

FIRMOWI UŻYTKOWNICY INTERNETU W WOJEWÓDZTWIE POMORSKIM

Raport z badań przeprowadzonych w 2005 r.

Gdańsk, lipiec 2006 r.

1. Wstęp

W 2005 roku Instytut Łączności przeprowadził ogólnopolską ankietyzację firmowych użytkowników Internetu. Było to już z kolei trzecie badanie, podporządkowane zagadnieniom społeczeństwa informacyjnego (2003 rok: Korzystanie z nowych technologii w Trójmieście, 2004 rok: Firmowi użytkownicy Internetu działający w miastach wojewódzkich). Jego celem było poznanie, w jakim stopniu polskie firmy, posiadające już dostęp do Internetu, korzystają z nowych technologii. Sondaż przeprowadzono drogą internetową, a obszarem badania objęte zostały miejscowości o różnym statusie. Problematyka badań koncentrowała się wokół czterech zasadniczych tematów, w ramach których poddano analizie następujące zagadnienia:

1. Komputery w firmie
 - Sposoby korzystania z komputerów,
 - Dostęp zatrudnionych do komputerów oraz
 - Wpływ komputeryzacji firm na ich funkcjonowanie.
2. Internet w firmie
 - Sposoby korzystania z Internetu,
 - Dostęp zatrudnionych do Internetu,
 - Wpływ wprowadzenia Internetu do firm na ich funkcjonowanie,
 - Firmowe strony internetowe oraz
 - Indywidualny dostęp zatrudnionych do poczty elektronicznej.
3. Korzystanie w firmach z telefonii komórkowej i sposoby komunikacji z klientami
4. Publiczne usługi dla firm świadczone drogą elektroniczną
 - Zapotrzebowanie na publiczne usługi dla firm świadczone elektronicznie,
 - Korzystanie z tych usług oraz
 - Ocena jakości ich świadczenia.

Ogółem zrealizowano 4563 ankiety, w tym w województwie pomorskim - 228. Niniejszy raport prezentuje statystyki dla tego województwa.

W badanej próbie dla województwa pomorskiego najczęściej znalazło się firm małych, z zatrudnieniem do 5 osób (36,4%). Drugą w kolejności grupę tworzą firmy średnie, z zatrudnieniem od 6 do 25 i od 26 do 50 osób (odpowiednio: 27,6% i 13,6%). Firm większych, z zatrudnieniem od 51 do 100 i od 101 do 250 osób oraz powyżej 250 osób jest wyraźnie mniej (odpowiednio: 7,9%; 8,3% i 3,9%). Reprezentowane są wszystkie obszary działalności gospodarczej (według klasyfikacji Rocznika Statystycznego); najczęściej jest firm, które zajmują się usługami (18,4%), handlem (15,8%) lub produkcją (15,4%). Większość to firmy prywatne; firm państwowych jest 7%. Analiza porównawcza struktury podmiotów gospodarczych w rejestrze KRUPGN-REGON wg sektorów (www.stat.gov.pl/urzedzy) dla populacji i próby pozwala stwierdzić, że próba objęta badaniem w województwie pomorskim zbliżona jest do rzeczywistości, w której wyraźną przewagę mają firmy prywatne, zajmujące się usługami i handlem oraz zatrudniające niewiele osób.

Wśród respondentów dominują firmy cieszące się (samoocena) dobrą i średnią kondycją finansową (odpowiednio: 40,4% i 33,3%). Firm o bardzo dobrej kondycji finansowej jest prawie tyle samo, co osiągających słabe wyniki ekonomiczne (w przybliżeniu po 8%). Część badanych (7%) nie potrafiła określić swojej kondycji finansowej.

Badane firmy działają w Gdańsku (52,2%); w innych miastach (39,5%) lub na obszarach wiejskich województwa pomorskiego (7,5%).

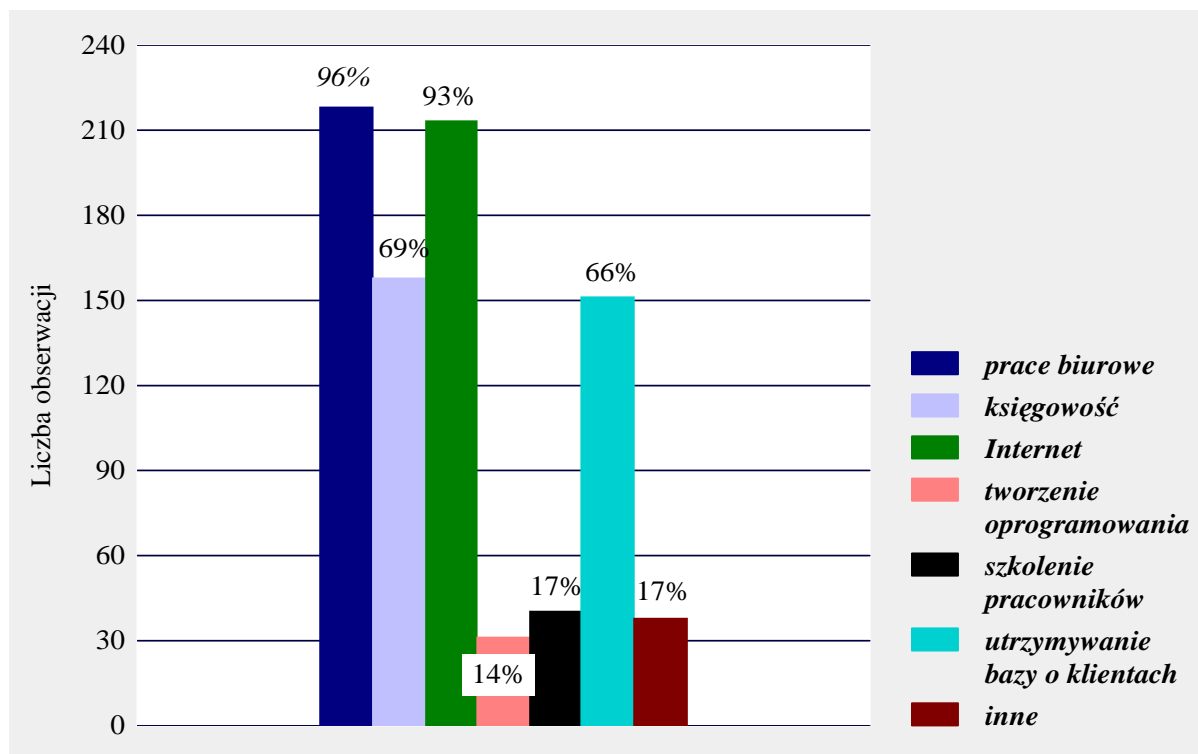
2. Komputery w firmie

2.1 Sposoby korzystania z komputerów

W badanych firmach komputery najczęściej używane są do prac biurowych (95,6%) oraz jako medium dostępu do Internetu (93,4%). Często wspomagają prowadzenie księgowości (69,3%) i utrzymywanie baz danych (66,2%). Znacznie rzadziej korzysta się z nich do przeprowadzania szkoleń (17,4%) i tworzenia oprogramowania (13,6%). Część firm (16,7%), wybierając opcję *Inne*, wyszczególniła takie zastosowania, jak np.:

1. projektowanie,
2. podstawowe narzędzie pracy,
3. gospodarka magazynowa,
4. przetwarzanie i analizy,
5. prace graficzne, przygotowywanie materiałów wydawniczych,
6. logistyka.

Oznacza to, że w części firm występuje komputerowe wspomaganie - z wykorzystaniem dedykowanego oprogramowania - różnego rodzaju prac związanych z ich podstawową działalnością.

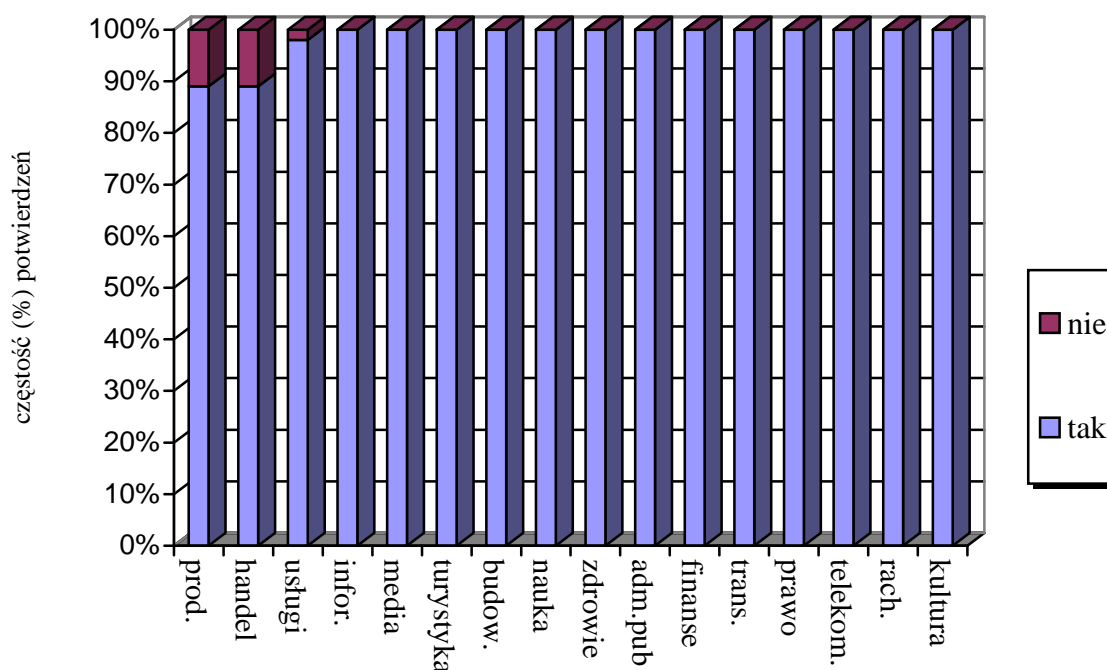


Rys. 1 Sposoby korzystania z firmowych komputerów

Między pewnymi sposobami używania firmowych komputerów a określonymi firmowymi atrybutami istnieją pewne (statystycznie) istotne zależności. Dotyczy to szczególnie następujących korelacji:

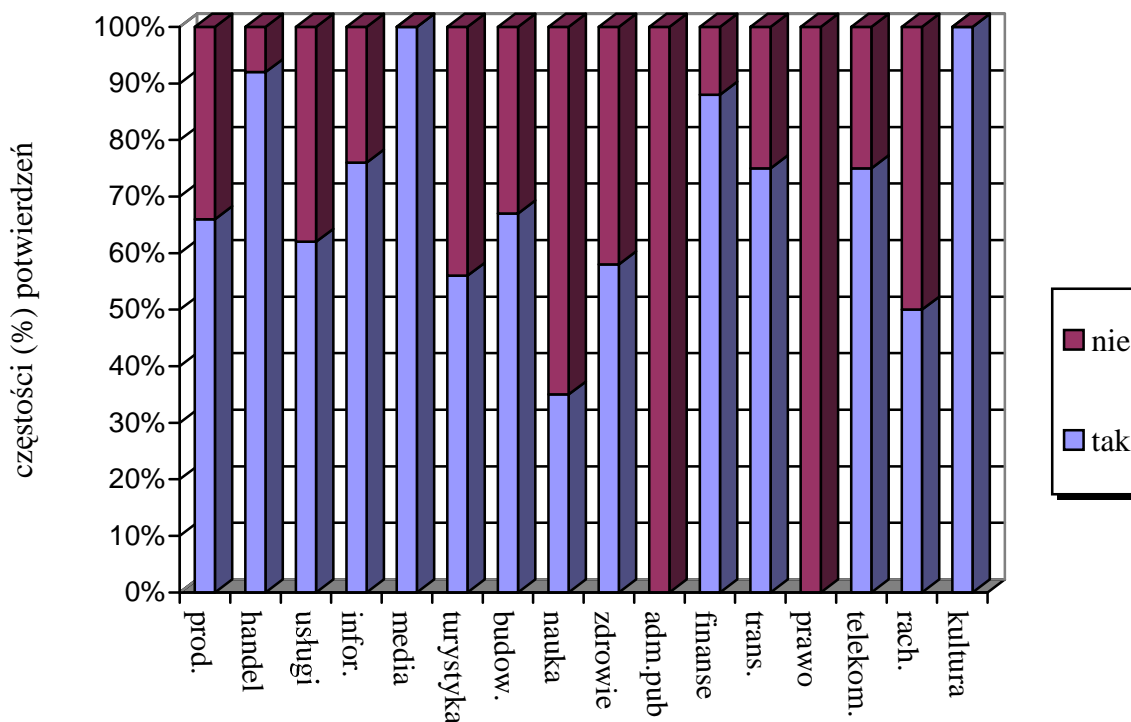
1. wspomaganie za pomocą komputera prac biurowych oraz utrzymywanie baz danych o klientach a podstawowa dziedzina działalności firm (*wsp. Pearsona: 0,17 i -0,23*),
2. wspomaganie za pomocą komputera księgowości oraz szkolenia pracowników z wykorzystaniem komputerów a wielkość firm (*wsp. Pearsona: 0,18 i 0,19*),

Rozkład uzyskanych potwierdzeń używania komputerów do prac biurowych, według rodzajów podstawowej działalności firm, wskazuje, że tylko wśród tych, które zajmują się produkcją, handlem lub usługami zdarza się, że nie wszystkie korzystają z takiej możliwości. Sytuacja taka stosunkowo częściej występuje w firmach produkcyjnych i handlowych niż w usługowych.



Rys. 2 Wspomaganie prac biurowych za pomocą komputerów wg dziedzin działalności firm

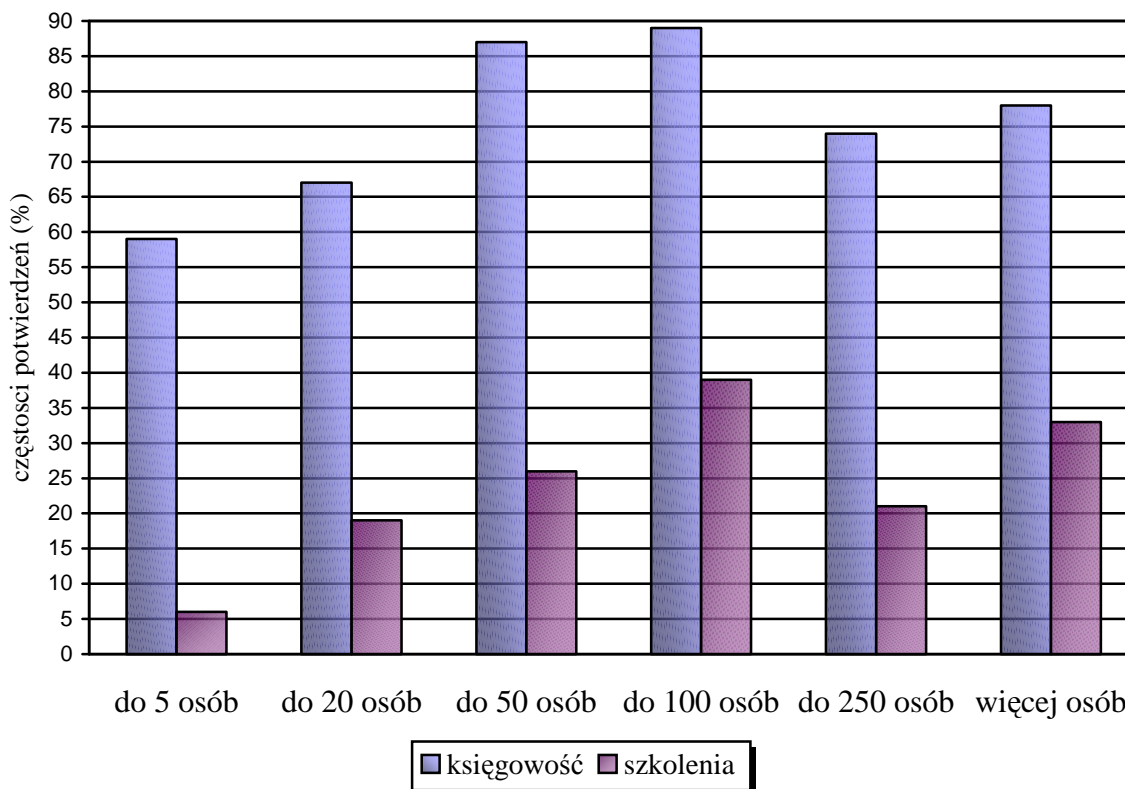
Inny sposób korzystania z firmowych komputerów - utrzymywanie baz danych o klientach – w zależności od prowadzonej działalności jest mocniej zróżnicowany. Stosunkowo najczęściej występuje w firmach działających w obszarach kultury, mediów, handlu i finansów.



Rys. 3 Utrzymywanie baz danych o klientach wg dziedzin działalności firm

Korzystanie z komputerów do prowadzenia księgowości częściej występuje w firmach większych. Momentem przełomowym, powodującym wzrost potrzeby wspomagania komputerem księgowości zdaje się być przekroczenie zatrudnienia 20 osób. Największą częstość takiego używania komputerów zaobserwowano w firmach, które zatrudniają od 51 do 100 osób. Wydaje się, że dla firm większych prowadzenie elektronicznej księgowości nie jest jednym z ważniejszych sposobów używania komputerów.

Korzystanie z komputerów do prowadzenia szkoleń, ogólnie rzecz ujmując, nie jest zbyt popularne. Szczególnie rzadko występuje to w firmach bardzo małych, z zatrudnieniem do 5 osób. Stosunkowo najczęściej taki sposób używania komputerów zdarza się w firmach średnich, z zatrudnieniem od 51 do 100 osób.



Rys. 4 Księgowość i szkolenia wg zatrudnienia (wielkości firm)

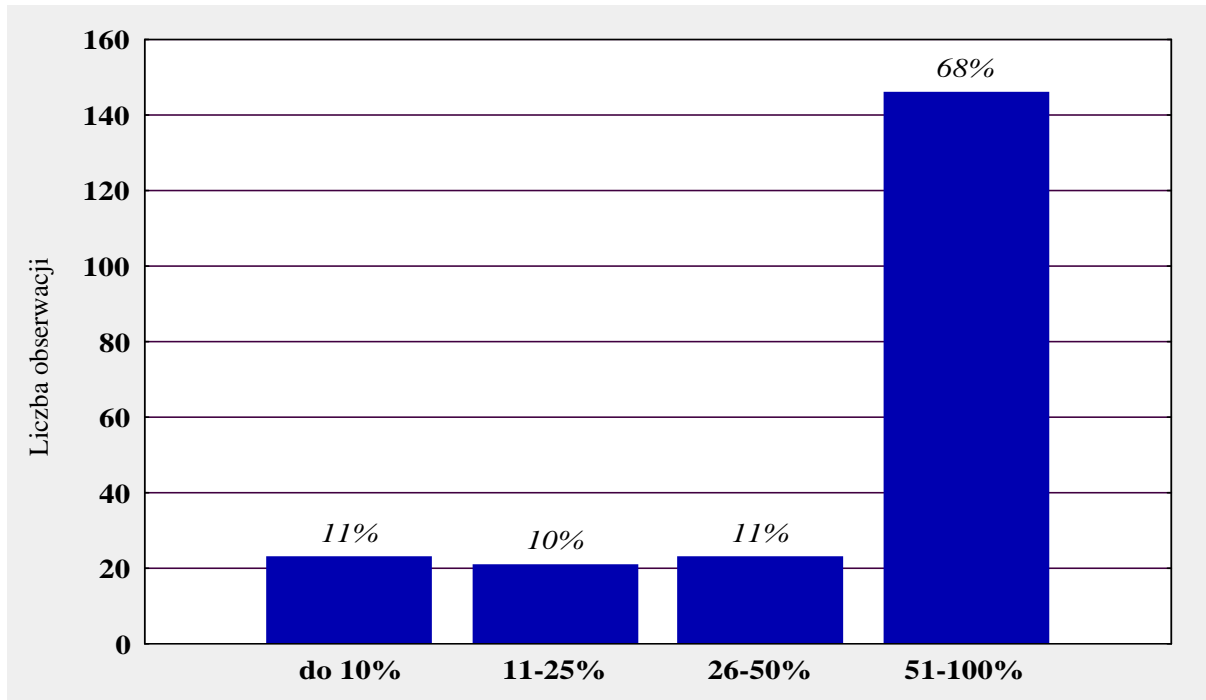
Oprócz wyżej wskazanych korelacji istnieje również (statystycznie) istotny związek między korzystaniem z komputerów do tworzenie oprogramowania i statusem prawnym firm (*wsp. Pearsona: 0,15*). Częściej ma to miejsce w sektorze prywatnym niż państwowym.

Dodatkowo stwierdzono, że (statystycznie) istotne korelacje zachodzą między używaniem firmowych komputerów:

1. w księgowości i do prac biurowych (*wsp. Pearsona: 0,14*) oraz
2. do tworzenia oprogramowania i do szkoleń (*wsp. Pearsona: 0,22*)

2.2 Dostęp zatrudnionych do komputerów

W większości badanych firm z komputerów korzysta ponad połowa pracowników (68%). Świadczy to o stosunkowo wysokim poziomie informatyzacji firm, zwymiarowanym odsetkiem zatrudnionych mających dostęp do komputera.



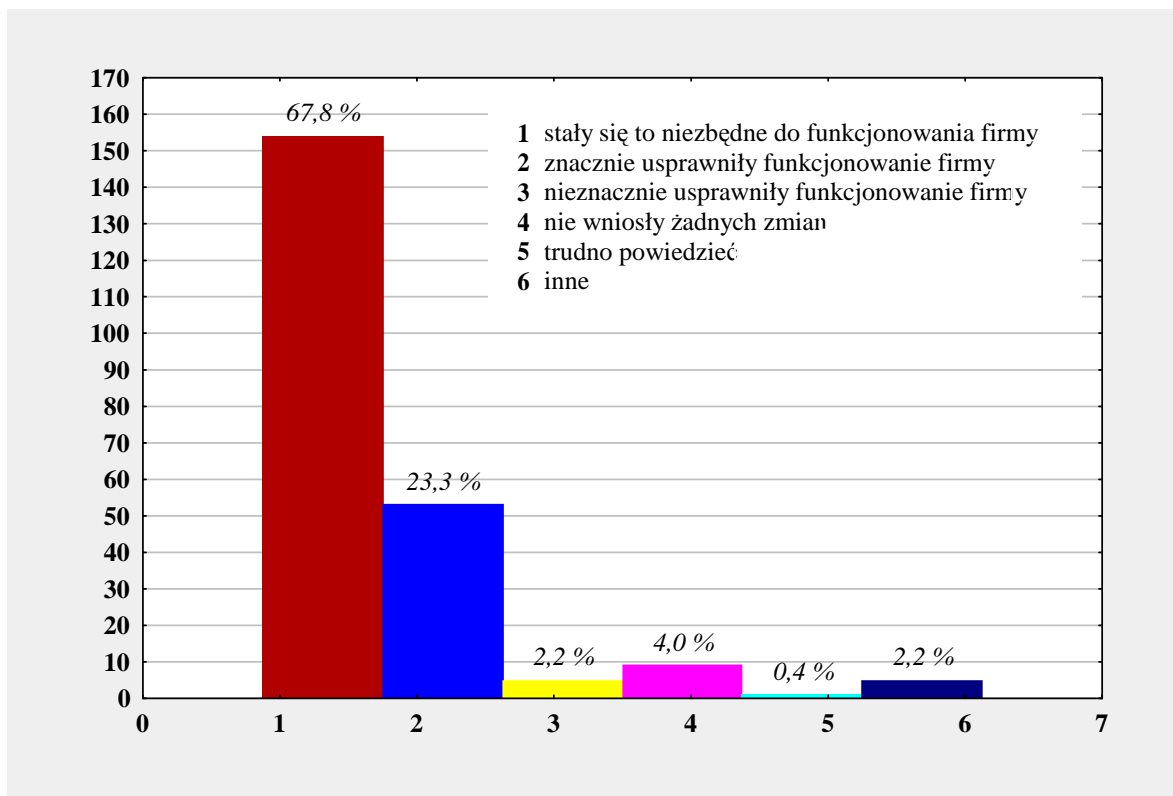
Rys. 5 Odsetek pracowników korzystających indywidualnie z komputerów

Między dostępnością pracowników do komputerów, a takimi „podstawowymi” atrybutami firm, jak: wielkość zatrudnienia, dziedzina działalności gospodarczej, status prawny funkcjonowania, kondycja finansowa oraz status lub wielkość miejscowości działania nie stwierdzono (statystycznie) istotnych korelacji.

2.3 Skutki komputeryzacji firmy

Firmy zdecydowanie pozytywnie oceniają wpływ wprowadzenia komputerów na sprawność swojego działania.

Większość respondentów stwierdziła, że komputery stały się niezbędne do funkcjonowania firmy (67,8%). Drugą w kolejności grupę stanowią te firmy, które oceniły, że komputeryzacja znacznie usprawniła ich funkcjonowanie (23,3%). Opinie, że komputery nie wniosły żadnych zmian pojawiały się stosunkowo rzadko (4%).

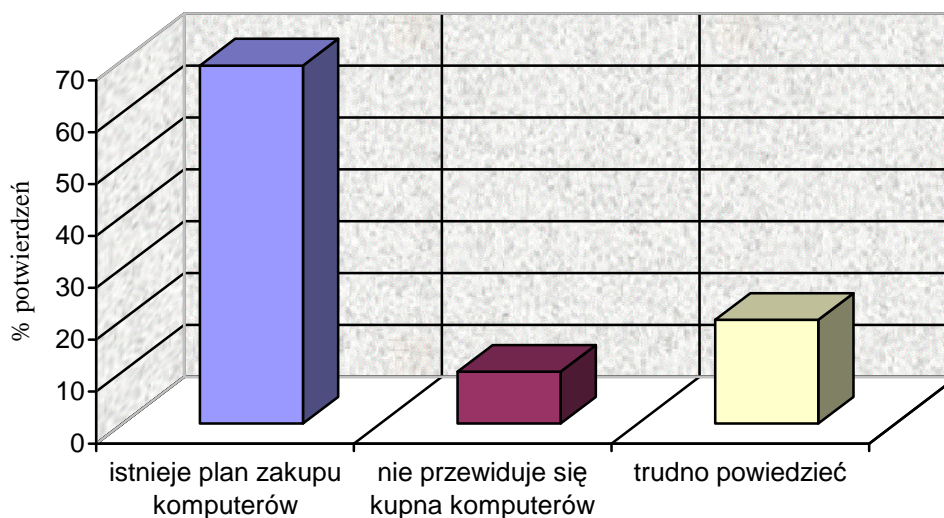


Rys. 6 Skutki komputeryzacji firm

Nie stwierdzono, by między postrzeganiem przez firmy wpływu komputeryzacji na funkcjonowanie a ich charakterystykami występowały istotne zależności.

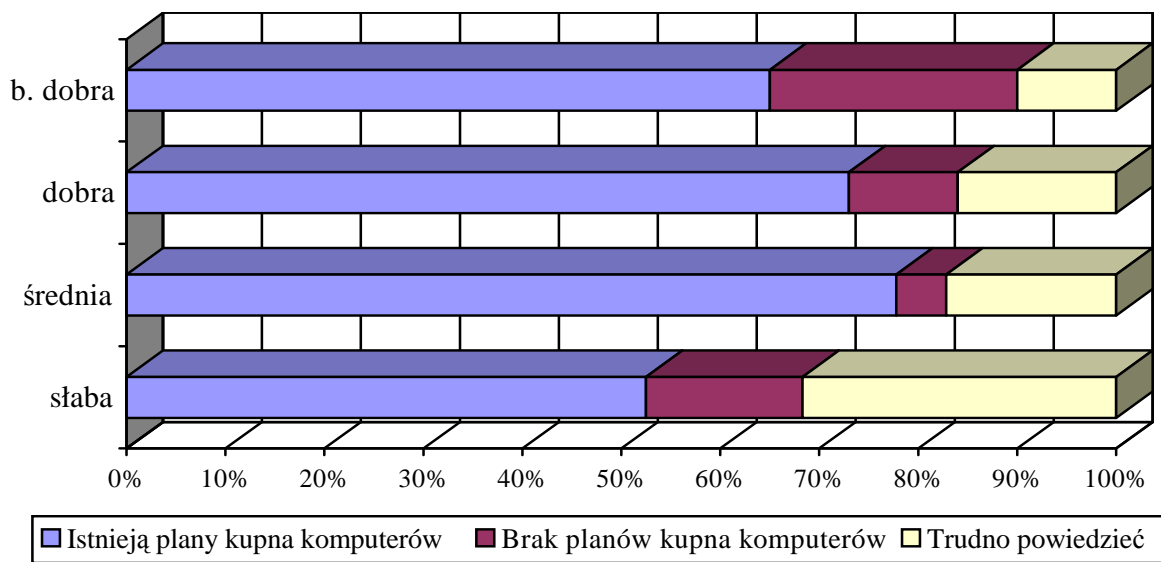
2.4 Plany zakupu komputerów

Ponad połowa badanych w województwie pomorskim firm myśli o zakupie nowych komputerów (69%). Nie potwierdziło istnienia takich zamiarów 10% respondentów; zaś 20% nie miało na ten temat wyrobionego zdania.



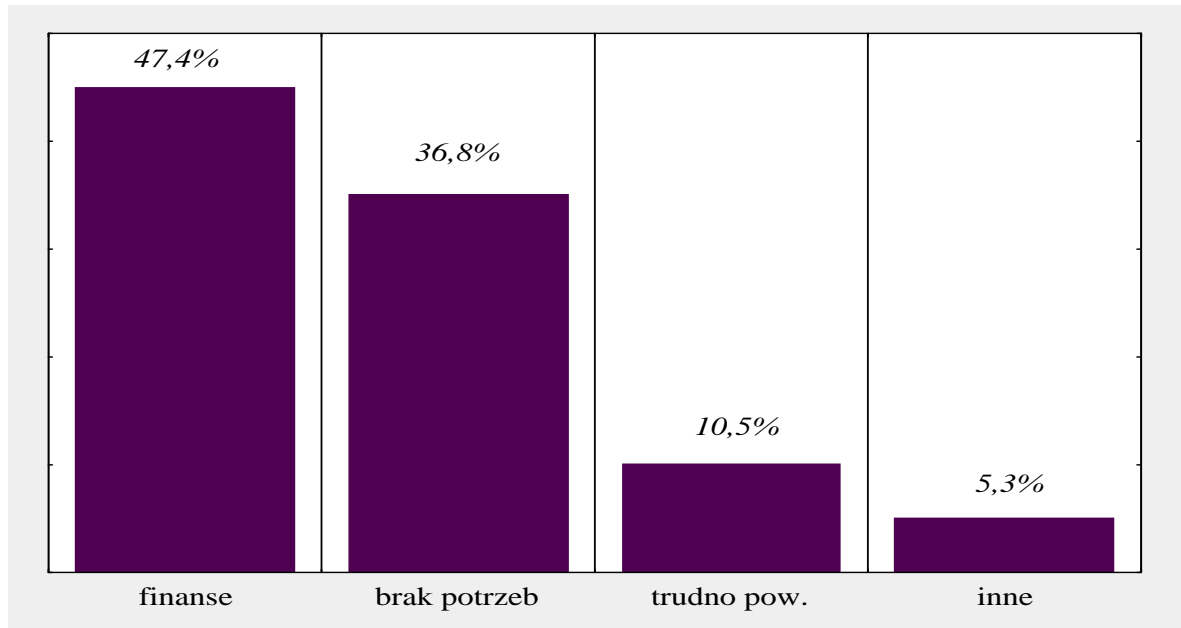
Rys. 7 Plany zakupu komputerów

Istnienie planów kupna komputerów w (statystycznie) istotny sposób skorelowane jest z kondycją finansową firm (*wsp. Pearsona: 0,19*). Rozpatrując takie zamiary w tym kontekście stwierdzono, że stosunkowo najrzadziej o nowych komputerach myślą firmy, które określiły swoją kondycję finansową jako słabą (52,6%); jednocześnie wśród takich firm występuje największe niezdecydowanie (31,6%). Najczęściej na istnienie takich planów wskazywały firmy osiągające średnie wyniki finansowe (77%). Najmniej niezdecydowane w tym zakresie są firmy o bardzo dobrej kondycji (10%), które jednocześnie częściej niż pozostałe stwierdzały, że nie przewidują w najbliższej przyszłości dokonywania takich zakupów (25%).



Rys. 8 Plany zakupu komputerów wg kondycji finansowej firm

Ci respondenci, którzy nie planują zakupu komputerów w najbliższej przyszłości najczęściej uzasadniali to problemami natury finansowej (47,4%) lub brakiem potrzeb (36,8%). Inne wyszczególnione przyczyny świadczą o tym, że brak takich zamiarów nie zawsze bezpośrednio zależy od firmy; nieraz wynika to z zewnętrznych uwarunkowań ekonomicznych, w których przychodzi jej funkcjonować, np. takich jak: niepewność dalszego istnienia branży lub „skurczony” rynek na usługi lub produkty oferowane przez firmę.



Rys. 9 Przyczyny braku planów zakupu komputerów

Zestawiając uzyskane odpowiedzi na pytanie o przyczyny braku zamiaru kupna komputerów z firmowymi atrybutami respondentów nie stwierdzono, by zachodziły między nimi istotne zależności.

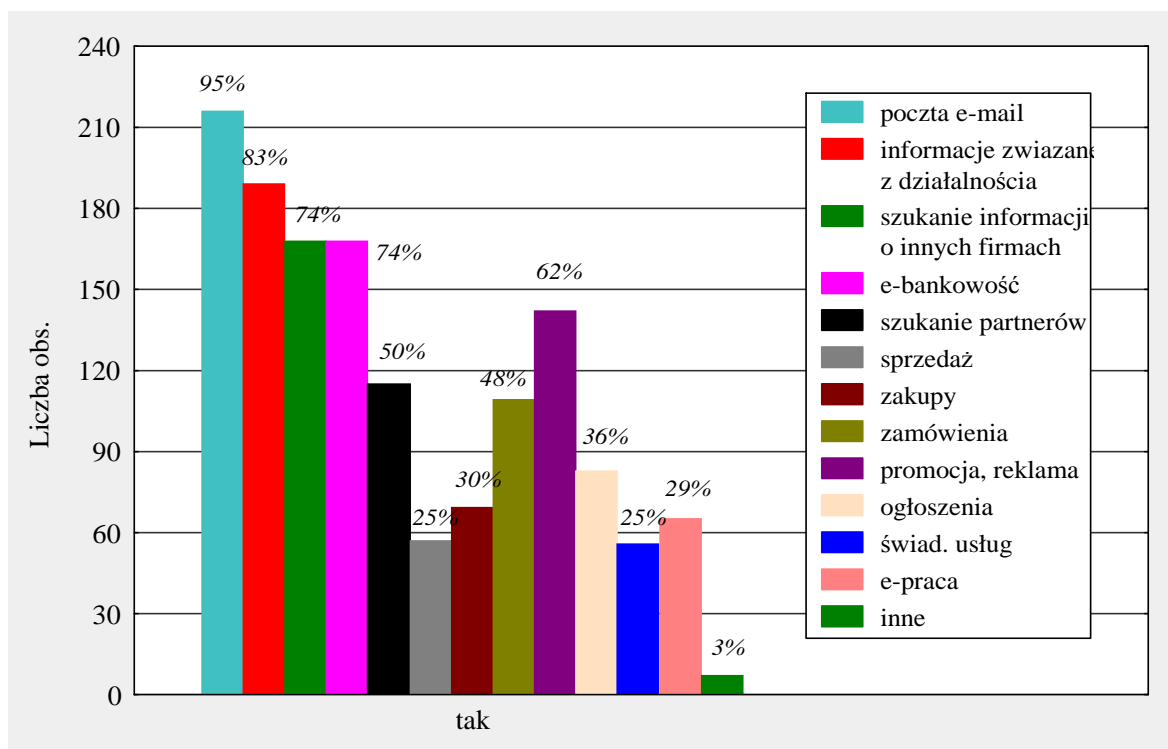
3. Internet

3.1 Sposoby korzystania z Internetu

Wszystkie badane firmy posiadają dostęp do Internetu, lecz w różny sposób z tego korzystają. Najczęściej jest on używany do prowadzenia korespondencji za pomocą poczty elektronicznej (95%) i szukania informacji związanych z działalnością firmy (83%). Popularne jest również szukanie informacji o innych firmach (74%), e-bankowość (74%), a także promowanie własnej firmy (62%). Respondenci najrzadziej korzystają z Internetu do sprzedaży i świadczenia usług (po 25%). Częstsze używanie Internetu do składania zamówień (48%) i dokonywania zakupów (30%) świadczy o tym, że większość firm uczestniczy w e-biznesie biernie, w roli klienta. Stosunkowo niezbyt często realizowana też jest inna idea społeczeństwa informacyjnego – zdalna praca (29%).

Niektóre firmy (3%), wybierając opcję *Inne*, wskazały na takie zastosowania Internetu, jak:

1. utrzymywanie zdalnych rejestrów,
2. prowadzenie badań naukowych oraz
3. dostęp do czasopism w wersji elektronicznej.



Rys. 10 Sposoby korzystania z Internetu

Stwierdzono, że:

1. Dziedzina działalności firm ma (statystycznie) istotny wpływ na prowadzenie elektronicznej korespondencji, szukanie informacji o innych firmach, wyszukiwanie partnerów oraz dokonywanie sprzedaży i zakupów,

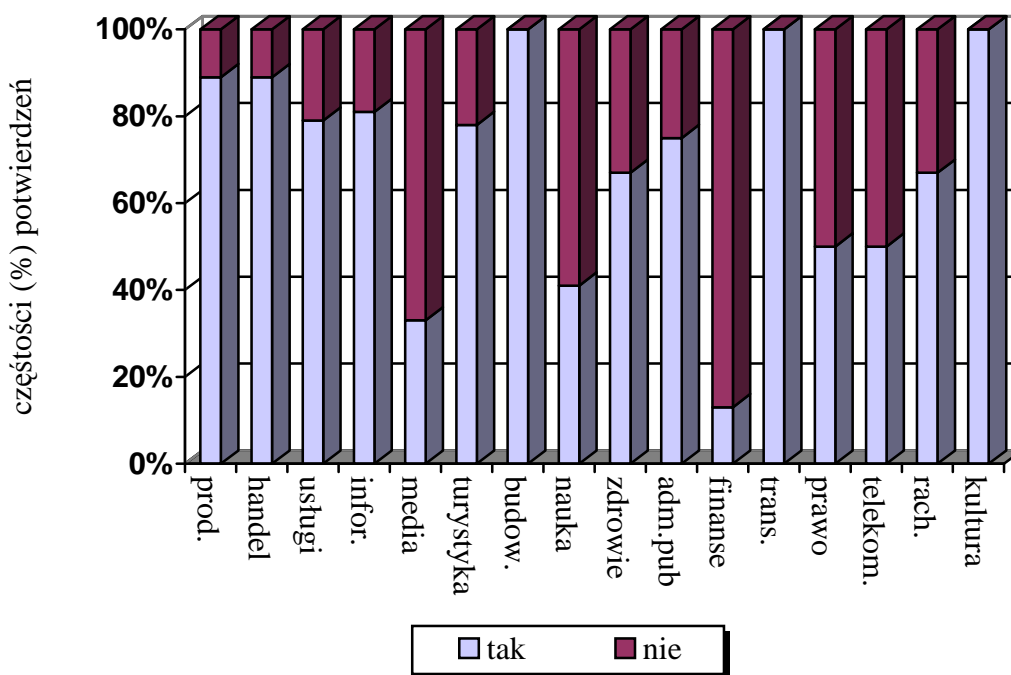
2. Status prawny badanych firm i korzystanie z Internetu do dokonywania zakupów są w (statystycznie) istotny sposób skorelowane,
3. Kondycja finansowa firm ma (statystycznie) istotny wpływ na prowadzenie elektronicznej bankowości, dokonywanie sprzedaży, jak i występowanie zdalnej pracy,
4. Wielkość miejscowości, w której firmy działają, w (statystycznie) istotny sposób skorelowana jest z używaniem Internetu do dokonywania zakupów.

Widać, że różnice w korzystaniu przez firmy z Internetu wynikają (między innymi) ze specyfiki tych firm (firmowych atrybutów). Podobne zjawisko zaobserwowano także w przypadku korzystania z komputerów, jednak występuje ono tam w mniejszym zakresie i zależności są słabsze.

Przeprowadzona analiza wartości współczynników wyszczególnionych wyżej korelacji wykazała, że najsilniejsze (statystycznie) istotne związki występują między:

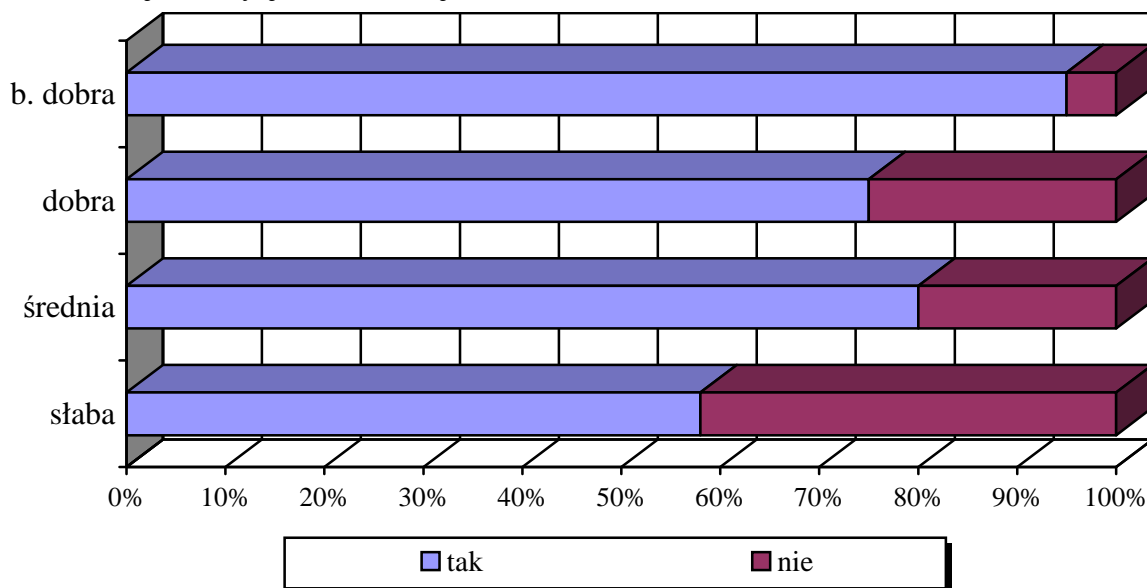
1. szukaniem informacji o innych firmach i dziedziną podstawowej działalności firm (*wsp. Pearsona: -0,26*),
2. e-bankowością i kondycją finansową firm (*wsp. Pearsona: -0,26*),
3. wyszukiwaniem partnerów i dziedziną działalności firm (*wsp. Pearsona: -0,22*),
4. prowadzeniem sprzedaży przez Internet i dziedziną działalności firm (*wsp. Pearsona: -0,18*),
5. e-pracą i kondycją finansową firm (*wsp. Pearsona: -0,17*).

To, że poszukują w Internecie informacji o innych firmach potwierdzili wszyscy respondenci działający w obszarach transportu, budownictwa i kultury. Ten sposób korzystania z dostępu do Internetu jest również popularny w firmach produkcyjnych (89%) i usługowych (89%). Najrzadziej działania takie podejmują badani zajmujący się finansami (12%).



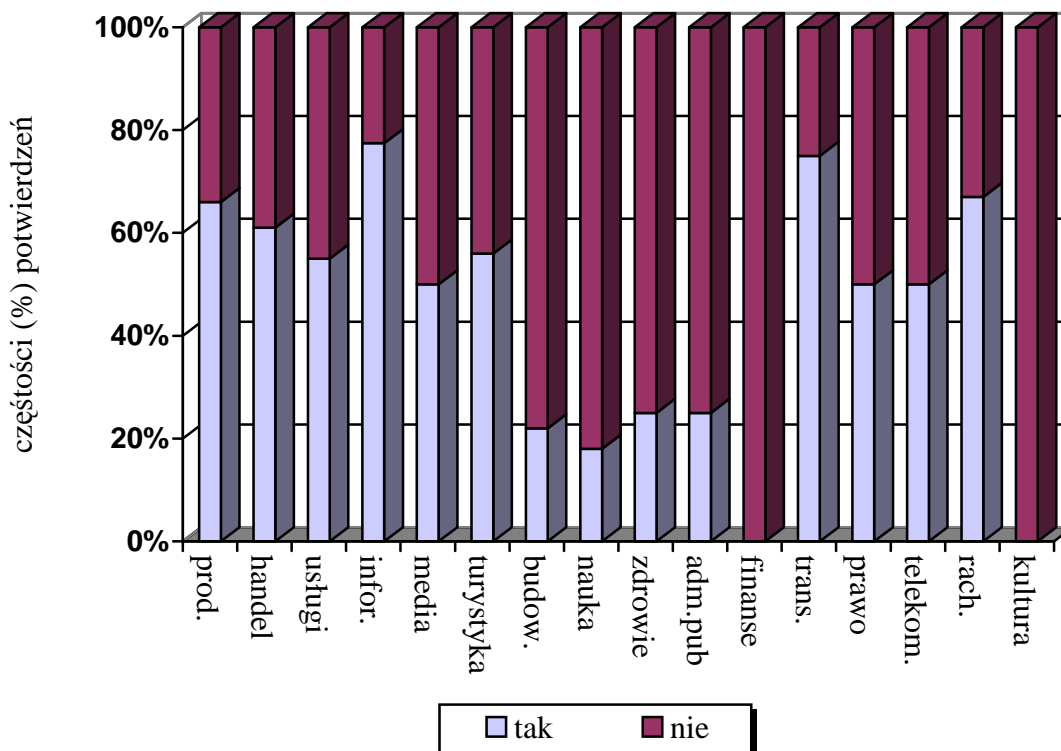
Rys. 11 Szukanie informacji o innych firmach wg dziedzin działalności

Korzystanie z Internetu do prowadzenia elektronicznej bankowości jest wyraźnie większe w firmach cieszących się lepszą kondycją finansową. Tylko 5% badanych firm, które osiągają bardzo dobre wyniki ekonomiczne nie stosuje zdalnej bankowości. Najczęściej (58%) na takie wykorzystywanie firmowego Internetu wskazywali respondenci, którzy określili swoją kondycję finansową jako słabą.



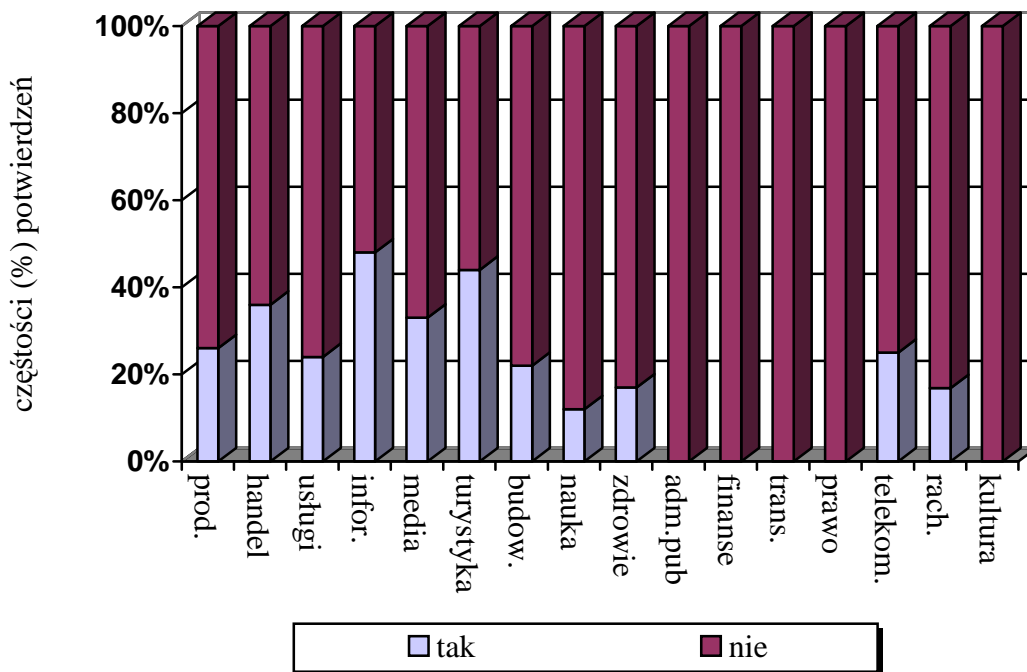
Rys. 12 e-bankowość w firmach wg dziedzin działalności

Szukanie partnerów biznesowych przez Internet najczęściej realizowane jest przez podmioty zajmujące się informatyką (76%) i transportem (75%). Nie potwierdziła takiego sposobu używania Internetu żadna z firm, które działają w obszarach kultury i finansów, a stosunkowo rzadko wskazywały na to instytucje prowadzące działalność naukową (18%).



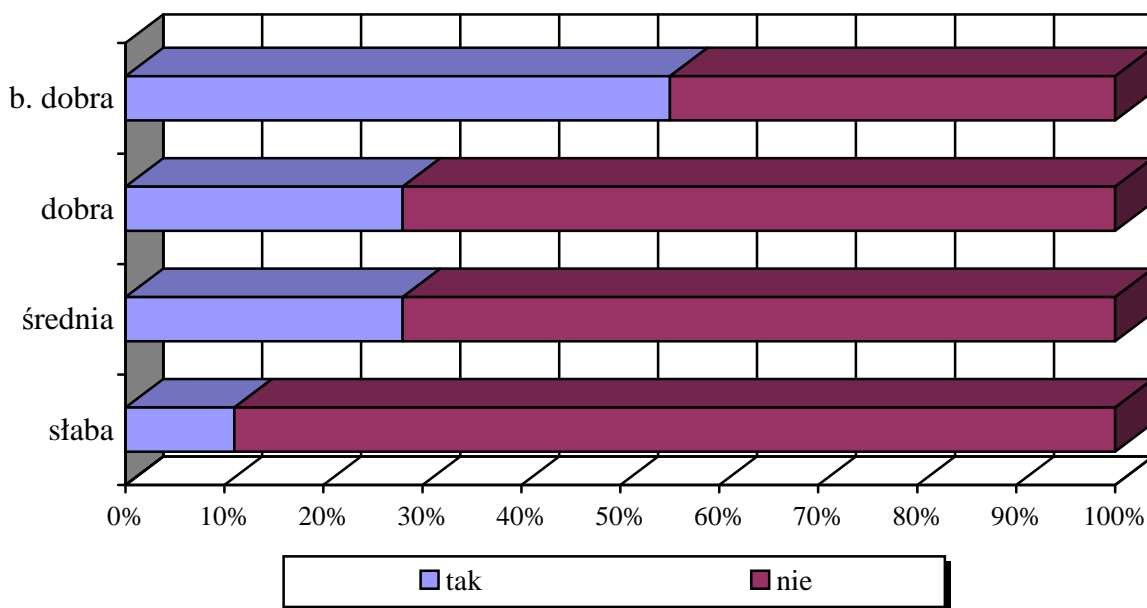
Rys.13 Szukanie partnerów przez Internet wg dziedzin działalności firm

Żadna z badanych firm, która zajmuje się finansami, transportem, prawem lub kulturą nie wskazała, że prowadzi sprzedaż internetową. Podobna sytuacja występuje w grupie respondentów, którzy przynależą do administracji publicznej. Wśród pozostałych firm sprzedaż taką stosunkowo najczęściej realizują firmy informatyczne (48%), a najrzadziej instytucje naukowe (12%).



Rys. 14 Prowadzenie przez Internet sprzedaży wg dziedzin działalności firm

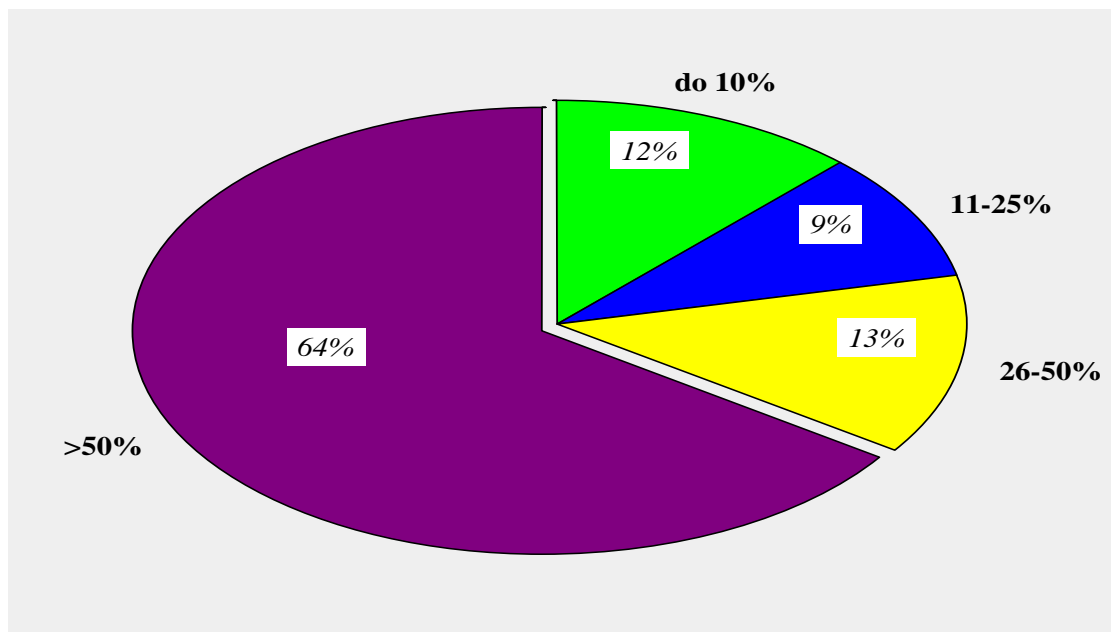
Zdalna praca najczęściej realizowana jest przez przedsiębiorstwa osiągające bardzo dobre wyniki finansowe (55%). Badane firmy, które znajdują się w dobrej i średniej sytuacji ekonomicznej, używają Internetu do e-pracy na zbliżonym poziomie (28%). Stosunkowo najrzadziej działania takie podejmują firmy słabe (11%).



Rys. 15 Zdalna praca wg kondycji finansowej firm

3.2 Dostęp zatrudnionych do Internetu

Większość badanych firm (64%) gwarantuje dostęp do Internetu ponad połowie zatrudnionych. Jednak korzystanie w firmach z Internetu jest (nieznacznie) mniejsze niż z komputerów (68% badanych firm gwarantuje ponad połowie zatrudnionych dostęp do komputera). Być może nie zawsze wszystkie firmowe komputery są podłączone do sieci lub też istnieją inne przyczyny, wynikające z polityki firm.

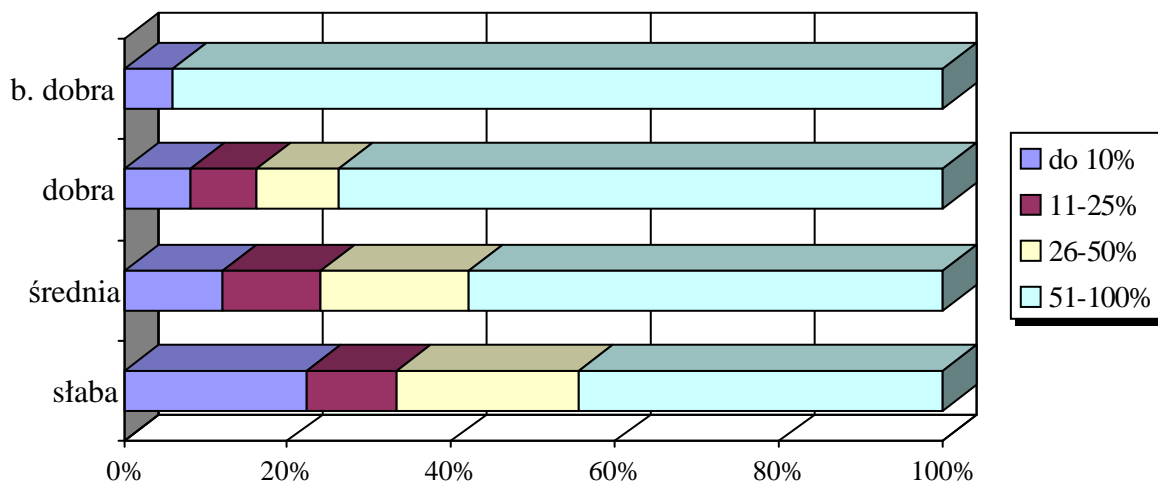


Rys. 16 Odsetek zatrudnionych z dostępem do Internetu

W województwie pomorskim indywidualne korzystanie zatrudnionych z Internetu w (statystycznie) istotny sposób skorelowane jest z kondycją finansową firm (*wsp. Pearsona: -0,26*), dziedziną ich działalności (*wsp. Pearsona: 0,17*) i statusem miejscowości, w których one funkcjonują (*wsp. Pearsona: -0,15*).

Pierwszy z tych związków przejawia się tym, że firmy będące w lepszej sytuacji finansowej chętniej niż pozostałe zapewniają swoim pracownikom większy dostęp do Internetu. Stosunkowo najczęściej stwierdzali to, że:

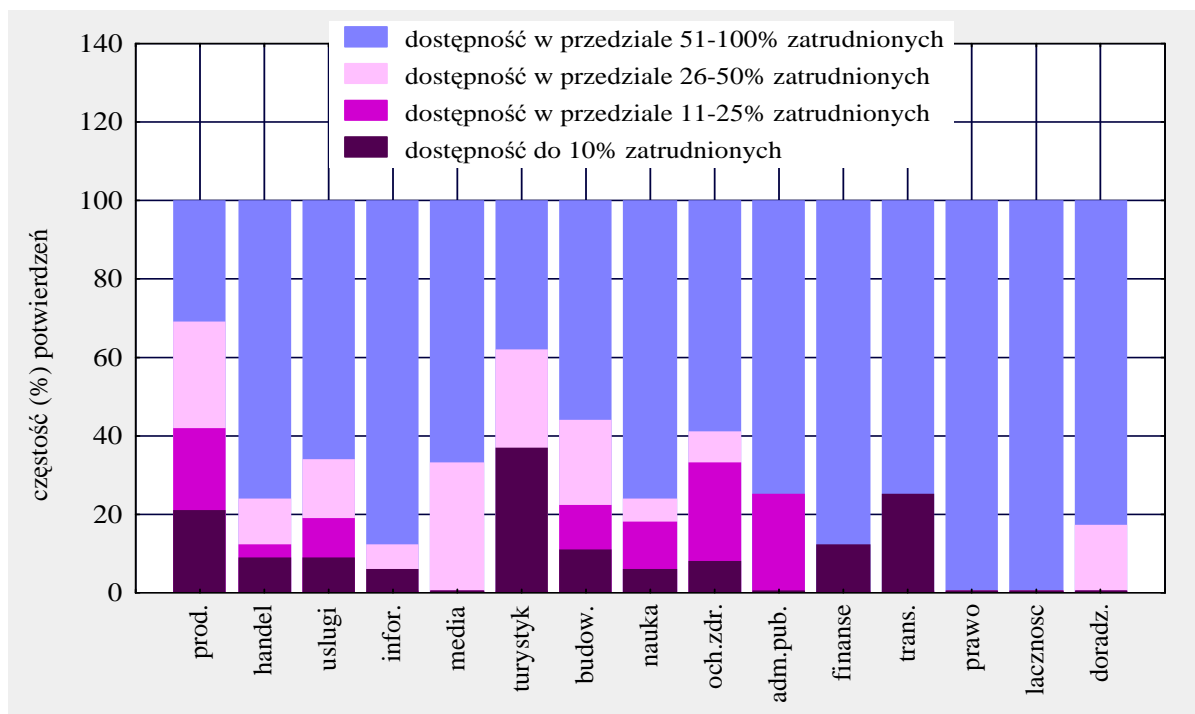
1. Ponad 50% ich pracowników ma takie możliwości - ci respondenci, którzy osiągają bardzo dobre wyniki ekonomiczne (93%),
2. Mniej niż 10% pracowników ma takie możliwości - ci respondenci, którzy osiągają słabe wyniki (22%).



Rys. 17 Odsetek zatrudnionych z dostępem do Internetu wg kondycji finansowej firm

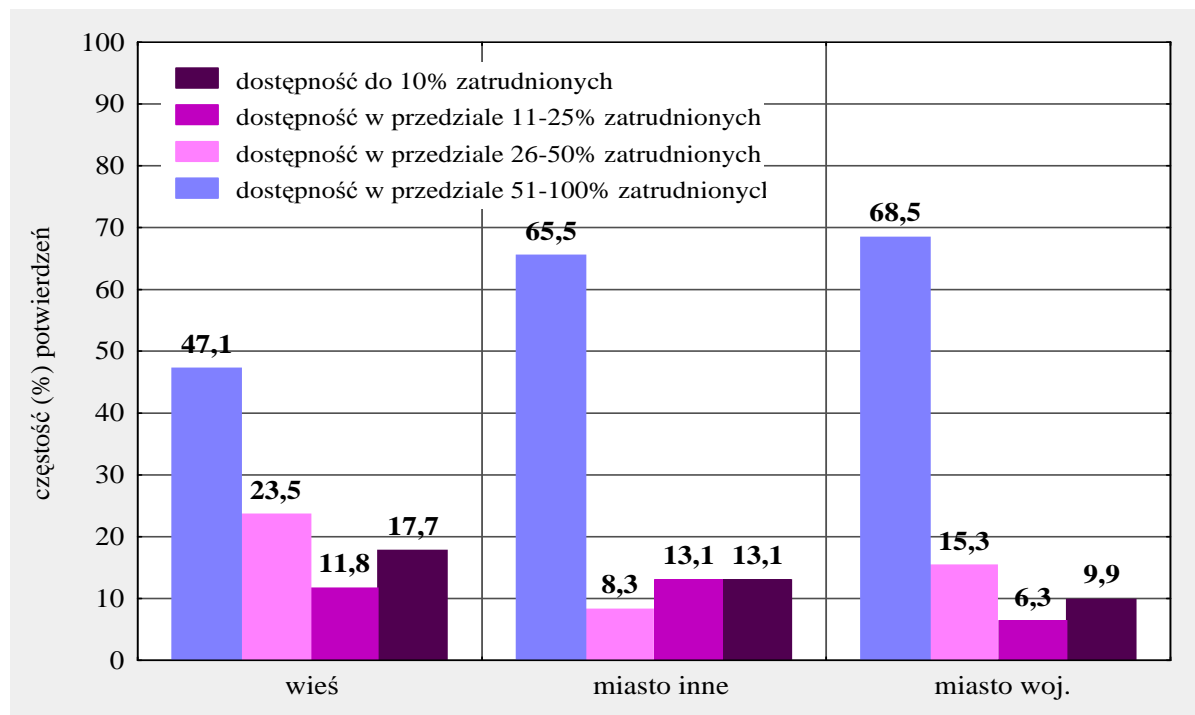
Istnieją sfery działalności, w których występuje prawie wyłącznie duży dostęp zatrudnionych do Internetu. Największy służbowy dostęp do sieci mają pracownicy z firm prawniczych oraz związanych z łącznością (i telekomunikacją). Kolejne miejsca zajmują: firmy informatyczne, prowadzące działalność medialną i te, które zajmują się doradztwem. Najrzadziej ponad połowa załogi korzysta z Internetu w firmach produkcyjnych.

Mały dostęp zatrudnionych do Internetu (do 10% składu osobowego) stosunkowo rzadko zdarza się w instytucjach naukowych i firmach informatycznych.



Rys. 18 Odsetek zatrudnionych z dostępem do Internetu wg profilu działalności firm

Dla każdego środowiska – biorąc pod uwagę status miejscowości działania - ponad 50%-owy dostęp pracowników do Internetu jest opcją wiodącą, lecz stosunkowo najczęściej zdarza się to w firmach funkcjonujących w mieście wojewódzkim – Gdańsku, a najrzadziej na wsi. W środowisku wiejskim natomiast częściej niż w miastach firmy oferują nie więcej niż 10% zatrudnionych możliwość używania Internetu. Występowanie w miastach innych niż Gdańsk dostępności określonych przedziałami: do 10% i od 11 do 25% kształtuje się na zbliżonym poziomie.



Rys. 19 Odsetek zatrudnionych z dostępem do Internetu wg statusu miejscowości

Dodatkowo, gwarantowany dostęp pracowników do Internetu pozostaje w istotnym związku z wielkościami miejscowości, w których firmy działają. Szczególne zróżnicowanie pod tym względem obserwuje się w miastach innych niż Gdańsk. Wypowiedzi badanych dowodzą, że w większych miejscowościach częściej niż w mniejszych występuje zjawisko, że pracodawcy umożliwiają ponad połowie zatrudnionych korzystanie z Internetu.

3.3 Skutki wprowadzenia Internetu do firmy

W większości firmy pozytywnie oceniają skutki wprowadzenia Internetu. Świadczą o tym ich opinie, że Internet stał się niezbędny do prowadzenia firmy (56%) lub znacznie usprawnił jej funkcjonowanie (30%). Stwierdzenia, że jego wprowadzenie nie spowodowało żadnych zmian w tym zakresie pojawiały się stosunkowo rzadko (4%) i najczęściej towarzyszył im komentarz, że firma od początku działalności miała dostęp do Internetu.

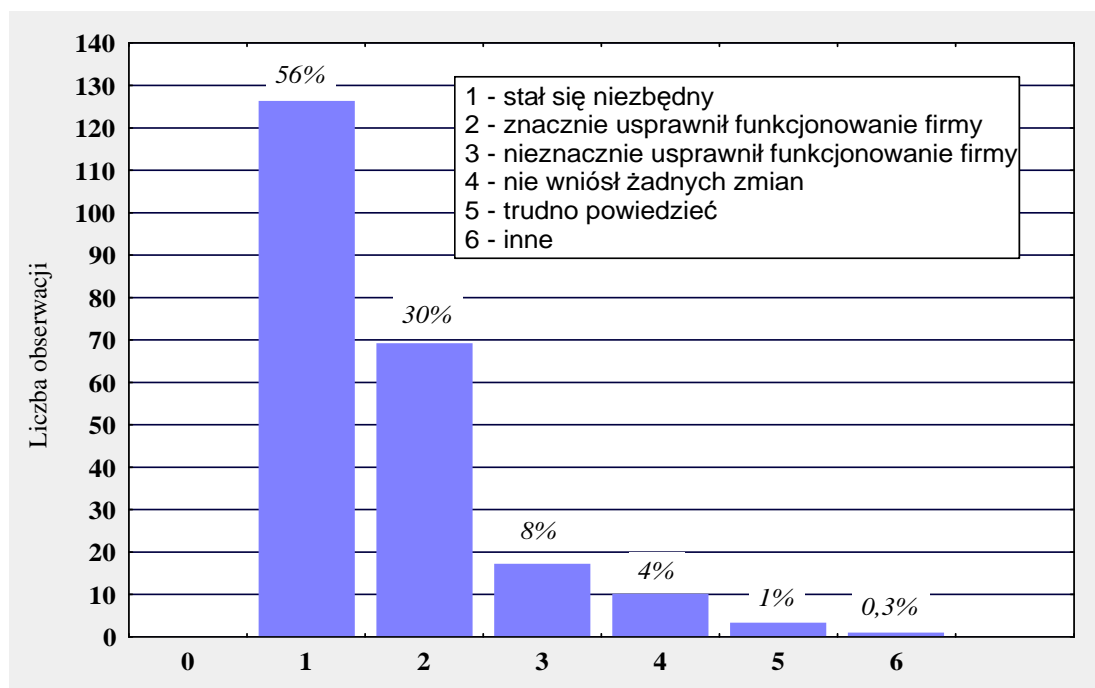
Ci respondenci, którzy skorzystali z opcji *Inne* (0,3%) stwierdzili, że z jednej strony Internet:

- pomógł nawiązać kontakty międzynarodowe oraz
- podniósł prestiż firmy,

zaś z drugiej spowodował:

- obniżenie zainteresowania pracą i
- wzrost zjawiska załatwianie spraw prywatnych w godzinach pracy

Zauważyć należy, że chociaż te negatywne skutki wprowadzenia Internetu były wyszczególniane przez badane firmy w województwie pomorskim rzadko, to w skali kraju (wszystkie firmy objęte badaniami) także znalazły swoje potwierdzenie. Świadczy to o tym, że wprowadzenie Internetu do firmy wyzwała nieraz naganne - z punktu widzenia zarządzania firmą - zachowania zatrudnionych. Występowanie takiego zjawiska nieraz jest przyczynia się do podjęcia przez kierownictwo decyzji o ograniczeniu indywidualnego dostępu do Internetu.

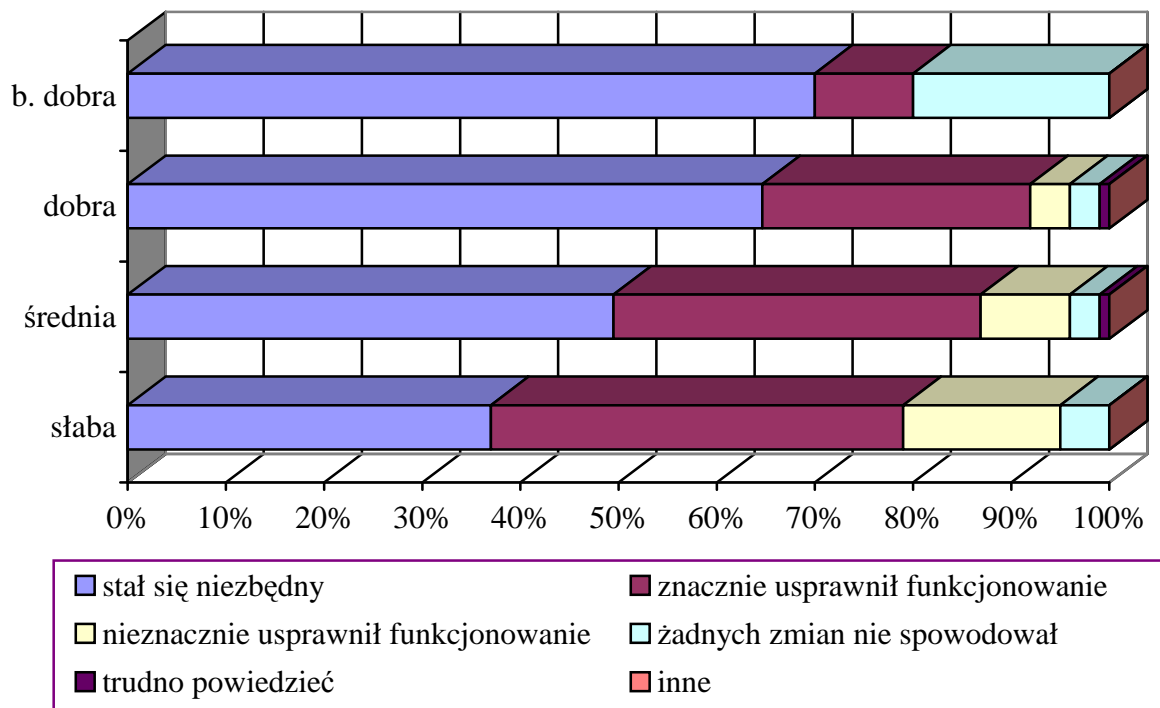


Rys. 20 Skutki wprowadzenia Internetu na funkcjonowanie firm

Oceny skutków wprowadzenia do firm Internetu – lub inaczej – postrzeganie roli Internetu w firmach w (statystycznie) istotny sposób skorelowane jest z kondycją finansową firm (*wsp. Pearsona: 0,21*).

Firmy biorące udział w badaniu, które określiły swoją kondycję finansową jako bardzo dobrą częściej niż pozostałe stwierdzały, że Internet stał się do ich funkcjonowania niezbędny. Jednocześnie w grupie takich firm częściej niż w pozostałych zdarzały się opinie, że Internet nie przyczynił się w żaden sposób do zmiany działania, co prawdopodobnie wynika z tego, że sporo takich firm od początku funkcjonowania korzysta z Internetu. Firmy o słabej kondycji finansowej stosunkowo częściej niż pozostałe wyrażały opinie, że wprowadzenie Internetu w znacznym stopniu poprawiło ich działanie lub miało na to niewielki wpływ.

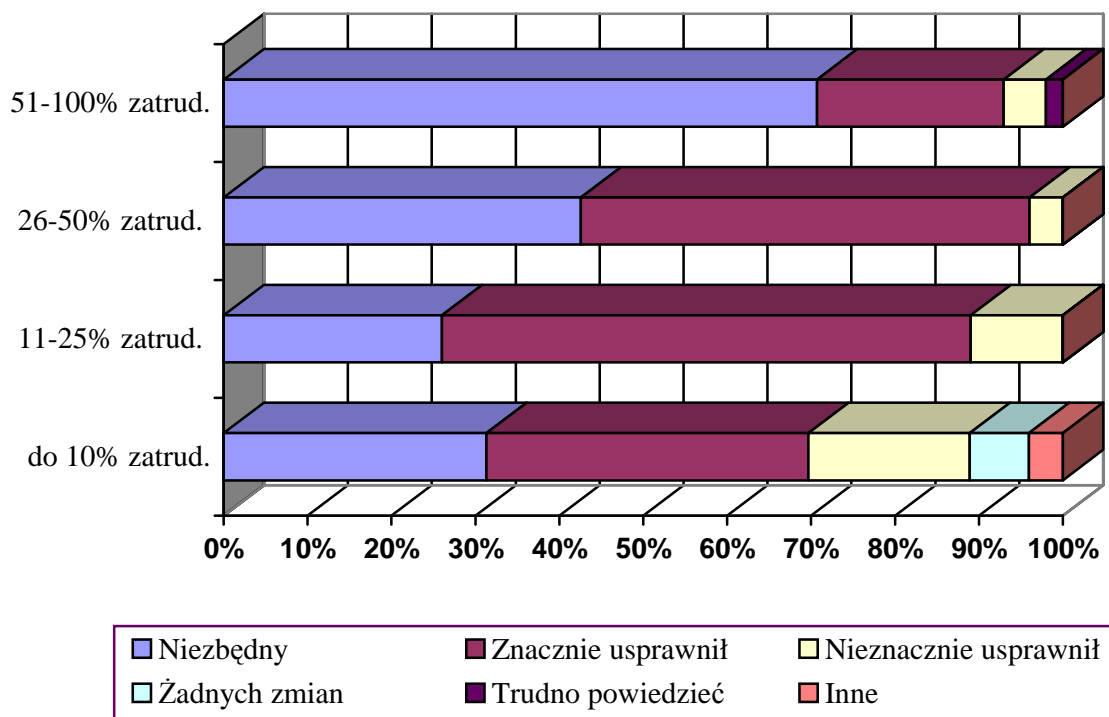
Widać, że dla firm osiągających lepsze wyniki ekonomiczne znaczenie posiadania dostępu do Internetu dla prowadzenia działalności jest większe niż w przypadku firm słabszych. Im lepsza kondycja finansowa tym częściej zdarza się, że Internet jest niezbędny do funkcjonowania firmy. Przyczyną tego być może jest to, że firmy w lepszej sytuacji ekonomicznej po części swój sukces osiągają dzięki umiejętności takiej organizacji pracy, by wspomagało to osiąganie zysków i potrafią w tym celu wykorzystać wszystkie możliwości, w tym i Internet.



Rys. 21 Wpływ wprowadzenia Internetu na funkcjonowanie firm i kondycja finansowa firm

Dodatkowo, zbadanie korelacji *indywidualny dostęp pracowników do Internetu i skutki wprowadzenia Internetu* ujawniło, że między tymi zjawiskami istnieje istotna (statystycznie) zależność i jest to związek silniejszy niż uprzednio wymieniony (*wsp. Pearsona: -0,32*).

Im większa dostępność do Internetu tym bardziej dostrzegany jest jego wpływ na funkcjonowanie firmy. Opinia, iż Internet jest niezbędny do prowadzenia firmy najczęściej występuje tam, gdzie ponad połowa zatrudnionych ma do niego dostęp, zaś najrzadziej w firmach, w których od 11% do 25% zatrudnionych korzysta z Internetu. Firmy z mniejszą dostępnością częściej niż z większą odczuwają tylko nieznaczny wpływ Internetu na swoje funkcjonowanie. Wydaje się, że - biorąc pod uwagę korzystanie zatrudnionych z Internetu - takim przełomowym momentem, który zmienia postrzeganie znaczenia Internetu z punktu widzenia funkcjonowania firm jest zagwarantowanie dostępu do niego ponad 25% załogi. Od takiej dostępności obserwuje się spadek częstości występowania stwierdzeń, że Internet: znacznie poprawił działanie firmy, nieznacznie poprawił działanie firmy lub nie wniósł żadnych zmian na korzyść opinii, że Internet stał się niezbędny do funkcjonowania firmy.



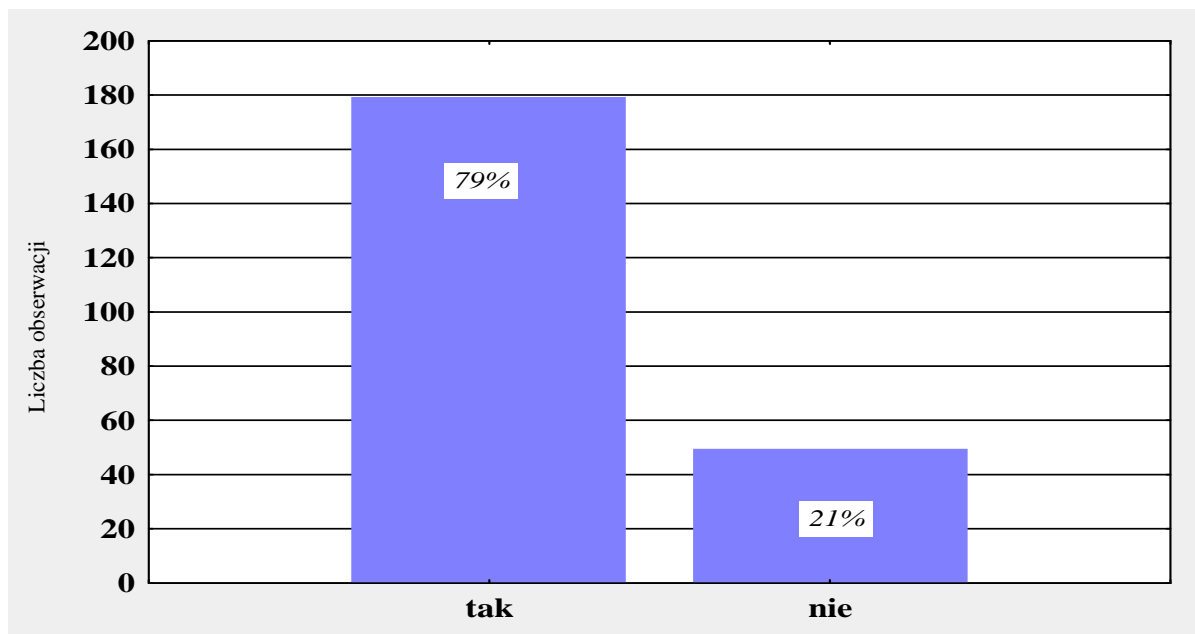
Rys. 22 Skutki wprowadzenia Internetu i dostęp zatrudnionych do Internetu

3.4 Firmowe strony WWW

Wszystkie firmy biorące udział w badaniu to użytkownicy Internetu. Oznacza to, że każda z nich korzysta z Internetu, lecz nie oznacza to (automatycznie), że każda z nich z tego tytułu posiada – lub inaczej – utrzymuje swoją stronę WWW. Uzyskane statystyki ujawniają – między innymi - w jakim stopniu firmy z takiej możliwości korzystają, a jeśli nie, to czy planują w przyszłości to zmienić.

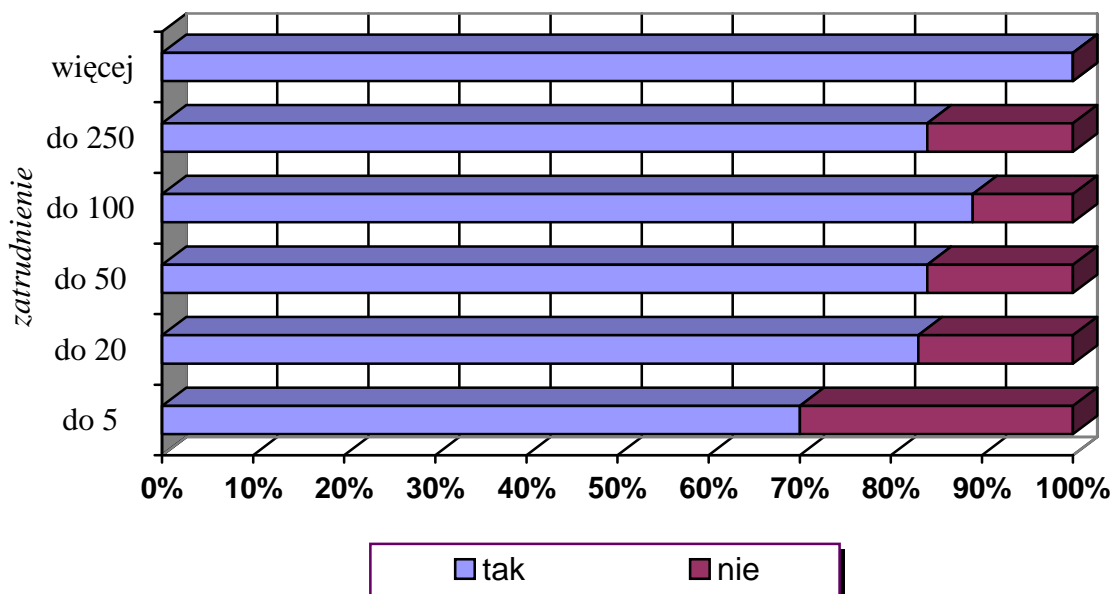
3.4.1 Posiadanie strony WWW

Okazuje się, że idea utrzymywania własnych stron internetowych jest wśród firm popularna. Świadczą o tym rozkłady odpowiedzi na pytania o posiadanie firmowej strony WWW lub planowanie jej utworzenia. Posiadanie firmowej strony WWW potwierdziła większość badanych firm (79%).



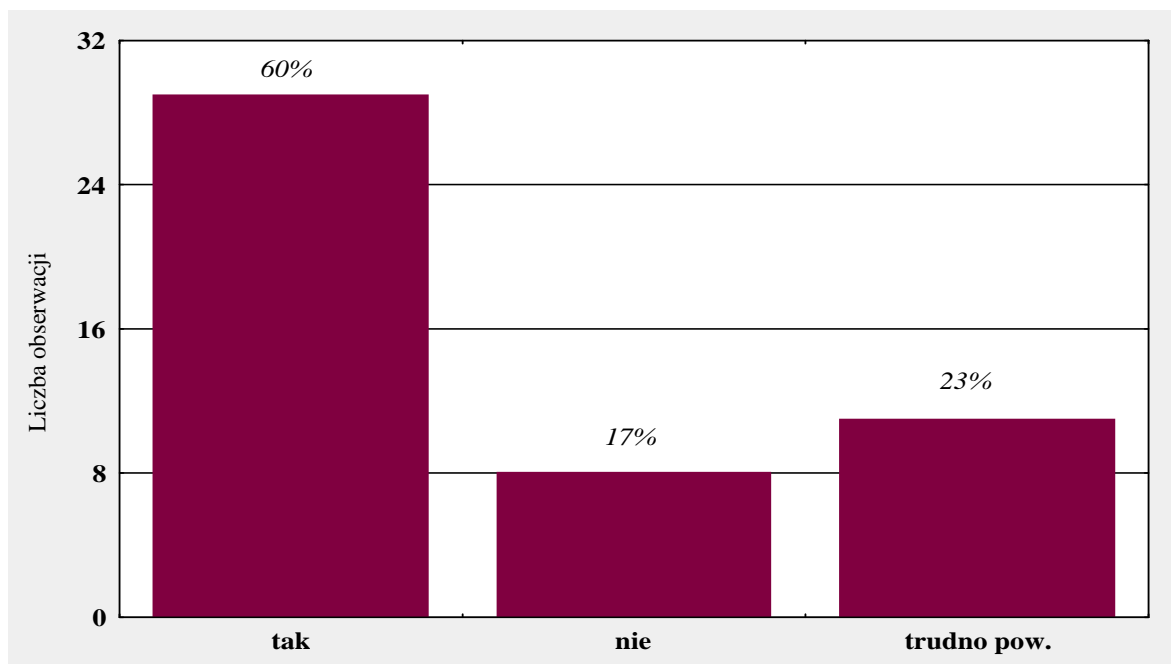
Rys. 23 Utrzymywanie przez firmy stron WWW

Utrzymywanie firmowych stron WWW w (statystycznie) istotny sposób jest skorelowane z wielkością firm (*wsp. Pearsona: -0,20*). Wszystkie badane firmy, które zatrudniają powyżej 250 osób potwierdziły posiadanie stron WWW. Wśród firm pozostałych, zatrudniających powyżej 5 osób, poziom posiadania stron WWW mieści się w granicach od 83% (zatrudnienie do 20 osób) do 89% (zatrudnienie 51–100 osób). Firmy bardzo małe, posiadające mniej niż 5 pracowników stosunkowo najrzadziej potwierdzały utrzymywanie internetowej strony (69%) i jest to w stosunku do firm większych różnica znacząca.



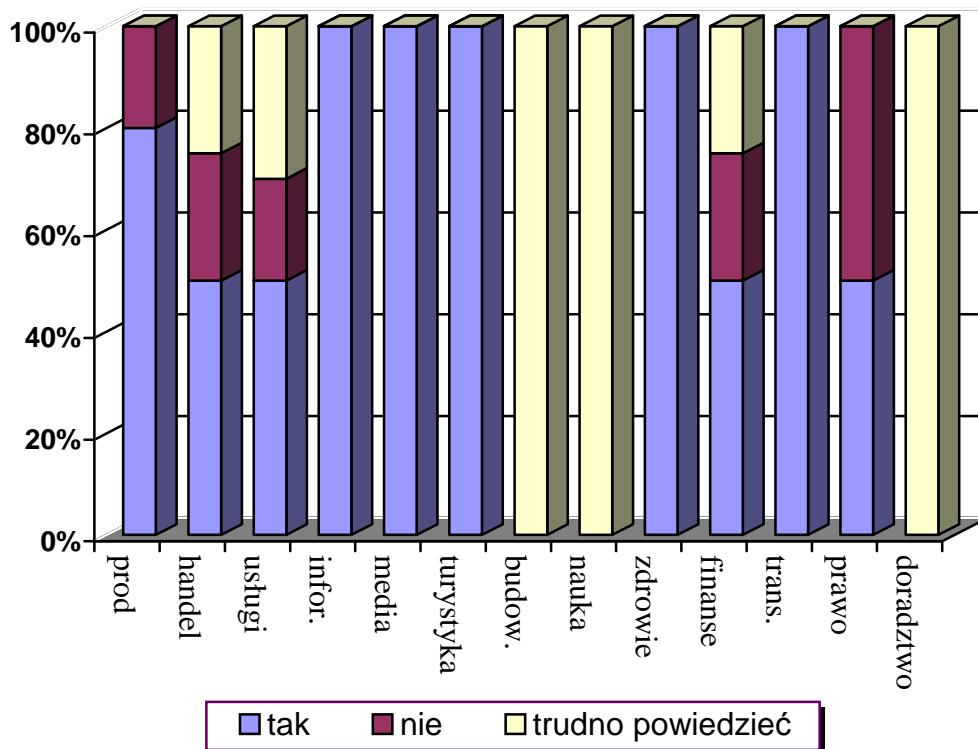
Rys. 24 Utrzymywanie stron WWW i wielkość firm

Większość badanych firm, które nie posiadają własnych stron internetowych, planuje je utworzyć (60%). Dość duża grupa takich firm nie ma jeszcze na ten temat wyrobionego zdania (23%) lub odrzuca możliwość założenia w najbliższym czasie firmowej strony WWW (17%).



Rys. 25 Istnienie planów utworzenia firmowej strony WWW

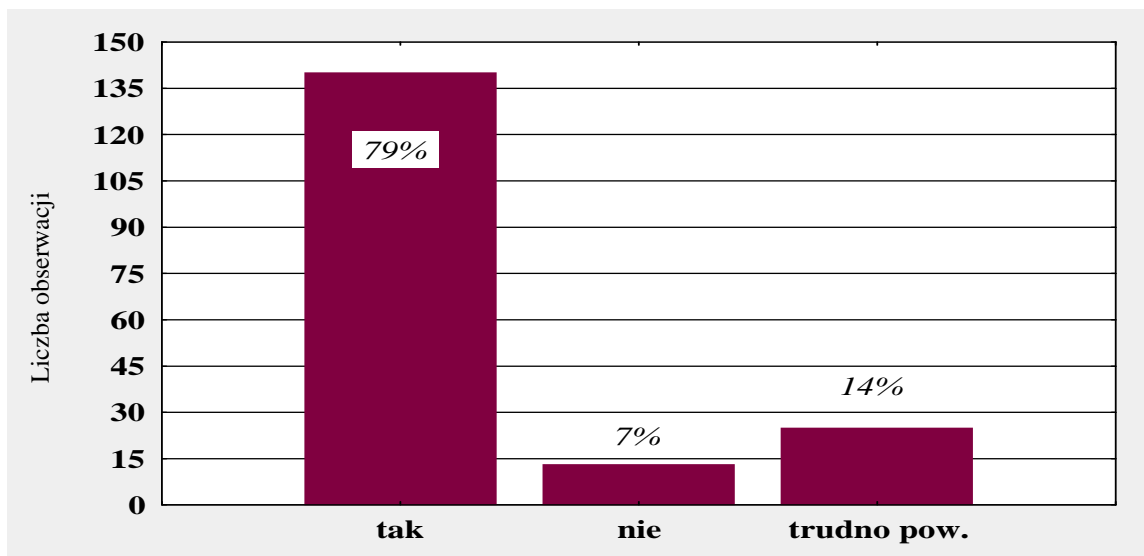
Na zamiar utworzenia firmowej strony internetowej (statystycznie) znaczący wpływ ma podstawowa dziedzina działalności firm (*wsp. Pearsona: 0,31*). Wszystkie firmy działające w obszarach informatyki, mediów, turystyki i ochrony zdrowia posiadają takie plany. Wśród pozostałych stosunkowo najczęstszy brak takich zamiarów wystąpił w grupie firm zajmujących się prawem (50%). Rozkład uzyskanych odpowiedzi od firm budowlanych i zajmujących się doradztwem oraz instytucji naukowych, świadczy o wysokim poziomie niezdecydowania.



Rys. 26 Istnienie planów utworzenia firmowej strony WWW i dziedzina działalności

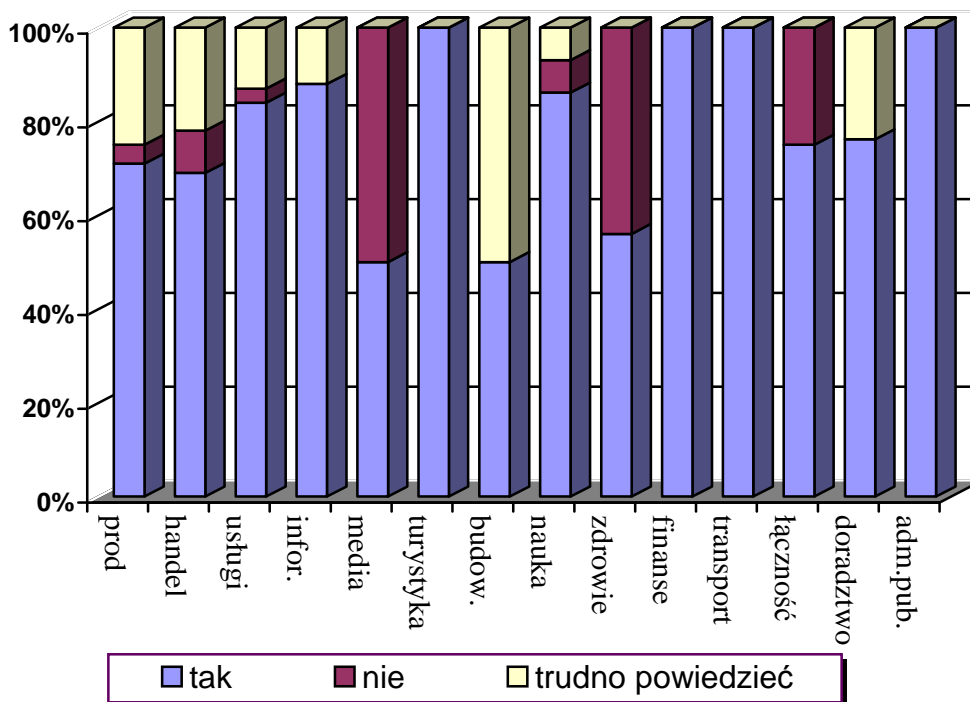
3.4.2 Zadowolenie z funkcjonowania firmowych stron WWW

Firmy posiadające strony internetowe w większości (79%) są zadowolone z ich funkcjonowania - tylko niewielka część firm wyraziła swoje niezadowolenie (7%). Nie miało na ten temat wyrobionego zdania 14% respondentów utrzymujących strony WWW.



Rys. 27 Zadowolenie z funkcjonowania firmowych stron WWW

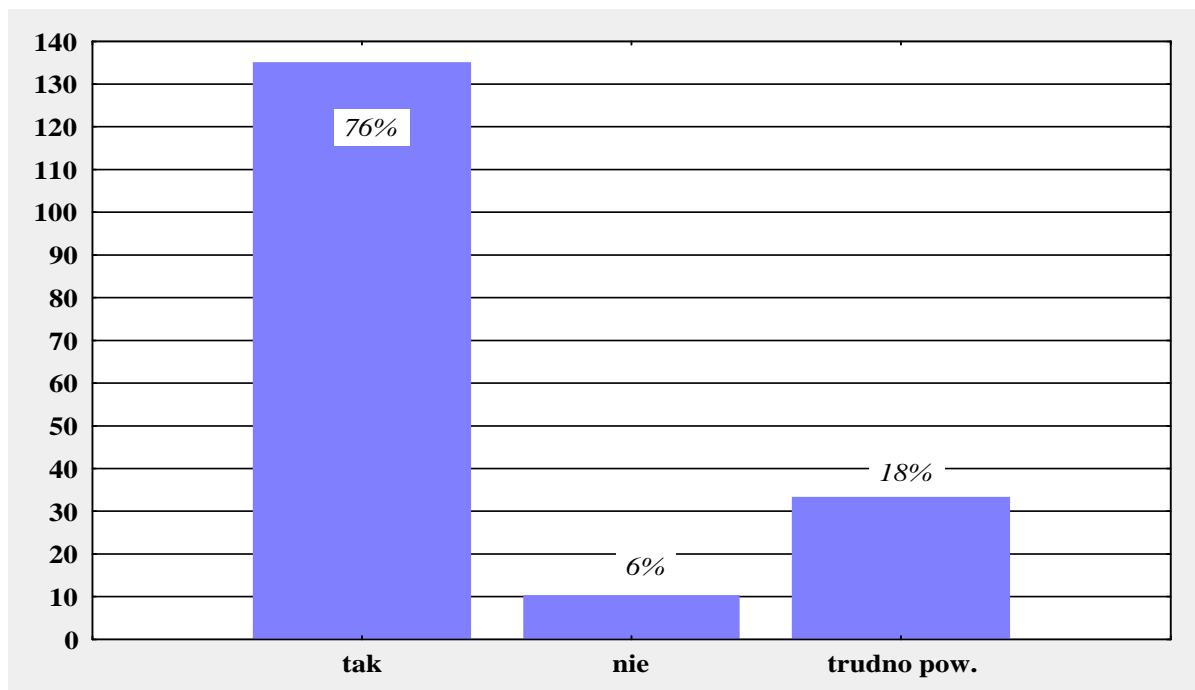
Wyrażone przez firmy opinie na temat funkcjonowania ich stron WWW są (statystycznie) istotnie skorelowane z dziedziną prowadzonej działalności (wsp. Pearsona: $-0,17$). Najczęściej zastrzeżenia do działania swoich stron wysuwały firmy związane z mediami (50%), zaś największe zadowolenie wykazały firmy turystyczne, finansowe, transportowe oraz administracja publiczna (po 100%). Stosunkowo najczęściej brak na ten temat wyrobionego zdania występował w grupie respondentów, którzy działają w budownictwie (50%).



Rys. 28 Zadowolenie z funkcjonowania firmowych stron WWW i dziedzina działalności

3.4.3 Korzyści z posiadania strony WWW

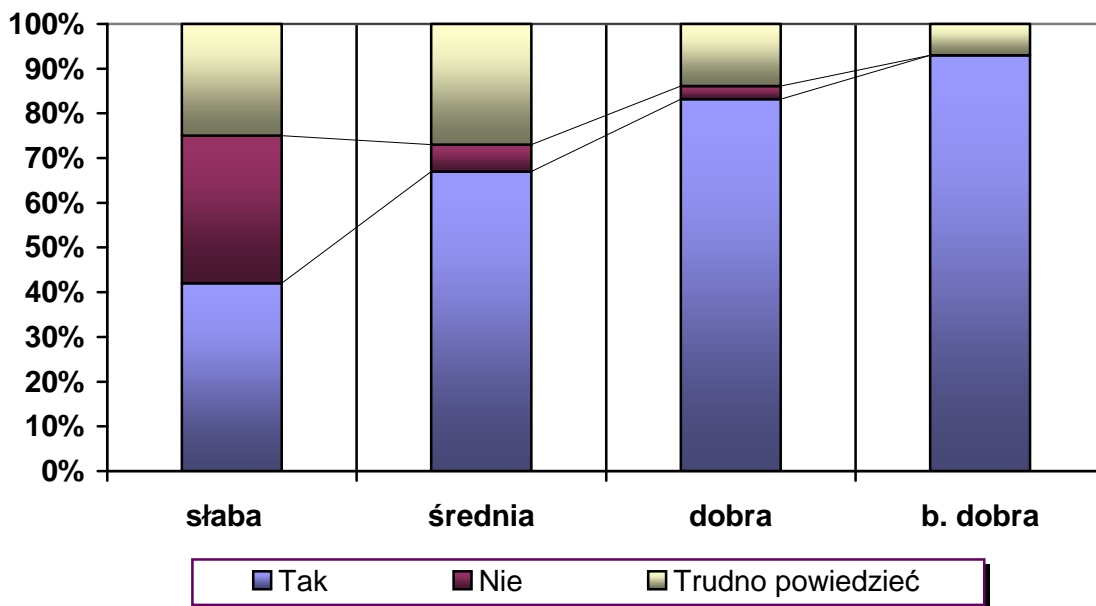
Większość firm, zapytana o czerpanie korzyści z posiadania stron WWW, odpowiedziała twierdząco (76%). Tylko niewielu firmom (6%) ich strony WWW nie przynoszą żadnych zysków. Zauważa się jednak, że w przypadku wyrażania przez respondentów opinii na ten temat nieco częściej (o 4 punkty procentowe) występuje brak zdecydowania niż w przypadku stwierdzeń odnośnie funkcjonowania tych stron.



Rys. 29 Stwierdzenia, czy utrzymywanie firmowej strony WWW daje korzyści

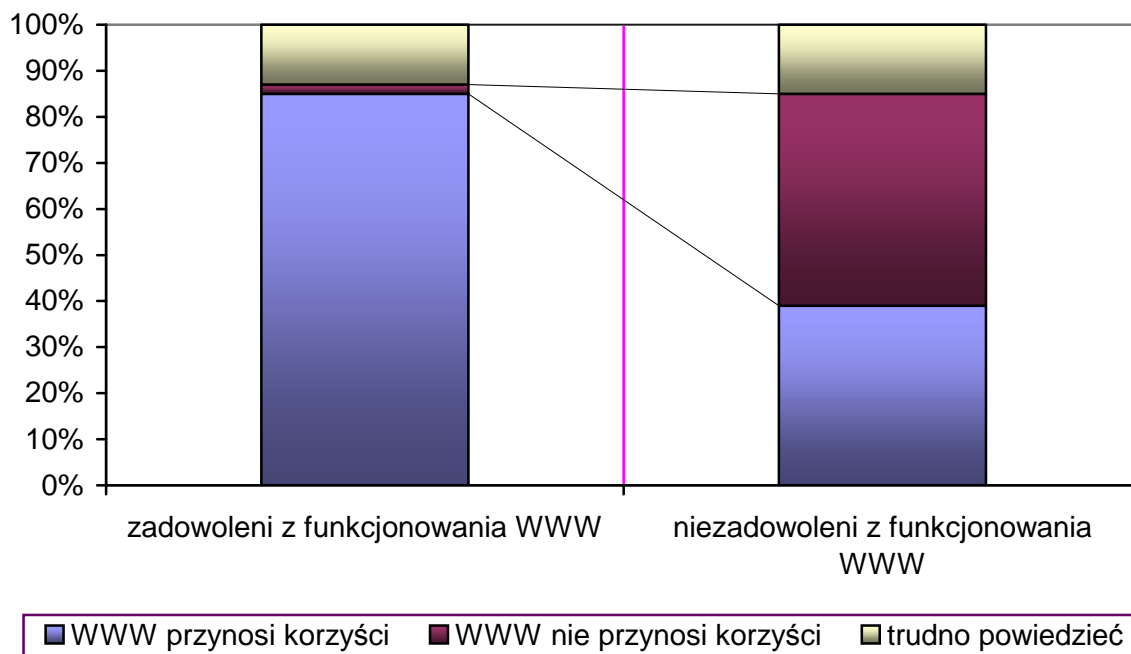
Czerpanie korzyści z posiadania stron WWW w (statystycznie) istotny sposób skorelowane jest z kondycją finansową firm (*wsp. Pearsona: 0,17*). Stwierdzono także silną (statystyczną) zależność między wyrażonym przez firmy zadowoleniem z funkcjonowania stron i ich ocenami odnośnie uzyskiwania korzyści z tytułu posiadania takich stron. (*wsp. Pearsona: 0,37*).

Firmy o lepszej kondycji finansowej częściej niż pozostałe czerpią korzyści z utrzymywania strony WWW. Najbardziej fakt odnoszenia korzyści z posiadania internetowej strony potwierdzały firmy o słabej kondycji (42%); częstość takich stwierdzeń wśród firm osiągających bardzo dobre wyniki ekonomiczne była znacznie wyższa (93%). Część firm nie potrafi tego ocenić. Najczęściej dotyczy to firm o słabej i średniej kondycji finansowej. Firmy w lepszej sytuacji ekonomicznej są bardziej zdecydowane w stwierdzeniach, czy z tytułu posiadania strony WWW odnoszą korzyści czy nie.



Rys. 30 Stwierdzenia, czy utrzymywanie strony WWW daje korzyści i kondycja finansowa firm

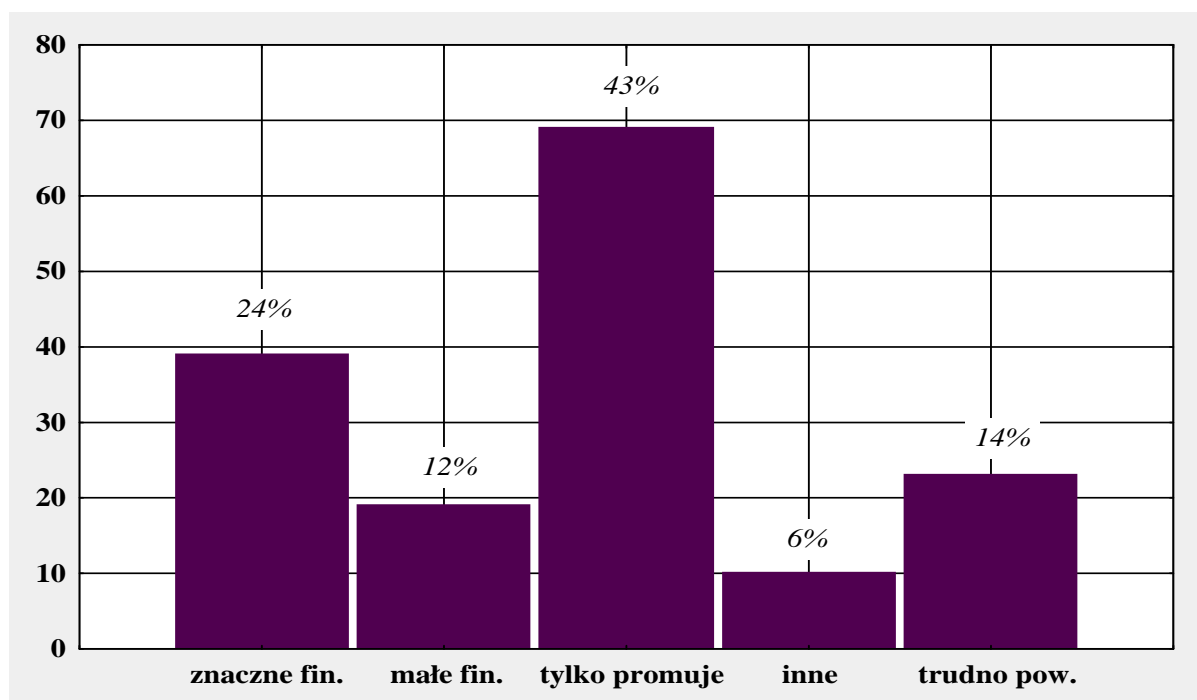
Wśród firm, których utrzymywane strony WWW funkcjonują w zadawalający sposób częstość stwierdzeń, że przynoszą im one korzyści wyniosła 85% i była znacząco wyższa niż wśród pozostałych. Prowadzi to do wniosku, że ważnym czynnikiem uzyskiwania ze strony WWW korzyści jest jej dobra organizacja i założona funkcjonalność.



Rys. 31 Korzyści z utrzymywania firmowych stron WWW wg zadowolenia z funkcjonowania tych stron

Wśród korzyści, jakie odnoszą firmy z posiadaniu stron WWW, pierwsze miejsce zajmuje promocja, bez widocznych zysków finansowych (43%). To, że dzięki utrzymywaniu strony WWW firma odnosi znaczne korzyści finansowe potwierdziło 24% badanych użytkowników Internetu, a do nieznacznych „przyznało się” 12%. Pewna część respondentów (6%) wyszczególniała jeszcze inne rodzaje korzyści. Najczęściej wskazywano, że firmowa strona WWW:

1. usprawnia przekazywanie informacji,
2. stanowi ułatwienie dla klienta,
3. ułatwia zdobywanie klientów,
4. stanowi pomoc w nawiązaniu współpracy,
5. podnosi wiarygodność firmy.



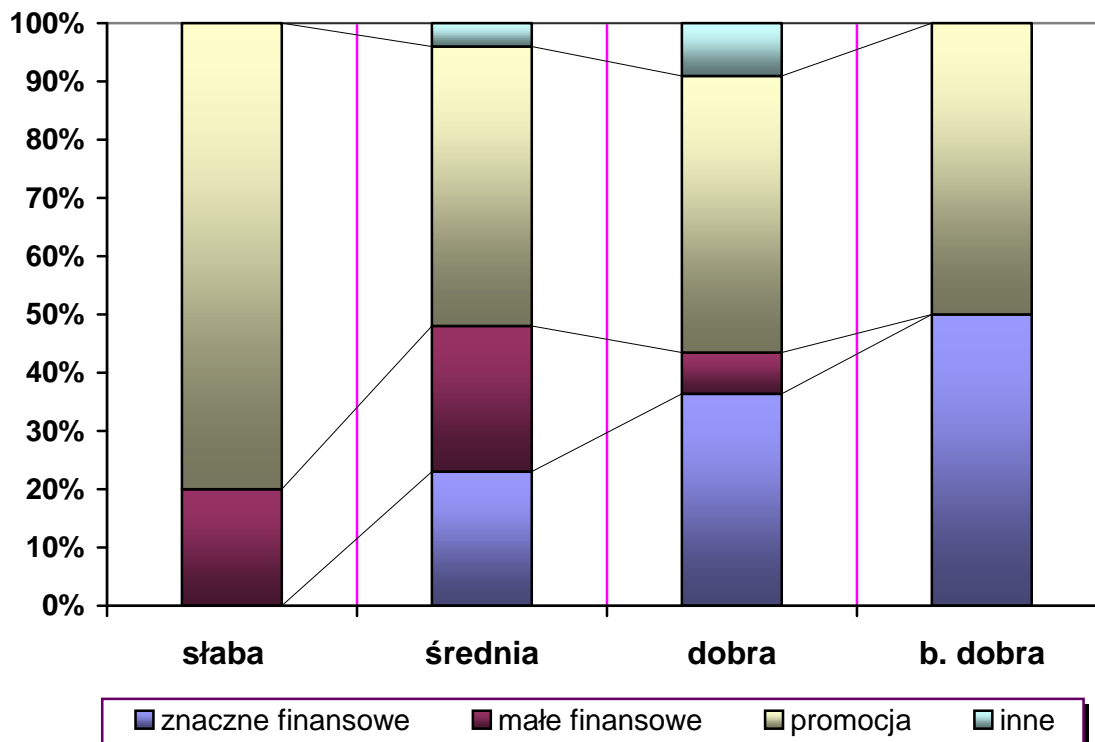
Rys. 32 Rodzaj korzyści z utrzymywania firmowej strony WWW

To, jakie korzyści czerpią firmy ze swoich internetowych stron w (statystycznie) istotny sposób skorelowane jest z ich kondycją finansową (*wsp. Pearsona: 0,19*), a także statusem miejscowości, w której firmy działają (*wsp. Pearsona: -0,16*).

Do reklamy i promocji najczęściej wykorzystują swoje strony internetowe firmy ekonomicznie słabe. Równocześnie żadna badana firma z tej grupy nie potwierdziła, że strona WWW przyczynia się do uzyskiwania znacznych zysków finansowych. Jeśli firmy takie osiągają korzyści finansowe z tytułu posiadania strony WWW, to są one nieznaczne. Znaczne zyski finansowe dzięki stronom WWW zdarzają się firmom w lepszej kondycji, w tym stosunkowo najczęściej ma to miejsce w tych, które osiągają bardzo dobre wyniki ekonomiczne.

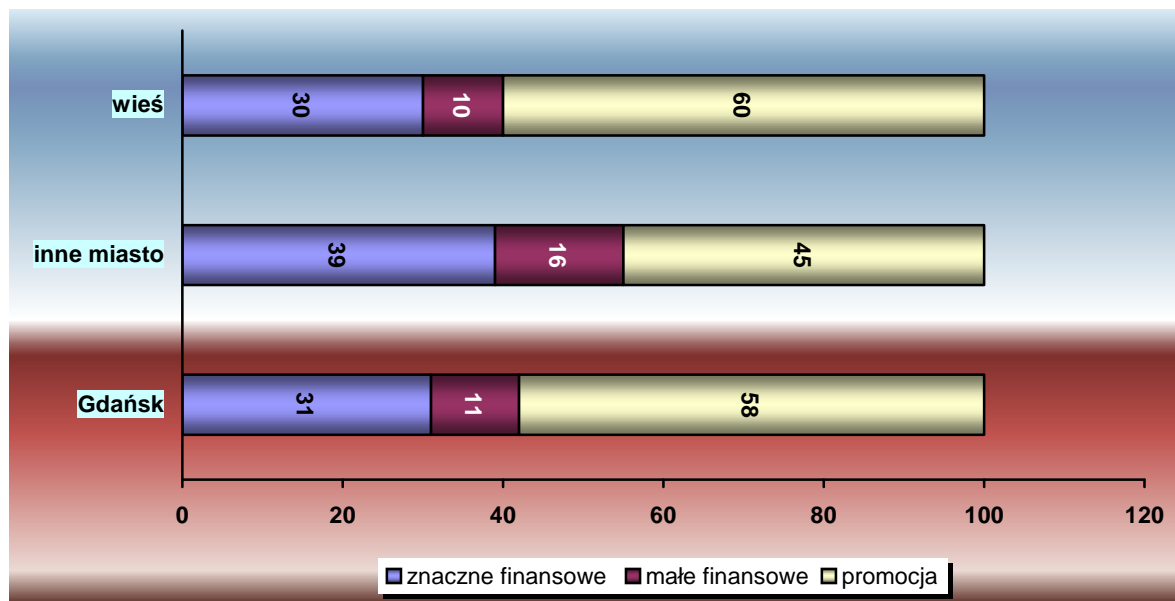
Na podstawie wypowiedzi ankietowanych można wysnuć ogólny wniosek, że poprawie kondycji finansowej biznesowych użytkowników Internetu często towarzyszy zmiana organizacji ich firmowych stron WWW tak, aby ich utrzymywanie przynosiło nie tylko korzyści promocyjne, ale generowało także dodatkowe zyski finansowe. Oczywiście ma

to tylko odniesienie jedynie do tych podmiotów, których działanie nastawione jest wyłącznie na zysk (np. organizacje typu non-profit posiadają inne priorytety). Firmy finansowo słabsze lub instytucje niedochodowe najczęściej odnoszą korzyść z posiadania takiej strony internetowej przez wykorzystanie jej funkcjonalności do autoprezentacji i/lub skutecznej promocji swoich produktów bądź usług.



Rys. 33 Rodzaj korzyści z utrzymywania firmowej strony WWW i kondycja finansowa firm

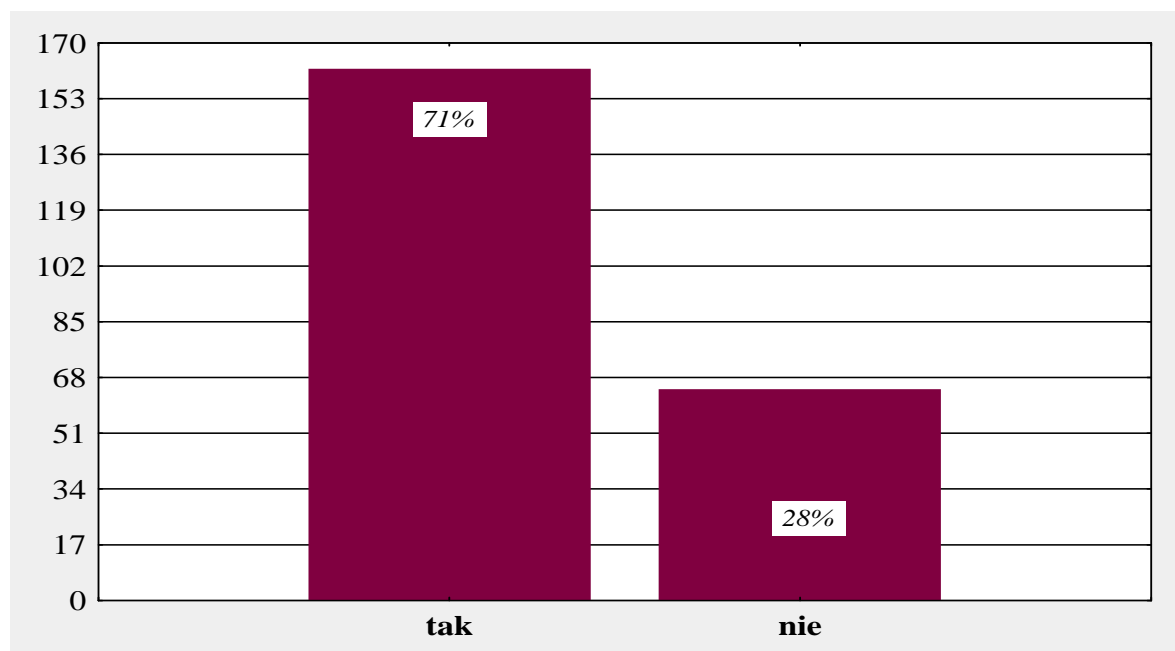
Stosunkowo najczęściej korzyści promocyjne z utrzymywania internetowych stron WWW, bez widocznych zysków finansowych, potwierdzały firmy z ośrodków wiejskich, chociaż przewaga częstości potwierdzeń tego rodzaju korzyści w stosunku do stwierdzeń firm działających w Gdańsku nie jest duża. Na zyski finansowe stosunkowo najczęściej wskazywały firmy ulokowane w miejscowościach innych niż Gdańsk. Należy jednak pamiętać, że w grupie takich firm znalazły się także te, które działają w pozostałych miastach zaliczanych do Trójmiasta, co w pewien sposób rzutuje na otrzymane statystyki.



Rys. 34 Rodzaj korzyści z utrzymywania firmowej strony WWW wg statusu miejscowości działania (w %)

3.5 Indywidualne adresy poczty elektronicznej

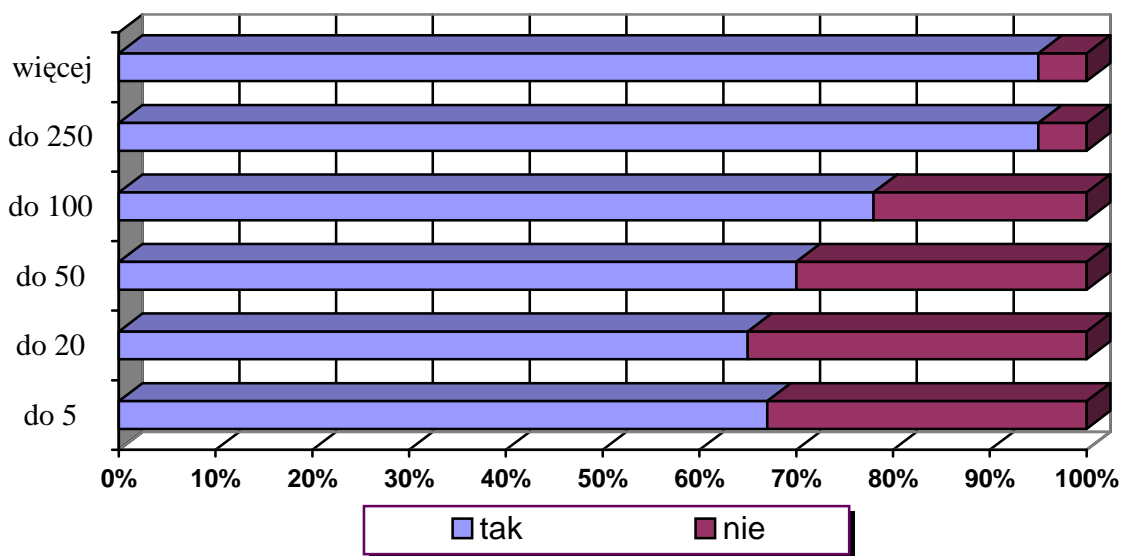
Wszystkie badane firmy posiadają adresy poczty elektronicznej i większość z nich (71%) przydzieliła swoim pracownikom do użytku służbowego indywidualne adresy e-mail.



Rys. 35 Czy pracownicy mają dostęp do poczty elektronicznej?

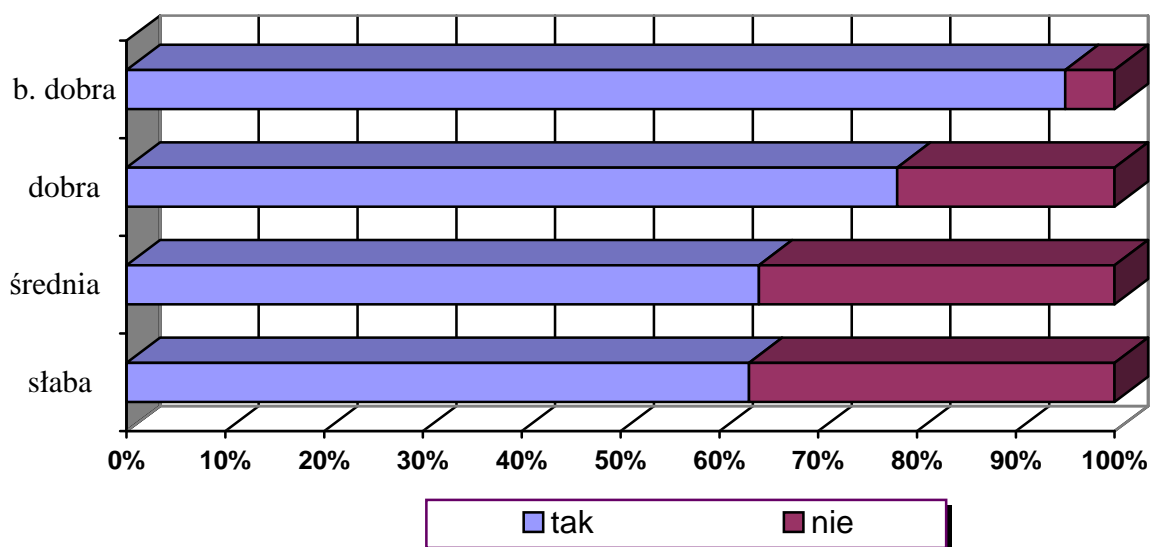
Na to, czy pracownicy korzystają z indywidualnych adresów e-mail, przydzielonym im służbowo, najsilniejszy (statystycznie) istotny wpływ mają: wielkość firm (*wsp. Pearsona: -0,20*) i ich kondycja finansowa (*wsp. Pearsona: 0,22*).

Indywidualny dostęp do poczty elektronicznej częściej umożliwiają swoim pracownikom firmy większe. Częstość takiego postępowania wyraźnie wzrasta po przekroczeniu zatrudnienia 100 osób i dalej utrzymuje się na zbliżonym poziomie.



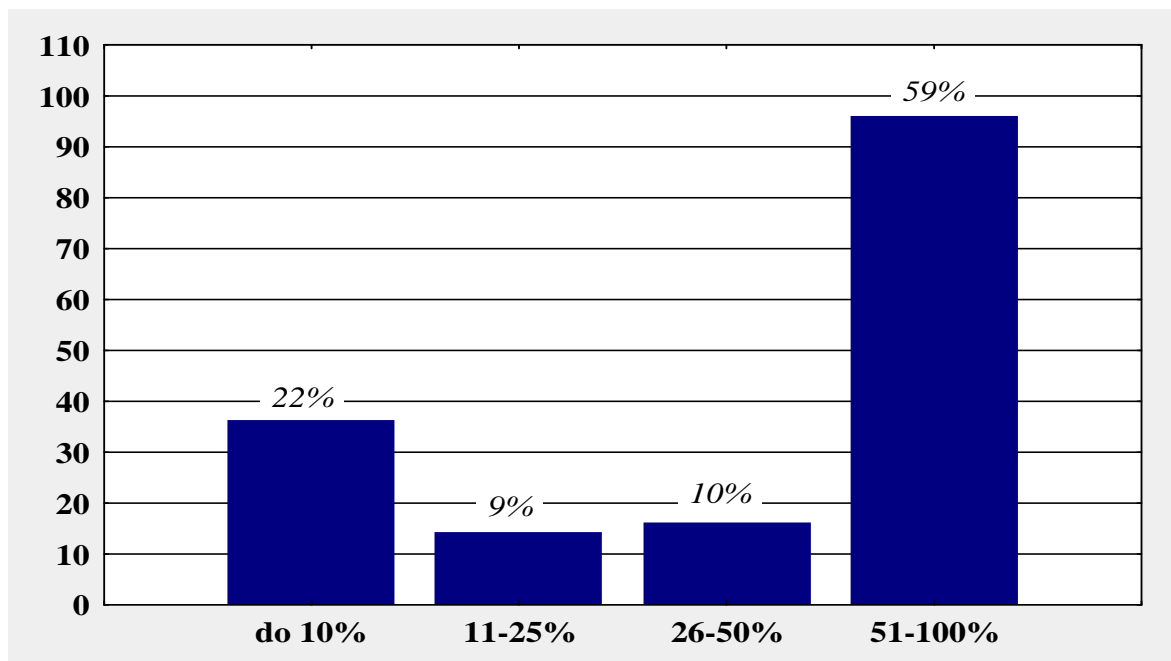
Rys. 36 Dostęp pracowników do poczty elektronicznej wg wielkości firm

Firmy o dobrej i bardzo dobrej kondycji finansowej częściej niż słabsze przydzielają pracownikom indywidualne adresy poczty elektronicznej.



Rys. 37 Dostęp pracowników do poczty elektronicznej wg kondycji finansowej firm

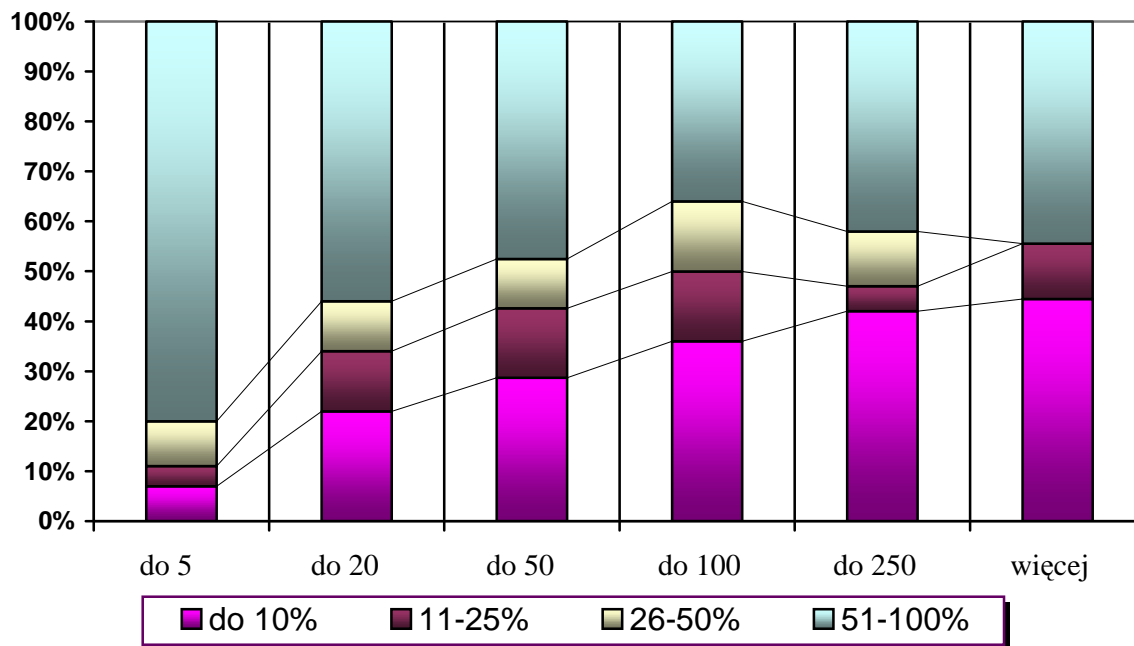
Firmy przydzielają swoim pracownikom adresy e-mail w różnym stopniu. Najczęściej indywidualny dostęp do poczty elektronicznej ma zapewniony ponad połowa pracowników (59%). Najrzadziej zdarza się dostęp pracowników do firmowej poczty elektronicznej określony przedziałem od 11% do 25% zatrudnionych (9%).



Rys. 38 Odsetek zatrudnionych posiadających adres e-mail

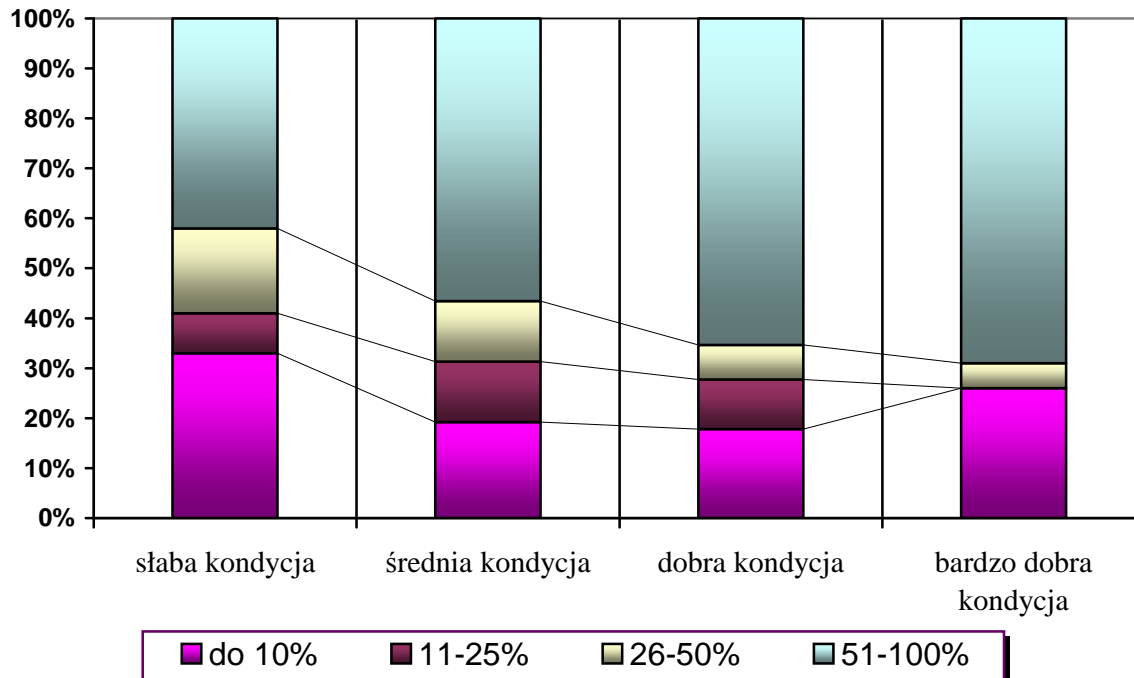
To, ilu pracowników posiada indywidualny służbowy e-mail w firmach w (statystycznie) istotny sposób skorelowane jest z takimi firmowymi atrybutami, jak: wielkość firmy (*wsp. Pearsona: -0,35*), kondycja finansowa (*wsp. Pearsona: -0,24*), status (*wsp. Pearsona: -0,27*) i wielkość miejscowości działania (*wsp. Pearsona: 0,33*).

Firmy mniejsze częściej niż większe udostępniają ponad połowie zatrudnionych indywidualny e-mail; tendencja taka utrzymuje się do wielkości określonej liczbą 100 pracowników. Mały, tylko 10-procentowy indywidualny dostęp do poczty elektronicznej najrzadziej zdarza się w firmach bardzo małych (do 5 pracowników), a najczęściej w firmach dużych, posiadających ponad 250 pracowników. To, że w firmach mniejszych indywidualna dostępność pracowników do poczty elektronicznej jest – ogólnie rzecz ujmując – większa niż w pozostałych, wynika między innymi z tego, że firmy małe oferują pracownikom częściej większy dostęp do komputerów (większy procent załogi korzysta z komputerów). Nie oznacza to, że w dużych firmach sytuacja pod tym względem jest „gorsza”. Po prostu w dużych firmach określony odsetek załogi nie korzysta ani z komputerów, ani z poczty elektronicznej ze względów czysto organizacyjnych – lub inaczej – podziału pracy. W firmach takich występuje często rozbudowana struktura, która zawiera stanowiska, na których korzystanie z poczty elektronicznej nie ma uzasadnienia.



Rys. 39 Odsetek zatrudnionych posiadających adres e-mail wg wielkości firm

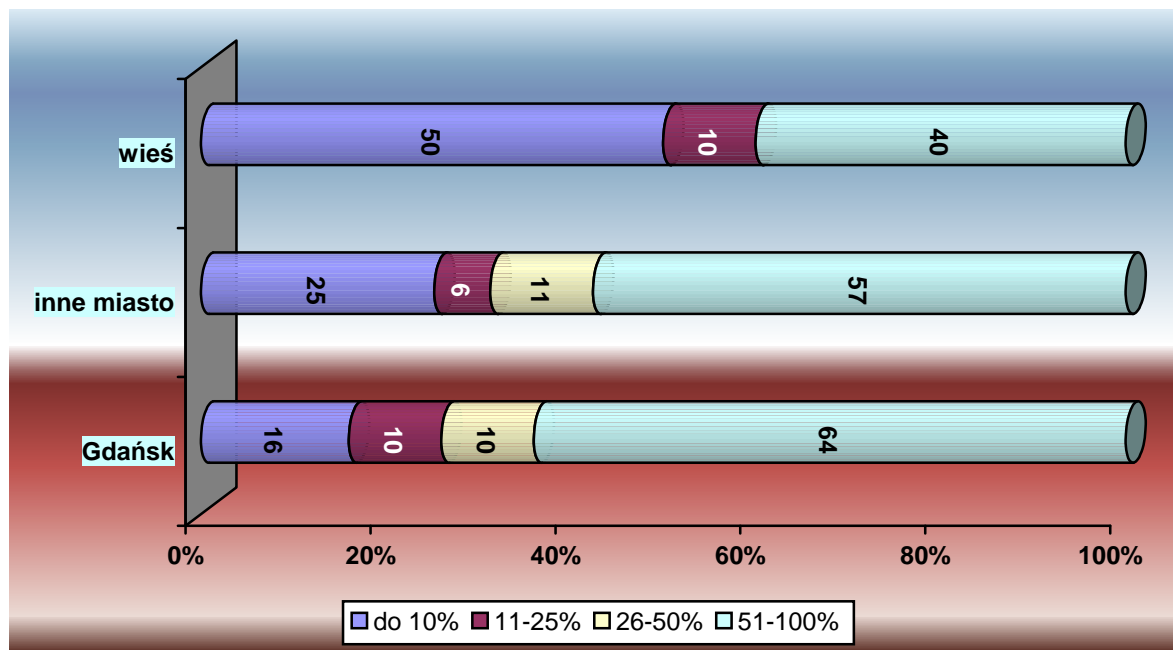
Rozpatrując uzyskane wyniki w kontekście kondycji finansowej respondentów, zauważa się, że w firmach uzyskujących lepsze wyniki częściej ponad 50% zatrudnionych indywidualnie korzysta z poczty elektronicznej.



Rys. 40 Odsetek zatrudnionych posiadających adres e-mail wg kondycji finansowej firm

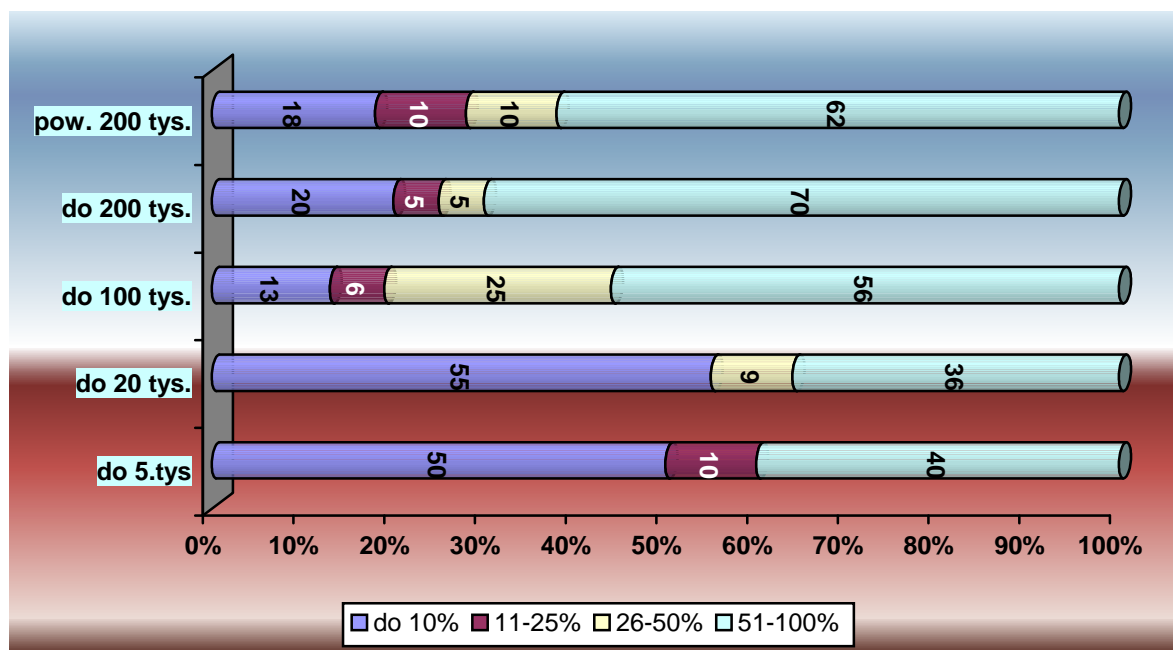
Badanie wykazało, że w „sytuacji uprzywilejowanej” pod względem indywidualnego dostępu do firmowej poczty elektronicznej są ci, którzy znaleźli zatrudnienie w firmach działających w Gdańsku. To, że ponad połowa pracowników posiada swoje adresy e-mail,

przydzielone im służbowo, potwierdziło 64% respondentów prowadzących swoje interesy w stolicy województwa pomorskiego. Taki duży pracowniczy, indywidualny do poczty elektronicznej narzędzie zdarza się w firmach działających na obszarach wiejskich, które z kolei częściej niż firmy z obszarów zurbanizowanych przydzielają adresy e-mail niewielkiej liczbie zatrudnionych (do 10% składu osobowego).



Rys. 41 Odsetek zatrudnionych posiadających adres e-mail wg statusu miejscowości

Firmy z miejscowości większych częściej udostępniają swoim zatrudnionym w szerszym zakresie indywidualne korzystanie z poczty elektronicznej. W miejscowościach mniejszych, do 5 tys. i od 5 do 20 tys. mieszkańców, działające tam firmy przydzielają indywidualne adresy e-mail raczej niechętnie, najczęściej na poziomie do 10% zatrudnionych. W miastach średnich (do 100 tys. mieszkańców) i większych sytuacja wyraźnie zmienia się na korzyść większych dostępności pracowników do poczty elektronicznej, w tym szczególnie na poziomie ponad połowy zatrudnionych. Uzyskane statystyki szczególnie wskazują na to, że udostępnianie przez firmy pracownikom możliwości indywidualnego korzystania z poczty elektronicznej w miejscowościach innych niż wsie lub Gdańsk jest mocno zróżnicowane, w zależności od wielkości tych miast.



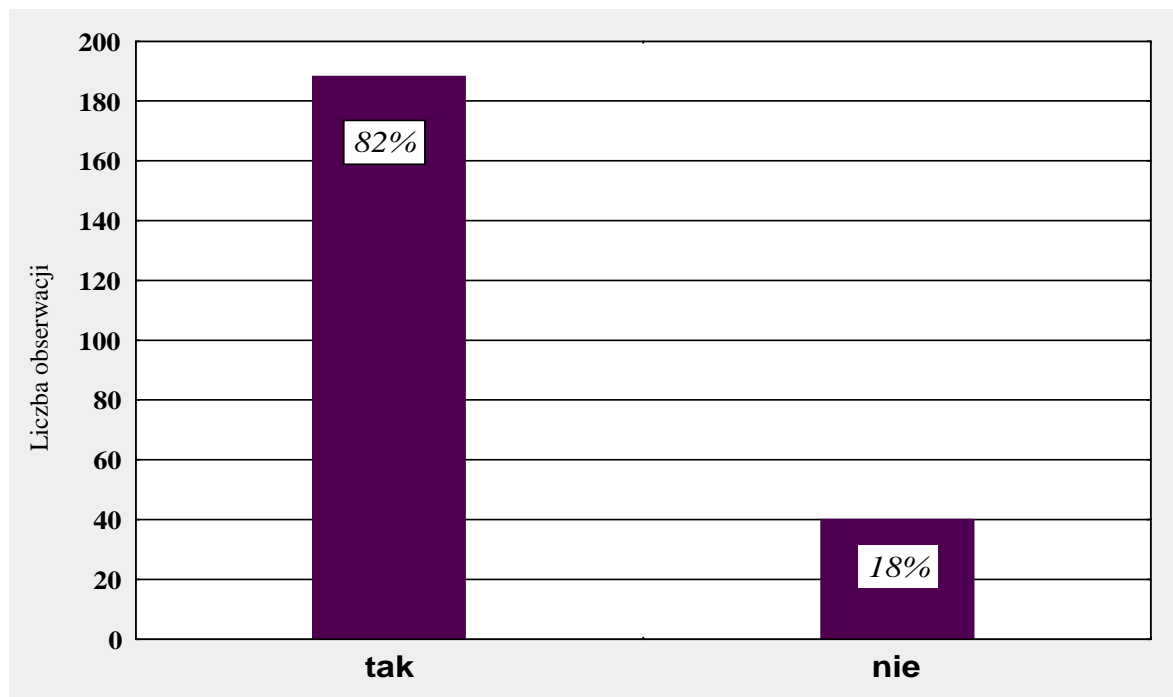
Rys. 42 Odsetek zatrudnionych posiadających adres e-mail wg wielkości miejscowości

4. Sposoby komunikacji

4.1 Telefonia komórkowa w firmie

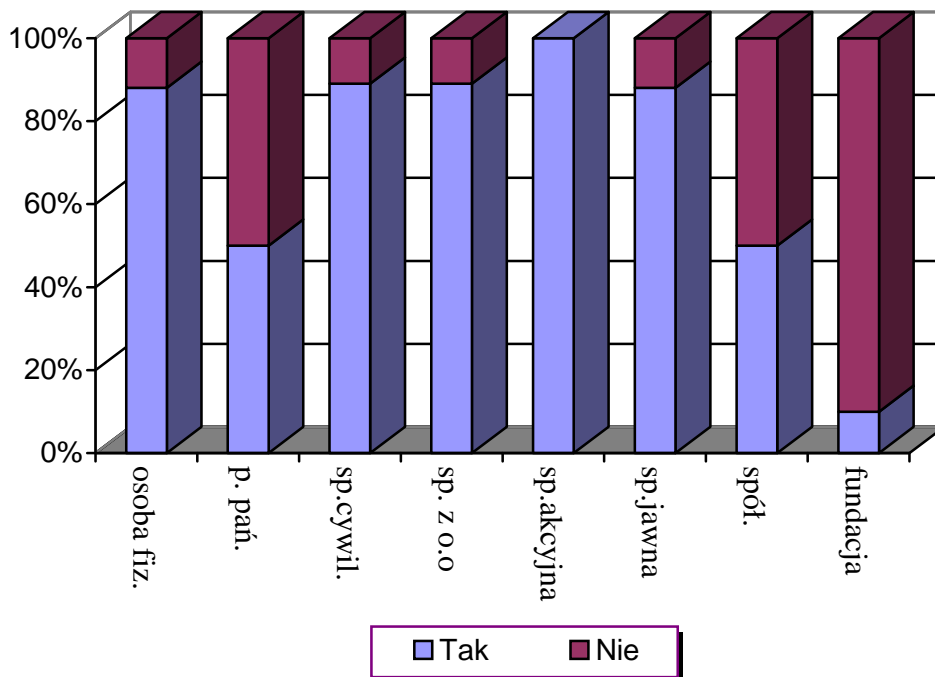
4.1.1 Używanie telefonii komórkowej

Z telefonii komórkowej korzysta większość badanych firmowych użytkowników Internetu - potwierdziło to 82% firm.



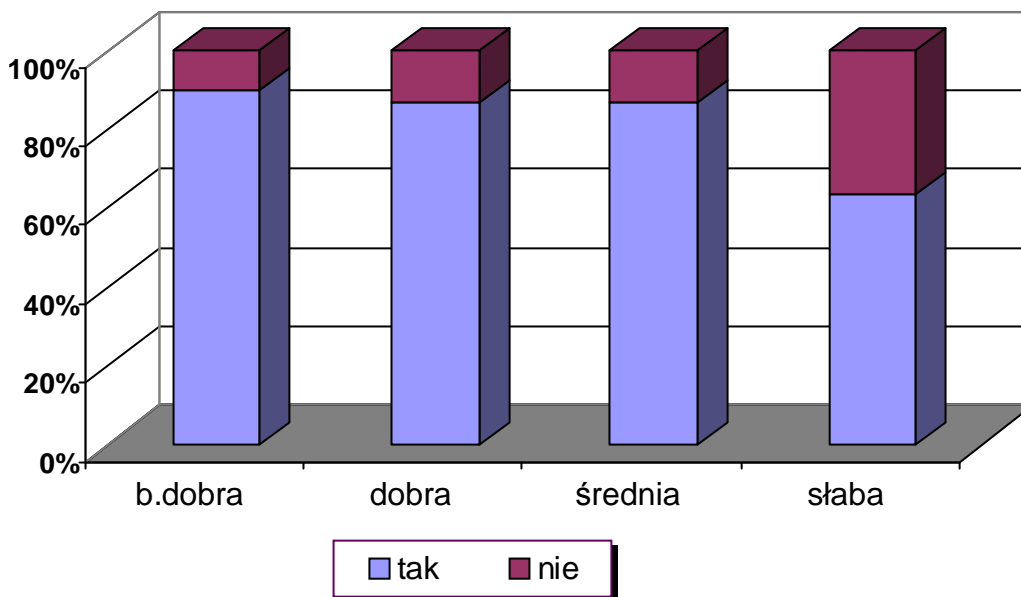
Rys. 43 Używanie w firmie telefonii komórkowej

Stwierdzono, że w województwie pomorskim na korzystanie z telefonii komórkowej (statystycznie) istotny wpływ ma status prawny firm (*wsp. Pearsona: 0,17*). Rozkład uzyskanych odpowiedzi na pytanie o używanie telefonii komórkowej, skategoryzowany statusem prawnym respondentów, ujawnia, że stosunkowo najczęściej z tego medium (89% i więcej) korzystają firmy sektora prywatnego (spółki, osoby fizyczne), zaś najrzadziej fundacje (10%). Na korzystanie z telefonów komórkowych wskazało 50% biorących udział w badaniu firm państwowych; taki sam poziom potwierzeń wystąpił wśród spółdzielni.



Rys. 44 Używanie w firmie telefonii komórkowej wg statusu prawnego

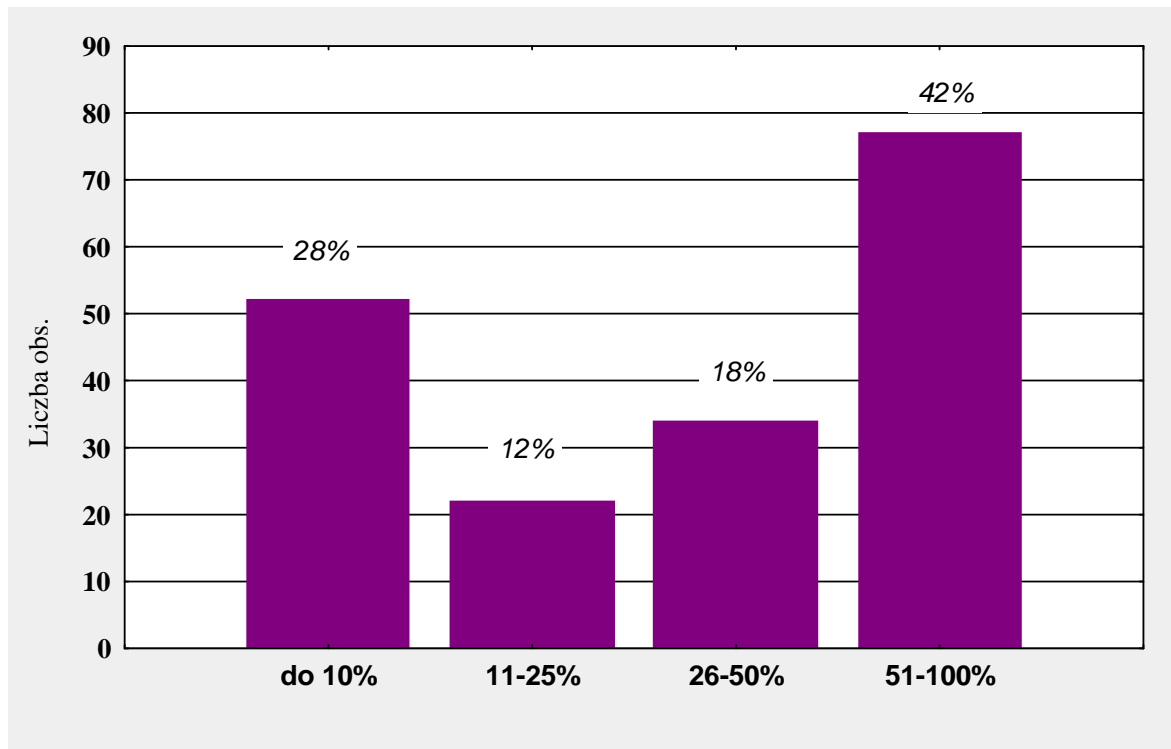
Używanie telefonii bezprzewodowej pozostaje także w istotnym związku z kondycją finansową firm (*wsp. Pearsona: 0,24*). Firmy o słabej kondycji finansowej wyraźnie rzadziej decydują się na używanie takiego sposobu komunikacji w stosunku do tych zakładów, które osiągają lepsze wyniki ekonomiczne



Rys. 45 Używanie w firmie telefonii komórkowej wg kondycji finansowej

4.1.2 Dostęp zatrudnionych do firmowej telefonii komórkowej

Firmy w różnym stopniu umożliwiają pracownikom - wyposażając ich w komórki - korzystanie z telefonii bezprzewodowej. Najczęściej ponad połowa zatrudnionych posiada służbowe komórki - taki stan rzeczy zadeklarowało 42% korzystających z telefonii komórkowej respondentów.

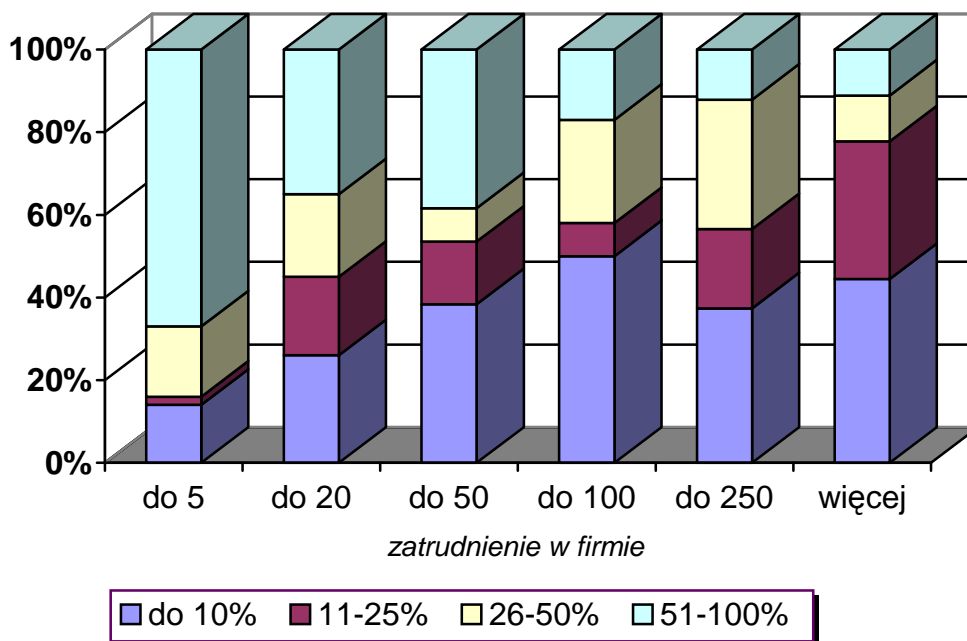


Rys. 46 Odsetek zatrudnionych wyposażonych w komórki

Na indywidualny dostęp pracowników do firmowej telefonii komórkowej (statystycznie) istotny wpływ ma wielkość firmy (*wsp. Pearsona: -0,36*).

Sytuacja, w której ponad połowa pracowników jest wyposażona w komórki najczęściej występuje w firmach bardzo małych, zatrudniających do 5 osób (67%); mniejsze indywidualne korzystanie z telefonii komórkowej w takich firmach ma stosunkowo rzadko miejsce. W firmach większych przypadki takie zdarzają się znacznie częściej.

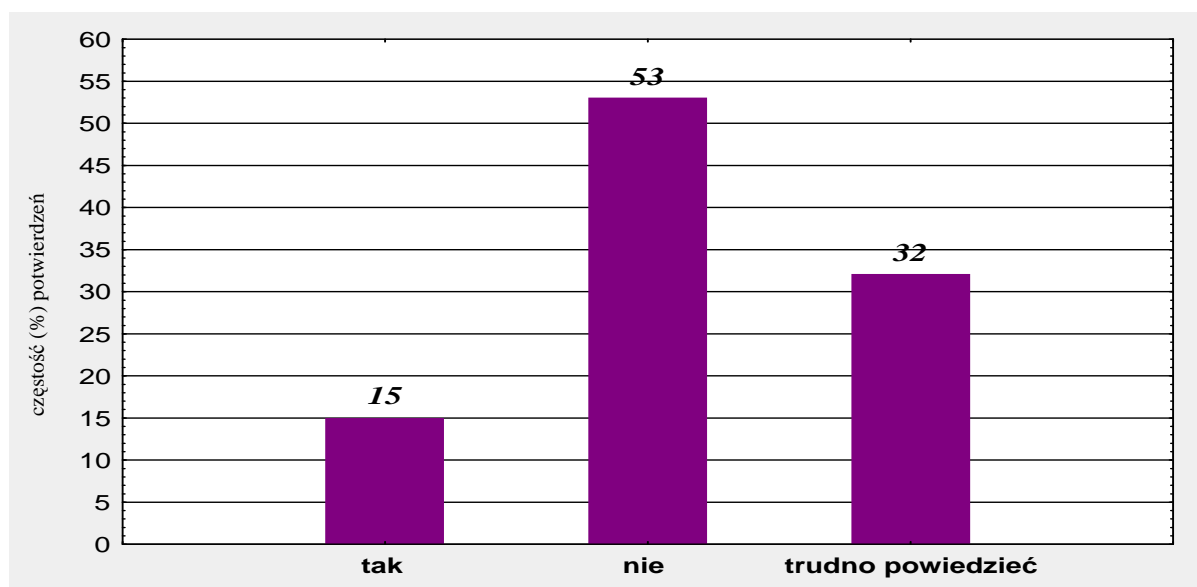
Najmniejsze wyposażenie w komórki, w przedziale do 10% zatrudnionych, stosunkowo najczęściej ma miejsce w firmach „średnich”, zatrudniających od 51 do 100 osób (50%).



Rys. 47 Odsetek zatrudnionych wyposażonych w komórki i wielkość firm

4.1.3 Plany wprowadzenia telefonii komórkowej

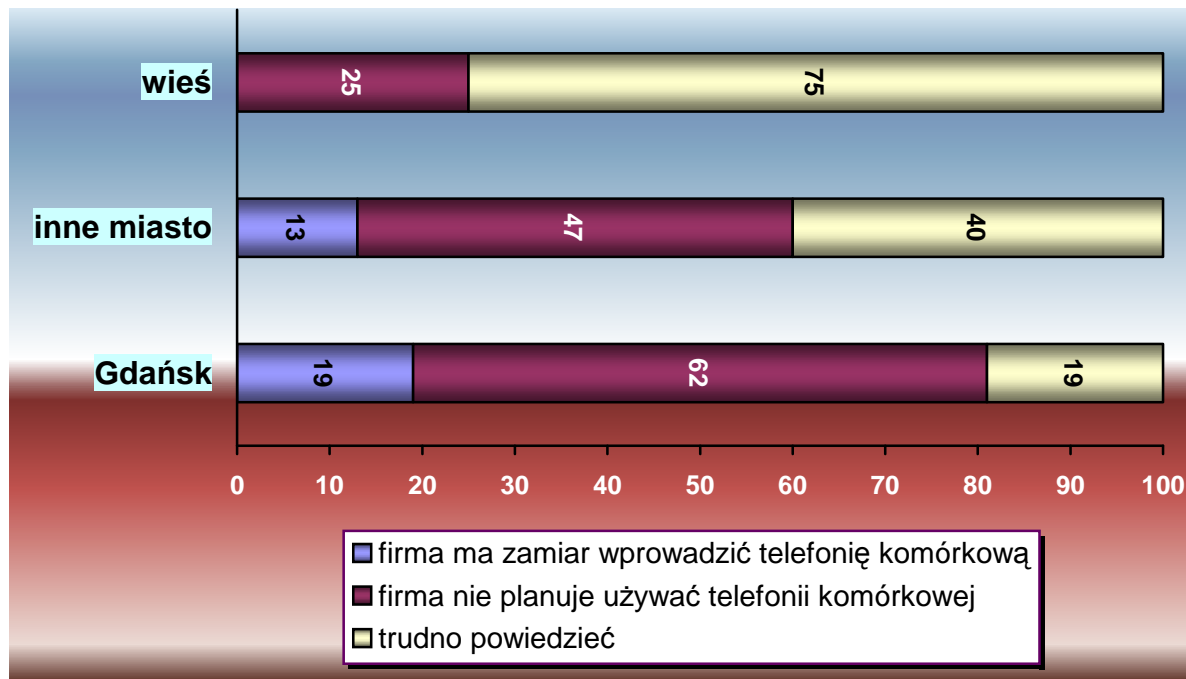
Firmy, które nie korzystają z telefonii komórkowej, zapytane o zamiar wprowadzenia komórek do służbowego użytku w najbliższej przyszłości, najczęściej odpowiadały, że nie mają takich planów (53%) lub nie miały jeszcze wyrobionego na ten temat zdania (32%). Tylko 15 % firm potwierdziło, iż rozważa taką możliwość.



Rys. 48 Istnienie planów używania telefonii komórkowej

Istnienie planów używania telefonii komórkowej w (statystycznie) istotny sposób skorelowane jest z statusem miejscowości działania firm (*wsp. Pearsona: 0,34*). Stosunkowo najczęściej nie mają jeszcze na ten temat wyrobionego zdania firmy funkcjonujące na wsi. Stosunkowo najmniejszy brak zdecydowania wykazali respondenci z Gdańska, jednocześnie

znacznie częściej niż firmy z innych miejscowości stwierdzając brak takich zamiarów. Żadna badana firma, działająca na wsi nie potwierdziła istnienia planów wprowadzenia telefonii komórkowej.

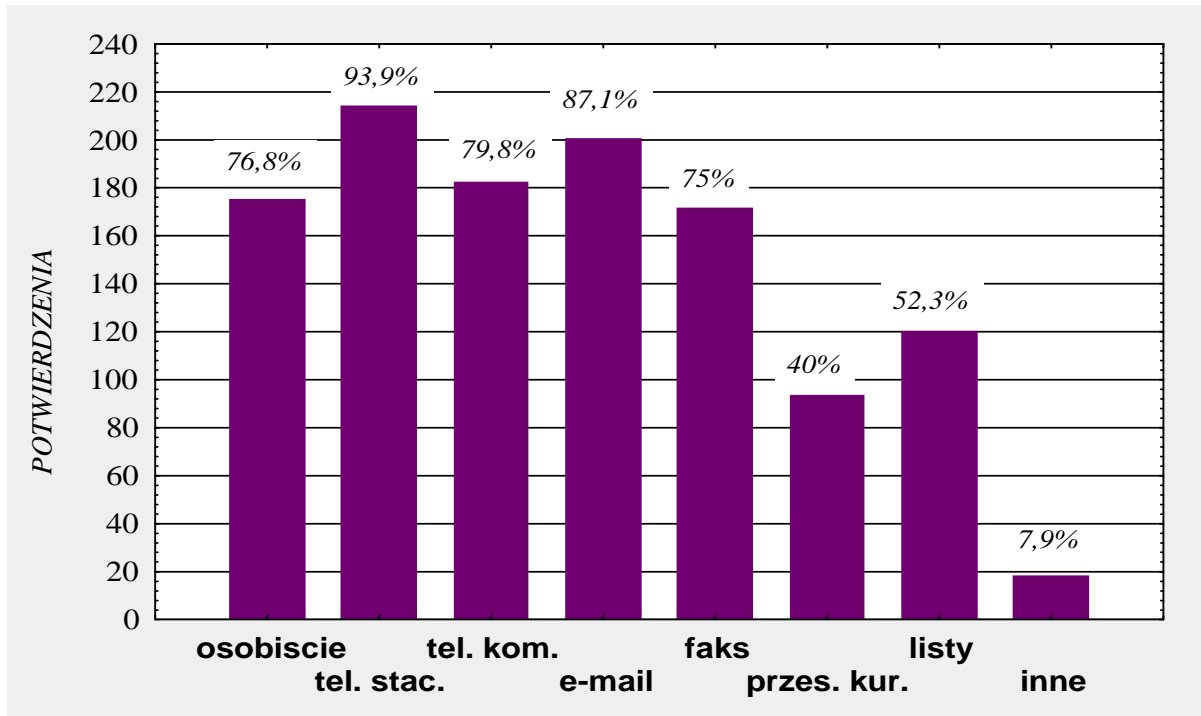


Rys. 49 Istnienie planów używania telefonii komórkowej i status prawny miejscowości

4.2 Kontakty z klientami

Badani firmowi użytkownicy Internetu w swoich kontaktach z klientami wykorzystują wszystkie możliwości, które wyszczególnione zostały w zapytaniu, lecz w różnym stopniu.

Najczęstszym sposobem komunikacji ze światem zewnętrznym dla badanych firm jest wciąż telefonia stacjonarna (93,9%). Korzystanie z Internetu spowodowało, że popularny w kontaktach z klientami stał się nowy sposób komunikacji, oparty o nowe technologie – poczta elektroniczna (87,1%). Telefonia komórkowa zajęła na tej liście trzecie miejsce – korzystanie z niej w kontaktach z klientami potwierdziło 79,8% badanych, nieznacznie więcej niż wskazujących na kontakt osobisty (76,8%). Z tego, że istnienie firmowej telefonii bezprzewodowej potwierdziło więcej respondentów (82%) niż wskazało na używanie jej w kontaktach z klientami, wynika, że niektórzy z nich realizuje połączenia ze swoich komórek raczej w komunikacji wewnętrznej niż w łączności ze światem zewnętrznym. Na prowadzenie korespondencji listowej z interesantami wskazało ogółem 52,3% badanych, przy czym taki rodzaj kontaktów stosunkowo najczęściej potwierdzały jednostki administracji publicznej (100%).



Rys. 50 Sposoby kontaktowania się z klientami

Część respondentów (7,9%), wybierając opcję *Inne*, najczęściej wyszczególniała takie sposoby kontaktowania się z klientami, jak:

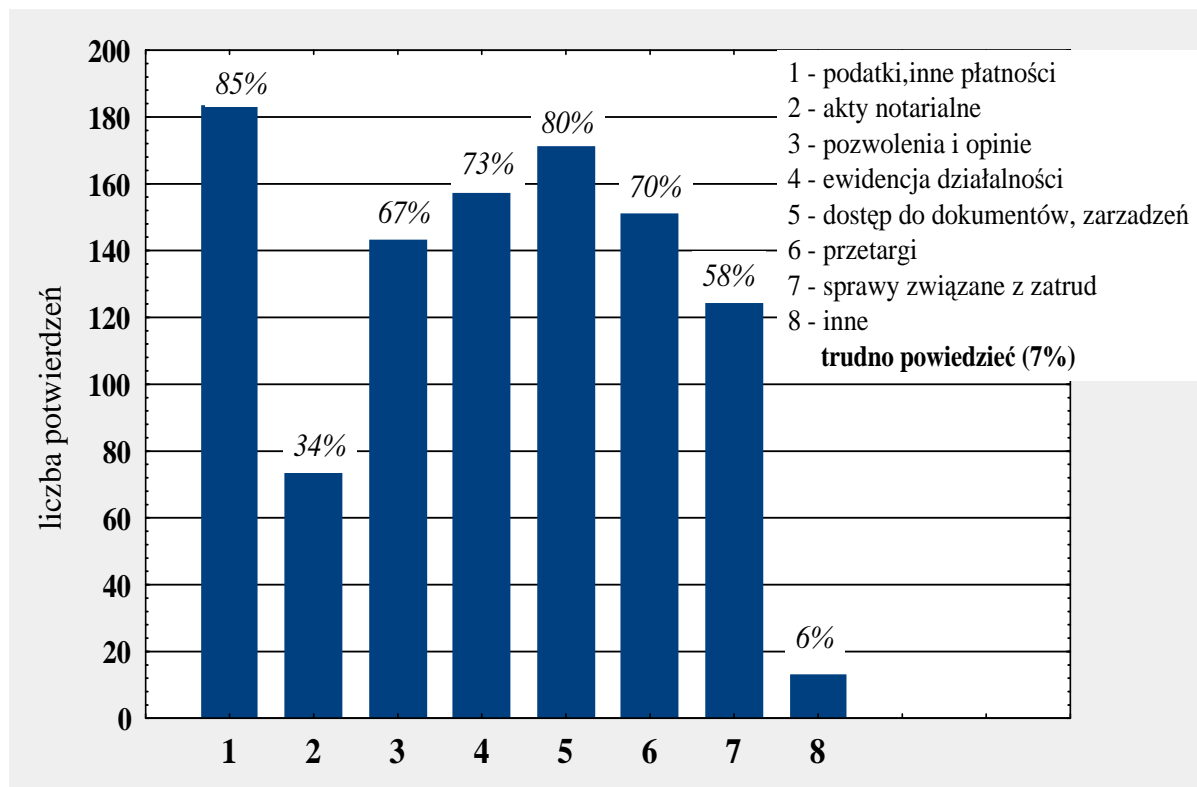
1. wideokomunikacja,
2. komunikatory internetowe,
3. telefonia internetowa (VoIP) i
4. Skype.

5. Publiczne usługi dla firm świadczone elektronicznie

Badani firmowi użytkownicy Internetu wyrazili swoje zapotrzebowanie na usługi publiczne dla firm, które ich zdaniem powinny być świadczone drogą elektroniczną. Lokalne urzędy administracji państwowej, realizując programy elektronicznego urzędu w mniejszym lub większym stopniu wdrożyły już pewne idee społeczeństwa informacyjnego, w tym i niektóre z zakresu publicznych usług dla firm. Firmy, które już korzystały z takiej możliwości wyszczególniły używane przez siebie usługi, a także oceniły jakość ich świadczenia.

5.1 Popyt na publiczne e-usługi dla firm

Część badanych (7%) nie potrafiła określić swojego zapotrzebowania na publiczne e-usługi dla firm. Największy popyt ze strony pozostałych firm występuje na możliwość opłacania podatków oraz regulowania innych płatności przez Internet (85%). Duże zapotrzebowanie istnieje także na elektroniczny dostęp do dokumentów i zarządzeń (80%), możliwość zdalnego załatwiania spraw związanych z ewidencją działalności gospodarczej (73%) i przetargi elektroniczne (70%). Najmniej pożądaną usługą okazało się być załatwianie spraw związanych z aktami notarialnymi (34%).



Rys. 51 Zapotrzebowanie na publiczne e-usługi dla firm

Grupa badanych (6%), która skorzystała z opcji *Inne*, najczęściej wyrażała zapotrzebowanie na następujące elektroniczne usługi:

1. zdalny dostęp do rejestrów (np. REGON, KRS, księgi wieczyste, urzędowe mapy geodezyjne),
2. monitoring zainicjowanych spraw (rodzaj workflow),

3. pomoc w interpretacji przepisów (e-konsultacje),
4. uzyskiwanie zaświadczeń drogą internetową,
5. dostęp do ofert pracy złożonych w Urzędzie przez osoby fizyczne w formie CV,
6. e-korespondencja z administracją publiczną,
7. dostarczanie szablonów dokumentów w postaci interaktywnych formularzy

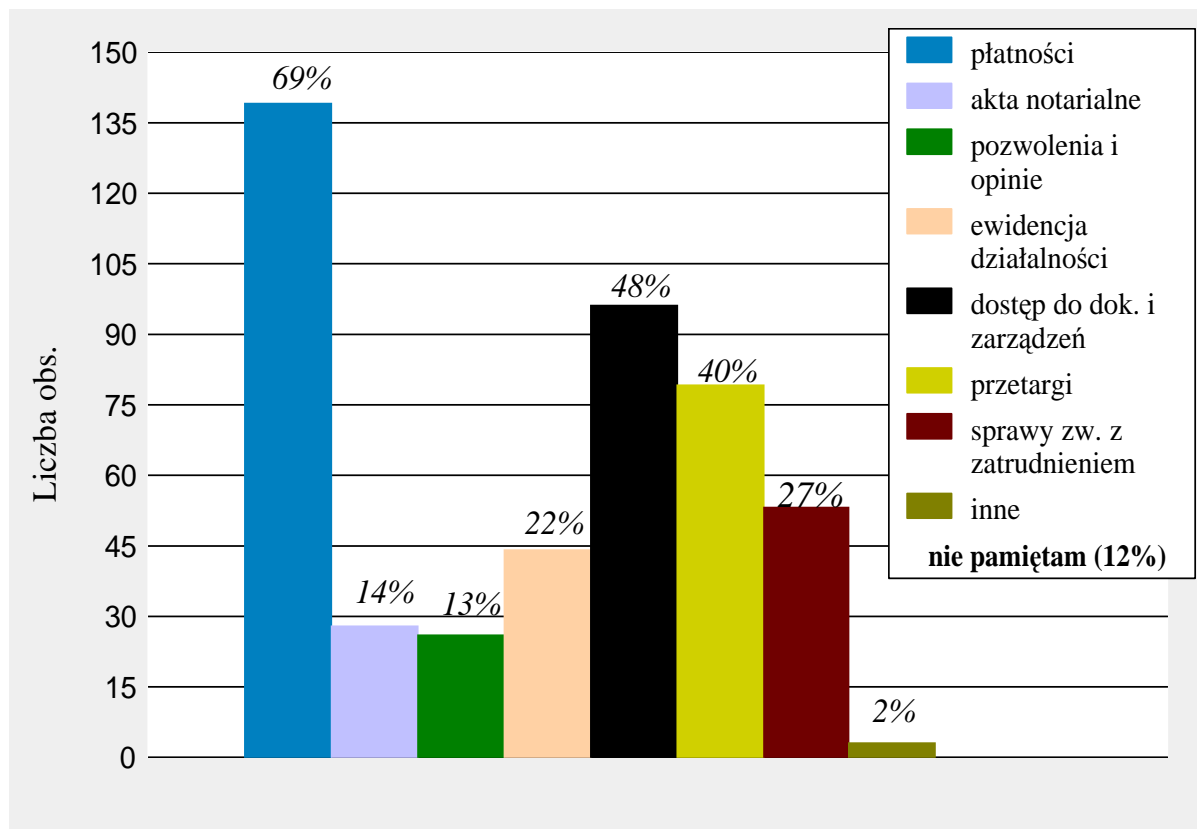
Dodatkowo, ankietowani zwracali uwagę na to, że:

1. Wszystkie sprawy związane z prowadzeniem działalności gospodarczej powinno dać się załatwić drogą elektroniczną na wielu platformach systemowych (np. Linux, a nie tylko Microsoft),
2. Pożądane jest usprawnienie i stała aktualizacja informacyjnych stron urzędów.

5.2 Korzystanie z publicznych e-usług dla firm

Część badanych firm (12%) nie pamiętała, czy kiedykolwiek korzystała z publicznych usług dla firm, świadczonych elektronicznie przez lokalne władze administracyjne. Pozostałe firmy najczęściej wskazywały, że korzystały z następujących możliwości, dostępnych poprzez Internet:

- podatki i inne płatności (69%),
- dostęp do dokumentów i zarządzeń (48%),
- przetargi (40%) i
- sprawy związane z zatrudnieniem (27%).



Rys. 52 Korzystanie z publicznych e-usług dla firm

Część firm (2%) dodatkowo wskazała, że korzystała z możliwości elektronicznego dostępu do:

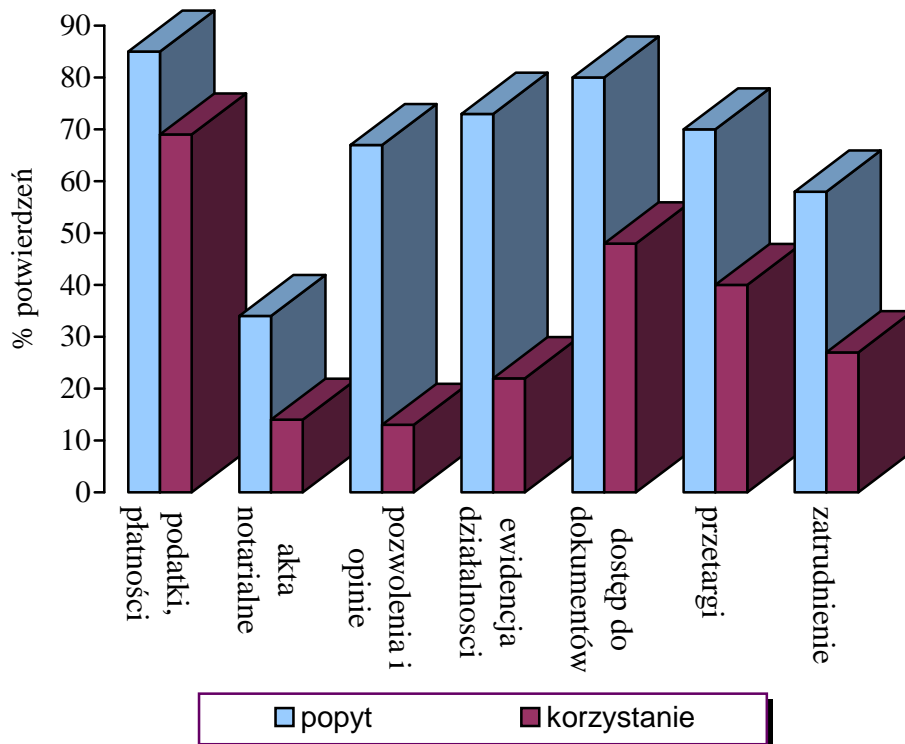
1. do akt prawnych,
2. bieżącej informacji o sprawach gospodarczych miasta i regionu,
3. konkursu ofert.

Respondenci zwrócili na to, że:

1. Brak jest pełnego dostępu do informacji (bezpłatnej) o przetargach oraz
2. Zdalny dostęp do baz danych bywa zawodny - za każdym razem otrzymuje się inny wynik.

Wyrażone przez badanych korzystanie z poszczególnych e-usług jest znacznie mniejsze niż zapotrzebowanie na nie. Ponieważ wszystkie firmy biorące udział w ankietyzacji mają dostęp do Internetu i przeszkodą nie są uwarunkowania techniczne, to być może prawdopodobne przyczyny tego (między innymi) tkwią w tym, że:

1. Różne ośrodki lokalnej władzy w różnym stopniu umożliwiają elektroniczny dostęp do publicznych usług dla firm i/lub
2. Dostępne publiczne e-usługi dla firm nie spełniają jeszcze w pełni oczekiwań usługobiorców.

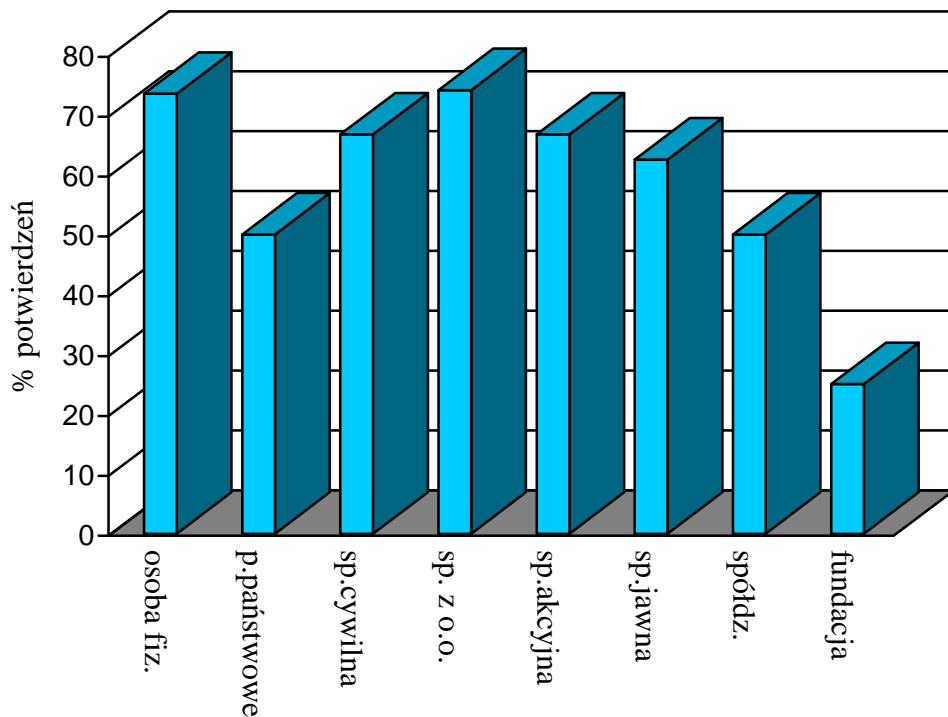


Rys. 53 Popyt i korzystanie z publicznych e-usług dla firm

Między zadeklarowanym korzystaniem z pewnych usług i określonymi atrybutami firmowymi zachodzą (statystycznie) istotne związki. Jedne z nich są silniejsze, inne słabsze. Są to następujące korelacje:

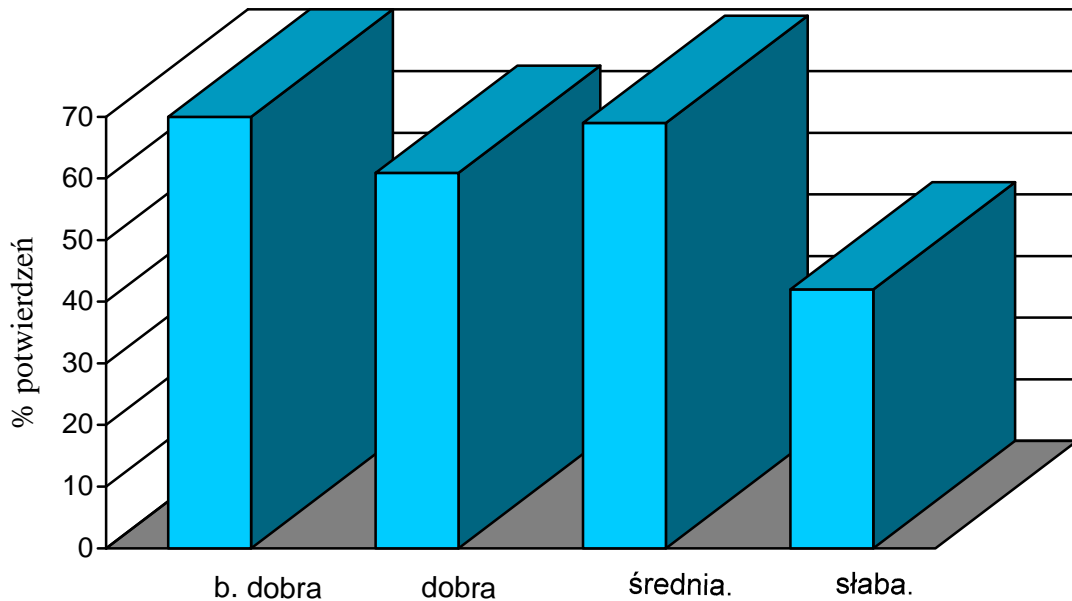
1. e-płatności i status prawny firm oraz kondycja finansowa firm (*wsp. Pearsona*: - 0,20 oraz -0,16),
2. e-przetargi i status prawny firm oraz kondycja finansowa firm (*wsp. Pearsona*: 0,14 oraz -0,17),

Korzystanie z możliwości dokonywania płatności podatków, składek ZUS i regulowania innych urzędowych należności drogą internetową wyraźnie najrzadziej zdarza się firmom, które działają jako fundacja (lub stowarzyszenie) - potwierdziło to 25% takich respondentów. Najczęstsze używanie tej usługi występuje wśród spółek z o.o. (74,1%) oraz prawie równie często zdarza się firmom zarejestrowanym jako osoba fizyczna (73,5%).



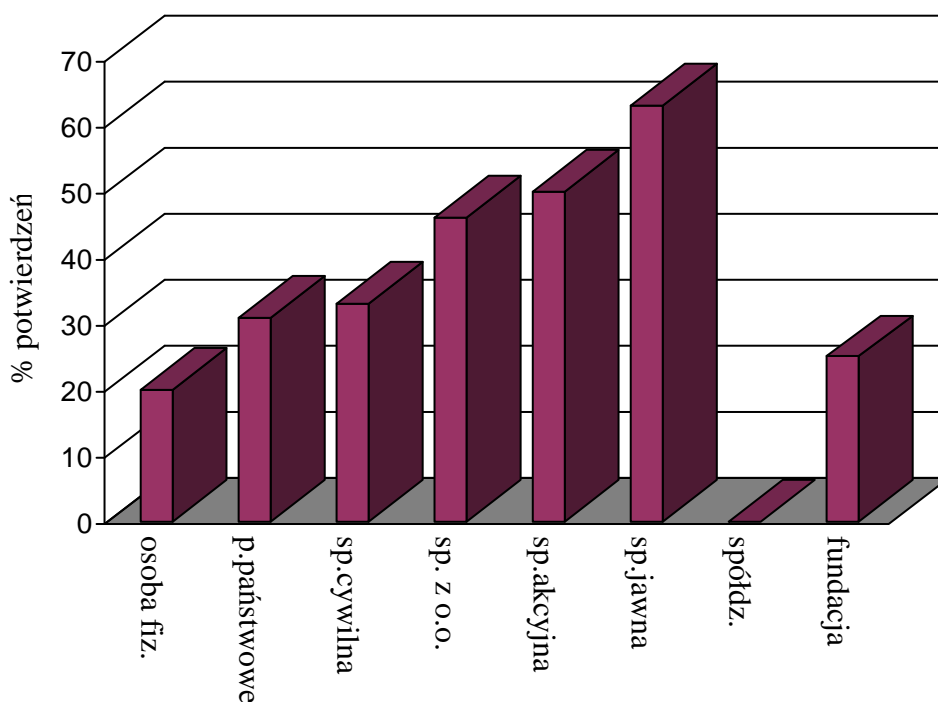
Rys. 54 e-płatności wg statusu prawnego firm

Z możliwości dokonywania elektronicznych płatności wyraźnie najrzadziej korzystają firmy finansowo słabe; potwierdziło to tylko 42% takich respondentów.



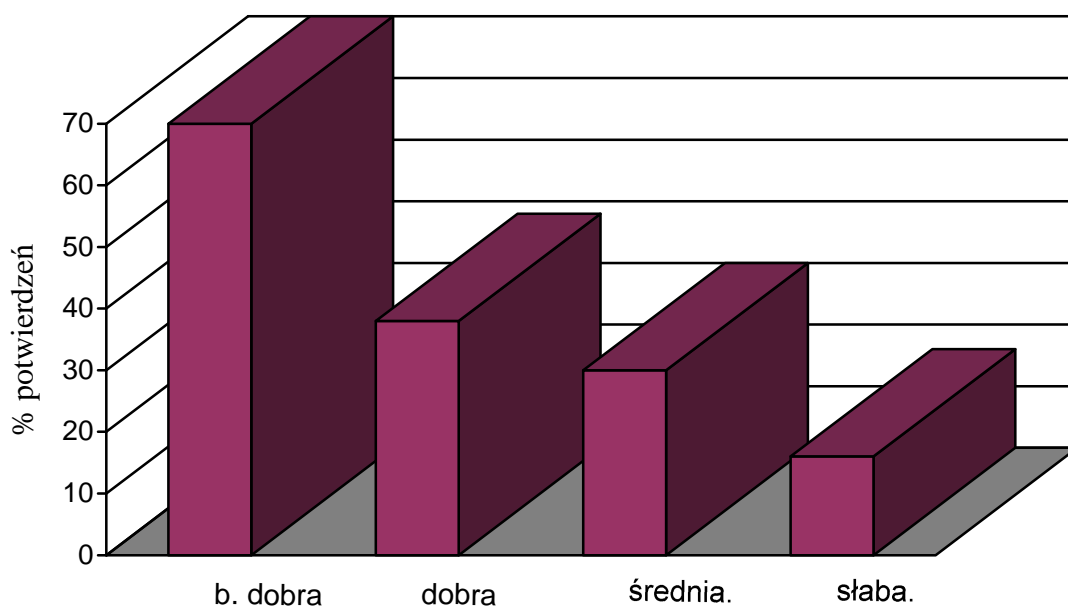
Rys. 55 e-płatności wg kondycji finansowej firm

Stosunkowo najczęstsze korzystanie z usługi elektronicznych przetargów wystąpiło wśród respondentów, którzy działają jako spółka jawna (63%), zaś najrzadsze - wśród fundacji (i stowarzyszeń). Żadna badana spółdzielnia nie potwierdziła korzystania z takiej możliwości.



Rys. 56 e-przetargi wg statusu prawnego firm

Analiza potwierzonego udziału respondentów w e-przetargach wg ich kondycji finansowej ujawnia, że wraz ze wzrostem tej kondycji rośnie częstość korzystania z tej usługi.

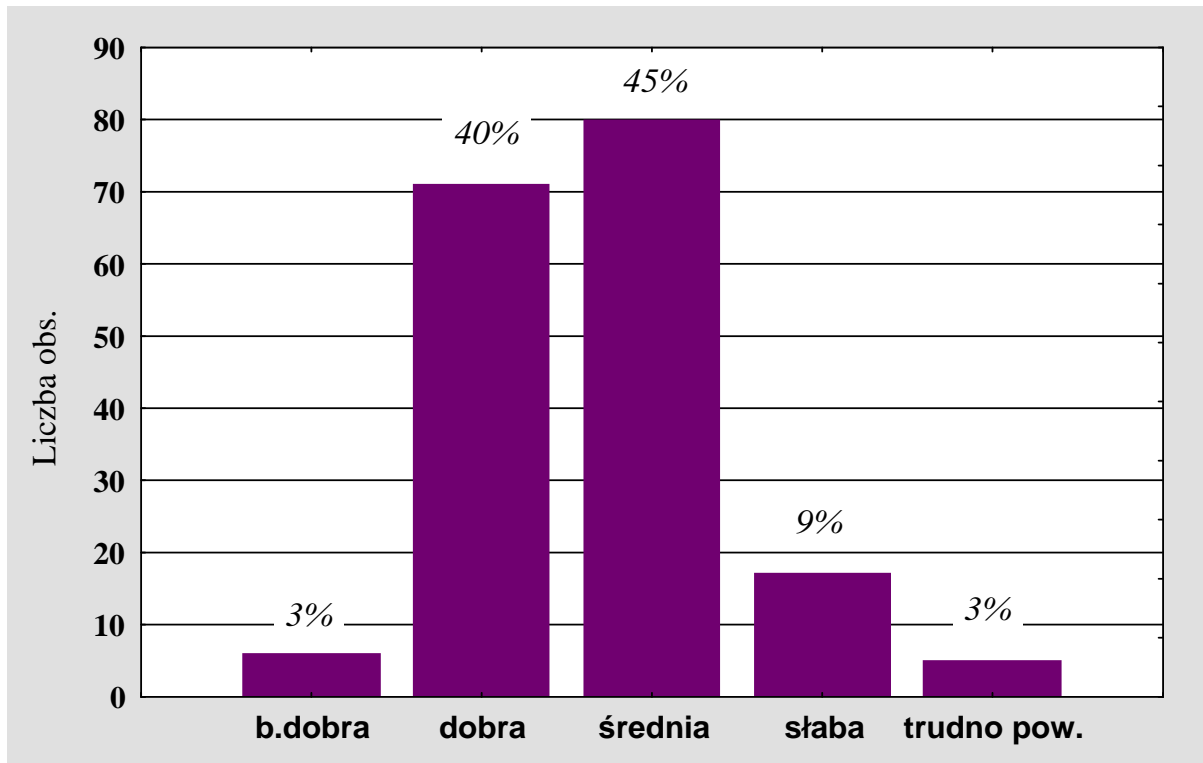


Rys. 57 e-przetargi wg kondycji finansowej firm

5.3 Ocena jakości świadczenia usług

Firmowi użytkownicy Internetu, którzy korzystali z elektronicznych usług publicznych, oferowanych przez lokalne urzędy administracji państwowej środowisku biznesowemu, ocenili jakość ich świadczenia. Firmy najczęściej stwierdzały, że jakość udostępnianych usług jest średnia (45%) lub dobra (40%). Pojawiały się też oceny bardzo

dobrze, ale częstość ich wystąpień jest znacznie mniejsza niż opinii negatywnych (słaba jakość świadczenia usług).



Rys. 58 Jakość świadczenia e-usług publicznych dla firm

Przekonanie badanych firm o jakości świadczonych przez władze lokalne e-usług w (statystycznie) istotny sposób nie jest skorelowane jest z ich atrybutami, co oznacza, że oceny respondentów są niezależne (między innymi) od miejscowości ich funkcjonowania.

6. Podsumowanie

Komputer w firmie

Firmowe komputery najczęściej wykorzystywane są do wspomagania różnych prac biurowych (96%) oraz jako narzędzie dostępu do Internetu (93%). Dość często znajdują one zastosowanie w księgowości (69%) i do utrzymywania baz danych (66%). Inne możliwości wykorzystywania komputerów (np. pisanie oprogramowania i szkolenie pracowników) są znacznie mniej popularne. W pewnych firmach, obok ogólnych sposobów korzystania z komputerów, występuje dość silna potrzeba ich używania – z wykorzystaniem dedykowanego oprogramowania – do różnego rodzaju prac, nieodłącznie związanych z ich podstawową działalnością.

Jednym ze wskaźników osiągniętego poziomu komputeryzacji firmy wydaje się być to, ilu zatrudnionych korzysta z komputera. W większości firm dostęp do komputera ma ponad połowa zatrudnionych - taki stan zadeklarowało 68% respondentów. Świadczy to o tym, że osiągnięty w badanych firmach poziom komputeryzacji – zwymiarowany w ten sposób – jest dość wysoki.

Respondenci pozytywnie oceniają wpływ wprowadzenia komputerów do firmy na sprawność jej działania. W świetle opinii większości badanych komputery stały się niezbędne do funkcjonowania firmy (68%) lub znacznie usprawniły jej działanie (23%).

Większość firm myśli o kupnie w najbliższej przyszłości nowych komputerów (69%). Stosunkowo najczęściej posiadanie takich zamiarów deklarują firmy, które określiły swoją kondycję finansową jako średnią i jest to (statystycznie) istotny związek. Te firmy, które nie planują (w niedalekiej przyszłości) dokonywania tego rodzaju zakupów (10%) w większości tłumaczą ten fakt ograniczonymi możliwościami finansowymi (47,4%) lub już zaspokojonymi potrzebami (36,8%).

W porównaniu z poziomem kraju (statystyki dla Polski), lokalnie - w województwie pomorskim:

1. Rozkład sposobów korzystania w firmach z komputerów wg popularności jest taki sam. Częstości wykorzystywania komputerów do różnych celów są na zbliżonym poziomie; największa różnica odnosi się do potwierdzeń przeprowadzania szkoleń z wykorzystaniem tego medium (Polska: 21%, województwo pomorskie: 17%).
2. Rzadziej zdarza się, że ponad połowa zatrudnionych korzysta z firmowych komputerów (Polska: 74%, województwo pomorskie: 68%).
3. Firmy (nieznacznie) częściej oceniają, że komputery nie wniosły żadnych zmian (Polska: 2,2%, województwo pomorskie: 4%).
4. Firmy (nieznacznie) rzadziej planują w niedalekiej przyszłości zakup komputerów (Polska: 72%, województwo pomorskie: 69%).
5. Brak zamiarów kupna komputerów najczęściej wynika z przyczyn finansowych, zaś w skali kraju z braku potrzeb.

Internet w firmie

Internet w firmach najczęściej służy do wymiany korespondencji za pomocą poczty elektronicznej (95%). Kolejne liczące się sposoby korzystania z dostępu do sieci to: wyszukiwanie informacji związanych z działalnością firmy (83%) lub o innych firmach

(74%), bankowość elektroniczna (74%) oraz autoreklama (62%). Z tzw. nowych usług, związanych z ideami społeczeństwa informacyjnego, największą popularnością cieszy się bankowość elektroniczna. Stosunkowo rzadsze używanie Internetu do prowadzenia sprzedaży i świadczenia usług (po 25%) dowodzi, że prowadzenie elektronicznego biznesu jest jeszcze mało popularne. Firmy także niezbyt często stosują nowy sposób zatrudniania - ściśle związane ze społeczeństwem informacyjnym - zdalną pracę (29%).

Różnice w sposobach korzystania z Internetu wynikają z określonych atrybutów firmowych. Podobne zjawisko zaobserwowano także w przypadku używania komputerów, jednak występuje ono tam w mniejszym zakresie i korelacje są słabsze. Oznacza to, że specyfika firm ma silniejszy wpływ na to, w jaki sposób używa się Internetu niż komputerów.

Chociaż większość respondentów (64%) gwarantuje ponad 50-procentowy dostęp zatrudnionych do Internetu, to jednak odsetek tych firm jest (ogólnie) mniejszy niż w przypadku udostępniania komputerów ponad połowie pracowników. Oznacza to, że w niektórych firmach nie wszystkie komputery są podłączone do Internetu. W firmach, w których dostęp pracowników do komputerów nie jest zbyt duży, zdarza się, że jednego stanowiska komputerowego – w celu skorzystania z Internetu – używa więcej niż jedna osoba.

Internet dla większości firm stał się niezbędny do funkcjonowania (56%) lub znacznie poprawił ich funkcjonowanie (30%). Jednak, jeśli porówna się te opinie z tym, co sądzą badani odnośnie wpływu komputeryzacji na działanie firmy, to widać, że większe znaczenie miało dla nich wprowadzenie komputerów niż fakt podłączenia do Internetu. W obu przypadkach wiodącym stwierdzeniem jest, że „stało się to niezbędne do funkcjonowania firmy”, lecz w przypadku komputerów opinia taka występuje częściej.

Znaczenie Internetu dla funkcjonowania firm w silnym stopniu skorelowane jest z dostępem zatrudnionych do sieci. Im większy odsetek pracowników używa Internetu, tym jego wpływ na funkcjonowanie firmy jest większy. Przełomowym momentem wydaje się być zagwarantowanie ponad 25% zatrudnionych dostępu do Internetu. Od takiej dostępności zauważa się, w miarę jej wzrostu, wzrost przekonania, że Internet jest firmie niezbędny do funkcjonowania. Wynika to, między innymi, z tego, że duży odsetek zatrudnionych z dostępem do Internetu powoduje zmianę organizacji pracy, unowocześnienie metod jej wykonywania, co na pewno nie pozostaje bez wpływu na cele podstawowej działalności.

Obok pozytywnych skutków wprowadzenia Internetu firmy wskazują także na pewne zjawiska negatywne. Chodzi tu głównie o zmianę zachowań pracowników, niekorzystną dla firmy (obniżenie zainteresowania pracą, wzrost częstości załatwiania spraw służbowych w godzinach pracy, itp.). Nie są to zjawiska powszechne, lecz stanowią nieraz jeden z głównych powodów świadomego ograniczenia zatrudnionym możliwości korzystania z Internetu.

Większość firm (71%) umożliwia swoim pracownikom indywidualne korzystanie z poczty elektronicznej i najczęściej dotyczy to ponad połowy załogi (59%). Wśród firm, w których zatrudnieni nie mają dostępu do tego rodzaju poczty, są takie, które - mimo sprzyjających uwarunkowań – świadomie uniemożliwiają (blokują) pracownikom korzystanie z takiego sposobu komunikacji. Nie przydzielają one indywidualnych adresów e-mail, chociaż zatrudnieni mają zapewniony indywidualny dostęp do Internetu.

Firmy doceniają zaistnienie w Internecie poprzez utrzymywanie stron WWW, czego dowodem jest to, że większość badanych je posiada (79%). Nie wszystkie firmy, których internetowe strony „technicznie” dobrze działają, potrafią to wykorzystać i czerpać z nich jakiegokolwiek korzyści. Zadowolenie z funkcjonowania firmowej strony wyraziło 79% z nich,

a 76% stwierdziło, że przynosi ona firmie korzyści. Wśród tych ostatnich większość stanowiły firmy, które mają niezłe wyniki ekonomiczne i posiadają strony, których funkcjonowanie nie budzi zastrzeżeń. Firmowe strony WWW najczęściej wykorzystywane są do celów reklamowych i przynoszą korzyści w postaci skutecznej promocji (43%). Istnieją jednak firmy, które dzięki swoim stronom internetowym uzyskują korzyści finansowe – znaczne (24%), bądź nieznaczne (12%). Przypadki takie częściej mają miejsce w firmach o lepszej finansowej kondycji i – biorąc pod uwagę ich lokalizację - działających raczej w miastach niż na wsi.

Firmy, które nie posiadają własnej strony WWW w większości myślą o jej utworzeniu (60%) i w istotny sposób skorelowane jest to z rodzajem prowadzonej działalności.

Ogólnie odnosi się wrażenie, że firmy o dobrej kondycji finansowej i działające w większych miejscowościach mają często „lepszy styl uprawiania Internetu” niż te, które osiągają gorsze wyniki ekonomiczne i/lub działają, np. na środowisku wiejskim. „Lepszy styl uprawiania Internetu” oznacza takie korzystanie z sieci, by wykorzystać jak najwięcej możliwości, które daje dostęp do Internetu. Takie podejście oznacza nowoczesną organizację pracy w firmie i przynosi określone korzyści, w tym nieraz finansowe. Być może takie korzystanie z sieci wynika z tego, że firmy o dobrej kondycji finansowej prowadzą politykę, która w maksymalny sposób wykorzystuje wszelkie możliwości, które mogą poprawić wyniki ekonomiczne. Dodatkowo, jeśli działają w środowisku „wielobiznesowym” (większe miasta), politykę tę wzmacnia czynnik konkurencji – wymusza to, między innymi, intensywne korzystanie z nowych technologii.

W porównaniu z poziomem kraju (statystyki dla Polski), lokalnie - w województwie pomorskim:

1. Ogólna struktura korzystania przez firmy z Internetu jest taka sama (wg popularności), lecz używanie sieci do niektórych celów (na niektóre sposoby) jest różne. Różnice te w większości przypadków są nieznaczne, za wyjątkiem promocji (i reklamy), gdzie używanie sieci do tego celu jest znacząco rzadsze (o 11%).
2. Indywidualne używanie firmowego Internetu przez zatrudnionych nie odbiega od poziomu krajowego.
3. Udostępnianie pracownikom służbowego dostępu do poczty elektronicznej jest na zbliżonym poziomie. W województwie pomorskim wyższy jest jednak odsetek firm, które przydzielają służbowe adresy e-mail do 10% zatrudnionych (o 6%).
4. Firmy rzadziej utrzymują internetowe strony WWW, lecz równie często czerpią z nich korzyści.

Telefonia komórkowa

Jednym ze wskaźników rozwoju społeczeństwa informacyjnego jest – obok korzystania z komputerów i dostępu do informacji z wykorzystaniem Internetu – używanie telefonii komórkowej. Większość badanych w województwie pomorskim firm (82%) z niej korzysta, zauważa się jednak, że używanie tego rodzaju komunikacji częściej zdarza się w sektorze prywatnym (różnego rodzaju spółki) niż w przedsiębiorstwach państwowych bądź fundacjach (i stowarzyszeniach). Istotne znaczenie ma kondycja finansowa – biznesowej telefonii komórkowej w znaczący sposób sprzyja dobra sytuacja ekonomiczna firmy.

Najczęściej firmy korzystające z telefonii komórkowej udostępniają ją ponad połowie zatrudnionych (42%). Drugą znaczącą grupę tworzą firmy, które w służbowe komórki wyposażyły niecałe 10% swoich pracowników (28%).

Badane firmy, które nie korzystają z telefonii bezprzewodowej, raczej nie są zainteresowane zmianą tej sytuacji w najbliższej przyszłości. Najczęściej stanowczo odrzucają możliwość wprowadzenia komórek do służbowego użytku (53%) lub są niezdecydowane (32%). Tylko 15% takich respondentów stwierdziło, że planuje wprowadzić do firmy telefonię komórkową. Świadczy to o tym, że firmowa telefonia komórkowa zbliża się do poziomu nasycenia (w istniejących uwarunkowaniach ekonomicznych). Prawdopodobnie dostrzegają ten fakt operatorzy, którzy tworzą coraz to nowsze oferty skierowane do środowiska biznesowego, połączone z szeroką reklamą.

Stosunkowo największe zainteresowanie wprowadzeniem telefonii komórkowej wykazują firmy działające w Gdańsku. Firmy z obszarów wiejskich są w znaczącej większości jeszcze niezdecydowane; a reszta, która ma już wyrobione zdanie na ten temat, nie planuje wprowadzenia do firmy w niedalekiej przyszłości telefonii komórkowej.

Najpopularniejszym medium służbowej komunikacji z klientami pozostaje wciąż klasyczna telefonia stacjonarna (93,9%). Popularne jest korzystanie do tych celów z poczty elektronicznej (87,1%). Kolejne miejsce na liście najpopularniejszych sposobów kontaktowania się z klientami zajmuje telefonia komórkowa (79,8%), tuż przed kontaktami osobistymi (76,8%). Respondenci (nieznacznie) częściej stwierdzali, że używają telefonii komórkowej w firmie, niż to, że korzystają z niej do nawiązywania łączności z klientami. Oznacza to, że część użytkowników firmowej telefonii komórkowej realizuje połączenia ze swoich komórek raczej w komunikacji wewnętrznej niż w kontaktach ze światem zewnętrznym.

Na pewno najbardziej „uniwersalnym” sposobem komunikacji jest korespondencja listowna (nie wymaga żadnych szczególnych uwarunkowań), lecz korzystanie z tej możliwości występuje rzadziej (52,3%) niż z innych sposobów łączności, opartych o mniej lub bardziej nowoczesne technologie przekazu, w tym telefonii komórkowej. Pokazuje to, że „pisanie listów” staje się pomału zanikającą metodą firmowej komunikacji. Najczęściej z tego sposobu komunikacji z klientami korzystają urzędy administracji publicznej

W porównaniu z poziomem kraju (statystyki dla Polski), lokalnie - w województwie pomorskim:

1. Korzystanie z telefonii komórkowej (na poziomie firmy i pracowniczego dostępu) zasadniczo nie różni się.
2. Firmy mają bardziej wyrobione zdanie na temat wprowadzenia telefonii komórkowej i jednocześnie częściej posiadają plany związane z jej używaniem.
3. Korzystanie przez firmy w komunikacji ze światem zewnętrznym z telefonii stacjonarnej i telefonii komórkowej jest częstsze; używanie innych sposobów nawiązywania służbowych kontaktów kształtuje się na takim samym poziomie.

Elektroniczne usługi publiczne dla firm

Zapotrzebowanie na elektroniczne świadczenie usług publicznych dla firm jest duże. Z punktu widzenia potencjalnych usługobiorców konieczne jest wdrożenie podpisu elektronicznego i zastosowanie takich rozwiązań informatycznych, by zdalne załatwianie spraw związanych z prowadzeniem firmy było możliwe niezależnie od systemowej platformy.

Największy popyt ze strony firm występuje na możliwość dokonywania drogą internetową płatności (85%). Duże zapotrzebowanie istnieje także na takie e-usługi dla firm, jak: dostęp do dokumentów i zarządzeń (80%), zdalne załatwianie spraw związanych z ewidencją działalności gospodarczej (73%) oraz elektroniczne przetargi (70%).

Korzystanie z dostępnych usług jest mniejsze niż zapotrzebowanie na te usługi. Świadczyć to może o tym, że lokalne ośrodki władzy lokalnej w różnym stopniu udostępniają poszczególne usługi lub dostępne publiczne e-usługi dla biznesu nie spełniają jeszcze w pełni oczekiwań tego środowiska.

Najpopularniejsze usługi, których firmy używają, to dokonywanie płatności podatków, składek ZUS i innych urzędowych należności (69%), zdalny dostęp do dokumentów i zarządzeń (48%) oraz udział w przetargach via Internet (40%). Korzystanie z elektronicznych płatności i przetargów w (statystycznie) istotny sposób skorelowane jest z kondycją finansową podmiotów gospodarczych oraz statusem prawnym ich funkcjonowania.

Respondenci, którzy już korzystali z możliwości, które oferują lokalne urzędy administracji państwowej najczęściej stwierdzali, że jakość świadczenia publicznych e-usług jest średnia (45%) lub dobra (40%). Ocen słabych wystąpiło więcej niż bardzo dobrych (9% i 3%).

W porównaniu z poziomem kraju (statystyki dla Polski), lokalnie - w województwie pomorskim:

1. Ogólna struktura wyrażonego przez firmy zapotrzebowania na e-usługi jest taka sama, lecz częstości wskazań w odniesieniu do poszczególnych usług nieco się różnią. Najczęściej różnice te nie przekraczają 3 punktów procentowych; największa dotyczy możliwości załatwiania przez Internet spraw związanych z ewidencją działalności gospodarczej – firmy pomorskie częściej wskazywały na taką konieczność (o 6%).
2. Ogólna struktura ujawnionego przez firmy korzystania z e-usług jest taka sama, lecz częstości wskazań w odniesieniu do poszczególnych usług nieco się różnią na korzyść województwa pomorskiego. Największe dotyczą korzystania z usług: płatności (o 9%), załatwiania spraw związanych z ewidencją działalności gospodarczej (o 9%) oraz zatrudnieniem (o 8%).
3. Ogólna struktura wyrażonych opinii odnośnie jakości świadczenia e-usług dla firm jest taka sama, przy czym firmy w województwie pomorskim częściej mają na ten temat wyrobione zdanie. Opinie bardzo dobre i negatywne występują nieco rzadziej na korzyść stwierdzeń, że jakość ta jest dobra lub średnia.