

*Paulina Jacek**

Rola i wpływ współczesnych narzędzi internetowych w zarządzaniu firmą

1. Wstęp

Żyjemy w czasach, gdy każda osoba posiada komputer, tablet, czy smartfon. Praktycznie każdy ma wszędzie dostęp do Internetu, co za tym idzie dostęp do informacji, czy portali społecznościowych. Już od dawna posiadanie komputera, posiadanie dostępu do źródeł informacji nie jest już uzależnione od ilości członków w rodzinie, tak jak jeszcze kilka lat temu.

Wraz z początkiem lat 90. nastał czas pokolenia Z, którego najbardziej wyróżnia fakt, ciągłego podłączenia do sieci. Nowe technologie i urządzenia elektroniczne są dla nich czymś codziennym i zwyczajnym, nie potrafią sobie wyobrazić życia bez komputera czy telefonu. Całą wiedzę czerpią z Internetu ponieważ chcą szybko i w prosty sposób pozyskać informację. Ogólnie rzecz biorąc można zauważyć widoczny wzrost komputeryzacji oraz „nowoczesne przetwarzanie danych i cyfryzacja stały się siłą napędową rozwoju wielu gospodarek”¹.

Obecnie najczęściej kupowanym urządzeniem jest komputer osobisty typu laptop, a obowiązkowym elementem jest podłączenie do globalnej sieci komputerowej zwanej Internetem, która zmieniła nasze życie. Otrzymaliśmy wiele nowych i nieograniczonych możliwości. Nasza przyszła działalność głównie opierać się będzie na pracy z komputerem, korzystaniem z Internetu i odpowiednich narzędziach, oprogramowaniu do pracy. Chcemy być coraz bardziej niezależni, elastyczni i otwarci na możliwości. Chcemy prowadzić swój biznes z dowolnego miejsca na świecie i dzięki komputerowi z Internetem możemy to osiągnąć.

Celem artykułu jest przedstawienie zagadnienia związanego z narzędziami internetowymi, ale najpierw zacznę od potrzeby posiadania komputera we współczesnym świecie. Następnie wyjaśnię czym jest Internet i do czego jest on

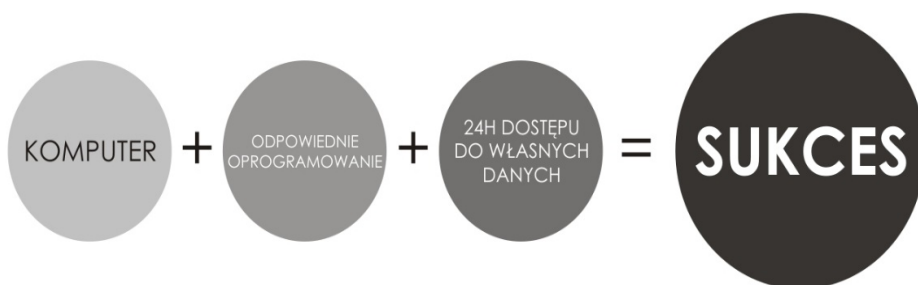
* Wydział Zarządzania, Uniwersytet Łódzki.

¹ Słowa Romana Dmowskiego wygłoszone podczas II edycji konferencji e-Administracja dla Biznesu (<https://mac.gov.pl/aktualnosci/od-cyfryzacji-nie-ma-juz-odwrotu>).

nam jest potrzebny. Kolejna część będzie dotyczyła wyników badań przeprowadzonych przez zespół badawczy SKN ProBiz+ na temat przedsiębiorczości studentów i studentki Uniwersytetu Łódzkiego. Ostatnia część podsumuje zebrane przeze mnie wnioski.

2. Komputer jako narzędzie do pracy

Komputer to urządzenie, które spełnia nasze zadania za pomocą odpowiedniego oprogramowania. Jeszcze w zeszłym stuleciu do obsługi komputera był potrzebny zespół ludzi, a jego powierzchnia sięgała sporej stodoły. Wraz z początkiem nowego stulecia komputer stał się dobrem podstawowym, który jesteśmy w stanie zmieścić w kieszeni. Jest przedmiotem powszechnego użycia każdego młodego człowieka.



Rysunek 1. Klucz do sukcesu

Źródło: opracowanie własne.

Komputer składa się ze sprzętu oraz odpowiedniego oprogramowania. System operacyjny to obowiązkowe oprogramowanie, które pozwala na zarządzanie komputerem i wszelkimi urządzeniami podpiętymi do niego.

Komputer niezależnie od rodzaju jaki posiadamy przed wszystkim pozwala nam gromadzić, przetwarzać oraz w łatwy sposób przesyłać informacje. Komputer osobisty, co raz częściej jest wykorzystywany zarówno do celów prywatnych jak i służbowych. Pozwala on na 24 godzinny dostęp do danych, które potrzebujemy, przy dostępie do Internetu możemy zarządzać swoją firmą z dowolnego miejsca. Pozwala nam to na bardziej elastyczną pracę i spore ułatwienie.

3. Internet jako źródło informacji

Historia Internetu zaczęła się w Los Angeles w 1969 roku na Uniwersytecie Kalifornijskim, gdzie zainstalowano pierwsze węzły sieci zwane ARPANET² w ramach eksperymentu finansującego przez – ARPA³. Była to rządowa agencja, której głównym zadaniem była obserwacja i pomoc finansowa dla nowo powstających uczelni USA. Dodatkowym zadaniem był rozwój technologii wojskowej na zlecenie Departamentu Obrony.

APRA w 1967 zorganizowała konferencję naukową, której tematem była budowa rozległych sieci komputerowych o rozproszonym zarządzaniu. Konferencja miała na celu ustalenie czy jest możliwe stworzenie sieci łączności, która nie posiadałaby centrali, którą w łatwy sposób mogła być zniszczona przez wrogie jednostki. Wynikiem tej konferencji było wybranie projektu Alex'a McKenzie⁴ oraz rozpoczęcie budowy zdecentralizowanej sieci komputerowej. Stworzył on kilkudziesięcioosobowy zespół łącząc Uniwersytety: Stanford, UCLA⁵ i Utah⁶. Efektem tego było stworzenie raportów, które pozwalały na stworzenie sieci komputerowej mogącej istnieć mimo częściowego zniszczenia, co wcześniej było niemożliwe, gdyż po zniszczeniu centrali wojsko traciło ze sobą łączność.

Ówczesnie Internet to ogólnosiwiatowa sieć komputerowa, która pozwala nam zarówno na pracę jak i rozrywkę. Możemy bez problemu oglądać filmy, czytać elektroniczne książki czy też kupimy sobie bilet do kina czy na pociąg. Pozwala nam na poszukiwanie informacji w szybki sposób z dowolnego miejsca, w którym aktualnie się znajdujemy. Jest źródłem informacji praktycznie każdego nowoczesnego człowieka. Potocznie mówi się, że jeśli czego nie ma w Internecie to już nie istnieje. Potrzebujemy przekazywać jak i odbierać informację, Internet zdecydowanie nam to ułatwia.

4. Wybrane narzędzia internetowe

4.1. Poczta elektroniczna

Nieustanny rozwój nowoczesnych technologii przyczynił się do nowych sposobów komunikacji, także w firmach. Kilka ostatnich lat spopularyzowały komunikację za pomocą poczty elektronicznej przez osoby prywatne, jak

² ARPANET – bezpośredni przodek Internetu.

³ ARPA – Advanced Research Projects Agency (z tłum. Agencja Zaawansowanych Projektów Badawczych) – projekt rządowy powołany przez Departament Obrony USA.

⁴ Alex McKenzie z Uniwersytetu Stanforda – pomysłodawca wybranego projektu.

⁵ UCLA – Uniwersytet w Kalifornii.

⁶ Utah – Uniwersytet w Utah.

i przedsiębiorstwa. E-mail stał się głównym środkiem komunikacji w biznesie wykorzystujących Internet jako sieć przekazywania wszelakich danych. W większości przypadkach zawartość e-maila ma charakter tekstowy. Jednakże możemy przesłać prezentacje, zdjęcia, arkusze itp. Narzędzie to wypiera tradycyjną papierową korespondencję.

4.2. Strona internetowa

W dzisiejszym świecie każda firma chcąc rozwijać się, powinna zaistnieć w Internecie i posiadać własną stronę internetową. Jest to narzędzie służące informacji o nas, naszych produktach, ale przede wszystkim własnej reklamie siebie lub własnej firmy. Wygląd strony ma spory wpływ na wizerunek w sieci przez naszych potencjalnych oraz obecnych klientów.

Każda nowo powstająca firma już wie, że musi posiadać własną stronę internetową. „Dziś firmy, których nie ma w Internecie bankrutują szybciej niż biega Usain Bolt”⁷ (Jędrzejczak 2014). Dlatego coraz więcej firm powstałych przed popularyzacją Internetu decyduje się na jej stworzenie.

4.3. Sklep internetowy

Wraz z postępem technologicznym i ekonomicznym zmienia się także sposób sprzedaży produktów. Sklep internetowy umożliwia nam sprzedaż produktów przez Internet. Jest on częścią sprzedaży B2C oraz czasem B2B. Jest to narzędzie, które jest dostępne dla klienta 24 godziny na dobę. Ta forma sprzedaży posiada wiele udogodnień dla oby stron. Obniża koszty sprzedaży, a co często za tym idzie ceny oferowanych produktów, daje nam możliwość szybszego porównywania cen.

Najczęstszym sposobem komunikacji między klientem, a sprzedawcą jest e-mail lub telefon komórkowy. Co zdecydowanie usprawnia wysyłkę towaru, gdyż klient od samego złożenia zamówienia, po doręczenie od kuriera paczki jest informowany co dzieje się z jego przesyłką.

4.4. Blog firmowy

Dodatkowym atutem dla firmy w sieci jest prowadzenie bloga firmowego. Jest to narzędzie dzięki, któremu nasz potencjalny klient może nas poznać zanim jeszcze będzie chciał coś od nas kupić. Blog firmowy jest takim pamiętnikiem

⁷ Usain Bolt – obecny rekordzista w sprincie na odcinku 100 i 200 m.

firmy, która zapisuje w nim dzieje firmy, przedstawia zdjęcia, opisuje życie firmy. Znaleźć możemy także tam zapiski o pracownikach firmy, czym się interesują i co lubią robić prywatnie.

4.5. System CRM

System CRM to system dzięki, któremu możemy planować zarządzanie relacji z klientem, rejestrować odbyte spotkania, czy też rozmowy telefoniczne oraz rozdzielać zadania pracownikom. Cały system pozwana na przemysłane i uporządkowane działania marketingowe i sprzedażowe.

4.6. System ERP

Natomiast System ERP to system informatyczny, który wspiera zarządzanie i planowanie wewnątrz przedsiębiorstwa, zarówno dużych, średnich jak i jednoosobowych firmach. Dzięki czemu możemy kompleksowo zarządzać procesami w firmie choćby przez Internet. Cały system dzieli się na moduły, które są odpowiedzialne za różne obszary np. magazynowanie, śledzenie realizowanych dostaw, zarządzanie jakością, zaopatrzenie, księgowość, zarządzanie zasobami ludzkimi – kadry i płace, zarządzanie zapasami i wiele innych pomocnych w przedsiębiorstwie. Przede wszystkim ułatwia to zarządzanie i optymalizację wykorzystania zasobów przedsiębiorstwa.

4.7. Media społecznościowe

Do najpopularniejszych portali społecznościowych zaliczamy m.in.: Facebook, Twitter, Google + oraz LinkedIn.

Promocja w portalach społecznościowych to tanie rozwiązanie dla małych i średnich firm, które właśnie zaczynają wchodzić na rynek. Poprzez sieci społecznościowe możemy w szybki sposób rozprzestrzeniać informację. Jednak ma to pozytywne aspekty jak i negatywne. Aby zacząć skutecznie działać trzeba mieć przygotowaną strategię, w przeciwnym razie promocja może mieć negatywne skutki dla naszej firmy. Strategia powinna być budowana w taki sposób aby tworzyła interaktywny dialog między firmą, a klientem. Powinniśmy także wiedzieć do jakich uczestników mediów społecznościowych chcemy dotrzeć, aby nasza reklama była skuteczna. Ustalenie wieku i płci odbiorców w tym przypadku jest kluczowe.

Ciągła aktywność w mediach społecznościowych to dzisiaj obowiązkowy element budowania przewagi rynkowej. Poprzez angażujące treści, zdjęcia na

profilu firmowych zwiększysz możliwość komunikacji z twoimi potencjalnymi klientami.

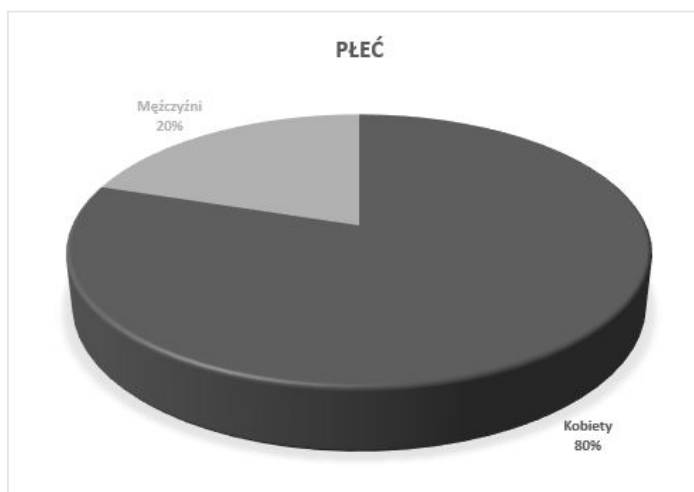
Media społecznościowe to narzędzie, dzięki któremu możemy pozyskać nowych klientów, a także promować swoją firmę w sieci.

5. Gotowość studentów UŁ do podejmowania internetowej działalności gospodarczej

Badanie zostało przeprowadzone metodą ankiety internetowej w kwietniu 2015 roku. Kwestionariusz składał się z 33 pytań, z czego 6 ostatnich pytań dotyczyło metryczki.

Głównym celem badań przeprowadzonych przez grupę badawczą SKN Pro-Biz+ przy Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego dotyczyły sprawdzenia, czy i w jakim stopniu oraz jakich powodów studentki i studenci Uniwersytetu Łódzkiego wiążą swoją przyszłość zawodową z prowadzeniem własnej działalności gospodarczej. Dzięki tym badaniom jesteśmy w jasny sposób powiedzieć jak ważny wpływ mają narzędzia internetowe w zarządzaniu firmy.

Wypełnione zostało 605 ankiet. W badaniu dominowały kobiety, które stanowiły 80% wypełnień wszystkich wypełnień ankiet.



Rysunek 2. Płeć ankietowanych

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.



Rysunek 3. Chęć założenia w czasie trwania studiów lub do 3 lat po jej skończeniu własnej działalności gospodarczej

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

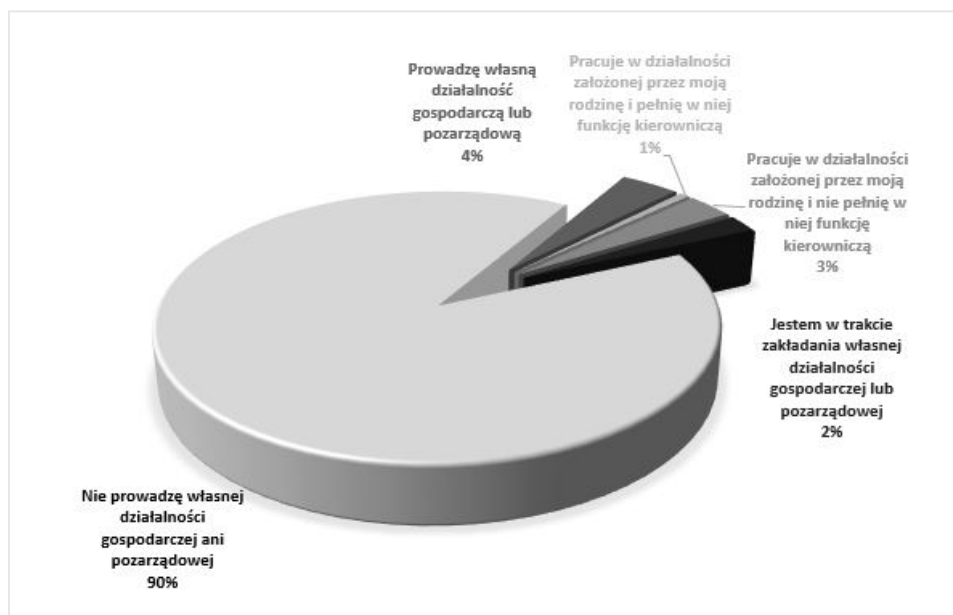
35,89% badanych chce lub planuje założyć własną działalność gospodarczą w trakcie trwania studiów lub do 3 lat po jej skończeniu. Natomiast pozostałe 64,11% nie przejawia takich chęci.



Rysunek 4. Rodzaj działalności

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Aż 75,19% ankietowanych zamierza prowadzić działalność zarówno stacjonarną jak i internetową, wyłącznie 8,78% osób chce podjąć się prowadzenia swojego biznesu tylko internetowego, pozostałe 16,03% chciałoby prowadzić działalność stacjonarną.



Rysunek 5. Aktualny status zawodowy

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

90% ankietowanych aktualnie nie prowadzi własnej działalności gospodarczej, 4% osób aktualnie prowadzi swoją firmę, 3% pracuje w firmie założonych przez swoją rodzinę, ale nie pełni w niej funkcji kierowniczych oraz 1% osób pracuje w firmie założonych przez swoją rodzinę i pełni w niej funkcje kierownicze. Tylko 2% wszystkich ankietowanych jest w trakcie zakładania własnej działalności gospodarczej.

6. Podsumowanie

Żyjemy w świecie nieustających zmian. Chcemy być nowocześni i iść z biegiem czasu. Kupujemy coraz to nowsze komputery, tablety, smartfony bo chcemy być na bieżąco. Urządzenia te nie tylko kupujemy ze względu na funkcjonal-

ności jakie posiadają, ale także na ich design. Większość z nas posiada stały dostęp do Internetu w telefonie, ale generalnie wszędzie gdzie jesteśmy możemy się podpiąć do bezpłatnej sieci Wi-Fi, które udostępniają nam kawiarnie, restauracje czy centra handlowe.

Komputeryzacja i cyfryzacja opanowała nasze życie. W pracy chcemy być elastyczni, nowoczesni. Komputeryzacja pozwala nam zarządzać firmą z dowolnego miejsca na świecie. Dodatkowym atutem jest czas, dzięki dostępowi do Internetu możemy pracować o dowolnej porze, gdyż mamy stały dostęp do danych firmy.

BIBLIOGRAFIA

- ARPANET, <https://pl.wikipedia.org/wiki/ARPANET>, (data dostępu 25.06.2015).
- Czubała A., Jonas A., Smoleń T., Wiktor J. (2006), *Marketing usług*, Wolters Kluwer, Kraków.
- Dmowski R. (2015), *Od cyfryzacji nie ma już odwrotu*, <https://mac.gov.pl/aktualnosci/od-cyfryzacji-nie-ma-juz-odwrotu-wiceminister-roman-dmowski-na-konferencji-e>, (data dostępu 24.06.2015).
- Hollins B., Shinkins S. (2009), *Zarządzanie usługami. Projektowanie i wdrażanie*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Jabłkowski W., Bartkiewicz W. (2006), *Systemy informatyczne zarządzania*, Wydawnictwo KPSW, Bydgoszcz.
- Jabłoński W. (2007), *Kreowanie informacji – media relations*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Kiełtyka L. (2011), *Narzędzia informatyczne w zarządzaniu. Wybrane zagadnienia*, Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa.
- Lachowski S. (2010), *Droga innowacji. Pracuj ciężko – baw się – zmieniaj świat*, Wydawnictwo Studio EMKA, Warszawa.
- Microsoft, *Komputery wprowadzenie*, <http://windows.microsoft.com/pl-pl/windows/introduction-to-computers#1TC=windows-7>, (data dostępu 21.06.2015).
- Norman R. (2012), *Zarządzanie usługami – Strategie i przywództwo w Internecie*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk.
- Nowak J., Olejniczak Z., Graba J. (2006), *Informatyka w administracji*, Polskie Towarzystwo Informatyczne, Warszawa.
- Rusak P. (2013), *Czy należy się bać pokolenia Z?*, <http://kariera.pracuj.pl/porady/czy-nalezy-bac-sie-pokolenia-z/>, (data dostępu 22.06.2015).
- Solska J. (2009), *Raport pokolenia Y na rynku pracy*, <http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/rynek/270628,1,raport-pokolenie-y-na-ryнку-pracy.read>, (data dostępu 10.06.2015).
- Wróbel P. (2012), *Konsekwencje stosowania poczty elektronicznej z perspektywy organizacji i pracowników*, <http://www.e-mentor.edu.pl/artykul/index/numer/44/id/924>, (data dostępu 22.06.2015).

THE ROLE AND IMPACT OF MODERN INTERNET TOOLS IN THE MANAGEMENT OF THE COMPANY

SUMMARY

Currently, each person has a computer, tablet or phone. We are dependent on access to the Internet. All the time we need to get information, the Internet facilitates us. Every step, we use Internet tools at work or at home. In this article, I would like to present the topic just related to online tools. Firstly I'll start from the need for a computer in the modern world. Then I explain what it the Internet and why we use it. Another part will deal with results research conducted the research team SKN ProBiz+ on entrepreneurship students of the University of Lodz. The last part will summarize my conclusions collected.