ANALÝZA TRHU S INFORMAČNO-KOMUNIKAČNÝMI TECHNOLÓGIAMI NA SLOVENSKU

Iveta Kremeňová, Martina Kováčiková*

Úvod

V predchádzajúcom čísle časopisu sme mali možnosť oboznámiť sa s celkovou analýzou vývoja trhu s informačno-komunikačnými technológiami vo svete a jeho štruktúrou. Teraz by sme nadviazali na predchádzajúci článok analýzou trhu s informačno-komunikačnými technológiami na slovenskom trhu a priblížime si trh rozvíjajúceho sa internetového obchodu.

1. Informačno-komunikačné technológie

Informačno-komunikačné technológie (ICT) zahŕňajú produkty, ktoré uchovávajú, spracovávajú, manipulujú, chránia, vysielať a prijímajú informácie elektronicky. „*Termínom informačné technológie - rozumieme označenie všetkej techniky (hardvér - technické vybavenie systémov), ktorá sa zaoberá spracovaním informácií, t.j. ide o súbor prostriedkov a postupov na zber, prenos, uchovávanie, spracovávanie a prezentáciu informácií.*“

Informačné technológie v spojení s integrovanými informačnými systémami - predstavujú vzájomnú integráciu najrôznejších informačných systémov a systémov počítačovej podpory, či už pre technologickú prípravu výroby, organizáciu a riadenie výroby, plánovanie, skladovú evidenciu alebo používanie prostriedkov a metód umelej inteligencie. Jedná sa o technickú, organizačnú a telekomunikačnú techniku, jej príslušné programové vybavenie a organizačné usporiadanie jednotlivých zložiek.

ICT sú teda tiež zariadenia informačnej a výpočtovej techniky, zariadenia televíznej a audiovizuálnej techniky a v neposlednom rade telekomunikačnej techniky. Medzi ne patria servery, pracovné stanice v podnikoch ako aj osobné počítače vybavené modemom, CD alebo DVD mechanikou, klávesnicou a inými vstupnými a výstupnými zariadeniami. Tiež tam môžeme zaradiť aj televízne prijímače, satelitné prijímače, zariadenia mobilnej techniky a iné.

2. Slovenský trh s informačnými a komunikačnými technológiami

Slovenský trh informačných a komunikačných technológií pokračuje vo vysokej dynamike rastu. V tabuľke č.1 sú uvedené výdavky na informačno-komunikačné produkty prostredníctvom jednotlivých zložiek slovenského ICT trhu.

Doc. Ing. Iveta Kremeňová, PhD., Ing. Martina Kováčiková, Katedra spojov, F-PEDAS, Žilinská univerzita
tel.: 041/5133100, fax: 041/5655615
e-mail: Iveta.Kremenova@fpedas.utc.sk, Martina.Kovacikova@fpedas.utc.sk

Tabuľka č. 1. ICT trh v SR, v roku 2004 a prognóza pre rok 2005, v mil. Euro (zdroj: http://www.itnews.sk/buxus_dev/generate_page.php?page_id=2652)

Výdavky na informačno-komunikačné produkty a služby na Slovensku (mil. Euro)	Predaj	Percentuálne vyjadrenie	Prognóza predaja	Zmena (%)
	2004	2004	2005	2005/2004
Počítačový hardvér	317	15,9	319	0,6
Kancelárska technika	27	1,4	29	7,4
Koncové komunikačné zariadenia	140	7	155	10,7
Dátové a sieťové zariadenia	232	11,6	243	4,7
Softvér	135	6,8	150	11,1
IT služby	197	9,9	224	13,7
Trh IT	736	36,8	790	7,3
Služby operátorov	950	47,5	998	5,1
Telekomunikačný trh celkovo	1 235	61,8	1 320	6,9
ICT trh celkovo	1 998	100	2 109	5,6

Graf č.1. Štruktúra ICT na Slovensku, v roku 2004, v % (Zdroj: http://itnews.sk/buxus_dev/generate_page.php?page_id=2652)

Z predchádzajúcej tabuľky je zrejmé, že výdavky na ICT produkty a služby boli na Slovensku v roku 2004 1998 mil. Euro. Napriek tomu, že väčšinu tržieb získali operátori za svoje služby a dodávatelia hardvéru, na raste trhu sa viac podieľali softvér a príjmy za IT služby, ktorých predaj v uplynulom roku stúpol približne o 12 percent. Segmentová diferencia sa bude v nadchádzajúcich rokoch ešte viac zväčšovať.

Z tabuľky číslo 1 môžeme tiež určiť takmer 11% nárast koncových komunikačných zariadení. Tento nárast predstavuje v prevažnej miere predaj mobilných telefónov.

Podľa EITO sa v roku 2004 na Slovensku na nákup IT produktov a služieb vynaložilo 140 eur (5 600 Sk) na osobu, čo je hlboko pod priemerom Európskej únie (735 eur). Spomedzi nových členov patrí slovenský trh k menej rozvinutým.

Z priloženého grafického zobrazenia štruktúry ICT na Slovensku v roku 2004 je vidno, že najvyššie príjmy z predaja predstavujú služby operátorov, za ktorými nasleduje trh v oblasti IT.

V komerčnej sfére sa vo veľkom nasadzujú aplikácie na riadenie podnikových zdrojov, systémy na podporu predaja (obchodu), budovania vzťahov so zákazníkmi či manažérskeho rozhodovania - business intelligence. V čoraz väčšej miere podniky pristupujú k nákupu tzv. „balíčkových riešení“ a outsourcingu. K rastu IT softwaru prispievajú aj rozsiahle projekty v štátnej správe, napríklad vytvorenie on-line katastra nehnuteľností či informačného systému registra obyvateľstva. Mnohé verejné zákazky súvisia so vstupom Slovenska do EÚ, s prispôbením sa európskym štandardom.

Vďaka miernemu ekonomickému oživeniu sa však čoraz viac otvárajú nové zákaznícke segmenty – menšie podniky a aj domácnosti, ktoré počítače doteraz využívali len vo veľmi malej miere. Cena počítačov by pritom mala v budúcnosti vďaka rastúcej konkurencii na úrovni maloobchodu klesať.

Vysokú dynamiku rastu si zachováva aj slovenský telekomunikačný trh, na ktorom ide predovšetkým o súboj medzi Slovak Telecomom a alternatívnymi operátormi a medzi dvoma mobilnými operátormi. Z toho však môže koncový užívateľ iba ťažiť. Uvidíme, aký vplyv bude mať na trh s ICT tretí mobilný operátor.

3. Internetový obchod

Internetový obchod je nová sféra podnikania, ktorá síce zatiaľ priamo nepatrí do analyzovaného trhu s ICT, ale tieto dva pojmy spolu veľmi súvisia a trh začne prenikať čoraz viac do virtuálnej sféry.

Internetový obchod je taký druh obchodovania, kedy sa predávajúci a kupujúci stretávajú na internete. Predávajúci ponúka svoje výrobky a služby prostredníctvom internetu a kupujúci si ich tiež pomocou internetu objednáva. V nasledujúcej tabuľke číslo 2 sú uvedené hodnoty internetového obchodovania v západnej Európe v roku 2005 a prognóza pre rok 2009. Údaje pre Slovensko v tom čase neboli k dispozícii.

Tabuľka č. 2. Hodnoty internetového obchodu v západnej Európe za rok 2005 a prognóza pre rok 2009 (zdroj: <http://www.eito.com/download/EITO%202006%20-%20ICT%20market%20March%202006.pdf>)

Druh obchodu / za roky	2005		2009	
	v mld. Euro	%	v mld. Euro	%
Business-to-Consumer (B2C)	125,3	11,7	451,3	19,5
Business-to-Business (B2B)	943,1	88,3	1867,8	80,5
Internetový obchod celkovo	1068,4	100	2319,1	100

Z tabuľky č. 2 vyplýva, že väčšiu časť internetového obchodu predstavuje B2B komunikácia (obchodovanie medzi spoločnosťami), až 88,3%, čo je 943,1 mld. Euro. Obchodovanie B2C (obchodovanie medzi podnikmi a koncovými užívateľmi) predstavuje čiastku 125,3 mld. Euro. V roku 2009 by sa mali hodnoty mierne upraviť, podiel B2C na celkovom internetovom obchode by mal vzrásť o necelých 8%. Absolútna hodnota B2C internetového obchodu sa očakáva 451,3 mld. Euro a B2B internetového obchodu 1867,8 mld. Euro.

Sprievodným znakom rozvoja informačných technológií je nárast dostupných informácií, ktoré je vhodné využiť nielen na proces riadenia, ale najmä na samotnú analýzu údajov a zdokonaľovanie riadiacej činnosti.

Literatúra

- [1] <http://www.eito.com/download/EITO%202006%20-%20ICT%20market%20March%202006.pdf>
- [2] <http://www.itnews.sk>
- [3] <http://www.eito.org/download/eito%202004%20presentation%Brussels%2019.02.04%20Lamborghini.pdf>
- [4] MADLEŇÁK, R.: Elektronický obchod, EDIS ŽU Žilina, 2004, ISBN 80-8070-192-X
- [5] MAJERČÁKOVÁ, M.: Technológia telekomunikácií, 1. vyd. - Žilina : Žilinská univerzita, 2003. - 166 s., AH 10,38, VH 10,86 : obr., tab. - ISBN 80-8070-159-8.

Grantová podpora

Článok vznikol pre podporu projektov VEGA – Vplyv výberu efektívnej stratégie na riadenie konkurencieschopnosti podniku v rámci liberalizácie poštových trhov a projektu MVTs – Liberalizácia poštového trhu.