

Maria Jerczyńska

Instytut Rynku Wewnętrznego i Konsumpcji w Warszawie

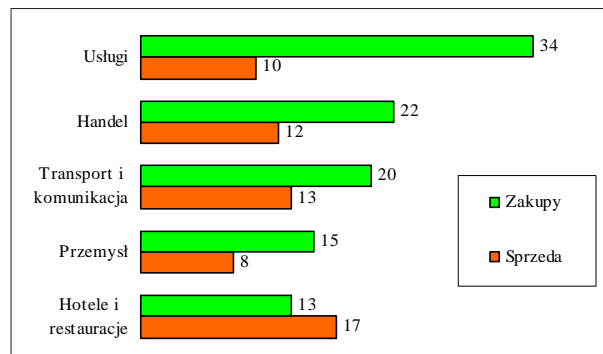
Europejska gospodarka elektroniczna w liczbach

Szybki rozwój e-gospodarki na świecie doprowadził do sytuacji, gdzie nie tylko interesujące, ale wręcz konieczne stało się obserwowanie trendów rozwojowych oraz ich liczbowej charakterystyki. Statystyki gospodarcze, obejmujące głównie kraje europejskie, prowadzone są przez Eurostat. Ma to z jednej strony tę zaletę, że otrzymuje się materiał ujednolicony i porównywalny. Wadą jest natomiast fakt co najmniej dwuletniego odstępu między aktem badania i publikowania wyników. Informacje statystyczne, dotyczące oceny określonych zjawisk (problemów) w poszczególnych krajach należących do Unii Europejskiej lub kandydujących do niej, dotyczą z reguły roku 1999.

Jednakże w 2001 roku Eurostat przeprowadził specjalne badania pilotażowe dotyczące zaawansowania rozwoju go-

spodarki elektronicznej w krajach europejskich. Wprawdzie nie wszystkie kraje Unii przekazały swoje dane, a w przeciągu roku 2001/02 sytuacja mogła się nieco zmienić, tym niemniej są to najświeższe dane porównywalne, a grupa badanych krajów jest relatywnie duża. Weszło do niej 13 krajów członkowskich Unii Europejskiej. Wyniki dotyczą przedsiębiorstw powyżej 10 zatrudnionych. Przedsiębiorstwa zostały podzielone na dwie grupy:

- małe i średnie, gdzie zatrudnienie wynosiło od 10 do 245 osób
- duże, gdzie zatrudnienie wynosiło powyżej 250 osób.



Rys. 1. Przedsiębiorstwa stosujące elektroniczną sprzedaż i zakupy, w podziale wg sekcji NACE, w %

Kraje należące do Unii Europejskiej

Poniżej zaprezentowane zostały głównie wyniki badań, które mogą zainteresować czytelników Logistyki.¹

W przypadku uwzględnienia podziału na 2 grupy przedsiębiorstw: małe i średnie oraz duże, widać znacznie wolniejszy proces informatyzacji w grupie pierwszej.

Stosowanie komputerów w przedsiębiorstwach jest już zjawiskiem masowym. Nawet firmy małe niewiele różnią się stanem posiadania od dużych. Opóźnione natomiast relatywnie jest stosowanie technologii Internetu w małych firmach.

Przyczyny znacznie słabszego zaangażowania się małych i średnich firm w technologię internetową wyjaśnia w dużej mierze rys. 2, gdzie eksponowane są zresztą raczej trudności techniczne.

Technologie informatyczne mogą być wykorzystywane na różnych etapach procesów zakupów i sprzedaży. Mogą obejmować marketing oferowanych produktów, przyjmowanie zamówień, ich realizację i regulowanie należności. Jednakże wszystkie te procesy wymagają wcześniejszego stworzenia warunków, w których obie strony transakcji będą czuły się bezpiecznie, a szczególnie dotyczy to czynności płacenia.

Właśnie uczucia niepewności, związane z transakcjami elektronicznymi, były przez badane przedsiębiorstwa traktowane jako

Tab. 1. Przedsiębiorstwa stosujące technologie informatyczne²

	Wielko firmy	Wszystkie	DK	D	EL	E	I	L	NL	A	P	FIN	S	UK
Komputery	Razem	92	95	96	85	91	86	91	88	92	89	98	97	92
	Małe i średnie	92	95	96	84	91	86	90	87	92	89	98	96	92
	Duże	97	100	96	98	100	99	99	.	100	99	100	100	100
Dost p do sieci	Razem	68	87	67	51	67	66	55	65	76	72	91	90	63
	Małe i średnie	67	86	67	50	66	66	54	62	76	72	91	90	62
	Duże	81	99	77	84	97	94	70	.	91	94	97	99	90
Własna witryna	Razem	46	63	67	29	7	9	41	35	54	30	60	68	50
	Małe i średnie	44	62	65	28	6	9	39	31	53	30	58	67	49
	Duże	80	89	86	54	35	22	67	.	86	59	93	91	80

Tab. 2. Przedsiębiorstwa stosujące zakupy przez Internet, w %

	Wielko firmy	Wszystkie	DK	D	EL	E	I	L	NL	A	P	FIN	S
Zamówienia	Razem	18	34	30	5	9	8	18	25	14	10	35	54
	Małe i średnie	18	34	29	5	8	8	17	23	13	10	34	53
	Duże	34	62	40	6	16	17	25	.	25	16	45	71
Zapłata	Razem	7	17	8	1	3	5	8	14	5	4	10	48
	Małe i średnie	6	17	8	1	3	5	8	13	5	4	10	48
	Duże	7	37	7	3	8	9	14	.	7	6	12	33
Dostawa elektroniczna	Razem	6	47	6	1	4	4	6	.	3	2	46	65
	Małe i średnie	6	46	6	1	4	3	6	.	3	2	44	64
	Duże	6	73	4	1	9	8	11	.	6	5	74	87

Tab. 3. Podstawowe wskaźniki społeczeństwa informacyjnego

	Wielko firmy	Wszystkie	DK	D	EL	E	I	L	NL	A	P	FIN	S
Informacja o produkcie	Razem	13	.	26	6	5	2	8	.	11	5	29	.
	Małe i średnie	12	.	25	6	4	2	7	.	10	5	28	.
	Duże	32	.	41	10	17	6	26	.	22	12	50	.
Przyjmowanie zamówień	Razem	12	24	22	5	4	2	7	23	11	4	14	17
	Małe i średnie	11	24	20	5	4	2	6	22	10	3	13	17
	Duże	29	29	37	9	11	5	22	.	20	9	26	26
Dostawa elektroniczna	Razem	1	7	2	1	1	0	2	.	1	1	.	4
	Małe i średnie	1	7	2	1	1	0	1	.	1	1	.	4
	Duże	3	13	3	3	7	1	10	.	4	1	.	7

¹ Statistics in focus, Theme 4, Eurostat, nr 12/2001

² Oznakowanie krajów: DK – Dania, D – Niemcy, EL – Grecja, E – Hiszpania, I – Włochy, L – Luksemburg, NL – Holandia, A – Austria, P – Portugalia, FIN – Finlandia, S – Szwecja, UK – Anglia.



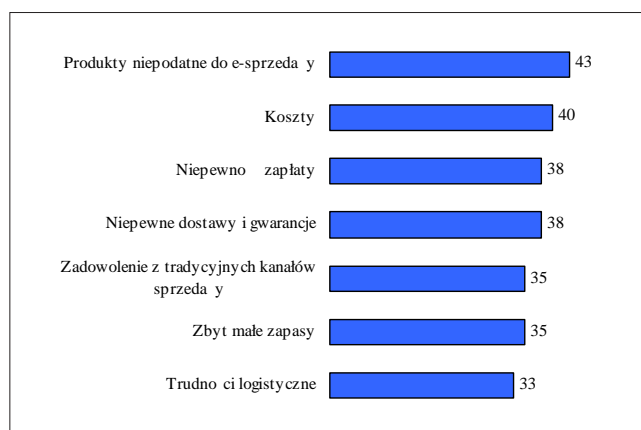
Rys. 2. Hierarchia barier stosowania Internetu, w %



Rys. 4. Bariery rozwoju sprzedaży elektronicznej, w %



Rys. 3. Bariery rozwoju zakupów elektronicznych, w %



Rys. 5. Korzyści uzyskiwane ze sprzedaży elektronicznej

główne bariery rozwoju tej technologii.

Oprócz braku uczucia pewności w działaniu na rynku elektronicznym, przedsiębiorstwa sugerowały także możliwość braku poufności wymienianych danych i dokumentów. Nieufność ta dotyczyła zwłaszcza spraw finansowych (37%).

Podobnie duże, jak przy zakupach, występowały również dysproporcje między częstotliwością sprzedaży przez Internet w poszczególnych krajach Unii Europejskiej. Przewodowały w niej Belgia, Niemcy, Holandia i Finlandia. Znaczące różnice były również między stosowaniem jej przez firmy małe i średnie oraz duże.

Bariery ograniczające szybszy rozwój tej technologii sprzedaży były różnorodne. Oprócz wymienianego wcześniej poczucia niepewności co do bezpieczeństwa zawieranych kontraktów, już na drugim miejscu wymieniano koszty (40%), podczas gdy w przypadku zakupów były one wymieniane na ostatnim miejscu.

Głównymi korzyściami natomiast były dla przedsiębiorstw wszystkich klas wielkości szanse powiększenia rynku zbytu. Nowe tereny, nowi klienci – to najbardziej atrakcyjne możliwości. Obniżenie

Tab. 4. Podstawowe wskaźniki społeczeństwa informacyjnego w krajach kandydackich

	Kraje kandydujące	UE-15	USA
Ilość PC na 100 mieszkańców	7	31	65
Użytkownicy Internetu na 100 mieszkańców	8	32	50

kosztów było głównym stimulatorem.

Wyniki badań na temat e-gospodarki są o tyle interesujące, że w bardzo wielu dziedzinach rozwój w Polsce przypomina kraje europejskie, zwłaszcza te mniejsze i słabsze gospodarczo. Uświadomienie sobie doświadczeń, przez jakie musiały przejść te kraje, pozwoli lepiej ocenić polskie wysiłki.

Kraje kandydujące do Unii Europejskiej

Nie podejmowano podobnych badań w krajach kandydujących (KK) dopiero do Unii Europejskiej. Jednak są już dostępne w publikacjach Eurostatu wskaźniki charakteryzujące tzw. społeczeństwo informacyjne. Wskaźniki te pokazują dystans, jaki dzieli różne grupy społeczeństwa w tej dziedzinie i jaka jest w nim pozycja Polski.³

Jak więc widać, wartość obu wskaźników w KK stanowiła zaledwie ok. 25% wartości wskaźników dla Unii Europejskiej. Trzeba jednak wziąć pod uwagę, iż w ostatnich trzech latach w KK następuje

Tab. 6. Podstawowe wskaźniki społeczeństwa informacyjnego w krajach kandydackich

	PC	Użytkownicy Internetu
Bułgaria	4.9	7.5
Cypr	25.0	22.1
Czechy	13.6	13.6
Estonia	17.5	30.1
Węgry	10.0	14.8
Łotwa	15.3	7.2
Litwa	7.1	6.8
Malta	23.1	25.4
Polska	8.5	9.8
Rumunia	3.6	4.5
Słowacja	14.8	16.7
Słowenia	27.5	30.0
Turcja	4.1	3.8
Razem KK	7.0	7.8
UE-15	30.4	31.4

³ Wszystkie dane dotyczą grudnia 2001. Źródło: Statistics in focus. Theme 4, Eurostat, nr 17/2002

dość szybki przyrost wartości tych wskaźników, choć relatywnie mniejszy niż w krajach Unii. I tak oba te wskaźniki rosły:

	1999		2000		2001	
	PC	Internet	PC	Internet	PC	Internet
Kraje kandydackie	5.4	4.2	6.3	5.6	7.0	7.8
Kraje Unii Europejskiej	25.0	15.4	28.2	23.8	30.4	31.4

Wskaźniki charakteryzujące społeczeństwo informacyjne w poszczególnych krajach kandydackich wykazują bardzo duże zróżnicowanie. Pod koniec roku 2001 tylko wartości wskaźnika na Cyprze, Malcie i w Słowenii zbliżyły się do średniego wskaźnika dla Unii Europejskiej, ale były też kraje, gdzie były one znacząco niższe.

Porównanie średniej wartości wskaźników dla krajów kandydackich ze średnią wartością w Unii Europejskiej jest właściwie bezcelowe. Wiadć bowiem wyraźnie, że wartość wskaźnika dotyczącego PC w krajach kandydackich ob-

ciążona jest niskimi wartościami dotyczącymi Bułgarii, Litwy, Rumunii, Turcji, a także Polski. Wyróżniają się więc wyraźnie trzy grupy krajów o różnym zaawansowaniu informatyzacji. Najbardziej zaawansowana grupa to: Cypr, Malta i Słowenia, średnio zaawansowana: Czechy, Estonia, Węgry, Łotwa, Słowacja i na końcu Polska

oraz najmniej zaawansowana: Bułgaria, Litwa, Rumunia i Turcja.

W przypadku użytkowników Internetu występują dodatkowo tylko małe zmiany. Do krajów najbardziej zaawansowanych dochodzi Estonia, do najmniej – Łotwa. Stosunkowo niewysokie wartości wskaźników Internetu w KK tłumaczone są zazwyczaj relatywnie wysokimi kosztami dostępu do Internetu w gospodarstwach domowych, co skutecznie ogranicza liczbę użytkowników. Ocenia się, że w roku 2001 odsetek gospodarstw domowych korzystających z Internetu wyniósł: na Łotwie 2%, Litwie 3%, Węgrzech 3%, w Estonii 10%, Słowenii 24% oraz w Polsce 3.8%.