

Anna Korzeniewska

Perspektywy rozwoju przedsiębiorczości w Polsce w świetle rozwoju technologii informacyjnych i komunikacyjnych

Ekonomiczne Problemy Usług nr 98, 257-268

2012

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.

Anna Korzeniewska

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Wałczu

PERSPEKTYWY ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI W POLSCE W ŚWIELE ROZWOJU TECHNOLOGII INFORMACYJNYCH I KOMUNIKACYJNYCH

Wprowadzenie

Celem artykułu jest przedstawienie najpopularniejszych e-usług, które w ciągu najbliższych pięciu lat będą charakteryzowały się największym potencjałem rozwojowym, oferując jednocześnie obecnym i przyszłym przedsiębiorcom największe możliwości w prowadzeniu e-biznesu.

Przedsiębiorczość polegająca na powoływaniu do życia przedsięwzięcia biznesowego opartego na e-usługach doskonale wpasowuje się w definicję przedsiębiorczości H.H. Stevensona, M.J. Robertsa i H.J. Grousebecka, zgodnie z którą przedsiębiorczość to proces polegający na dążeniu do wykorzystania okazji i zaspokojenia swoich potrzeb przez stosowanie innowacji bez względu na posiadane zasoby¹.

Innowacje na rynku technologii informacyjnych i komunikacyjnych stwarzają olbrzymie możliwości rozwoju małych firm, ponieważ angażują stosunkowo niski kapitał. Aby prowadzić sklep lub portal internetowy wystarczy ponieść jednorazowy koszt na zakup komputera/laptopa, miesięczną opłatę za dostęp do Internetu i roczną opłatę za korzystanie z serwera. Z wyjątkiem drogich i specjalistycznych aplikacji stworzenie portalu w większości rodzajów e-usług może być oparte na darmowych lub bardzo tanich aplikacjach sieciowych. Przykładem jest oprogramowanie Open Source typu CMS (Content Management System –

¹ H.H. Stevenson, M.J. Roberts, H.J. Grousebeck, *New Business Ventures and the Entrepreneur*, Irwin Homewood, Illinois 1989.

system zarządzania treścią). Aplikacje te na ogół nie wymagają dobrej znajomości programowania, a niektóre wręcz żadnej. Najprostszym rozwiązaniem są kreatory www i portale społecznościowe. Rejestracja domen (nazw stron internetowych) jest bardzo prosta i mało kosztowna. W Polsce usługi takie świadczą między innymi www.home.pl, www.nazwa.pl, www.kei.pl, www.az.pl.

1. Przedsiębiorczość Polaków w świetle badań

W okresie od października 2011 roku do kwietnia 2012 roku przeprowadzono badanie ankietowe, którego celem było uzyskanie odpowiedzi na pytanie: jaki procent Polaków myślał kiedykolwiek o założeniu i prowadzeniu własnej działalności gospodarczej i co ewentualnie zdecydowało o tym, że działalności tej nie podjęto?

W badaniu wzięły udział 1034 osoby pełnoletnie z terenu całej Polski, mieszkające w miastach (94%) i na wsi (6%). Wśród ankietowanych 76% stanowiły kobiety, a 24% – mężczyźni. Na pytanie: czy kiedykolwiek myślał/a Pan/Pani o założeniu własnej firmy? negatywnej odpowiedzi udzieliło zaledwie 21 osób na 1034, czyli 2% badanych. Można zatem stwierdzić, że 98% pełnoletnich Polaków myślało i brało pod uwagę prowadzenie własnej działalności gospodarczej. Wśród ankietowanych, którzy odpowiedzieli pozytywnie na pytanie (1013), były osoby, które:

- myślały o założeniu własnej działalności, ale nigdy jej nie podjęły – 911 (90%),
- myślały o założeniu działalności, podjęły ją i nadal prowadzą – 38 (4%),
- myślały o założeniu własnej działalności, podjęły ją, ale już nie prowadzą – 64 (6%).

Osoby, które myślały o założeniu własnej firmy, ale nigdy nie podjęły się jej prowadzenia, podały następujące czynniki hamujące ich przed tą decyzją:

- stabilizacja związana z pracą najemną (na zasadzie umowy o pracę),
- brak odpowiedniego kapitału finansowego na uruchomienie działalności,
- zbyt duża biurokracja w urzędach i instytucjach państwowych,
- zbyt wysokie składki na ubezpieczenie społeczne,
- obawa przed niepowodzeniem,
- brak skłonności do podejmowania ryzyka,
- brak odwagi,
- brak potrzeby niezależności.

Badani mogli wybrać kilka odpowiedzi, dlatego uszeregowano je od najczęściej pojawiających się do najrzadziej. Na uwagę zasługuje fakt, że większość ankietowanych jako główny czynnik niepodjęcia własnej działalności gospodarczej uznała potrzebę stabilizacji związaną z pracą najemną. Jest ona dużo silniejsza niż potrzeba niezależności. Polacy zdecydowanie bardziej wolą pracować u kogoś niż na własny rachunek, co z całą pewnością wiąże się z mniejszym ryzykiem i większą ilością czasu wolnego dla siebie i rodziny.

Jako drugi czynnik ankietowani wymienili brak odpowiedniego kapitału finansowego na uruchomienie działalności. Należy dodać, że nadal mało osób ma wiedzę na temat pozyskiwania dotacji unijnych na działalność gospodarczą, a wiele osób, które chciałyby uzyskać wsparcie z UE, nie może ze względu na zbyt mało elastyczne przepisy. Jednym z nich jest na przykład obowiązek posiadania na własność lokalu, w którym będzie prowadzona działalność, natomiast wiele firm jest najemcą, co wyklucza z ubiegania się o unijne wsparcie.

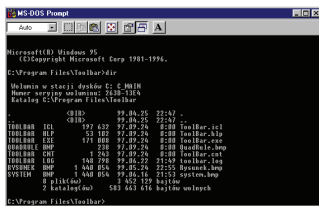
Trzecim czynnikiem wskazywanym przez badanych jest zbyt duża biurokracja w urzędach i instytucjach państwowych. Polscy urzędnicy wymagają od przedsiębiorców składania licznych deklaracji i zaświadczeń w formie papierowej, które często mają bardzo krótki termin ważności. Na przykład w przypadku ubiegania się o dotacje z UE wymagane są od przedsiębiorców zaświadczenia z urzędu skarbowego i ZUS, przy czym są one ważne jedynie trzy miesiące. Do dzisiaj nie funkcjonuje w Polsce w pełni cyfrowa administracja państwowa. Wielu spraw urzędowych nie można załatwić przez Internet.

Niezwykle ważnym czynnikiem hamującym przedsiębiorczość w Polsce są zbyt wysokie składki na ZUS. Wśród pozostałych, mniej ważnych zdaniem badanych czynników, znalazły się cechy osobowościowe często uwarunkowane genetycznie, takie jak strach przed niepowodzeniem, brak skłonności do podejmowania ryzyka, brak odwagi, brak potrzeby niezależności. Wraz z rozwojem sektora usług oraz technologii informacyjnych i komunikacyjnych przed potencjalnymi i już funkcjonującymi na rynku przedsiębiorcami rysują się zupełnie nowe możliwości.

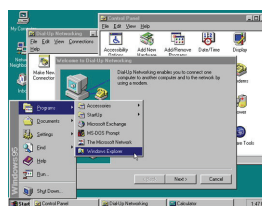
2. Rozwój sektora usług

Z prognoz ekonomicznych wynika, że do 2015 roku w krajach Unii Europejskiej liczba pracujących może zwiększyć się o 13 mln osób. Zarówno w Euro-

pie, jak i w Polsce nastąpi redukcja etatów w rolnictwie – w UE średnio o 20%, a w kraju nawet o 27%. W państwach Unii Europejskiej przemysł zanotuje nieznaczny, bo 1,3% spadek zatrudnionych. W Polsce produkcja przemysłowa wciąż odgrywa główną rolę – do 2015 roku liczba pracujących w tym sektorze zwiększy się o około 17%. Podobne wzrosty wystąpią w branży budowlanej. Niemniej przyszłość należy do sektora usług – w 27 krajach UE zatrudnienie w usługach rynkowych zwiększy się o 20%, a w Polsce nawet o 30%. Z punktu widzenia perspektyw rozwoju przedsiębiorczości prognozowany wzrost zatrudnienia w usługach powinien być sygnałem dla obecnych i potencjalnych przedsiębiorców, gdzie należy szukać szans rynkowych i gdzie w najbliższych latach przedsiębiorstwa, zwłaszcza mikro i małe, będą mogły czerpać korzyści. Najlepsze perspektywy rozwoju przedsiębiorstw rysują się w branżach związanych z Internetem, technologiami informatycznymi i teleinformacyjnymi. Są to najbardziej dynamicznie ewoluujące dziedziny, bez których trudno wyobrazić sobie funkcjonowanie większości przedsiębiorstw. Tam obecnie powstaje najwięcej miejsc pracy, kształtują się nowe zawody i specjalności. Era informacji wywołuje także zmiany w sposobie funkcjonowania przedsiębiorstw. Wraz ze wzrostem potrzeb użytkowników Internetu urządzenia, za których pomocą korzystają oni z sieci, w ciągu ostatnich pięciu lat uległy zdecydowanej ewolucji.



grafika MS DOS



grafika Windows 95



grafika 3D



desktop



laptop



netbook



tablet



smartfon

Rysunek 1. Ewolucja grafiki komputerowej i interfejsu użytkownika

Źródło: opracowanie własne.

Najważniejszą zmianą jest zmniejszenie rozmiaru ekranu interfejsu oraz rozpowszechnienie ekranów dotykowych. Rozwój dotyczy również grafiki komputerowej. Od tekstu pisanego w systemie DOS grafika ewoluowała do poziomu 3D. Technologie informacyjne i komunikacyjne stwarzają obecnie olbrzymie możliwości rozwoju tak zwanej przedsiębiorczości internetowej. Za niezwykle ważne czynniki należy uznać stosunkowo niskie koszty założenia i prowadzenia takiej działalności oraz duży popyt na e-usługi i dużą podaż sprzętu telekomunikacyjnego. Trzeba podkreślić, że jest to również skutek silnej konkurencji między producentami urządzeń mobilnych, głównie takich, jak smartfony i tablety. Urządzenia te wypierają obecnie z rynku zwykłe telefony i są dzisiaj substytutem tradycyjnego peceta, natomiast ich stosunkowo niska cena zwiększa popyt.

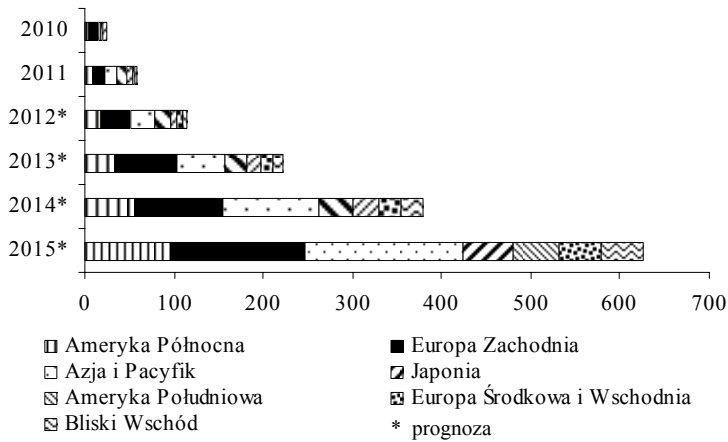
Mówiąc o rynku usług elektronicznych, należy podkreślić, że jest pewna grupa usług wyłączonych z usług elektronicznych. Zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Rozwoju Regionalnego z dnia 29 stycznia 2009 roku usługa elektroniczna to „usługa świadczona w sposób zautomatyzowany przez użycie technologii informacyjnych, za pomocą systemów teleinformatycznych w publicznych sieciach telekomunikacyjnych, na indywidualne żądanie usługobiorcy, bez jednoczesnej obecności stron w tej samej lokalizacji”². Z definicji e-usługi wyłączone są jednak pewne usługi, które szczegółowo wymieniono w rozporządzeniu, na przykład usługi telekomunikacyjne i świadczone przez prawników.

3. Tendencje w e-usługach

Analizując popyt na usługi elektroniczne, należy zwrócić szczególną uwagę na usługi świadczone przez sieci mobilne. Tempo rozwoju mobilnego Internetu i transmisji danych w sieciach komórkowych jest zdecydowanie szybsze niż przewidywano we wszystkich prognozach. Według analityków w najbliższych latach nie należy oczekiwać spowolnienia wzrostu. W roku 2010 w sieciach komórkowych na całym świecie przesyłano średnio 237 petabajtów³ danych miesięcznie, to jest o 159% więcej niż w 2009 roku.

² Rozporządzenie Ministra Rozwoju Regionalnego z dnia 13 sierpnia 2008 r. w sprawie udzielania przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej na wspieranie tworzenia i rozwoju gospodarki elektronicznej w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007–2013, DzU 2009, nr 153, poz. 956, z późn. zm.

³ Petabajt (skrót PB) – jednostka używana w informatyce oznaczająca biliard (10^{15}) bajtów.



Rysunek 2. Prognozowany miesięczny przesył danych w sieciach komórkowych w tysiącach terabajtów

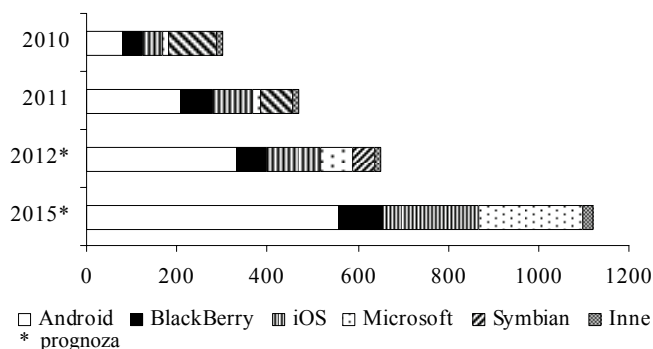
Źródło: CISCO VNI Mobile.

Firma Cisco prognozuje, że do 2015 roku przesył danych za pomocą sieci mobilnych powiększy się 26-krotnie w stosunku do 2010 roku. Amerykański operator AT & T oczekuje, że w ciągu pierwszych pięciu tygodni 2015 roku jego klienci prześlą tyle danych, ile w całym 2012 roku. Z kolei firma badawcza WiseHarbor wbrew temu, co prognozuje Cisco i AT & T, przewiduje, że do 2025 roku transmisja danych w sieciach mobilnych na świecie wzrośnie 1000-krotnie w porównaniu z 2010 rokiem.

Według analityków firmy Cisco, już w 2015 roku jeden smartfon będzie wykorzystywał średnio 1,3 GB danych miesięcznie, 16 razy więcej niż w 2010 roku. Smartfony i modemy umożliwiające dostęp do mobilnego Internetu z laptopów będą w ciągu najbliższych pięciu lat motorem napędowym wzrostu transmisji danych. Jeden smartfon zużywa obecnie tyle danych, ile 96 zwykłych telefonów komórkowych, natomiast jeden tablet tyle, ile 122 komórki.

Sprzedż telefonów komórkowych w najbliższych latach będzie systematycznie rosła. Motorem napędowym są smartfony i tanie telefony. W roku 2010 sprzedano na świecie około 300 mln smartfonów, to jest o ponad 70% więcej niż rok wcześniej.

Przewiduje się, że w 2012 roku sprzedaż smartfonów wyniesie około 600 mln sztuk, natomiast w 2015 roku wzrośnie o prawie 100% w stosunku do 2012 roku. Wśród producentów smartfonów największy wzrost sprzedaży w 2011



Rysunek 3. Sprzedaż smartfonów na świecie w mln sztuk z podziałem na systemy operacyjne

Źródło: Gartner.

roku w stosunku do 2010 roku odnotował koreański Samsung (o prawie 200%) i tajwański HTC (dawniej High Tech Computer Corporation) (o 100%).

Pierwsza tendencja: wzrost prędkości sieci z perspektywą zerowego czasu oczekiwania.

W ciągu zaledwie dwudziestu lat przepustowość sieci zwiększyła się prawie tysiącrotnie – od modemu telefonicznego do łącza światłowodowego, a mimo to użytkownicy ciągle domagają się większej prędkości transferu. W przyszłości prędkość sieci nie będzie jednak mierzona w odniesieniu do przepustowości wymaganej przez daną usługę, ale czasem oczekiwania przez użytkownika na odpowiedź sieci. Zerowy czas oczekiwania to nowy paradygmat, który ukształtuje dalszy rozwój Internetu.

Druga tendencja: gwarancja dostępności multimediów wzmocnionych przez technologie rzeczywistości rozszerzonej.

W miarę rozwoju Internetu zmieniała się jego treść – od tekstu, przez obrazy i dźwięki, do wysokiej jakości filmów i multimediów nowej generacji, takie jak technika 3D, jakość HD. Wszystkie te typy multimediów będą coraz łatwiej dostępne i szeroko stosowane zarówno e-handlu, e-marketingu, jak i usługach społecznościowych i mediach.

Trzecia tendencja: łatwy i natychmiastowy dostęp do wszechobecnego Internetu.

W ciągu dwudziestu lat liczba użytkowników Internetu stacjonarnego doszła do 2 mld, lecz wystarczyło jedynie 5 lat, by liczba użytkowników Internetu mobil-

nego osiągnęła poziom 1 mld – dwa razy szybciej niż w przypadku Internetu stacjonarnego. Dzięki coraz większej dostępności smartfonów i Internetu mobilnego użytkownicy mogą być online „zawsze i wszędzie”.

Czwarta tendencja: uczestniczenie w społecznościach.

Kładąc nacisk na społeczny aspekt Internetu, serwisy społecznościowe w pewnym stopniu odpowiadają na potrzeby emocjonalne użytkowników przez umożliwienie im dzielenia się informacjami z innymi ludźmi. Fenomen ten wskazuje na to, że usługi społecznościowe powinny być ważnymi funkcjami zarówno serwisów przeznaczonych dla konsumentów, jak i aplikacji biznesowych.

3. E-usługi z największym potencjałem rozwoju

Dzięki narzędziom, takim jak na przykład Google Analytics, można dokonywać analityki internetowej, która umożliwi dokładny wgląd w ruch w witrynach internetowych. Na tej podstawie można prognozować popyt na poszczególne tematy i usługi świadczone w sieci. W ciągu najbliższych pięciu lat największy potencjał rozwoju będą mieć następujące usługi internetowe:

a) raporty i analiza:

- raportowanie wejść na witrynę,
- raporty/newslettery na temat nowości w określonej dziedzinie,
- serwis z geograficznymi raportami statystycznymi,
- ranking najpopularniejszych stron internetowych;

b) finanse:

- pożyczki społecznościowe,
- wsparcie zarządzania finansami osobistymi,
- porównywanie usług finansowych;

c) komunikacja i społeczność:

- dzielenie się wiedzą,
- tworzenie i dzielenie się notatkami na temat zawartości stron www,
- zapisywanie i współdzielenie łączy do stron internetowych,
- aplikacja rekomendująca czytelnikom blogów inne blogi o podobnej tematyce,
- przeglądanie grup dyskusyjnych,
- serwisy społecznościowe,
- geolokalizacja,

- tworzenie i udostępnianie aplikacji dla użytkowników serwisów społecznościowych,
 - tworzenie e-drzew genealogicznych;
- d) informacje:
- gazeta online,
 - usługa dziennikarstwa obywatelskiego za pośrednictwem platform komunikacyjnych,
 - usługa subskrypcji treści,
 - serwis tematyczny (wortal);
- e) reklama i marketing:
- reklama kontekstowa,
 - śledzenie i zarządzanie e-mailowymi kampaniami reklamowymi,
 - reklama wideo,
 - reklama w serwisach społecznościowych (social marketing),
 - reklama afiliacyjna;
- f) zarządzanie czasem:
- zarządzanie projektami online,
 - sieciowy kalendarz,
 - sieciowe listy zadań;
- g) edukacja:
- prowadzenie szkoleń e-learning,
 - dostarczanie multimedialnych materiałów edukacyjnych,
 - usługa tworzenia i udostępniania screencastów,
 - słowniki online,
 - tłumaczenie tekstów online;
- h) praca:
- katalog ofert pracy,
 - wspomaganie rekrutacji pracowników;
- i) zdrowie:
- baza wiedzy o symptomach chorób,
 - porady i testy sprawności online,
 - porady i testy sprawności online,
 - prezentacja ocen służby zdrowia;
- j) hosting/pliki:
- usługa zarządzania hostingiem, serwerami oraz kontami e-mail,
 - usługa publicznego udostępniania plików,

- generator stron internetowych,
- usługa udostępniania albumów zdjęć w sieci,
- platforma publikowania i oceny dowolnych treści,
- platforma publikacji dokumentów;

k) handel:

- internetowy integrator produktów i usług dla dostawców,
- e-usługa wyceniająca strony internetowe,
- porównywanie cen produktów w różnych sklepach,
- grupowe zakupy,
- wsparcie sprzedaży na serwisach aukcyjnych,
- wsparcie kupna na serwisach aukcyjnych,
- usługa doboru ubrań na podstawie zdjęć,
- wyszukiwanie prezentów na specjalne okazje;

l) rozrywka:

- wysyłanie e-kartek na specjalne okazje,
- dostarczanie wiadomości na temat życia popularnych osobistości,
- usługa dostarczania zabawnych filmów, zdjęć,
- usługa udostępniania humorystycznego komiksu,
- usługa dostępu do gier społecznościowych;

ł) radio i telewizja:

- usługa dystrybucji i sprzedaży filmów, reportaży, wywiadów,
- usługa współtworzenia własnej telewizji online,
- promocja kraju przez telewizję internetową,
- zamawianie wybranych utworów muzycznych na antenie radia,
- katalog utworów muzycznych;

m) turystyka:

- elektroniczny przewodnik po mieście,
- elektroniczne mapy pogodowe,
- elektroniczne mapy ze zdjęciami,
- optymalizator trasy przejazdu.

4. Wsparcie biznesu w zakresie e-usług środkami pochodzącymi z Unii Europejskiej

W Polsce na lata 2007–2013 przewidziano 85,6 mld euro w ramach realizacji tak zwanych programów operacyjnych. Jednym z nich jest Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka (PO IG), na który przeznaczono 9,7 mld euro. W programie tym wyróżniono osiem tak zwanych osi priorytetowych, czyli osiem grup działań ukierunkowanych na wspieranie różnych rodzajów przedsiębiorczości. Oś numer 8 to *Społeczeństwo informacyjne – zwiększenie innowacyjności gospodarki*, w której ramach zaplanowano dwa źródła dofinansowania firm:

- a) dotacje dla e-usług, oznaczone jako działanie 8.1. *Wspieranie działalności gospodarczej w dziedzinie gospodarki elektronicznej*;
- b) wspieranie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B, oznaczone jako działanie 8.2.

W latach 2007–2013 na działanie 8.1 zaplanowano 390 mln euro, a na działanie 8.2 – 460 mln euro⁴.

Aby przedsiębiorca mógł skorzystać z funduszy na e-biznes, powinien przede wszystkim sprawdzić, czy jego firma spełnia kryteria formalne oraz czy projekt, który chce dofinansować, spełnia kryteria merytoryczne zawarte w opisach do poszczególnych działań. Dokładne opisy wymagań, dokumenty konkursowe, instrukcje i terminy konkursów znajdują się na stronach Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości⁵.

Zakończenie

Główną tendencją w rozwoju przedsiębiorczości w Polsce są usługi elektroniczne. Większość e-usług, bez względu na obszar działalności, będzie się przesuwać w stronę użytkowników Internetu dostarczanego przez operatorów telefonii mobilnej. Wynika to z dużej konkurencji między producentami urządzeń mobilnych, głównie takich jak smartfony i tablety. Urządzenia te wypierają zwykłe telefony, dlatego potencjalni i obecni przedsiębiorcy mają olbrzymie szanse na rynku e-usług.

⁴ www.poig.gov.pl, dostęp 21.02.2012.

⁵ www.parp.gov.pl, dostęp 23.02.2012..

Literatura

Rozporządzenie Ministra Rozwoju Regionalnego z dnia 13 sierpnia 2008 r. w sprawie udzielania przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej na wspieranie tworzenia i rozwoju gospodarki elektronicznej w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007–2013, DzU 2009, nr 153, poz. 956, z późn. zm.

Stevenson H.H., Roberts M.J., Grousebeck H.J., *New Business Ventures and the Entrepreneur*, Irwin Homewood, Illinois 1989.

www.parp.gov.pl, dostęp 23.02.2012.

www.poig.gov.pl, dostęp 21.02.2012.

**PERSPECTIVES FOR DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP
IN THE VIEW OF DEVELOPMENTS IN INFORMATION
AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES**

Summary

The main trend of development of entrepreneurship in Poland is the development of electronic services. Most e-services, regardless of area of operations, will move in the direction of Internet users supplied by mobile operators. This is due to fierce competition between manufacturers of mobile devices, especially such as smartphones and tablets. These devices are replacing conventional phones, so the potential and current entrepreneurs are huge market opportunities for e-services.