

Agnieszka Pichur

Katedra Przedsiębiorczości i Innowacji
Akademia Ekonomiczna w Krakowie

Elektroniczne wspieranie przedsiębiorczości. Wyniki badań empirycznych

Wynalazki wprowadzają rewolucyjne zmiany w różnych sferach życia, a tempo tych zmian rośnie. Zaobserwowane zjawisko opisał J. Schumpeter i nazwał je koncepcją fal rozwoju gospodarczego (fal innowacji). Według Schumpetera doświadczamy napływu już piątej fali w rozwoju gospodarczym. Jest to etap dynamicznego rozwoju technologii informatycznych wspomagających komunikowanie się i przesyłanie danych. Dynamika rozwoju tych technologii decyduje o tempie rozwoju gospodarki. W powiązaniach społecznych i ekonomicznych przestaje mieć znaczenie odległość geograficzna. Sami zauważamy, że znaczenie ma sprawne komunikowanie się oraz przetwarzanie, przesyłanie i przechowywanie informacji. Są one konsekwencją ogromnego postępu wiedzy. Duże znaczenie wiedzy w rozwoju gospodarczym nie jest czymś nowym, jednak w warunkach budowy gospodarki opartej na wiedzy jej rola jako głównego czynnika oddziałującego na strukturę produkcji i postęp gospodarczy rośnie. To, czego doświadczamy, opisuje też A. Toffler i nazywa falami przemian. Jego metaforę fal można wykorzystać do opisu dyfuzji technologii komunikacyjnej jako fali „burzącej dotychczasowy cywilizacyjny układ”. Jak zauważają Tofflerowie: „Nie będzie nowej gospodarki bez nowego społeczeństwa, a nowego społeczeństwa bez nowych instytucji” (Toffler, Toffler 2000). Wobec mogącego budzić niepokój stanu rzeczy warto przypomnieć słowa P. Druckera, że w społeczeństwie przedsiębiorczym ludzie wobec ogromnego wyzwania powinni wykorzystać je jako okazje (Drucker 1992). Otoczeni zmianami sposobów komunikowania się, zdobywania wiedzy, pracy czy nawet spędzania wolnego czasu stajemy przed wyzwaniem potraktowania tego wszystkiego jako rynkowej szansy. Przedsiębiorczość w wielu definicjach objaśniana jest właśnie przez takie działania, jak wyszukiwanie, rozpoznawanie, tworzenie czy wykorzystywanie rynkowych okazji (np. P. Drucker, J. Timmons, H. Stevenson, L. Jarillo). Wynika z tego prosta myśl, że przedsiębiorczość to przeciwieństwo bierności, że przejawia się ona działaniem. Przedsiębiorcy (czy osoby przedsiębiorcze) to ci, którzy oddają się kolejnej fali zmian, wyczekują jej i wykorzystują jej siłę.

Test na przedsiębiorczość

Kształtowanie społeczeństwa przedsiębiorczego, czyli takiego, w którym przedsiębiorczość staje się udziałem znacznej jego części, jest podstawą budowania konkurencyjnej gospodarki. W takim rozumieniu kształtowanie przedsiębiorczości odnosi się do pobudzania prywatnej inicjatywy, zachęcania do tworzenia planów przedsięwzięć gospodarczych, w których zawarte są pomysły i innowacje. Społeczeństwo przedsiębiorcze to takie, które potrafi dostrzec i wykorzystać rynkowe okazje, a rynkowe okazje wynikają ze zmian. Dynamiczne zmiany oraz adaptacja wynalazków „piątej fali” są więc niewątpliwie trudnym testem przedsiębiorczości społeczeństwa i testem dla gospodarki.

Kiedyś zakładano, że czego człowiek nie nauczył się mniej więcej do dwudziestego pierwszego roku życia, tego nie nauczy się już nigdy, a to, czego się nauczył, wystarczy mu do końca życia. Są to założenia systemu czeladniczego, „społeczeństwa tradycyjnego”, a nie „przedsiębiorczego” (Drucker 1992).

W dokumentach Komisji Unii Europejskiej dotyczących rozwoju społeczno-gospodarczego czytamy o doksztalcaniu się poprzez całe życie (*long life learning*). „Doksztalcanie” polega na zdobywaniu nowej wiedzy i umiejętności, które pozwolą nie tylko wykonywać jakieś zadania i działać efektywniej, ale funkcjonować w społeczeństwie. Doksztalcanie się przez całe życie oznacza potrzebę uczenia się, następnie oduczania i ponownego uczenia. „Paradoksalnie, w ewoluującym z prędkością światła świecie biznesu coraz większego znaczenia nabiera umiejętność zapominania” (Ridderstrale, Nordstron 2001).

Dzięki obserwacjom i pierwszym doświadczeniom łatwo jest przewidzieć, że w warunkach ciągłych nowinek technicznych i komunikacyjnych, o sukcesie gospodarczym ludzi i społeczności będzie decydowała skłonność do ciągłego uczenia się. Co więcej „(...) prawdziwa natura wiedzy oznacza jej szybką zmianę. Umiejętności naszych rąk nie mają takiego tempa zmian (...). I nawet najlepszy system szkolnictwa, nawet o najdłuższym programie, nie przygotowuje studentów na wszystkie zmiany” (Drucker 1989). Oznacza to też świadomość potrzeby samodzielnego doksztalcania się. Wyzwaniem jest nie tylko stawianie czoła zmianom i traktowanie ich jako rynkowych okazji. Jest nim także ciągłe uczenie się i stosowanie nauczania nowych metod – nowej technologii¹ – technologii informatyczno-komunikacyjnej.

Nowy test na przedsiębiorczość wskazuje więc tych, którzy – wykorzystując informatycznie zaawansowane technologie – potrafią tak ukierunkować swoją „odnawialną” wiedzę i umiejętności, aby były one pomocne w identyfikowaniu i eksploataowaniu rynkowych okazji.

Internetowe zasoby przedsiębiorczości

Wynalazki mogą być wynikiem celowych poszukiwań lub przypadku, jednak pomysły na przekształcanie rzeczywistości zawsze rodzą się w ludzkim umyśle. Taka była historia internetowej sieci. Na początku internet był tylko ideą. Następnie stał się urzeczywistnionym wynalazkiem testowanym dla wojskowości i obronności. Internet na dobre zadomowił się w wielu sferach życia współczesnego człowieka. Nie budzi już emocji jako nowość. Został skomercjalizowany. Słowo „internet” jest pojemne – to innowacja techniczna, to społeczność, to ogólnie dostępne zapisane w hipertekście informacje, to też handel czy rynek. Najdonioślejsze jednak słowo przypisane ogólnoswiatowej sieci komputerowej to „internetowe zasoby”. „Zasób nie istnieje, dopóki człowiek nie znajdzie zastosowania dla czegoś, co występuje w przyrodzie i nie nada mu w ten sposób wartości ekonomicznej” (Drucker 1989). Zastosowanie internetu odnajdujemy w przedsiębiorstwach, szkołach, fundacjach, instytucjach publicznych. Informacje zgromadzone na stronach internetowych mają wartość ekonomiczną. Taką wartość ma internet jako kanał komunikacyjny, sieć sprzedaży czy marketingu. W kontekście rozważań o przedsiębiorczości, na internet należy patrzeć przede wszystkim jako na zasoby. Przedsiębiorczość wynika z rozpoznawania, wykorzystywania rynkowych okazji, a te mogą być właśnie zagospodarowywane poprzez zastosowanie różnych unikatowych zasobów oraz ich kombinacji.

¹ Objaśnienie słowa „technologia” wskazuje, że jest to „sztuka wykonywania czegokolwiek zgodnie z jakimiś wypracowanymi regułami, obowiązującymi w społeczeństwach stojących na pewnym poziomie cywilizacji”. Mówienie więc o technologii społeczeństwa informacyjnego oznacza sztukę wykonywania codziennych, społecznych zadań oraz przeświadczenie, że opisywany sposób realizacji tych zadań świadczy o poziomie rozwoju cywilizacji, tzw. cywilizacji informacyjnej.

Zastosowanie internetu w przedsiębiorstwach oznacza nie tylko możliwość korzystania z dodatkowej, elektronicznej platformy sprzedaży czy pracy. Ważne jest to, że stał się on elementem otoczenia biznesu. Zgromadzone w nim i udostępniane odpłatnie lub bezpłatnie informacje stają się platformą elektronicznego wspierania przedsiębiorczości. Internet jest dodatkowym elementem wspierającym rynkowe działania przedsiębiorców i potencjalnych przedsiębiorców jako:

- elektroniczny ekosystem biznesu umożliwiający współpracę i wymianę informacji między uczestnikami tego ekosystemu,
- nowa platforma wymiany zapisanych w formie elektronicznej informacji i usług internetowych, które tematycznie wpisują się w działania zwane wspieraniem przedsiębiorczości.

Specyfika internetu jako medium komunikacyjnego sprawia, że może on być skutecznym narzędziem organizacji systemu wspierania przedsiębiorczości (instytucje publiczne), a także innych organizacji komercyjnych, pomocnym w realizacji zadań z zakresu promocji przedsiębiorczości i edukacji przedsiębiorców. Przedsiębiorcy na różnych etapach rozwoju firmy zgłaszają zapotrzebowanie na pewne usługi wspierające rozpoczynanie, a następnie prowadzenie działalności gospodarczej. D. Evans i Th. Volery (2001) stworzyli typologię internetowych usług, które uznali za wspierające przedsiębiorców na różnych etapach budowania przedsiębiorstwa. Wspieranie przedsiębiorczości poprzez internet dotyczy takich obszarów, jak: gromadzenie informacji, budowanie sieci współpracy, doradztwo, ekspertyzy oraz szkolenia i edukacja.

Obecnie najcenniejszym zasobem w rękach przedsiębiorców jest wiedza. W gospodarce opartej na wiedzy kartą przetargową jest stan posiadania i zdobywania wiedzy i kwalifikacji. Zaproponowane przez Evansa i Volery'ego działania wspierające przedsiębiorczość poprzez internet mają charakter informacyjno-edukacyjny. Oczywista wydaje się wspierająca rola internetu w gromadzeniu informacji, ponieważ wciąż pozostaje on największą biblioteką świata. Każda osoba, każda organizacja może uczestniczyć w tworzeniu treści dostępnych poprzez sieć komputerową. Z tego też względu można mówić o nadmiarze informacji czy chaosie informacyjnym. Rozważając rolę internetu we wspieraniu informacją, można wskazać na pierwsze zadanie stojące przed instytucjami systemu wspierania przedsiębiorczości: systematyzowanie informacji (tych, które udostępnia organizacja na swoich stronach www, jak i tych, do których należy odesłać przedsiębiorcę) w bogatym zbiorze informacji hipertekstu. Serwisy internetowe adresowane do przedsiębiorców powinny pełnić rolę bibliotekarzy-administratorów i osób zarządzających zasobami informacyjnymi. Strony internetowe mające informacyjnie wspierać przedsiębiorców mogą umożliwiać: dostęp do usystematyzowanych, skatalogowanych informacji, z możliwością ich selekcjonowania, wyszukiwania według wybranego klucza, dostęp do wiarygodnych i aktualnych informacji gospodarczych, interakcję z innymi użytkownikami (kontakt z pracownikami, doradcami, partnerami poprzez pocztę elektroniczną czy listy i fora dyskusyjne), interakcję komputerową (uzyskiwanie elektronicznych wersji dokumentów, przeszukiwanie baz adresów partnerów rynkowych, wypełnianie wniosków i formularzy on line).

Choć wspieranie się internetem w poszukiwaniu informacji może rodzić ich nadmiar, jest to naturalne źródło informacji. Internet jest substytutem centrali telefonicznej czy książki telefonicznej.

Organizacje, tworząc internetowe serwisy i tematycznie strukturalizowane zbiory elektronicznych zasobów, dostarczając własne materiały informacyjne i usługi, pełnią rolę bibliotekarzy, ale mogą także pełnić rolę nauczycieli. Nie jest jeszcze oczywiste poszukiwanie w internecie elektronicznych szkoleń. Edukacja, szkolenie medialne pozbawione bezpośredniej interakcji osobowej, wydaje się zubożone. Możliwość wykorzystania ruchomego obrazu, dźwięku, komunikacja z natychmiastowym sprzężeniem zwrotnym przybliżają edukację medialną do bezpośredniej. Możliwość interakcji maszynowej w odniesieniu do udostępnionych na stronach www materiałów

dydaktycznych zapewnia aktywny udział w szkoleniu i zwiększa ilość informacji gromadzonych w pamięci długookresowej (Stern 1999). W odniesieniu do szkoleń skierowanych do przedsiębiorców, Evans i Volery wskazują, że skuteczne elektroniczne szkolenia to takie, które oferują kursy tematycznie przygotowane i adaptowane do konkretnych wymagań grup przedsiębiorców oraz możliwość indywidualnego kontaktu z konsultantem.

Praktyka wspierania przedsiębiorców poprzez internet

W odpowiedzi na wyzwania budowy gospodarki opartej na wiedzy, w polityce wobec małych i średnich przedsiębiorstw zawarte zostały zadania związane z tworzeniem przyjaznego środowiska przedsiębiorczości poprzez przekazywanie informacji, podnoszenie poziomu wiedzy przez pomoc doradczo-szkoleniową. W programie rządu polskiego znalazły się zadania związane z rozwojem systemów informacji wspomagających działalność gospodarczą poprzez internet, organizowaniem seminariów, szkoleń, wydawaniem informatorów, przekazywaniem informacji za pośrednictwem środków masowego przekazu, internetu, tworzeniem i rozwijaniem internetowych baz danych dotyczących regulacji prawnych obowiązujących w Unii Europejskiej, możliwości eksportowych, warunków prowadzenia działalności gospodarczej.

W raporcie o usługach wspierających przedsiębiorstwa, przygotowanym w 2003 r., została sformułowana lista rekomendacji dla polskiego modelu wspierania przedsiębiorczości (*Usługi wspierające mikroprzedsiębiorstwa, małe przedsiębiorstwa i samozatrudnionych*. Raport końcowy, Global Partners, Warszawa 2003). Rekomendacje dotyczyły stworzenia oferty internetowych szkoleń dla małych firm: wprowadzenie takich zmian procedur, które pozwalałyby na włączenie istniejącej oferty do pakietu e-usług oraz przygotowanie modułów szkoleniowych dla przedsiębiorców.

Od października do grudnia 2004 r. prowadzone było badanie sondażowe dotyczące korzystania przez przedsiębiorców z zasobów internetu. W tym czasie elektroniczny kwestionariusz ankiety był losowo wyświetlany internautom przez firmę badawczą specjalizującą się w badaniach internetu i badaniach poprzez internet – Gemius SA. Dysponuje ona systemem monitorującym, który pozwala na analizę zachowań internautów na witrynach internetowych. Z tych witryn zostały wyselekcjonowane serwisy o treściach poświęconych działalności gospodarczej, na których miał być emitowany kwestionariusz ankiety. Analiza uzyskanych w ten sposób danych pozwoliła udzielić odpowiedzi na pytanie: W jaki sposób internet jest wykorzystywany jako narzędzie zdobywania informacji z zakresu wspierania przedsiębiorczości?

W ocenie użytkowników internetowych materiałów edukacyjnych z zakresu przedsiębiorczości dzięki dostępowi do tych zasobów następuje wzrost kompetencji przedsiębiorców. Większość obecnych lub przyszłych przedsiębiorców uznała, że informacje czy usługi, które oferują serwisy internetowe, przynoszą im wiele korzyści. Według 52,3% respondentów szczególnie przydatne były one w zakresie podnoszenia kwalifikacji czy poszerzania wiedzy (ryc. 1). Internetowe serwisy przeznaczone dla przedsiębiorstw przez 27,6% respondentów zostały uznane za pomocne w kontaktach z urzędnikami czy wybranymi instytucjami, a 23,4% respondentów dzięki nim skorzystało z pomocy ekspertów.

Właściciele przedsiębiorstw wskazywali, że serwisy internetowe są najbardziej pomocne w podnoszeniu własnych kwalifikacji i poszerzaniu wiedzy. Jednak nie byli oni grupą, która najbardziej podkreślała tę korzyść. Najczęściej wskazywali na nią studenci oraz osoby wykonujące prace dorywcze.

Ankietowani ocenili również, jakie są najistotniejsze korzyści z treści i bezpłatnych usług dostępnych w internecie i wskazali najważniejsze problemy przy korzystaniu z takich zasobów. Za najważniejsze korzyści, jakie dają internetowe serwisy przedsiębiorstwom, respondenci uznali całodobowy dostęp do informacji i usług (55,3% badanych) oraz oszczędność czasu na zbieranie

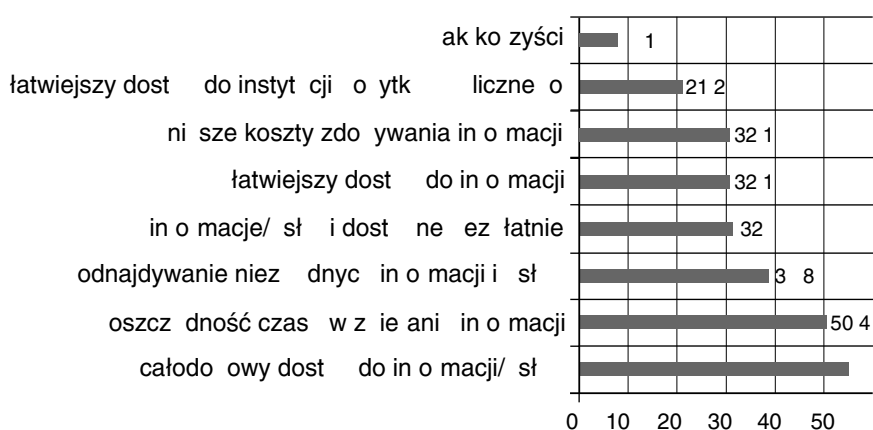
Ryc. 1. W czym okazały się pomocne informacje czy usługi znajdujące się na serwisach internetowych



Źródło: opracowanie autorki na podstawie danych z badań własnych

informacji (50,4%). Najmniej respondentów jako korzyść wymieniło ułatwienie dostępu do instytucji i urzędów czy kontakt z nimi (21,2%) (ryc. 2). Tak niska ocena dostępu do instytucji i urzędów poprzez internet wynika zapewne z faktu, że strony większości urzędów nadal nie są zbyt często aktualizowane i mają charakter informacyjny, a nie interakcyjny.

Ryc. 2. Korzyści z internetowych treści i usług

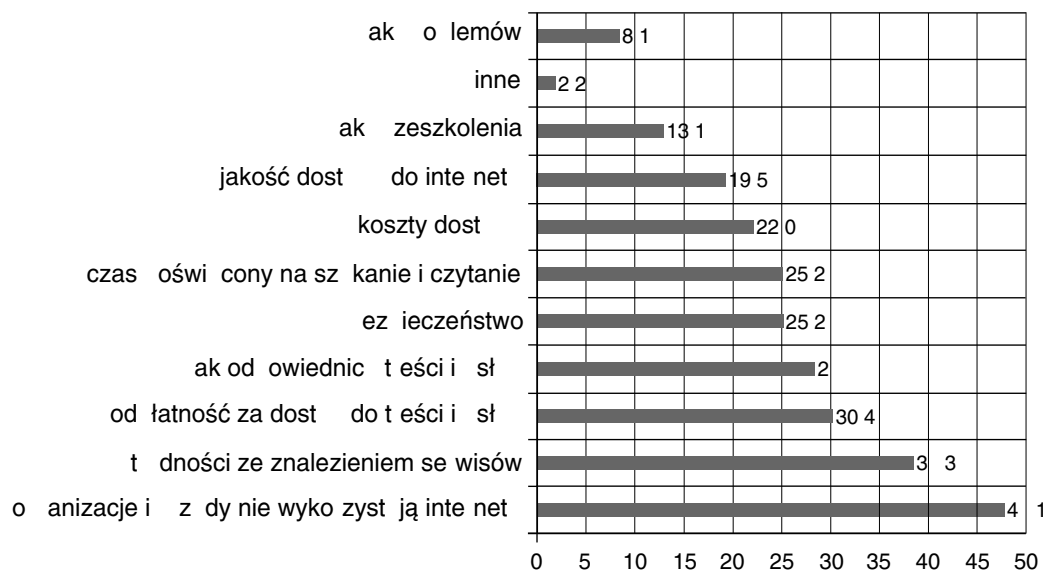


Źródło: opracowanie autorki na podstawie danych z badań własnych

Za najważniejszy problem związany z korzystaniem z zasobów i usług w internecie ankietowani uznali to, że instytucje i urzędy nie korzystają z internetu (47,1% badanych). Badani wskazali także na problemy ze znalezieniem serwisów (37,3%) oraz na odpłatność za dostęp do treści i usług (30,4% badanych) (ryc. 3).

Zawartość stron internetowych jest pomocna w podnoszeniu kwalifikacji, ale internet ma przede wszystkim wartość informacyjną. W serwisach internetowych dla przedsiębiorstw badani najczęściej czytają różnego typu informacje (28,1% badanych robi to codziennie, 25,4% – kilka

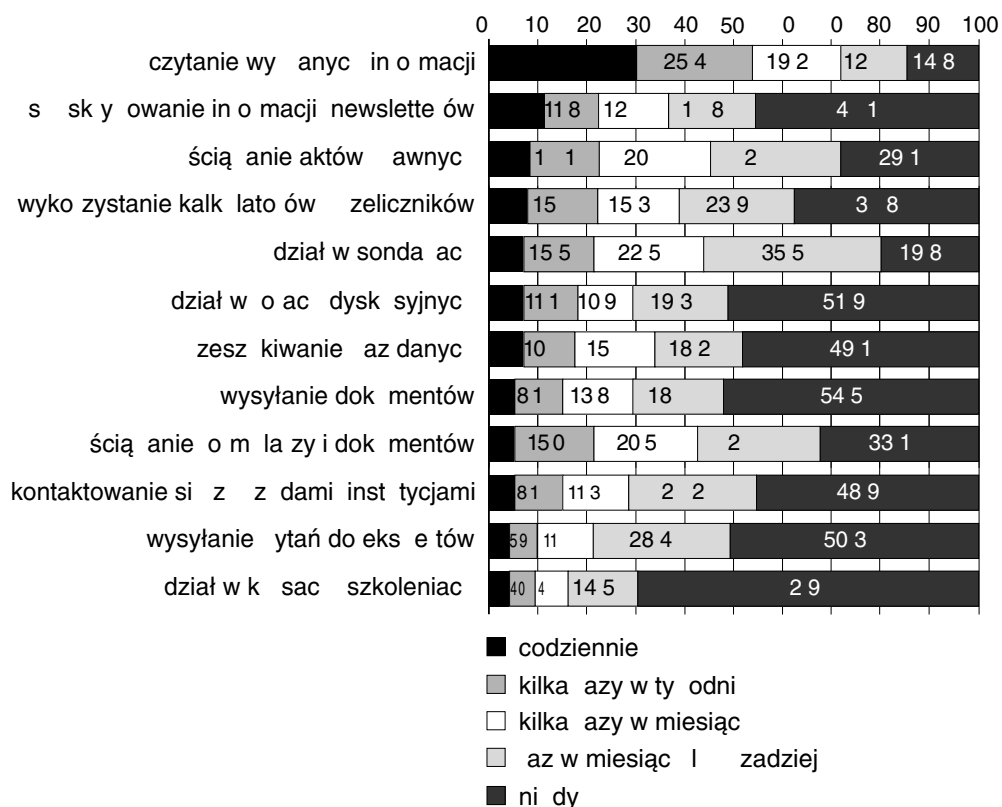
Ryc. 3. Problemy przy korzystaniu z internetowych treści i usług



Źródło: opracowanie autorki na podstawie danych z badań własnych

razy w tygodniu) (ryc. 4). Najbardziej ankieterzy biorą udział w elektronicznych kursach czy szkoleniach: 72,9% badanych deklaruje, że nigdy nie brał w nich udziału, a 54,5% ani razu nie wysłało poprzez internet urzędowych dokumentów. Okazuje się, że dużo popularniejsze jest ściąganie urzędowych formularzy i dokumentów. Przyczyną jest prawdopodobnie to, że serwisy urzędów i instytucji oferują możliwość czytania na ich stronach internetowych informacji, pobrania dokumentów i formularzy, natomiast rzadko istnieje możliwość ich wysłania do urzędu w postaci elektronicznej.

Ryc. 4. Częstotliwość i sposób korzystania z internetowych serwisów dla przedsiębiorstw



Źródło: opracowanie autorki na podstawie danych z badań własnych

Ze sposobu wykorzystania internetowych treści i usług nie można wyciągać wniosków odnośnie do wartości edukacyjnej internetu, ale można ocenić jego wartość jako źródła informacji. Internet jest jednak medium, które daje możliwość realizacji zadań o charakterze informacyjno-szkoleniowym.

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, koordynująca i biorąca odpowiedzialność za rozwój usług wspierających przedsiębiorczość, proponuje zdobywanie wiedzy właśnie poprzez internet. We wrześniu 2005 r. na jej stronach internetowych pojawiły się cztery szkolenia dla przedsiębiorców oraz potencjalnych przedsiębiorców: *Badanie rynku*, *Biznesplan*, *Fundusze strukturalne dla przedsiębiorstw*, *Jak założyć własną firmę*. Do elektronicznych szkoleń została stworzona internetowa Akademia PARP (www.akademia.parp.gov.pl). Osoby, które ją odwiedziły, o internetowych nieodpłatnych szkoleniach dowiedziały się przede wszystkim ze stron internetowych Agencji oraz innych serwisów internetowych. Przemawia to za promowaniem szkoleń internetowych właśnie poprzez to medium (tab. 1).

Tab.1. Informacje o internetowych szkoleniach

Z jakiego źródła dowiedział(a) się Pan(i) o możliwości skorzystania ze szkolenia?	od znajomych, rodziny	11,65%
	w swoim zakładzie pracy	3,64%
	z innego serwisu internetowego	22,13%
	z prasy	6,71%
	z radia lub telewizji	1,27%
	ze strony internetowej PARP	37,98%
	inne	16,63%

Źródło: na podstawie danych Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości 2006

Internetowe szkolenia są tak samo ważne dla kobiet i dla mężczyzn. Osoby, które brały udział w szkoleniu, mieszkają w dużych miastach; są to przede wszystkim osoby z wyższym wykształceniem, młode, które dopiero rozpoczynają lub rozpoczęły karierę zawodową (tab. 2). Umiejętność korzystania z nowych mediów mają najczęściej osoby aktywne zawodowo, w wieku produkcyjnym, pełnosprawne, wykształcone. Internet może więc pogłębiać różnice społeczne, bo staje się niejako mnożnikiem posiadanej wiedzy i umiejętności oraz podnosi status osób, które w hierarchii społecznej są już i tak wysoko.

Ze szkoleń internetowych dostępnych w elektronicznej Akademii korzystały przede wszystkim osoby pracujące na pełnym etacie, następnie osoby uczące się oraz przedsiębiorcy, choć tych było jedynie 12% (tab. 2). Niewielu było użytkowników, którzy nie mają pracy. Szkolenia internetowe jako sposób aktywizacji zawodowej niepracujących mogą okazać się bardziej skuteczne, jeżeli te osoby zostaną „uposażone” w możliwość dostępu do internetu, gdyż w świetle badań miejsce pracy to dla Polaków główne miejsce korzystania z internetu. Brak pracy oznacza ograniczony dostęp do internetu.

Popularność szkoleń elektronicznych rośnie. Wzrasta liczba zarejestrowanych użytkowników Akademii. Największy przyrost użytkowników i uczestników szkoleń przypadł na pierwsze miesiące po uruchomieniu serwisu Akademii (tab. 3). Nie wszyscy odwiedzający Akademię uruchamiają programy szkoleniowe. Z grupy rozpoczynających naukę pozostaje nieduża liczba tych, którzy je kończą. Optymistyczne jednak jest to, że liczba kończących szkolenia rośnie.

Szkolenia dotyczące przedsiębiorczości to: *Jak założyć własną firmę*, *Biznesplan* oraz *Badanie rynku*. Ze wszystkich szkoleń najpopularniejsze jest *Microsoft Office*. Popularnością cieszą się także *Badanie rynku* oraz *Jak założyć własną firmę* (tab. 4). Niektóre z tych szkoleń można

Tab. 2. Charakterystyka użytkowników szkoleń internetowych

Płeć	Kobieta	49,93%
	Męczyzna	50,07%
Struktura wiekowa	do 18 lat	4,52%
	od 19 do 25 lat	31,80%
	od 26 do 30 lat	9,27%
	od 31 do 40 lat	19,16%
	od 41 do 50 lat	9,81%
	od 51 do 60 lat	4,96%
	powyżej 61 lat	0,48%
Miejsce zamieszkania	poza terenem miejskim (na wsi)	13,05%
	w mieście do 20 tys. mieszkańców	9,33%
	w mieście od 20 tys. do 50 tys. mieszkańców	13,59%
	w mieście od 50 tys. do 100 tys. mieszkańców	12,09%
	w mieście od 100 tys. do 250 tys. mieszkańców	12,99%
	w mieście powyżej 250 tysięcy mieszkańców	38,95%
Wykształcenie	podstawowe	3,80%
	średnie	17,30%
	ponadpodstawowe	6,23%
	zawodowe	1,18%
	licencjackie lub niepełne wyższe	17,10%
	wyższe	54,38%
Aktywność zawodowa	jestem na emeryturze/rencie	1,05%
	jestem na urlopie macierzyńskim/wychowawczym	1,24%
	nie pracuję/jestem osobą bezrobotną	9,42%
	pracuję na pełen etat	45,79%
	pracuję na umowę zlecenie/o dzieło	5,35%
	pracuję w niepełnym wymiarze godzin	3,50%
	prowadzę własną firmę/jestem właścicielem lub współwłaścicielem	11,83%
	uczę się/studiuję	21,82%

Źródło: na podstawie danych Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości 2006

odbyć w ciągu kilku godzin, inne trwają znacznie dłużej. Czasochłonność szkolenia bywa istotna przy podejmowaniu decyzji o jego rozpoczęciu.

Analizując problematykę szkoleń internetowych jako narzędzia wspierającego przedsiębiorczość, zwrócono uwagę na motywacje internautów do uruchomienia szkoleń *Jak założyć własną firmę* oraz *Biznesplan* (tab. 5 i 6).

Szkolenie o zakładaniu przedsiębiorstwa najchętniej rozpoczynali ci, którzy chcą bardzo szybko (w ciągu 3 miesięcy) założyć własną firmę (tab. 5). Biznesplan jest narzędziem potrzebnym nie tylko do planowania otwarcia przedsiębiorstwa, ale także do planowania kolejnych etapów

Tab. 3. Liczba użytkowników szkoleń internetowych

Charakterystyka	Wrzesień 2005	Listopad 2005	Luty 2006	Kwiecień 2006	Czerwiec 2006	Sierpień 2006
Liczba zarejestrowanych użytkowników szkoleń na Akademii (LZU)	3884	9550	16215	22798	28110	32027
Zmiana w stosunku do poprzedniego okresu (%)	–	145,88%	69,79%	40,60%	23,30%	13,93%
Liczba osób, które uruchomiły szkolenia (LOUS)	2367	7380	12708	14939	19859	22952
Zmiana w stosunku do poprzedniego okresu (%)	–	211,79%	72,20%	17,56%	32,93%	15,57%
Liczba osób, które ukończyły szkolenia	0	719	1261	1634	2033	2759
Zmiana w stosunku do poprzedniego okresu (%)	–		75,38%	29,58%	24,42%	35,71%

Źródło: dane Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości 2006

rozwoju firmy. Prawie połowa ankietowanych chce poszerzyć wiedzę z tego zakresu, jedna czwarta tę wiedzę zamierza wykorzystać do otwarcia firmy (tab. 6.)

Uczestnicy internetowych szkoleń dotyczących biznesplanu także chcą rozpocząć działalność gospodarczą w ciągu 3 miesięcy. Można wnioskować, że internet jest medium „pierwszej pomocy” informacyjnej i edukacyjnej.

Dzięki programom ePolska oraz Strategia Informatyzacji Rzeczypospolitej, Polska jest włączona w proces tworzenia wartościowych treści i usług społeczeństwa informacyjnego. W Polsce i w innych krajach Unii Europejskiej zgodnie z oczekiwaniami obywateli internet będzie coraz częściej wykorzystywany jako medium pozwalające na dotarcie do usług wspierających powstawanie

Tab. 4. Motywacje uczestników szkolenia *Jak założyć własną firmę*

Nazwa szkolenia	Liczba osób
Jak założyć własną firmę	299
Fundusze strukturalne dla przedsiębiorstw	230
Biznesplan	97
Badanie rynku	541
Szkolenie bhp	58
Zasady ubiegania się o zamówienia publiczne	79
Microsoft Office	729
Razem	2033

Źródło: dane Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, czerwiec 2006

Tab. 5. Motywacje uczestników szkolenia *Jak założyć własną firmę*

Dlaczego zainteresował(a) się Pan(i) szkoleniem <i>Jak założyć własną firmę</i>?		
Chcę poszerzyć swoją wiedzę w tym zakresie	1867	35,29%
Chcę założyć własną firmę	3160	59,72%
Chcę zmienić formę prawną przedsiębiorstwa	40	0,76%
Inne	224	4,23%
Kiedy planuje Pan(i) rozpocząć własną działalność gospodarczą?		
Jeszcze nie wiem, kiedy	475	15,03%
Po skończeniu studiów/nauki	354	11,20%
W ciągu najbliższego roku	1109	35,09%
W ciągu najbliższych 3 miesięcy	1222	38,67%

Źródło: dane Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, sierpień 2006

i rozwój mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw. Małe i średnie przedsiębiorstwa w Polsce mają dostęp do internetu i wykorzystują go do prowadzenia działalności gospodarczej. W polskich zasobach internetowych pojawia się coraz więcej informacji pozwalających poszerzać wiedzę przedsiębiorców i potencjalnych przedsiębiorców z zakresu prowadzenia firmy. Ze względu na swoją specyfikę, internet może być skutecznym środkiem służącym do przekazywania treści i usług o charakterze informacyjnym i szkoleniowym. Na podstawie analizy danych z badań, opinii przedsiębiorców oraz uczestników szkoleń można wnioskować, że internet może wspierać proces rozwoju przedsiębiorczości. Można wnioskować, że specjalnie przygotowywane internetowe serwisy stają się elementem systemu wspierania przedsiębiorczości. Internet jest substytutem centrali telefonicznej czy książki telefonicznej. Wydaje się źródłem pierwszej pomocy informacyjnej.

Tab. 6. Motywacje uczestników szkolenia *Biznesplan*

Dlaczego jest Pan(i) zainteresowany(a) szkoleniem <i>Biznesplan</i>?		
Chcę poszerzyć swoją wiedzę z tego zakresu	2633	48,79%
Inne	191	3,54%
Ponieważ zamierzam rozpocząć działalność gospodarczą	1384	25,64%
Ponieważ zamierzam starać się o uzyskanie finansowania na projekt inwestycyjny	497	9,21%
Ponieważ zamierzam starać się o uzyskanie finansowania swojego pomysłu/projektu	692	12,82%
W jakim czasie planuje Pan(i) rozpocząć działalność gospodarczą/inwestycje?		
Po skończeniu studiów/nauki	177	6,93%
Trudno powiedzieć	237	9,28%
W ciągu najbliższego roku	680	26,61%
W ciągu najbliższych 3 miesięcy	941	36,83%
W ciągu najbliższych 6 miesięcy	520	20,35%

Źródło: dane Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, sierpień 2006

Internet to wynalazek będący wynikiem kreatywności, a jego zastosowanie to oznaka przedsiębiorczości, choć często także lenistwa. Internet to również narzędzie wspierania przedsiębiorczości; informuje, jak założyć i prowadzić firmę. Należy oczekiwać, że w wielu urzędach już niedługo powszechne będzie zakładanie działalności gospodarczej poprzez internet. Rozwój przedsiębiorczości będzie następował w dużej mierze dzięki internetowi, ponieważ przedsiębiorczość jest sprawą praktyki (Drucker 1992).

Literatura

1. Drucker P., 1992, *Innowacja i przedsiębiorczość*, PWE, Warszawa
2. Drucker P., 1989, *New Realities*, Mandarin, London
3. Evans D., Volery Th., *Online business development services for entrepreneurs: an exploratory study*, "Entrepreneurship and Regional Development" 13/2001
4. Ridderstrale J., Nordstron K., 2001, *Funky biznes*, WIG-Press, Warszawa
5. Schumpeter J., 1995, *Kapitalizm, socjalizm, demokracja*, PWN, Warszawa
6. Stern J., 1999, *Word Wide Web Marketing*, JohnWiley&Sons, New York
7. Toffler A., Toffler H., *Cud klonowany*, „Polityka”, 22.07.2000 r.
8. Toffler A., 1986, *Trzecia fala*, PIW, Warszawa

On-line Business Support – Research Analysis

The article highlights the catalyst role of technology and on-line services and their impact on entrepreneurship. This paper suggests that the Internet with its content is a powerful medium to provide the business development services needed by entrepreneurs (research networking, education/training). So far the Internet seems to be helpful, low-cost medium of communication that allows providers of support services to inform or to reconstitute that kind of services. The article presents an exploratory study of on-line business support services in Poland and first experience of on-line training.