

O evaluare a adoptarii e-business în România din perspectiva interesului IMM-urilor (continuare din numărul 3(23)/2002)

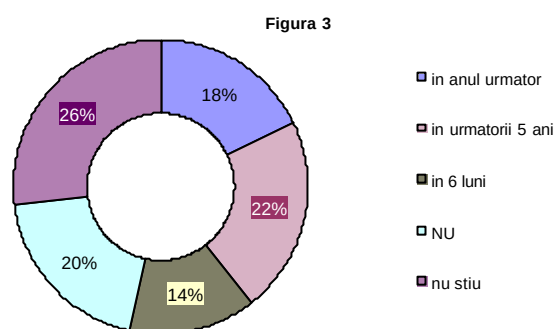
Prof.dr. Ion Gh. ROSCA, prof.dr. Ovidiu NICOLESCU, A.S.E. Bucuresti
dr. Ileana TRANDAFIR, Institutul National de Cercetare-Dezvoltare în Informatica
Asist. Irina ISAIC-MANIU, asist. Cristian USCATU, A.S.E. Bucuresti

1 Principalele rezultate constatate **1.1 Asupra firmelor**

- Referitor la numărul calculatoarelor folosite în mod curent în organizație, circa jumătate (49,8%) dintre organizații folosesc între 0 și 5 calculatoare, iar 86% utilizează până la 50 de unități de calcul, și doar 3,3% din firme utilizează peste 250 de calculatoare. (Tabel 1 din Anexa);
- La Internet au acces aproximativ 75% din firme, dar aproximativ 24% nu au această facilități (detalii în tabelul 2 din Anexa);
- Dintre societățile fără acces la Internet, circa 30% dintre respondenți apreciază ca "BUN" nivelul de pregătire pentru folosirea tehnologiei informației, comparativ cu trei ani în urmă (amanunțe în tabelul 3 Anexa);
- Până la 25% dintre salariații care lucrează pe Internet, 40,7% lucrează frecvent; de menționat că la întrebarea privind accesul la Internet, non – răspunsul a fost de 24,2% (detalii privind accesul la Internet în tabelul 4 Anexa);
- Dintre respondenți (24,6% nu au răspuns) 61% au site web propriu. Acest site este deținut în proporție egală (27,5%) de firme, cu vechime de numai 6 luni, respectiv de 1–2 ani și peste. Site-ul firmei este actualizat frecvent (1–3 luni) de către 55% dintre respondenți. Site-ul firmei cuprinde în cea mai mare parte informații generale despre societate (96,9%), lista produselor și serviciilor (90,8%), noutăți despre societatea comercială (69,4%), detalii asupra modalităților de contactare a societății (59,2%) și în mai mică măsură informații asupra plăților on-line (7,1%), licitații on-

line (3,1%), facilități de personalizare gratuite (3%) etc.

- Dintre respondenți, 59,8% declară că dispun în firma de rețea Intranet, dar rata de non-răspuns este de 30,3%, ceea ce presupune că proporția firmelor deținătoare de Intranet este mult mai redusă.
- Nu au în derulare un plan e-Business circa 61,2%, dar au în intenție să investească în acest domeniu astfel (fig.3):



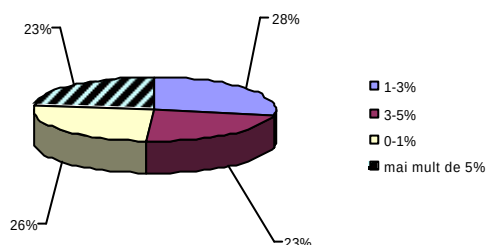
Este deosebit de alarmantă ponderea de 26% a celor care nu știu dacă vor investi în domeniul e-Business (detalii în tabelul 2).

- Dintre organizațiile care nu au un plan e-Business, responsabilii respondenți apreciază că personalul este bine pregătit pentru o astfel de implementare în proporție de 31,4%, mediu pregătit 24,5% și foarte bine pregătit 17,6%. Slab pregătiți sunt 18%, iar excelenți doar 2,3%.
- Din bugetul organizațiilor s-a alocat pentru e-Business în proporția cea mai mare 1 – 3% (anume 28,8% din respondenți). Detalii în figura 4. De menționat rata ridicată a non – răspunsurilor la această întrebare (65%):

Tabelul 2

Aprecierea pregatirii personalului pentru implementarea unei strategii de e-Business	Frecventa	Procent	Cumulat
Non-raspuns	1	0,47	0,47
Excelenta	5	2,37	2,84
Foarte buna	37	17,54	20,38
Buna	66	31,28	51,66
Medie	62	29,38	81,04
Slaba	38	18,01	99,05
Nu stiu	2	0,95	100,00
Total	211	100,00	-

Figura 4

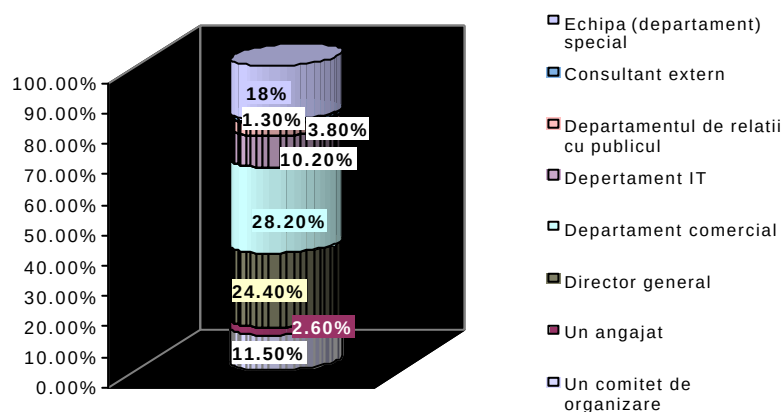


Adoptarea strategiei eBusiness sa facut

de catre organizatii în principal cu scopul patrunderii pe noi piete si la presiunea concurentei (62%).

• Responsabil cu activitatea de e-Business la toate firmele este, în mod surprinzator, “managementul tehnic” si nu cel economic sau general. În cadrul acestui management, distributia pe raspunderi este reprezentata în figura 5.

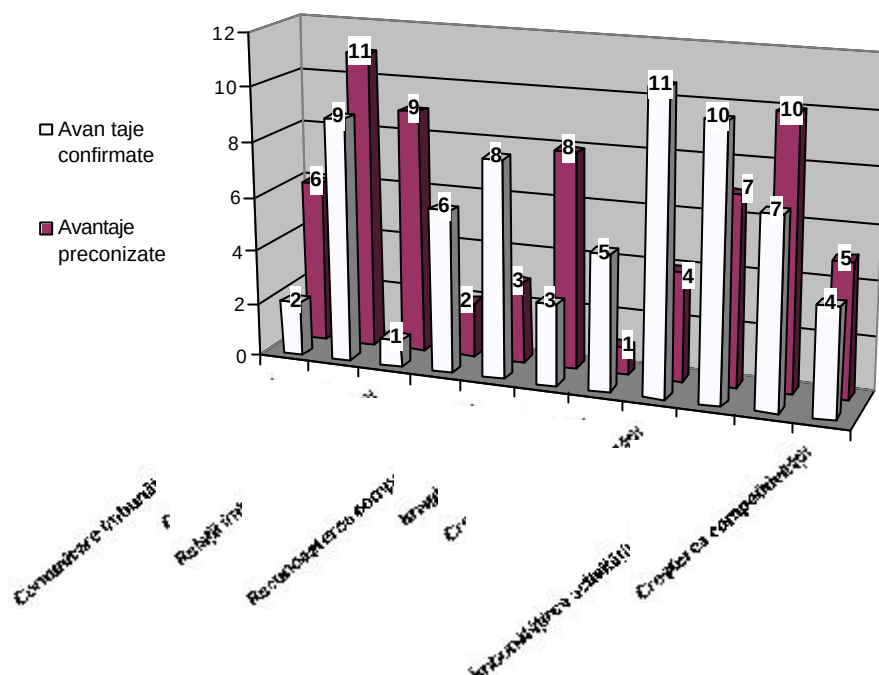
Figura 5



• Referitor la avantajele confirmate, respectiv preconizate a se obtine, ele au fost ordonate de respondenti conform fig. 6. Dintre avantajele confirmate, pe primul loc s-au plasat la majoritatea respondentilor

“relatiile îmbunatatite cu clientii”, iar pe ultimul loc “cresterea productivitatii”, iar la preconizate pe locul întâi este ridicata “cresterea vanzarilor”.

Figura 6



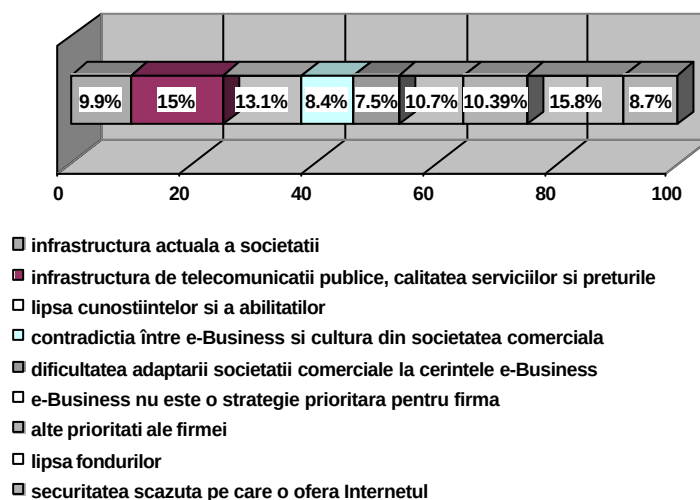
• Dezavantajele aplicațiilor e-Business sunt percepute ca fiind:

- 1) o întreținere proastă a site-ului produce pagube;
- 2) conflicte pe canalele de distribuție;
- 3) transparență inutilă;
- 4) îngustarea pieței preponderent către produsele / serviciile de larg consum;
- 5) efecte negative asupra mediului de afaceri existent

• Asistența în implementarea e-Business a fost acordată în primul rând de consultanții individuali, urmat de furnizorii de servicii Internet, apoi de furnizorii IT.

• Ca piedici majore în implementarea strategiilor e-Business, respondenții au indicat drept cauză principală lipsa fondurilor (41,8%), infrastructura de telecomunicații 39,8%. Detalii în figura 7.

Figura 7

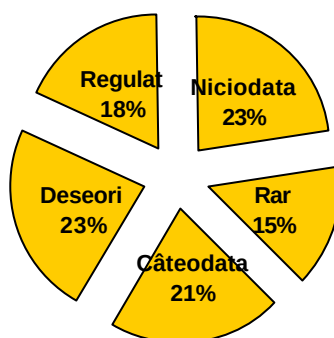


1.2 Referitor la mediul de afaceri

• Mijlocul de comunicare cu clientii cel mai frecvent utilizat este întâlnirea „fata în fata” (66,9%), fiind urmat de „telefon”, în mod regulat utilizat de 52,9% din respon-

denti. E-mailul nu este printre mijloacele de comunicare preferate. În figura 8 se prezinta structura frecventei de utilizare a acestui mijloc de comunicare.

Figura 8



• În relațiile cu partenerii de afaceri, respondenții folosesc în mod regulat „discuțiile directe” – 62,3%, și „deseori” 25,5%. În figura 9 se prezintă modalitățile de comunicare utilizate „în mod regulat”. Se constată ponderea redusă (12,2%) a comunicării prin E-mail, mijloc ce depășește doar „posta” clasică.

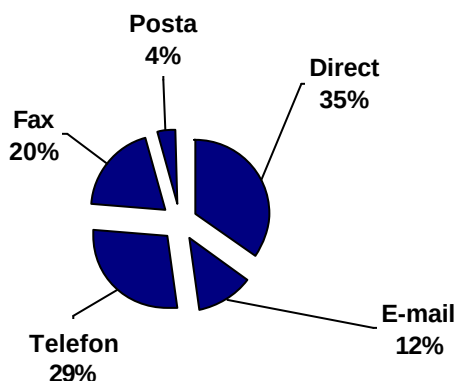
• Obiectivele principale urmărite în cadrul comerțului electronic sunt: promovarea și vânzarile 25%, culegerea informațiilor 22,8%, analiza pieței 19,2%, supravegherea concurenței 15,9%, cumpărarea produselor și serviciilor 15,8%, alte obiective 1,3%.

• Respondenții apreciază costul facilităților de rețea ca fiind: ridicat 38,3%, acceptabil 24,5%, foarte ridicat 18,6%, foarte scăzut 1%, iar 9,6% nu știu.

• Dintre dificultățile extinderii noilor tipuri de servicii electronice de comerț, ordinea indicată de respondenți a fost:

1. prețurile ridicate 30,9%
2. infrastructura de rețea inadecvată 26,5%
3. acces și condiții de utilizare de proastă calitate 22,6%
4. echipamente terminale inadecvate 18,8%
5. alte cauze 1,2%.

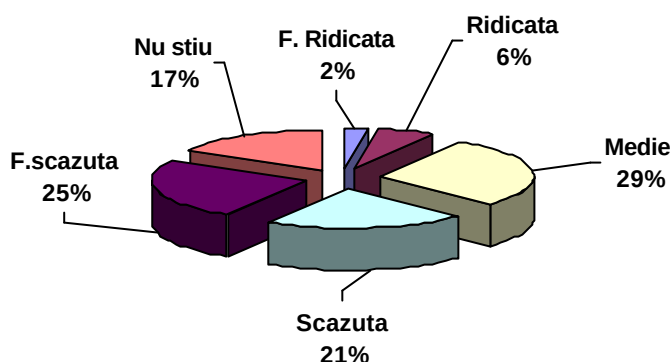
Figura 9



- Referitor la reclama on-line: 69,7% dintre subiecti au declarat ca alocă din totalul bugetului pentru reclama 7%, între 5 – 10% din bugetul reclamei este alocat de 22,7% din firme, iar peste 10% doar 7,6%. De mentionat ca au raspuns la întrebare doar 32% dintre societati, deci foarte probabil ca cei 68% dintre manageri, deci societatiile, nu alocă nici un procent din buget reclamei on-line.

- Se constata un grad scazut de cunoastere a modului derularii afacerilor în varianta electronica; astfel, 46,1% dintre subiecti „nu stiu” nimic, iar 33,5% considera ca doar „câtiva” parteneri folosesc comertul electronic.
- Majoritatea managerilor respondenti au o încredere medie sau scazuta în securitatea tranzactiilor electronice (detalii în figura 10).

Figura 10

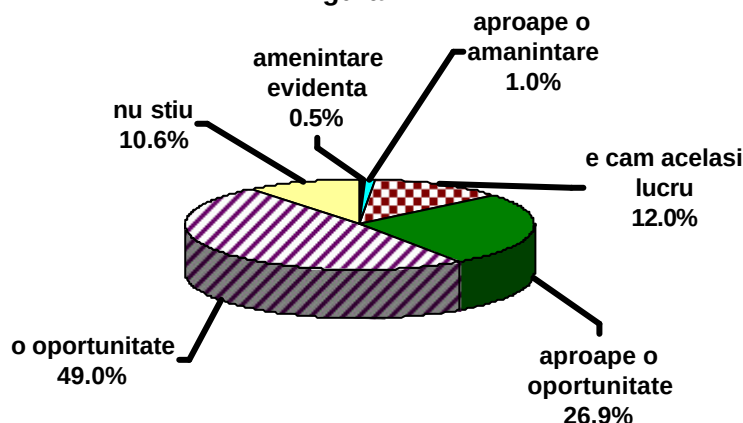


1.3 Caracterizarea sectorului de activitate

- Respondentii constientizeaza importanta e-Business în dezvoltarea firmei; astfel, re-

zultatele indica faptul ca opinia preponderanta vizeaza oportunitatea (vezi figura 11)

Figura 11

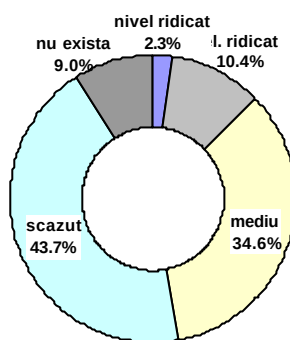


- Dezvoltarea comertului electronic din punct de vedere al structurii afacerilor si al pietei este apreciata ca fiind scazuta si medie (figura 12).
- Referitor la web – marketing, managerii apreciaza ca importanta regionala este preponderenta – 11,9%, iar cea internationala

– 10,43%. Proportia de non – raspuns este de 66,8%.

- În opinia managerilor respondenti, atitudinea generala a populatiei fata de e-Business si fata de Internet este cotata ca fiind de interes modest (figura 13).

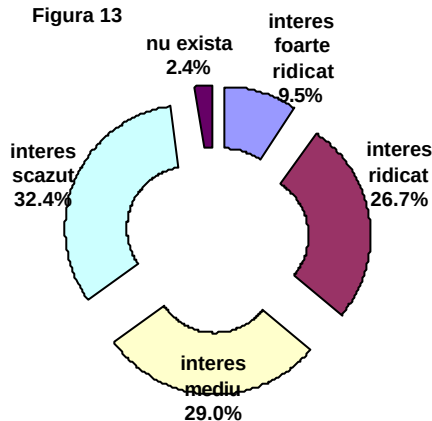
Figura 12



• Respondentii considera ca sectorul financiar nu este suficient de dezvoltat pentru a permite tranzactiile financiare electronice (65,4% dintre respondenti); sursa finantarii pentru eBusiness a fost reprezentata în principal (77,4%) de forma „autofinantare” , si în proportie modesta

(2,4%) de fondurile guvernamentale; din punct de vedere al obtinerii finantarii, doar 8,9% din respondenti apreciaza ca „foarte usoara”, în schimb 52,6% considera obtinerea finantarii ca „dificila” sau „foarte dificila” (detalii în tabelul 6 Anexa).

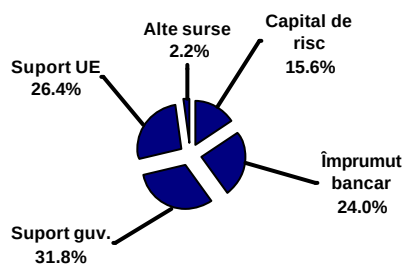
Figura 13



• Referitor la „împrumuturile bancare” ca suport financiar, firmele respondente se declara „complet satisfacute” doar în proportie de 3,7%, iar 79,6% se declara „putin satisfacuti” sau deloc „satisfacuti”.

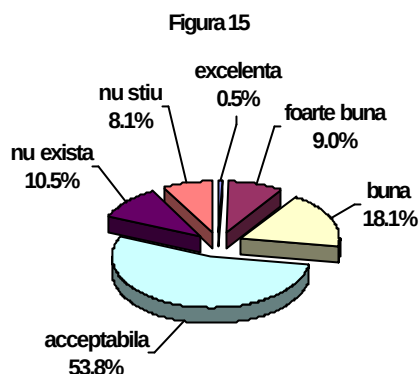
• Detalierea opiniei “nu sunt deloc satisfacut” pe variante de suport financiar se prezinta în figura 14.

Figura 14

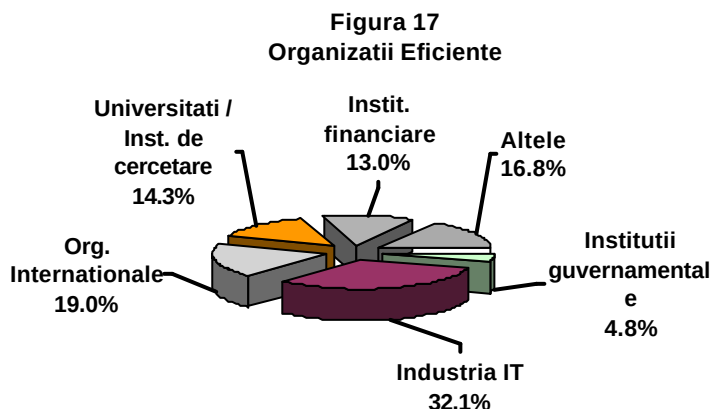
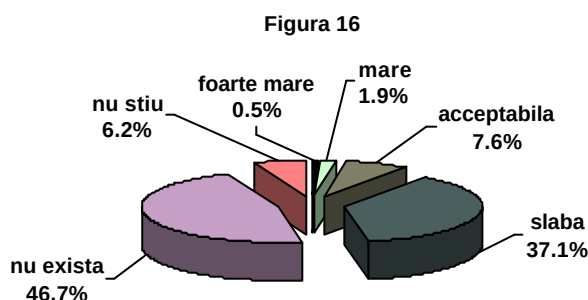


1.4 Aprecieri asupra cadrului legisla- tiv

- Sprijinul guvernamental pentru micii întreprinzatori și inițiativele e-Business este perceput de managerii intervievați ca fiind inexistent (34,8%), slab (38,9%) și doar 0,5% dintre subiecți îl considera foarte mare (detalii în tabelele 7 – 8 Anexa).
- Marea majoritate a respondentilor (43,8%) considera cadrul legal ca nesatisfacator, iar 22,3% la limita acceptabilității. Mai grav este faptul că o proporție semnificativă (15,2%) nu știu nimic despre acest subiect. Menționăm că *Legea nr.365/2002 privind comerțul electronic* reglementează activitatea din acest domeniu, dar nu era în vigoare la momentul desfășurării anchetei.
- Legislația în domeniul proprietății, comerțului și contractelor se bucură de puțină apreciere (detalii în figura 15).



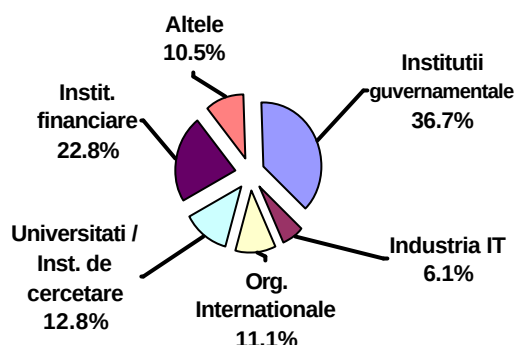
- Sprijinul acordat de autoritățile locale întreprinzătorilor și respectiv inițiativelor e-Business este apreciat ca slab sau absent (detalii în figura 16).



- Asupra eficienței organizațiilor în facilitarea adoptării afacerilor electronice, pe primul loc ca ineficiente sunt indicate “institutiile guvernamentale”, iar pe primul

loc ca eficienta - “industria IT”. Detalii în figurile 17 și 18 pentru extremele scalei gradate de la 1 la 5 (foarte eficiente – 1, respectiv insuficiente – 5).

Figura 18
Organizatii considerate Ineficiente

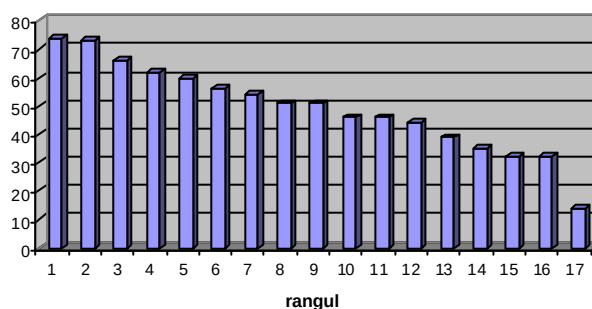


1.5 Necesitatile de instruire

• Referitor la domeniile în care subiecții investigați considera ca este necesară o instruire a personalului pentru implementarea unei strategii e-Business, prioritatea

maximă este atribuită “asigurării securității și confidențialității”, “dezvoltarea unei strategii în domeniul comerțului electronic”. Detalii în figura 19.

Figura 19



Legenda pentru Figura 19:

1. Asigurarea securității și confidențialității
2. Dezvoltarea unei strategii de e-Business
3. Dezvoltarea unui plan de afaceri
4. Finantarea inițiativelor de e-Business
5. Implementarea unei strategii de e-Business
6. Management tehnologic
7. Obținerea unui model de venit durabil
8. Alegerea parteneriatelor potrivite pentru e-Business
9. Metode electronice de plată
10. Personalizarea și managementul relațiilor cu clienții
11. Realizarea modelului corect de afaceri prin Internet
12. Piete de desfacere inter-societăți (Business – to – Business)
13. Strategii de marketing prin Internet

14. Identificarea surselor de soluții și expertiză în comerțul electronic
15. Tehnologia comerțului bazat pe comunicații mobile
16. Colectarea on-line a informațiilor de marketing
17. Mizele și riscurile reclamei on-line

S-a apreciat că având prioritate minimă în programele de instruire: “asigurarea securității și confidențialității”, celelalte domenii având frecvențe de apariție de 5 – 10%.

• Managerii intervievați apreciază că perioada optimă de desfășurare a cursurilor “sfârșitul de săptămână” (week-end) 41%, urmată de varianta “la terminarea programului” 32% (detalii în tabelul 3).

Tabelul 3

Perioada potrivita pentru participarea la cursuri de perfectionare	Frecventa	Procent	Cumulat
Non-raspuns	12	5,69	5,69
În timpul programului de lucru	51	24,17	29,86
Dupa terminarea programului de lucru	64	30,33	60,19
La sfârșit de săptămână (week-end)	81	38,39	98,58
Altele	3	1,42	100,00
Total	211	100,00	-

5. Unele concluzii

➤ Aproximativ 90% din firmele mici, cu pâna la 5 angajati, au cel mult 5 PC-uri; aproximativ 60% din cele mijlocii, cu 5-50 angajati, au pâna la 5 PC-uri si 40% au pâna la 50 de PC-uri.

➤ 44 % firmele cu acces la Internet au între 5 si 50 de PC-uri; 86% din cele fara acces au pâna la 5 PC-uri.

➤ Majoritatea organizatiilor cu acces la Internet fac parte din sectorul secundar (productie industrială, constructii – 75% din firme au acces) si din cel tertiar (servicii, finante, IT, educatie – 77% din firme au acces la Internet). Pe total, 74% din firmele intervievate au acces la Internet.

➤ Majoritatea firmelor cu acces la Internet considera ca progresul înregistrat în introducerea tehnologiilor pentru e-business a fost unul foarte bun (84%), bun (96%), mediu (83%).

➤ Exista o pondere mare a firmelor ce nu au Intranet (40%). În sectorul secundar numai în 24% din organizatii se utilizeaza Intranetul, iar în cadrul acestora, angajatii ce îl utilizeaza în mod regulat reprezinta 25% (60% din firme nu au Intranet); în sectorul tertiar în aproape 20% din organizatii, angajatii utilizeaza Intranetul în proportie de peste 75% (56% din firmele din acest sector nu au Intranet).

Intranetul este utilizat în mod regulat de o pondere mai mare a angajatilor din întreprinderile mici (cu 5-50 angajati), majoritatea firmelor fiind în sectorul secundar si tertiar.

➤ Indiferent de marimea organizatiei, e-businessul este perceput ca o “oportunitate evidenta” de catre ponderea covârșitoare

(40%-50%) a interviuatilor; urmeaza “aproape o oportunitate”.

De asemenea, indiferent de sectorul industrial din care firma face parte, perceptia e-business-ului este în mod preponderent una pozitiva – “oportunitate”.

➤ Referitor la sectorul financiar din tara noastra, indiferent de marimea societatii, se considera într-o proportie considerabila (60%- 68%) ca acest sector este insuficient dezvoltat pentru a permite tranzactii financiare electronice

➤ În privinta sprijinului pe care guvernul îl acorda întreprinzătorilor în general si iniciativelor de e-business în special, indiferent de sectorul din care firmele fac parte, parerea celor intervievati este una negativa pe ansamblu. Astfel, între 60% si 90% dintre respondenti, aparținând diferitelor sectoare, apreciaza sprijinul ca fiind mediu, slab sau inexistent.

Rezultatul este valabil si daca tinem cont de marimea firmelor – indiferent de acest indicator, perceptia respondentilor fata de sprijinul guvernelor este sub medie.

➤ Pentru aprecierea sprijinului autoritatilor locale acordat întreprinzătorilor si e-business-ului în particular, am considerat alti indicatori (decât sectorul sau marimea firmei), mai apropiati de domeniul IT – numarul de PC-uri si accesul la Internet. Indiferent de numarul de PC-uri, sau de existenta sau lipsa accesului la Internet, majoritatea (peste 80%) subiectilor intervievati considera sprijinul autoritatilor locale ca fiind sub medie pâna la “inexistent”.

➤ Indiferent de marimea organizatiei, angajatii prefera cu precadere sfârșitul de săptămână pentru desfasurarea cursurilor de instruire în vederea implementarii stra-

tegiei de e-business (33-38% în firmele mici si mijlocii, iar 48% în firmele cu 50-250 angajati); urmeaza, în ordinea prefe-

rintelor, “dupa terminarea programului de lucru”.

ANEXA

Tabelul 1

Numar calculatoare personale din organizatie	Frecventa	Procent	Cumulat
0-5	105	49,76	49,76
5-50	77	36,49	86,26
50-250	22	10,43	96,68
Peste 250	7	3,32	100,00
Total	211	100,00	-

Tabelul 2

Acces la Internet	Frecventa	Procent	Cumulat
Da	157	74,41	74,41
Nu	50	23,70	98,10
Nu stiu	4	1,90	100,00
Total	211	100,00	-

Tabelul 3

Progresul IT fata de pregatirea în urma cu 3 ani	Frecventa	Procent	Cumulat
Non-raspuns	5	2,37	2,37
Excelent	12	5,69	8,06
Foarte bun	45	21,33	29,38
Bun	64	30,33	59,72
Mediu	37	17,54	77,25
Slab	33	15,64	92,89
Nu stiu	15	7,11	100,00
Total	211	100,00	-

Tabelul 4

Angajati acces frecvent pe Internet	Frecventa	Procent	Cumulat
Non-raspuns	51	24,17	24,17
0-25%	86	40,76	64,93
25%-50%	29	13,74	78,67
50%-75%	21	9,95	88,63
Peste 75%	24	11,37	100,00
Total	211	100,00	-

Tabelul 5

Angajati utilizeaza frecvent Intranet	Frecventa	Procent	Cumulat
Non-raspuns	124	58,77	58,77
0-25%	28	13,27	72,04
25%-50%	19	9,00	81,04
50%-75%	14	6,64	87,68
Peste 75%	26	12,32	100,00
Total	211	100,00	-

Tabelul 6

Sectorul financiar permite tranzactii electronice?	Frecventa	Procent	Cumulat
Da	39	18,48	18,48
Nu	138	65,40	83,89
Nu stiu	34	16,11	100,00
Total	211	100,00	-

Tabelul 7

Sprijinul guvernului pentru întreprinzatori si initiative de e-Business	Frecventa	Procent	Cumulat
Non-raspuns	1	0,47	0,47
Foarte mare	1	0,47	0,95
Mare	7	3,32	4,27
Mediu	24	11,37	15,64
Slab	81	38,39	54,03
Nu exista	73	34,60	88,63
Nu stiu	24	11,37	100,00
Total	211	100,00	-

Tabelul 8

Sprijinul autoritatilor locale pentru întreprinzatori si initiative de e-Business	Frecventa	Procent	Cumulat
Non-raspuns	1	0,47	0,47
Foarte mare	1	0,47	0,95
Mare	4	1,90	2,84
Mediu	16	7,58	10,43
Slab	78	36,97	47,39
Nu exista	98	46,45	93,84
Nu stiu	13	6,16	100,00
Total	211	100,00	-