

Mikro, małe i średnie firmy w Polsce na bakier z cyfryzacją



Przedsiębiorstwa z sektora mikro, małych i średnich firm w Polsce dopiero odkrywają potencjał technologii informatycznych. Według konfederacji Lewiatan cyfrowymi można nazwać niespełna 40 proc. przedsiębiorstw z tej grupy. Optymistyczne jednak, że firmy, które stawiają na cyfryzację szybko odkrywają korzyści z tego płynące i robią następne kroki na tym polu.

Lewiatan wyróżnił siedem prostych zastosowań ICT w biznesie, takich jak: obsługa klientów przez Internet z wykorzystaniem poczty elektronicznej, posiadanie strony w mediach społecznościowych, prowadzenie portalu on-line, posiadanie mobilnej wersji strony www, wystawianie e-faktur, zarządzanie zasobami z wykorzystaniem odpowiedniego oprogramowania, czy przesyłanie danych w chmurze, które określają cyfrowy charakter przedsiębiorstwa. Wyznacznikiem digitalizacji była liczba technologii informatycznych wykorzystywanych przez przedsiębiorstwa z poszczególnych sektorów.

Okazało się np. że tylko 55,2 proc. z grupy tych firm obsługuje klientów elektronicznie z wykorzystaniem poczty elektronicznej, a 48,1 proc. ma własną stronę internetową. Widać więc, że nawet w tak prostych zastosowaniach są w tej grupie firm jeszcze spore rezerwy.

- Jako cyfrowe określiliśmy te, które wykorzystują co najmniej trzy z tych technologii. Jest ich niespełna 40 proc. - mówi Małgorzata Starczewska-Krzysztozek, główny ekonomista w Lewiatanie.

Jednak wszystkie te technologie wykorzystuje zaledwie 1,1 proc. MMŚP, a jedna czwarta nie korzysta z żadnej z nich. Polskie firmy cyfrowe działają przede wszystkim w przemyśle, sektorze usług profesjonalnych, a także branży naukowej i technicznej. Główną cechą liderów cyfryzacji jest wyższe wykształcenie menedżerów i właścicieli zarządzających przedsiębiorstwami. Nie bez znaczenia jest również lokalizacja firmy. Przedsiębiorstwa mieszczące się w metropoliach i miastach średniej wielkości częściej korzystają z nowoczesnych technologii, niż firmy posiadające siedzibę w małych miejscowościach. Co ciekawe, inwestycje w technologie pozwalają znacząco niwelować różnice wynikające z lokalizacji firmy.

- Co charakterystyczne, cyfrowe firmy bardziej niż te analogowe koncentrują się na celach rozwojowych, budują swoją pozycję konkurencyjną na jakości, wdrażają w sposób rozumny innowacje, uważają eksport za szansę - podkreśla Małgorzata Starczewska-Krzysztozek.

Najczęściej wykorzystywanymi technologiami przez przedstawicieli sektora MMŚP są: poczta elektroniczna, e-faktury oraz oprogramowanie do zarządzania zasobami firmy. Wciąż stosunkowo mało przedsiębiorstw stawia na mobilność, dlatego wersje stron internetowych dostosowane do otwierania na smartfonach czy tabletach nadal cieszą się małą popularnością. Niepokojący jest również fakt, że niewielki odsetek przedsiębiorstw (11,7 proc.) korzysta z chmury obliczeniowej. Tymczasem technologia ta wydaje się być idealna dla mikro i małych firm, gdyż nie wymaga posiadania rozbudowanej infrastruktury informatycznej i zatrudniania specjalistów IT, a jednocześnie daje szerokie spektrum możliwości pracy zdalnej.

Z badań firmy home.pl wynika jednak, że sektor MSP dostrzega sens inwestowania w technologie mobilne, już 60 proc. stron internetowych polskich firm z sektora MŚP posiada wersję mobilną lub responsywną. Oznacza to, że jest ona dostępna na wielu urządzeniach: laptopach, tabletach i smartfonach - wynika z badania przeprowadzonego na zlecenie home.pl przez Instytut Badawczy ARC Rynek i Opinia. Co ciekawe, najczęściej stosują je mikroprzedsiębiorstwa (65 proc.), rzadziej średnie (60 proc.) i małe (48 proc.) firmy.

- Małe i średnie przedsiębiorstwa inwestuje w technologię mobilną i responsywną, bo mają świadomość, że ich klienci używają smartfonów czy tabletów, a strony dostosowane do takich urządzeń załadowują się 10 razy szybciej, jednocześnie zużywając mniej transferu komórkowego - komentował wyniki badań Maciej Fiszer, lider

zespołu UX (User Experience) w home.pl

W jaki sposób technologia ICT może zmienić firmę pokazują badania „Nowoczesne IT w MŚP” realizowanych przez Ipsos MORI dla Microsoft w 2015 roku 37 proc. respondentów dostrzegło szczególny wpływ technologii na komunikację wewnętrzną, współpracę i wymianę wiedzy między pracownikami. Jeszcze wyższy odsetek respondentów z polskich firm (38 proc.) podkreśla rolę IT dla obsługi klientów. Z kolei 40 proc. pracowników MŚP deklaruje, że technologia ma krytyczne znaczenie dla zapewnienia lepszego kontaktu z klientem.

- Niepodważalną zaletą zwrotu ku nowoczesnym technologiom jest wzrost efektywności pracy oraz oszczędność czasu, wynikające np. z szybszej wymiany informacji umieszczonych w chmurze. Zaoszczędzony w ten sposób czas pracownicy mogą przeznaczyć na pozyskiwanie i realizację nowych zleceń co w konsekwencji zaowocuje większymi zyskami - podsumowuje Przemysław Szuder, dyrektor działu Small & Medium Business Solutions and Partners w Microsoft.

Marek Jaślan

Zdjęcie: Photogenica