednosti e-poslovanja

Medpodjetniško elektronsko poslovanje prinaša številne prednosti. Še zlasti veliko lahko pridobijo majhna in srednje velika podjetja, ki lahko enakovredno z večjimi podjetji konkurirajo na svetovnem trgu. Hitrost transakcij, nižji transakcijski in administrativni stroški, boljše upravljanje s podatki, zmanjšanje stroškov zalog, krajši časi obračanja zalog, krajše dobavne poti, učinkovitejše poprodajne storitve, možnost globalnega poslovanja ter nove tržne priložnosti so le nekatere izmed pozitivnih posledic, ki jih je prinesla uvedba e-poslovanja v podjetjih in zaradi katerih doživlja e-poslovanje eksponentno rast (Skrtnar, 2001)

Prednosti za organizacijo

E-poslovanje ne glede na obliko povezovanja s poslovnimi partnerji ali vrsto prinaša podjetjem neposredne koristi v obliki (Kovačič in drugi 2004, 269-272):

- **Nižji stroški nakupa:** neposredno elektronsko povezovanje organizacijam v procesu nakupa znižuje zlasti stroške na področju samega izvajanja procesa ter izdelave in pošiljanja dokumentov. Avtomatizacija postopkov in prenova poslovnih procesov

omogoča zaposlenim več časa za pogajanja o boljših nakupnih pogojih in ustvarjanje boljših odnosov z dobavitelji.

- **Manjšanje obsega zalog:** slabše kot je organizacija povezana s svojimi dobavitelji, večje so njene potrebne lastne zaloge surovin, materialov in polproizvodov, s katerimi lahko pravočasno oskrbuje svoj proizvodni proces. Organizacije, ki pa so neposredno poslovno in tehnološko povezane v proizvodni verigi, se lahko izognejo dvojnemu skladiščenju tako, da kot izhodno iz proizvodnje oz. vhodno v naslednjo fazo proizvodnje uporabljajo skupno skladišče.
- **Skrajšanje proizvodnega cikla:** e-poslovanje nam v primeru povezovanja organizacije z njenimi pomembnimi dobavitelji in kupci omogoča bistveno hitrejše pošiljanje in sprejemanje naročil, računov, prometnih in ostalih dokumentov. Krajši poslovni cikel med drugim pomeni nižje stroške in hitrejši odziv na dinamične zahteve trga ter s tem bistveno primerjalno prednost pred ostalimi proizvajalci.
- **Razvijanje učinkovitejše in uspešnejše pomoči in povezovanje z odjemalci:** s tem ko organizacija prek interneta omogoči svojim odjemalcem, to je kupcem izdelkov ali uporabnikom storitev, podroben opis svoje ponudbe in neposreden vpogled v stanje oz. status njihovih naročil, lahko močno razbremeni svojo prodajno službo ter dvigne raven zaupanja in zadovoljstva odjemalcev.
- **Znižanje stroškov prodaje in trženja ter ustvarjanje novih tržnih priložnosti:** uporaba interneta odpravlja v primeru potrebe po povečanju prodajnih zmogljivosti fizični problem širitve, ki izhaja iz omejitev možnega števila prodajalcev, ob tem pa skoraj ne povzroča nobenih dodatnih stroškov. Razen tega internet odpira možnosti neposrednega naročanja in odpravlja časovno zamudno ročno izpolnjevanje naročil. Namesto tega se zaposleni lahko bolj neposredno posvečajo prodajnim, zlasti pa poprodajnim aktivnostim, ki ustvarjajo in ohranjajo zadovoljstvo kupca.

Prednosti za potrošnika (Turban 2000, 15-16):

- delovanje e-trgovin 24 / 7 / 365, ne glede na lokacijo,
- velika možnost izbire prodajalcev in proizvodov/storitev ter s tem hitra primerjava ponudbe,
- v nekaterih primerih je možna hitra dostava proizvodov/storitev,
- potrošnik lahko dobi koristne in izčrpne informacije v trenutku, kot pa da bi to trajalo dneve in tedne,
- možnost sodelovanja v virtualnih dražbah,
- možnost medsebojnega sodelovanja potrošnikov in izmenjava (primerjava) njihovih izkušenj,
- pospeševanje konkurence, kar omogoča cenejše nakupe.

Prednosti za družbo (Turban 2000, 16):

- vse več ljudi lahko dela doma, kar pomeni manj potovanja oz. prometa in s tem manjše onesnaževanje okolja,
- zaradi pregleda nad cenami, ljudje kupujejo ceneje in s tem se povečuje življenjski standard manj premožnih ljudi,
- sodobne proizvode/storitve lahko pridobijo prebivalci držav »tretjega sveta« in prebivalci izven mestnih središč,
- e-poslovanje olajšuje dostop do javnih storitev kot so zdravstvene, šolske, socialne ustanove in s tem znižuje stroške distribucije in povečuje kakovost storitev.

3.2 Pomanjkljivosti e-poslovanja

Slabosti e-poslovanja (Lesjak 1998, 15):

- **Pravni vidik**

Za uspešno uporabo elektronskega poslovanja so nujne pravne spremembe. Pravo zaostaja za hitrim napredovanjem informacijske tehnologije in se v današnjem obdobju pospešeno prilagaja in spreminja. Vendar ravno v obdobju sprememb, nedorečenosti predpisov in standardov obstaja možnost zlorab in izkoriščanja pravnih lukenj.

- **Potrebne organizacijske spremembe**

Elektronsko poslovanje pomeni korenito spremembo načina izvajanja poslovnih procesov, kar ima veliko in neposredno povezavo s spremembami v organiziranosti poslovanja podjetij in vpliv nanje. Zato je uvajanje elektronskega poslovanja večkrat bolj organizacijski kot tehnološki problem. Spremembe bodo najbolj pogoste v notranji organizacijski strukturi, zlasti prehod od hierarhičnih organizacijskih oblik v heteroarhične oblike. Vsaka sprememba pa vedno prizadene določen krog zaposlenih.

- **Izobraževanje**

Pri uvajanju elektronskega poslovanja je obvezno potrebno izobraževati zaposlene, saj je proces izobraževanja zaseda izredno pomembno mesto. Težave z izobraževanjem se lahko pojavljajo pri zaposlenih, saj so v večini primerov neustrezno stimulirani, večkrat pa tudi nezainteresirani za nove tehnologije, v katerih vidijo le nujno zlo oz. njihovo odvečnost.

- **Presežki delovne sile**

Popolnejša modernizacija informacijske tehnologije, uvajanje elektronskega poslovanja in s tem avtomatizacije večine opravil, kar cilja tudi na zniževanje stroškov, večkrat vzbujata občutek o negotovi prihodnosti zaposlenih in povzročata odpuščanje odvečne delovne sile. V najboljšem primeru lahko prihaja do prekvalifikacije zaposlenih.

- **Standardi**

V celovitem procesu elektronskega poslovanja različni subjekti ne morejo nastopati brez pravil. Uspeh njihovega delovanja je v veliki meri odvisen od globalno urejenih okvirov, zgrajenih na industrijskih standardih in javnem, pravnem ter s predpisi urejenem okolju.

Pripravo standardov bi bilo treba prepustiti panogi, podlago zanje pa je treba razširiti na vse mednarodne subjekte v mednarodnih forumih.

- **Časovna dimenzija**

Za sprejem novega načina poslovanja ljudje potrebujejo določen čas. Zaradi nasprotovanj spremembam, ki jih povzročajo uvajanje elektronskega poslovanja v podjetje, je za njegovo uspešno vpeljavo nujna ustrezna podpora in toleriranje vodstva.

- **Potrebe po močnejši primarni infrastrukturi**

Za uspešno uporabo elektronskega poslovanja je vsekakor pogoj močna komunikacijska infrastruktura, ki v začetku zahteva večje investicije in s tem tudi večje zagonske stroške.

- **Zloraba/varnost informacij**

Odprtost, enostaven dostop do informacij omogoča tudi enostaven vdor in krajo zaupnih (sicer zaščitenih) informacij. Zagotavljanje varnosti je namreč prvi korak na poti k vzpostavljanju zaupanja, nepogrešljive lastnosti elektronskega poslovanja. Varnost in zasebnost sta pri elektronskem poslovanju še posebej pomembni na finančnem področju. Vdor neavtorizirane osebe lahko povzroči veliko škodo v poslovnem procesu med izmenjavi vpletenih partnerjih. Čeprav se v zadnjem obdobju na področju varnosti in zaščite podatkov v elektronskem poslovanju posveča ogromno pozornosti, verjetno zaradi odprtosti sistema in enostavnega dostopa nikoli ne bo mogoče teoretično zagotoviti 100% zanesljivost in varnost.

- **Potrebe po dobri informacijski organiziranosti in obvladovanju podatkov**

Podatki, ki niso več na papirju, ne gredo več skozi roke ljudi, temveč samo skozi različne računalniške aplikacije. Ljudje pravilnosti podatkov pri vnosu v baze podatkov ne kontrolirajo direktno, zato nimajo več čuta odgovornosti do verodostojnosti in pravilnosti podatkov, in si jih v različnih oblikah izpisujejo.

4 ELEKTRONSKO POSLOVANJE V PODJETJIH

4.1 Pomen elektronskega poslovanja

Za Slovenijo je razvojna usmeritev v pospešeno uvajanje elektronskega poslovanja strateško pomembna. Zlasti zaradi geografske lege države, ki je idealna za razvoj obstoječih in pridobivanje novih poslov. Pa tudi zaradi doseženega stanja elektronskega poslovanja, ki nakazuje vrsto nastavkov za pospešen razvoj.

Na primer osveščenost o pomenu elektronskega poslovanja, pridobljene izkušnje v zadnjih desetih letih, začetna kritična masa strokovnjakov, razpoložljivost tehnologij in strokovnjakov zanje, razširjenost uporabe osebnih računalnikov, razpoložljivost interneta, obseg mobilne telefonije, pravna ureditev elektronskega poslovanja. Na primer plačilni promet, zdravstveno zavarovanje, poslovanje dobaviteljev s proizvajalci avtomobilov, poslovanje nekaterih trgovskih organizacij. Pri tem zanimivem razvoju velja biti aktivno zraven, z vsemi intelektualnimi, ekonomskimi, organizacijskimi in tehnološkimi možnostmi, ki jih v Sloveniji zmoremo (Možina at al. 2002, 640-641).

4.2 Uporaba elektronskega poslovanja v Sloveniji

Podjetji iPROM in Valicon sta maja in junija 2007 izvedli raziskavo o uporabi interneta v Sloveniji, v kateri je sodelovalo 8.046 anketirancev. Poleg področij e-nakupovanja in spletnih dnevnikov se je raziskava osredotočila tudi na uporabo elektronskega bančništva. Spletno banko vsaj nekajkrat letno uporablja približno 17 odstotkov internetnih uporabnikov.

Izkazalo se je, da sta uporabi interneta in e-bančništva tesno povezani, saj 84 odstotkov vsakodnevnih in 80 odstotkov tedenskih uporabnikov e-banke večkrat dnevno uporablja internet. Najpogostejši uporabniki e-bančništva so stari med 30 in 50 let, višje ali visoko izobraženi, zaposleni, imajo otroke in višje dohodke. Po izsledkih raziskave je večina uporabnikov, ki redno opravljajo večino svojih bančnih poslov prek interneta, iz Ljubljane ter večjih krajev z od 10.000 do 100.000 prebivalci. Tisti uporabniki, ki opravijo le do 25 odstotkov svojih bančnih poslov preko e-banke, pa so mlajši, šolajoči se ali nižje izobraženi uporabniki med 10. in 24. letom starosti iz podravske in zasavske regije, ki nimajo prihodkov ali pa so ti zelo nizki.

Raziskava je še pokazala, da tisti, ki dnevno ali tedensko uporabljajo e-bančništvo, v nadpovprečni meri dostopajo do interneta v službenem času. Prav tako do e-banke pogosteje dostopajo prek xDSL-ja, ISDN-ja ali najetih vodov. Tisti, ki e-banko uporabljajo nekajkrat na leto ali redkeje, pa se v internet priklapljajo s klicnim ali kabelskim dostopom. Anketirani, ki spletne bančne storitve uporabljajo manj pogosto, do interneta v večji meri dostopajo od doma (iPROM).

SLIKA 7: PODJETJA V SLOVENIJI POD POVPREČJEM EU PRI NAKUPOVANJU PREKO SPLETA

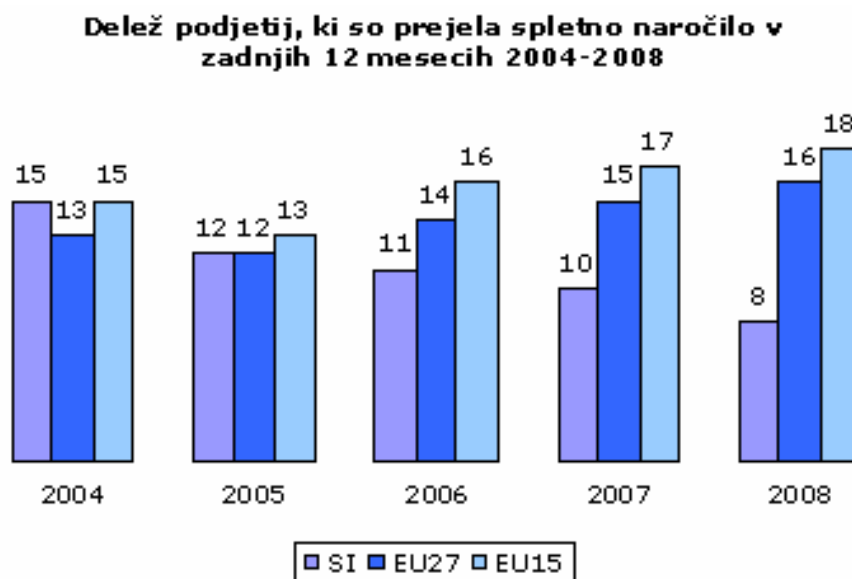
DRŽAVA	PRODAJA PREKO SPLETA V ZADNJEM KOLEDARSKEM LETU, VKLJUČENA SO PODJETJA Z VEČ KOT 10 ZAPOSLENIMI, V %, 2003-2006														
	Delež prodaje				Prejela naročila				Prejela plačila			Kupovala preko spleta			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2006
EU 25		9	10	12		14	12	16		3	3		26	24	29
EU 15			10	12	10	15	13	16	1	3	3	13	28	26	31
Belgija	7	6	9	8	20	18	16	15	3	2	3	22	9	18	16
Češka	6	6	8	7	18	11	13	8	2	2	3	22	19	21	17
Danska	8	12		17	18	25	32	34	3	6	8	22	28	32	34
Nemčija		11	13	14	9	18	16	18	2	3	5	11	47	41	48
Estonija		3	2			8	8			4	5		32	13	
Grčija	1	2	2		7	6	7		1	2	2	7	14	14	
Španija	2	3	3	7	2	2	3	8	0	1	1	3	3	4	15
Francija				17				18							21
Irska	17	18	20	18	14	19	21	23	3	7	9	24	33	41	52
Italija	2	3	2	2	3	7	3	3	0	1	1	4	6	4	10
Ciper			0			5	4	6		2	3		14	15	10
Latvija			1	1			1	2			0			1	3
Litva		2	2	5		5	6	13		2	2		13	7	17
Luksemburg					13	11	10	11	1	2		17	34	22	30
Madžarska			3			6	4			1	1		14	5	
Malta							16		9		5			33	
Nizozemska					17	17	14	23	2	3	2	20	22	20	32
Avstrija	6	7	7	10	12	12	10	15	2	2	2	21	22	22	37
Poljska		3	4	6		4	5	9		1	1		9	9	16
Portugalska	2	5			3	6	9		0	1		9	8	12	
Slovenija				9		15	12	11		4	2		17	15	18
Slovaška			0	0		6	7			1	2		3	7	
Finska	11	13	14	14	17	17	17	14	2	3	3	16	19	19	23
Švedska	12			14	13	20	23	24	2	4	4	23	38	41	44
Velika Britanija	12	14	16	17	20	27	25	30		2	6	27	50	51	20
Bolgarija		4				3				0	1		4		
Islandija	6			8	12			22	4			15			38
Norveška	6	8	15	14	13	13	26	28	6		5	21	27	36	49

Vir: RIS, 2008

Kljub vedno večji širitvi e-poslovanja, pa Slovenija še vedno zaostaja od povprečja EU 15. Iz spodnje tabele lahko razberemo, da so slovenska podjetja, katera imajo več kot 10 zaposlenih, leta 2006 izvršila manj prodaj preko spleta kot razvite države EU. Delež prodaje v slovenskih podjetjih je leta 2006 dosegel le 9%, v članicah EU 15 pa 12%. Prejetih naročil v slovenskih podjetjih v istem letu je bilo 11%, kar je za 5% manj kot v članicah EU 15. Prav tako je bilo v slovenskih podjetjih izvršenih tudi manj nakupov preko spleta in sicer za kar 13% v primerjavi z povprečjem držav EU15.

Iz spodnje tabele lahko razberemo, da so slovenska podjetja v zadnjih letih nadzovala v odstotku prejetih spletnih naročil v primerjavi s povprečjem članic EU 15 in EU 27. V letu 2004 je bil delež podjetij v Sloveniji, ki so prejela spletno naročilo, isti kot v povprečju držav članic EU 15. Leto kasneje pa je bil delež slovenskih podjetij za eno odstotno točko manjši. Največja razlika med podjetji v Sloveniji in članicami EU 15 je vidna leta 2008 in sicer za 10 odstotkov manjšem deležu spletnih naročil.

SLIKA 8: DELEŽ PODJETIJ, KI SO PREJELA SPLETNO NAROČILO V ZADNJIH 12 MESECIH 2004-2008



Vir:RIS, 2008

SLIKA 9: DELEŽ PODJETIJ, KI PREJEMAJO NAROČILA ONLINE

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Avstrija	12	12	10	15	18	15
Belgija	20	18	16	15	18	16
Bulgarija		3		2	1	2
Ciper		5	4	6	7	7
Češka	18	11	13	8	9	15
Nemčija	9	18	16	18	24	
Danska	18	25	32	34	33	20
Estonija		8	8	14	7	11
Španija	2	2	3	8	8	10
EU15	9	15	13	16	17	18
EU25		14	12	15	16	17
EU27		13	12	14	15	16
Finska	18	17	17	14	15	
Francija						13
Grčija	7	6	7	7	6	6
Madžarska		6	4	9	4	4
Irska	14	19	21	23	27	25
Italija	3	7	3	3	2	3
Litva		5	6	13	14	22
Luksemburg	13	11	10	11	13	10
Latvija			1	2	2	6
Malta			16	14	16	13
Nizozemska	17	17	14	23	26	27
Norveška	13	13	26	28	32	30
Poljska		4	5	9	9	8
Portugalska	3	6	9	7	9	19
Romunija				2	3	3
Švedska	13	20	23	24	27	19
Slovenija		15	12	11	10	8
Slovaška		6	7		5	5
Velika Britanija	18	29	25	30	29	32

Vir: RIS, 2008

V letu 2008 je samo 8 % slovenskih podjetij prejelo spletno naročilo, medtem ko je ta delež leto poprej znašal 10 %, leta 2006 11%, leta 2005 12% in leta 2004 15%, kar govori o padanju deleža. V letu 2008 je povprečje prejetih spletnih naročil med podjetji v EU27 znašalo 16 %, največ naročil so prek spleta prejela britanska (32 %) in norveška podjetja (30 %), najmanj (3 %) pa romunska in bolgarska (2 %).

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

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

4.2.1 Vse več podjetij s spletno stranjo

V prvem četrtletju 2008 je imelo spletno stran 71 % podjetij z 10 ali več zaposlenimi osebami, to je za 4 % odstotne točke več kot v enakem obdobju 2007. Med podjetji s spletno stranjo se je glede na velikost podjetja po številu zaposlenih oseb v primerjavi z enakim obdobjem v letu 2007 najbolj povečal delež manjših podjetij s spletno stranjo, za 6 odstotnih točk, in je tako znašal 67 %.

TABELA 1: SPLETNE STRANI PODJETIJ

Kategorije podjetij	Predstavitev s spletno stranjo	Predstavitev izdelkov/storitev na spletni strani	Predstavitev cenikov na spletni strani	Poprodajne dejavnosti na spletni strani
Mikro podjetja	40,1	35,9	17,9	11,7
Mala podjetja	61,1	53,5	26,9	18,1
Srednje velika podjetja	84,0	75,4	46,2	22,4

Vir: Povzeto po SURS 2007

Spreminja se tudi vsebina predstavitve podjetij na spletnih straneh. 42 % podjetij je obiskovalcem svoje spletne strani nudilo dostop do katalogov ali cen svojih izdelkov oziroma storitev. 18 % podjetij je na svojih spletnih straneh objavljajo prosta delovna mesta, 9 % podjetij je na spletni strani omogočalo oddajo elektronskega naročila, 2 % podjetij pa tudi elektronsko plačilo. Na vsebino spletnih strani prav tako vpliva velikost podjetja. Oddajo elektronskega naročila je na primer omogočalo 18 % velikih podjetij; deleža srednje velikih in delež manjših podjetij, ki so omogočala to storitev, sta bila za polovico manjša. Tudi delež podjetij, ki omogočajo elektronsko plačilo, je prav tako največji med velikimi podjetji, in sicer jih je bilo 5 %; med manjšimi in srednje velikimi podjetji je bilo takih podjetij le po 2 % (SURS, 2007).

4.2.2 Naj e-podjetje v Sloveniji

Gospodarska zbornica Slovenije (GZS) - Združenje za informatiko in telekomunikacije, Javna agencija za podjetništvo in tuje investicije (JAPTI) in Ministrstvo za visoko šolstvo, znanost in tehnologijo (MVŠZT) - Direktorat za informacijsko družbo so na področju elektronskega poslovanja izbrali Naj e-podjetje in Naj e-rešitev za leto 2008. V okviru izbora Naj e-podjetje so organizatorji izbrali tista podjetja, ki so bila posebej uspešna pri uvedbi in nadaljnji uporabi e-poslovanja v njihovih poslovnih procesih. Na podlagi pregleda učinkovitosti rešitev e-poslovanja v prijavljenih podjetjih so nagradili tudi najboljše e-aplikacije oziroma integrirane e-rešitve, ki so rezultat slovenskega razvoja. V kategoriji velikih Naj e-podjetje so nagrado poleg Trima prejeli Prevent Global in Merkur Group. Trimo je kandidiral z rešitvijo TrimoDesigner.

Kriteriji za izbor naj e-podjetja so se nanašali na celovito in uspešno vpeljavo procesov in tehnologije e-poslovanja v svoje vsakodnevno poslovanje.

Direktor organizacijskega razvoja in informatike Denis Stepančič je nagrajeno e-rešitev opisal takole: »TrimoDesigner omogoča izboljšanje partnerskih odnosov tako s kupci kot tudi arhitekti. Kupcem omogoča boljše vizualizacijo izdelka, lažje oblikovanje in razumevanje morebitne rešitve ter jim odpira nove možnosti. Arhitektom je olajšan dostop do razpoložljivih materialov, hitreje izdelajo idejne rešitve in se bolj prilagodijo svojim strankam. Trimo s to rešitvijo izboljšuje odnose s partnerji, skrajšuje čas svojih procesov in izpopolnjuje svojo bazo znanja, ker s tem standardizira postopke prodaje in projektiranja.«

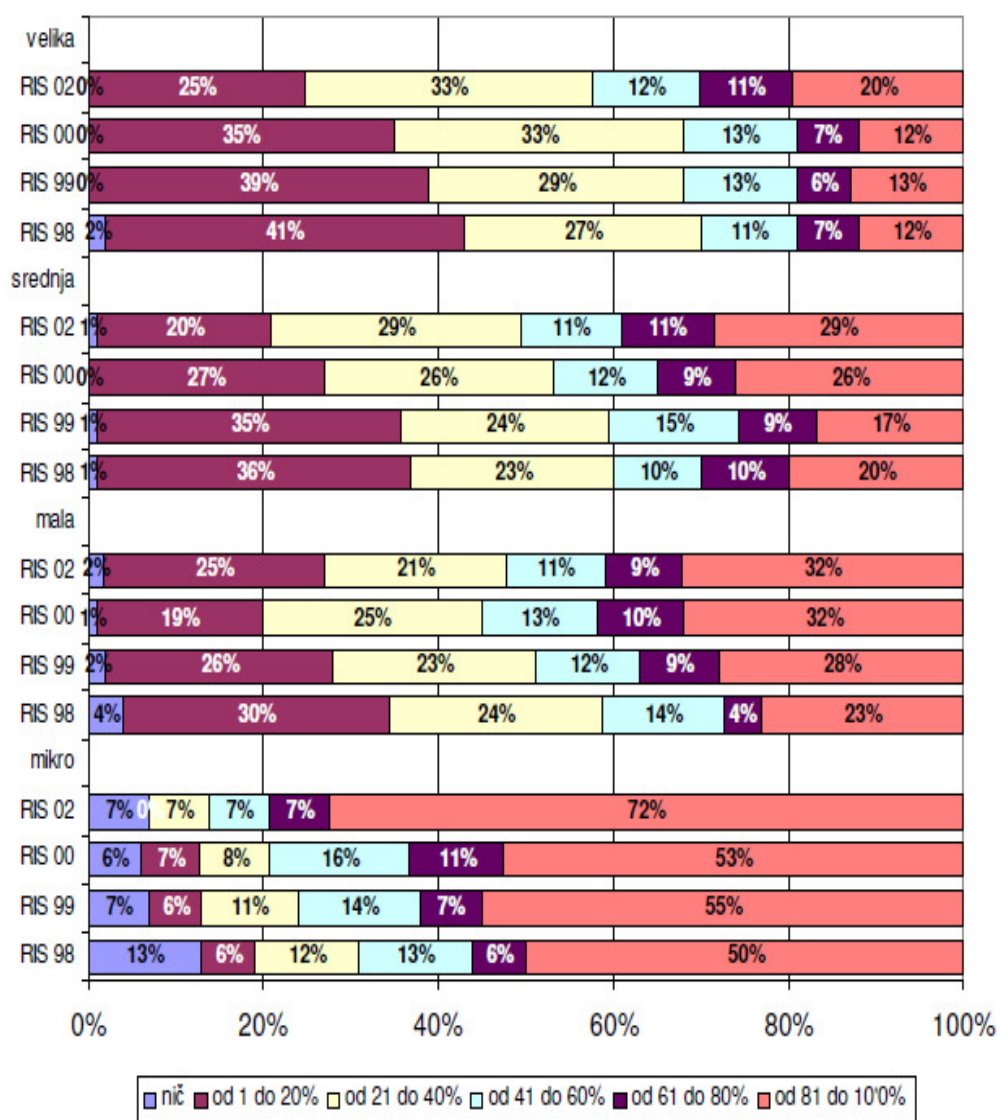
Izbor je bil potrditev inovativnega pristopa, ki prinaša konkurenčno prednost in zagotavlja dolgoročen in stabilen obstoj podjetja. Je sad sodelovanja zaposlenih iz različnih sektorjev od razvoja, projektive, prodaje, montaže, informatike in dobrega sodelovanja s partnerskimi podjetji. GZS, JAPTI in MVŠZT želijo s podelitvijo nagrade Naj e-podjetje spodbujati uvajanje novih e-rešitev v poslovna okolja, promovirati slovenski razvoj na področju elektronskega poslovanja ter zagotoviti medijsko priznanje podjetjem, ki vlagajo v e-poslovanje.

4.3 Pripravljenost slovenskih podjetij na elektronsko poslovanje

Počasen proces privatizacije je v Sloveniji povzročil, da so podjetja dlje časa ostala v družbeni lasti, kar pomeni, da so imeli delničarji majhen vpliv na poslovanje, kar ima za posledico zaostanek v razvoju za razvitimi državami (Kovačič, 2000, str. 516).

Z vidika računalniške opremljenosti so slovenska podjetja dobro pripravljena na elektronsko poslovanje. Kot je razvidno iz grafa, primerjava s prejšnjimi leti kaže, da v vseh velikostnih skupinah narašča delež podjetij, v katerih računalniško opremo uporablja od 80 do 100% zaposlenih. Čeprav v skoraj treh četrтинah mikro podjetij računalniško opremo uporabljajo že skoraj vsi (80-100%) zaposleni, je obenem prav v tej velikostni skupini tudi največ takšnih podjetij (7%), v katerih računalniške opreme ne uporablja nihče od zaposlenih. V srednjih in velikih podjetjih uporablja računalniško opremo od 21 do 40%, kar pomeni povišanje v primerjavi s prejšnjimi leti, ko je računalniško opremo v podjetjih uporabljalo do 20% zaposlenih.

SLIKA 10: PODJETJA GLEDE NA DELEŽ REDNIH UPORABNIKOV RAČUNALNIŠKE OPREME MED REDNO ZAPOSLENIMI



Vir: RIS, 2003

V splošnem je glede na skupni indeks pripravljenosti na e-poslovanje (The European e-Business Readiness Index, 2005) stanje na področju e-poslovanja v Sloveniji enako povprečju EU, tako z vidika uvajanja informacijsko komunikacijske tehnologije kot tudi uporabe informacijsko telekomunikacijske tehnologije. Temu botruje tudi relativno uspešen in zrel IKT sektor, ki nudi celoten spekter storitev in rešitev (strojna oprema, programska oprema, tehnološko/poslovno svetovanje, etc.) potrebnih za vzpostavitev ustrezne IT infrastrukture v podjetjih. Hkrati je IKT sektor tudi dobro razvojno naravnani, saj vključuje poleg vseh največjih svetovnih IT ponudnikov tudi lokalna podjetja za razvoj programske, strojne kot tudi telekomunikacijske opreme, kar zagotavlja ustrezno znanje potrebno za uspešen nadaljnji razvoj.

5 POSLOVNI UČINKI

5.1 Učinki uvajanja e-poslovanja

Projekti uvajanja sistemov e-poslovanja so strateški in kompleksni projekti. Tovrstni projekti zahtevajo precejšnje resurse, pa vendar njihova uspešnost ni zagotovljena. Organizacije morajo minimizirati tveganja s tem, da se osredotočijo na kritične dejavnike uspeha uvajanja e-poslovanj.

Najpogosteje uporabljena metrika merjenja učinkov e-poslovanja se namreč nanaša na tri vidike poslovanja (Lesjak D., V. Sulčič, 2003):

- **zadovoljstvo**, kot npr. lojalnost potrošnikov, zadovoljstvo potrošnikov in zadovoljstvo zaposlenih, kar se med drugim ugotavlja z merjenjem spletne obiskanosti, spletnimi anketami ipd.
- **operativni**, ki se nanaša na stroške pridobivanja potrošnikov, obračanje zalog, zaslužek na potrošnika in učinkovitost delovne sile ter
- **finančni**, ki vključuje neto sedanjo vrednost, relativno zmanjšanje stroškov, donosnost investicij in ustvarjen zaslužek.

Ekonomski učinek uvajanja e-poslovanja se lahko kaže na povečevanju prihodkov ali pa na zniževanju stroškov. V preglednici je prikazano, kako so posamezne rešitve e-poslovanja vplivale na povečanje prihodkov in na zniževanje stroškov.

Največji pozitivni učinki so opazni pri podjetjih, ki so uvedla bolj celovite spletne rešitve. Veliko manjši so pa učinki v skupini podjetij, ki so uvedle spletne rešitve, ki ne podpirajo niti odnosov s potrošniki. Res pa je, da je slednja skupina podjetij največja, kar nakazuje na to, da se tudi v razvitem svetu veliko več podjetij odloča le za predstavljanje podjetja na spletu, kot pa uvajanje celovitih spletnih rešitev.

SLIKA 11: OCENA FINANČNIH UČINKOV RAZLIČNIH REŠITEV E-POSLOVANJA

Rešitev e-poslovanja	Zaslužek	Stroški	Število podjetij
Odnosi s potrošniki in upravljanje dobavnih verig in avtomatizacija prodaje	+8,8%	-2,3%	193
Odnosi s potrošniki in upravljanje dobavnih verig ali avtomatizacija prodaje	+5,0%	-2,3%	455
Odnosi s potrošniki	+3,0%	-0,9%	422
Druge spletne rešitve	+0,4%	-0,1%	995

Vir: Viktorijas, 2001

Uvajanje e-poslovanja na podjetje učinkuje različno – lahko omogoča znižanje stroškov, povečanje učinkovitosti, boljšo komunikacijo itd. Raziskava, katere mentorica je Viktorija Sulčič prikazuje položaj slovenskih malih in srednje velikih podjetij na področju e-poslovanja. Vzorec na katerem temelji raziskava je 49 malih in srednje velikih podjetij. Podjetja so učinke uvedbe e-poslovanja ocenjevala na 5-stopenjski lestvici, kjer so z oceno 1 ocenila nestrinjanje s trditvijo, z oceno 5 pa strinjanje v celoti. V preglednici prikazujemo povprečne ocene ter spodnje in zgornje vrednosti 95-odstotnega intervala zaupanja. Zanimivo je, da je po mnenju anketiranih podjetij e-poslovanje najbolj vpliva na učinkovitost poslovanja podjetja ($m = 4,3$), medtem ko so podjetja vpliv na znižanje stroškov podjetja ocenila najnižje ($m = 3,7$). Uvajanje e-poslovanja anketiranim malim in srednje velikim podjetjem pohitri dostop do informacij ($m = 4,6$), omogoča pridobivanje novega znanja ($m = 4,4$) ter omogoča pridobitev konkurenčne prednosti ($m = 4,2$). Zanimivo je, da prednosti, kot sta skrajšanje dobavnih rokov in dvig kakovosti proizvodov oz. storitev, nista visoko ocenjeni ($m = 3,1$ oziroma $m = 3,7$). Uvedba e-poslovanja vpliva na boljšo komunikacijo podjetja, še najbolj s kupci ($m = 4,1$), manj pa z dobavitelji ($m = 3,8$), in na komunikacijo znotraj podjetja ($m = 3,6$). Anketirana mala in srednje velika podjetja so e-poslovanje uvedla zaradi zahtev oziroma pritiska vodstva podjetja ($m = 4,2$), kar je z vidika uvajanja projektov e-poslovanja spodbudno (povzeto po: Sulčič V., 2008).

SLIKA 12: UČINKI UVAJANJA E-POSLOVANJA

Uvedba e-poslovanja ...	M	(1)	(2)
... zniža stroške podjetja	3,7	3,4	4,0
... poveča učinkovitost podjetja	4,3	4,0	4,5
... poveča zaupanje v vaše podjetje	4,0	3,8	4,2
... poveča obseg prodaje proizvodov/storitev	4,1	3,8	4,4
... poveča dobiček podjetja	4,1	3,8	4,3
... izboljša komunikacijo s kupci	4,1	3,7	4,4
... izboljša komunikacijo z dobavitelji	3,8	3,5	4,1
... izboljša komunikacijo znotraj podjetja	3,6	3,2	3,9
... ohrani tržni položaj podjetja	3,8	3,5	4,1
... ohrani stik s konkurenco	3,5	3,2	3,8
... omogoča pridobitev konkurenčne prednosti	4,2	4,0	4,5
... omogoča pridobitev novega znanja	4,4	4,2	4,6
... izboljša odnos s strankami	4,0	3,7	4,3
... pohitri dostop do informacij	4,6	4,4	4,7
... standardizira poslovne procese	4,0	3,8	4,3
... integrira poslovne procese	3,9	3,6	4,2
... zmanjša porabo papirja	3,6	3,4	3,9
... skrajša dobavne roke	3,1	2,7	3,4
... dvigne kakovost proizvodov/storitev	3,7	3,3	4,0
... je rezultat zahtev/pritiska dobaviteljev	3,0	2,7	3,3
... je rezultat zahtev/pritiska kupcev	3,9	3,6	4,3
... je rezultat zahtev/pritiska zaposlenih	3,7	3,3	4,0
... je rezultat zahtev/pritiska vodstva podjetja	4,2	3,9	4,4

Naslovi stolpcev: (1) 95-odstotni interval zaupanja – spodnja meja, (2) 95-odstotni interval zaupanja – zgornja meja.

Vir: Sulčič V., 2008

5.2 Metode vrednotenja e-poslovnih projektov

Najbolj zanimive in obetajoče metode, ki bolj ali manj uspešno rešujejo probleme in dileme tradicionalnih metod vrednotenja investicij, kot so metoda neto sedanje vrednosti, analiza stroškov in koristi, analiza donosnosti investicij ipd.:

- **Portfolio metoda** (povzeto in prirejeno po Bent 2000)

Bent (2000) predlaga zelo enostavno metodo vrednotenja projektov e-poslovanja, imenovano portfolio, ki jo ponazarja matrika štirih kvadratov (2×2). V tako postavljeno matriko razvrščamo različne projekte e-poslovanja glede na pričakovane manjše ali večje koristi, ki jo predstavlja ena os in nižje ali višje pričakovane stroške in manjše ali večje težave, ki jih ponazarja druga os. Razvrščanje projektov po kvadratih matrike - stroški in težave proti koristim, predstavi projekte na zelo enostaven in pregleden način. Ne glede na predlagano metodo in rezultate njene uporabe, pa Bent predlaga dobro integriranost rešitve e-poslovanja z obstoječim (notranjim) informacijskim sistemom.

- **»Loyalty Value Added« metodologija** (povzeto in prirejeno po Young 2001 in eLoyalty 2003)

Z metodo »Loyalty Value Added« (LVA), ki jo je razvilo podjetje eLoyalty, ponudnika programske opreme, ocenjujemo in merimo prihodke projektov e-poslovanja z matriko usmerjeno na potrošnika-kupca, tako npr. merimo prihodek na kupca, stroške pridobivanja in ohranjanja kupcev. Ta metoda je zagotavljala najboljše ravnovesje med analizo neto sedanje vrednosti in analizo skupin potrošnikov za iskanje najboljše kombinacije »vrednosti potrošnikov« in zmanjševanja stroškov.

- **Metoda konkurenčnega primerjanja »benchmarking«** (povzeto in prirejeno po EC Benchmarks; Computerworld, 19. februar 2001)

Podjetje Hackett Benchmarking pri proučevanju podjetij, terja, da zberejo ustrezne podatke iz poslovnih enot in njihovih informacijsko tehnoloških oddelkov o delovanju in stroških, povezanih z njihovimi ključnimi računalniškimi rešitvami kot npr. izdatki za opremo, rešitve, omrežje in osebje kot tudi podrobnosti o tem, npr. kako so upravljanje pogodbe z dobavitelji. Potem vse zbrane podatke obdelajo s pomočjo ustrezne rešitve za t.i. benchmarking (konkurenčno primerjanje) in baze podatkov, v kateri so podobni podatki za okoli 1.600 podjetij. Končno poročilo, ki je na voljo v nekaj mesecih, razvrsti podjetje z vidika (projektov) e-poslovanja glede na njihove tekmece.

5.3 Ovire pri uvajanju e-poslovanja

Ovire pri uvajanju elektronskega poslovanja se pojavljajo na področjih pravne ureditve, varnosti podatkov in tehnične infrastrukture. Kot ovira lahko nastopa tudi strah organizacij (Deželak, 1999), pomanjkanje finančnih in človeških virov, pomanjkanje ustrezne organizacijske kulture in znanj vseh zaposlenih. Zaupanje ljudi v elektronsko poslovanje je ključni faktor njegovega uspeha. Glavni razlog nezaupanja je, da ga ni mogoče direktno opazovati, večina ljudi pa še vedno najbolj zaupa lastnemu opazovanju. Doba interneta in poslovanje prek interneta, še zlasti trgovina, zahteva drugačno organizacijsko kulturo: kreativne, tekmovalne, iniciativne, odločne ljudi, ki so tesno povezani med seboj, si zaupajo in sodelujejo v timskem delu.

Ovire pa so lahko tudi negativne izkušnje iz preteklosti, nezainteresiranost vodstva zaradi nepoznavanja novih informacijskih tehnologij in prepričanje, da je to področje izključno v domeni informatikov. Ovire pri uporabi Interneta so bolj v navadah in miselnosti ljudi, kot v tehnologiji. Razpoložljiva informacijska tehnologija v slovenskih organizacijah omogoča večje možnosti elektronskega poslovanja, kot jih dejansko izrabljajo. Osnovni problemi so torej predvsem organizacijski in ne tehnološki.

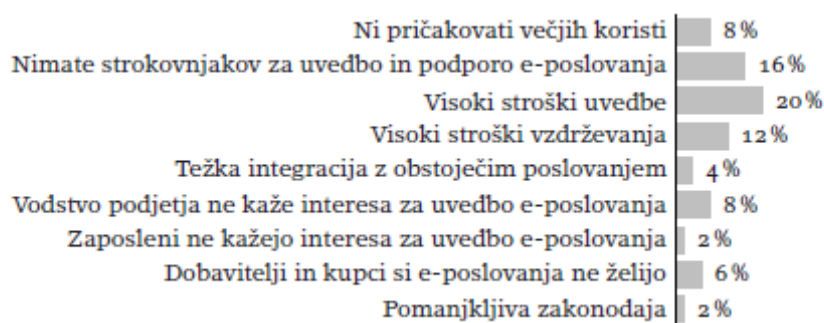
Vzrok za te težave so pretežno ustaljene navade ljudi ter njihov odpor do sprememb, kar se kaže v nepripravljenosti za uporabo novih tehnologij. Teh težav je vedno manj, ker so ljudje vedno bolj pripravljeni za spremembe (Wechtersbach R., 2005, str. 89).

Uvajanje informacijske tehnologije in elektronskega poslovanja ni enostavno. Potrebno je določeno obdobje, da to tehnologije osebje sprejme, kasneje pa si dela brez nje ne morejo več predstavljati. Glede stroškov lahko rečemo, da elektronsko poslovanje omogoča izrabo tehnologij, v katere je bil denar že vložen (Gričar, 1999).

Projekti uvajanja sistemov e-poslovanja so strateški in kompleksi projekti. Tovrstni projekti zahtevajo precejšnje resurse, pa vendar njihova uspešnost ni zagotovljena. Organizacije morajo minimizirati tveganja s tem, da se osredotočijo na kritične dejavnike uspeha uvajanja e-poslovanja. Vir: RIS, 2006

Spodnja slika prikazuje ovire pri uvajanju e-poslovanja. Znižanje stroškov e-poslovanja ne pomeni izrazitega učinka uvedbe e-poslovanja, so pa zato visoki stroški uvedbe e-poslovanja. (20%) med anketiranimi podjetji izpostavljeni kot ena od resnejših ovir za uvedbo e-poslovanja (slika 13). Za uvedbo e-poslovanja je po mnenju anketiranih malih in srednje velikih podjetij ovire iskati tudi v primanjkljaju strokovnjakov (16 %), ki bi poskrbeli za uvedbo in podporo e-poslovanja, ter v stroških vzdrževanja rešitev e-poslovanja (12 %). Zanimivo je, da čeprav podjetja uvajajo e-poslovanje zaradi zahtev ali pritiska vodstva podjetja, se nezainteresiranost vodstva podjetja kaže tudi kot ena od ovir za uvedbo e-poslovanja. Anketirana podjetja, ki ovir ne zaznavajo, na vprašanja niso odgovarjala. Zanimivo je, da nobeno od podjetij kot oviro ni izbralo nezaupanja do e-poslovanja ali da e-poslovanje pomeni grožnjo takšni vrsti e-poslovanja. Nobeno podjetje ne vidi ovire v tem, da država ne bi podpirala tovrstnega poslovanja. Klub temu pa 1 podjetje meni, da so predpisi in zakonodaja s področja e-poslovanja pomanjkljivi, kar podjetje jemlje kot eno od mogočih ovir za uvedbo e-poslovanja (Sulčič V., 2008).

SLIKA 13: OVIRE PRI UVAJANJU E-POSLOVANJA



Vir: Sulčič V., 2008

6 SKLEP

V zadnjem času smo priča vedno večjim in hitrejšim spremembam v družbeno-ekonomskem okolju. Elektronsko poslovanje prinaša tako državi, podjetjem in tudi posameznikom številne prednosti in priložnosti, ki se izkazujejo predvsem v zmanjšanju stroškov poslovanja in povečanju konkurenčnih prednosti. Elektronsko poslovanje je postalo ključno za uspešno delovanje podjetja in ob enem najpomembnejši trend poslovanja podjetij današnjega časa.

Največji delež uporabe elektronskega poslovanja še vedno predstavlja elektronsko poslovanje med podjetji, v porasti pa je tudi uporaba elektronskega poslovanja podjetnik-posameznik, saj mnogo podjetij seli svoje poslovanje na medmrežje in se tako poleg klasične trgovine odloča še za prodajo preko spleta.

Raba elektronskega poslovanja tako v svetu kot tudi v Sloveniji še vedno narašča, vedno več uporabnikov izkorišča prednosti informacijske dobe. Z elektronskim poslovanjem se poveča odzivnost podjetij na spremembe, večina izdelkov in storitev, ki so predmet poslovanja, je dostopno 24 ur dnevno. Z uvedbo se skrajšujejo tudi poslovni procesi, kar omogoča podjetjem da več časa namenijo razvoju in kvaliteti izdelkov in storitev.

Med podjetji prednosti e-poslovanja pridejo do izraza šele takrat, ko e-poslovanje uporablja večina podjetij v medsebojnih poslovnih procesih. Zato je pomembno razširiti spoznanja o prednostih e-poslovanja in spodbuditi njegovo uporabo. Pretekle izkušnje kažejo, da tehnologija pri uvajanju in uporabi e-poslovanja danes ni več problem. Ovire ali spodbude za širšo rabo e-poslovanja so pogojene predvsem z ustaljenimi poslovnimi praksami, poslovnim okoljem in z zgledi ter spodbudami države.

E-storitve so že na mnogih področjih izločile potrebo po papirni dokumentaciji in jo bodo v prihodnosti še bolj, kar bo prispevalo k ohranjanju naravnih virov. Razen tega bo zmanjšana potreba po fizični prisotnosti in srečanjih, kar bo zmanjšalo potrebo po potovanjih in s tem pozitivno vplivalo tako na nižanje stroškov kot tudi na manjšo porabo energije.

Tako za EU kot tudi za Slovenijo področje razvoja programske opreme, e-storitev, e-vsebin in pripadajočih storitvenih infrastruktur, pomeni svetovno konkurenčno okolje nevarnost kot tudi potencial. Če uspešno izkoristi znanje, izkušnje in raziskovalno razvojni potencial, ki ga Slovenija ima, ima dobre možnosti za nadaljnji razvoj in rast. Naloga države v teh procesih je, da omogoča pogoje v katerih se lahko podjetja in posamezniki čim bolj vključujejo v poslovanje. Gospodarska gibanja v Sloveniji kažejo, da informacijska dejavnost v zadnjih letih beleži nadpovprečne rezultate poslovanja. Vendar še vedno prihaja do zaostajanj za vodilnimi gospodarstvi Evropske unije, zato bo potrebno odpraviti obstoječe ovire in omogočiti nadaljnji konkurenčni razvoj slovenskega gospodarstva.

Pri uvajanju elektronskega poslovanja pa lahko posamezno podjetja naletijo na številne ovire s katerimi se morajo soočiti. Mnoga podjetja namreč nimajo potrebnih strokovnjakov za uvedbo in podporo elektronskega poslovanja, zato jim uvedba predstavlja visok strošek. Za podjetje je najbolj donosno, da uvede celovito spletno rešitev, ki temelji na odnosi s potrošniki, upravljanju dobavnih verig in avtomatizaciji prodaje.

7 POVZETEK

Novo tisočletje je prineslo pravi razmah elektronskega poslovanja. Število uporabnikov interneta še vedno narašča in s tem v sorazmerju tudi raba elektronskega poslovanja tako v svetu, kot tudi pri nas. Elektronsko poslovanje zajema proces elektronskega nakupovanja, prodajo proizvodov in storitev ter elektronsko komuniciranje, sodelovanje in iskanje informacij.

Podjetja vidijo prednost elektronskega poslovanja v hitrejšem dostopu do informacij, ki so lahko v določenem trenutku ključnega pomena, v nižanju stroškov podjetja in v povečanju učinkovitosti podjetja. Glavno oviro pri uvajanju elektronskem poslovanju podjetij predstavljajo predvsem visoki stroški uvedbe in pomanjkanje strokovnjakov za uvedbo in podporo elektronskega poslovanja.

Ekonomski učinek uvajanja e-poslovanja se lahko kaže na povečevanju prihodkov ali pa na zniževanju stroškov. Največji pozitivni učinki so opazni pri podjetjih, ki so uvedla bolj celovite spletne rešitve. Veliko manjši so učinki v skupini podjetij, ki so uvedle spletne rešitve, ki ne podpirajo niti odnosov s potrošniki. Slednja skupina podjetij je največja, kar nakazuje na to, da se tudi v razvitem svetu veliko več podjetij odloča le za predstavljanje podjetja na spletu, kot pa uvajanje celovitih spletnih rešitev.

Uvedba elektronskega poslovanja je za podjetja postala eksistenčnega pomena, saj se v nasprotnem primeru ne bodo imela moč boriti s konkurenco.

Ključne besede:

- elektronsko poslovanje,
- učinki uporabe,
- informacijska tehnologija,
- poslovni učinki,
- svetovni splet.

ABSTRACT

The new millennium has brought extreme growth of e-business. The number of internet users continues to grow along with the growth of the use of e-business in the world and in our country. E-business covers the process of electronic purchasing, selling products and services, electronic communication, collaboration and information search.

Companies see the benefit of e-business in faster access to information, which may be crucial at any given time, and in reducing business costs and increase efficiency in business. The main obstacle when introducing e-commerce to the companies are mainly the high costs of set-up and the lack of experts for introduction and support of e-business.

Economic effect of e-business can increase revenue or reduce costs. The largest positive effects are seen with the companies, which introduced more comprehensive online solutions. In contrast, effects are smaller in group of companies, which introduced web solutions, even without user communication support. The latter is the largest, suggesting that even in the developed world, most of the companies decide for presentation of companies on the internet, rather for the introduction of comprehensive online solutions.

The introduction of e-business for companies had become of vital importance; otherwise companies would not be able to compete on the market.

Key words:

- electronic business,
- effects of usage,
- information technology.
- business effects,
- world wide web.

8 SEZNAM LITERATURE

1. Baloh P., M.I. Štemberger, in P. Vrečar. 2002. Poslovna informatika. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
2. Bela knjiga. 1997. Elektronsko poslovanje v malih in srednje velikih podjetjih. Ljubljana:Uporabna informatika, posebna številka.
3. Bent, D. 2000. Your company's enthusiasm for eBusiness projects could give you a more strategic role in the future. InformationWeek, september.
4. Cohan P. 2002. E-Leaders. Capstone Publishing.
5. Deželak L.1999. Elektronsko poslovanje v Kolinski d.d. - stanje, smeri, ovire in predlogi, Organizacija, let.33, št.3, str. 130-131.
6. Gora, Walter, in Harald Bauer. 2001. *Virtuelle Organisationen im Zeitalter von E-Business und E-Government*. Berlin: Springer.
7. Hedges, Burke. 2005. Sanjski-posel.com. Ljubljana: Lisac& Lisac.
8. Jerman – Blažič, Borka. 2001. Elektronsko poslovanje na internetu. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
9. Jurkovič, Simon. 2002. E-storitve za vsakogar: bodimo digitalno vključeni. Nova gorica: Mestna občina.
10. Kos, Sabina. 2003. Varnostna politika elektronskega poslovanja. Ekonomska fakulteta Maribor.
11. Kovačič, A., J. Jaklič, M.I. Štemberger, in A. Groznik. 2004. Prenova in informatizacija poslovanja. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
12. Kovačič, Andrej; Groznik, Aleš in Ribič Miroslav. 2005. Temelji elektronskega poslovanja. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
13. Kovačič, Andrej. 2004. Prenova in informatizacija poslovanja. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
14. Možina, S., R. Rozman, M. Glas, M. Tavčar, D. Pučko, J. Kralj, Š. Ivanko, B. Lipičnik, J. Gričar, M. Tekavčič, V. Dimovski, B. Kovač. 2002. Management: nova znanja za uspeh. Radovljica. Didakta.
15. Štefe, Nataša. 2004. Elektronsko poslovanje in elektronski podpis. Bančni vestnik 9:46-48.
16. Toplišek, Janez. 1998. Elektronsko poslovanje. Ljubljana: Založba Atlantis.

17. Turban, E., E. McLean, J. Wetherbe. 1999. *Information Technology for Management – Making Connections for Strategic Advantage*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
18. Turban, E., J. Lee, D. King, in H.M. Chung. 2000. *Electronic commerce*. Upper Saddle River (New Jersey): Prentice Hall.
19. Zupan, Neja. 2001. Pregled elektronskega poslovanja malih organizacij z večjimi v Sloveniji.
20. Young, D. 2001. Meter readers. *CIO Magazine*, januar.
21. Wechtersbach Rado. 2005. *Informatika: učbenik za srednje izobraževanje*. Ljubljana: Saji.

VIRI:

1. Benjamin. (2008). E-poslovanje [online]. Dostopno na: http://www.pf.unimb.si/datoteke/benjamin/pi_p6_eposlovanje.pdf [2.3.2008]
2. Bobek S., S. Sternad. 2008. E-poslovanje. [Online] Dostopno: http://virtualna.ucilnica.net/ISEP/predavanja/02_E_poslovanje/02_E_poslovanje%20_I_SEP.pdf [16.8.2009].
3. Center Vlade RS za informatiko. 2001. Pravna ureditev elektronskega poslovanja. [Online] Dostopno na: <http://www.gov.si/cvi/slo/ep/indexep.html> [12 .8. 2009].
4. Dulčič V. 2003. Ekonomski vidiki utemeljevanja projektov (uvajanja) e-poslovanja [Online]. Dostopno na: <http://viktorijas.blogspot.com/search/label/E-business> [23. 8. 2009].
5. EF Ljubljana. 2009. E-podjetje. [Online] Dostopno na: http://209.85.129.132/search?q=cache:_apgj3Hs1uUJ:miha.ef.uni-lj.si/_dokumenti3plus2/191041/e-poslovanje-procesni_vidik-09.ppt+e-poslovanje+procesni+vidiki&cd=1&hl=sl&ct=clnk&gl=si&client=firefox-a [5. 8. 2009].
6. Gradišar M., J. Jakič, T. Turk. 2007. Elektronsko poslovanje. [Online] Dostopno na: http://miha.ef.uni-lj.si/_dokumenti3plus2/191058/INFO-0708-05-ElektronskoPoslovanje.ppt
7. iProm-Optimizacija akcij na internetu. 2007. E-nakupuje že skoraj polovica uporabnikov interneta. [Online] Dostopno na: <http://www.iprom.si> [19.8.2009].
8. Lesjak D., V. Sulčič. 2003. Ekonomski vidiki utemeljevanja projektov (uvajanja) e-poslovanja. [Online] Dostopno na: http://www2.arnes.si/~sspvsulc/objave/DSI_2003.pdf [20. 8.2008]
9. Pravna fakulteta. 2003. Elektronsko poslovanje.[Online] Dostopno na: http://www.pf.uni-mb.si/pravna_informatika/images/pi_3.pdf [13. 8. 2009].

10. Raba interneta v sloveniji. 2008. Statistike. [Online] Dostopno na:
http://www.ris.org/2009/02/Statistike__/_Podjetja_v_Sloveniji_pod_povprecjem_EU_pri_nakupovanju_preko_spleta/?&cat=704&p1=276&p2=285&p3=1354&p4=1358&id=1358 [14.8.2009].
11. Radoš, Skrt. 2001. Medpodjetniško spletno poslovanje [Online]. Dostopno na:
<http://www.nasvet.com/b2b/> [12.8.2009].
12. Sulčič V. 2008. E-poslovanje slovenskih malih in srednje velikih podjetjih. [Online]. Dostopno na: http://www.fm-kp.si/zalozba/ISSN/1854-4231/3_347-361.pdf [10. 8. 2009].
13. Vehovar V. 2002. Indikatorji Interneta: Projekcije. [Online]. Dostopno na:
<http://www.ris.org/indikatorji/projekcije.html> [10. 7. 2009].

SEZNAM SLIK

SLIKA 1: EKONOMSKI VPLIV ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA - PROIZVODNA FUNKCIJA	10
SLIKA 2: EKONOMSKI VPLIV ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA - TRANSAKCIJSKI STROŠKI	10
SLIKA 3: EKONOMSKI VPLIV ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA - ADMINISTRATIVNI STROŠKI.....	11
SLIKA 4: VRSTE ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA	13
SLIKA 5: VREDNOST E-POSLOVANJA V SVETOVNEM MERILU	14
SLIKA 6: RAZVRSTITEV MODELOV E-POSLOVANJA	16
SLIKA 7: PODJETJA V SLOVENIJI POD POVPREČJEM EU PRI NAKUPOVANJU PREKO SPLETA	23
SLIKA 8: DELEŽ PODJETIJ, KI SO PREJELA SPLETNO NAROČILO V ZADNJIH 12 MESECIH 2004-2008	24
SLIKA 9: DELEŽ PODJETIJ, KI PREJEMAJO NAROČILA ONLINE.....	25
SLIKA 10: PODJETJA GLEDE NA DELEŽ REDNIH UPORABNIKOV RAČUNALNIŠKE OPREME MED REDNO ZAPOSLENIMI.....	28
SLIKA 11: OCENA FINANČNIH UČINKOV RAZLIČNIH REŠITEV E- POSLOVANJA	30
SLIKA 12: UČINKI UVAJANJA E-POSLOVANJA	31
SLIKA 13: OVIRE PRI UVAJANJU E-POSLOVANJA	33