

Tomasz Bober

E-business outsourcing : analiza wybranych przykładów

Ekonomiczne Problemy Usług nr 68, 13-21

2011

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

TOMASZ BOBER

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

E-BUSINESS OUTSOURCING – ANALIZA WYBRANYCH PRZYKŁADÓW

Wprowadzenie

Rozwój nowoczesnych technik teleinformatycznych przyczynia się do wzrostu liczby i możliwości zastosowań gospodarczych Internetu¹. E-biznes stymuluje zmiany w strukturze i funkcjonowaniu tradycyjnych przedsiębiorstw oraz oznacza pojawienie się na rynku nowych modeli biznesowych. Pojęcie e-biznes obejmuje przedsiębiorstwa i platformy gospodarcze, handel elektroniczny i rynek finansowy, które realizują procesy gospodarcze z wykorzystaniem środków elektronicznej wymiany danych w podstawowej działalności gospodarczej lub których działalność jest wspomagana systemami ICT (*information and communication technologies*)². W związku z tym ważne są takie cechy Internetu, jak: masowość, ekonomiczność, bezpośredniość, interaktywność, szybkość i mierzalność³.

1. Uwarunkowania rozwoju e-biznesu

W literaturze przedmiotu definicje e-biznesu podkreślają aspekt wymiany.

¹ A. Drab-Kurowska: *Wykorzystanie sieci Internet w przedsiębiorstwie*, w: K. Grysa (red.): *Rola informatyki w naukach ekonomicznych i społecznych*, WSH w Kielcach, Kielce 2006, s. 197.

² M. Kraski (red.): *Elektroniczna gospodarka w Polsce. Raport 2008*, ILiM, Poznań 2009, s. 9.

³ B. Smolorz: *Uwarunkowania e-sprzedaży polskich przedsiębiorstw*, w: K. Grysa (red.): *Rola informatyki w naukach ekonomicznych i społecznych*, WSH w Kielcach, Kielce 2008, s. 145.

Według R. Wiganda i A. Picota e-biznes jest to dowolna forma wymiany zasobów między uczestnikami przedsięwzięcia, dokonywana przez łącza elektroniczne oraz transfer informacji z wykorzystaniem mediów elektronicznych⁴.

W. Cellary kładzie nacisk na zmianę formy komunikacji pomiędzy podmiotami gospodarczymi z papierowej na elektroniczną, przez którą można realizować nie tylko procesy biznesowe związane z handlem, lecz również wiele innych. U podstaw elektronicznego biznesu leży dążenie do:

- zastąpienia formalnych i nieformalnych dokumentów papierowych dokumentami elektronicznymi i zorganizowania obrotu nimi na drodze elektronicznej;
- zorganizowania interakcji międzyludzkich za pomocą mediów elektronicznych zamiast bezpośrednich spotkań⁵.

A. Hartman, J. Sifonis i J. Kador definiują e-biznes jako jakiekolwiek przedsięwzięcie internetowe, które przekształca zależności biznesowe, stanowiąc nowe źródło efektywności, szybkości, innowacyjności i nowych sposobów tworzenia wartości w organizacji⁶.

Podstawowym warunkiem uzyskania przez przedsiębiorstwo korzyści z technologii teleinformacyjnych jest dostęp do sieci⁷. Jest ona narzędziem umożliwiającym uzyskiwanie istotnego wzrostu wydajności działań gospodarczych. Niezbędna jest do tego infrastruktura sieci zarówno na poziomie krajowym, jak i poszczególnych przedsiębiorstw. Badania wskazują na wzrost poziomu dostępu do Internetu w Polsce (wyjątkiem jest minimalny spadek w roku 2009) i prawdopodobieństwo utrzymania się tendencji wzrostowej, szczególnie że duża część nowo zakładanych przedsiębiorstw prowadzi sprzedaż swoich produktów wyłącznie poprzez Internet. Korzystny wpływ ma też rozwój nowych technologii, między innymi kolejne nowe urządzenia mobilne z dostępem do Internetu (tablety, telefony komórkowe).

Dodatkowo rozwój sieci internetowej jest wspierany przez państwo, na przykład za pomocą ustawy dla samorządów, która przewiduje skrócenie czasu uzyskiwania decyzji dotyczących planów zagospodarowania przestrzennego i decyzji lokalizacyjnych, co przyspieszy inwestycje, w tym również telekomunikacyjne⁸. Nowością jest obowiązek nałożony na zarządców dróg w zakresie budowy kanałów technologicznych, co oznacza, że sukcesywnie będzie powstawała sieć teletransmisyjna, stanowiąca podstawowy element infrastruktury sieci internetowej w Polsce. Ponadto na przedsiębiorstwa użyteczności publicznej, jak np. kanalizacyjne czy

⁴ B. Gregor, M. Stawiszyński: *E-Commerce*, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz–Łódź 2002, s. 78.

⁵ D. Nojszewski: *Biznes elektroniczny, czyli jaki?*, „E-mentor” 2004, nr 1, s. 31.

⁶ *Ibidem*.

⁷ M. Jerczyńska: *E-biznes – światowe trendy rozwoju*, „Logistyka” 2004, nr 2, s. 43.

⁸ M. Kraski (red.): *Elektroniczna gospodarka w Polsce. Raport 2009*, ILiM, Poznań 2010, s. 118.

energetyczne, ustawa nakłada obowiązek udostępniania swojej infrastruktury technicznej przedsiębiorcom telekomunikacyjnym.

W rozwoju e-biznesu dużą rolę odgrywa handel elektroniczny (*e-commerce*), którego wzrost zależy również od dostępu do Internetu gospodarstw domowych oraz celów, w jakich jest on wykorzystywany. Potencjał polskiego rynku w tym zakresie to blisko 6 mln gospodarstw, właśnie im swoje produkty oferuje 6–8 tys. sklepów internetowych, z których – jak wynika z badań *E-commerce 2009* przeprowadzonych przez firmę Internet Standard, ponad 60% to mikroprzedsiębiorstwa⁹. Wartość rynku sprzedaży przez Internet rośnie szybko. W latach 2007–2008 dynamika wyniosła 36%. W 2008 roku obroty handlu elektronicznego przekroczyły 11 mld zł, co stanowiło około 2% udziału w polskim handlu detalicznym, natomiast obroty z roku 2010 szacuje się na ponad 13 mld zł. Jak wynika z badań statystycznych, zwiększają się również obszary wykorzystania Internetu. Jest to w dużej mierze związane z rozwojem infrastruktury telekomunikacyjnej i coraz większą szybkością dostępnych łączy. Główne cele korzystania z Internetu w sprawach prywatnych to¹⁰: korzystanie z poczty elektronicznej (wzrost z 24% w 2005 r. do 38% w 2008 r.); wyszukiwanie informacji o towarach i usługach (wzrost z 18% w 2005 r. do 33% w 2008 r.); udział w czatach i forach dyskusyjnych usługach (wzrost z 15% w 2005 r. do 31% w 2008 r.); czytanie, pobieranie czasopism *on-line* (wzrost z 13% w 2005 r. do 19% w 2008 r.). Największą dynamiką cechowały się natomiast: korzystanie z usług bankowych (wzrost z 6% w 2005 r. do 17% w 2008 r.) oraz sprzedawanie towarów np. na aukcjach (wzrost z 1% w 2005 r. do 7% w 2008 r.). Wyniki badań potwierdzają, że Internet jest wykorzystywany w coraz szerszym zakresie. W związku z tym rośnie również funkcjonalność internetowych stron przedsiębiorstw. Na przykład w 2009 roku 42% przedsiębiorstw wykorzystywało swoje strony internetowe do prezentacji katalogów, wyrobów lub cenników, 20,3% umożliwiało wysyłanie lub otrzymywanie zamówień poprzez swoje strony, 13,6% umożliwiało zamawianie według specyfikacji klienta, 9,1% publikowało informacje o wakatach i umożliwiało aplikację *on-line*¹¹.

⁹ A. Kawa: *Usługi logistyczne w e-handlu – UPS w Akcji*, „Logistyka” 2010, nr 1, s. 72.

¹⁰ *Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, gospodarstwach domowych i przez osoby prywatne w 2008 r.*, GUS.

¹¹ *Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach w latach 2004–2009*, GUS.

2. Obszary zastosowania *outsourcingu* związane z e-biznesem

Firmy mogą odnieść korzyści z nowej technologii na dwa sposoby: przez wdrożenie jej do dotychczasowej działalności lub przez dodatkowe przedsięwzięcia rozpoczynane w nowych obszarach biznesowych¹². W obydwu przypadkach *outsourcing* funkcji e-biznesowych może być źródłem nowych rozwiązań technologicznych, dlatego staje się znaczącym trendem, szczególnie w przypadku firm małych oraz średniej wielkości¹³. W wielu przypadkach *outsourcing* jest wdrażany w związku z poszerzaniem dotychczasowej działalności o handel elektroniczny. Do wzrostu popularności *outsourcingu* przyczynia się również, przedstawiona wcześniej, zwiększająca się funkcjonalność stron internetowych. Wiąże się ona z dodatkowymi zadaniami, które nie są związane z podstawową działalnością firmy. W takich przypadkach *outsourcing* pozwala nie tylko na niższe koszty w stosunku do realizowania tych zadań w ramach firmy, ale również na uzyskanie wysokiej jakości i na dostęp do technologii, którą firma nie dysponuje. W dodatku z góry ustalone warunki kontraktu (wdrożenie, koszty miesięczne, serwis, ewentualne zakończenie współpracy) oznaczają dla firmy minimalizację ryzyka. *Outsourcing* e-biznesu może oznaczać tylko zlecenie mniej istotnych, pobocznych funkcji lub nawet transfer czy sprzedaż niemal wszystkich aktywów związanych z e-biznesem.

Według badań przeprowadzonych przez instytut IPSOS w październiku 2010 roku (na próbie 200 osób z firm zatrudniających ponad 250 pracowników lub generujących ponad 100 mln zł przychodów rocznie) 58% przedsiębiorstw korzysta z usług instytucji zewnętrznych, a w ciągu dwóch lat zainteresowanie tymi usługami wśród polskich firm wzrosło o blisko 10%¹⁴. Z badań wyraźnie wynika, że ponad połowa analizowanych firm dostrzega w *outsourcingu* szansę na rozwój własnej działalności.

Do obszarów, w których najpowszechniej stosuje się *outsourcing* (związanych z działaniami i technologią, które wymagają dużych nakładów finansowych), należą między innymi¹⁵:

- procesy biznesowe,
- CRM (*customer relationship management*),
- IT (*information technology*),
- Internet,

¹² H. Chesbrough, R.S. Rosenbloom: *The Role of the Business Model in Capturing Value from Innovation: Evidence from Xerox Corporation's Technology Spinoff Companies*, Harvard Business School, www.hbs.edu

¹³ K.C. Arabe: *E-Commerce Outsourcing: Big Advantages for Smaller Businesses*, www.news.thomasnet.com

¹⁴ www.outsourcing.com.pl

¹⁵ M. Kłós: *Outsourcing – koncepcja wzmocnienia konkurencyjności*, <http://mikro.univ.szczecin.pl/bp/pdf/64/1.pdf>, s. 24.

- przetwarzanie informacji i zarządzanie nią,
- *e-commerce*,
- funkcje kadrowe,
- płace (*pay roll*).

Przykładem zintegrowanej oferty *outsourcingu* e-biznesu jest wspólna propozycja agencji interaktywnej eCDC oraz firmy UNIPUBLICA, która obejmuje między innymi¹⁶:

- tworzenie serwisów WWW, portali,
- tworzenie sklepów internetowych,
- tworzenie wirtualnych biur prasowych,
- optymalizację sklepów internetowych i stron WWW,
- kompleksowe działania e-marketingowe,
- internetowy PR,
- obsługę mediową, redakcyjną.

3. Przykłady innowacyjnych rozwiązań e-biznesowych

3.1. Integracja systemów logistycznych

Spółka Action jest drugim co do wielkości dystrybutorem sprzętu teleinformatycznego (2,3 mld zł rocznie, 18,7% udziału w rynku), współpracującym z 250 producentami sprzętu¹⁷. Obsługuje 14 tys. klientów, do których wysyła rocznie 1,4 mln paczek. Innowacyjnym rozwiązaniem jest integracja spółki i zaopatrujących się e-sklepów. Dzięki niej sklepy internetowe nie muszą mieć zapasów w swoich magazynach, a liczba dostępnych sztuk, jakie prezentują przy swoich ofertach, jest w istocie stanem magazynowym Actionu. Taką współpracę przedstawiono na rysunku 1 na przykładzie oferty sklepu morele.net współpracującego z Actionem.

Rozwiązanie to pozwala na uniknięcie kosztów związanych z magazynowaniem towaru przez sklep internetowy oraz oszczędność w wydatkach logistycznych, klient bowiem otrzymuje przesyłkę bezpośrednio z magazynu Actionu (wyjątkiem jest sytuacja, w której klient wybiera opcję odbioru osobistego; w przypadku morele.net wiąże się to jednak z „opłatą logistyczną”, która jest tylko nieznacznie niższa od dostawy pod wskazanym w zamówieniu adresem). Action opiera swoją dystrybucję na firmie kurierskiej UPS. System przyjmujący zamówienia od sklepów internetowych jest zintegrowany z programem wysyłkowym, który generuje kod zamówienia i drukuje etykiety przewozowe UPS. Dodatkową zaletą przedstawionego procesu jest szybkość realizacji zamówienia. Jest to szczególnie istotne

¹⁶ www.ecdc.pl/e-biznes-outsourcing.html

¹⁷ A. Kawa: *Usługi logistyczne...*, *op. cit.*, s. 72–73.

w kontekście badań „E-commerce 2009”, z których wynika, że 75% sklepów internetowych posiada magazyn z oferowanymi towarami, a jako najczęściej występujące problemy ze sprzedażą internetową wymienia się współpracę z dostawcami oraz niezetelność poczty i firm kurierskich¹⁸.



Do notebooka możliwość zakupu gwarancji rozszerzająca do 3 lat UK735A ID:200478 za 65 PLN najtaniej na rynku

Natychmiastowa wysyłka
od ręki w Krakowie!

Podstawowe cechy:
System operacyjny: **Linux**
Pamięć RAM: **2 GB DDR3**
Dysk twardy: **320 GB**
Przekątna ekranu [cal]: **15.6**
Procesor: **AMD V140**

[Zobacz podobne produkty »](#)

Ocena **4.6** (5 opinie)

ID produktu: 337725
Poprzednia cena: 1495,00
Twoja cena: **1253,00 zł**
Na raty od: **51,09 zł**

do koszyka
kup na raty

Raty? Nie wymagamy
zaświadczenia o zarobkach!
[Jak będą wyglądały spłaty rat?](#)
[Wszystko o ratach »](#)

Ilość w magazynie: **47 szt.**
Czas realizacji: **wysyłka natychmiastowa**

Rys. 1. Przykładowa oferta sklepu morele.net z zaznaczonym stanem magazynowym

Źródło: www.morele.net.

„Poczta hybrydowa”

Firma *outsourcingowa* Fibra-Hallo.pl we współpracy z firmą InPost, świadcząca usługi pocztowe (900 punktów w 230 miastach), przygotowała projekt „listu hybrydowego”¹⁹. Rozwiązanie łączy funkcjonalność poczty elektronicznej i cechy tradycyjnych usług pocztowych i poligraficznych, umożliwiając klientowi *outsourcing* całego procesu związanego z nadawaniem korespondencji. Opisany proces składa się z następujących etapów: Fibra-Hallo otrzymuje od zleceniodawcy tekst w formie elektronicznej; zadaniem systemu IT jest formatowanie tekstu i grafiki, następnym krokiem jest automatyczne wybieranie jednego z 13 ośrodków drukowania (w najbliższej okolicy adresata), gdzie po wydruku przesyłki są kopertowane i przekazywane firmie InPost, mającej wyłączność na doręczanie przesyłek.

¹⁸ *Ibidem.*

¹⁹ www1.integer.pl



Rys. 2. Proces wysyłania korespondencji w ramach projektu „poczty hybrydowej”

Źródło: www1.integer.pl.

Firma InPost wymienia następujące zalety takiego rozwiązania²⁰:

- oszczędność czasu uzyskana dzięki redukcji czynności związanych z produkcją korespondencji (drukowanie, kopertowanie, inserty),
- możliwość śledzenia wysyłanej korespondencji na każdym etapie,
- wybór formy dostarczenia korespondencji (w wersji elektronicznej lub papierowej, zgodnie z życzeniem klienta),
- możliwość jednoczesnej archiwizacji wysyłanej korespondencji,
- terminowość: zapewniona dzięki ośrodkom wydruku zlokalizowanym na terenie całej Polski,
- poprawa jakości w dostarczaniu korespondencji – korekta ewentualnych błędów w adresowaniu przez system informatyczny.

Podsumowanie

W artykule opisano powiązania e-biznesu z *outsourcingiem*; pojęciami relatywnie nowymi na polskim rynku. *Outsourcing* funkcji e-biznesowych staje się trendem, szczególnie w przypadku firm małych oraz średniej wielkości. *Outsourcing* e-biznesu może oznaczać tylko zlecenie mniej istotnych, pobocznych funkcji lub nawet transfer czy sprzedaż niemal wszystkich aktywów związanych z e-biznesem. Kolejne części artykułu przedstawiają przykłady innowacyjnych rozwiązań e-biznesowych, które poszerzają obszary potencjalnego zastosowania *outsourcingu*.

²⁰ *Ibidem*.

Literatura

1. Arabe K.C.: *E-Commerce Outsourcing: Big Advantages for Smaller Businesses*, www.news.thomasnet.com
2. Chesbrough H., Rosenbloom R.S.: *The Role of the Business Model in Capturing Value from Innovation: Evidence from Xerox Corporation's Technology Spinoff Companies*, Harvard Business School, www.hbs.edu
3. Drab-Kurowska A.: *Wykorzystanie sieci Internet w przedsiębiorstwie*, w: K. Grysa (red.): *Rola informatyki w naukach ekonomicznych i społecznych*, WSH w Kielcach, Kielce 2006.
4. Gregor B., Stawiszyński M.: *E-Commerce*, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz 2002.
5. Jerczyńska M.: *E-biznes – światowe trendy rozwoju*, „Logistyka” 2004, nr 2.
6. Kawa A.: *Usługi logistyczne w e-handlu – UPS w Akcji*, „Logistyka” 2010, nr 1.
7. Kłós M.: *Outsourcing – koncepcja wzmocnienia konkurencyjności*, <http://mikro.univ.szczecin.pl/bp/pdf/64/1.pdf>, s. 24.
8. Kraski M. (red.): *Elektroniczna gospodarka w Polsce. Raport 2008*, ILiM, Poznań 2009.
9. Kraski M. (red.): *Elektroniczna gospodarka w Polsce. Raport 2009*, ILiM, Poznań 2010.
10. Nojszewski D.: *Biznes elektroniczny, czyli jaki?*, „E-mentor” 2004, nr 1(3).
11. Smolorz B.: *Uwarunkowania e-sprzedaży polskich przedsiębiorstw*, w: K. Grysa (red.): *Rola informatyki w naukach ekonomicznych i społecznych*, WSH w Kielcach, Kielce 2008.
12. *Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, gospodarstwach domowych i przez osoby prywatne w 2008 r.*, GUS.
13. www1.integer.pl
14. www.ecdc.pl
15. www.morele.net
16. www.outsourcing.com.pl

E-BUSINESS OUTSOURCING – THE ANALYSIS OF CHOSEN EXAMPLES**Summary**

The article describes the links between e-business and outsourcing; the relatively new terms on the Polish market. Outsourcing e-business functions becomes a trend, especially among small and medium-sized companies. E-business outsourcing can vary

from contracting just some minor side functions to transferring or selling nearly all e-business assets.

The further parts of the article present examples of innovative e-business solutions, which broaden areas where outsourcing can be applied.

Translated by Tomasz Bober