

VIRTUALNO POSLOVANJE U PODRAVINI

E-BUSINESS IN PODRAVINA

Mr. sc. Mladen Matica

Zavod za prostorno uređenje
Koprivničko-križevačke županije
Koprivnica

Primljeno: 2. 2. 2004.

Prihvaćeno: 10. 5. 2004.

Rad ima dvije pozitivne recenzije

UDK/UDC 004.738.5 (497.5-3 Podravina)

Stručni rad

Professional paper

Sažetak

U članku se razmatra prostorni raspored i profil tvrtki na području Podravine, koje se koriste virtualnim prostorom u poslovanju, i to prvenstveno preko web stranica. Na Internetu je pronađeno 57 tvrtki s vlastitom web stranicom. Raširenost virtualnog poslovanja prati proces tranzicije i globalizacije. Povećanoj upotrebi weba pridonose prije svega tvrtke koje se bave proizvodnim djelatnostima jer im Internet služi za marketing i neprekidno traže nova tržišta izvan regije i granica Republike Hrvatske. Osim tvrtki, razmatra se i uporaba weba u lokalnoj samoupravi. Uporaba suvremenih tehnologija samo do određenog stupnja njihova razvoja može zadržati IT tvrtku na prostoru izvan glavnih razvojnih središta i tržišta.

Ključne riječi: Internet, virtualna geografija, Podravina, tvrtka

Key words: Internet, cybergeography, Podravina region, firm

UVOD

U članku se razmatraju uporaba virtualne tehnologije, odnosno Interneta (globalna mreža povezana preko računala) i intraneta (mreža unutar pojedinih tvrtki), te odnos geografskog istraživanja prema virtualnom prostoru na primjeru Podravine. Cilj članka jest utvrditi prostorni raspored i profil tvrtki koje koriste virtualni prostor u poslovanju te pokazati imaju li prostor i vrijeme jednako značenje kao i prije pojave suvremenih tehnologija. Pojavom novih tehnologija geografija kao znanost proširuje svoj objekt istraživanja i na virtualni (cyber) prostor. Treba odgovoriti na pitanje mogu li se nove tehnologije i tvrtke zasnovane na njima razvijati u regijama poput Podravine, izvan velikih razvojnih središta. Za istraživanje su korišteni isključivo podaci dostupni na Internetu (baze podataka Hrvatske gospodarske komore, Iskona, HTneta, Internet pretraživači). Osnovni izvor informacija i podataka za ovaj članak jest svjetska Internet mreža (www-world wide web), a za istraživanje su korišteni Internet pretraživači Google, Alta vista i Yahoo. Baza podataka je izrađena u excelu i konvertirana u geografski informacijski sustav. Za izradu karata u GIS sustavu korišten je program ArcView 3.2.

VIRTUALNA GEOGRAFIJA

Termin virtualni prostor (cyberspace) prvi je uporabio pisac znanstveno-fantastičnih djela William Gibson u romanu «Neuromancer» 1984. godine. U «Neuromanceru» virtualni prostor je prostor podataka, golemi svijet u žici poznat kao «matrix» gdje transnacionalne kompanije trguju informacijama, u elektronskom prostoru. Gibson je opisao virtualni prostor kao umreženi prostor koji spaja digitalne podatke kojima se može pristupiti spajanjem računala na mrežu. Razvijene su tri glavne teze o tome zašto je razvoj virtualnog prostora i novih tehnologija važan. Prema prvoj, virtualna komunikacija predstavlja izazov našem tradicionalnom poimanju načina masovnog komuniciranja i obliku komunikacije (kombinacija riječi, slika i zvuka). Prema drugoj, virtualna interakcija donosi suvremene dualizme kao što su virtualnost i realnost te tehnologija i priroda. Treća, i za geografe najvažnija, jest rasprava da virtualno transformira prostorno-vremenske odnose i oblikuje nove socijalne prostore (Kitchin, 1998.). Umrežavanje svijeta vodi u korporacijsku decentralizaciju i globalizaciju. Položaj i vrijeme više nemaju granica. Međutim, Kitchin smatra da vrijeme i prostor još imaju značenje. Geografski je položaj još bitan jer brzina uspostave veza nije svugdje ista, a informacija je korisna tamo gdje postoje korisnici.

Interes nove ekonomije s gledišta regionalnog razvoja jest usredotočenost na potencijal informatičkih i komunikacijskih tehnologija u vezi s “odumiranjem udaljenosti” (death of distance), kako bi se ublažile barijere izoliranosti perifernih regija. Gillespie je pokušao dokazati da je “odumiranje udaljenosti” preuranjeno i da postoje čvrsti razlozi zašto je komunikaciju lice u lice (face-to-face) nemoguće zamijeniti elektronskom komunikacijom koja teži dopunjavanju, a ne da zamijeni licem u lice komunikaciju. Stoga ne iznenađuje što je razočaranje donijela politička inicijativa u nekim europskim zemljama da se pomogne tvrtkama u svladavanju geografskih udaljenosti primjenom suvremene elektroničke komunikacije (Gillespie A., Richardson R., Cornford J. M., 2001.).

SUVREMENI PROCESI

Tranzicijsko (lat. transitio - prelaziti) razdoblje nije prijelaz u neki novi, drukčiji ekonomski sustav prema nekom drugom modelu, niti njegovo kopiranje, nego stvaranje i priključivanje razvojnim trendovima (Dragičević, 1996.). Prema Dragičević, pod utjecajem nove ekonomije dolazi do zamjene čimbenika proizvodnje o kojima tradicionalna ekonomija podučava (zemlja, rad, kapital) novim čimbenicima: informacijama, znanjem, stratejskom analizom i menadžmentom. Pritom tradicionalni činitelji postaju marginalni, a posebno važni razvojni činitelji postaju istraživanje i razvoj (R&D). U formiranju toga novog sustava geografija kao moderna znanost ima svoje mjesto. Tranzicija se odvija prema pravilima koje je odredio Zapad. U ekonomskom pogledu, to znači prelazak na tržišno gospodarstvo zapadnog tipa. Cilj tranzicije je stvaranje “integralnog tržišta, što zapravo predstavlja - uz postojanje tržišta rada, kapitala, roba, sredstava za proizvodnju - također i tržište znanja, pa čak i tržište samih poduzeća”.

Današnje doba obilježeno je procesom sveopće globalizacije. Globalizacija (franc. global, globe - zemaljska kugla; koji je sveopći, sveobuhvatan, općenit) je socijalni proces koji teži sveobuhvatnosti svijeta. Prouzročena je, prije svega, napretkom komunikacija i informatizacije društva, što je djelovalo na to da transnacionalne kompanije uvjetuju, među ostalim, i ekonomske promjene. Te promjene se manifestiraju u ekonomskim sektorima i oblicima razvoja (industrijalizacija, deagrarizacija, tercijarizacija, deindustrijalizacija, reindustrijalizacija i urbanizacija), promjenama u rastu svjetske trgovinske razmjene te u potrošnji materijalnih

dobara i korištenju usluga. Istodobno se odvija proces internacionalizacije i globalizacije. Globalizacija je usko povezana s povećanjem međuzavisnosti kroz tehnološki napredak, posebno u zemljama koje se razvijaju na informacijski zasnovanoj ekonomiji.

PROSTORNI RASPORED TVRTKI

Moderno je poslovanje uvelike utemeljeno na razmjeni mnogo poslovnih informacija unutar kompanije, između različitih kompanija te između kompanija i njihovih klijenata. Tipični scenariji korištenja usluga prijenosa podataka su spajanje geografski raspršenih poslovnica, povezivanje na središnju bazu, pristup Internetu stalnom brzinom te povezivanje lokalnih mreža.

U ovom se članku promatra prostorni raspored tvrtki sa sjedištem u Podravini koje koriste Internet, odnosno web stranice, u svom poslovanju. Pod geografskim pojmom Podravina smatra se prostor ludbreške, koprivničke i đurđevačke Podravine. Ukupno je pronađeno 56 tvrtki koje imaju vlastite web stranice (sl. 1.). Među njima nisu tvrtke koje imaju svoju web domenu, ali ona nije u funkciji (nisu još izrađene web stranice) ili postoje, a nisu pronađene njihove stranice. Prema rezultatima provedenog istraživanja, najviše tvrtki se nalazi u Koprivnici (29), koja je upravno i gospodarsko središte Podravine, zatim u Đurđevcu (8), Ludbregu (6) i Pitomači (4). U još sedam jedinica lokalne samouprave djeluju tvrtke koje koriste web stranice u poslovanju. To su sljedeće općine: Kalinovac (3), Donji Martijanec (1), Mali Bukovec (1), Drnje (1), Gola (1), Kloštar Podravski (1), Peteranec (1) i Legrad (1). Vidljivo je da je većina tvrtki smještena u gradovima i uz glavne prometnice (slika 1.). Očito je da su uporaba novih tehnologija i nastajanje novih tvrtki još povezani uz prometno-geografski položaj i ostale lokacijske faktore (cijena zemljišta, infrastruktura, ljudski faktor). U gradskim se naseljima nalazi više obrazovanog stanovništva koje brže i lakše prihvaća inovacije i nove tehnologije.

Gotovo sva naselja imaju provedenu telefonsku mrežu. Pretplatničke telefonske mreže su sustavi podzemnih kabela i nadzemnih samonosivih kabela i gotovo u svakom naselju postoji

Tablica 1: Pregled strukture tvrtki koje imaju web stranicu po jedinicama lokalne samouprave

	proizvodnja	IT	trgovina	financije	gradevina	turizam	ostalo	ukupno
Koprivnica	9	2	3	1	1		13	29
Đurđevac	3	2				2	1	8
Ludbreg	4	1	1					6
Pitomača	1	1	1	1				4
Kalinovac	1	1			1			3
Gola	1							1
Drnje			1					1
Martijanec	1							1
M. Bukovec	1							1
Legrad	1							1
Kozarevac	1							1
Peteranec	1							1
ukupno	24	7	6	2	2	2	14	57

mogućnost priključivanja na Internet. Pretplatnički priključci u potpunosti se digitaliziraju uvođenjem ISDN-a. Mogućnost korištenja ISDN-a imaju svi pretplatnici. U fiksnoj mreži, uz brojne govorne usluge, postoje i širokopojasne mreže, velikih brzina prijenosa, za prijenos podataka: CROLINE, CROAPAK, ATM. Polazna je pretpostavka da će sve većom uporabom Interneta i WAP-a (Wireless Application Protocol) web stranice biti dostupnije sve većem broju ljudi. Bežične komunikacije (WAP) pokrenut će nove promjene i organizacijama omogućiti unapređenje poslovanja.

PROFIL TVRTKI

Tvrtke koje imaju web stranice bave se proizvodnjom, trgovinom, informatikom, financijama, građevinarstvom, turizmom, intelektualnim uslugama i ostalim uslužnim djelatnostima (tab. 1.).

Proizvodnim poduzećima web stranice služe prije svega za marketinški prodor i poslovanje na širem regionalnom i globalnom tržištu. Dokaz tome su višejezične web stranice (uz hrvatski, većinom su na engleskom jeziku). Na svojim stranicama neke tvrtke traže i strateške partnere za distribuciju proizvoda u inozemstvu. Od ukupnoga broja tvrtki s vlastitim web stranicama, 24 tvrtke (42,8 %) bave se proizvodnim djelatnostima (sl. 2.). Proizvodne tvrtke koje svoje poslovanje temelje na kreativnosti i znanju predstavljaju pozitivne primjere razvoja poduzetništva. U Koprivnici je takav primjer tvrtka Duwar, a u Ludbregu Metakem, Oprema strojevi i Oprema uređaji. Izvan gradskih naselja razvija se nekoliko populzivnih tvrtki. U Kalinovcu se razvija Rasco (strojarstvo), u Kozarevcu Karas (proizvodnja čelične užadi), u Goli Fugaplast (plastična stolarija) i u Peterancu TOS (staklo). Tvrtka Karas smještena je izvan glavnih prometnih tokova u Kozarevcu (općina Kloštar Podravski).

Segment globalizacije društva jest i uključivanje u svjetsku mrežu podataka (world wide web), odnosno cyberworld. Najvažniju ulogu ima koncern Podravka, koji je uvođenjem programa SAP-3 u Koprivnici stvorio glavno čvorište veza cijelog koncerna (intranet). To je dovelo do znatnog smanjenja troškova i omogućilo kontrolu cijeloga poslovnog sustava iz Koprivnice. Podravka kao najveća tvrtka u Podravini ima i najbolje web stranice na kojima su dostupni podaci o povijesti tvrtke, njezinu ustroju, proizvodnji i poslovanju (www.podravka.com).

Bilokalnik Hartmann kao tvrtka u većinskom stranom vlasništvu (danska tvrtka), osim svojom web stranicom, predstavljena je i na web stranici koncerna Hartmann. Time je uključena na svjetsko tržište.

Tvrtke koje se bave informatikom (prodaja, servis, proizvodnja softvera, web) smještene su u gradovima (Koprivnica, Đurđevac, Ludbreg) i Pitomači. U Đurđevcu je sjedište tvrtke Avalon IT (web hosting provider). Avalon IT je vodeći i najveći hrvatski Internet Presence Provider (IPP). Na hrvatskom tržištu posluje od 1997. godine, pri čemu je bio i ostao nositelj novog vala koji ne pozna geografske granice. Serveri su kolocirani u Sjedinjenim Američkim Državama, i to u Washingtonu DC. U Ludbregu je sjedište tvrtke Green vector, osnovane 1994. godine, koja se od 1996. bavi Internetom. Trenutačno se bavi izradom kompleksnih projekata, namijenjenih poboljšanju i povećanju poslovanja klijenata. Najpoznatiji klijenti su Dell, HTnet, Volvo USA i Warner Brothers. Uspješnost projekata izvedenih za američke klijente potaknula ih je na osnivanje tvrtke Flash2Day sa sjedištem u Los Angelesu. Trenutačno surađuju s pet multimedijalnih tvrtki.

Vlastite web stranice ima šest tvrtki koje se bave trgovinom. Tri imaju sjedište u Koprivnici, a po jedna u Ludbregu, Pitomači i Drnju. Neke od tih tvrtki bave se uvozom i izvozom (npr. Demtrade), pa je to jedan od razloga postojanja web stranica. Trgovina preko Interneta još nije

razvijena. U svijetu raste trgovina on-line. Većina tvrtki zadržava stare geografske lokacije, ali posluje on-line. Razlog je to što kupci kupuju ono što im je dostupno u blizini.

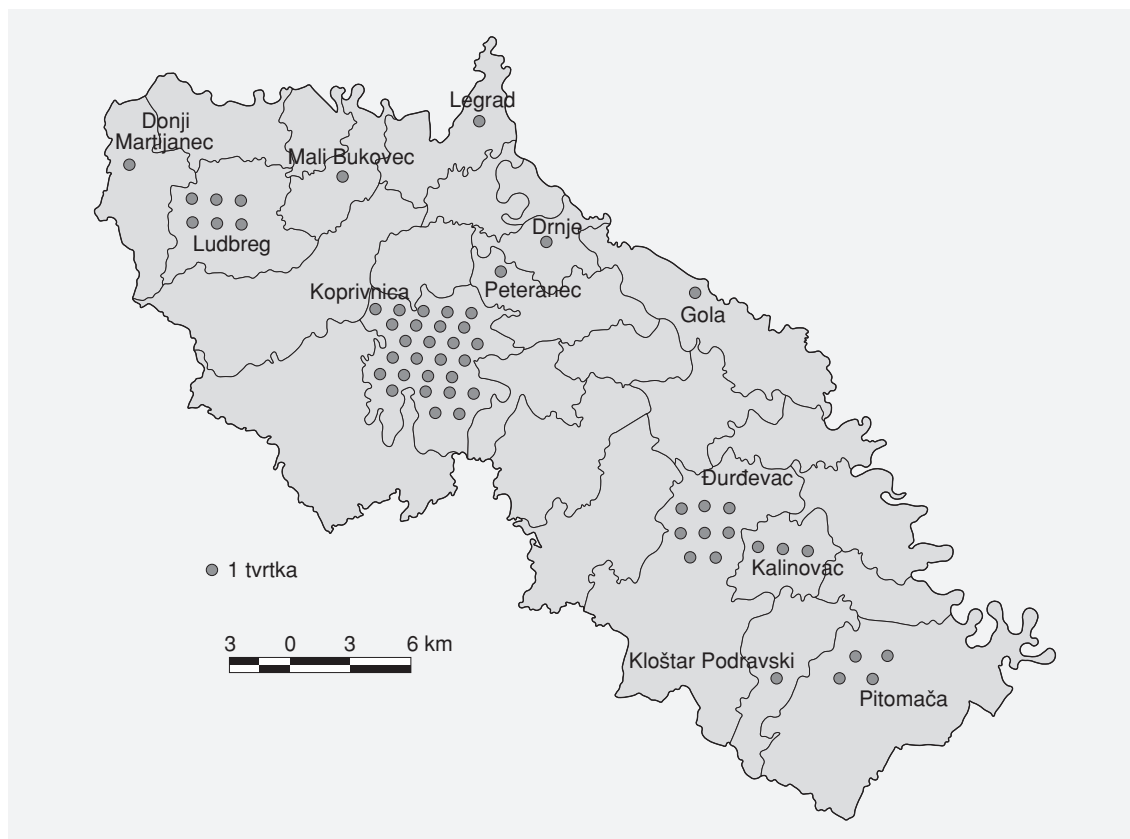
Podravska je banka, slijedeći moderne trendove bankarske tehnologije radi pružanja što kvalitetnijih usluga, uvela telefonsko i Internet bankarstvo kojim se štedi vrijeme, smanjuju troškovi te se brže i jednostavnije obavljaju transakcije i omogućava uvid u stanje računa. To znači da klijent može obaviti određene transakcije bez dolaska u banku. Širenje takva poslovanja traži dodatna istraživanja geografa.

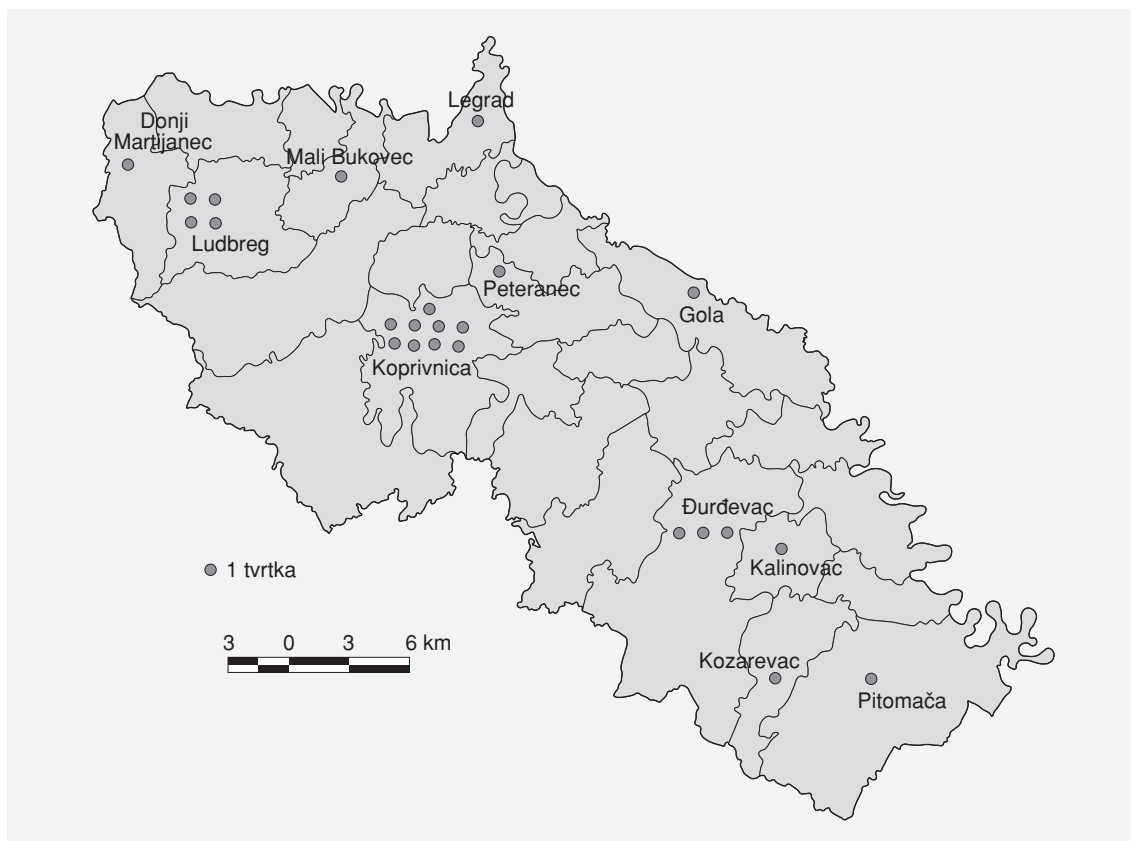
Farmaceutska industrija ima uzlazni trend u svijetu. U skladu s tim, na Internetu su prisutni Belupo (Koprivnica), Razvitak (Ludbreg) i Jan Spider (Pitomača). Belupo i Razvitak svoj razvoj temelje na znanju i inovacijama, a Jan Spider je uspješna tvrtka koja se bavi distribucijom ljekovitog bilja.

UTJECAJ NA RAZVOJ

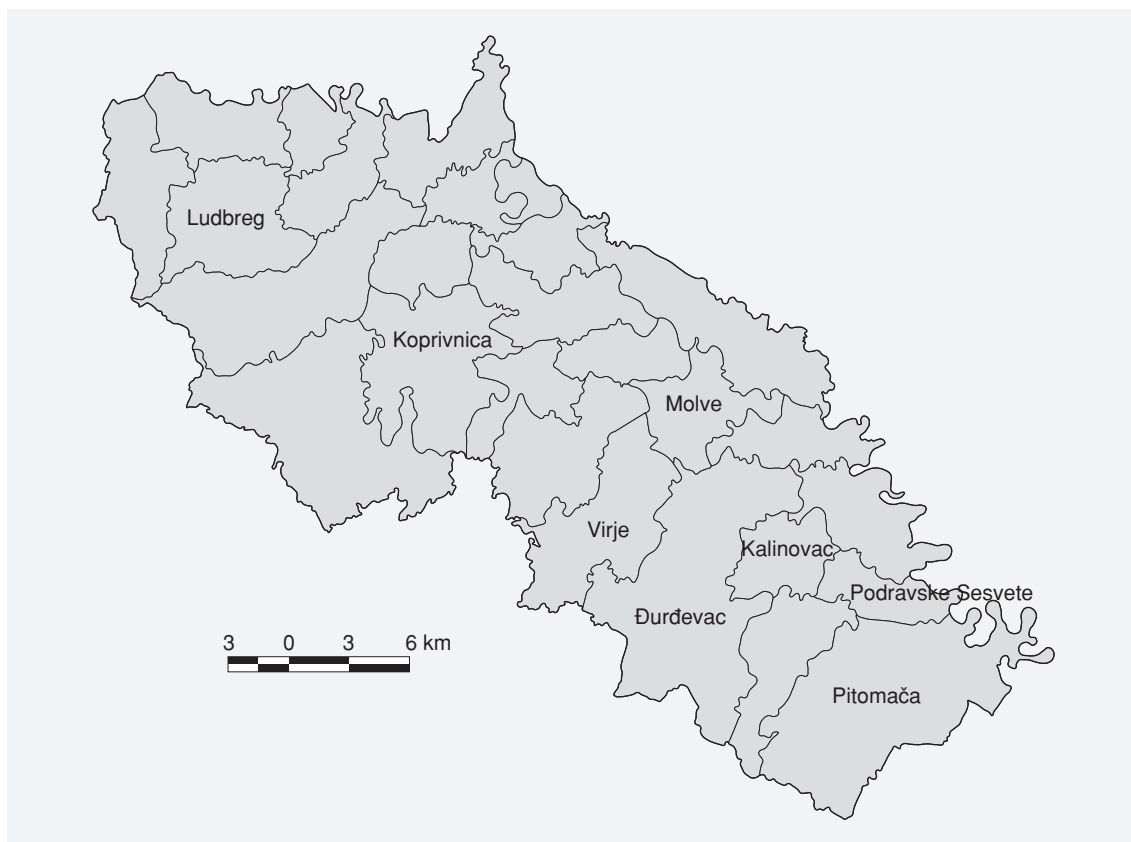
Prednost koju pruža nova ekonomija za regionalni razvoj i mogućnosti povezana je s uporabom informacijskih i komunikacijskih tehnologija. Te mogućnosti mogu se upotrijebiti za pristup tržištu te poslovnim i javnim uslugama. Općenito, primjena informacijskih i komunikacijskih tehnologija unapređuje sve glavne funkcije poduzetništva: istraživanje, razvoj, projektiranje, proizvodnju, administraciju i marketing. Za gospodarske je subjekte najvažniji neometani pristup tržištu (marketing) velikih urbanih središta (Zagreb) i inozemstva, bez obzira na svoj periferni položaj.

Karta 1: Prostorni raspored tvrtki s web stranicom





Karta 2: Prostorni raspored tvrtki s web stranicom koje se bave proizvodnim djelatnostima



Karta 3: Jedinice lokalne samouprave s web stranicom

U sektoru javnih usluga korištenje Interneta, odnosno web stranica, informativnog je karaktera. Pojedine jedinice lokalne samouprave imaju web stranice na kojima se nalaze osnovni podaci o njima (sl. 3.). Grad Koprivnica redovito ažurira svoje stranice i dostupni su brojni podaci (www.koprivnica.hr). U dijelu o poduzetništvu dostupni su podaci o poslovnoj zoni u gradu i poduzetničkim kreditima. U izradi je modul Poslovni imenik koji će sadržavati sve relevantne informacije o koprivničkim tvrtkama. Web stranice Grada Ludbrega (www.ludbreg.hr) sadrže interaktivnu kartu s podacima o poslovnim subjektima. Stranice je izradila tvrtka Green vector. Stranice Grada Đurđevca sadrže osnovne podatke o gradu (www.djurdjevac.hr).

Javne ustanove još ne koriste Internet kao sredstvo za obavljanje usluga.

Lokalna samouprava uključila se u svjetsku mrežu podataka prvenstveno radi turističkog predstavljanja. Svoje web stranice imaju Turistička zajednica Koprivničko-križevačke županije, gradovi Križevci i Đurđevac te općine Kalinovac, Podravske Sesvete, Virje i Molve. Lokalna samouprava i uprava još ne koriste Internet kao sredstvo razmjene podataka, a ako ga i koriste, to je minimalno. Na tom području vidljiv je znatan zaostatak za suvremenim tehnološkim rješenjima koja omogućuju efikasniji rad.

Najvažniji čimbenik za primjenu telekomunikacijskih tehnologija u poslovanju jest obrazovanje i rad zaposlenih tim tehnologijama. Od školske godine 2002./2003. u Koprivnici djeluje odsjek Fakulteta organizacije i informatike iz Varaždina. To će svakako pridonijeti širenju svih vidova virtualnog poslovanja.

U današnjem modernom tehnološki razvijenom svijetu od svake se struke traži digitalna pismenost, kreativnost, sposobnost inoviranja, multikulturalnost, otvorenost i poduzetnički duh.

Prostorno planiranje, kao struka koja definira uporabu prostora i upravlja njime za potrebe izrade prostornih i urbanističkih planova, izrađuje prostorne baze podataka. Korištenje mreže (www) za razmjenu podataka te predstavljanje projekata još je u povojima. Mreža je iskorištena samo kao izvor informacija. Takav način uporabe mreže ne pridonosi razvoju geografije kao primijenjene znanosti, nego je ostavlja na razini deskripcije, što je sve više udaljava od modernih znanosti i rješavanja konkretnih problema u prostoru. Moderna softverska rješenja i mreža trebaju se koristiti za razmjenu ideja i izradu projekata.

ZAKLJUČAK

Informacijska i komunikacijska tehnologija mijenja svijet u kojemu živimo i otvara put prema društvu znanja. Stupanj njezine uporabe ujedno nam govori o stupnju razvoja nekog područja. U poslovanju se Internetom najviše koriste tvrtke koje se bave proizvodnjom, i to prvenstveno za marketing. Nema povezanosti između veličine tvrtke i uporabe suvremenih tehnologija. Izvan gradskih naselja novonastale male proizvodne tvrtke jedine se koriste poslovanjem preko Interneta u marketinške svrhe. Vlastite web stranice koriste tvrtke koje šire poslovanje izvan lokalnog tržišta, odnosno uključuju se u globalizacijske procese kako bi opstale na tržištu. U Đurđevcu i Ludbregu sjedište je IT tvrtki koje su uspješne na tržištu i dalje se razvijaju (osnivanje podružnica izvan regije i Europe). To je dokaz da se poduzetništvo temeljeno na informacijskim i komunikacijskim tehnologijama može uspješno razviti i u Podravini. Pitanje je hoće li te tvrtke, s obzirom na širenje svojih poslova, ostati u Podravini jer već osnivaju podružnice tamo gdje su im klijenti. Stoga se može zaključiti da uporaba suvremenih tehnologija samo do određenog stupnja njihova razvoja može zadržati IT tvrtku na području izvan glavnih razvojnih središta i tržišta. Najvažniji čimbenik za primjenu telekomunikacijskih tehnologija u poslovanju jest obrazovanje. Samo uključivanjem u međunarodnu razmjenu dobara, prije svega povećanjem

izvoza i širenjem tržišta, može se znatnije pokrenuti gospodarski razvoj, a primjena informacijskih i komunikacijskih tehnologija može to ubrzati.

SUMMARY

The article discusses the spatial distribution and profile of Podravina-based firms which use cyber-space in their business operations, primarily by way of Web sites. An Internet search revealed a total of 57 firms running their own Web sites. The widespread use of e-business accompanies the processes of transition and globalisation. This broad use of the World-wide Web is, in the first place, supported by manufacturing companies that use it for their marketing efforts, primarily in an attempt to find new markets outside the region and the borders of the Republic of Croatia. In addition to the corporate sector, the use of the Internet is also considered in local self-government. However, if a firm applies modern technologies only to a limited extent, it may still be left outside the main development hubs and markets.

LITERATURA

1. Cockburn, A. and McKenzie B. (2000.): *What Do Web Users Do? An Empirical Analysis of Web Use*, Human-Computer Studies, University of Canterbury, Christchurch
2. Dragičević, M. (1996.); *Ekonomija i novi razvoj*, Alineja, Zagreb
3. ESRI (1996.); *ArcView GIS*, Atlanta
4. Geography and the net, Putting it in its place, *The Economist*, Aug 9th 2001.
5. Gillespie A., Richardson R. and Cornford J. (2001); *Regional development and the new economy*, EIB Papers, Vol. 6, No. 1,
6. Gorman, S P. (2001.); *Where are the Web factories: The urban bias of e-business location*, Arlington
7. Grupa autora (2001.); *Strategija razvitka Republike Hrvatske, Informacijska i komunikacijska tehnologija*, Zagreb
8. Ilić, M. (1996.); *Prostorne baze podataka u geografiji*, Zbornik radova 1. HGK, 510 - 516, Zagreb
9. Kitchin. R. M. (1998.); *Towards geographies of cyberspace*, *Progress in Human Geography*, Vol. 22, Num. 3., 385 - 406
10. Krugman, P. (1997.); *Development, Geography, and Economic Theory*, MIT, Cambridge
11. Orešić, D. (1996.); *GIS modeli u geografiji*, Zbornik radova 1. HGK, 542 - 549, Zagreb
12. Ulrich, B. (2000.); *What is Globalization*, Polity Press, Oxford
13. Tomiša M., Mulvaj K. (2002.); *Koprivnica na webu*, *Podravski zbornik* 28., 7 - 10, Koprivnica