



KOMPARÁCIA ČINITEĽOV INTERNETOVEJ EKONOMIKY NA SLOVENSKU A V RÁMCI EURÓPSKEJ ÚNIE

Eva Kianičková

Úvod

Internet od svojho samotného vzniku bol vnímaný predovšetkým ako komunikačný prostriedok. Využitím v súkromnej sfére, resp. pre účely jednotlivca našiel uplatnenie vo vzdelávacích, marketingových či podnikových aktivitách. Internet je významným fenoménom dnešnej doby, čo z makroekonomického hľadiska má čoraz väčší vplyv aj na samotnú ekonomiku. Klasické odvetvia sa transformovali a prispôbili podmienkam internetu. Poradenská spoločnosť Boston Consulting Group (BCG) odhaduje, že v nasledujúcich piatich rokoch sa internetová ekonomika členov G20 zvýši zo súčasných 2,5 bilióna na 4,2 bilióna USD. Celosvetový podiel obyvateľstva s prístupom na internet sa v roku 2010 pohyboval okolo 1,9 miliardy obyvateľov. Od svojho vzniku bol internet dominantou USA. Odhaduje sa, že americký podiel na globálnej trhovej ekonomike je dnes 33 %, pričom do budúcnosti by mal mať klesajúcu tendenciu a klesnúť na 25 %, z dôvodu zvyšovania penetrácie širokopásmového prístupu na internet v Európe a Ázii. Článok je zameraný na aspekty, ktoré ovplyvňujú výkonnosť a napomáhajú identifikovať závislosti a vplyv na samotnú internetovú ekonomiku. Pri analýze vplyvu internetových činiteľov ovplyvňujúcich internetovú ekonomiku sa vychádzalo z údajov Štatistického úradu SR ako aj z materiálov Európskej únie. Prieskum Štatistického úradu SR bol vykonaný na vzorke 4500 respondentov (rok 2010 a 2011), pričom v rámci domácnosti bol vybraný jednotlivec vo veku viac ako 16 rokov. [6][3]

Komparácia činiteľov internetovej ekonomiky na Slovensku a v rámci Európskej únie

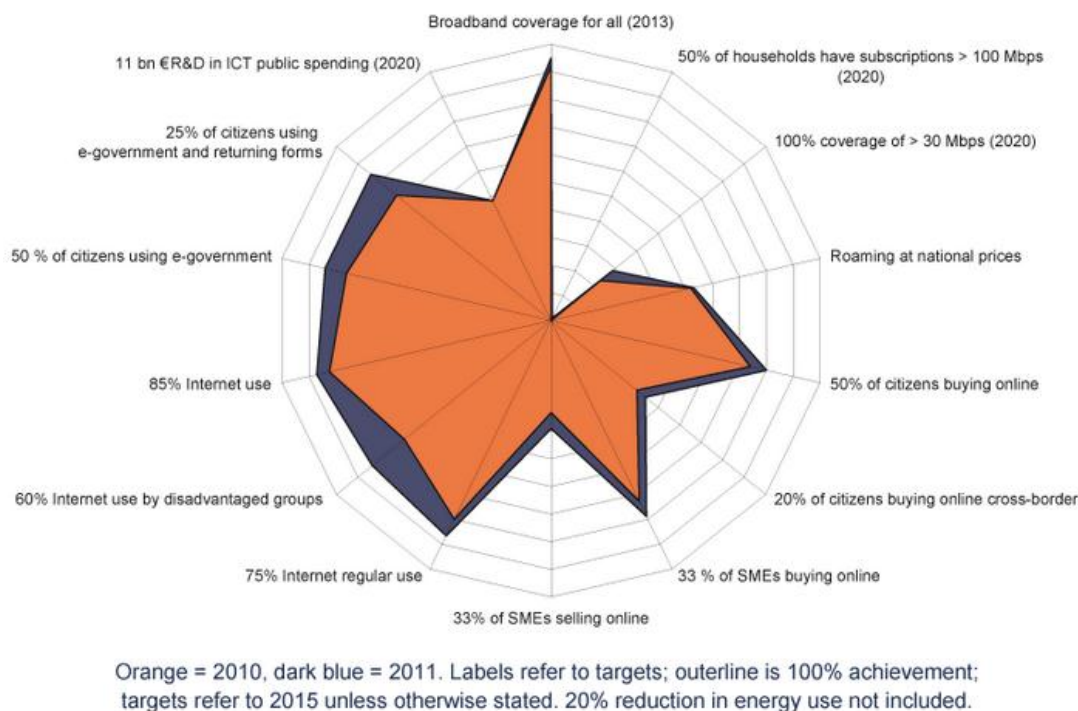
Internetové pripojenie zaznamenalo za posledný rok významný pokrok. Stáva sa dostupnejší vo viacerých geografických polohách, a tým aj pre samotných občanov. Avšak celkový počet obyvateľov pripojených k internetu v rámci Slovenska je stále za dlhodobým európskym priemerom. Internet zasiahol ako osobný, tak aj podnikateľský sektor. Vytvoril podmienky pre vznik nových odvetví, inováciu pôvodných, zmenu off-line na on-line nakupovania, pričom sa začali formovať aj nové základne on-line spotrebiteľov a firiem, ktoré sa s pomocou internetu stávajú úspešnejšie práve tým, že využívajú výhody internetového prostredia. Prevažne v rámci EÚ ako aj vo východných krajinách je internetová ekonomická sila pomerne nová. Ale za to má dlhodobu priaznivú vyhlídku na svoj rozvoj. Medzi činitele, ktoré majú značný vplyv na vymedzenie internetovej ekonomiky patrí:

- penetrácia internetu,
- aktivity používateľov v prostredí internetu,
- on-line nakupovanie a
- samotný vplyv internetu na produktivitu ekonomických subjektov.

Penetrácia internetu v rámci Slovenskej republiky bola k 31.6.2011 74,2 % (Zdroj: internetworldstats.com), čo je na rovnakej úrovni ako štáty Estónsko, Rakúsko či Belgicko. Penetrácia v Českej republike je približne 64 %. Severské štáty majú 80 % penetráciu. [3]

V roku 2011 bolo k pevnej širokopásmovej sieti 991 403 pripojení, z toho bytových účastníkov bolo 804 827. V percentuálnom vyjadrení predstavuje penetrácia pevnej širokopásmovej siete na Slovensku len 18,37 %. Najčastejšie využívanými technológiami sú xDSL, pripojenie cez rozvody káblovej televízie, FTTx (FTTH/FTTB), pripojenie cez rádiový prístup či družicové pripojenie. Na druhú stranu celkový počet pripojení cez mobilné siete predstavoval 2 603 983 populácie (3G/FDD, 2G (GPRS/EGDE), 3G/HSxPA, Flash-OFDM).[4]

Európska únia si v rámci zabezpečenia a skvalitnenia širokopásmového pripojenia určila niekoľko strategických cieľov. Na Obrázku 1 môžeme vidieť plnenie cieľov Digitálnej agendy EÚ, pričom oranžová farba predstavuje splnenie cieľov za rok 2010 a modrá farba dosiahnutie cieľov za rok 2011. Práve biele miesta predstavujú značné slabiny. Najbližším cieľom je sprístupnenie širokopásmového pripojenia všetkým obyvateľom Európy do roku 2013. Do roku 2020 mieni Európska únia zabezpečiť rýchlosť pripojenia s viac ako 30 Mbit/s a zároveň polovica obyvateľov by malo mať prístup na internet s prenosovou rýchlosťou 100 Mbit/s. [3]



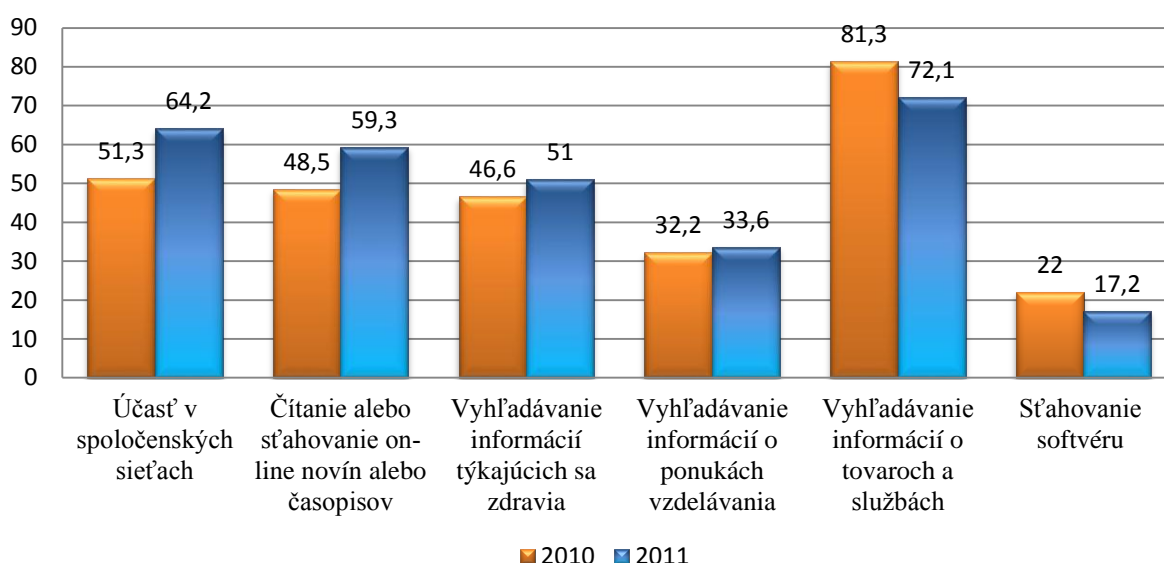
Obrázok 1. Plnenie cieľov Digitálnej agendy EÚ [Zdroj: dostupné on-line http://ec.europa.eu/information_society/digital-agenda/scoreboard/index_en.htm]

Návrh zabezpečenia širokopásmového pripojenia pre obyvateľov Slovenskej republiky do roku 2013 je zapracovaný do cieľov vlády SR. Na Slovensku bolo k minulému roku 780 obcí (27,48 %) mimo pevného širokopásmového pripojenia. Ide celkovo o 7,06 % obyvateľov. Do budúcnosti sa kladie veľký dôraz na využívanie mobilných sietí k pripojeniu na internet, k čomu dopomáha aj narastajúca popularita smartphonov na trhu.[4]

Aktivity používateľov v prostredí internetu. Využívanie internetu na dennodennej báze má za posledné roky stúpajúcu tendenciu. Na území Slovenskej republiky zaznamenalo pripojenie na internet oproti roku 2010 nárast o 3 % (2010 – 67,7 % a v roku 2011 malo 75,4 % domácností prístup na internet). Naopak 29 % opýtaných respondentov v roku 2011

uviedlo, že doma nemá prístup na internet, pričom najčastejším dôvodom bola absencia skúseností, prípadne pokladajú internet za nepotrebný. To môžeme pripisovať starnutiu obyvateľstva, či stále nedostatočnej internetovej infraštruktúre. Ako už bolo spomenuté, internet sa stal každodennou súčasťou súkromného a pracovného života. Naďalej však v rámci EÚ štvrtina populácie vo veku od 16 – 74 rokov nikdy internet nepoužívala. V porovnaní s Európskou úniou sa denne pripája k internetu 56 % používateľov. V rámci členov EÚ sa až 80 % obyvateľov denne pripája na internet v nasledujúcich štátoch: Dánsko, Holandsko, Fínsko, Švédsko a VB. Denne využíva internet okolo 60 % obyvateľov štátov Bulharsko, Grécko, Taliansko, Cyprus, Poľsko, Portugalsko a Rumunsko. Najčastejšími aktivitami európskych používateľov je vyhľadávanie informácií o produktoch a službách (80 %), viac ako polovica číta dennú tlač (56 %), rezervujú si letenky a ubytovanie alebo sledujú a hľadajú informácie ohľadom zdravia (54 %). Denne 40 % opýtaných využíva internet na hľadanie informácií ohľadom vzdelávacích inštitúcií, on-line kurzov a podobne. [2][3]

V rámci Slovenskej republiky využívalo denne, alebo skoro každý deň 75,7 % obyvateľov, čo predstavuje pokles oproti roku 2010 o 0,4 %. Väčšina obyvateľov využíva internet denne na prijímanie a odosielanie e-mailov. Trend v rokoch 2010 – 2011 bol poznamenaný narastajúcou popularitou sociálnych sietí. Na Slovensku realizovalo za rok 2010 aktivity v tomto prostredí viac ako polovica opýtaných obyvateľov (51,3 %), pričom v roku 2011 sa tento podiel zvýšil o 12,9 % (64,2 % v roku 2011). V nasledujúcom obrázku môžeme vidieť najčastejšie aktivity realizované slovenskými používateľmi v rokoch 2010 a 2011 v percentuálnom vyjadrení.[2]



Obrázok 2. Najčastejšie realizované činnosti na internete (%) [Zdroj: vlastné spracovanie, www.statistics.sk]

Nakupovanie na internete. Internetové nakupovanie je čoraz obľúbenejším fenoménom aj v rámci Slovenska. Prístup 24 hodín denne, 7 dní v týždni, nakupovanie z pohodlia domova a prístup k širokému sortimentu produktov, oslovilo takmer každú vekovú kategóriu. V roku 2011 takmer 28,3 % ľudí nakúpilo na internete v priebehu troch mesiacov, sporadicky nakupuje 17,6 %, iba raz za rok 13,9 % a vôbec nenakupovalo 39,9 %. Najpopulárnejšou komoditou bol odev a športový tovar, tovar pre domácnosť alebo knihy a časopisy. Najmenší záujem bol o nákup podkladov pre elektronické štúdium, liekov a jedla. Internet je významným a primárnym prostredníkom pri rezervácii ubytovania, leteniek alebo lístkov na rôzne podujatia, čo v konečnom dôsledku z ekonomického hľadiska môže a má veľký prínos. [2]

Situácia v rámci Európskej únie za rok 2011 v oblasti elektronického obchodu mala podobný charakter. Traja z piatich internetových používateľov nakúpilo na internete za posledných dvanásť mesiacov. Čoraz častejšie sa stretávame s javom, že väčšina používateľov berie internet len ako nástroj na zistenie informácií o tovaroch, službách, cenách, ale konečný nákup zrealizujú v kamennom obchode. Dôvodom môže byť absencia možnosti tovar vyskúšať, zlé referencie internetového obchodu, obavy zo zneužitia osobných údajov alebo nedôvera prenosu finančných prostriedkov pomocou elektronických platobných systémov. Samozrejme internet so sebou priniesol ďalšiu významnú zmenu tým, že umožňuje prekonávať veľké geografické vzdialenosti, čo z podnikateľského hľadiska môže mať vplyv na export a import.[3]

Zvyšovanie produktivity. Zavedenie a adaptácia nástrojov a procesov elektronického obchodovania, elektronického podpisu alebo elektronickej fakturácie má podľa štúdie Európskej komisie pozitívny dopad na produktivitu práce. Štúdia Svetovej banky toto tvrdenie podporuje, s doplnením, že rozvoj a zabezpečenie širokopásmového pripojenia má pozitívny dopad ako na jednotlivca, tak aj na firmy, a tým prispieva ku globálnemu ekonomickému rastu.[6]

Zmeny v podnikateľskej sfére s nástupom internetu

Ako už bolo v článku spomenuté, internet plne zasiahol takmer každého jednotlivca a firmy. Ovplyvnil procesy vo viacerých odvetviach a firmám poskytol nasledovné pozitívne zmeny, ako napr.:

- Zníženie počtu sprostredkovateľov, partnerov, čím zabezpečil transparentnosť.
- Zlepšil vzájomné vzťahy medzi zákazníkmi, dodávateľmi a partnermi.
- Automatizovaná a efektívnejšia výmena informácií v rámci SCM (riadenie vzťahov z dodávateľmi) systémov.
- Efektívnejšie cielenie reklamných a predajných aktivít, pomocou „Long tail“, t. j. predaj produktov malým skupinám spotrebiteľov.
- Geografické pokrytie bez nutnosti budovania kamenného obchodu alebo siete kamenných obchodov na nových trhoch.[6]

Internet zasiahol a ovplyvnil inováciu nákupného procesu. Začali vznikať čisto internetové obchody, prípadne pôvodné podnikateľské riešenia sa rozšírili o internetový predaj. Tento efekt ovplyvnil celý podnikateľský či dodávateľský reťazec. Vplyv internetu mal výrazný efekt aj v oblasti bankovníctva, poštových služieb alebo cestovného ruchu.

Od nepamäti je primárne chápaný ako komunikačný kanál. V súčasnej dobe je čoraz viac a viac využívaný ako informačný prostriedok, resp. priestor pre získavanie informácií ohľadom tovarov, služieb, získavanie referencií a podobne. Tým, že internet predstavuje informačný nástroj, museli sa aj klasické oznamovacie prostriedky prispôbiť novým trendom. Oznamovacími prostriedkami v tomto zmysle chápeme dennú tlač. Takmer všetky denníky na Slovensku sú prístupné aj v elektronickej podobe. Spravodajský portál webnoviny.sk mal za posledné tri mesiace tohto roku najvyšší počet návštev a zobrazených stránok. V marci 2011 zaznamenal takmer 430 tisíc unikátnych návštevníkov (Zdroj: SITA). Potenciál sociálnych sietí našiel svoje uplatnenie aj vo sfére spravodajských portálov. Jednou z najvýraznejších benefitov sociálnych sietí je zdieľanie informácií. Najpopulárnejšia sieť Facebook začiatkom apríla tohto roku spustila stránku mediálnych zdrojov zameranú na vysvetlenie a pomoc pri využívaní nového spravodajského nástroja, ktorý umožňuje efektívnejšie nadviazať spojenie s čitateľom. V USA sú sociálne siete prevažne využívané na dve hlavné činnosti, a to na komunikáciu s priateľmi a získavanie každodenného spravodajstva. Využitelnosť tohto nástroja sa začína čoraz viac uplatňovať aj v podmienkach Slovenskej republiky. Potenciál na to má, keďže viac ako polovica slovenskej populácie sa pripája denne na sociálne siete. [5]

Bankovníctvo predstavuje ďalšie odvetvie, ktorému internet výrazne dopomohol v procese inovácie a technologického pokroku. S nástupom internetu sa postupne čoraz viac začína využívať internetové bankovníctvo. Najvýraznejší efekt priniesol v zmene interakcie banky so svojimi klientmi. V rámci Slovenskej republiky, za min. rok, využívalo internet banking 45,5 % respondentov, čo predstavuje nepatrný dvojpercentný nárast oproti predchádzajúcemu roku. Zavedenie malo pozitívny efekt v znížení nákladov pri poskytovaní služieb zákazníkom, zníženie časovej náročnosti na spracovanie agendy a efektívnejšie cielenie zákazníckych ponúk. Predstavuje tiež vyššiu transparentnosť cien, keďže internet umožňuje na jednom mieste porovnať ponuky od viacerých bánk. [2]

Poštové služby tiež internet priaznivo ovplyvnil. Podpísalo sa pod to predovšetkým vznik elektronických obchodov, ktoré najčastejšie využívajú ako distribučný kanál služby pošty pre doručovanie balíkových zásielok zákazníkom. Poľská pošta zaviedla novú on-line platformu, zameranú výhradne na balíkové zásielky. Zákazníci tu nájdu aktuálne nové služby, ako obchodné a zasielacie podmienky alebo aktuálnu ponuku balíkových služieb. Stránka je viac transparentná. Uľahčuje prístup ku informáciám o cene a príprave zásielok (elektronické formuláre, žiadosti, vzory adries). Inováciou je zavedenie balíkového asistenta, ktorý na základe zadaných údajov o hmotnosti zásielky, dodacej lehote vyfiltruje najvýhodnejšiu balíkovú službu z hľadiska ceny a logistiky.

Cestovný ruch využíva internet ako informačný kanál na propagovanie služieb, destinácií a miest na internetových stránkach cestovných agentúr, čo výrazne prispieva k nárastu návštevnosti jednotlivých destinácií. Internet umožňuje rýchlu a efektívnu on-line rezerváciu, čo predstavuje výhodu v transparentnosti tým, že používateľ má na jednom mieste dostatočné množstvo informácií ohľadom ubytovania, cestovných lístkov a pod. Výhodou je prístupnosť referencií, čo do veľkej miery ovplyvňuje nákupné rozhodovanie. Celosvetovo môžeme hovoriť o troch najrozšírenejších spôsoboch on-line rezervácie:

- a) Rezervácia priamo na webovej stránke cieľovej destinácie (konkrétny hotel, destinácia).
- b) Návšteva špecializovaných webových stránok cestovných agentúr, sústreďujúcich viaceré ponuky.
- c) Návšteva webových stránok konkrétnych cestovných agentúr pôsobiach v off-line prostredí.

Pri rezervácii leteniek je rýchlym a efektívnym nástrojom, keďže si internetový používateľ môže porovnať cenu, dobu letu, leteckú spoločnosť, možnosť prestojov prípadne využiť last minute ponuku, ktorá býva niekedy aj s 50 – 70 % zľavou z pôvodnej ceny letenky.[3]

Záver

Výhody a zmeny, ktoré so sebou priniesol internet sú nepopierateľné. Vo väčšine odvetví a činnostiach má niekoľko spoločných atribútov, a to: vyššia transparentnosť, pohodlnosť, časová a nákladová efektívnosť. Pre podniky a jednotlivé odvetvia sa viaceré činnosti automatizovali, čo sa prejavilo v znížení administratívneho a finančného zaťaženia. Mohlo by sa zdať, že internetový potenciál bol už maximálne využitý, ale neustále sa objavujú nové priestory na inovatívne myšlienky a projekty.

Literatúra

- [1] MADLEŇÁK, R., VACULÍK, J.: Elektronické podnikanie, EDIS, Žilina, 2009, 232 str., ISBN 978-80-8070-952-5
- [2] Štatistický úrad SR, 2012 [online], [cit.18-04-2012], Dostupné na internete: < <http://portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=41771> >

- [3] Eurostat.eu. European Commicion. Digital agenda 2020, 2012 [online], [cit.18-04-2012], Dostupné na internete:
<http://ec.europa.eu/information_society/digital-agenda/scoreboard/index_en.htm>
- [4] Telekomunikačný úrad SR online], [cit.18-04-2012], Dostupné na internete:
<http://www.telecom.gov.sk/files/statistika_vus/telekom/index.htm>
- [5] SITA – Facebook zvyšuje návštevnosť spravodajských portálov, 2012 [online], [cit.18-04-2012], Dostupné na internete: <<http://www.itnews.sk/spravy/internet/2011-04-11/c139414-facebook-zvysuje-navstevnost-spravodajskych-portalov>>
- [6] Prípadová studie, Zemně internetova 2012. [online], [cit.18-04-2011], Dostupné na internete: <<http://www.zemeinternetova.cz/case-studies.php>>

Grantová podpora

Článok bol spracovaný v rámci riešenia projektu VEGA č. 1/0687/11 Hodnotenie stavu Business Excellence