



B&B
VIŠJA STROKOVNA ŠOLA

Diplomsko delo višješolsko strokovnega študija
Program: Promet
Modul: Logistika

ELEKTRONSKO POSLOVANJE IN NJEGOV VPLIV NA POSLOVANJE PODJETIJ

Mentor: mag. Marjeta Barbo-Grahek

Kandidat: Danilo Weingerl

Ljubljana, maj 2007

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorici mag. Marjeti Barbo-Grahek, da me je sprejela pod svoje vodstvo in me vodila v pravo smer.

Zahvaljujem se tudi lektorici Kseniji Šurk, ki je lektorirala mojo diplomsko nalogo.

Hkrati pa se zahvaljujem vsem profesorjem, ki so se trudili, da je študij potekal na visoki ravni predavanj in zanimivih temah. Prisrčno pa se zahvaljujem tudi moji družini, ki mi je stala ob strani in verjela vame.

IZJAVA

Študent Danilo Weingerl izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom mag. Marjeta Barbo Grahek.

Skladno s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah dovoljujem odjavo tega diplomskega dela na spletni strani šole.

Dne, 15.05.2007

Podpis:

POVZETEK

Poslovni sistemi se soočajo s stalno spreminjajočimi se pogoji poslovanja, ki so posledica hitrega ekonomskega in tehnološkega razvoja. Ohranitev ali izboljšanje položaja v družbi konkurenčnih poslovnih subjektov je možna le s stalnim prilagajanjem novim razmeram.

V zadnjem času prihaja do eksplozije informacijske tehnologije, ki je omogočila vsem podjetjem prisotnost na svetovnem spletu. Od podjetja do podjetja je odvisno, kako in na kakšen način bo izkoristilo to priložnost. Elektronsko poslovanje je postalo ključni dejavnik za uspeh podjetja, ki se želi uspešno integrirati na svetovno oziroma globalno tržišče. Elektronskega poslovanja se ne bi smela posluževati le večja podjetja in organizacije, saj to prinaša vrsto sprememb, ki bi bile koristne manjšim organizacijam in bi jim omogočile razcvet.

Marsikatero podjetje je še vedno skeptično do elektronskega poslovanja, saj ne marajo sprememb in niso pripravljeni reorganizirati poslovanje. Težava se pojavlja predvsem pri uvajanju tega načina poslovanja. Zagonski stroški so lahko precej visoki, saj je potrebno nabaviti vso potrebno tehnologijo, potrebno je nabaviti programsko opremo, prav tako pa je potrebno vložiti tudi v izobraževanje in usposabljanje zaposlenih. Podjetja se ne zavedajo dolgoročne koristi elektronskega poslovanja in prednosti, ki bi jih na ta način dosegli. Organizacija mora delovati in misliti globalno. Zavedati se mora trendov in zahtev, ki jih narekujejo kupci in tržišče. Elektronsko poslovanje in trgovanje spreminjata klasično delovanje podjetij in državljanov. Novi načini poslovanja so ustvarili novo poslovno okolje, kjer je vsem subjektom omogočeno nastopanje na globalnem trgu.

Elektronsko poslovanje prinaša vrsto koristi: hitrejše odkrivanje najugodnejšega ponudnika zelenega proizvoda ali storitve na poljubni lokaciji v svetu ob poljubnem času; pocenitev poslovnih transakcij v zvezi s trženjem, oblikovanjem, proizvodnjo, pridobivanjem naročil, transportom itd.

Pri elektronskem poslovanju predstavlja glavno oviro za počasnejši razvoj tovrstne oblike poslovanja pomanjkanje zaupanja potrošnikov, kar je posledica neurejene pravne ureditve, pomanjkljivosti plačilnega sistema in nezaupanja do virtualnih transakcij. Z elektronskim poslovanjem se povečuje hitrost poslovanja, dostopni postajajo kupci in trgi izven nacionalnih, časovnih in fizičnih meja. Cene izdelkov in storitev se nižajo zaradi vse nižjih stroškov tovrstnega poslovanja.

Podjetja se še ne zavedajo v celoti, da mora postati elektronsko poslovanje dolgoročno usmeritev podjetja, kar mu bo pomagalo pri rasti in uspehu na čedalje zahtevnejših trgih. Menedžerji bi morali videti v elektronskem poslovanju izziv za lastno organizacijo in njeno strukturo.

KLJUČNE BESEDE

- elektronsko poslovanje
- internet
- računalniška izmenjava podatkov
- varnost

ABSTRACT

Business systems are facing with constantly modifying conditions of business, which they are consequence of quick economic and tehnological development. Preservation or improvement of position in society of competative business subjects is possible only with permanent adapting to new circumstances.

In recent time the information technology which enables the presence on the wide world web for all companies, is exploding. However, it depends on companies how and in what way they will exploit this opportunity. Electronic business became the key factor for the success of the company, which would like to successfully integrate in the world and global market. The electronic business should not serve only the big companies and organizations, as it provides a number of changes that can be useful also for smaller organizations and enables prosperity.

Many companies are still skeptical considering electronic business because they do not like changes and are not ready to reorganize their operation. The difficulties appear above all in the time of introduction of this way of operation. Initial investments can be quite high as it is needed to purchase all needed technology and software as well as to educate and train the employees. The companies are not aware of the long-term benefits of electronic business and all the advantages that can be attained by the usage of it. The company has to act and think globally. It has to be aware of the tendencies and demands, dictated by the customers and the market. Electronic business and trade are changing the classical operation of companies and citizens. New way of operation created new business environment, where the presence on the global market is enabled for all the subjects.

E-business brings a number of benefits: faster discovery of the cheapest bidder of the desired product or service – any time, any place. Business transactions regarding marketing, designing, production, collecting orders, transportation etc. also get cheaper. The main obstacle for a faster development of the electronic business represents the costumers' lack of trust, which is the consequence of the unsettled legislation in this field, imperfection of the payment system and mistrust of the virtual transactions. With the electronic business the operation becomes faster and the customers out of national, time and physical borders are more accessible. The prices of products and services are lowering, because of the lower and lower expenses of this kind of operation.

The companies are not yet entirely aware that the electronic business has to become their long-term orientation as it will help them in growth and success in more and more demanding markets. The managers should see in electronic business the challenge for their organization and its structure.

KEYWORDS

- e-business
- internet
- electronic data transfer
- security

KAZALO

| | | |
|-------|---|----|
| 1 | UVOD | 2 |
| 1.1 | Opredelitev področja in opis problema | 2 |
| 1.2 | Namen, cilji in osnovne trditve | 2 |
| 1.3 | Predpostavke in omejitve raziskave | 3 |
| 1.4 | Predvidene metode raziskovanja | 4 |
| 2 | ELEKTRONSKO POSLOVANJE | 5 |
| 2.1 | Opredelitev elektronskega poslovanja | 6 |
| 2.2 | Kratka zgodovina elektronskega poslovanja..... | 9 |
| 2.3 | Vrste elektronskega poslovanja | 10 |
| 2.4 | Oblike elektronskega poslovanja..... | 15 |
| 2.5 | Informacijske in komunikacijske tehnologije | 22 |
| 2.5.1 | Internet..... | 22 |
| 2.5.2 | Ekstranet..... | 26 |
| 2.5.3 | Intranet..... | 26 |
| 2.6 | Prednosti in pomanjkljivosti elektronskega poslovanja..... | 27 |
| 2.7 | Pravna ureditev elektronskega poslovanja | 30 |
| 3 | UVAJANJE ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA..... | 34 |
| 3.1 | Razlogi za uvajanje elektronskega poslovanja..... | 34 |
| 3.2 | Cilji elektronskega poslovanja | 36 |
| 3.3 | Model uvajanja elektronskega poslovanja | 37 |
| 3.4 | Uvajanje elektronskega poslovanja..... | 38 |
| 3.5 | Uvajanje elektronskega poslovanja v majhna in srednja podjetja..... | 41 |
| 3.6 | Ključni dejavniki uspeha..... | 42 |
| 3.7 | Elektronsko poslovanje v sloveniji..... | 42 |
| 3.8 | Trendi in smeri razvoja elektronskega poslovanja v svetu | 43 |
| 3.9 | Prihodnost elektronskega poslovanja v sloveniji | 46 |
| 4 | MEDPODJETNIŠKO ELEKTRONSKO POSLOVANJE..... | 47 |
| 4.1 | Računalniška izmenjava podatkov | 48 |
| 4.2 | Prednost medorganizacijskega poslovanja | 49 |
| 4.3 | Elektronske tržnice | 50 |
| 4.4 | Elektronski plačilni promet..... | 52 |
| 4.5 | Elektronsko trgovanje..... | 54 |
| 5 | VARNOST PRI ELEKTRONSKEM POSLOVANJU | 56 |
| 6 | ZAKLJUČEK | 58 |
| | LITERATURA IN VIRI..... | 59 |
| | KAZALO SLIK..... | 61 |
| | KAZALO TABEL | 61 |

1 UVOD

1.1 OPREDELITEV PODROČJA IN OPIS PROBLEMA

Današnji čas zaznamuje številne spremembe na vseh področjih. Za uspešno in učinkovito delovanje je potreben hiter odziv na spremembe. Tehnološki napredek in nove tržne silnice so ustvarile novo ekonomijo, ki narekuje uvajanje novih pristopov trženja in poslovanja. Podjetja morajo uporabljati nova orodja in pristope, če želijo biti uspešna. Spremembe v tehnologiji in gospodarstvu so pripeljale do novega spleta prepričanj in pristopov pri poslovanju podjetij. Posledica teh sprememb je elektronsko poslovanje, ki na novo določa načine povezovanja med organizacijami in prav tako ustvarja nove priložnosti za povezovanje posameznikov s poslovnimi in vladnimi organizacijami.

Našteta dejstva so me vzpodbudila k pisanju te diplomske naloge. Razvito elektronsko poslovanje predstavlja konkurenčno prednost vsakega podjetja. Zavedamo se, da uvajanje na internetu zasnovanih informacijskih tehnologij odpira svet, omogoča povezovanje organizacij in v konkurenčnost vnaša dodatno ostrino.

Elektronsko poslovanje vključuje uporabo vseh oblik informacijske in komunikacijske tehnologije v poslovnih procesih med trgovinskimi, proizvodnimi in storitvenimi organizacijami, ponudniki podatkov, državno upravo in potrošniki. Poenostavljeno lahko rečemo, da organizacija posluje elektronsko, kadar posluje brez papirjev, oziroma s čim manj papirja.

Največji del elektronskega poslovanja predstavlja poslovanje med podjetji. Nastanek interneta je povečal zmožnosti podjetij za hitrejša, natančnejša, prostorsko in časovno manj omejena, stroškovno učinkovitejša in posameznemu kupcu prilagojena poslovanje. Zaradi teh dejstev smo natančneje preučili prednosti in pomanjkljivosti elektronskega poslovanja.

Informacijska tehnologija se je v zadnjih tridesetih letih zelo hitro razvijala, tako hitro, da je bilo včasih kar premalo pozornosti posvečene njeni varnosti. Zlorabe te tehnologije so pokazale njeno ranljivost, zato se zlasti v zadnjem desetletju posveča več pozornosti njeni varnosti in zaščiti.

1.2 NAMEN, CILJI IN OSNOVNE TRDITVE

Elektronsko poslovanje se je razvilo na osnovi tehnologije, ki je tako temeljita in univerzalna, da njen vpliv spremeni vse. Preoblikuje vsako inštitucijo na svetu in ustvarja zmagovalce in poražence. Tehnologija spreminja način, kako poslujemo, kako komuniciramo in medsebojno vplivamo kot posamezniki.

Namen

Namen te raziskave je opredeliti elektronsko poslovanje in njegov vpliv na podjetje. Podati želim prednosti in pomanjkljivosti elektronskega poslovanja ter preučiti, kako tak način poslovanja vpliva na poslovanje podjetij.

Cilji

Cilj moje naloge je, da v celoti preučim elektronsko poslovanje, njegove lastnosti in vpliv na poslovanje podjetja. Cilji so:

- Opredeliti elektronsko poslovanje, predstaviti uvajanje e-poslovanja in model uvajanja e-poslovanja.
- Opredeliti in razložiti prednosti in pomanjkljivosti, ki jih prinaša elektronsko poslovanje ter njegov vpliv na podjetje.
- Našteti in analizirati posamezne vrste elektronskega poslovanja ter izpostaviti elektronsko poslovanje med podjetji.

Osnovne trditve

Marsikatera podjetja ne poznajo prednosti in pomanjkljivosti elektronskega poslovanja, zato lahko trdimo, da nezadostna znanja o elektronskem poslovanju zavirajo izrabo tega načina poslovanja.

Predvsem starejša podjetja oziroma starejši delavci imajo odklonilen odnos do sprememb. Spremembe zavračajo, zato lahko trdimo, da premajhna in prepočasna odzivnost podjetij na spremembe v okolju in nenaklonjenost spremembam zavira uvajanje elektronskega poslovanja v podjetjih.

Elektronski način poslovanja postaja vse bolj pomemben del gospodarstva, zato lahko sklepamo, da bo slejkoprej postal prevladujoč način poslovanja in sicer zaradi njegove enostavnosti, prijaznosti do uporabnika, nizkih stroškov in številnih drugih koristi. V prihodnje bodo organizacije poslovale elektronsko ali pa ne bodo poslovale.

1.3 PREDPOSTAVKE IN OMEJITVE RAZISKAVE

Predpostavke

Pri pisanju diplomske naloge izhajam iz tega, da je danes elektronsko poslovanje nuja v vsakem podjetju, ki želi ohranjati in povečevati konkurenčno prednost. Za organizacijo je elektronsko poslovanje strateška usmeritev.

Predpostavljamo lahko, da elektronsko poslovanje prinaša konkurenčno prednost samo tedaj, če organizacija temeljito spremeni svoje poslovanje z upoštevanjem novih zamisli, procesov ter postopkov in izvedbe.

Elektronsko poslovanje samo po sebi ne ustvarja novih poslov. Možnosti so vedno omejene, kar pomeni, da ni dovolj prostora, da bi lahko vsi novi ponudniki na ta način ustvarili izredno veliko novih poslov.

Predpostavljamo lahko, da se mora organizacija, če hoče uspeti, odpreti za sprejemanje izzivov, ki jih prinašajo glavni sprožilci sprememb: povečane zahteve kupcev, globalizacija in nove tehnologije.

Omejitve

Pri pisanju diplomske naloge bom največ pozornosti namenili elektronskemu poslovanju med podjetji.

Omejil se bom predvsem na prednosti in pomanjkljivosti elektronskega poslovanja, pri čemer bom samo omenili pravno ureditev e-poslovanja.

Na področju elektronskega poslovanja so edina stalnica spremembe. Te spremembe prinašajo novosti, ki pa niso vedno zajete v literaturi. Zavedam se, da lahko naletim na določene omejitve glede potrebne literature oziroma dostopnosti informacij.

Preučil sem najsodobnejšo literaturo, ki je potrebna za predstavitev opisane tematike, vendar se zavedamo, da je elektronsko poslovanje dinamična kategorija, ki se hitro razvija, zato bo težko do popolnosti zajeti in obdelati vse informacije.

1.4 PREDVIDENE METODE RAZISKOVANJA

Pri pisanju diplomske naloge bom uporabil naslednje raziskovalne metode:

- komparativno metodo oziroma metodo primerjanja enakih in podobnih dejstev, pojavov, procesov in odnosov.
- Metodo kompilacije oziroma metodo pridobivanja informacij iz strokovne literature različnih avtorjev.
- Metodo deskripcije oziroma postopek opisovanja dejstev, procesov in pojavov.
- Metodo sinteze in analize.

Pri pisanju diplomske naloge bom pri analitičnem pristopu s pomočjo induktivnega in deduktivnega sklepanja proučeval posamezna dejstva in medsebojne vplive različnih analiz in metod s sklepanjem od splošnega k posameznemu in od posameznega k splošnemu vidiku ter strnjenje novih spoznanj s sintezo bistvenih elementov v logično celoto.

2 ELEKTRONSKO POSLOVANJE

Elektronsko poslovanje je povzročilo revolucijo poslovne prakse. S širšega vidika je elektronsko poslovanje uporaba računalniškega omrežja za izboljšanje poslovanja podjetja. Večji dobiček, povečanje tržnega deleža, izboljšanje storitev in hitrejša dostava izdelkov so samo nekatere izboljšave, ki jih lahko dosežemo z elektronskim poslovanjem. Elektronsko poslovanje je veliko več kot samo naročanje izdelkov iz spletnega kataloga. Vsebuje uporabo informacijske tehnologije za izboljšanje komuniciranja in transakcij z vsemi, ki so udeleženi pri poslovanju podjetja. Ti udeleženci so lahko kupci, dobavitelji, vlada, finančne institucije, zaposleni in ostali.

Najpomembnejši področji elektronskega poslovanja sta poslovanje med podjetji (business to business) ter med podjetji in končnimi kupci (business to consumer). Največji delež poslovanja med podjetji in potrošniki zavzema on-line nakupovanje, ki se je še posebej razmahnilo v zadnjih letih z uporabo interneta, kjer se vsak dan odpre na stotine novih trgovin, ki ponujajo najrazličnejše izdelke ter storitve.

Elektronsko poslovanje med podjetji ni nekaj novega, ampak so ga začela podjetja uporabljati že v šestdesetih letih kot menjavo naročil, faktur, računov in druge dokumentacije preko informacijske tehnologije. Iz tega poslovanja med podjetji se je razvila računalniška izmenjava podatkov in kasneje tudi celotno elektronsko poslovanje. Od tod tudi izhaja osnovna definicija elektronskega poslovanja – pošiljanje in sprejemanje poslovnih informacij po omrežjih z računalniško izmenjavo podatkov in podobnih tehnologij. EDI¹ oziroma RIP² označuje standardizirane oblike izmenjave poslovnih informacij (Skrat 1999, str. 26).

Stoletja je bil papir edino sredstvo za dokumentiranje poslovnih transakcij. Z razvojem informacijske tehnologije, predvsem z njeno pocenitvijo, pa se sredstvo za prenašanje informacij in način arhiviranja umika sodobni tehnologiji. Danes informacijska tehnologija ni več ovira za elektronsko poslovanje, ampak razširjanje elektronskega poslovanja spodbuja uporabo najnovejše informacijske in komunikacijske tehnologije. Nove tehnologije omogočajo neposredne in zelo hitre povezave med udeleženci v poslovnih procesih in omogočajo brezpapirno delovanje. Vodstvo v današnjih organizacijah mora biti veliko prožnejše, iznajdljivo in ustvarjalno. Prednost pred tekmeci se ne kaže več zgolj v kakovosti in količini izdelkov, ampak tudi v zanesljivih informacijah, ki morajo biti hitro dosegljive in so osnova za hitre in kvalitetne poslovne odločitve. Danes elektronsko poslovanje uspešno rešuje dva problema: možnost hitrega in kvalitetnega odločanja in hitro brezpapirno delovanje.

Elektronska izmenjava podatkov po zasebnih omrežjih zahteva velike finančne naložbe in primerno usposobljen kader. Do nedavnega so bila še mnoga majhna in srednja podjetja prepričana, da jim je tovrstno poslovanje nedosegljivo. S prihodom interneta pa sta RIP in elektronsko poslovanje postala dostopna tudi manjšim podjetjem, kar je povzročilo pravi razcvet tovrstnega poslovanja. Sedaj podjetja vseh velikosti komunicirajo elektronsko in sicer po javnem omrežju (internet), po omrežjih,

¹ EDI – angl. *Electronic Data Interchange*

² RIP – *Računalniška izmenjava podatkov*

namenjenih samo podjetjem (intranet) in omrežjih, namenjenih podjetjem in njihovim poslovnim partnerjem (ekstranet) ter preko zasebnih omrežij.

V informacijsko ozaveščenih podjetjih je elektronska tehnologija prisotna že približno 30 let. Slovenske banke so vključene v svetovno bančno mrežo SWIFT že od leta 1988. Tudi mnogo slovenskih podjetij že lep čas izkorišča prednosti, ki jih prinašajo uporaba črtne kode, POS sistemov, računalniško spremljanje zalog in računalniška izmenjava podatkov. Podjetja so se med seboj povezala in si olajšala poslovanje s tem, da so veliko dela namesto klasično ročno, opravila elektronsko. Nove tehnologije so omogočile znižanje administrativnih in transakcijskih stroškov, znižali so se tudi stroški materiala in delovne sile, ker se je povečala njihova učinkovitost. Manj je bilo tudi napak in s tem povezanih stroškov. Nižji so postali stroški zalog, ki predstavljajo vedno večji odstotek stroškov sodobne organizacije. Podjetja so računalniško izmenjavo podatkov uporabljala za spremljanje stanja zalog in za oblikovanje učinkovitejšega sistema naročanja in povezovanja podjetij v dobavne verige, sledila pa so izdelkom po distribucijski poti.

Danes ni več vprašanje ali bodo podjetja uvedla elektronsko poslovanje, ampak kako bodo to čim bolj izvedla. Elektronsko poslovanje je postalo poslovna nuja, če se hoče podjetje obdržati na trgu, še posebej pa, če hoče uveljaviti svoje konkurenčne prednosti. Elektronsko poslovanje postaja del vsakdanjega poslovanja in se vedno bolj širi in razvija. Spremembe v poslovanju namreč narekujejo podjetjem, da se orientirajo navzven proti odjemalcem in proti partnerjem, s katerimi sodelujejo v poslovnem procesu. Prav tako mora podjetje intenzivno komunicirati z zaposlenimi, katerim mora biti omogočeno čimbolj učinkovito sodelovanje pri poslovnem procesu in pri pridobivanju in ohranjanju znanj s področja elektronskega poslovanja.

2.1 OPREDELITEV ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA

Pojem elektronskega poslovanja izhaja iz angleškega izraza »electronic commerce«, ki je nastal v trgovini in industriji, oziroma se je v začetku nanašal na vsa gospodarska področja.

V angleščini se uporabljata dva izraza za elektronsko poslovanje:

1. E-commerce,
2. E-business.

Angleški izraz e-commerce prevajamo v slovenščino kot e-trgovanje in e-business kot e-poslovanje. E-poslovanje je širši pojem in e-trgovanje je le eden njegovih delov. Angleški izraz e-commerce se je izkazal za preozkega, zaradi tega se za današnjo uporabo večinoma uporablja izraz e-business, ki pravilneje prikazuje vsebino. Elektronsko poslovanje obsega veliko več kot le navadno izmenjavo računalniških podatkov (RIP) in delovanje spletne trgovine, temveč vključuje tudi izmenjavanje podatkov, ki niso neposredno vezani na določen nakup in prodajo, zagotavljajo pa distribucijo informacij in podporo strankam.

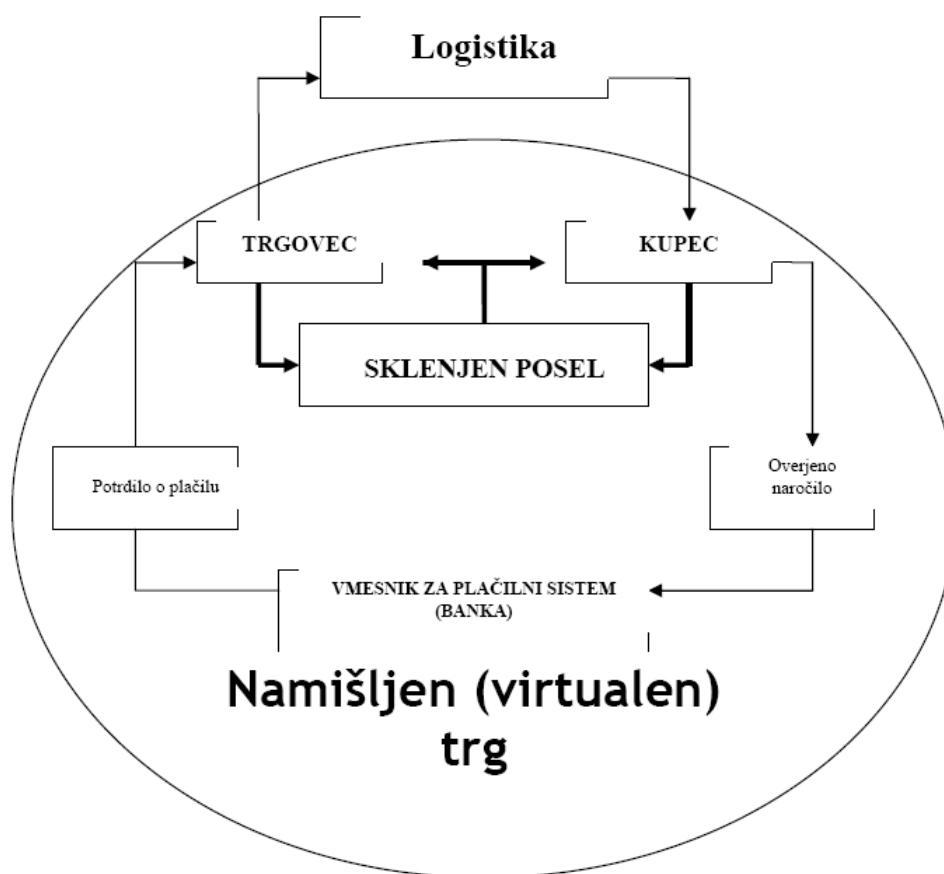
Elektronsko poslovanje lahko opredelimo kot poslovanje brez papirjev ali s čim manj papirja. Ta način poslovanja vključuje uporabo vseh oblik informacijske in

komunikacijske tehnologije v poslovnih procesih med trgovinskimi, proizvodnimi in storitvenimi organizacijami, ponudniki podatkov, državno upravo in potrošniki (Toplišek 1998, str. 4).

V Beli knjigi o elektronskem poslovanju v majhnih in srednjih podjetjih se elektronsko poslovanje opredeljuje kot proces poslovnih aktivnosti, kjer se uporabljajo elektronske tehnologije, metodologije in postopki. Skrajšano se elektronsko poslovanje opredeljuje kot poslovni proces, kjer partnerja pri izvedbi prodaje ali nakupa blaga ali storitve uporabljata računalnike in omrežja (Bela knjiga 1997, str. 37).

Med vodstvi slovenskih podjetij še vedno velja prepričanje, da je elektronsko poslovanje zgolj spletna stran ali spletna trgovina, vendar je mnogo več. Elektronsko poslovanje pomeni ponovno opredelitev osnovnih modelov poslovanja s pomočjo sodobne tehnologije, z jasno definiranim ciljem: povečati učinkovitost poslovanja v dobro podjetja in njegovih strank. Elektronsko poslovanje je dejansko celotna strategija, pri čemer spletna trgovina zajema izjemno pomemben del in je zato za poslovni model velik izziv (Jerma - Blažič 2001, str. 41).

Izraz elektronsko poslovanje se ne nanaša samo na poslovanje podjetij, ampak tudi na poslovanje drugih organizacij in posameznikov, kot so na primer javne ustanove, državne ustanove, raziskovalci, občani, študenti, ki svoje poslovne dejavnosti opravljajo s pomočjo računalniških aplikacij in računalniških omrežij. Elektronsko poslovanje ima pomembno prednost pred klasičnim poslovanjem, kar vpliva na zviševanje ekonomske blaginje in življenjskega standarda ter pospeševanje ekonomskega razvoja. Elektronsko poslovanje omogoča nove načine izvajanja gospodarskih transakcij in tako vpliva na spreminjanje splošno sprejetih načinov opravljanja dejavnosti. Razdalje med proizvajalci in potrošniki se zmanjšujejo, izginjajo tradicionalni posredniki, nastajajo novi proizvodi in trgi, nastajajo nove vezi med gospodarstvom in potrošniki ter med podjetji po celem svetu (Petauer 2002, str. 10).

Slika 1 : Struktura elektronskega poslovanja

Vir: Kreslin 2001, *Naše gospodarstvo* str. 360.

Iz slike 1 je razvidno, da potekajo pri elektronskem poslovanju prodajne in nabavne aktivnosti poslovnih sistemov na namišljenem trgu, kar pomeni, da potekajo na internetnem omrežju. Ponudnik in povpraševalec blaga ali storitev iščeta po internetnem omrežju primerne ponudnika ali kupca, nato pa se poslovna partnerja odločita za skupno sodelovanje in skleneta posel (prodajo ali nakup). Po sklenjenem poslu poteka preko internetnega omrežja tudi plačilni promet, v katerega so vključene tudi banke. Zunaj namišljenega (virtualnega) trga poteka le logistika, ki poskrbi, da je proizvod fizično dostavljen (Kreslin 2001, NG str. 360).

Pojem elektronsko poslovanje postaja eden najpogosteje omenjenih poslovnih pojmov zadnjih let. Mnogi si elektronsko poslovanje predstavljajo kot izmenjavo podatkov med računalniki - RIP ali pa mislijo na trgovanje – kupovanje in prodajo blaga preko interneta. Vendar sta ti dve definiciji preozki, da bi lahko opisali celoten obseg, ki ga zajema elektronsko poslovanje. Vse, kar danes delamo v sklopu svoje poslovne dejavnosti s pomočjo računalniških aplikacij in računalniških omrežij, imenujemo elektronsko poslovanje (Jerčan Blažič 2001, str. 11).

Po mnenju evropske komisije je elektronsko poslovanje katerakoli oblika poslovanja, pri katerem stranke delujejo elektronsko namesto da bi delovale fizično oziroma bi bile v neposrednem fizičnem stiku (Jerman Blažič 2001, str. 12-13).

Elektronsko poslovanje pa lahko predstavimo tudi kot skupek večjih tehnologij, in sicer:

- elektronsko trgovanje,
- elektronska izmenjava podatkov (RIP),
- poslovanje preko interneta.

Opozoriti je potrebno, da se pojem elektronsko poslovanje ne nanaša samo na poslovanje podjetij, ampak tudi na poslovanje drugih organizacij in posameznikov (javne ustanove, državne ustanove, raziskovalci, študentje, občani), ki svoje poslovne dejavnosti opravljajo s pomočjo računalniških aplikacij in računalniških omrežij.

Glavne sestavine elektronske poslovanja so (Toplišek 1998, 4):

- način dela (tu gre za elektronsko izmenjavo podatkov, deloma pa tudi za samodejne transakcije in informacijske tokove),
- vsebina poslovanja (te so skoraj neomejene in sicer so lahko: blago in storitve, plačevanje, pred- in poprodajne aktivnosti, delovanje javnih služb),
- skupina udeležencev (ločujemo tri glavne skupine udeležencev in sicer potrošnike, podjetja in državo).

Najpogosteje so oblike elektronskega poslovanja poimenovane kar po nazivu dejavnosti v kateri se to poslovanje uporablja. V grobem poslovne dejavnosti v omrežju internet, ki se preko omrežja internet že odvijajo, razdelimo v nekaj skupin (Jaklič, Indihar, Štamberger 1996, str. 12): pridobivanje podatkov za poslovno odločanje, izmenjava podatkov in informacij ter komunikacija znotraj podjetja, trženje (promocija podjetja in predstavitev izdelkov), nakup in prodaja izdelkov, poslovno sodelovanje in sklepanje partnerstva, komunikacija s potrošniki, poprodajne dejavnosti, pomoč uporabnikom, vzdrževanje, avtomatizacija pisarniškega poslovanja, bančno poslovanje, borza, finančne transakcije in delo na daljavo.

2.2 KRATKA ZGODOVINA ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA

Začetki elektronskega poslovanja segajo v leto 1968, ko se je začel razvoj računalniških omrežij in interneta, združevanja informacijske in telekomunikacijske tehnologije ter z uvajanjem standardov za RIP (računalniška izmenjava podatkov). Računalniška tehnologija, ki je bila v začetku namenjena le računalniškimi strokovnjakom in znanstvenikom, je z leti postala veliko bolj uporabna in prijazna tudi širšim uporabnikom.

V 70. letih se je s pojavom elektronskih finančnih prenosov med bankami prek varnih zasebnih omrežij spremenil način poslovanja na finančnem trgu. Precej podatkov je iz papirnate oblike prešlo na elektronsko obliko, ki so se znotraj podjetja prenašali preko raznih sistemov za prenos podatkov in po elektronski pošti. V

poznih 70. in zgodnjih 80. letih se je elektronsko poslovanje razširilo v okviru podjetij v obliki sistemov za prenos datotek, RIP in elektronske pošte. S tem so podjetja zmanjšala obseg papirnega dela in povečala se je avtomatizacija pisarniškega poslovanja. V poznih 80. in zgodnjih 90. letih so sistemi za izmenjavo sporočil postali integralni del računalniških sistemov in omrežij (Jerčan Blažič, 2001, str. 13-14).

Dotedanja praksa izmenjave podatkov je pokazala nekaj slabosti in usmerila nadaljnji razvoj (Škrlec 2002, str. 18):

- gradila je na specifičnih komunikacijskih povezavah med podjetji, ki so bila draga in nedostopna za majhna podjetja;
- natančno določena oblika podatkov in dokumentov, ki se izmenjujejo med različnimi aplikacijami na podlagi natančno določenih standardov. Preslikava v želeno obliko je bila draga in zapletena;
- težje dostopna in razumna za širši krog uporabnikov.

Kljub pomanjkljivostim, ki jih je sistem dajal, je bila dobra stran standardizacije in izgradnje komunikacijske infrastrukture v avtomatizaciji procesov, ki je skrajšala čas obdelave podatkov in zmanjšala stroške prenosa. To se je dogradilo v nadaljnjem razvoju, ki je bil hiter in učinkovit. Nove rešitve se dopolnjujejo s staro tehnologijo, kar podjetjem omogoča cenovno ugodno nadgradnjo sistema. 90. leta so z razvojem interneta ter s pojavom svetovnega spleta na internetu prinesle preobrat, ki je sprožil razvoj elektronskega poslovanja na vse oblike uporabe, ki so poznane tudi danes in so se razširile med številne uporabnike. Njihovi temelji enostavne in preproste uporabe izhajajo iz ključnih predpostavk, ki gradijo internet. Te so:

- lokacijsko neodvisno in strankam dosegljivo omrežje kjerkoli in kadarkoli;
- povezava množice navzven odprtih manjših računalniških omrežij, ki nimajo skupnega lastnika ali osrednjega nadzornega organa;
- preprosta uporaba z vnaprej določenimi scenariji in
- strojna ter programska odvisnost.

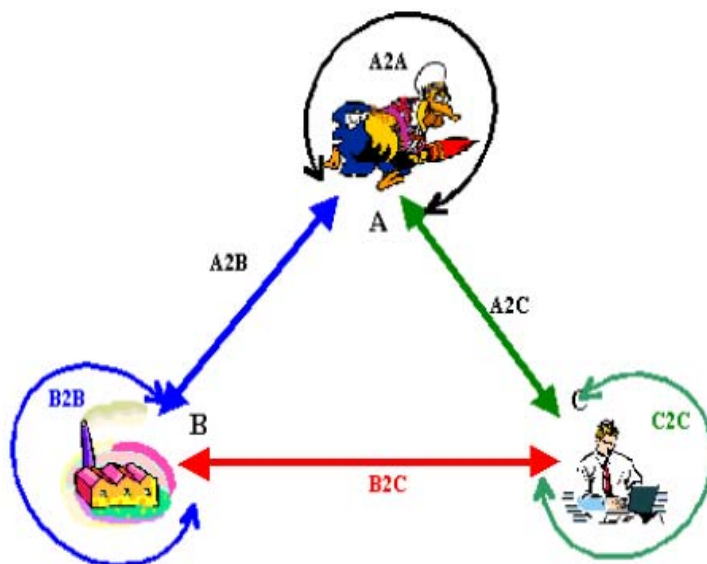
Komunikacija je izvedljiva po istih pravilih sporazumevanja, ki so poznane vsem uporabnikom. S tem je internet znižal stroške za učinkovito komuniciranje, odprl pot do novega načina poslovanja in novih trgov, povečal učinkovitost, skrajšal čas posameznih poslovnih postopkov, omogočil vpeljavo večpredstavnih storitev ter večjo prilagodljivost spremembam na trgu in zagotovil, da je ekonomija postala globalna, gospodarske organizacije pa globalno povezane.

2.3 VRSTE ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA

Po letu 1990 se je elektronsko poslovanje zelo hitro razvilo. Podjetja in njihovi kupci so spoznali, da lahko preko svetovnega spleta določene naloge opravijo hitreje, udobneje, bolj kakovostno in predvsem ceneje. Svetovni splet jim ponuja neskončen vir informacij in enostaven dostop do velikega števila novih strank (Potočnik 2002, str. 156).

Vse možne oblike e-poslovanja prikazujemo s sliko 2.

Slika 2 : Oblike e-poslovanja



Vir: E-poslovanje: http://www.pf.uni-mb.si/pravna_informatika/images/pi_3.pdf

V elektronskem poslovanju so se oblikovale tri glavne vrste poslovanja:

1. podjetje – potrošnik (B2C),
2. podjetje – podjetje (B2B),
3. javna in državna uprava – podjetja in posamezniki.

Podjetje – potrošnik (B2C)

Najpogostejša oblika elektronskega poslovanja je nakup in prodaja izdelkov in storitev v računalniškem omrežju – na internetu. Vendar je danes ta oblika že v zatonu saj elektronsko poslovanje vključuje veliko dodatnih stvari, kot so npr.: poizvedovanje o stanju naročil, informacije o izdelkih, izvajanje tržnih raziskav, odobravanje posojil,...

Kratica B2C označuje izraz Business to Costumer (Consumer). Izraz bi lahko prevedli nekako tako: internetno trgovanje neposredno s končnim kupcem ali uporabnikom storitev. Smiselno se uporablja za tehnološko spletno podporo, ki omogoča stranki (obiskovalcu spletnih strani) neposredno naročanje, nakup, vzdrževanje,...,znotraj spletnega okolja ponudnika. Vsa opravila so avtomatizirana s pomočjo programske opreme, ki teče na strežniku. Kupec dobi samodejno generirano potrdilo o nakupu ali naročilu (lahko tudi o plačilu), ponudnik pa naročilnico.

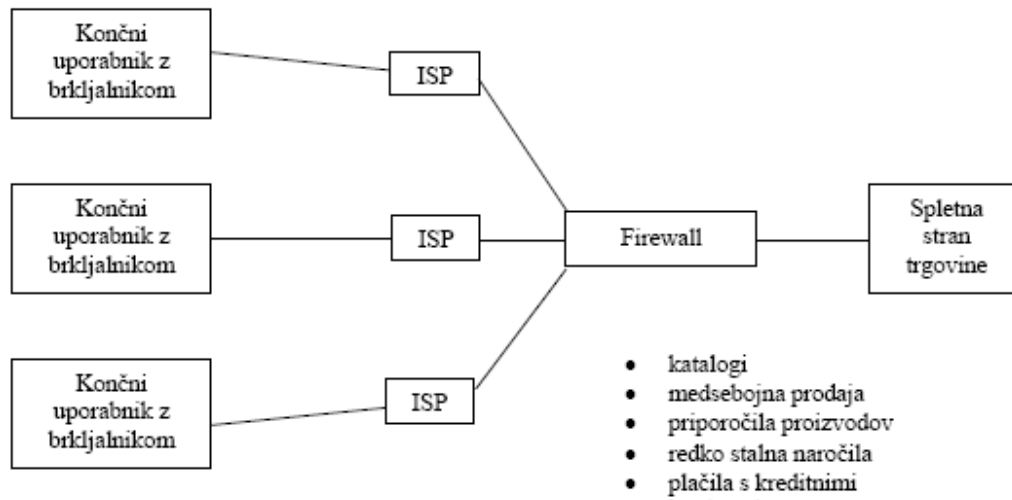
Izraz B2C ne označuje le sodobnih spletnih tehnologij in rešitev, ampak tudi filozofijo podjetja, ki nastopa na trgu. Dati svojim kupcem vpogled celotno bazo in strukturo izdelkov, ki jih trži, jim omogočiti neposredni (in s tem cenejši) nakup ali naročilo, ter jim z zvezi s tem zagotavljati 24 ur dnevno popolno pomoč tako v zvezi z izdelki in storitvami, kakor tudi v zvezi z vsemi ostalimi elementi, ki označujejo korekten odnos do svojih strank/kupcev.

B2C ne pomeni le neposredne prodaje kupcem. To dejavnost bolje opisuje izraz e-trgovina. B2C pomeni veliko več. Tudi to, da ponudnik svojim kupcem nudi 24 ur dnevno različne usluge, ki jih je le ta potrebuje ne samo za nakup določenega izdelka in storitve, ampak tudi za vzdrževanje le tega, pravilno uporabo, servisiranje, informativne zahteve...Vsa opravila v zvezi s tem izvajajo ustrezne aplikacije, nameščene na strežnik ob uporabi podatkovnih baz.

Ta način poslovanja je v današnjem času zelo pomemben za podjetja, ki želijo stalni razvoj in rast svojega poslovanja. Saj jim je ta model odprl številne poslovne priložnosti, omogočil nastanek novih tržnih niš oziroma okrepil poslovanje na obstoječih tržnih segmentih. Velika prednost B2C elektronskega poslovanja so hitrost in prilagodljivost pri uvajanju izdelkov na trg ter možnost enostavnega spreminjanja cen izdelkov in storitev. Pri nekaterih B2C poslovnih procesih se cene dinamično prilagajajo trenutnemu povpraševanju ter na ta način izboljšujejo možnosti prodaje izdelkov in storitev končnim uporabnikom.

B2C omogoča podjetjem tudi to, da na osnovi obsežnega zbiranja podatkov ob uporabi analitičnih in statičnih metod ugotavljajo navade, želje in interese posameznih kupcev. Z ustrezno prilagoditvijo tržnih pobud jim nato ponudijo tiste izdelke in storitve, ki jih najbolj potrebujejo.

Končni uporabniki pa so zaradi enostavnosti in udobnosti uporabe elektronskih pripomočkov sposobni hitro primerjati različne ponudbe ter izbrati najugodnejšega ponudnika na celotnem trgu.

Slika 3 : Prodaja končnemu uporabniku

Vir: Povzeto po Peteršič, 2005

Slika 3 prikazuje najpreprostejši model za upravljanje e-trgovanja B2C. Najbolj verjetno je, da končni uporabnik uporablja spletni brskjalnik in se povezuje preko ponudnika internetnih storitev (Internet Service Provider – ISP). Ko doseže spletno stran preko požarnega zidu, lahko začne nakupovati. Preden se uporabnik odloči za nakup, ponavadi še hoče brskati po katalogu. Plačilo pa poteka z uporabo kreditne kartice.

Podjetje – podjetje (B2B)

Kratice B2B označuje izraz Business to Business, prosto bi ga lahko prevedli »internetno trgovanje med poslovnimi subjekti« (pa naj gre za odnos proizvajalec-veletrgovec, proizvajalec-prodajalec...). Izraz opisuje internetno podporo, oziroma tehnologijo, ki poslovnim partnerjem določenega podjetja omogoča enostavno elektronsko (spletno) poslovanje z njim. Obsega pa tako dostop do vseh prodajnih izdelkov in storitev ponudnika, kakor tudi do tehničnih karakteristik, podatkov o zalogi, časih dobave, rabatnih sistemov, ki veljajo le za tega kupca, naročanje, kupovanje, reklamiranje,...

Na internetu obstaja veliko B2B elektronskih tržnic oziroma spletnih strani na katerih se srečujejo potencialni kupci in prodajalci in trgujejo med seboj z različnimi izdelki in storitvami. E-tržnice predstavljajo idealno mesto za trgovsko menjavo saj zблиžujejo dobavitelje, prodajalce in kupce; podjetjem ponujajo tudi vstopno točko v novo ekonomijo.

B2B poslovanja lahko razdelimo na dva modela: vertikalnega in horizontalnega. Vertikalni model B2B poslovanja je usmerjen znotraj specifične industrije ali panoge (npr.: gradbene, lesne). Horizontalni model pa za razliko od vertikalnega ni namenjen specializiranim sektorjem, temveč posameznim vrstam proizvodov in

storitev, ki so lahko zanimivi kupcem iz različnih gospodarskih panog. Takšne tržnice so specializirane za prodajo npr.: letalskih kart, rezervnih delov, itd.

Velika prednost elektronskega poslovanja je povezovanje podjetij v tako imenovano oskrbovalno verigo. Upravljanje oskrbovalne verige združuje sistematično načrtovanje in obvladovanje vseh materialov, saj prepozna potrebe končnega uporabnika, nato načrtuje in obvladuje surovine, končno montažo, distribucijo in dobavo temu uporabniku. Obseg torej načrtovanje, nabavo, proizvodnjo, obvladovanje zalog, skladiščenje, rokovanje, distribucijo, logistiko in kakovost. Cilj je optimiranje izvedbe glede na uporabnikove potrebe in minimalne stroške z uporabo vseh virov celotne oskrbovalne verige.

V B2B je topologija ponavadi drugačna, kakor je le-ta pri B2C, saj se podjetje v vlogi stranke povezuje preko mreže zaupnega partnerja. Zato je v tem primeru bolj primerna topologija virtualne privatne mreže (Virtual Private Network-NVP). Tudi, ko podjetje naroča, ponavadi naroči iste produkte in tudi približno iste količine le-teh. Zatorej so ponavljajoča in redna naročila bolj značilna za B2B. Podjetja zelo redko kupujejo s kreditnimi karticami. Možni so različni obrazci za plačila, kot npr. odprti račun, itd. Tudi katalog ni več potreben, ko podjetje enkrat kupi nekatere produkte od kakšnega drugega podjetja.

Javna in državna uprava – podjetja in posamezniki

Pri poslovanju z državno upravo ločimo njeno poslovanje s podjetji (na primer registriranje vozil, pobiranje davčnih napovedi, javne nabave) in poslovanje s prebivalci. Prav poslovanje državne uprave s prebivalci je eno najzahtevnejših področij, ker zahteva lokalni dostop do teh storitev vseh državljanov in članov skupnosti. Napovedi kažejo, da bo ta ločitev sčasoma odpravljena, ker ne bo možno neposredno ločiti, kdo je stranka in kdo poslovni partner. Stranka je lahko posameznik, ki nakupuje v spletni trgovini, poslovni partner, posameznik ali podjetje v sodelovanju z državno upravo. Trženje, prodajo in obdelavo po opravljeni prodaji potrebujejo tako poslovni partnerji, ki sodelujejo v elektronskem poslovanju, kot spletna trgovina, ki ima med svojimi strankami večinoma posameznike, ki kupujejo široko potrošno blago. (Jerman-Blažič 2001, 17)

Elektronsko poslovanje je torej mogoče uresničiti tudi na področju izvajanja »servisnih funkcij« države, ki so na primer administrativni postopki, izdajanje potrdil, oddajanje vlog in podobno. Država na tak način svoje postopke pohiti, zagotavlja večjo in lažjo dostopnost ter predvidljivost. S tem pa se zagotavlja tudi večji nadzor nad delovnimi področji javne uprave ter zmanjšujejo stroške njenega poslovanja. Uvajanje elektronskega poslovanja v razmerje med poslovnimi subjekti in javno upravo se kaže na področju javnega naročanja, s katerimi država za lastno oskrbo, ki jo pod zakonsko določenimi pogoji izvajajo poslovni subjekti.

V zadnjih letih se na področje e-poslovanja vse pogosteje vključuje tudi država, ki se po elektronski poti povezuje s podjetji (A2B – npr. razpisi, prijave na natečaj, izpolnjevanje raznih obrazcev ...) ali s potrošniki (A2C – npr. zahtevki za izpise iz različnih evidenc, volilni sistem ...).

Najpomembnejši področji elektronskega poslovanja sta poslovanje med podjetji (B2B), ter med podjetji in končnimi uporabniki (B2C). Največji delež poslovanja med

podjetji in potrošniki zavzema online nakupovanje, ki se je še posebej razmahnilo v zadnjih letih z uporabo interneta, kjer se vsak dan odpre na stotine novih trgovin, ki ponujajo najrazličnejše izdelke in storitve. Kategoriji, ki zajemata transakcije med državno upravo in podjetjem oziroma potrošnikom sta trenutno najmanj razviti.

Tabela 1: Razlika med tradicionalnim elektronskim poslovanjem in elektronskim poslovanjem na internetu

| Tradicionalno elektronsko poslovanje | Elektronsko poslovanje na internetu |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ● podjetje – podjetje ● podjetje - državna uprava | <ul style="list-style-type: none"> ● podjetje – podjetje ● podjetje - državna uprava ● podjetje - potrošnik ● potrošnik - državna uprav |
| Zaprti "klubi", največkrat panožno specifični | Neomejeno tržišče, globalen obseg |
| Omejeno število partnerjev | Neomejeno število partnerjev |
| Zaprta zasebna omrežja | Odprta, nezavarovana omrežja |
| Poznani in preverjeni partnerji | Poznani in nepoznani partnerji |

Iz zgornje tabele je razvidno, da imamo opravka z dvema različnima modeloma e-poslovanja. Na eni strani je tradicionalen model, ki je visoko strukturiran in reguliran na drugi pa internetni model, ki to ni.

2.4 OBLIKE ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA

Elektronsko trgovanje

V elektronski obliki so izvedljive vse vrste trgovanj: na veliko, na drobno in ne glede na vrsto blaga. Poslovanje se lahko izpelje s posamičnimi naročili, s sukcesivnimi dobavami, lahko je avtomatizirano na način RIP-a, izvedljiva so borzna blagovna trgovanja, samodejno trgovanje (po načelu kdor prej pride...ali kdor ponudi najvišjo ceno...) ipd. Čeprav imamo ustaljeno predstavo o tem, kaj pomeni izraz trgovina, se pri elektronskem trgovanju srečujemo z najrazličnejšimi izrazi. To je posledica dejstva, da se globalno elektronsko poslovanje ne uveljavlja enakomerno v vseh tradicionalnih poslovanjih, pojavljajo pa se tudi povsem nove oblike, ki v tako imenovanem predelektronskem času doslej še sploh niso bile izvedljive (Povzeto po Toplišek 1998, str. 15-21).

Globalno elektronsko trgovanje ima za ponudnike številne prednosti: omogoča povečan trg, nižje zagonske in obratovalne stroške, vstop na neomejeno velik trg brez fizične prisotnosti, poceni distribucijo, obsežne dobave ob nižjih stroških, učinkovitejše trženjske prijeme.

V Avstraliji štejejo med glavne oblike potrošniške prodaje na daljavo: telemarketing oziroma vsa poslovanja po načelu pay-per-call, televizijsko oglaševanje in prodajo, mednarodna naročila po pošti, elektronsko poslovanje, vštevši poslovanje po internetu. Med njimi je v največjem razmahu poslovanje po internetu.

Logistično obvladovanje tokov

Na področju hitrejšega pretoka blaga in informacij so velike rezerve, ki lahko povečajo učinkovitost poslovanja. To velja tudi za notranje organizacijsko območje (skladišče, odprema, podjetje), medpodjetniške tokove ali nacionalno gospodarstvo. Za sledenje blaga so izjemno pomembne učinkovite identifikacijske tehnike (črna koda).

Storitve na daljavo

Nemški zakon o storitvah na daljavo šteje med storitve, za katere velja zakon (Teledienste):

- ponudbe na področju posamičnega komuniciranja (npr. elektronsko bančništvo, izmenjava podatkov),
- ponudbe za informiranje in komuniciranje, če njihov glavni namen ni uredniško oblikovanje javnega mnenja (podatkovne storitve, npr. prometni, vremenski podatki, podatki o okolju in borzni podatki, razširjanje informacij o ponudbi blaga in storitev),
- ponudbe za rabo interneta in drugih omrežij,
- ponudbe za rabo elektronskih iger,
- ponudbe blaga in storitev v elektronsko dostopnih podatkovnih zbirkah z neposrednim dostopom in neposredno možnostjo naročanja.

Vidimo, da postajajo predmet trgovanja tudi blago in storitve, ki jih v ožjem pomenu doslej še nismo povezali s pojmom trgovina. Za trgovanje na daljavo je zlasti primerna ponudba v digitalni obliki. Ni nujno, da gre za storitev; predmet prodaje je lahko tudi informacija (v zbirkah podatkov) ali pravica (licenca za uporabo).

Pred- in poprodajne dejavnosti

K elektronskemu trgovanju spada tudi vrsta pred- in poprodajnih dejavnosti, ki so se prav tako morale prilagoditi novim informacijskim in komunikacijskim tehnikam. Z internetom se odpirajo posebne priložnosti za iskanje novih trgov. Zanimivo je, da so se izenačili nekateri pogoji poslovanja za velike in male podjetnike in da velikost organizacije ali bližina potrošniškimi središčem ne pomeni več posebne prednosti. Te ugotovitve so zanimive tudi za slovenska podjetja.

Čeprav je televizijsko oglaševanje tudi elektronska oblika, ga vendarle štejemo k oblikam preteklosti. V prihodnost se bo preselilo tedaj, ko bo prišlo do napovedane združitve televizorja in računalnika. Sodobno trženje prek interneta sicer še vedno dosega določene sloje in omejeno število ljudi, očitno pa postaja zanimivo tudi širše. V prihodnje bo množica elektronskih potrošnikov le še rasla. Trženje po internetu je lahko za kupca privlačnejše, možno je meriti odzive, zanimivo pa je tudi zato, ker je lahko dvosmerno. Potrošniku lahko ponudijo, da takoj izrazi svoje mnenje ali se odloči za naročilo.

Elektronsko bančništvo

V širšem smislu obsega elektronsko bančništvo vse storitve, ki se opravljajo po elektronski poti (tudi po telefonu, prek avtomatov, terminalov...). Del teh storitev je tak, da ne potrebuje posebnega varovanja (npr. splošne informacije), večinoma pa gre za varovane storitve s posamezno osebo. Nujno bo treba preprečiti pranje denarja po internetu.

Razlogi, zakaj se banke odločijo in svoje poslovanje postavijo na svetovni splet so naslednji:

- Prisotnost. Danes ima dostop do interneta veliko ljudi in predstavlja novo poslovno priložnost za vsako banko.
- Povezovanje. Ena najpomembnejših stvari pri poslu je povezovanje z drugimi ljudmi. Prek interneta lahko zelo hitro navežemo stik z morebitnimi strankami.
- Dostopnost do informacij. Možnost za povečanje posla raste, če so stranke dobro informirane.
- Objava časovno občutljivih podatkov. Če neka informacija začne veljati točno na določen dan, ob točno določeni uri, jo je veliko preprosteje objaviti na svetovnem spletu v trenutku ko stopi v veljavo.
- Razpoložljivost 24 x7. Z uvedbo poslovanja po internetu je dostopnost do informacij in določenih storitev na voljo 24 ur na dan, sedem dni v tednu.
- Povratne informacije. Povratne informacije so pri razvijanju kakovosti storitev nujne. Ob klasični marketinški akciji banka porabi ogromno raznovrstnih sredstev (denarja, ljudi, čas itd.) za ugotavljanje, kaj mislijo uporabniki. Na spletni strani pa lahko prosi za mnenje uporabnikov brez dodatnih stroškov.
- Internet poslovanje na lokalnem trgu. Ni nujno, da banke nudijo svoje storitve celotnemu svet že najbližji okolici banke je dovolj uporabnikov interneta, da je vredno vzpostaviti poslovanje po internetu.
- Opravljanje poslov. Večina ljudi je prepričana, da je to najpomembnejši razlog za prisotnost na svetovnem spletu. Izkušnje pa so pokazale, da se
- uporabnik na osnovi informacije odloči o sklenitvi posla oz. nakupu storitve.
- Stroškovno učinkovito poslovanje. Zaradi nizkih materialnih in upravnih stroškov ter manjšega števila zaposlenih je moč stroške znižati na minimum.

V preteklosti je bilo mogoče bančne storitve urejati le osebno na banki. Od osamosvojitve Slovenije se je konkurenca v bančnem sektorju zelo povečala, spremenile so se potrebe komitentov, bistveno je napredovala informacijska tehnologija, vse to so razlogi, da so banke pospešeno uvajale nove plačilne instrumente in nove prodajne poti.

Dejavniki, ki so povzročili razvoj elektronskega bančništva se nahajajo na strani bank in na strani komitentov. Odločilno vlogo je odigrala sodobna informacijska tehnologija, brez katere sprememb v potrebah bank in njihovih komitentov ne bi bilo

mogoče ustrezno podpreti. Elektronsko poslovanje učinkovito podpira hitro in kakovostno izvajanje bančnih storitev.

Poznamo tri oblike elektronskega bančništva:

- elektronsko bančništvo med bankami,
- elektronsko bančništvo v banki,
- elektronsko bančništvo pri poslovanju s komitenti.

Elektronsko bančništvo med organizacijami oziroma bankami je doseglo največje uspehe predvsem pri standardizaciji tehničnih rešitev in medsebojnem povezovanju. Uspeh tega predstavlja uveljavitev mednarodnega informacijskega sistema za izvajanje plačilnega prometa s tujino S.W.I.F.T. (Society to Worldwide Inerbak Financial Transactions). Danes preko elektronskega bančništva poteka domač in tuj plačilni promet. Največja pridobitev bank na področju plačilnega prometa s tujino v zadnjem času je vključitev v evropski plačilni sistem STEP. Sistem omogoča procesiranje masovnih čezmejnih plačil malih vrednosti v evrih (do zneska 12.500 evrov).

Elektronsko bančništvo v banki, je prepuščeno vsaki banki zase. Banke z lastnim razvojem razvijajo aplikacije, ki bi avtomatizirale posamezne poslovne procese in tako skrajšali čas izvajanja procesov in zmanjšali stroške.

Elektronsko bančništvo med bankami in komitenti mnogi pojmujejo kar kot celotno elektronsko bančništvo. Razvoj gre v dve smeri. Ena je uporaba raznih kartic, s katerimi je moč opravljati ali kupiti storitve in blago, druga pa je povezava z različnimi tehničnimi pripomočki, pri uporabi katerih nastane potreba po uporabi avtomatskih sistemov elektronskega bančništva.

Mogoče je potegniti določene vzporednice med klasičnim poslovanjem na bančnih okencih in elektronskim poslovanjem. Elektronsko poslovanje poskuša čimbolj posnemati klasično poslovanje, kjer je le to mogoče, zato da uporabniki ne bi imeli težav pri poslovanju.

Elektronsko bančništvo prinaša veliko prednosti pri poslovanju tako za banko kot stranko. Po eni strani zagotavlja komitentom enostaven in učinkovit način opravljanja bančnih poslov, po drugi strani pa omogoča banki učinkovitejše poslovanje. Z uporabo elektronskega poslovanja je mogoče storitev poceniti, uporaba storitev ni več vezana na poslovanje bank in lokacijo, predvsem pa tako bankam kot strankam omogoča velike prihranke v času.

Banke v glavnem niso same razvijale storitev elektronskega bančništva na obstoječi bančni infrastrukturi ampak so to prepuščale zunanjim sodelavcem.

Finančni prenosi, plačilni promet

Elektronski finančni prenosi v ožjem pomenu besede so le medbančni elektronski prenosi, medtem ko gre pri finančnem RIP-u za elektronsko izmenjavo podatkov med podjetjem in njegovo banko (npr. dajanje naloga za elektronski finančni prenos). Tudi pri elektronskih finančnih sporočilih gre - gledano tehnološko - za

podvrsto ripa, saj je okolje zaprto, prenosi visoko standardizirani in varovani. Gre za večje finančne prenose ali pa za komercialno plačevanje v zvezi s prometom blaga in storitev.

Izkušnje samodejnega plačevanja kažejo, da je elektronsko plačevanje lahko izjemno učinkovito. Pri sistemu SWIFT (eden od uveljavljenih standardov za finančne prenose) ugotavljajo, da je 50-60 % (včasih tudi 90 %) sporočil obdelanih brez posega operaterjev; dnevno se samo v okviru tega sistema v svet odpošlje več kot milijon sporočil.

Razvoj bo šel v tej smeri, da bodo komercialna plačila avtomatizirali tako, da bo plačilo le končni del samodejno izpeljane verige poslovnih postopkov. Pri tem včasih ne bo potrebno posredovanje finančne hiše ali pa njena udeležba ne bo neposredno očitna.

V Sloveniji je Agencija za plačilni promet razvila sistem za pošiljanje plačilnih nalogov po e-pošti. Takšno poslovanje je zanimivo za vse vrste podjetij, saj prihranijo pri nabavi papirnih obrazcev plačilnega prometa, pri času za podpisovanje in žigosanje nalogov, napake pa so praktično izključene. Za varnost prenosa skrbi tudi digitalni podpis. Programska in druga oprema ni zahtevna.

Potrošniško plačevanje

Finančne prenose (angl. wire transfer; funds transfer; EFT: electronic funds transfer) je treba razlikovati od sistemov potrošniškega elektronskega plačevanja (elektronska nakazila: electronic payment, kreditne kartice: digital/electronic cash...), ki so namenjeni tako imenovanemu nekomercialnemu plačevanju.

Tehnologije komercialnega in potrošniškega plačevanja po internetu se še niso ustalile. Veliko je razvitih ali delujočih sistemov. To velja tudi za bančno uporabniško poslovanje. Pri elektronskem bančništvu je treba zagotoviti bančno tajnost in anonimnost nekaterih poslov.

Elektronsko borzništvo

Udeleženci borznega poslovanja so kaj kmalu spoznali, da jim elektronski način dela lahko zagotovi učinkovitejše poslovanje. In to kljub temu, da tak način dela prinaša tudi določena tveganja oz. možnosti za zlorabe. Vlagateljem so na voljo sprotne izčrpne informacije o položaju njihovih naložb. Hitrost poslovanja ugodno vpliva na učinkovitejše delo s kapitalom. Čeprav je število delničarjev in drugih udeležencev veliko, njihova številčnost ne ovira kakovosti poslovanja. To je pomembno zlasti za investicijske družbe. Mali delničarji lažje poslujejo z borznimi posredniki. Borzne hiše sprejemajo poročila družb po elektronski poti v taki obliki, da so sposobna za samodejno obdelavo. Ker gre za razmeroma zaprto poslovanje, so se nova pravila za elektronsko poslovanje uveljavila brez posebnih težav. Marsikatera njihova izkušnja pa je uporabna tudi za druge vrste elektronskega poslovanja.

Storitve na zahtevo (conditional access services)

V širšem smislu spadajo sem vsa poslovanja, pri katerih potrošnik/uporabnik iz oddaljenega mesta priključuje storitev. Plačuje se glede na čas, vrsto porabe, količino ipd. Možne bodo različne vrste storitev na zahtevo, vendar danes v ožjem pomenu mednje štejejo predvsem ogledovanje filmov in videa. Storitve se razvijajo tako hitro, da jih ne utegnemo poimenovati s povsem domačimi imeni: video na zahtevo (video-on-demand), plačljivo televizijo (pay-TV), film na zahtevo (pay-per-view). Radijsko in televizijsko oddajanje po internetu ne ustrežata več predstavam in formalnopравnim okvirom, kakršni so za ta dva medija veljali doslej.

Elektronsko poslovanje na domu

Poslovanje se seli med stene domačega stanovanja. Še do nedavnega sta se zaradi elektronske storitve morala ponudnik in potrošnik srečati fizično. Zato se pri mnogih vrstah poslovanja pojavljajo predpone home- ali tele- (homeshopping, telebanking). Na elektronski način poslovanja so se lažje preusmerile tiste vrste poslovanja, ki jih je bilo možno že prej opraviti po telefonu ali telefaksu (karte za letalske in druge prevoze, turistične rezervacije, naročila borznim posrednikom...).

Informacijski avtomati – kioski

Deloma so naprave namenjene zgolj informiranju, razvijajo pa tudi takšne, ki bodo v pogovoru z uporabnikom svetovale ali ponujale standardizirane pisne izdelke (npr. vloge za državne organe). Ker jim preti poškodovanje ali uničenje (kot pri telefonskih govorilnicah), jih bodo postavljali v razmeroma varovana/nadzorovana okolja.

Elektronsko založništvo

Izdajajo vzporedne elektronske tiske ali pa izvorna dela v digitalni obliki. Deloma so te izdaje v sprotni obliki (on-line). E-založništvo v širšem smislu posega tudi na področje klasičnih medijev obveščanja, kar prinaša posebne pravne zaplete. Nova so nekatera avtorskoppravna vprašanja in problem, kako trajno shranjevati elektronsko kulturno dediščino. Elektronsko založništvo, ki uporablja internet, bo še bolj spodbudilo prizadevanje, da bi vpeljali tehnike za elektronsko varovanje (spremljanje) avtorskih del.

Elektronsko zavarovalništvo

Sklepanje zavarovalnih pogodb je razmeroma formularno, tj. s pomočjo vnaprej pripravljenih obrazcev in splošnih pogojev. To je idealno okolje za razvoj elektronskega načina dela. Kadar je sklenitev zavarovanja eden izmed poslovnih dogodkov v verigi (na primer naročilo-plačilo-zavarovanje-prevoz-prevzem), se z zavarovanjem dogaja tako kot z drugimi povezanimi deli poslovanja: elektronsko izvedeni dogodki pritiskajo na neelektronske, ki s svojo počasnostjo ovirajo druge.

Komunikacijsko – informacijske storitve

To so vse storitve, ki so se pojavile zaradi nemotenega elektronskega poslovanja: na primer zagotavljanje komunikacij, povezljivosti, pomožne storitve za rabo omrežij, storitve v zvezi z digitalnim podpisovanjem, časovnim žigosanjem, hrambo in upravljanjem s podatki... Lahko bi jih šteli med infrastrukturne storitve elektronskega poslovanja.

Delo na daljavo

Delo na daljavo je po eni strani samostojna oblika poslovanja, po drugi pa način dela, ki izrablja še druge vrste poslovanja. Prinaša zanimive novosti na področjih, kot so: zaposlenost, organizacija dela, visoka učinkovitost pri nekaterih dejavnostih; odprta pa so še številna socialna/sociološka, psihološka, pravna in podobna vprašanja.

Elektronsko poslovanje državnih in javnih služb

Tretja, največja skupina udeleženih v elektronskem poslovanju, je poleg komercialnih uslužbencev in potrošnikov (uporabnikov) javni sektor (v najširšem pomenu: uprava, sodstvo, zakonodajalec, zdravstvo, socialne in druge javne službe). Država je velik sistem in pomemben partner pri elektronskem poslovanju.

V notranjem poslovanju javnega sektorja je veliko dejavnosti, ki so razmeroma standardizirane. Zato so zelo primerne za vključevanje v elektronsko poslovanje. Tudi država se pri uvajanju elektronskega poslovanja ne bo mogla izogniti prenovi poslovanja. To bo eden pomembnih stranskih učinkov uvajanja elektronskega poslovanja.

Del pobud za elektronsko poslovanje javnega sektorja prihaja iz gospodarstva, saj se mora tudi država vključiti v verige nastajajočih elektronskih poslovanj (carina, davčne službe, statistika, razpisi za javna naročila). Pravne in druge javne informacije so po elektronski poti dostopne na preprost način; še zlasti, če tudi izvorno nastajajo v e-obliki. Mnoge države so že spoznale, da se v brezplačnih javnih informacijah skriva visoka dodana vrednost. Stroške za njihovo razširjanje je treba presojati tudi s tega vidika.

Sestavljene oblike elektronskega poslovanja

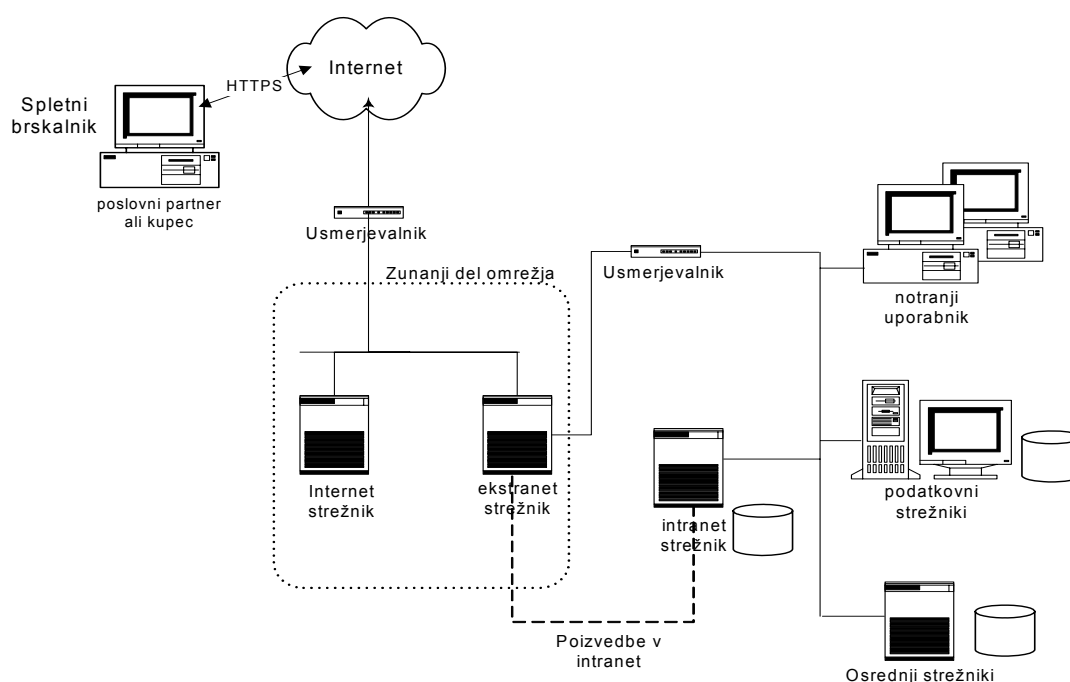
Večina elektronskih poslovanj bo sestavljena tako, kot so v neelektronski obliki: naročilo – dobava - plačilo; nakup – svetovanje - vzdrževanje; trženje – oglaševanje - naročilo; poraba zalog – naročilo – dobava – fakturiranje – plačilo - knjigovodske vknjižbe, naročilo - nalog v skladišču – komisioniranje – odprema - ugotavljanje optimalnih dostavnih poti - dostava. To so primeri zaporedij poslovnih dogodkov, ki jih vedno bolj zajema tudi elektronsko poslovanje. Na negospodarskem področju (npr. javnih službah) so vsebine drugačne, tehnologije pa lahko zelo podobne. Npr.: javni razpis – ponudba – objava izbire – elektronska sklenitev pogodbe – dobava – vzdrževanje – svetovanje...

Splošne (vrstne, generične) oblike elektronskega poslovanja

Nemogoče bi bilo naštetih vse oblike, v katerih se pojavlja elektronsko poslovanje. Če bi se omejili zgolj na gospodarske vrste poslovanj, bi izpustili mnoga druga. Razen tega so nekatere vrste poslovanj splošne, kar pomeni, da so kot oblika dela uporabne na katerem koli področju (npr. RIP, avtomati, informacijski kioski, storitve na zahtevo, sestavljene oblike poslovanj...).

2.5 INFORMACIJSKE IN KOMUNIKACIJSKE TEHNOLOGIJE

Slika 4 : Prikaz delovanja interneta, ekstraneta in intraneta



Vir: <http://ecom.fov.uni-mb.si/Studenti/Predmeti/EP.htm>

2.5.1 Internet

Internet je največje omrežje računalnikov na svetu. Sistematično povezuje veliko število manjših omrežij in mu zato pogosto pravimo pravimo omrežje omrežij. Ena najpomembnejših lastnosti interneta je ta, da ni centraliziran sistem, čeprav obstaja hierarhija omrežij. Poznamo omrežja, ki povezujejo regije s hitrimi in visoko propustnimi povezavami, na katera so povezana številna manjša omrežja, ki tvorijo hrbtnico interneta. V Sloveniji je primer takšnega omrežja ARNES.

Internet je sestavljeno omrežje in ni en sam enoten del. Vključuje različna omrežja in tudi posameznike. Glede na število in obseg udeležencev je določljiv le okvirno. Možno pa ga je opredeliti iz različnih vidikov. Pravno-organizacijsko je povsem decentralizirana zgradba. Po večji centralizaciji se kažejo prizadevanja le na nekaterih tehničnih področjih, vendar gre pri tem predvsem za dogovore o nujnih standardih, po katerih bi naj sistem deloval. Interneta neposredno ali v celoti ne upravlja nobena država ali meddržavna organizacija, zato predstavlja dobro podlago za samostojen, avtonomen kibernetski prostor. Tako ga že vidijo na pravnem področju, kjer pa se križajo z interesi držav kot ozemeljskih tvorb (Toplišek 1998, str. 8).

Enotne definicije interneta ni. Vzrok je v raznoliki tehnologiji, ki se hitro razvija. O opredelitvi interneta se ne morejo sporazumeti strokovnjaki po svetu in tudi pri nas ne. Naštejemo lahko nekaj slovenskih izrazov: internet, medmrežje, omrežje, omrežje omrežij in omrežje internet. Najbolj se je pri nas uveljavil izraz internet.

Če naštejemo nekaj definicij interneta:

»Internet je največje omrežje računalnikov na svetu. Od drugih se razlikuje v tem, da nima lastnika, osrednjega nadzornega mesta ali upravnega odbora in seže dlje od vseh drugih omrežij. Internet je, z eno besedo, javno svetovno omrežje.« (Pahor 1996, str. 1).

»Internet ni samo omrežje omrežij. Fizične lastnosti so samo del medija. Zato se definicija glasi: internet je velika zbirka storitev, ki jih ljudje uporabljamo, npr. e-pošta, usenet, www,... Internet so tudi milijoni ljudi po celem svetu, ki so se povezali, da bi izmenjali ideje, mnenja in sredstva z drugimi.«

Javni obraz interneta predstavljata spletna stran, ki je običajno marketinško usmerjena in spletna trgovina, ki se osredotoča na kataloško prodajo proizvodov in storitev. Zasebni obraz interneta vključuje Intranet in Ekstranet. Intranet je namenjen zaposlenim in omogoča dostop do poslovnih aplikacij, strežnika za elektronsko pošto ter do različnih dokumentov. Ekstranet je v bistvu posebna oblika Intraneta ter omogoča dostop do informacij izbranemu krogu poslovnih partnerjev, kot so največji kupci, franšizerji in največji dobavitelji (McKie 2001, str.20).

Razvoj interneta

Prvo računalniško omrežje je povezovalo več ameriških univerz (Stanford, ULCA, UCSB, Utah) in se je imenovalo ARPANET. Čeprav je bil ARPANET zgrajen z vojaškimi sredstvi, so ga večinoma razvili na univerzah.

Uspehu ARPANETA so sledila še druga omrežja kot npr. Usenet, MFENet, BITNET, NSFNET. ARPANET je leta 1990 prenehal delovati, preostala omrežja pa so se povezala v skupno omrežje, ki ga danes poznamo pod imenom internet (Hoffman 1996, str. 13).

Leta 1992 se ustanovi Europeanet- hrbtenica za evropska raziskovalna in akademska omrežja ter ARNES (akademska in raziskovalna omrežje Slovenije), ki vzdržuje in razvija hrbtenico omrežja znanstvenih in akademskih ustanov v Sloveniji in je upravljalca slovenske vrhnje domene »si«.

Delovanje interneta

Internet je zasnovan na principu odjemalec - strežnik med računalniki. V takšni arhitekturi določeni računalniki delujejo kot strežniki, ki oskrbujejo odjemalce z informacijami. Drugi računalniki pa delujejo kot sprejemniki informacij. Odjemalec je vsak računalnik, ki je povezan v omrežje z določenim oddaljenim strežnikom.

Internet v tehničnem smislu sestavljajo:

- strežniki, na katerih se nahaja večina podatkov,
- povezave med računalniki,
- računalniki, ki omogočajo dostop do interneta.

Pogoj za uspešno komunikacijo med strežnikom in odjemalcem z informacijami je uporaba istega protokola. Prenos podatkov je namreč definiran s protokolom TCP/IP³. Ta je bil razvit v sedemdesetih letih, da bi se olajšala komunikacija preko ARPANET -a, na katerega se je priključevalo vse več institucij.

Vsi računalniki v omrežju internet uporabljajo za prenos podatkov TCP/IP. To je standard, ki označuje vsebine podatkovnih paketov. Naloge TCP standarda so:

- zagotavljajo, da se informacije preko interneta ne izgubljajo,
- skrb, da se podatki na poti po omrežju ne spreminjajo,
- vnovični prenos neuspešno prispelih podatkov,
- omogočanje nemotenih dodatnih komunikacij, kljub milijonom hkratnih pogovorov med računalniki,
- razbijanje večjih sporočil na manjše in njihovo vnovično sestavljanje na njihovem cilju.

IP protokol določa, kako delujejo internetni naslovi, določa obliko informacij na poti med računalniki ter njihove poti (Hoffman 1996, str.39).

- Določanje načina pretoka podatkov prek internetne strojne opreme.
- Vsak računalnik, povezan v omrežje, mora imeti svoj enoličen naslov.
- Sistem za razbijanje podatkov na manjše kose pri prehajanju skozi nekatere dele omrežja.
- Zbirko različnih protokolov.

Storitve interneta

Načinov za uporabo interneta je toliko, da postaja njegova uporaba skoraj nepregledna. Zaradi samega obsega tega pisnega dela ne nameravamo opisovati vseh, ampak samo dve njegovi glavni kategoriji, ki sta tudi največ v uporabi:

- *elektronska pošta,*
- *World Wide Web (WWW) ali svetovni splet.*

³ TCP/IP - angl. *Transprt Control Protokol Internet Protokol*

Elektronska pošta je eden najosnovnejših in najpogostejših načinov uporabe interneta. To ni izvirna storitev interneta, saj deluje tudi v drugih omrežjih. Je pa elektronska pošta eden izmed osnovnih razlogov, da so se ljudje začeli povezovati na internet. Omogoča pošiljanje in sprejemanje elektronskih sporočil, za to pa so potrebni protokoli, ki tvorijo MTS⁴. Na začetku je bilo mogoče prenašati omejen nabor znakov, sedaj pa je mogoče prenesti datoteke, slike in zvočne zapise. Dopisovanje je možno med vsemi uporabniki, ki imajo dostop do interneta in svoj lasten elektronski naslov.

Prenos pošte je standardiziran s standardom SMTP⁵, ki je del družine protokolov TCP/IP. Na vsakem računalniku v internetu teče v ozadju programski strežnik, ki je vedno pripravljen sprejeti ali odposlati poštno sporočilo in deluje po protokolu SMTP. Pošiljatelj ali bralec uporablja odjemalski program, uporabniški agent, s katerim sestavlja ali bere pošto.

Elektronska pošta je zaradi svoje enostavnosti zelo priljubljena. Ena njenih glavnih prednosti je hitrost, saj je neprimerno hitrejša od navadne pošte. Elektronsko sporočilo pride na cilj v nekaj sekundah ne glede na oddaljenost. Do uporabnika prispe v nespremenjeni obliki in popolnoma enake kakovosti, kot je bilo odposlano. Obenem pa so poslani podatki primerni za nadaljnjo obdelavo. Danes predstavlja elektronska pošta storitev interneta kot enega najenostavnejših načinov za hitro izmenjavo sporočil, dokumentov, programov in tabel in zaradi svojih pozitivnih lastnosti postaja glavni način sporazumevanja med podjetji v svetu (Toplišek 1998, str.8).

Svetovni splet ali www je spremenil internet iz orodja, znanega predvsem v akademskih krogih, v sredstvo za množično brskanje po informacijah. Pregledovanje informacij nam omogočajo pregledovalniki oziroma brskalniki (browser), ki služijo za doseganje in pregledovanje www strani. Osnovni protokoli, ki so potrebni za pregledovanje www strani so: http⁶ za doseg in prenos podatkov, omogoča vpenjanje podnaslovov in html⁷, ki pa definira način, kako bo dokument prikazan na zaslonu računalnika. Standard za hipertekstno naslavljanje je URL⁸. Uporabnik pa pregleduje www strani z www brskalnikom .

Svetovni splet je leta 1989 vpeljal angleški znanstvenik Timothy Berners-Lee. Svetovni splet je dejansko skupek programov, standardov in protokolov, ki omogočajo multimedialno (fotografije, avdio in video zapisi, grafične podobe...) kreiranje strani in pregledovanje le-teh. V zadnjih nekaj letih je svetovni splet postal najbolj priljubljena storitev na celotnem internetu. To pa je predvsem zaradi tega, ker ga podpirajo programi kot so Microsoftova Okna, kar olajšuje njegovo uporabo. Zaradi tega vedno več ponudnikov oglašuje na svetovnem spletu in pojavlja se vedno več teh strani.

⁴ MTS – ang. mail transfer system

⁵ SMTP –ang. SimpleMail Transfer Protocol

⁶ HTTP - angl. Hyper Text Transfer protokol

⁷ HTML - angl. Hyper Text Markup Language

⁸ URL - angl. Uniform Resource Locator

Za uporabo sistema WWW⁹ se nam ni treba učiti in zapomniti ukazov. Omrežni model odjemalec – strežnik nudi enostaven in hiter dostop do različnih tipov virov na različnih sistemih. Ključ je identifikacija vira: ime in njegov naslov na internetu. Grafičen pregledovalnik za WWW omogoča v polni meri koriščenje multimedijskih značilnosti sistema WWW. Tehnologija »usmeri in klikni« nam omogoča, da z enim klikom v minuti prepotujemo razdalje od Slovenije do ZDA in naprej do Japonske oziroma kamorkoli (Celija 2000, str. 64).

2.5.2 Ekstranet

Ekstranet je varno, navidezno zasebno omrežje, ki nastane s povezavo različnih podjetij preko interneta. Ta omrežja delujejo kot zaprta, čeprav uporabljajo javne omrežne infrastrukture. Dostop do elementov omrežja (računalnikov in shranjenih informacij) je omejen na zaposlene v podjetju in pooblaščen zunanje uporabnike.

Ekstranet uporablja TCP/IP omrežja za povezovanje razkropljenih intranetov. Običajno to poteka po javnem internetnem omrežju, ki sam po sebi ne zagotavlja varnosti in zasebnosti, zato je potrebno pri vzpostavitvi ekstraneta izboljšati varnost povezave med različnimi deli interneta. Običajno se to naredi z varnimi podatkovnimi tuneli skozi javni internet, ki so zavarovani s šifrirnimi in avtorizacijskimi algoritmi. Tehnologiji tuneljenja pravimo tudi virtualno zasebno omrežje (Turban 2000, str. 243).

Osnovni namen ekstraneta je podpora sodelovanja med podjetji. Ekstraneti omogočajo varno povezavo intranetov podjetja z intraneti njegovih poslovnih partnerjev, finančnih ustanov, državnih ustanov in kupcev. V ekstranet omrežje lahko pristopijo podjetja na osnovi dogovora in pogodbe. Pristop je torej omejen in dovoljen samo pooblaščenim osebam, s čimer postane poslovanje nadzorovano, kar zagotavlja večjo varnost elektronskega poslovanja. Uporabnik določenega podjetja, ki je preko ekstraneta vstopil v intranet partnerskega podjetja, lahko uporablja vse ali del intranetnih rešitev partnerskega podjetja, odvisno od dodeljenih pooblastil (Sulčič in Lesjak 2001, str. 8).

2.5.3 Intranet

Intranet imenujemo notranje omrežje podjetja oziroma zasebno omrežje podjetja, ki je zgrajeno s pomočjo spletne tehnologije. Intranet služi zadovoljevanju notranjih informacijskih potreb z uporabo brskalnikov, iskalnikov, protokolov...kot pri internetu. Vedeti je treba, da je internetna tehnologija relativno poceni. Intranet se od interneta razlikuje v namenu in omejenosti dostopa uporabnikom, po videzu in uporabi pa je povsem enak. Intranet je namenjen precej raznovrstni poslovni uporabi v okviru podjetja. S pomočjo intraneta se opravlja elektronsko poslovanje znotraj podjetja in tudi elektronsko poslovanje podjetja z okoljem. Intranet nadomešča distribucijo papirne dokumentacije, kar se odraža v nižjih stroških poslovanja, hitrejšem dostopu do podatkov in večji učinkovitosti podatkov. Intranet je omrežje, ki omogoča povezovanje in sodelovanje vseh zaposlenih (Greenstein in Feinman 2000, str. 131).

⁹ WWW – angl. World Wide Web

Intranet lahko igra vlogo elektronske oglasne deske, ki informira zaposlene o novicah in dogajanju v podjetju. Dostop do intraneta je omejen z geslom, podatki pa so pogosto tudi šifrirani .

Intranet se uporablja (Sulčič in Lesjak 2001, str. 6):

- za predstavitev podjetja,
- predstavitev novic podjetja,
- omogočanje dostopa do internih in eksternih knjižnic,
- pregled kataloga proizvodov in storitev,
- pregled cenika proizvodov in storitev,
- pripravo in obdelavo potovanj, potnih nalogov,
- pregled kadrovskih informacij,
- pregled projektnega gradiva,
- pregled zakonskih in drugih predpisov, pomembnih za poslovanje podjetja,
- pregled poslovnikov, pravilnikov, organizacijskih navodil in standardov podjetja,
- pregled okrožnic in drugih obvestil vodstva, sindikata,
- pregled zapisnikov in sklepov vodstva, projektnih skupin,
- pregled različnih obrazcev in dokumentov,
- pregled razporeditve in urnikov zaposlenih,
- pregled delovnega koledarja,
- pregled razvedrila,
- pregled načrta dopustov in ustreznih zamenjav,
- pregled predstavitve arhitekture intraneta,
- pregled informacij za zaposlene...

2.6 PREDNOSTI IN POMANJKLJIVOSTI ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA

Elektronsko poslovanje omogoča globalizacijo, poslovanje po celem svetu in internacionalizacijo, ter poslovanje preko meja posameznih držav. To prinaša vrsto sprememb in organizacije, ki bodo prilagodljive in ustvarjalne, jih bodo lahko koristno izrabile. Na primer hitrejše odkrivanje najugodnejšega ponudnika zelenega proizvoda ali storitve na poljubni lokaciji v svetu ob poljubnem času; pocenitev poslovnih transakcij v zvezi s trženjem, oblikovanjem in proizvodnjo, pridobivanjem in izvajanjem naročil ter transportom; neposreden dostop do potencialnega kupca ali potrošnika z možnostjo oblikovanja posebno prirejene ponudbe. Uporaba interneta odpira nove načine povezovanja z že znanimi osebami pa tudi z ljudmi, ki jih še nismo srečali.

S tem načinom poslovanja lahko največ pridobijo majhna in srednje velika podjetja. Zaradi nizkih stroškov, ki jih omogoča uporaba internetnih tehnologij, se lahko povezujejo z večjimi podjetji in s svojo ponudbo 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.

Poleg prednosti pa spremljajo elektronsko poslovanje tudi določene pomanjkljivosti oziroma težave. Z elektronskim poslovanjem je ogrožena zasebnost osebnih podatkov (npr. s poslovnim vohunstvom, z nenaročenimi elektronskimi pošilkami, s kršitvijo zasebnosti zaposlenih in potrošnikov), pomanjkanje varnosti, nepravilna obveščенost o izdelku ali storitvi, izpadi omrežja zaradi preobremenitve ali virusov na internetnem omrežju, problem lastništva (npr. problem varovanja avtorskih pravic in varovanja pravice intelektualne lastnine).

Prednosti:

~ odzivnost

Neposredne komunikacijske povezave in sprotne interakcije, katere omogoča elektronsko poslovanje, omogoča večjo odzivnost organizacij. Z uvedbo elektronskega poslovanja je lahko večina izdelkov in storitev, ki jih nudi organizacija, dostopna 7 dni v tednu in 24 ur dnevno. Hitrost transakcije se bistveno poveča napram klasičnemu poslovanju. Odnosi s poslovnimi partnerji so učinkoviti in tesnejši, in tako so njihove zahteve boljše razumljene.

~ enostavnejši dostop do informacij

Elektronsko poslovanje omogoča hiter in enostaven dostop do informacij in podatkov. Informacije, ki so potrebna sestavina poslovanja, so vedno bolj dosegljive. Cilj elektronskega poslovanja je enostaven dostop do informacij kdajkoli in kadarkoli.

~ enostavnejši dostop do storitev

Interaktivni enostavnejši dostop do organizacij in s tem sočasna odzivnost omogočata, da uporabniki dostopajo do storitev na enostavnejši način. Prav tako pa pripravijo manj svojega dragocenega časa in zaradi tega sprejemajo storitve ceneje. Večino storitev lahko organizacija nudi na daljavo, fizična prisotnost v večini primerov ne bo potrebna. Krajevne in časovne omejitve so torej odpravljene.

~ racionalnost poslovanja

Eden izmed ciljev uvajanja elektronskega poslovanja je tudi racionalnejše poslovanje in s tem znižanje stroškov. Zmanjšajo se transakcijski stroški, stroški v upravljanju proizvodnje zaradi boljše prilagojenosti tržnemu povpraševanju in zalogam, manjše količine vrnjenega blaga, hitrejši postopek prodaje.

~ nove poslovne možnosti

Organizacije sicer že uporabljajo elektronsko poslovanje za obvladovanje osnovnih poslovnih procesov (avtomatizacija poslovnih postopkov), vendar omogoča ta način poslovanja nove poslovne priložnosti, nove poslovne procese, ki omogočajo nove storitve, izdelke, tržišča...

~ odpravljanje napak

Čim več dela se opravi po avtomatizirani poti (elektronsko poslovanje), manj je možnosti za človeške napake. Elektronski način poslovanja namreč omogoča, da se dokumenti vnašajo le enkrat in se beležijo v skupno bazo podatkov. Tako se

pričakuje, da bo skupno število napak, ob seveda zanesljivem delovanju informacijskega sistema, manjše.

~ dostop do globalnega tržišča

Uporaba elektronskega poslovanja v organizacijah omogoča dostop do globalnega tržišča. Globalizacija ruši meje trgov, zato bodo izdelki lažje dostopni strankam kjerkoli po svetu, hkrati pa bodo izdelki namenjeni ozkemu krogu uporabnikov.

~ v elektronski poslovni proces se vključuje vedno več ljudi

Internet omogoča hitre in poceni stike z bistveno večjim številom ljudi in to, kar je bistveno, celo ljudem, ki so v realnih situacijah plašni in zadržani. Na internetu so vsi enakopravni, tudi za to ker se ne vidijo.

Pomanjkljivosti:

~ pravne pomanjkljivost

Za uspešno uporabo elektronskega poslovanja so nujne pravne spremembe in spreminjanje. Pravo pa zaostaja za hitrim napredovanjem informacijske tehnologije in se v današnjem obdobju pospešeno prilagaja. Ravno v obdobju nedorečenih predpisov in standardov pa obstaja možnost zlorab. Najbolj neurejeno je trenutne še področje intelektualne lastnine in avtorskih ter drugih pravic. To zlasti velja za blago (glasba, filmi,...) s katerimi se lahko trguje po elektronski poti, da se lahko zlahka kopira ter tako nezakonito razpeča.

~ organizacijske spremembe

Elektronsko poslovanje pomeni korenito spremembe v organiziranosti poslovanja organizacij. Zaradi tega je uvajanje elektronskega poslovanja večkrat bolj organizacijski kot pa tehnološki problem, ker vsaka sprememba prizadene določen krog zaposlenih.

~ izobraževanje

Pri uvajanju elektronskega poslovanja v organizacijo je potrebno izobraževati zaposlene, saj proces izobraževanja zaseda izredno pomembno mesto. Pri tem je pomembno, da nova znanja v organizaciji pridobijo vsi zaposleni. Šele takrat, ko bodo prav vsi pridobili, vsak za svoje delo potrebno znanje bo organizacija kot celota uspešna. Potrebno je torej vedeti, da je za uspeh organizacije odločilen vsak posameznik. Težave se lahko pojavijo pri tistih posameznikih, kateri niso zainteresirani za nove tehnologije in v katerih vidijo le nujno zlo.

~ standardi

V celotnem procesu elektronskega načina 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 in s predpisi urejenem okolju. Pripravo standardov bi bilo treba prepustiti panogi, podlago zanje pa je treba razširiti na vse mednarodne subjekte v mednarodnih forumih.

~ varnost informacij

Zagotavljanje varnosti je prvi korak na poti k vzpostavljanju zaupanja, ki je glavna lastnost elektronskega poslovanja. Varnost in zasebnost pri elektronskem

poslovanju sta še posebej pomembni na finančnem področju. Vdor neavtorizirane osebe lahko povzroči veliko škodo v poslovnem procesu med poslovnimi partnerji. Zadnje čase se namenja veliko pozornosti varnosti in zaščiti informacij, vendar zaradi odprtosti sistema in enostavnega dostopa ne bo nikoli možno zagotoviti 100% zanesljivosti in varnosti. Kaže pa se, da je največja nevarnost znotraj organizacije in ne zunaj nje. Vsak uslužbenec lahko s svojim dostopom do podatkov le-te krade in jih kar pošlje po elektronski pošti kamor hoče. Za zavarovanje organizacij pred zunanjim vdorom obstaja dosti možnosti (npr. požarni zid).

~ časovna dimenzija

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

2.7 PРАВNA 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 sta vse večja in z uveljavitvijo Interneta pridobivata še močnejši zagon. Vendar pa pomanjkanje ustrezne zakonske ureditve lahko znatno ovira sporočanje pravno pomembnih in zavezujočih informacij v elektronski obliki ter povzroči splošno pravno negotovost. Zaradi tega je nujno zagotoviti pravno varnost najširše uporabe elektronskega poslovanja v domačem in mednarodnem gospodarstvu.

Pri tem gre za pravno problematiko, ki ureja splošno in zelo široko področje. Obsega prenos podatkov med računalniki v medpogodbenimi 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.

Za vzpostavitev urejenega elektronskega poslovanja je pomembno, da udeleženi subjekti zaupajo ureditvi elektronskega poslovanja in se nanjo zanesejo. Vzpostavljanje zaupanja je dolgotrajen proces, ki je s stališča potrošnika povezan s kakovostjo, s stališča ponudnika pa z varstvom lastnine. Zagotavljanje varnosti je prvi korak pri vzpostavitvi zaupanja kot nepogrešljivega elementa elektronskega poslovanja.

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 (Jerman - Blažič 2001, str. 161).

Vprašanja, ki zadevajo pravno ureditev elektronskega poslovanja, avtorske pravice, sklepanje pravnih poslov, zaščito in zbiranje podatkov, vsebino spletnih strani, elektronski podpis, zasebnost in pristnost sporočil itd., so dodatno otežena zaradi dejstva, da se dejavnosti v internetu dogajajo po vsem svetu ne glede na državo

meje, da je potrebno upoštevati zakone posameznih držav ter da je dostop v omrežje pravno in tehnološko omogočen nedoločenemu številu uporabnikov (Skrt 2000, Moj mikro, str. 74 - 75).

Zakon o elektronskem poslovanju in elektronskem podpisu - ZEPEP (Ur.l.RS, št. 57/2000) in Uredba o pogojih za elektronsko poslovanje in elektronsko podpisovanje (Ur.l.RS, št. 77/2001) urejata novo področje poslovanja gospodarskih subjektov, državljanov in državnih organov. To področje do leta 2000 ni bilo urejeno, vendar zaradi velikega tehnološkega razvoja zelo hitro pridobiva na pomenu. Pomanjkanje njegove pravne ureditve bi lahko v prvi vrsti predstavljalo znatno oviro pri razvoju elektronskega poslovanja in javnega sektorja in s tem pri razvoju Republike Slovenije nasploh. 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, str. 3-6).

Z razvojem tehnologije in elektronskih storitev pa se v zadnjem času pred regulativo s področja elektronskega poslovanja in elektronskega podpisa pojavljajo novi izzivi, predvsem kako znotraj obstoječe zakonodaje obravnavati vprašanja kot so reševanje e-sporov, obravnavanje računalniških dokazov, trajno elektronsko arhiviranje dokumentov itd.

Zakon o elektronskem poslovanju in elektronskem podpisu – ZEPEP (Uradni list RS, št. 57/2000) ureja elektronsko poslovanje, ki zajema poslovanje v elektronski obliki na daljavo z uporabo informacijske in komunikacijske tehnologije in uporabo elektronskega podpisa v pravnem prometu, kar vključuje tudi elektronsko poslovanje v sodnih, upravnih in drugih podobnih postopkih, če zakon ne določa drugače.

Uredba o pogojih za elektronsko poslovanje in elektronsko podpisovanje (Uradni list RS, št. 77/2000 ter št. 2/2001) pa določa¹⁰:

- merila, ki se uporabljajo za presojanje izpolnjevanja zahtev za delovanje overiteljev, ki izdajajo kvalificirana potrdila,
- podrobnejšo vsebino notranjih pravil overiteljev, ki izdajajo kvalificirana potrdila,
- podrobnejše tehnične pogoje za elektronsko podpisovanje in preverjanje varnih elektronskih podpisov, časovno veljavnost kvalificiranih potrdil,
- podrobnejše pogoje glede uporabe varnih časovnih žigov,
- vrsto in uporabo označbe akreditiranih overiteljev,
- pogoje za elektronsko poslovanje v javni upravi.

¹⁰ Vir: <http://www.gov.si/cvi/slo/ep/Uredba.htm>

Bistveni pomen zakona je, da pod posebnimi pogoji elektronskemu podpisu priznava enako veljavo, kot jo ima v papirnatem svetu lastnoročni podpis. Na podlagi zakona izdana uredba pa podrobneje določa posamezne pogoje iz zakona. Zakon o elektronskem poslovanju in elektronskem podpisu¹¹ temelji na sodobnih načelih: načelo nediskriminacije elektronske oblike, načelo odprtosti, načelo pogodbene svobode strank, načelo dvojnosti, načeli varstva osebnih podatkov in varstva potrošnikov in načelo mednarodnega priznavanja.

Načelo nediskriminacije elektronske oblike pomeni, da sta papirna in elektronska oblika smiselno izenačeni ter da sodišča in državni organi pri presoji dokazov ne smejo zavreči dokaznega gradiva zgolj zaradi njegove elektronske oblike.

Načelo odprtosti oziroma tehnološke nevtralnosti zagotavlja, da se zakon ne nanaša zgolj na eno od vrst tehnologije ali zgolj na sedanje rešitve, temveč ostaja splošen in zato uporaben za daljše časovno obdobje in nove tehnologije. Hitremu in raznolikemu tehnološkemu razvoju sledi tudi načelo dvojnosti, ki dovoljuje uporabe različnih tehnoloških rešitev z različno zanesljivostjo in s tem tudi različnimi pravnimi posledicami uporabe takšnih rešitev.

Načelo pogodbene svobode strank omogoča strankam, da se dogovorijo in svoja razmerja uredijo drugače. Tako zakon izrecno določa, da ne velja za zaprte sisteme, v katerih stranke s pogodbo vnaprej uredijo vse bistvene značilnosti delovanja sistema. Pogodbene stranke tako pri elektronskem poslovanju v zaprtih sistemih niso vezane zgolj na v zakonu predvidene rešitve.

Zaradi tehnološke zapletenosti rešitev za elektronsko poslovanje sta pomembni tudi načeli varstva osebnih podatkov in potrošnikov. Načelo varstva osebnih podatkov sledi najnovejšim pravilom, uveljavljenim v Sloveniji in Evropski uniji, glede varstva osebnih podatkov, ki so v elektronskem svetu še bolj izpostavljeni. Načelo varstva potrošnikov pa varuje povprečnega potrošnika, ki brez veliko tehnološkega znanja v zapletenem elektronskem poslovanju težje uveljavlja svoje pravice, in nalaga ponudnikom storitev posebno skrb za potrošnika.

Načelo mednarodnega priznavanja omogoča enostavno medsebojno priznavanje elektronskih dokumentov in podpisov ter s tem enostavno vključevanje slovenskega v mednarodno gospodarstvo. Mednarodno priznavanje pravnih učinkov podatkov in podpisov v elektronski obliki je namreč izredno pomembno, saj elektronsko poslovanje izrazito ignorira državne meje oziroma meje med posameznimi pravnimi sistemi.

Elektronski podpis

Elektronski podpis igra pri elektronskem poslovanju zelo pomembno vlogo. Očitno je, da elektronski oziroma zlasti digitalni podpis izvajamo drugače kot lastnoročnega. Manj očitno, a dokaj problematično pa je dejstvo, da potrebujemo pri elektronski izvedbi veliko pripomočkov, kup organizacijskih ukrepov, skratka pravno in institucionalno infrastrukturo, ki je pri lastnoročnem podpisu ne potrebujemo. Vsekakor si elektronskega podpisa brez enskripcijskih ključev za zagotavljanje varnosti ne moremo predstavljati. Za delovanje digitalnega podpisovanja naj bi skrbeli izdajatelji podpisanih certifikatov (ustanove za overjanje). Njihova dejavnost certificiranja je urejena z zakonom in notranjimi pravili, ki so objavljeni pod splošnimi

¹¹ Vir: <http://www.gov.si/ca/pravnapojasnila.htm>

pogoji, oboje pa je lahko vsebinsko tudi sestavina pogodbe med izdajateljem in lastnikom ključa - naročnikom.

Zakon o elektronskem poslovanju in elektronskem podpisu ureja v splošnem naslednje pojme:

- elektronski podpis,
- digitalni podpis,
- časovni žig,
- podpisnika,
- sredstvo za elektronsko poslovanje,
- sredstvo za preverjanje elektronskega podpisa,
- overitveno potrdilo,
- ustanovo za overjanje.

3 UVAJANJE ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA

Podjetja, ki se odločijo, da bodo uvedla elektronsko poslovanje, morajo uvesti številne spremembe. Nabaviti je treba računalniško opremo in programsko opremo, ki je potrebna za uspešno e-poslovanje. Nato se je potrebno naučiti uporabljati to opremo, kjer se ponavadi pokaže potreba po dodatnem izobraževanju. Podjetja porabijo veliko finančnih sredstev za nabavo potrebne opreme in dodatna izobraževanja, ki pa ponavadi ne prinesejo želenega učinka. Zaradi tega je za učinkovito e-poslovanje potrebno postopno in s primerno strategijo graditi delovanje podjetja. Analitiki menijo, da je povrnitev naložbe premosorazmera z velikostjo podjetja - večje kot je podjetje, hitreje se naložba povrne.

Potencial, ki ga prinaša e-poslovanje, lahko podjetje izkoristi, le če prilagodi poslovne procese novim tehnologijam. Ker lahko prinese koristi le spremenjen način dela, ne pa tehnologija sama, se lahko ob uvedbi e-poslovanja pojavijo organizacijske težave znotraj podjetja.

Pogostokrat se pri e-poslovanju omenja problem znanja oziroma z drugimi besedami pomanjkanje usposobljenega in izobraženega kadra. To je še posebej opazno pri manjših podjetjih, ki si težko privoščijo lastne rešitve, temelječe na sodobni računalniški in telekomunikacijski opremi, saj za kaj takega navadno nimajo ne zadostnih sredstev, ne ustrezno usposobljenih strokovnjakov.

Zaradi spremenjene vloge ekonomskih dejavnikov, padec produktivnosti zaznamujeta predvsem obdobje učenja in inovacije. Proces učenja in prilagajanja delovne sile na spremembe, ki jih prinaša nova tehnologija je počasen in zaostaja za vse hitrejšim razvojem tehnologije. Odsev sposobnosti prilagajanja in uporabe novih tehnologij pa se odraža v dohodkovni neenakosti. Ob uvedbi novih tehnologij se ponavadi hitreje prilagajajo ljudje z višjo izobrazbo, ki so že pred uvedbo tehnologij imeli višje dohodke. Njihovi dohodki se še povečajo in razkorak v dohodkovni neenakosti med visoko kvalificiranimi in nekvalificiranimi delavci se še poveča. (Mrkaić, 2000:602)

3.1 RAZLOGI ZA UVAJANJE ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA¹²

Elektronsko poslovanje v podjetjih prinaša mnogo sprememb, ki bodo za prilagodljiva in inovativna podjetja zelo pozitivne in sicer iz naslednjih razlogov:

Tržni razlogi

Elektronsko poslovanje omogoča podjetjem nove načine dostopa do trga in hitreje kot kdaj koli prej odkriti nove tržne segmente. Interaktivnost na trgu in osebno trženje bosta pomagala prilagajati izdelke in storitve različnim odjemalcem. Tak

¹² Povzeto po Gobec 2004, str. 24

pristop predstavlja trženje neposredno enemu kupcu, ki bi ga lahko postavili nasproti klasičnemu trženju večim kupcem. Po meri ustvarjena ponudba ustvarja nove zamisli o potrošniški družbi. Podjetjem omogoča nove tržne priložnosti, prodajo popolnoma novih izdelkov in storitev.

Globalizacijski razlogi

Zaradi globalizacije kot svetovnega trenda se poslovno okolje v zadnjem času zelo spreminja. Lokalni konkurenci se pridružuje še zahtevnejša globalna konkurenca. Danes smo tako priča sprememb organizacij v globalne. Uspešno poslovanje globalnih organizacij pa lahko sloni le na elektronskem poslovanju.

Ekonomski razlogi

Uporaba cenovno ugodnih hitrih komunikacijskih tehnologij, popolna avtomatizacija poslovnih procesov, takojšnja odzivnost, manjša poraba časa za določeno opravilo, zelo zmanjšana poraba papirja... privarčuje ogromno virov. Tako elektronsko poslovanje zmanjšuje stroške ter zagotavlja konkurenčno prednost in obstoj na trgu. Transakcijski stroški se lahko bistveno zmanjšajo.

Kadrovski razlogi

Z elektronskim poslovanjem je lahko večina poslovnih procesov delno ali popolnoma avtomatizirana. S tem se zmanjšajo kadrovske potrebe.

Poslovno-organizacijski razlogi

Elektronsko poslovanje pomeni tudi korenito spremembo načina izvajanja poslovnih procesov, kar ima neposredno povezavo s spremembami v organiziranosti poslovanja. Ob tem se pojavlja priložnost, da se organizacija primerneje reorganizira.

Tehnološko-tehnični razlogi

Nove tehnologije omogočajo neposredne in zelo hitre povezave med udeleženci v poslovnih procesih, ki omogočajo brez papirno poslovanje. V elektronske dokumente so lahko prevedeni in predelani danes skoraj vsi dokumenti, ki se uporabljajo in izmenjujejo še po klasični poti. Ob hkrati hitrih povezavah tehnologija omogoča takojšnjo odzivnost, stalno časovno prisotnost. Hitrost transakcije se bistveno poveča v primerjavi s klasičnim poslovanjem.

3.2 CILJI ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA

Podjetja želijo čim hitreje in s čim manj stroški razviti nov izdelek oziroma storitev in ga/jo uspešno uveljaviti na tržišču. S tem ciljem podjetja že od nekdaj sodelujejo in si izmenjujejo informacije. V današnji globalni družbi, kjer so potrebe kupcev vedno večje in vedno bolj kompleksne, so potrebe po sodelovanju in izmenjavi informacij toliko večje. Poleg tega se poslovne povezave med podjetji hitro spreminjajo, spremembe v okolju pa tudi vedno hitreje vplivajo na poslovne procese ter s tem na vsebino in vrsto informacij, potrebnih v medsebojnih komunikacijah.

Z elektronskim poslovanjem želimo doseči¹³:

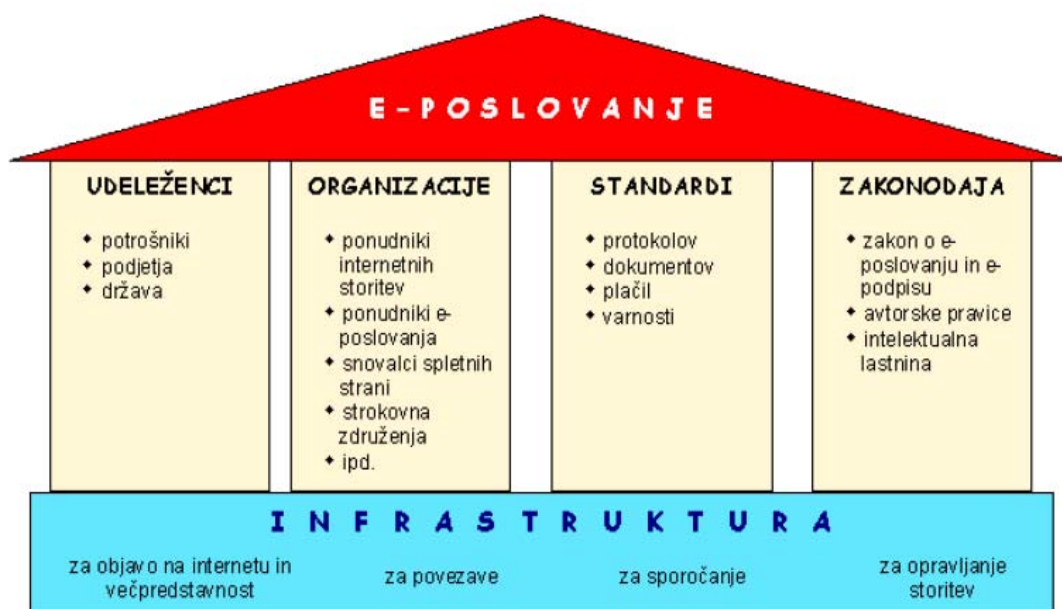
- Čim bolj avtomatiziran način izmenjave in obdelave, da je potreba po zamudnem ročnem delu, ki je hkrati podvrženo človeškim napakam minimalna.
- Čim bolj kvalitetne e-informacije, da je verjetnost napak, in s tem posledično potreba po ročnih intervencijah in usklajevanjih, čim manjša.
- Varno izmenjavo podatkov s partnerji.
- Elektronsko poslovanje razširiti tudi na dokumente s pravno veljavo.

Elektronsko poslovanje je proces, ki izkorišča informacijsko tehnologijo, v bistvu pa posnema klasičen papirni način izmenjave podatkov in dokumentov.

¹³ Vir: <http://www.halcom.si>

3.3 MODEL UVAJANJA ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA

Slika 5 : Model uvajanja elektronskega poslovanja



Vir: E-poslovanje: http://www.pf.uni-mb.si/pravna_informatika/images/pi_3.pdf

Osnovni pogoj za pričetek e-poslovanja v podjetju je postavitve interne infrastrukture ter nakup potrebne tehnologije. Za uspešno e-poslovanje je dobro, da je podjetje tudi znotraj organizirano po internetni tehnologiji. Nekatera podjetja gredo tudi korak dlje in investirajo v programsko opremo za strežnik, ki omogoča povezavo med kupcem in internim informacijskim sistemom podjetja. Kupcu omogoča iskanje, naročanje in on-line plačevanje zelenega blaga, podjetju pa je omogočena interna obdelava zbranih podatkov, spremljanje naročil, pregled zalog, verifikacija plačil, odprema blaga itd. Investicija v takšno opremo je kar precejšen finančni zalogaj, vendar so analitiki izračunali, da je povrnitev naložbe premosorazmera z velikostjo podjetja - večje kot je podjetje, hitreje se naložba povrne (Skrť, november 1999, Moj mikro).

V strokovni javnosti je razširjen model uvajanja elektronskega poslovanja v štirih stopnjah. (Slak 2000, str. 1) Najprej si podjetje pridobi osnovne izkušnje pri komuniciranju preko interneta z oblikovanjem spletnih strani. Na naslednji stopnji se preko intraneta in interneta poveže z zunanjim svetom. Sledi medsebojno povezovanje s poslovnimi partnerji, s čimer začne podjetje spreminjati svoj uveljavljen, tradicionalen način poslovanja. Zadnjo stopnjo doseže, ko celovito preoblikuje svoje poslovanje, organizacijsko strukturo, strategijo in poslovni model.

V prvi fazi je pomembno avtomatizirati notranje procese. Pri tem zamenjamo komuniciranje s papirji med posamezniki v poslovnem sistemu z elektronskimi ekvivalenti. V tej fazi je potreben močan zgled managementa, ki bo k razširjeni

uporabi elektronskih nadomestil pritegnil svoje zaposlene. Spremembe v podjetju se pogosto začnejo tudi z ukazom ali s kaznovanjem.

Druga faza pomeni spreminjanje notranjih procesov v poslovnih sistemih, ki jih moramo prilagoditi zmožnostim informacijske tehnologije. V praksi pomeni to, da moramo določene oddelke združevati glede na funkcijo, ki jo opravljajo. Smiselno je med seboj direktno povezati konstrukcijo in stroje v proizvodnji brez dodatnih vmesnih členov.

Tretja faza predstavlja spremenjen osnovni poslovni model, ko se mora podjetje odločiti, kateri najbolj ustreza njegovim ciljem.

V četrti fazi lahko s preseganjem individualnega poslovanja pričnemo sklepati partnerske povezave in tako ustvarjamo grozd sorodnih podjetij v panogi. Če je grozd že ustvarjen, lahko v njem učinkovito sodelujemo.

Pri implementaciji teh štirih faz moramo uporabiti naslednje korake:

1. korak: ugotoviti moramo vzroke in izkoriščenost poslovanja z internetom ter priti do spoznanja, da to ne pomeni le postavitve spletne strani, temveč gre za spremembo poslovnih procesov.
2. korak: določiti moramo celotno strategijo elektronskega poslovanja in razjasniti, kakšen poslovni model bomo uporabili.
3. korak: določiti moramo, kateri način uporabe interneta je v skladu s celotnim poslovnim modelom.
4. korak: izdelati moramo podroben načrt aktivnosti uvajanja elektronskega poslovanja.
5. korak: začnemo z vzpostavljanjem ene ali več poslovnih iniciativ, ki temeljijo na osnovnem elektronskem poslovanju. Na osnovi izkušenj nadaljujemo z dodatnimi projekti v okviru elektronskega poslovanja.
6. korak: ocenimo ekonomski učinek, ki ga je prineslo elektronsko poslovanje.

3.4 UVAJANJE ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA

Uvajanje tehnologije elektronskega poslovanja je mogoče primerjati z uvajanjem prvih računalnikov, vendar je razlika v posledicah uvajanja. Računalnik je spremenil samo postopke v delovanju posameznih delovnih mest, elektronsko poslovanje pa pretresa organizacije v procesih in na novo določa načine povezovanja med organizacijami, prav tako pa tudi ustvarja nove priložnosti za povezovanje posameznikov s poslovnimi in vladnimi organizacijami (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, str. 634).

Večina podjetij začne svojo pot k elektronskemu poslovanju s predstavitvijo podjetja na internetu. Predstavitev podjetja na internetu nastane ponavadi kot odgovor konkurenci, ki je tam že prisotna. Izpolnjeni morajo biti potrebni pogoji za elektronsko poslovanje, med drugim: pravna ureditev, elektronska oskrba javne uprave in zagotovitev logističnih povezav (ibid., str. 636).

Pri uvedbi elektronskega poslovanja se podjetja srečajo s številnimi vprašanji. Tri izmed njih so, kako oblikovati privlačno spletno mesto, kako oglaševati na spletu in kako za svoje spletne posle ustvariti zdrav model prihodkov in dobička (Kotler 2003, str. 56).

Uvajanje e-poslovanja, katerega smisel je v izboljšavi poslovnih procesov v podjetjih, bi lahko razdelili na štiri stopnje. Osnovne izkušnje si ponavadi podjetja pridobijo najprej s komuniciranjem prek interneta z uporabo e-pošte in s postavitvijo spletnih strani. V naslednjem koraku se s povezavo intraneta in interneta povežejo z "zunanjim svetom". Sledi medsebojno povezovanje z drugimi podjetji in s strankami, s čimer začnejo spreminjati svoj uveljavljen, tradicionalen način poslovanja. Prave učinke e-poslovanja prinese šele zadnji korak, ko je potrebno seči globlje v podjetje in spremeniti oziroma prilagoditi poslovne procese (Skrť, november 1999, Moj mikro).

Ključni problem pri vzpostavitvi elektronskega poslovanja je sama priprava pogojev za elektronsko poslovanje. Že za vzpostavitev osnovnega načina elektronskega poslovanja so namreč pri prejemniku poleg tehnologov v velikem obsegu vključeni strokovnjaki informacijske tehnologije (lastni ali zunanji). Ti morajo poskrbeti za ustrezno zmogljivo strojno opremo, za ustrezno sistemsko programsko opremo, za pripravo in realizacijo aplikacije, v kateri je realiziran tudi obrazec, za vzpostavitev in vzdrževanje povezave med obema partnerjema, za način izmenjave obrazcev in dokumentov, za identifikacijo in avtorizacijo, za potrditev prevzema dokumenta, za arhiviranje podatkov ter za vključitev prejetih podatkov v nadaljnje obdelave.

Elektronsko poslovanje prinaša velike spremembe v obstoječe poslovanje, ki organizacijam ne zagotavlja več konkurenčnosti na tržišču. Zato je potrebno izvesti prenovo poslovnih sistemov skozi vrednostni tok oskrbovalne verige s poudarkom na ureditvi logistične funkcije, poenotenja in poenostavitve. Predpogoj za uvedbo elektronskega poslovanja je preureditev procesov, saj je najprej potrebno zagotoviti povezljivost sistemov. Zaradi tega je potrebno uskladiti poslovne procese in interese med poslovnimi partnerji, prav tako pa se je potrebno posvetiti vsebini poslovanja.

Organizacije se morajo zavedati vpliva elektronskega poslovanja na širše poslovno okolje. V ta namen je potrebno spremljati, kako elektronsko poslovanje vpliva na poslovne modele in slediti tem spremembam. Organizacije morajo prilagajati svoje poslovanje novim zahtevam, ki vladajo na tržišču, in stalno spremljati konkurenco ter priložnosti za prodor na tržišče¹⁴.

Delovanje v globalnem gospodarstvu zahteva večjo učinkovitost ob uporabi prijemov elektronskega poslovanja, kar pomeni, da je potrebno strukturno preoblikovati notranje temelje podjetja. Stare in slabe aplikacije informacijskega sistema je treba povezati v učinkovitejšo infrastrukturo elektronskega poslovanja.

V tem se kaže bistvena razlika med spletno trgovino in elektronskim poslovanjem. Spletna trgovina je opredeljena oziroma definirana kot kupovanje in prodaja prek svetovnega spleta, elektronsko poslovanje pa v nasprotju s spletno trgovino vključuje predvsem osnovne in podporne aplikacije, ki predstavljajo gibalno modernega poslovanja. Transakcije e-trgovine niso edini predmet e-poslovanja.

¹⁴ Vir: <http://ecom.fov.uni-mb.si>

Elektronsko poslovanje pomeni ponovno opredelitev osnovnih modelov poslovanja s pomočjo sodobne tehnologije, ki ima jasno definirane cilje: povečati učinkovitost poslovanja v dobro podjetja in njegovih strank. Elektronsko poslovanje je dejansko celotna strategija, pri čemer zajema spletna trgovina izjemno pomemben del in je zato za poslovni model velik izziv. Računalnik že dve desetletji omogoča avtomatizacijo nalog in s tem večjo poslovno hitrost, vendar pa ni spremenil temelja poslovanja v večji meri; to je uspelo le spletni trgovini. Če le ena enota v verigi vrednosti podjetja začne poslovati elektronsko, se morajo vse ostale enote temu vzorcu ustrezno prilagoditi, ali pa tvegajo, da jih bo zamenjal kdo drug. Zato ponovno preučevanje in preoblikovanje poslovnega modela za vodstvo ni zgolj ena izmed mnogih dostopnih možnosti, pač pa je v informacijski dobi to prvi korak k ustvarjanju dobička, za mnoge celo korak k preživetju.

Pri načrtovanju in uvajanju elektronskega poslovanja v podjetju nam lahko pomagajo naslednja pravila¹⁵:

1. Spremenjen odnos do tehnologije.

Sodobna komunikacijsko informacijska tehnologija je postala vzrok sprememb in vodilo napredka. Za večino podjetij je prilagajanje nenehnim spremembam, ki jih prinašajo tehnologije interneta, nujno, da bi obdržala svojo rast.

2. Prilagajanje nenehnim spremembam.

Danes so se podjetja prisiljena prilagajati spremembam, če želijo postati oziroma ostati uspešna. Nenehne spremembe narekujejo vztrajno spremljanje novih trendov, ki jih je treba odkriti hitreje kot konkurenca. Podjetja morajo spoznati, da se danes odločitve sprejemajo hitreje kot nekoč.

3. Zmožnost posodabljanja, vplivanja na tok informacij in njegovega nadzorovanja.

Zmožnost nadzorovanja toka informacij je bolj dobičkonosen posel kot prevažanje ali fizična proizvodnja izdelkov. Neopredmetena sredstva, kot so blagovne znamke, odnos do kupcev, povezave z dobavitelji in zbirka vseh informacijskih sredstev, imajo danes veliko večjo vrednost kot konkretni izdelki. Danes je blagovna znamka na internetu vredna veliko več, kot je mogoče vredno samo podjetje.

4. Neposredna in odprta komunikacija s kupci.

Danes je potrebna nova poslovna oblika komunikacije, ki odseva dobro usklajeno povezavo med poslovanjem, uporabljeno tehnologijo in vzpostavljenim komunikacijskim kanalom s kupci. Zvestoba kupcev raste z neposredno komunikacijo, ki jo omogoča elektronsko poslovanje.

5. Ustvarjanje prožne povezave z zunanjimi izvajalci in partnerji.

Novejša tehnologija omogoča lažje povezovanje z zunanjimi izvajalci, zlasti če obe strani uporabljata podobno poslovno uporabniško programsko opremo. Novejše poslovanje omogoča zmanjševanje zalog, ker vse od naročila do dobave poteka po elektronsko zastavljeni verigi. Ta način poslovanja omogoča, da se stroški znižajo, tudi če podjetja ne znižajo svojih cen.

¹⁵ Povzeto po Jerman – Blažič 2001, str. 45

6. Ustvarjanje in ponujanje novosti.

Kupci pričakujejo nenehne novosti. Od podjetij zahtevajo in pričakujejo novosti in doseganje najvišje možne kakovosti storitev in proizvodov.

3.5 UVAJANJE ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA V MALA IN SREDNJA PODJETJA

Elektronsko poslovanje ponuja malim podjetjem priložnosti, da si najdejo nove stranke ali dobavitelje, še posebej na mednarodnih trgih. Mala podjetja imajo več priložnosti, da tekmujejo na trgih in v nekaterih primerih tudi možnost za preživetje. Elektronsko poslovanje predstavlja za mala podjetja tudi potencialno prednost, saj jim omogoča enakovrednejše tekmovanje na trgu (Payne E. Judith, 2005).

Pri pospeševanju uporabe elektronskega poslovanja v mikro in malih podjetjih igra glavno vlogo država kot pospeševalec in promotor. Mikro in mala podjetja potrebujejo podporo, sodelovanje in predvsem zgled.

Tabela 2 : Prednosti in pomanjkljivosti e-poslovanja za MSP

| PREDNOSTI / KORISTI | POMANKLJIVOSTI / TVEGANJA |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ poceni vir informacij ➤ poceni način oglaševanja ➤ poceni način izvajanja tržnih raziskav ➤ poceni način izdelave / najema spletne trgovine ➤ nižji transakcijski stroški ➤ tržna niša za specializirane proizvode ➤ podoba in prepoznavnost podjetja se lahko vzpostavi zelo hitro ➤ poceni način zagotavljanja katalogov ➤ priložnost in poceni način za doseg kupcev iz celega sveta | <ul style="list-style-type: none"> ➤ pomanjkanje virov za popolno izrabo spleta ➤ nezmožnost uporabe dragega RIP-a, razen internetnega ➤ pomanjkljiva znanja iz pravnih zadev, trženja... ➤ nižja toleranca tveganja kot pri velikih podjetjih ➤ ni osebnega kontakta s strankami (kar je ponavadi prednost MSP) ➤ ni prednosti delovanja v lokalni skupnosti |

Vir: Turban, King, 2002, str. 494

Mala podjetja v Sloveniji imajo glede na raziskave dobro razvit dostop do interneta in razmeroma močno prisotnost na internetu, vendar za ostalimi državami Evrope zaostajajo na področju intraneta. Ta sodi med najmočnejša orodja za povečevanje učinkovitosti zaposlenih in je zato pomembna investicija v lastno organizacijo in poslovanje (Vehovar et al., 2003a).

3.6 KLJUČNI DEJAVNIKI USPEHA

Patricia Seybold svetuje, kako uspešno elektronsko trgovati. Omenja osem ključnih dejavnikov uspeha, ki so rezultat več kot 40 različnih podjetij:¹⁶

1. Ciljati na prave kupce.
2. Obvladovati celotno doživetje kupcev.
3. Optimizirati poslovne procese, ki pustijo svoj pečat na kupcu.
4. Poskrbeti za celosten pristop k odnosom s kupci.
5. Pustiti kupcem, da si sami pomagajo.
6. Pomagati kupcem.
7. Posredovati posamezniku prilagojeno storitev.
8. Spodbujati in ohranjati spletne skupnosti.

Za uspeh elektronskega poslovanja na splošno pa je pomembnih pet dejavnikov: (Jerma - Blažič 2001, 58 - 60)

1. Vsebina, ki jo podjetje ponudi in trži na spletu, je ključna. Izdelek ali storitev morata biti inovativna, saj nekatere tržne niše na internetu že kažejo vrste nasičenosti.
2. Podjetje mora imeti jasne cilje in voljo za spremembe v poslovanju. S svojo pojavo na spletu mora biti pripravljeno, da vstopi na globalni trg. Podjetje mora investirati in izdelati strategije za doseg zastavljenih ciljev.
3. Potreben je nadzor in upravljanje v podjetju, ki bo integrirano s funkcijami pojava na spletu.
4. Okolje podjetja mora zagotavljati kritično maso potrošnikov in upravičevati investicije v elektronsko poslovanje z rastjo prodaje in zmanjševanjem stroškov.
5. Podjetje mora obvladati tehnologijo za elektronsko poslovanje.

3.7 ELEKTRONSKO POSLOVANJE V SLOVENIJI

Elektronsko bančništvo

Trendu, da si je skorajda nemogoče zamisliti moderno banko, ki ne bi ponujala svojih storitev tudi prek interneta, so sledile tudi slovenske banke, ki so v minulih letih bistveno izboljšale svojo ponudbo in za nekajkrat povečale število uporabnikov elektronskega bančništva.

Na začetku je ponudba obsegala le informativne izračune kreditov in nekatere osnovne informacije, vendar so se kmalu po vzoru modernih bank pojavile tudi storitve z neposrednim, interaktivnim dostopom do bančnega računa, tako da danes lahko rečemo, da so s tega vidika slovenske banke povsem konkurenčne marsikateri večji uglednejši banki.

Elektronsko bančništvo je za podjetja nadvse pomembno, saj bi v grobem tretjina podjetij zamenjala banko, če bi konkurenčna banka ponujala boljše storitve elektronskega bančništva. Dodati velja, da bodo manjša podjetja izvajala plačilni

¹⁶ Vir: Patricia Seybold, *customers.com* (New York: Crown Business, 1998)

promet večinoma preko ene banke, večja pa v nekoliko večji meri tudi preko večih bank (www.ris.org).

Storitve elektronskega bančništva nudi v Sloveniji fizičnim osebam 13 bank (od tega 7 tudi plačilni promet s tujino), pravnim osebam pa 18 bank (od tega 14 tudi plačilni promet s tujino) (www.bsi.si).

Elektronsko poslovanje v zdravstvu

Slovensko zdravstveno varstvo se lahko pohvali z ugodno stopnjo informatizacije, ki v mnogih pogledih izstopa tudi v evropskem merilu. Zlasti v devetdesetih letih so bili izvršeni veliki napor, da se zamudna finančno-administrativna opravila potrebna za izvajanje obveznega in prostovoljnega zdravstvenega zavarovanja nadgradijo oz. podprejo z informacijsko tehnologijo. V fazi postopne informatizacije sta pomembna dva mejnika razvoja: načrtno opremljanje ordinacij in zdravstvenih zavodov od leta 1993 in računalniško izmenjevanje podatkov, projekt RIP od leta 1995 dalje. Danes so že skoraj vsi zdravstveni zavodi in zdravniki zasebniki opremljeni z računalniki za izmenjevanje podatkov. Razmeroma razvita infrastruktura omogoča pospešeno uvajanje elektronskega poslovanja v Zavodu za zdravstveno zavarovanje Slovenije (ZZZS) ter uvajanje kartice zdravstvenega zavarovanja oz. pospešeno izgradnjo arhitekture sistema kartice zdravstvenega zavarovanja. Za slovensko zdravstveno varstvo je ključnega pomena računalniško izmenjevanje podatkov med ZZZS kot osrednjo nacionalno zdravstveno zavarovalnico in posameznimi izvajalci zdravstvenih storitev, kot so bolnišnice, zdravstveni domovi, lekarne, domovi za starejše, naravna zdravilišča itd. ZZZS ima tudi svojo spletno stran, preko katere med drugim komunicira tudi s svojimi zavarovanci (www.ris.org).

Slovenska izvozna družba

Podjetja, ki sklepajo izvozne posle večje vrednosti, imajo nameščen program, ki omogoča neposredno povezavo baz podatkov med podjetjem in Slovensko izvozno družbo. Vsak uporabnik ima svoje geslo, s katerim je tudi določeno, katere segmente baz podatkov lahko uporablja. Na tak način ima podjetje dostop do informacij, ki jih o njem ima SID in jih s tem hkrati tudi nadzoruje. Na ta način so v SID zmanjšali količino operativnega dela. Program je do določene mere avtomatiziran, predvsem za manjše in manj tvegane posle.

Državna uprava

V pogledu uvajanja e-poslovanja v državno upravo je za Slovenijo specifična določena centralizacija, ki poteka prek Centra vlade za informatiko, kar omogoča vrsto celostnih projektov, kot npr. informatizacija postopkov dela vladnih služb. Posebej pa izstopajo informatiziranimi postopki v parlamentu, kjer je e-poslovanje v veliki meri že uvedeno (www.ris.org).

3.8 TRENDI IN SMERI RAZVOJA ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA V SVETU

Politika ZDA (Povzeto po Pal in Ray 2001, str. 61-68.)

Clintonova administracija je leta 1997 je v smislu zmanjševanja regulative in obdavčitve ter spodbujanja elektronskega poslovanja postavila 5 načel.

1. Privatni sektor mora biti prevladujoč.
2. Vlade naj ne omejujejo elektronskega poslovanja.
3. Kjer so potrebni posegi države, naj bo v smislu podpore in spodbujanja konsistentnega, predvidljivega in pravno varnega okolja za elektronsko poslovanje.
4. Vlade morajo priznati prednosti Interneta.
5. Elektronsko poslovanje naj bo olajšano na globalni bazi.

Problemi, ki se lahko pojavijo, so davki, carine, omejitve glede vrste posredovanih informacij, nadzor nad razvojem standardov in možne spremembe predpisov. Za vlade v različnih državah je bilo najtežje sprejeti neomejevalen in tržno usmerjen pristop k elektronskemu poslovanju in zagotoviti transparentno pravno okolje, ki bi spodbujalo rast elektronskega poslovanja.

Poslovneži so izpostavili tri nevarnosti.

1. Pomanjkanje predvidljive zakonodaje.
2. Nevarnost, da se pretirano obdavčijo posli preko Interneta.
3. Negotovost glede zanesljivosti in varnosti Interneta.

Zaradi tega se je vlada ZDA postavila na stališče, da s sprejetjem prej omenjenih 5 načel podpre in promovira elektronsko poslovanje.

V različnih mednarodnih organizacijah potekajo diskusije, ker se še vedno oblikujejo osnovna pravila na področju elektronskega poslovanja.

Svetovna trgovinska organizacija (WTO)

Svetovna trgovinska organizacija promovira svobodno trgovino in odprta tržišča in si prizadeva pridobiti področje elektronskega poslovanja pod svojo jurisdikcijo. Ves čas si prizadeva za zmanjšanje dajatev od elektronskega poslovanja in tako doseči njegov razmah.

Organizacija za gospodarsko združenje in razvoj (OECD)

OECD je mednarodna organizacija, ki vključuje 19 industrijsko in tržno razvitih držav. V okviru OECD je bilo organiziranih nekaj konferenc na temo spodbujanja elektronskega poslovanja. Sklepi, sprejeti na teh konferencah, so pomembni, ker države OECD predstavljajo glavnino v svetovni trgovini in države nečlanice se morajo prilagoditi politiki OECD, če želijo sodelovati v svetovni trgovini.

G-8

Vodilna skupina 8 držav (ZDA, Rusija, Francija, Velika Britanija, Italija, Kanada, Nemčija in Japonska) je skupaj oblikovala stališča glede elektronskega poslovanja.

- Spodbujati mednarodno elektronsko poslovanje z liberalizacijo in izboljšavo tehnologije.
- Poenotiti obdavčitev elektronskega poslovanja, ki zagotavlja nevtralnost, pravičnost in jasnost.
- Zmanjšanje plačila carin od elektronskih transakcij.

Mednarodno združenje za telekomunikacije (ITU)

ITU deluje znotraj združenih narodov z vlogo koordinatorja na področju mednarodnih telekomunikacij. Podpira prizadevanja WTO na področju

elektronskega poslovanja z osredotočanjem na razvoj infrastrukture in liberalizacijo telekomunikacij v državah v razvoju.

Zadali so si naslednje cilje:

- razvoj infrastrukture,
- razvoj ustreznih kadrov,
- razvoj strategij in politik na področju elektronskega poslovanja,
- sodelovanje z gospodarstvom.

Združeni narodi (UN)

Več delovnih teles znotraj UN se ukvarja s področjem elektronskega poslovanja. Največja zasluga je harmonizacija zakonodaje in s tem večja uporaba elektronskega podpisa v mednarodnem poslovanju.

Svetovna organizacija za intelektualno lastnino (WIPO)

Deluje v okviru Združenih narodov in skrbi za mednarodno zaščito intelektualne lastnine. Aktivnosti usmerja tudi v zaščito intelektualne lastnine preko spleta, kot so avtorske pravice in blagovne znamke v obliki imena domen.

Evropska unija (EU)

Aktivno razvija direktivo in politike na področju elektronskega poslovanja preko Interneta. Pri tem se osredotoča na 4 vidike on-line poslovanja:

- avtorske pravice,
- elektronski podpis,
- elektronsko poslovanje,
- elektronski denar.

Azijsko-pacifiško gospodarsko združenje (APEC)

APEC spodbuja prosto trgovino in gospodarsko sodelovanje v Azijsko-pacifiški regiji. Vodstvo APEC je pripravilo program razvoja elektronskega poslovanja v regiji, ki je bil predstavljen na večjih konferencah, kjer so bila sprejeta glavna načela za spodbujanje rabe elektronskega poslovanja. APEC v sodelovanju z gospodarstvom razvija program elektronskega poslovanja, ki povečuje poslovne možnosti, zmanjšuje stroške, povečuje učinkovitost, izboljšuje kakovost življenja in lajša udeležbo manjših podjetij v svetovni trgovini.

Prostotrgovinsko združenje Severne Amerike (NAFTA), Prostotrgovinsko področje Amerike (FTAA) in Mercosur (Južna Amerika)

Gibanje je usmerjeno v oblikovanje prostotrgovinske cone za Ameriko, ki vključuje tudi pospeševanje elektronskega poslovanja. Pripravljajo priporočila, kako povečati koristi elektronskega poslovanja.

Tudi druge multilateralne, nevladne in poslovne organizacije se vključujejo v oblikovanje politike na področju elektronskega poslovanja (npr. Svetovna banka, Mednarodni denarni sklad, Mednarodna gospodarska zbornica, Globalni poslovni dialog na področju elektronskega poslovanj in druge).

3.9 PRIHODNOST ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA V SLOVENIJI

Prihaja potres. Pravzaprav se je že začelo tresti. Ekonomski temelji se občutno tresejo, kot las tanke razpoke se kot pajčevine pojavljajo na naših potrošniških navadah. Bogastva, ki bodo ustvarjena v novem tisočletju, posebno tista v prvem desetletju, bodo v intelektualni distribuciji: izobraževanje potrošnikov o izdelkih in storitvah, ki bodo izboljšale njihova življenja, o čemer prej niso nič vedeli.

Podjetja se čedalje bolj zavedajo pomena in prednosti poslovanja preko interneta. Žal pa je praksa pokazala, da jim primanjkuje znanja. Tudi na tem področju bodo vsekakor potrebna vlaganja v človeški kapital, če bomo hoteli doseči konkurenčno raven v EU.

Za uspešen prehod v informacijsko družbo je potrebno združiti moči vseh državljanov in poskrbeti za čim širši družbeni konsenz, ki pomeni tudi spreminjanje obstoječih življenjskih vzorcev in iskanju novih.

Elektronsko poslovanje vnaša spremembe na vseh področjih in tudi funkcijah v podjetjih. Te spremembe so najbolj izrazite in vidne na področju prodaje in trženja. Tudi za slovensko gospodarstvo je potrebno hitrejše uvajanje in sprejem novih načinov poslovanja ter razvoj takšnega okolja, ki bo lahko hitro sprejemalo razvoj tehnologije in se na ta način čim bolje vpletalo v svetovno gospodarstvo. Le-tako bo povečalo in ohranjalo svojo konkurenčnost. Država pa ima nalogo, da omogoča pogoje v katerih se lahko podjetja in tudi posamezniki čimbolj vključujejo v poslovanje.

4 MEDPODJETNIŠKO ELEKTRONSKO POSLOVANJE

Začetki elektronskega poslovanja med podjetji (business-to-business ali B2B) segajo slaba štiri desetletja nazaj, ko so se začeli uporabljati prvi EDI (Electronic Data Interchange) sistemi. Z velikimi vlaganji v informacijsko tehnologijo so podjetja dosegla visko stopnjo avtomatizacije internega poslovanja, vendar je njihova komunikacija s poslovnim okoljem še vedno temeljila na klasičnih načinih sporazumevanja. Tako se je blago naročalo preko informacijskega sistema, računi pa so se tiskali in pošiljali z navadno pošto. Ker so prejeto dokumentacijo prejemniki ročno vnašali v svoj informacijski sistem, je obstajala velika verjetnost, da se pojavi napaka pri tipkanju in da se dokumenti napačno zavedejo. Zaradi transporta dokumentov s klasično pošto je obstajala tudi nevarnost, da se dokumenti izgubijo ali pa da se med transportom poškodujejo.

Ker se je največji del komunikacije odvijal neposredno med računalniškimi sistemi poslovnih partnerjev, so morali ti sistemi uporabljati enake komunikacijske protokole in enako hitrost prenosa podatkov, imeti so morali kompatibilno strojno opremo in prosto telefonsko linijo v trenutku potrebe po komunikaciji. Ker so bile za vzpostavitev izmenjave podatkov preko privatnih omrežij potrebne velike finančne naložbe in primerno usposobljen kader, je bilo e-poslovanje nedosegljivo za mnoga majhna in srednje velika podjetja. Če k temu dodamo še zelo zahtevno in dolgotrajno implementacijo, pomanjkanja fleksibilnosti v poslovnem okolju in visoke stroške vzdrževanja, je več kot jasno, zakaj EDI kljub številnim prednostim (povečanje produktivnosti znotraj podjetja, zmanjšanje stroškov papirne dokumentacije, nižji nabavni stroški, hitrejša dostava dokumentov, boljše upravljanje z zalogami ...) ni nikoli doživel masovne uporabe. Manjšim podjetjem je postalo e-poslovanje dostopno šele s prihodom interneta, ki je povzročil pravi razcvet in eksponentno rast e-poslovanja (Skr, september 2002, Moj mikro).

Kratice B2B označuje izraz Business to Business, prosto pa bi ga lahko prevedli v "internetno trgovanje med poslovnimi subjekti". Izraz opisuje internetno podporo oziroma tehnologijo, ki poslovnim partnerjem določenega podjetja omogoča enostavno elektronsko (spletno) poslovanje z njim. Obsega pa tako dostop do vseh prodajnih artiklov/storitev ponudnika kakor tudi do tehničnih karakteristik, podatkov o zalogi, rabatnih sistemov, ki veljajo le za tega kupca, naročanje, kupovanje, reklamiranje ...

B2B rešitve nudijo tesno povezavo preko dobaviteljev, proizvajalcev in distributerjev pravzaprav tako kot model nabavne verige. Dobavitelji, proizvajalci in distributerji lahko ustvarijo dramatično učinkovitost z delitvijo naročila in informacije o dobavi preko interneta. Na drugi strani lahko pomanjkljivosti v spremljanju in upravljanju premoženja vplivajo od finančnega stanja pa vse nazaj do proizvodnje surovin in tako ustvarijo prenasičenost ali pomanjkanje na vsaki stopnji nabavne verige.

B2B spletna mesta lahko razdelimo na:¹⁷

1. Spletni portali podjetij – ker so ciljna skupina za mnogo podjetij druga podjetja in njihovi zaposleni, si jih lahko zamislimo kot nekakšne stalne mini razstave. Pogosto so taka mesta vstopna točka v extranet (omejen za določeno skupino ljudi in/ali podjetij, varnost ...) dostopen samo strankam ali registriranim uporabnikom. Mnoga taka mesta omogočajo naročanje in prodajo drugim podjetjem.
2. Nabava izdelkov – kjer podjetje, ki nabavlja, lahko kupuje od izdelovalcev, zahteva ponudbe in v nekaterih primerih izvaja dražbe za nakup ali prodajo izdelka. Včasih taka mesta (e-procurement) servisirajo vrsto industrij, medtem ko nekatera zapolnjujejo tržne niše.
3. Specializirani portali – predstavljajo nekakšen »pod-splet« informacij, kataloge izdelkov, diskusijske skupine in druge možnosti za določeno vertikalno industrijo. Ti portali imajo širši pomen kot pa samo nabava izdelkov, čeprav podobne cilje prodaje in nakupa.
4. Spletna mesta za posredovanje – nastopajo kot posrednik med tistimi, ki iščejo produkt ali storitev in potencialnimi ponudniki le-teh.
5. Informacijska spletna mesta – ki nudijo informacije o določeni industriji za svoja podjetja in njihove zaposlene. Ta mesta obsegajo portale za specializirana iskanja, trgovinske in industrijske standarde ipd.

Veliko bolj omejen predhodnik B2B je računalniško izmenjavanje podatkov RIP (ang. Electronic Data Interchange (EDI)), ki je še vedno na široko v uporabi.

4.1 RAČUNALNIŠKA IZMENJAVA PODATKOV

Elektronsko poslovanje med podjetji ni nekaj novega. Podjetja so začela s pošiljanjem in sprejemanjem naročil, faktur in ostale dokumentacije v elektronski obliki že v drugi polovici 60-ih let. Od tod tudi izhaja definicija elektronskega poslovanja, ki ga označuje kot izmenjavo poslovnih informacij preko omrežij s pomočjo računalniške izmenjave podatkov (RIP) in podobnih tehnologij. Pri tem RIP označuje standardizirane oblike izmenjave poslovnih informacij (Skr 1999, str.26).

Elektronsko poslovanje med podjetji po ocenah različnih raziskav predstavlja največji del elektronskega poslovanja. Zajema vse, od vzpostavljene povezave med prodajalci na drobno in dobavitelji ter elektronskega bančništva do sodelovanja na skupnih projektih (Jerčan Blažič 2001, str. 17).

Računalniško izmenjavanje podatkov je računalniško podprt način sodelovanja poslovnih partnerjev, ki močno zmanjšuje potrebo, da bi podjetja in druge organizacije kot poslovni sistemi uporabljali klasične ter zato dražje in počasnejše metode izmenjavanja podatkov.

¹⁷ Vir: Samo Eržen, <http://www.spin.si/www/razno/arhiv/eobcina/prednostieposlovanja.htm>

Temeljna ideja RIP-a je bila nadomestitev papirnih poslovnih listin, kot so naročila, računi, plačilni nalogi in podobne, z računalniškim prenosom poslovnih listin v standardizirani elektronski obliki. Praviloma poteka izmenjavanje elektronskih sporočil brez ali s čim manj človekovega posredovanja, neodvisno od opreme in programov poslovnih partnerjev ter brez nepotrebne ponovne vnosa podatkov. Na ta način partnerji avtomatizirajo in tako povečajo učinkovitost transakcijskih procesov v podjetju in med podjetji (Petrič 1996, str. 7).

Pošiljanje RIP sporočil je sestavljeno iz več korakov na strani pošiljatelja in prejemnika. Pošiljatelj RIP sporočila mora opraviti naslednje tri korake (Škedelj 1999, str. 33-35).

- Priprava sporočila. Prvi korak je zbiranje in organiziranje podatkov. Podatke, ki so shranjeni v hišnih podatkovnih datotekah, je potrebno zbrati v vmesni datoteki. Zaporedje in format podatkov v vmesni datoteki mora ustrezati obliki elektronskega sporočila.
- Prevod sporočila. Prevajalni program prebere vmesno datoteko, opravi osnovno validacijo podatkov, jih prevede v standardno obliko in shrani v datoteko, ki je pripravljena za pošiljanje.
- Komunikacija in pošiljanje sporočila. Pošiljateljev računalnik se poveže z omrežjem in prenese RIP sporočila v elektronski predal za odpošiljanje. Po uspešnem prejemu, omrežje usmeri in prenese RIP sporočila v elektronski predal prejemnika. Prejemnik RIP sporočila mora opraviti iste tri korake v obratnem vrstnem redu.

Poslovni partnerji lahko imajo različno strojno in programsko opremo ter baze podatkov in druge sestavine informacijskega sistema. Da te razlike ne bi vplivale na elektronsko poslovanje med partnerji, je pred uvajanjem RIP-a potrebno (Petrič 1996, str. 8):

- dogovor partnerjev o uporabi skupnega standarda za RIP sporočila ter vrstah izmenjanih sporočil,
- zagotovitev ustrezne programske opreme za RIP,
- izbira računalniške komunikacije.

4.2 PREDNOST MEDORGANIZACIJSKEGA POSLOVANJA

Takšen način poslovanja prinaša številne prednosti. Še zlasti veliko lahko pridobijo majhna in srednje velika podjetja, saj se lahko zaradi že omenjenih nizkih stroškov, ki jih omogoča uporaba internetnih tehnologij, povezujejo z večjimi podjetji in drugimi manjšimi s svojo ponudbo konkurirajo na svetovnem trgu. Hitrost transakcij, nižji transakcijski in administrativni stroški, boljše upravljanje s podatki, zmanjšanje stroškov zalog, krajši čas 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. (Jerman-Blažič, 2001)

Fizične razdalje z uporabo interneta postajajo zanemarljive, kar je še posebna prednost za neotipljive proizvode, kot so programska oprema, storitve, glasba – sedaj jih lahko prenašamo preko interneta in jih celo neposredno uporabljamo. Po tem lahko sklepamo, da imata zabavna industrija in založniška dejavnost največjo

korist (film, video, glasba, programska oprema, časopisi, revije, ipd.). Tu pa se seveda postavlja novo vprašanje in dilema, če morda ravno zaradi te koristi, komunikacija vseeno ni malo preveč »svobodna«.

Po drugi strani pa medorganizacijsko poslovanje ponuja možnosti za razvoj popolnoma novih izdelkov ter storitev, hkrati pa odpira možnosti prodora podjetjem na nove trge ter seveda možnost globalnega poslovanja, saj lahko podjetje na enak način, kakor posluje s podjetjem v sosednji ulici, posluje s podjetjem na drugem koncu sveta. Podjetje ima direkten dostop do ciljnega trga in ga oskrbuje z izdelkom, ki ga tržišče želi in potrebuje. (Radoš, 2001)

Elektronsko poslovanje omogoča podjetjem, da se pri prodaji izognejo vmesnim dobaviteljem, da izboljšajo dobavni čas in da so kupcem na voljo 24 ur, in to 7 dni v tednu. Neposredna povezava podjetja s svojimi dobavitelji, ki so lahko tudi proizvajalci zelenega blaga, pomeni izločitev stroškov vmesnih posrednikov, kot tudi boljše zadovoljevanje potreb podjetja v vlogi kupca. B2B poslovanje zmanjšuje tudi stroške delovne sile, hkrati pa povečuje njeno učinkovitost, saj odpade mnogo administrativnega dela, ki je bilo potrebno pri klasičnem načinu poslovanja. Z uporabo sodobnih tehnologij lahko podjetja tudi bolje optimizirajo zaloge, spremljajo njihovo stanje, oblikujejo učinkovit sistem naročanja, sledijo izdelkom na njihovi distribucijski poti, itd. (Radoš, 2001).

4.3 ELEKTRONSKE TRŽNICE

Osnovna funkcija prvih e-tržnic je bila prodaja najrazličnejših izdelkov, kasneje pa tudi storitev. Danes se takšne e-tržnice preoblikujejo še v nekaj več, saj podjetja preko njih že upravljajo transport in logistiko, distribucijske verige, finančne transakcije itd. S ciljem poenostavitve poslovanja podjetja svoje aktivnosti intenzivno prenašajo na internet (Vaupot 2001, str. 166).

Elektronske tržnice so spletni portali, ki združujejo večje število podjetij ter omogočajo izvajanje medsebojnih poslovnih transakcij preko interneta. Gre za prostor na internetu, ki organizacijam in podjetjem omogoča povsem nov, enostaven in učinkovit način trgovanja oziroma poslovanja. V elektronske tržnice so se pred kratkim pričela vključevati tudi manjša podjetja. Osnovna ideja elektronskih ali digitalnih tržnic je povsem nov način povezovanja večjega števila kupcev in prodajalcev na enem mestu preko interneta. Gre za spletne portale, ki kupcem in prodajalcem ter drugim poslovnim subjektom omogočajo izvajanje medsebojnih poslovnih aktivnosti preko interneta (Kokalj 2002).

E-tržnice so lahko orientirana na kupce, na prodajalce ali pa na oboje hkrati. Tržnice, namenjene prodajalcem, povežejo med seboj večje prodajalce, ki kreirajo tržnico z namenom iskanja kupcev za njihove izdelke/storitve. Pristop, ki je poznan tudi pod imenom push marketing, je primeren takrat, ko je prodajalcev malo, kupcev pa veliko. E-tržnice ločimo na e-tržnice odprtega ali zaprtega tipa. Tržnice zaprtega tipa uporabljajo podjetja, ki želijo poenostaviti poslovanje s svojimi dobavitelji in kupci. Glavni cilj je elektronska povezava med podjetji, ki stalno ali pogosto medsebojno sodelujejo (Skrtnar 2002, Moj mikro).

Elektronske tržnice so eno najhitreje rastočih področij poslovanja B2B. Trenutno obstaja na internetu skoraj dva tisoč elektronskih tržnic B2B oziroma spletnih strani, na katerih se srečujejo podjetja in trgujejo med seboj z različnimi izdelki in storitvami. E-tržnice so idealne za trgovsko menjavo, saj zблиžujejo dobavitelje, prodajalce in kupce. Takoj je mogoče na primer ugotoviti, kateri dobavitelj ima najboljšo ponudbo in kateri je mednarodno najbolj konkurenčen. E-tržnice ponujajo podjetjem vstopno točko v novo ekonomijo, na novo pa bodo določale poslovne odnose in razmerja med podjetji (Skrat 2001, Finance).

Večina podjetij še vedno misli, da je dovolj že sama objava njihove ponudbe na internetu, potem pa se bodo kupci oglasili kar sami. Vendar se morajo podjetja v katerikoli e-tržnici obnašati kot na klasičnem tržišču in biti na njem stalno aktivna. Skrbeti morajo za čim boljšo ponudbo svojih izdelkov, objavljati morajo ponudbe, iskati kupce, urejati kataloge in podobno.

Glede na okolje delovanja ločimo dve vrsti elektronskih tržnic: (Vaupot 2001, str. 167)

Vertikalne ali zasebne e-tržnice – združujejo podjetja ene panoge. Navzven se odpirajo samo za potrebe celotne preskrbovalne verige. Glavni cilj ustanavljanja takšnih e-tržnic je zmanjšanje nabavnih stroškov, predvsem z izboljševanjem načrtovanja nabav, posredovanja informacij dobaviteljem, ki so lahko tudi manjša podjetja.

Horizontalne ali javne e-tržnice – najbolj splošne elektronske tržnice, v katerih se pojavljajo podjetja iz najrazličnejših industrijskih panog in gospodarstva ter preko njih tržijo svoje storitve oziroma izdelke. Horizontalne elektronske tržnice so običajno omejene na določeno geografsko področje. Horizontalne e-tržnice lahko opredelimo tudi kot neodvisne e-tržnice ali e-tržnice vodene s strani lastnikov tehnologije. Horizontalni model je namenjen posameznim vrstam proizvodov in storitev, ki so lahko zanimivi kupcem iz različnih gospodarskih panog. Takšne tržnice so specializirane npr. za prodajo rezervnih avtomobilskih delov, letalskih kart, itd., lahko pa nudijo tudi osnovne storitve, ki so skupne vsem sektorjem (npr. finančni servisi).

Manjša podjetja v zasebnih e-tržnicah sodelujejo navadno takrat, ko so dobavitelj ali kupec enega od večjih podjetij in jih takšno podjetje praviloma povabi k sodelovanju. Najbolj pogosto pa manjša podjetja sodelujejo v neodvisnih in javnih oziroma vertikalnih e-tržnicah po lastni izbiri.

Središča, namenjena kupcem, so organizirana s strani kupcev, ki si s pregledom ponudb prodajalcev zagotovijo najugodnejšo ceno za iskano blago/storitev. Gre za celovito elektronsko poslovno rešitev, ki omogoča izvajanje celotnega procesa naročanja materiala, proizvodov in storitev, od pojave potrebe po naročilu do končnega plačila. Za koncept trgovanja na trgu kupcev se v literaturi pogosto uporablja angleški izraz e-procurement.

Trgovanje je na B2B tržnicah organizirano največkrat po principu dražb, kjer kupci tekmujejo med seboj in licitirajo izdelek. Obstajajo tudi obratne dražbe (reverse auction), ki jih uporabljajo podjetja, ki kupujejo določeno blago. Podjetje začne z obratno dražbo takrat, ko želi izbrati najugodnejšega ponudnika, ki je pripravljeno

ponuditi blago, po katerem povprašuje po najnižji ceni. Dražbe pa seveda niso edini način spajanja kupcev in prodajalcev.

Nekatere B2B tržnice delujejo kot posredniki pri prodaji blaga, ki so ga kupili od prodajalcev in ga nato prodajajo zainteresiranim kupcem. S takšnim pristopom direktno ustvarjajo tržišče (market makers). Poleg samega upravljanja e-tržnice in posredovanja pri prodaji oz. nakupu lahko podjetja, ki nastopajo kot ponudniki storitev e-tržnice, zagotovijo sodelujočim podjetjem tudi številne dodatne storitve: pomoč pri sprejemanju in obdelavi naročil, zagotavljanje storitev varnega nakupovanja, procesiranje plačil, skladiščenje in pakiranje izdelkov, najem oz. koriščenje poslovnih aplikacij, ki se nahajajo na njihovem strežniku itd. (Skr, september 2002, Moj mikro).

V elektronske tržnice so se pred kratkim pričela vključevati tudi mala podjetja. Bistvena prednost elektronskih tržnic za mala podjetja je dostop do svetovnega trga ob minimalnih stroških. V tujini obstaja precej elektronskih tržnic, namenjenih malim podjetjem. Kot kupci ali prodajalci se lahko vanje vključujejo tudi mala slovenska podjetja. Ena izmed takšnih elektronskih tržnic je Alibaba.com. Vključevanje podjetij v elektronske tržnice je strateškega pomena za razvoj kateregakoli gospodarstva v prihodnosti, česar se zaveda tudi Evropska unija, ki je temu področju pričela namenjati še posebno veliko pozornost.

4.4 ELEKTRONSKI PLAČILNI PROMET

V vsakdanjem življenju plačujemo blago in storitve z različnimi sredstvi: z gotovino, čekom, kreditno kartico ali bančno kartico. Podjetja med seboj že tradicionalno poslujejo elektronsko, vendar običajno uporabljajo omrežja, narejena posebej za to priložnost. Zaradi zaprtosti ponujajo ta omrežja zadostno varnost za vse transakcije, ki jih opravljajo uporabniki z dostopom do storitev teh omrežij. Z razmahom elektronskega poslovanja postajajo varne elektronske transakcije vsakdanji način opravljanja denarnih transakcij tudi v odprtih omrežjih. Plačilni sistemi na internetu opravijo enake naloge kot klasične oblike plačevanja. Poslovna logika je pri obeh ista. Elektronsko poslovanje poskuša posnemati klasično, oziroma ga prilagoditi novim razmeram. Bistvena razlika med obema načinoma plačevanja je v tem, da je v elektronski različici vse digitalno in ni fizičnega kontakta med plačnikom in prejemnikom. V nobeni fazi ni vidna fizična prisotnost plačilnih sredstev (Jerman – Blažič 2001, str. 133).

Podjetja morajo pri vpeljevanju različnih načinov plačevanja razmisliti o prednostih in slabostih plačevanja za potencialnega kupca, o zagotavljanju varnosti plačevanja ter o stroških vpeljave in uporabe posameznega sistema plačevanja. Posebno pozornost je potrebno nameniti zaupanju v možne plačilne sisteme, saj sistem plačevanja, ki pri potencialnih kupcih ne zbuja zaupanja, ne bo povečal prodaje v spletni trgovini. Prav tako je potrebno pri vpeljavi posameznega plačilnega sistema upoštevati geografske in ostale omejitve plačilnih sistemov. Plačilni sistem, ki ga ciljni tržni segment ne bo mogel uporabljati, ne bo pripomogel k povečanju obsega spletnih nakupov. Največja pomanjkljivost plačilnih sistemov je zagotavljanje anonimnosti, kar vzbuja nezaupanje v spletne nakupe.

Pri elektronskem poslovanju mora plačilni sistem izpolnjevati določene zahteve:

1. Zaupnost oziroma zagotovilo, da ne bo zlorabe številke kreditne kartice in podatkov na njej.
2. Neokrnjenost oziroma zagotovilo, da plačilni znesek, kupljeno blago ali storitev ne bodo spremenjeni brez naše vednosti.
3. Verodostojnost oziroma pristnost identitete. Trgovec in kupec potrebujeta dokazila, da sta res tista, za koga se izdajata.

Poleg teh zahtev pa se dostikrat pojavi tudi zahteva po zagotovitvi tajnosti posla.

Podjetja in spletni trgovci omogočajo svojim kupcem naslednje možnosti plačila:

- plačilo po prevzemu,
- plačilo s položnico,
- plačilo s kreditnimi in debetnimi karticami,
- plačilo z elektronskim denarjem,
- plačilo z aktivnimi plačilnimi karticami,
- plačilo z elektronskim čekom. Elektronski ček ali e-ček je elektronska različica klasičnega papirnatega čeka. Bistvena razlika je le v tem, da pri e-čeku ves postopek plačevanja poteka v elektronski obliki. Namesto običajnega lastnoročnega podpisa se uporablja digitalni podpis.
- Plačilo s sistemom mikroplačil,
- mobilno plačevanje,
- plačilo s pomočjo elektronskega bančništva.

Vsa naštetá plačila, razen plačila po prevzemu in s položnico, so elektronski plačilni sistemi.

Prednost varnih elektronskih plačilnih sistemov pred klasičnimi je v nižjih stroških in večji hitrosti upravljanja ter manjši dovzetnosti za napake. Najpomembnejši elektronski plačilni sistem na internetu je zagotovo kreditna kartica. Elektronskega nakupovanja si ne moremo zamisliti, če nismo lastnik ene mednarodno priznane bančne plačilne kartice. Po razširjenosti in uporabnosti izstopata Mastercard in Visa.

Čeprav ljudje že množično uporabljajo kreditne kartice in čeke, je gotovina še vedno zaželená, ta se v elektronskem poslovanju imenuje elektronska gotovina¹⁸. Potrošniki spremenijo realni denar na računih v e-gotovino, s katero lahko plačujejo vsepovsod, kjer je e-gotovina plačilno sredstvo.

Digitalna ali elektronska denarnica opravlja podobne naloge kot običajna denarnica. V njej so shranjeni identifikacijski podatki o lastniku kartice, digitalni certifikat, številke kreditnih kartic, računi ter druge informacije, ki so dosegljive, kadar lastnik kartice nakupuje v spletnih trgovinah. Digitalna denarnica, ki jo ima lastnik kartice shranjeno na svojem računalniku, imenujemo 'klientova' denarnica. Digitalna denarnica pa je lahko shranjena tudi na strežniku banke in jo imenujemo strežniška denarnica.

¹⁸ Tudi e-gotovina; ang.: *electronic cash*

Programska oprema POS (Point-of-sale) omogoča trgovcu sprejemanje transakcij s strani kupcev in njihovo kasnejšo izpeljavo preko svoje banke (trgovčeve banke). Trgovčev digitalni certifikat identificira trgovca in hkrati izkazuje odnos med trgovcem in njegovo banko. Digitalni certifikat pridobi trgovec od svoje banke.

4.5 ELEKTRONSKO TRGOVANJE

E-trgovanje je ožji pojem kot e-poslovanje; pomeni, da podjetje oz. spletno mesto poleg informiranja obiskovalcev o podjetju, njegovi zgodovini, načelih, izdelkih in možnostih zaposlitve ponuja tudi možnost nakupa izdelkov ali storitev preko spleta (Kotler 2003, str. 40).

Elektronsko trgovanje opisuje proces nakupovanja, prodajanja ali izmenjave proizvodov, storitev in informacij prek računalniških mrež s pomočjo uporabe Interneta.

Elektronsko trgovanje je možno opredeliti iz sledečih vidikov: (Turban in King 2003, str. 3)

- Vidik komunikacije; elektronsko trgovanje pomeni dostavo proizvodov, storitev, informacij ali plačil preko računalniških mrež ali drugih elektronskih sredstev.
- Vidik poslovnega procesa; elektronsko trgovanje pomeni uporabo tehnologije v smeri avtomatizacije poslovnih transakcij in delovnih tokov.
- Vidik storitev; elektronsko trgovanje je orodje za izpolnjevanje želja podjetij, potrošnikov in upravljalcev z namenom zniževanja stroškov ob izboljševanju kakovosti in povečevanju hitrosti izvajanja storitev.
- Spletni vidik; elektronsko trgovanje omogoča zmožnost prodaje in nakupa proizvodov ter informacij preko Interneta in drugih spletnih strežnikov.

V trenutku, ko podjetje začne poslovati z denarjem preko spletne trgovine, postaneta zaščita in varnost poslovanja ključnega pomena, ne glede na tip uporabljenega plačilnega sistema, kreditne ali bančne kartice, elektronskega denarja ali elektronskega računa v elektronski banki (Jerman - Blažič 2001, str. 98). Elektronsko prodajanje oziroma e-trgovina je del elektronskega poslovanja in pomeni neposredno, interaktivno povezovanje s kupci, ki omogoča podjetjem pridobivanje koristnih podatkov s pomočjo elektronskih medijev.

Podjetje mora poskrbeti, da bodo kupci zadovoljni z nakupovanjem preko interneta:¹⁹

- Podjetje mora kupcem prihraniti čas in odstraniti moteče dejavnike pri nakupu. Ljudje imajo čedalje manj časa, zato je zelo pomembno, da podjetja, pri katerih kupujejo, to upoštevajo in cenijo njihov razpoložljivi čas.
- Ob nakupu mora prevzeti čim več tveganja nase, saj je strah ena največjih ovir pri tovrstni prodaji. Zato čedalje več podjetij ponuja

¹⁹ Prirejeno po Potočnik 2002, str. 161

različne garancije za izdelke in poskuša kupcem zagotoviti, da bodo obljubljeno pravočasno dobili. Nekatera podjetja obveščajo svoje kupce po e-pošti o tem, da je bilo njihovo naročilo sprejeto, sporočajo datum odpreme in spremljajo celo postopek dostave.

- Podjetja morajo spoštovati individualnost vsakega kupca. Zadovoljnih in lojalnih kupcev podjetje ne bo imelo, če ne bo poznalo njihovih nakupovalnih navad in preferenc.

Podjetja, ki se ukvarjajo z e-trgovanjem in se trudijo privabiti in obdržati kupce, spoznavajo, da je prilagajanje posamezniku več kot zgolj prilagajanje informacij.

Splošno mnenje je, da elektronski trg prodajalcev ne prinaša tako bistvenih novosti, kot jih prinašajo splošni elektronski trgi in trgi kupcev. Ko podjetje ustanovi spletno trgovino in ponudi izdelke, mora tudi vzbuditi pozornost spletnih uporabnikov, jih pritegniti k obisku spletne trgovine in jih nato vzpodbuditi k nakupu. Za uspeh spletne trgovine je pomembna učinkovita trženjsko-komunikacijska strategija. Z učinkoviti strategijo lahko podjetje privablja obiskovalce na svojo spletno stran, vpliva na povečanje prodaje in tržnega deleža, povečuje prepoznavnost in ugled blagovne znamke ter tudi samega podjetja.

Podjetje, ki se odloči za elektronsko trgovanje, se mora najprej temeljito reorganizirati. Razpoložljivost skladišča mora biti stalno ažurirana (to pomeni, da mora biti firma stalno povezana z Internetom), pošiljanje blaga mora biti hitro in točno, cenik po Internetu mora biti primerno nižji, v slučaju tradicionalnih plačil mora podjetje stalno nadzorovati svoj bančni račun ali "fizično" pošto (Pečenik 1998, Primorski dnevnik).

Problem spletne trgovine predstavlja predvsem dostava. Podjetja izbirajo pri tem med različnimi modeli. Dostava se lahko vrši preko pošte, podjetij, ki so specializirana za dostavo, ali lastne službe za dostavo. Organiziranost dostave je še posebej pomembna za trgovine, ki prodajajo hitro pokvarljivo ali drugače občutljivo blago (cvetje, živila). Ker ima v teh panogah dostava velik vpliv na potrošnikovo zadovoljstvo, je lahko superiorna dostava (zaenkrat) tudi pomembna konkurenčna prednost podjetja.

5 VARNOST PRI ELEKTRONSKEM POSLOVANJU

Pri prehodu na elektronsko poslovanje je prvi pomislek uporabnikov in ponudnikov storitev varnost oziroma zaščita podatkov. Skupna potreba vseh udeležencev je zagotovljena varnost, predvsem zaupnost, pristnost podatkov in preverjena identiteta subjektov, s katerimi komuniciramo.

Bistvo varnosti v elektronskem poslovanju je preprečevanje nepooblaščenega zmanjševanja vrednosti virov. Viri so lahko zaupni podatki, številke računov in kreditnih kartic ali pa strojna in programska oprema sistemov, povezanih v javno omrežje. Način zagotavljanja varnosti je odvisen od vrednosti virov, potencialnih groženj in učinka teh groženj.

Grožnje so lahko namerne ali nenamerne. Subjekt lahko povzroči škodo zaradi svoje nesposobnosti ali iz škodoželjnosti, zaradi pričakovanih finančnih koristi. Najpogostejši napadi oziroma načini realizacije groženj v javnih omrežjih so (Jeraman-Blažič 2001, 100):

- prisluškovanje komunikacijskemu kanalu in prestrezanje informacij,
- ponarejanje informacij,
- pretvarjanje,
- nepooblaščen uporaba virov,
- nepooblaščen razkritje informacij,
- zanikanje sodelovanja pri določenih dejavnostih,
- onemogočanje dela oziroma uporabe virov,
- analiza prometa.

Podjetja, ki so priključena v javna omrežja, se še vedno najbolj bojijo zunanjih groženj, zato temu posvečajo največjo pozornost. Takšnih tveganj ni mogoče kar tako zanemariti, oportunitetni strošek pa je za uporabnika tako velik, da vsakdanjega načina trgovanja in plačevanja še niso pripravljene zamenjati za elektronskega.

Informacijska in računalniška varnost je danes ena najbolj pomembnih zahtev informacijske dobe. Posledice razkritja ključnih informacij nepooblaščenim ali nasprotnikom je lahko usodnega pomena. Vlade, industrija in posamezniki shranjujejo informacije v digitalni obliki, ki omogoča številne prednosti pred fizičnimi oblikami: je kompaktna, prenese se tako rekoč v trenutku, hkrati pa je omogočen tudi organiziran dostop do raznovrstnih zbirk podatkov. Temna plat pa je ravno ta, da je precej lažje prestreči ali spremeniti elektronsko informacijo od informacije, napisane na papir.

Varnostne zahteve različnih plačilnih sistemov se med seboj razlikujejo, glavno vlogo pa tu igrajo njihove značilnosti in stopnja zaupanja.

Katerakoli aplikacija, ki jo uporabimo za zagotavljanje varnosti mora zagotoviti vsaj eno izmed spodaj napisanih zahtev.

- **Zaupnost (confidentialy)**: poslano sporočilo ne more prebrati nihče drug kot naslovnik.

- Celovitost (integrity): prejemnik ve, da prejetega sporočila nihče ni mogel spreminjati; če je do spremembe prišlo po naključju, jo moramo biti sposobni enostavno odpraviti.
- Overjanje (authentication): vemo, da je lahko samo naslovnik poslal sporočilo, vsak mora imeti možnost preveriti identiteto subjektov, s katerimi komunicira in izvor podatkov.
- Preprečevanje zanikanja (nonrepudiation): prejemnik ne more trditi, da sporočila ni dobil, prav tako odpošiljatelj ne more trditi, da ga ni poslal.
- Kontrola dostopa (access control): preprečevanje nepooblaščne uporabe določenih sredstev – uporabe oseb, ki za to niso pooblaščne ali uporabe sredstev v namene, za katere niso predvidena.
- Razpoložljivost: storitve elektronskega poslovanja morajo biti stalno na voljo.

Varnost je mogoče zagotoviti z različnimi metodami. Nekatere izmed njih so (Jerman 2001, str. 101):

- šifriranje – pri šifriranju podatke spremenimo tako, da ni mogoče razbrati, kaj je napisano. Da lahko podatke uporabimo in razumemo, jih moramo dešifrirati.
- elektronski podpisi – je metoda, ki zagotavlja identifikacijo podpisnika
- digitalni certifikati – Digitalni certifikat je s strani agencije za certificiranje javnih ključev izdano digitalno podpisano potrdilo, s katerim zagotavlja drugim uporabnikom avtentičnost ključa (povz. po Jerman 2001, 109–113). S potrdilom se dokazuje lastništvo ključa in identiteta.
- postopki za preverjanje identitete (npr. gesla, prstni odtisi, očesna roženica) in nadzor dostopa.

6 ZAKLJUČEK

Diplomsko delo govori o danes hitro razvijajočem se področju elektronskega poslovanja. Za podjetja postaja to vedno bolj pomemben način poslovanja. Nekatera pa si brez tega načina ne predstavljajo več svojega poslovanja. Elektronsko poslovanje postavlja v poslovnih odnosih povsem nove temelje. Svetovni splet postaja vodilno sredstvo oziroma medij, preko katerega ljudje komunicirajo, sprejemajo odločitve in poslujejo. Za nekatera podjetja in organizacije je postal Internet glavno sredstvo za izvajanje poslovnih transakcij in je na novo zarisal karto globalne ekonomije. Podjetja morajo, da ostanejo konkurenčna, razširiti svoje poslovne aktivnosti preko nacionalnih meja. Zaradi tega je postalo elektronsko poslovanje najpomembnejši trend poslovanja podjetij današnjega časa. Prisotnost elektronskega poslovanja na Internetu je postalo ključno za uspešno delovanje podjetja, še posebej pri tistih podjetjih, ki imajo opraviti z dobavitelji, kupci in poslovnimi partnerji z vseh koncev sveta.

Danes se vedno bolj uveljavlja rek »Podjetje bo poslovalo elektronsko ali pa sploh ne bo poslovalo«. Podjetje, ki se odloči za elektronski način poslovanja, mora v celoti reorganizirati podjetje. Nabaviti mora ustrezno informacijsko tehnologijo in programsko opremo, zaposlene mora naučiti rokovati s to opremo in jih pripraviti, da začnejo vse to uporabljati in da ne gojijo odklonskega odnosa do sprememb. Preden začnejo podjetja z elektronskim poslovanjem, se morajo zavedati ciljev, ki jih želijo doseči, prav tako pa morajo narediti primerno strategijo uvajanja.

Glede na vpletenost subjektov v elektronsko poslovanje ločimo več vrst elektronskega poslovanja, vendar pa smo se opredelili predvsem na medpodjetniško poslovanje (B2B). Z vidika B2B poslovanja so pomembne predvsem elektronske tržnice, saj lahko podjetja preko njih upravljajo transport in logistiko, distribucijske verige, finančne transakcije itd. V okvir medpodjetniškega poslovanja uvrščamo tudi računalniško izmenjevanje podatkov, ki omogoča, da si organizacije poslovno dokumentacijo izmenjujejo neposredno preko računalnikov. Poslovni subjekti, ki želijo stalni razvoj in rast svojega poslovanja, pa morajo uvesti tudi B2C poslovanje, ki ne pomeni le neposredne prodaje, ampak pomeni tudi to, da ponudnik svojim kupcem nudi 24 ur dnevno različne usluge. Še posebej pomembno je elektronsko prodajanje oziroma e-trgovina, ki je del elektronskega poslovanja in pomeni neposredno, interaktivno povezovanje s kupci, ki omogoča podjetjem pridobivanje koristnih podatkov s pomočjo elektronskih medijev. Za podjetje ni dovolj samo, da naredi spletno stran svojega podjetja ampak mora na to stran pritegniti kupce. Z elektronskim poslovanjem se poveča odzivnost podjetij na spremembe, večina izdelkov in storitev, ki so predmet poslovanja, je lahko dostopno 24 ur dnevno. Priložnosti elektronskega poslovanja je veliko, vendar pa se pojavljajo tudi težave oziroma pomanjkljivosti. Eno od glavnih težav predstavlja pravna ureditev elektronskega poslovanja, še posebej področje intelektualne lastnine in avtorskih ter drugih pravic. Druga velika težava je varstvo podatkov, še posebej pri finančnem poslovanju, saj lahko pride do zlorabe podatkov in vdora v zasebnost. Varnost lahko dosežemo z uporabo različnih varnostnih tehnologij za varovanje podatkov pri pošiljanju preko interneta (digitalni podpis, digitalni certifikat). Pri tem lahko potrdimo predpostavko, da je v veliki meri že poskrbljeno, saj je razvitih več protokolov za varnost pretoka podatkov preko interneta.

LITERATURA IN VIRI

1. Bela knjiga. 1997. Elektronsko poslovanje v malih in srednje velikih podjetjih. Ljubljana: Uporabna informatika, posebna številka.
2. Celija, Nada. 2000. Interaktiven poslovni zajtrk na World Wide Webu. Ljubljana: Samozaložba.
3. Eržen Samo. Prednosti e-poslovanja med podjetji (Online)
Available: <http://www.spin.si/www/razno/arhiv/eobcina/prednostieposlovanja.htm> (30.4.2007)
4. Gobec, Peter. 2004. Elektronsko poslovanje na primeru podjetja Petrol. Diplomsko naloga. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
5. Greenstein, Marilyn, Todd, M. Feinman. 2000. Electronic Commerce: Security, Risk, Management and Control. Boston: Irwin McGraw-Hill.
6. Hoffman, Paul. 1996. Vse o internetu in World Wide Webu. Ljubljana: Pasadena
7. Jerman – Blažič Borka. 2001. Elektronsko poslovanje na internetu. Ljubljana: Založba GV
8. Kreslin Damijan. 2001. Vpliv elektronskega poslovanja na podjetja. Naše gospodarstvo 47 (3-4), str. 357-363
9. Kokalj Rok. Marec 2002. Priložnosti elektronskih tržnic za manjša podjetja. Organizacija Kranj (Online) Dostopno: http://www1.fov.uni-mb.si/mzalozba/povzetki_2002.htm#18 (30.4.2007)
10. Kotler Philip. 2003. Management trženja. Ljubljana: Založba GV
11. Mckie Steward. 2001. E-business best practices: leveraging technology for business advantage. New York: Wiley, cop.
12. 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
13. Mrkaić Miro 2000. Razumevanje Nove ekonomije. Organizacija Kranj. str. 601-610
14. Pahor David. 1996. Z miško po internetu. Ljubljana: Založba Atlantis.
15. Pal Nirmal, Judith Ray. 2001. Pushing the digital frontier: insights into the changing landscape of e-business. New York: Amacom, cop.
16. Payne E. Judith: E-Commerce Readiness for SMEs in Developing Countries: A Guide for Development Professionals available. LearnLink. (Online). Available: http://learnlink.aed.org/Publications/Concept_Papers/ecommerce_readiness.pdf (30.4.2007).
17. Pečenik Miran. 1998. Internet počasi nadomešča trgovino za vogalom. Primorski dnevnik-01/11/1998
18. Petauer Boštjan. 2002. Obdavčitev elektronskega trgovanja. Maribor: Davčni inštitut
19. Petrič Darjan. 1996. Uvajanje računalniškega izmenjavanja v mala podjetja. Kranj: Fakulteta za organizacijske vede
20. RIS-raba interneta v Sloveniji. Elektronsko poslovanje. 2003 (Online)
Dostopno: <http://www.ris.org/index.php?fl=2&lact=1&bid=148&vir=11&parent=13> (30.04.2007)
21. Silič Marin. 2001. Zakon o elektronskem poslovanju in elektronskem podpisu. Ljubljana: Vlada Republike Slovenije, Center za informatiko.
22. Skrt Radoš. September 2002. Medpodjetniško spletno poslovanje. Moj mikro (Online)

- Dostopno: http://www.nasvet.com/doc/b2b_poslovanje.php (30.4.2007)
23. Skrt Radoš. November 1999. Elektronsko poslovanje med podjetji. Monitor, Sistem
 24. Skrt Radoš. Marec 2000. Pravni red ali kaos?. Moj mikro (3), str. 74-75
 25. Skrt Radoš. 2001. Poslovanje B2B se povečuje. Finance 17.april
 26. Skrt Radoš. 2001. Elektronsko poslovanje med podjetji. Sistem priloga revije Monitor. Ljubljana. str. 35-37
 27. Središče za elektronsko poslovanje. Fakulteta za organizacijske vede Univerze v Mariboru (Online). Dostopno: <http://ecom.fov.uni-mb.si> (30.04.2007)
 28. Sulčič Viktorija, Dušan Lesjak. 2001. Elektronsko poslovanje podjetje-podjetje (B2B). Maribor: Ekonomsko poslovna fakulteta.
 29. Šrlec Ivan. 2002. E-poslovanje in uporaba formata XML. Ljubljana: Časnik Finance 6. maj, str.18.
 30. Toplišek Janez. 1998. Elektronsko poslovanje. Ljubljana: Založba Atlantis
 31. Turban, E.J. Lee, D. King in H.M. Chung. 2000. Electronic commerce. A Managerial Perspective. New Jersey: Prentice Hall, inc.
 32. Turban E., King D. 2003. Introduction to e-commerce. New Jersey: Prentice Hall
 33. Vaupot Žiga. 2001. E-tržnice, izboljšanje konkurenčnosti z elektronskim poslovanjem: eEvropa – eSlovenija, Organizacija – tematska številka, št.3
 34. Vehovar Vasja et al.: Vrednotenje e-poslovanja 2003. RIS (Raba interneta v Sloveniji). (Online) Dostopno: <http://www.ris.org/index.php?fl=2&lact=1&bid=174&menu=0> (30.4.2007)

KAZALO SLIK

| | |
|--|----|
| Slika 1 : Struktura elektronskega poslovanja | 8 |
| Slika 2 : Oblike e-poslovanja..... | 11 |
| Slika 3 : Prodaja končnemu uporabniku..... | 13 |
| Slika 4 : Prikaz delovanja interneta, ektraneta in interneta | 22 |
| Slika 5 : Model uvajanja elektronskega poslovanja..... | 37 |

KAZALO TABEL

| | |
|---|----|
| Tabela 1: Razlika med tradicionalnim elektronskim poslovanjem in elektronskim poslovanjem na internetu..... | 15 |
| Tabela 2 : Prednosti in pomanjkljivosti e-poslovanja za MSP..... | 41 |