

Maria Jerczyńska

Różne drogi rozwoju e-biznesu



Truizmem jest już stwierdzenie, iż rozwój e-gospodarki, w tym e-biznesu, jest wprost proporcjonalny do poziomu rozwoju gospodarczego kraju. Wielkość kraju nie ma tu decydującego znaczenia, czego przykładem jest Belgia, Dania, Estonia czy Szwecja. Jednak oprócz zaawansowania tego rozwoju, konieczne są także inne bodźce, jakie można zauważyć, śledząc specyfiki rozwoju e-biznesu w różnych krajach europejskich. Komisja Europejska gromadzi takie charakterystyki, przy czym autorami są eksperci z tych krajów; brak do tej pory charakterystyki z Polski. Z tego zbioru przykładów wybrano dwa kraje, mające pewne cechy wspólne z polskimi problemami.

Rozwój e-biznesu w Hiszpanii

Hiszpania jest jednym z najbardziej zdecentralizowanych krajów europejskich, co powoduje, że każda strategia rozwoju, także promocji innowacyjności, musi być przygotowana i wdrażana na dwóch poziomach: regionalnym i krajowym. Dotyczyło to także działań stymulujących rozwój e-biznesu. W tym przypadku ogromną pomocą okazał się Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego, który wsparł finansowo rozwój tak zwanego społeczeństwa informacyjnego oraz e-gospodarki. Przy tej znaczącej pomocy wszystkie inicjatywy skoncentrowały się w pierwszym okresie pięciu lat 2001–2006 na:

- promowaniu zalet e-biznesu wśród przedsiębiorstw
- rozwoju e-biznesu w sektorach, ze szczególnym uwzględnieniem małych i średnich przedsiębiorstw
- szkoleniu szczebla kierowniczego i wykonawczego
- udzielaniu pożyczek firmom chcącym inwestować w ICT
- obniżaniu podatków dla firm wdrażających.

Wszystkie te inicjatywy i działania były podejmowane przez instytucje krajowe i regionalne, przez stowarzyszenia gospodarcze, czasem organizacje *non-profit*, jeśli wymagał tego Fundusz Europejski. Główne działania dotyczyły małych i średnich przedsiębiorstw, które były opóźnione z powodu braku możliwości technicznych i finansowych. Razem utworzono 215 projektów, w których małe i średnie przedsiębiorstwa wykorzystały połowę funduszy centralnych, tj. ok. 30 mln euro.

W badaniach, prowadzonych przez Komisję Europejską w latach 2002–2004 dotyczących rozwoju e-biznesu

w krajach unijnych, Hiszpania na tle gospodarki europejskiej wypadła nieźle. Globalny wskaźnik porównawczy e-Business wyniósł w roku 2004 58 punktów, przy identycznej średniej europejskiej (UE=25). Natomiast wzrost szerokopasmowego dostępu do Internetu w 2004 w stosunku do 2003 roku był najwyższy i wynosił ok. 21%, podobnie jak w Belgii. Z drugiej strony jednak poniżej średniej europejskiej kształtowały się wskaźniki zakupów i sprzedaży elektronicznej.

Wyniki realizacji tego pierwszego planu rozwoju e-biznesu w Hiszpanii oceniano jako:

- pozytywne w sensie popularyzacji i przekonania przedsiębiorstw, iż warto inwestować w ICT
- dobrze rozwijała się infrastruktura, nie wystąpiły też problemy z telekomunikacją
- utrzymywały się nadal różnice w rozwoju e-biznesu w regionach opóźnionych gospodarczo
- trudności w adaptacji nowych technologii biznesowych wynikają głównie z faktu, iż 94% przedsiębiorstw hiszpańskich należy do grupy mikro, tj. zatrudniających poniżej 10 pracowników. W tej grupie zaś występują największe trudności techniczne i kapitałowe.

Aby utrzymać się w grupie co najmniej średnio rozwiniętych krajów europejskich, w oparciu o analizy własne oraz wskaźniki porównawcze Komisji Europejskiej, rząd hiszpański opracował nową strategię rozwoju na lata 2006–2010. Jej główne założenia to:

- podjęcie intensywnych działań dla wyrównania poziomu zastosowań ICT poszczególnych regionów, zwłaszcza tam, gdzie władze lokalne zawodzą
- zasilenie technologiczne i kapitałowe w małych przedsiębiorstwach musi być dokonane przez władze centralne
- potrzeby finansowe realizacji tych działań oszacowano na ok. 1,300 mln. euro do roku 2010. Biorąc jednak pod uwagę, że wskaźnik rocznego wzrostu gospodarczego Hiszpanii od roku 1999 wynosi ok. 4%, realizacja tych zamierzeń wydaje się realna.

E-biznes w Słowacji

Słowacja, która stała się członkiem Unii Europejskiej w roku 2004, musi szybko rozwijać środowisko ICT, aby móc funkcjonować w konkurencyjnej gospodarce

Europejskiej. Rząd słowacki jeszcze przed wejściem do Unii starał się wcielić w życie niektóre wytyczne Unii Europejskiej, szczególnie programu eEurope+, przygotowanego specjalnie dla krajów kandydackich.

Słowacja opracowała własny plan „informatyzacji społeczeństwa”, jak go nazwano, który przydzielił określone zadania Ministerstwu Transportu i Telekomunikacji oraz Gospodarki. Przyjęte też zostało już w roku 2004 Prawo o Handlu Elektronicznym. Jednakże, jak wykazały ostatnio badania przeprowadzone przez firmę GfK Słowacja, handel ten rozwijał się niezwykle powoli. Większe sukcesy wystąpiły w dziedzinie usług bankowych; korzystało z nich 17% użytkowników Internetu.

Wystąpiły natomiast trudności z podpisem elektronicznym, który jest testowany w systemie podatkowym. Trudności mnoży też słowacki Telecom, z którym walczy Słowacki Sąd Najwyższy i Krajowe Biuro Antymonopolowe. Zamiast planowanego Krajowego Centrum Handlu Elektronicznego powołano ostatnio Komisję Informatyzacji Społeczeństwa. Programy edukacyjne są z reguły częścią programów rządowych; na przykład w programie dotyczącym rozwoju regionalnego prowadzi się także analizę rozwoju handlu elektronicznego. Finansowanie technologii ICT odbywa się głównie za pomocą grantów.

Wartość europejskiego wskaźnika porównawczego e-Business lokuje Słowację na najniższej pozycji w rankingu. Spowodowane jest to między innymi niskim popytem. Tylko 40% Słowaków używa systematycznie Internetu i jakkolwiek odsetek ten szybko rośnie, w 2005 roku tylko 5% Słowaków dokonywało zakupów *on-line*, a 3% częściej niż jeden raz. Stąd handel B2C wykazuje nader niski poziom.

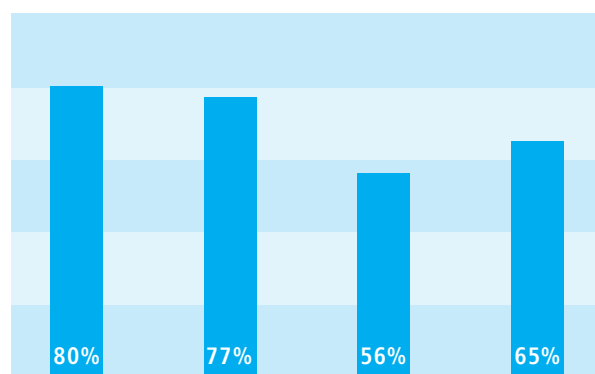
Lepiej rozwija się e-handel B2B. W 2005 roku już 80% przedsiębiorstw korzystało z Internetu, w handlu B2B uczestniczyło 77%, korzystało z własnych stron internetowych średnio 56% (duże 85%, średnie 80%, małe 63%, mikro 36%). Ofert sprzedaży szukało 65% przedsiębiorstw, ale tylko 12% zawarło także transakcje.

Barierami dalszego rozwoju e-biznesu są głównie koszty związane z zakupem technologii ICT oraz korzystania z Internetu. Większość przedsiębiorstw traktuje swoją stronę internetową jako dodatkowy kanał dystrybucji, gdzie ceny towarów są bardzo zbliżone do tych, które występują w handlu tradycyjnym. Przy podobnych cenach i jednocześnie wyższych kosztach dystrybucji, generalnie występuje brak zainteresowania e-handlem. Ten zaś brak spowodował już pierwsze bankructwa sło-

wackich portali elektronicznych. Tylko ok. 1%, część dużych firm korzysta z pionowych e-platform, co z pewnością utrudni włączenie się do europejskiego e-handlu. Widać to także po tym, że 75% firm stosujących e-zakupy czyni je głównie u słowackich dostawców. Internet więc, będąc narzędziem globalnego komunikowania się, nie jest efektywnie wykorzystywany. Konieczne jest szersze szukanie ofert z innych regionów i krajów; choć ta tendencja zaczyna się ostatnio rozwijać. Słowacy liczą na to, że zagraniczni inwestorzy, zwłaszcza z branży samochodowej, korzystając z handlu na e-platformach, zachęcą przykładem przedsiębiorców słowackich.

Działacze gospodarczy sądzą również, że bardziej od akcji rządowych wpływ na rozwój e-biznesu na Słowacji będą miały: wzrost konkurencji europejskiej oraz przymus prowadzenia bardziej efektywnej działalności gospodarczej przedsiębiorstw.

e-handel na Słowacji



Dlaczego zaprezentowano Czytelnikom drogi rozwoju e-biznesu w tych właśnie krajach? Hiszpania może stanowić przykład kraju, który mimo niesprzyjających warunków usilnie starał się o dogonienie i utrzymanie się w grupie 15 krajów Unii Europejskiej. Słowacja to nowy kraj Unii, który udowadnia, że bez przemysłowej i wspartej finansowo polityki państwa w tej dziedzinie, rozwój e-biznesu jest trudny i skutecznie ogranicza korzystanie przez gospodarkę z nowoczesnych technologii. Polska ze zróżnicowaniem gospodarczym regionów, z dominującym udziałem przedsiębiorstw mikro, z brakiem centralnego finansowania planów, zwłaszcza dla małych i średnich przedsiębiorstw, powinna mieć świadomość skutków braku określonych działań.

Opracowano na podstawie: *The European E-Business Report 2005*, European Commission, 2005