

Wykorzystanie Internetu, a rozwój sektora MSP

Małe i średnie przedsiębiorstwa odgrywają bardzo istotną rolę w gospodarce wolnorynkowej. O potencjalne gospodarczym większości krajów wysokorozwiniętych decydują właśnie niewielkie firmy, dzięki doskonałemu przystosowywaniu się do aktualnych potrzeb rynkowych. Jak się okazuje, sprawne funkcjonowanie sektora MSP opiera się głównie na wykorzystywaniu zasobów i potencjału Internetu.

Akademia Ekonomiczna w Katowicach przeprowadziła kompleksowe badania, których celem było uchwycenie trendów wykorzystania Internetu w małych i średnich przedsiębiorstwach, ocena rozwoju i stopnia wykorzystania handlu elektronicznego w działalności tych przedsiębiorstw, jak również próba oceny perspektyw dalszego rozwoju e-handlu z uwzględnieniem jego szans i zagrożeń. Okazuje się, że w 2007 roku aż 90% firm sektora MSP zaopatrywało się za pośrednictwem Internetu i jest to aż o 20% więcej niż miało to miejsce w roku 2004. Badania wskazują ponadto, iż 25% małych i średnich przedsiębiorstw korzysta z sieci jako głównego kanału zbytu. Ponad 60% przedsiębiorstw sprzedających przez Internet robiło to za pośrednictwem sklepu internetowego, a 41% poprzez aukcje internetowe. Okazało się też, że 8% tych transakcji opiewa na kwoty wyższe niż 200 tysięcy złotych miesięcznie. Ponad 44% mikroprzedsiębiorstw realizowało sprzedaż przez Internet do 5 tysięcy złotych miesięcznie. Ponad połowa badanych przedsiębiorstw (50,6%) prowadząc sprzedaż w Internecie wystawiała e-faktury. Podobna grupa małych i średnich firm dbała o poziom obsługi w swoich sklepach internetowych poprzez zapewnienie klientom doradztwa on-line. W trakcie przeprowadzanych badań, okazało się też, że do kontaktów handlowych e-mail, fora dyskusyjne i telefon najczęściej wykorzystują przedsiębiorstwa średnie, Skype i czat room przedsiębiorstwa małe, natomiast poczta tradycyjna wykorzystywana jest jedynie w mikroprzedsiębiorstwach i przedsiębiorstwach produkcyjnych.

Liczby te są imponujące i dowodzą przede wszystkim, że sprzedaż w Internecie staje się alternatywną i bardzo konkurencyjną formą sprzedaży produktów w stosunku do tradycyjnych form zbytu. Coraz więcej firm dostrzega możliwości, jakie niesie ze sobą korzystanie z zasobów sieci. To bardzo wygodna i sprawna forma prowadzenia działalności. Internet daje też możliwość dotarcia do większej grupy odbiorców, niż to ma miejsce w przypadku klasycznych form sprzedaży. Według badanych przedsiębiorców równie ważnymi przyczynami rozpoczęcia handlu w sieci było otwarcie się przedsiębiorstw na nowoczesne formy handlu oraz potrzeba szerszego zaprezentowania oferty poza dotychczasowy obszar geograficzny działania przedsiębiorstw. Prawie 3/4 respondentów przyznaje, że bezpośrednią przyczyną ekspansji handlu elektronicznego jest intensywny rozwój technologii; blisko 69% badanych przedsiębiorców uważa, że do roku 2010 nastąpi rozwój społeczności internetowych wpływających na kształt handlu elektronicznego.