

Piotr Jacek*

Siła nowoczesnych narzędzi internetowych i ich wkład w rozwój e-biznesu

1. Wstęp

Jest XXI wiek. Jest to czas olbrzymiego postępu technologicznego. Jeszcze sto lat temu ludność była w stanie wynaleźć jedną, czy dwie rzeczy, osiągnięcia na rok. W tej chwili co sekundę na świecie powstaje nowy wynalazek. Chcąc nadążyć za postępem, ludzkość musiała ewoluować, dostosować nie tylko swoje nawyki, ale także i takie rzeczy jak styl pracy. Wraz z rozwojem technologicznym rozwinął się sposób prowadzenia własnego biznesu, powstała możliwość korzystania z nowych narzędzi, które znacząco ułatwiają prowadzenie firmy. W ten sposób powstało pojęcie e-biznesu, czyli prowadzenie własnego biznesu wykorzystując dostępne technologie i narzędzia.

Pojęcie to skupia w sobie całe pojęcie o prowadzeniu biznesu przy wykorzystaniu technologii. To technologia daje podstawowe dzisiaj źródło informacji jakim jest Internet. To dzięki niemu jesteśmy dzisiaj w stanie sprawdzić wiadomości, pogodę, czy znaleźć najbliższą restaurację w ciągu krótkiej chwili prawie gdziekolwiek jesteśmy. To właśnie Internet daje światu narzędzia internetowe, które kreują dzisiejsze kierowanie e-biznesem. Tego typu narzędzi jest całkiem sporo, wypierają one dotychczasowe formy, marketingu, logistyki i zarządzania. System pracy przechodzi na inny poziom funkcjonowania. W tym tkwi właśnie olbrzymia siła narzędzi internetowych.

Artykuł zawiera w pierwszej kolejności zagadnienia związane z e-biznesem, który jest podstawą dla tego zagadnienia. To właśnie w e-biznesie najbardziej pomagają narzędzia internetowe, których wpływ na rozwój e-biznesu ten artykuł przedstawia. W dalszej części artykułu możliwe jest poznanie narzędzi internetowych, jakie można wykorzystać w e-biznesie. Jest to oczywiście najważniejsza część, kompendium z rozległego świata internetowych możliwości. Na koniec można przeczytać o wynikach badań naukowych, które przedstawiają jak to jest

* Wydział Zarządzania, Uniwersytet Łódzki.

z tym e-biznesem wśród studentów Uniwersytetu Łódzkiego oraz co oni myślą o roli w tym wszystkim narzędzi internetowych. Po przeczytaniu artykułu na pewno zgodzicie się z tą tezą. Na koniec przedstawione są wnioski oraz podsumowanie całego tematu.

2. Czym jest e-biznes

Pojęcie e-biznesu wprowadziła w 1995 roku firma IBM. To właśnie oni rozpowszechnili to pojęcie. Historia jednak powstania tego pojęcia sięga aż lat 60. XX wieku. Wtedy powstał EDI¹, czyli elektroniczna wymiana danych. Była ona prekursorem dla e-biznesu. Z początku e-biznes miał na celu opis modelu prowadzenia biznesu wykorzystującego narzędzia internetowe. Z czasem jednak jak każda dziedzina i ta zaczęła posiadać coraz to nowe odłamy.

Odłamy dziedziny jaką jest e-biznes nazywamy modelami. W ten sposób powstał e-shop (sklep internetowy), e-auction (aukcje internetowe), e-procurement (elektroniczne zaopatrzenie) oraz inne odłamy.

Dzisiaj e-biznes oraz wszystkie odłamy przenikają każdą formę prowadzenia firmy. Przecież nie od dzisiaj firmy, korzystają z maili, przeglądają oferty innych firm w Internecie, czy korzystają z B2B², które przecież też korzysta z narzędzi internetowych.

3. Narzędzia internetowe

Narzędzia internetowe to zbiór wszystkich dostępnych możliwości elektronicznego wsparcia, które pozwala nam w prosty i szybki sposób prowadzić nasz biznes. Dzisiaj jest ich olbrzymia ilość, która stara się ciągle rozwijać i dopasowywać do rynku.

Jednym z pierwszych narzędzi internetowych był e-mail. Z początku proste narzędzie do przesyłania krótkich (wręcz telegraficznych) wiadomości wewnątrz firm, stało się głównym środkiem komunikacji wszelakich informacji nie tylko firmowych, ale i prywatnych.

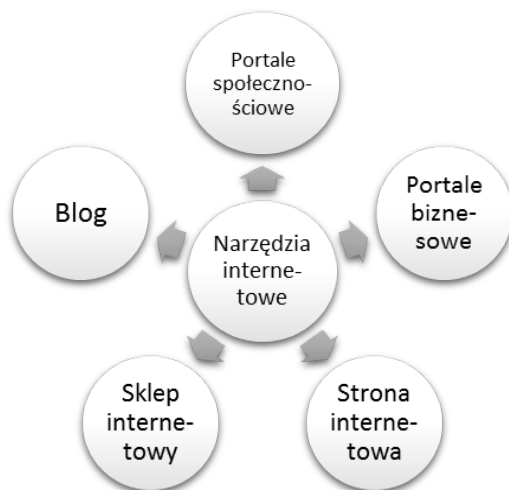
Wraz z rozwojem Internetu w latach 90. XX wieku coraz bardziej popularne stawało się posiadanie prostych stron internetowych. W tej chwili, żadne, chcące

¹ EDI (ang. Electronic Data Interchange) – transfer biznesowych informacji transakcyjnych z systemu informatycznego do innego systemu informatycznego z wykorzystaniem standardowych, zaakceptowanych formatów komunikatów.

² B2B (ang. Business to Business) – nazwa relacji występujących pomiędzy firmami, określaną często mianem „klasycznego” e-biznesu. Na światowym rynku business-to-business największą gałąź stanowią informacje biznesowe (raporty branżowe, badania konsumenckie, informacje dotyczące sieci społecznościowych) i stanowią ok. 42% wszystkich wydatków na działania b2b.

jakkolwiek się reklamować, przedsiębiorstwo nie może, nie posiadać strony internetowej.

W dalszych etapach coraz więcej narzędzi i coraz szybciej powstawało. Chciałbym przedstawić pięć najważniejszych narzędzi internetowych, które dzisiaj są niezbędne, chcąc prowadzić e-biznes. Przedstawiając każdy z nich postaram się przedstawić przykłady wyszczególnionych narzędzi.



Rysunek 3. Najważniejsze narzędzia internetowe

Źródło: opracowanie własne.

3.1. Portale społecznościowe

Jedne z młodszych narzędzi internetowych i jedno z najszybciej się rozwijających. W tej chwili jedno z największych źródeł przekazu informacji. Nie jesteśmy już w sobie wyobrazić dzisiaj życia bez Facebooka (największego portalu społecznościowego na świecie). Dzięki portalom społecznościowym jesteśmy w stanie w bardzo szybki sposób dotrzeć do wybranej grupy odbiorców. W tej chwili mamy bardzo dużo różnorodnych portali. Siłą tego jest właśnie popularność takich portali jak Facebook.

Różnią się nie tylko grupą odbiorców, ale i sposobem użytkowania. I tak możemy wymienić o wiele bardziej popularny w Stanach Zjednoczonych niż w Europie portal Tweeter, portal do wrzucania wyłącznie zdjęć – Instagram, największego gracza – Facebook oraz jego konkurenta Google +. Przedstawię to narzędzie na przykładzie największego, czyli Facebooka.

Facebook to dzieło studentów z Uniwersytetu Harvarda i było początkowo przeznaczone dla uczniów szkoły. Bardzo szybko rozszerzyło działalność na inne szkoły. Stało się tak poprzez olbrzymie zainteresowanie portalem. W ciągu 11 lat Facebook urósł do największego portalu, który posiada ponad miliard użytkowników.

Rozwój portali społecznościowych takich jak Facebook miał duży wpływ na rozwój e-biznesu. Dzisiaj oprócz strony internetowej, obligatoryjnie musimy posiadać stronę firmą lub fanpage na Facebooku. Dzięki niej jesteśmy w stanie przekazywać na bieżąco ciekawostki z życia firmy, ważne informacje bieżące, czy nowe oferty handlowe. Od jakiegoś czasu na Facebooku istnieje możliwość umieszczania reklam, w przyszłości planowane jest stworzenie możliwości handlu internetowego.

3.2. Portale biznesowe

Obok portali społecznościowych rozwinęły się portale biznesowe. Ich główną funkcją jest przekazywanie informacji o swoich umiejętnościach i kontaktach biznesowych. Dzięki nim jesteśmy w stanie stworzyć swoje internetowe CV³ i pokazywać przedsiębiorcom swoje osiągnięcia. Największym tego typu portalem jest LinkedIn. W Polsce popularny jest jeszcze portal GoldenLine.

Główną zaletą tych portali jest właśnie możliwość stworzenia swojego internetowego CV, budowania własnej historii pracy, oraz opinii na temat siebie jako pracownika. Dalej idąc możemy stworzyć sieć kontaktów z innymi osobami, aby nasz profil trafił do większej grupy odbiorców. Możemy także wystawiać opinie innym użytkownikom co podnosi wartość ich profili. Takie narzędzie daje nam szansę na nie tylko znalezienie z jednej strony pracy, ale i z drugiej dobrego pracownika.

3.3. Strona internetowa

Najważniejsze i jedno z najstarszych narzędzi internetowych. Twórcą strony internetowej (www) jest Tim Berners-Lee⁴, który współpracując z CERN⁵ w 1991 roku udostępnił w Internecie pierwszą stronę internetową.

³ Curriculum vitae, CV lub c.v. (łacina – bieg życia, przebieg życia) – życiorys zawodowy.

⁴ Sir Timothy Berners-Lee (ur. 8 czerwca 1955 w Londynie) – fizyk, programista, współtwórca i jeden z pionierów usługi WWW, obecnie jednej z najpopularniejszych usług internetowych. Od roku 1994 jest Przewodniczącym Konsorcjum W3C.

⁵ Europejska Organizacja Badań Jądrowych CERN (fr. Organisation Européenne pour la Recherche Nucléaire) – ośrodek naukowo-badawczy.

Dzisiaj Internet to miliardy stron internetowych, o wiele nowocześniejszych niż 24 lata temu. Są głównym narzędziem reklamy firmy, przekazywania informacji na jej temat, czy przedstawienia jej oferty. Jest wizytówką biznesu w Internetowym świecie. Właśnie dzięki stronom internetowym jesteśmy w stanie zachęcić klienta do skorzystania z naszej oferty, czy poinformować go najważniejszych rzeczach. Chcąc stworzyć prężnie działający e-biznes musimy podejść w profesjonalny sposób do stworzenia strony internetowej. Nie zrobi nam tego kuzyn luźnym wieczorem. Warto znaleźć profesjonalną firmę, która przygotuje dobrze projekt nie tylko nowej strony, ale fanpage na Facebooku, bloga oraz całej kampanii reklamowej firmy.

3.4. Sklep internetowy

Podstawa dzisiejszego handlu. Każda firma zajmująca się handlem zarówno towarów jak i usług muszą myśleć o stworzeniu własnego sklepu internetowego. Jest to narzędzie, które nie tylko pozwala klientom zakupić towary bądź usługi, ale głównie służy do prezentacji asortymentu – jego reklamy. Firma posiadając e-sklep podnosi poziom przedstawiania swojego asortymentu oraz marketing firmy.

Jest niestety druga strona medalu. Z powodu dosyć dużej konkurencji jaką mamy w tej chwili na rynku, możemy często spotkać się z sytuacją w której klient idzie do sklepu stacjonarnego firmy X, przymierza, wybiera produkt, a następnie kupuje go u tańszej konkurencji w Internecie.

W ten sposób poruszamy kolejny ważny dla e-biznesu temat, jeśli chodzi o sklep internetowy jakim są koszty. Otwierając nowy biznes wiele osób nie jest w stanie wyłożyć funduszy na wynajem lokalu pod sklep, oraz wykonanie wszystkich czynności z tym związanych. Otwarcie natomiast e-sklepu jest bardzo proste i najczęściej bardzo tanie. W tej chwili mamy dużo narzędzi internetowych, które pozwalają w szybki sposób stworzyć sklep internetowy.

3.5. Blog

Blogi⁶ z początku powiedziałbym bardzo nieśmiało, w ostatnich czasach nabrały rozpędu. Kiedyś blogi utożsamiano z internetowymi pamiętnikami, jednak dziś ich tematyka jest bardzo szeroka. Jest to strona internetowa gdzie publiku-

⁶ Blog (ang. *web log* – dziennik sieciowy) – rodzaj strony internetowej zawierającej odrębne, zazwyczaj uporządkowane chronologicznie wpisy. Blogi umożliwiają zazwyczaj archiwizację oraz kategoryzację i tagowanie wpisów, a także komentowanie notatek przez czytelników danego dziennika sieciowego. Ogół blogów traktowany jako medium komunikacyjne nosi nazwę blogosfery.

jemy swoje myśli, artykuły, prace, poradniki. Służą one głównie przekazywaniu swoich prac, ale często też reklamie firmy, czy promowaniu swoich produktów.

I właśnie w takiej formie najczęściej z bloga korzysta wiele firm, które zauważyło potencjał w tworzeniu blogów firmowych z poradami dla swoich klientów, czy szczegółowym opisywaniu swoich produktów.

W tej chwili blog, który początkowo był tekstowy, przybrał teraz wiele nowych form. Oprócz bloga tekstowego, modne stało się także ostatnio videoblogi, audioblogi, fotoblogi, czy linklogi.

4. Badania naukowe

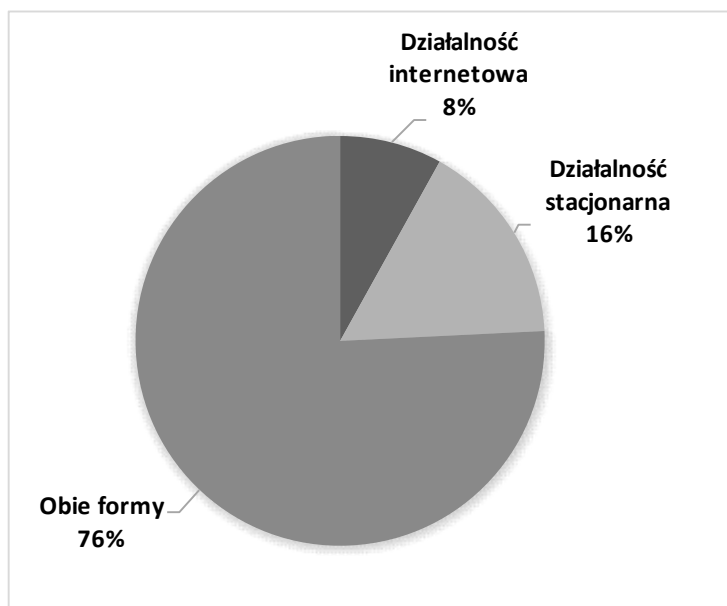
Chcąc móc pokazać jak odnoszą się studenci do tematu narzędzi internetowych, oraz aby móc pokazać jak to jest z siłą ich oddziaływania na e-biznes Studenckie Koło Naukowe ProBiz+ działające przy Katedrze Zarządzania na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego opracowało ankietę, którą wypełnili studenci Uniwersytetu Łódzkiego.

Badanie zostało przeprowadzone poprzez ankietę internetową w kwietniu 2015 roku. Można było znaleźć tam 37 pytań związanych z tematem badań oraz 6 pytań metryczki. Ankietę wypełniło 605 studentów, w badaniu dominowały kobiety.

Poniżej znajduje się część wyników badań związanych z treścią artykułu.

4.1. Forma działalności

Pierwszym wykresem jest sprawdzenie zainteresowania studentów taką formą działalności jaką jest e-biznes. Wśród ankietowanych 8% chce założyć tylko działalność opierającą się na narzędziach internetowych, 16% jest zainteresowanych tradycyjną działalnością stacjonarną, a największa grupa, czyli 76% chce połączyć nowe i stare i prowadzić działalność stacjonarno-internetową. Widać tutaj, że choć Internet i jego narzędzia to już w sumie codzienność, ale trudno jest nadal zrezygnować z pewnych aspektów stacjonarnych.



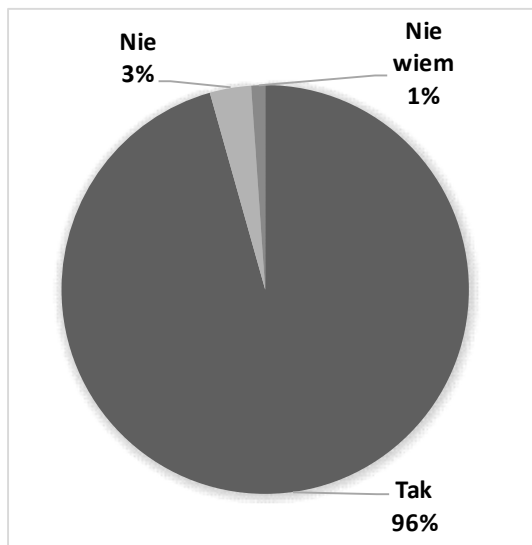
Rysunek 2. Wynik procentowy zainteresowań e-biznesem

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań naukowych SKN ProBiz+.

4.2. Strona internetowa

Następnym krokiem było sprawdzenie jaki procent studentów jest zainteresowany stworzeniem w przyszłym biznesie strony internetowej firmy. Jak już wcześniej wspominałem strona internetowa jest najważniejszym elementem dobrego działania firmy i jej reklamowania.

Pośród ankietowanych aż 96% osób jest zdecydowanych na stworzenie strony internetowej. Widać, że jest duża świadomość wśród osób młodych o ważności tego narzędzia internetowego. 3% badanych odpowiedziało przecząco na pomysł strony internetowej, 1% nie wiedział co chce w tym temacie uczynić.



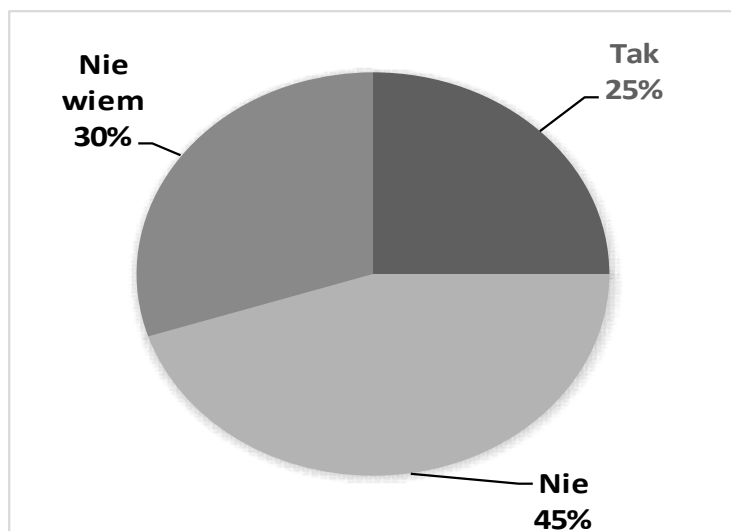
Rysunek 3. Wynik procentowy zainteresowań stroną internetową

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań naukowych SKN ProBiz+.

4.3. Blog firmowy

Będąc przy temacie strony internetowej, warto było od razu sprawdzić jak wygląda kwestia blogów firmowych. Ostatnio bardzo popularne, szczególnie video-blogi, dlatego postanowiłem przedstawić także wyniki badań na ten temat.

Wśród ankietowanych 25% osób zdecydowało, że będzie prowadzić bloga firmowego, 45% stwierdziło, że nie są zainteresowani taką możliwością, a 30% nie wiedziało co na ten temat powiedzieć. Jak widać tutaj nie ma aż tak jednoznacznej odpowiedzi jak w przypadku strony internetowej.



Rysunek 4. Wynik procentowy zainteresowań blogiem firmowym

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań naukowych SKN ProBiz+.

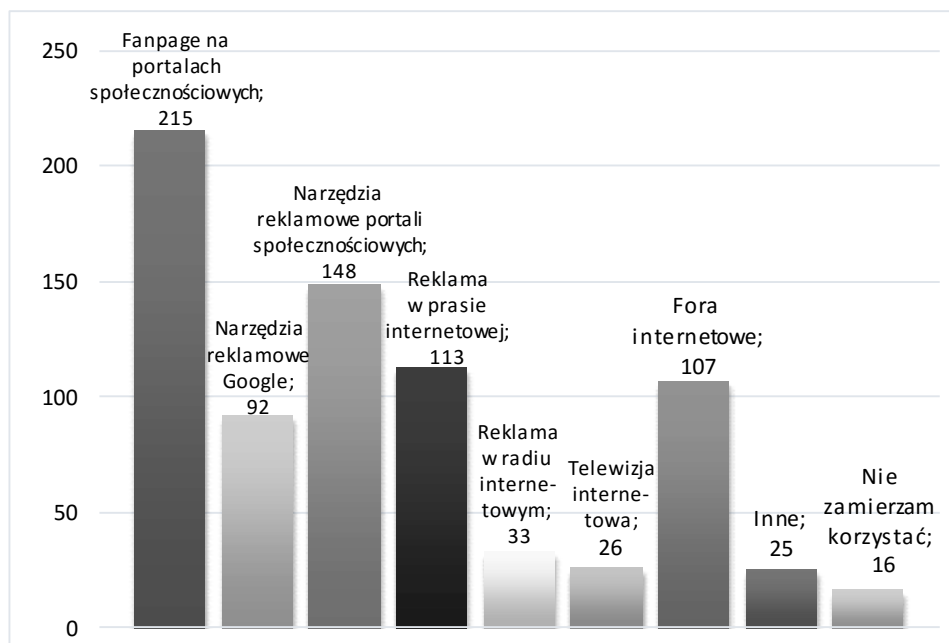
4.4. Zainteresowanie narzędziami

Przedstawione powyżej badania ciągle jednak nie dotknęły najważniejszego zagadnienia, o którym jest ta praca, czyli narzędzi internetowych. Zadaliśmy w ankiecie pytanie jakie narzędzia internetowe będą ich interesować przy zakładaniu firmy. Poniżej wykres który przedstawia wyniki tego pytania.

4.5. Zainteresowanie portalami

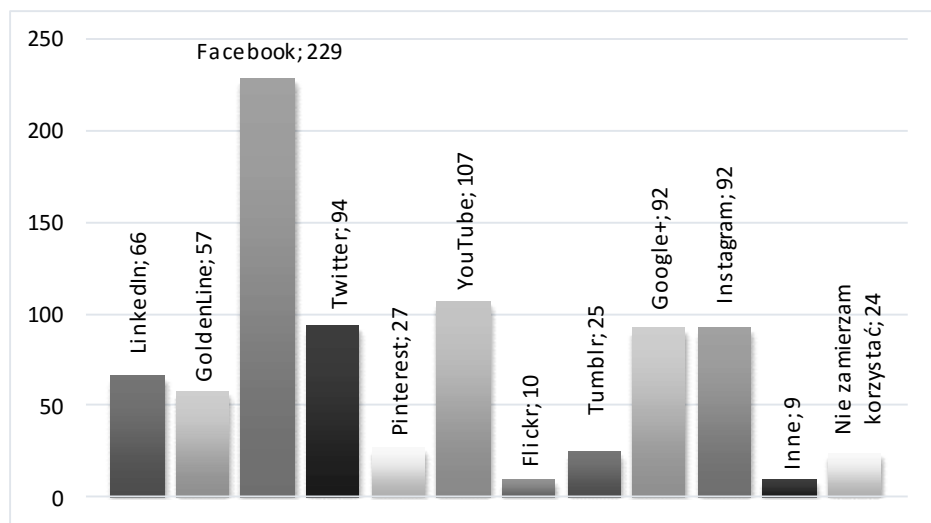
Ostatnie wyniki badań jakie są zwarte w artykule dotyczą zainteresowań portalami, zarówno społecznościowymi, biznesowymi, jak i innymi.

Patrząc na wyniki badań można spokojnie dojść do wniosków, że większość ankietowanych jest zainteresowanych działalnością internetową, chcą posiadać firmą stronę internetową i mają pomysł na to jakie narzędzia internetowe wykorzystać, aby osiągnąć sukces. Można zauważyć, że studenci chcą wziąć życie we własne ręce, samemu spróbować rozwinąć e-biznes i próbować podbić w ten sposób rynek.



Rysunek 5. Wynik punktowy zainteresowań narzędziami internetowymi

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań naukowych SKN ProBiz+.



Rysunek 6. Wynik punktowy zainteresowań portalami

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań naukowych SKN ProBiz+.

5. Podsumowanie

Patrząc na wszystkie przedstawione w artykule informacje, możemy powiedzieć, że siła narzędzi internetowych w dzisiejszym świecie jest ogromna i ma znaczący wpływ na rozwój e-biznesu. Przedstawione narzędzia to tylko część możliwości jakie przed nami stoją. Internet i komputeryzacja dały nam nieograniczone możliwości nie tylko w zakresie prowadzenia biznesu jak też i innych dziedzin. Jak widać z wyników badań studenci uczelni wyżej chcą z tych możliwości korzystać, interesuje ich pogłębianie wiedzy, aby móc osiągnąć większy sukces. Artykuł miał na celu w prosty i przejrzysty sposób przedstawić zagadnienia związane z e-biznesem i narzędziami internetowymi oraz ich wpływem na rozwój e-biznesu.

BIBLIOGRAFIA

- 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 13.07.2015).
- Nowak J., Olejniczak Z., Graba J. (2006), *Informatyka w administracji*, Polskie Towarzystwo Informatyczne, Warszawa.
- Woźniak K. (2012), *Współczesne narzędzia doskonalenia systemów zarządzania organizacjami*, Mfiles.pl, Kraków.

THE STRENGTH OF MODERN ONLINE TOOLS AND THEIR CONTRIBUTION TO THE DEVELOPMENT OF E-BUSINESS

SUMMARY

Article talks about the main issues of the topic, e-business and internet tools. In this paper I focus first on the issue of e-business, which is the basis thesis topic. It is in e-business best online tools help us, whose influence on the development of e-business wanted to present. In the next part I will try to present a possible Internet tools that can be used in e-business. It will be obviously the most important part, a vast compendium of the world of online possibilities. At the end you will be able to read the results of scientific studies that show how it is with the e-business among students of the University of Lodz and what they think about the role in this of all online tools. I think that after reading the article certainly agree with this thesis. At the end I will try to present my conclusions and a summary of the whole subject.