

E-zakupy

Wykorzystanie Internetu w działalności małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce



Jak Twoi klienci biznesowi
korzystają z sieci?

webankieta.pl

Raporty serwisu webankieta.pl

Niniejszy **darmowy ebook** zawiera fragment
pełnej wersji pod tytułem:
„Wykorzystanie Internetu w działalności małych i średnich przedsiębiorstw
w Polsce”

Aby przeczytać informacje o pełnej wersji, [kliknij tutaj](#)

Darmowa publikacja dostarczona przez
darmowe-ebooki.com

Niniejsza publikacja może być kopiowana, oraz dowolnie rozprowadzana tylko i wyłącznie w formie dostarczonej przez Wydawcę. Zabronione są jakiegokolwiek zmiany w zawartości publikacji bez pisemnej zgody wydawcy. Zabrania się jej odsprzedaży, zgodnie z [regulaminem Wydawnictwa Złote Myśli](#).

© Copyright for Polish edition by ZloteMysli.pl

Data: 27.05.2008

Tytuł: Wykorzystanie Internetu w działalności małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce - raport serwisu Webankieta.
Raport jest częścią badań dotyczących specyfiki handlu elektronicznego w małych i średnich przedsiębiorstwach zrealizowanych w latach 2004-2007 przez Michała Kucię.

Projekt okładki: Marzena Osuchowicz

Korekta: Anna Popis-Witkowska, Sylwia Fortuna

Skład: Anna Popis-Witkowska

Internetowe Wydawnictwo Złote Myśli sp. z o.o.

ul. Daszyńskiego 5

44-100 Gliwice

WWW: [www. ZloteMysli.pl](http://www.ZloteMysli.pl)

EMAIL: kontakt@zlotemysli.pl

Wszelkie prawa zastrzeżone.

All rights reserved.

SPIS TREŚCI

<u>WYKORZYSTANIE INTERNETU W DZIAŁALNOŚCI MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW W POLSCE – WYNIKI BADAŃ (2004 I 2007 ROK)</u>	5
<u>Tabela 1:</u> <u>Liczba przedsiębiorstw w Polsce w latach 2004-2007</u>	7
<u>Wykres 1:</u> <u>Dostęp do Internetu w małych i średnich przedsiębiorstwach w latach 2004-2007 (w %)</u>	11
<u>Wykres 2:</u> <u>Małe i średnie przedsiębiorstwa posiadające stronę internetową – WWW (w %)</u>	12
<u>Tabela 2:</u> <u>Charakterystyki prób badawczych małych i średnich przedsiębiorstw w 2004 i 2007 roku (w %)</u>	13
<u>Wykres 4:</u> <u>Przyczyny wprowadzenia Internetu do działalności małych i średnich przedsiębiorstw w opinii przedsiębiorców w 2004 roku (w %, N=492)*</u>	14
<u>Cd. Przyczyny wprowadzenia Internetu do działalności małych i średnich przedsiębiorstw w opinii przedsiębiorców w 2004 roku (w %, N=492)*</u>	15
<u>Wykres 3:</u> <u>Ocena przydatności witryny internetowej (WWW) do realizacji wybranych celów marketingowych małych i średnich przedsiębiorstw w 2004 roku (w %, N=493)</u>	19
<u>Tabela 3:</u> <u>Wskaźniki skuteczności działań realizowanych w Internecie (w %)</u>	19
<u>Tabela 4:</u> <u>Ocena działań realizowanych za pośrednictwem Internetu w 2004 roku (w %)</u>	20
<u>Wykres 5:</u> <u>Ocena skuteczności działań realizowanych za pośrednictwem Internetu w 2002 r.</u>	21
<u>Wykres 6:</u> <u>Ocena skuteczności działań realizowanych za pośrednictwem Internetu w 2004 r.</u>	22
<u>Wykres 7:</u> <u>Wykorzystanie podpisu elektronicznego w małych i średnich przedsiębiorstwach (w %)</u>	24
<u>Tabela 5:</u> <u>Wykorzystanie podpisu elektronicznego w małych i średnich przedsiębiorstwach według wielkości przedsiębiorstw (w %)</u>	24
<u>Tabela 6:</u> <u>Wykorzystywanie podpisu elektronicznego przez małe i średnie przedsiębiorstwa według subiektywnej oceny sytuacji finansowej (w %)</u>	25
<u>Tabela 7:</u> <u>Wykorzystywanie podpisu elektronicznego przez małe i średnie przedsiębiorstwa według profilu działalności przedsiębiorstw (w %)</u>	25
<u>Wykres 8:</u> <u>Przyczyny niestosowania podpisu elektronicznego przez małe i średnie przedsiębiorstwa w opinii badanych przedsiębiorców (w %)</u>	26
<u>Tabela 8:</u> <u>Przyczyny niestosowania podpisu elektronicznego przez małe i średnie przedsiębiorstwa w opinii przedsiębiorców według wielkości przedsiębiorstw (w %)</u>	27
<u>Wykres 9:</u> <u>Przedsiębiorstwa wystawiające e-fakturę według wielkości zatrudnienia (w %, N=128)</u>	28

Wykorzystanie Internetu w działalności małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce – wyniki badań (2004 i 2007 rok)

Początki Internetu sięgają końca lat sześćdziesiątych¹ i nawet dziś jest trudno powiedzieć, jaką obecnie rolę odegra to nowe medium w życiu codziennym człowieka czy działalności przedsiębiorstwa. Internet powinien być traktowany jako następny krok ku integracji kanałów komunikacji, platform handlowych czy budowy wirtualnych wspólnot itd. W XXI wieku Internet stał się podstawowym narzędziem wykorzystywanym w procesach gospodarczych przedsiębiorstw, spełniając trzy podstawowe funkcje – informacyjną, relacyjną oraz transakcyjną.

W literaturze spotyka się stwierdzenia, że Internet to ogólnosiwiatowa sieć komputerowa, jednak właściwsze jest określenie Internetu jako światowego systemu sieci komputerowych, opartego na protokole komunikacyjnym TCP/IP. Internet nie ma jądra, centralnego miejsca sieci (systemu), a sam system składa się z tysięcy niezależnych podsieci połączonych większymi bądź mniejszymi łączami telekomunikacyjnymi.

Sam zasób terminu Internet jest dużo większy, nie ogranicza się jedynie do podejścia technicznego i wymaga spojrzenia również przez pryzmat aspektu społeczno-ekonomicznego. Internet oprócz charakterystyki technicznej posiada również charakterystykę informatyczną (hard- i software'ową), organizacyjną, ekonomiczną i funkcjonalną². E. Krol i E. Hoffman postrzegają Internet w trzech równoważnych aspektach³:

¹ Powstanie załączków przyszłego Internetu datuje się na 29 października 1969 roku, kiedy to doszło do pierwszej próba transmisji danych przez sieć ARPANET między Uniwersytetem Kalifornijskim w Los Angeles a Stanford Research Institute.

² J. Wiktor, Promocja. System komunikacji przedsiębiorstwa z rynkiem, PWN, Warszawa 2001, s. 232.

³ E. Krol, E. Hoffman, FYI on „What is the Internet?”, wersja elektroniczna dostępna: <http://nexus.brocku.ca/rogawa/rfc/rfc1462.html> [dostęp 28.03.2004].

1. technicznym – jako sieć bazującą na protokole TCP/IP;
2. społecznym – jako wspólnotę ludzi, którzy używają tej sieci i rozwijają ją;
3. informacyjnym – jako zbiór zasobów, które mogą być dostępne przy użyciu tej sieci.

Małe i średnie przedsiębiorstwa w praktyce gospodarczej bywają różnie definiowane. Jedną z pierwszych prób wyodrębnienia sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Europie był tzw. raport Boltona z 1971 roku. Pojęcie małego i średniego przedsiębiorstwa uwzględniało takie elementy, jak stosunkowo mały udział w rynku, bezpośrednie zarządzanie firmą przez właściciela lub grupę właścicieli oraz brak rozbudowanej struktury administracyjnej⁴.

W Polsce wyodrębnianie małych i średnich przedsiębiorstw oparte jest przede wszystkim na kryteriach ilościowych odnoszących się do wielkości zatrudnienia, wielkości obrotów oraz wielkości majątku (suma bilansowej)⁵. Za małe przedsiębiorstwo uznaje się firmę zatrudniającą do 49 pracowników, której roczne obroty i suma bilansowa nie przekraczały 10 mln euro. Średnie przedsiębiorstwo to firma zatrudniająca od 50 do 249 pracowników, której roczne obroty nie przekraczały 50 mln euro a suma bilansowa 43 mln euro. Dodatkowo wśród małych przedsiębiorstw rozróżnia się mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające do 9 pracowników, których roczne obroty i suma bilansowa nie przekraczały 2 mln euro⁶. Liczbę przedsiębiorstw działających w Polsce w latach 2004-2007 prezentuje tabela 1.

⁴ Raport J.E. Boltona – Report of the Committee of Inquiry on small firms – wersja elektroniczna <http://www.bopcris.ac.uk/bopall/ref12511.html> [dostęp 19.06.2007].

⁵ Portal Unii Europejskiej – wersja elektroniczna http://europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise_policy/sme_definition/index_en.htm [dostęp 15.09.2007].

⁶ Artykuł 104-106, Ustawa z dnia 02.07.2004 o swobodzie działalności gospodarczej. Dz. U. z 2004 r. Nr 173, poz. 1807.

Z kategorii MŚP wyłączone są przedsiębiorstwa, których 25% lub więcej udziałów należy do jednej lub kilku spółek nieobjętych definicją małych i średnich przedsiębiorstw, z wyjątkiem przedsiębiorstw z udziałem inwestycji publicznych, uczelni wyższych, inwestorów instytucjonalnych oraz samorządów lokalnych, które nie sprawują nad nimi kontroli⁷.

⁷ Artykuł 107 i dalsze, Ustawa z dnia 02.07.2004 o swobodzie działalności gospodarczej. Dz. U. z 2004 r. Nr 173, poz. 1807.

Jak skorzystać z wiedzy zawartej w pełnej wersji ebooka?

Więcej interesujących informacji dotyczących wykorzystania Internetu w działalności małych i średnich przedsiębiorstw znajdziesz w pełnej wersji ebooka. Zapoznaj się z opisem na stronie:

<http://ezakupy-klienci-biznesowi.zlotemysli.pl/>

Dowiedz się, jak Twoi klienci biznesowi korzystają z sieci!



Poleć znajomemu e-booka
i zarób 50% jego wartości



Kupuj e-booki za punkty,
nie za złotówki

POLECAMY TAKŻE PORADNIKI:

Zostań SuperPartnerem - Krzysztof Abramek



Jak zwiększyłem swoje zyski z programów partnerskich o 387%?

Krzysztof Abramek wie, że na programach partnerskich można naprawdę dużo zarobić. A skąd wie? Z własnego doświadczenia! Teraz i Ty możesz się dowiedzieć, jak osiągnąć wymierne korzyści finansowe z udziału w programach partnerskich.

Więcej o tym poradniku przeczytasz na stronie: <http://superpartner.zlotemysli.pl>

"... Krzysztof Abramek jest najlepszym partnerem w moim programie partnerskim i jedyną znaną mi osobą, która ma na tyle doświadczenia, aby takiego ebooka napisać."

- Piotr Majewski, konsultant e-biznesu, redaktor [CzasNaE-Biznes](#)

Google AdSense - Andrzej Herzberg



Dowiedz się, jak zarabiać kilkadziesiąt dolarów dziennie

Nauczysz się, jak umieścić reklamę na swojej stronie. Dowiesz się, jak przygotować swój serwis, aby został on zaakceptowany przez redaktorów z Google. Poznasz także wszystkie ważne pojęcia związane z programem Google AdSense i nauczysz się interpretować wyniki raportów.

Więcej o tym poradniku przeczytasz na stronie: <http://google-adsense.zlotemysli.pl>

"Aktualnie sam wypracowałem już zarobki na poziomie 20\$/dzień, jednak po przeczytaniu wstępnych rozdziałów eBooka widzę, że mogę zdecydowanie więcej, a informacje tam zawarte napewno pomogą mi w osiągnięciu celu."

- Bartosz Michalski, administrator serwisu [UnderPL.org](#)

Zobacz pełen katalog naszych praktycznych poradników na stronie www.zlotemysli.pl