Nacionalni inštitut za **javno zdravje**

Ali dostopnost krepi konkurenčnost na digitalnih trgih?

Marko Štanta
NIJZ OE Nova Gorica

DIGIN, Maribor, 10.09.2026

Ekonomist poslovni informatik

- 10 let v IT (programiranje IS na ključ za KAD, Slovenica, KD Group)
- Zaključujem magisterij iz promocije zdravja (FZAB)

Zadnjih 15 let delujem v javnem zdravju (NIJZ):

- Inkluzija v javnem zdravju za ranljive skupine
- Kakovost pitnih voda v SLO

Po diagnozi sem gluh, se pa trudim živeti kot naglušen - odčitavam usta! To pomeni, da nimam sposobnosti določiti smeri zvoka in razumeti govor, če so zakrita usta.

Zato **lepo prosim,** če imate vprašanje, vstanite, da najdem pravega sogovornika (smer zvoka!) in vprašajte tako, da v celoti vidim vaša usta (razumevanje govora!). **Najlepša hvala!**

IDEJA ZA PRISPEVEK:

Romano, N. C. 2014.
"**Customer relationship management for the Web access challenge: Inaccessibility of Fortune 250 business Web sites**“,
International Journal of Electronic Commerce, vol. 7, no. 2, pp. 81–117.
DOI: 10.1080/10864415.2002.11044268

Neupoštevanje standardov dostopnosti dejansko izključuje pomemben del prebivalstva iz digitalnega trga. Raziskava kaže, da **obstajajo ekonomski stroški nedostopnosti**, ki presegajo morebitna pravna tveganja ali globe za skladnost. Ti stroški se kažejo kot:

- **Izgubljeni prihodki:** Vsak uporabnik, ki zapusti spletno mesto zaradi slabe dostopnosti, je izgubljena priložnost za transakcijo ali sodelovanje.

- **Zvestoba blagovni znamki:** Stranke, ki naletijo na ovire, se verjetno ne bodo vrnile ali zagovarjale blagovne znamke, kar škoduje dolgoročni zvestobi in ugledu na trgu.

- **Operativna neučinkovitost:** Prenova spletnih mest za dostopnost po njihovi izdelavi je pogosto dražja in dolgotrajnejša kot gradnja z mislijo na dostopnost od samega začetka.

IDEJA ZA RAZISKAVO: Ali dostopnost krepi konkurenčnost na digitalnem trgu?

Ali dostopnost krepi konkurenčnost na digitalnih trgih?

Raziskovalno vprašanje: **Kakšen je vpliv digitalne dostopnosti na konkurenčno prednost podjetij na digitalnem trgu?**

Sistematični pregled literature - našli 59 člankov:

- 3 v zbirki podatkov Wiley,
- 20 v Springerju,
- 27 v Emeraldu in
- 9 v drugih virih(Google Učenjak, OECD).

V končni pregled je bilo vključenih 17 člankov.

Nismo našli kot podvojenih študij, kar lahko **kaže na omejeno število študij** na to temo.

Moč dokazov pri večini virih zelo nizko (prevladuje 6 na lestvici 1-7, kjer je 1 top), kar pomeni, da imamo **vrzel pri veljavnosti raziskave,** še posebej, ker so viri maloštevilni in prevladujejo opisne, kvalitativne študije.

Malo zanimanja za dostopnost kot *ekonomsko kategorijo* poslovanja organizacij/podjetij, še manj pa za digitalno poslovanje!

Ugotovitve:

- Digitalna dostopnost **širi tržni doseg**, saj vključuje osebe z invalidnostjo, starejše in druge spregledane skupine.

- Dostopna spletna mesta **povečujejo**:
  - število uspešno opravljenih nalog/nakupov,
  - zadovoljstvo uporabnikov,
  - časovno učinkovitost,
  - verjetnost ponovnega obiska.

- Dostopnost **izboljšuje celotno uporabniško izkušnjo.**

- Rešitve, razvite za osebe z invalidnostjo, **koristijo vsem uporabnikom**.

  Primeri so:
  - glasovno upravljanje,
  - podnapisi,
  - jasnejša navigacija,
  - prilagodljiv prikaz vsebin,
  - uporaba tipkovnice.

Prednosti vključujočega oblikovanja so:

- nižji dolgoročni stroški,
- več inovacij,
- boljši ugled blagovne znamke,
- večje zaupanje in zvestoba uporabnikov,
- boljša pripravljenost na prihodnje tehnologije in predpise,
- kakovostnejši izdelki za vse uporabnike.

Digitalno dostopnost je zato treba razumeti kot dolgoročno poslovno strategijo in ne zgolj kot etično in zakonsko obveznost ali ukrep za zmanjševanje tveganj!

NIJZ Nacionalni inštitut za javno zdravje

Česa ne vemo:

Kakšni so **kazalniki uspešnosti investicije** v digitalno dostopnost:

- **Neto sedanja vrednost** (NSV / NPV): Vsota vseh diskontiranih prihodnjih denarnih tokov minus začetna investicija. Pozitivna vrednost pomeni, da projekt ustvarja vrednost.
- **Interna stopnja donosnosti** (ISD / IRR): Diskontna stopnja, pri kateri je NSV enaka nič. Višja kot je stopnja, bolj je projekt donosen.
- **Doba povračila** (DP / Payback Period): Čas, v katerem investitor dobi nazaj vložena sredstva. Krajša doba pomeni manjše tveganje.
- **Indeks donosnosti** (ID / Profitability Index): Razmerje med sedanje vrednostjo donosov in začetno investicijo. Vrednost nad 1 pomeni upravičenost projekta.
- **Donosnost investicije** (ROI): Razmerje med čistim dobičkom in stroški investicije, izraženo v odstotkih.

Koliko digitalna dostopnost **poveča tržni delež, ugled blagovne znamke in zvestobo uporabnikov?**

Zaključek?

Vpliv digitalne dostopnosti na konkurenčno prednost podjetij je pozitiven, žal pa premalo raziskan.

Prevladujejo opisne, kvalitativne študije, kar pomeni, da **ne vemo ocen ekonomičnosti** investicije v digitalno dostopnost in **za koliko se poveča** tržni delež, ugled blagovne znamke ter zvestoba uporabnikov**.**

Smoter podjetja/organizacije je vedno tudi pozitivno finančno poslovanje, saj drugače podjetje/organizacija ne more preživeti na trgu. Zato je pozitiven vpliv digitalne dostopnosti na konkurenčno prednost eden dolgoročno pomembnejših strateških motivatorjev za poslovno strategijo! Zanjo pa podjetja potrebujejo konkretne podatke...ki jih zaenkrat še nimamo dovolj raziskanih.

NIJZ Nacionalni inštitut za **javno zdravje**

Upamo da bo ta prispevek spodbudil zanimanje za nadaljne, predvsem kvalitativne, raziskave.

HVALA ZA POZORNOST!