

poslovnih sistemih z najraznovrstnejšo uporabljenjo informacijsko tehnologijo in visokimi zahtevami razpoložljivosti informacijskega sistema.

Kako lahko ravnateljstvom pomaga revizija informacijskih sistemov?

Nezadostno razumevanje možnosti in načinov uporabe informacijske tehnologije ne omogoča enostavnega odgovora, ali se naložbe v informacijsko tehnologijo vračajo z rezultati poslovanja. Ravnateljstva si zastavljajo vprašanja, ali morda ni nevarnosti, da nekega lepega jutra sistem preprosto ne bo deloval in ga ne bo mogoče vzpostaviti dlje časa in ali sploh podjetje

zmore poslovati brez informacijske podpore, oz. so posledice tega lahko omejene. Na podobna vprašanja jim lahko pomagajo najti odgovor revizorji informacijskih sistemov. Res je, lahko bi jim dali odgovor tudi odgovorni sodelavci v organizacijskih enotah informatike - računskih centrih, obstajata le vprašanja: ali se more in ali se je modro zanesti na tak odgovor. V primeru računovodskih izkazov bi bila dilema lahko podobna - mnenje o računovodskih izkazih bi podali računovodje, vendar sta se lastnik in v določenem smislu tudi država odločila drugače. ■

EVROPSKI IN DOMAČI VIDIKI ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA

Aljoša Domijan

Okrogle mize na temo elektronskega poslovanja na DSI 99 so se udeležili Aaron Marko, direktor Microsoft d.o.o., kot predstavnik ponudnika programske opreme za izvedbo elektronske trgovine, Zoran Thaler, direktor EON d.o.o., kot predstavnik ponudnika varnega poslovanja na Internetu, dr. Dušan Caf kot predstavnik GZS ter Aljoša Domijan, direktor Gambit trade d.o.o., kot vodja okrogle mize in predstavnik sistemske hiše, ki ponuja izdelavo zasnov, izvedbo in vzdrževanje elektronskih trgovin.

Letos smo med publiko prvič zasledili tudi predstavnike podjetij, ki so z odprtjem elektronskih trgovin razširila svojo ponudbo in se približala tudi kupcem na svetovnem spletu. V razpravi smo se osredotočili predvsem na izvedbeni del in delitev nalog med ponudniki komunikacijske infrastrukture, ponudniki varnih transakcij, bankami, trgovci in nenazadnje kupci. Ugotovili smo, da je Slovenija tik pred tem, da elektronsko trgovanje postane del našega vsakdana, saj smo bili v primerjavi z DSI 98, ko so referenti govorili predvsem o varnosti in teoriji elektronskega poslovanja, letos zelo konkretni. Na DSI 2000 pa bomo zagotovo že govorili o izkušnjah in razlogih za uspeh najuspešnejših domačih e-trgovcev.

1. UVOD

Pred leti se je Jeff Bezos, ustanovitelj podjetja Amazon.com uprl takratni splošni prodajni logiki, ki je govorila, da je pot do uspešne elektronske prodaje v ponujanju kvalitetnih produktov z visoko vrednostjo, in pričel s prodajo knjig na internetu. Takrat je bila večina ljudi mnenja, da je cena edino, kar je pomembno. A Buzon je menil drugače. Razmišljal je v smeri, da je uspeh prodaje preko interneta v informiranosti potencialnih kupcev. Najrevolucionarnejši vidik pro-

daje preko interneta je bil in je še vedno ta, da potencialni kupec, ki se "oglasil" v virtualni trgovini, najde nekaj zase. Le tako bo ponudnik produkt oz. storitev tudi prodal.

Jeff Bezos je danes lastnik najbolj znane trgovine na internetu s ponudbo več kot 3 milijone naslovov knjig in pol milijarde dolarjev prometa, s podružnico v Evropi in z izredno hitro rastjo vrednosti delnic. Jeff Bezos je seveda Američan. Zdi se, da v Evropi ne bi mel nobenih možnosti, da Slovenije niti ne omenjamo. In vendarle, Bezos ni odkril ničesar novega! Ista tehnologija je na voljo tudi v Sloveniji in Evropi. In čeprav Evropejci preko svetovnega spleta kupujejo vse več in večino denarja potrošijo na spletnih straneh ameriških podjetij, se zdi, da Evropa še vedno ni našla pravega odgovora. Ali ga sploh lahko?

2. EVROPSKE ZAVORE

Ko primerjamo trgovanje preko interneta v Ameriki in Evropi, ne moremo mimo dejstva, da je ameriški trg večji. Izreden uspeh Amazon.com, kateremu nikakor ne gre oporekati, je v veliki meri tudi posledica velikega trga. Dosežki drugih dveh uspešnih ameriških podjetij s svojima elektronskima trgovinama Gap.com (oblačila) in Dell.com (računalniki) kažejo, da gre kljub

velikim vsotam le za nekaj odstotkov njune »klasične« prodaje. In te vsote postanejo majhne celo v Evropski skupnosti kot enotnem trgu, kaj šele v posameznih državah.

Pri prodaji preko interneta vidimo cel svet kot enotno tržišče. Vendar pa je v resnici trg poln ovir imenovanih carine in davki. Američani imajo državni davčni sistem, ki je zelo podoben trenutno veljavnemu pri nas, Evropa pa DDV. In prav DDV ni primeren za trgovanje po internetu. Pripada namreč državi v kateri je registriran sedež prodajalca in ne državi v kateri je trenutno kupec ali prodajni strežnik. Večina trgovin je zato trenutno v ZDA, ki imajo primernejši sistem obdavčevanja. EU tako izgublja posel in denar. Zato se tudi želi dogovarjati! Američanom se seveda ne mudi, saj se medtem, ko se politiki pogovarjajo, vse več evropskih podjetij s svojimi elektronskimi trgovinami seli v ZDA. V EU se tega zavedajo in že iščejo rešitve oziroma izhodišča za boljšo pogajalsko pozicijo z Američani. Trenutno predvsem v smeri iskanja možnosti hitrejšega vračanja obračunanih davkov za na internetu kupljeno in izvoženo blago.

Dejstvo je, da je elektronsko trgovanje tudi v svetovnih razmerah šele na začetku. Američani so se odločili za liberalen pristop in nameravajo zakonodajo prilagoditi razmeram. Ena izmed posledic takega pristopa je tudi sodni spopad med Microsoft Internet Explorerjem in Netscape Navigatorjem. Evropa se želi izogniti sprotnemu reševanju težav in predhodno določiti ustrezno zakonodajo za področje elektronskega podpisa, elektronskega ključa, elektronskega notarijata, zaščite podatkov, varovanja osebnih podatkov ter podpisati ustrezne meddržavne pogodbe, ki bodo urejale trgovanje preko interneta. Svoj strokovni prispevek k izboljšanju razmer na internetu vidi EU predvsem v izdelavi ustreznih matematičnih algoritmov za kodiranje podatkov.

3. E-SLOVENIJA

Kljub izredno dobro razširjeni uporabi interneta je pregled .si domačih strani konec februarja 1999 pokazal, da ne premoremo niti ene prave elektronske trgovine. No, pico lahko naročimo na dom. Na svetovnem spletu se predstavljamo s predstavivnimi stranmi in nekaj možnostmi naročanja predstavljenega blaga. Prave elektronske trgovine, v kateri blago izbereš, varno plačaš s kreditno kartico in nato samo še počakaš, da ti ga dostavijo na dom, pri nas še ni.

Zakonodaje, ki bi urejala elektronsko trgovanje, nimamo. Elektronski podpis ni pravno veljaven. Prav tako nimamo strežnikov za identifikacijo uporabnikov in strežnikov za potrjevanje plačila s kreditnimi karticami. Medbančni promet ni urejen. Poleg navedb, da je slovenski trg majhen in je število uporabnikov inter-

neta pri nas majhno, so to najpogostejši vzroki, katere podjetniki navajajo kot razlog, zakaj se ne odločijo za prodajo preko interneta. Ali je to res?

Trditev: »Uvedba elektronskega trgovanja v podjetje je poseg v organizacijsko strukturo podjetja, v logistiko podjetja in spreminja način razmišljanja podjetja kot organizacije. Povzroča velike premike, tako pri izrabi poslovnih možnosti kot pri racionalizaciji poslovanja in relativnem nižanju stroškov«, zagotovo drži in v sebi skriva nekaj osnovnih razlogov naše zadržanosti pred elektronskim poslovanjem.

Pri prodaji preko elektronske trgovine je potrebno dobro poznati kupce, njihove potrebe in navade. Čeprav namreč ponudimo blago naprodaj le slovenskim sprehajalcem po svetovnem spletu, je doseg naše ponudbe s trenutkom objave precej večji kot pa doseg klasične trgovine. Ker pa kupci na svetovnem spletu pričakujejo hitro dobavo, morajo biti že ob objavi na voljo ustrezne zaloge. Elektronsko trgovino, ki ima zamude z dostavo blaga, bomo kmalu zaprli. V primeru viškov zalog pa nas čakajo poslovne težave. Rizik za domače podjetnike je očitno prevelik, sredstev za predhodno strokovno analizo trga pa premalo.

Seveda ni dovolj, da imamo blago le na zalogi. Potrebno ga je tudi dostaviti. V ZDA je ponudba izvajalcev izredno pestra, ponudniki pa so zelo zanesljivi in prilagodljivi. Delajo 24 ur na dan. Ne zamujajo in so pripravljene plačati ustrezne pogodbene kazni za vsako zamudo. Nezadovoljen kupec je pač v državi, ki skrbi za potrošnika, draga stvar. Ponudba podjetij za dostavo pri nas zagotavlja dostavo na dom v 24 urah v normalnih pogojih. Kaj pa v primeru, ko se število naročil v času Božiča izredno poveča.

Odločitev za prodajo preko meje se bo zagotovo ustavila na naši meji. Še nikoli se namreč ni zgodilo, da bi nekdo iz Slovenije prodal večjo količino izdelkov množici različnih kupcev po svetu. Carina tako preprosto ni pripravljena na tak dogodek in vsak, ki bi se tega podviga rad lotil, se bo moral najprej dogovoriti z ustreznimi predstavniki državne administracije in si izposlovati nekaj ugodnosti. Sicer se bo moral sprijazniti z zamudami pri carinjenju.

Stroški kršitve pogodbe o poslovnem sodelovanju pri nas so praviloma nizki. Razširjeno je mnenje, da jih ni potrebno plačevati, saj naj bi bile kršitve v večini primerov posledica nepredvidenih vzrokov. Uspeh na sodišču je nepredvidljiv. Tako ostane celoten rizik na ponudniku elektronske trgovine. Le tega trgovec vračuna v ceno izdelka in nakup postane zaradi previsoke cene nezanimiv. Zveni znano?

Tudi prodajalec mora blago kupiti. Tako postane odvisen od svojega dobavitelja. Dobavitelj mora zagotoviti sprotne dobave, najugodnejše cene in vse

potrebne informacije kot pomoč pri prodaji. Trgovca mora obveščati o vseh spremembah, predvsem pa o ukinitvi in uvajanju novih prodajnih programov. V nasprotnem primeru bo končnemu uporabniku na voljo napačna informacija, ponudniku pa ostane le še spor z dobaviteljem. In z razgovori na sodišču zagotovo ne bosta prišla do uspešne prodaje.

Potrebujemo tudi ustrezno informacijsko podporo. Večina dogodkov v elektronski trgovini poteka avtomatično. Vsi dokumenti so v elektronski obliki in jih izdelajo računalniki. Veliko število kupcev, artiklov in dobaviteljev obenem z velikim številom poslovnih dogodkov zahteva vnaprej pripravljeno organizacijsko shemo podjetja, določene procese v podjetju, urejen pretok dokumentov in arhiviranje vseh zapisov o poslovnih dogodkih. Investicija v informacijsko opremo je neizogibna in sorazmerno visoka.

In nenazadnje potrebujemo tudi ustrezno omrežje, ki omogoča hiter in cenen prenos podatkov. V ZDA so tudi na tem področju daleč pred Evropo. Slovenci kljub vsemu raje lovimo Evropo, tako s številom hitrih ISDN priključkov kot s ceno. Državna administracija

pa nič, kot bi se ne zavedala, da je prav široka dostopnost javnega komunikacijskega omrežja predpogoj za razvoj elektronskega trgovanja.

4. ZAKLJUČEK

EU je sprožila široko akcijo za popularizacijo uporabe informacijske tehnologije v malih in srednje velikih podjetjih, kot okoljih, ki s svojo pestrostjo in prilagodljivostjo edina lahko pospešijo zблиževanje z ZDA. Obenem je s spremembo zakonodaje omogočila privatizacijo sicer državnih telekomunikacijskih ponudnikov in dovolila tujim podjetjem ponudnikom internet in telekomunikacijskih storitev vstop na svoj trg.

Tudi pri nas je tako dela za podjetnike, ponudnike internetnih storitev in državno administracijo več kot dovolj. Ali lahko v naslednjem letu pričakujemo, da bodo vsak zase opravili svojo nalogo in Slovenijo zapisali med države z okoljem, naklonjenim elektronskemu trgovanju. Mogoče pa bi bila za druga evropska podjetja končnica .si lahko zanimivejša kot .com. ■

NAJBOLJŠE PROGRAMSKE REŠITVE IN PRAVI IZVAJALCI ?

(Teze in ugotovitve okrogle mize)

Andrej Kovačič, Ekonomska fakulteta, Ljubljana

UVOD

Okrogla miza z naslovom "Izbira najboljšega ali pravega izvajalca", ki se je odvijala v okviru posvetovanja Dnevi slovenske informatike – Portorož '99, je načela in obravnavala niz problemov, s katerimi se spopadajo organizacije ob uporabi sodobne informacijske tehnologije in prehodu na nove celovite programske rešitve. Svoje poglede na obravnavano problematiko so poleg vodje okrogle mize (dr. Andrej Kovačič) podali tudi drugi panelisti. Njihova stališča so bila seveda po pričakovanjih v veliki meri različna, saj so zastopali poglede uporabnikov rešitev oziroma naročnikov (g. Denis Stepančič, Gradbeno podjetje Grosuplje), domačih razvijalcev in ponudnikov (dr. Ivan Vezočnik, Razvojni center Celje) ter ponudnikov tujih rešitev (g. Stanislav Klešnik, Intertrade ITS, ki zastopa firmo Baan).

Udeleženci so se strinjali z večino tez, ki so bile kot izhodišče razprave predhodno izoblikovane in pred-

stavljene, izoblikovali pa so tudi svoja stališča in razmišljanja o problematiki, ki je v našem okolju še zlasti pereča in vse bolj prisotna. Ugotovili so, da v začetni fazi, ko obravnavamo možne scenarije in dileme prehoda, naletimo na eni strani na potrebo po presoji odločitev o razvoju ali nakupu oziroma primernosti razpoložljivih programskih rešitev, na drugi strani pa o primernosti razvijalcev ali uvajalcev teh rešitev.

1. IZHODIŠČA

Mnogi ocenjujejo, da prehajamo v obdobje, ki ga bo zaznamoval trg celovitih programskih rešitev in nanje vezanih storitev uvajanja, vzdrževanja in nadgrajevanja. V letu 1997 je bil na tem trgu ustvarjen promet v višini 300 milijard ameriških dolarjev. Brez posebnih špekulacij ocenjujemo, da se bo ta obseg v letu 2002 podvojil [1]. Prihodki od prodanih licenc programskih