

O EVALUARE A ADOPTĂRII *eBUSINESS* ÎN ROMÂNIA

prof. dr. Ion Gh. Roșca
prof. dr. Ovidiu Nicolescu
asistent Irina Isaic-Maniu
asistent Cristian Uscatu

Academia de Studii Economice

ing. Ileana Trandafir
*Institutul Național de Cercetare-Dezvoltare
în Informatică – ICI, București*

Rezumat: România se află într-un proces de convergență în plan economico-social către sistemul U.E. Dintre multitudinea de decalaje care trebuie recuperate, poate cel mai important este cel informațional. Din acest motiv, este necesară schimbarea priorităților guvernamentale în gestionarea unor resurse financiare limitate. Dacă se dorește ca România să nu rămână un satelit pe o orbită fixă, periferică țărilor dezvoltate, este necesară alocarea unor fonduri suplimentare realizării infrastructurii informatice și educării populației. În lucrare, se face o prezentare a stadiului realizării societății informaționale, în general, și a modului în care întreprinderile mici și mijlocii – acest element integrator al marilor corporații în sistemul economiei naționale – sunt cuprinse în procesul de informatizare.

1. Aspecte generale

Caracteristica esențială a societății informaționale (informatizate, post-industriale etc.) constă în folosirea integrată, masivă și generalizată a mijloacelor de procesare a informației și comunicațiilor în toate domeniile vieții economico-sociale, de la producția materială la domeniile serviciilor, ale administrației, până la activitățile artistice și serviciile pentru cetățean.

Această orientare generatoare de competitivitate, dar și de noi locuri de muncă, este susținută în țările dezvoltate de forțele unei piețe libere, motorul principal în evoluție reprezentându-l sectorul privat al economiei.

Trecerea de la societatea industrială la societatea informațională va fi profundă, ca și trecerea de la societatea agricolă la cea industrială, dar va fi mai rapidă. Prima tranziție a durat 100 – 150 de ani, pe când cea actuală se va desfășura în circa 20 – 25 de ani, de unde și necesitatea sprijinirii procesului care nu este unul perfect natural.

Momentul începerii edificării societății informaționale (în opinia autorizată a lui John Naisbitt) este anul 1956, când, în SUA, ponderea populației ocupate în domeniul informației a devansat pe cea ocupată cu producerea bunurilor materiale. Alți specialiști fixează momentul în anii '70, o dată cu izbucnirea crizei petroliere (de exemplu, Jean Jacques Schreiber: "Sfidarea mondială", Ed. Științifică, București, 1989), exemplul frecvent oferit fiind cel al economiei japoneze.

În anul 1991, în SUA, s-a lansat programul "High Performance Computing and Communications", care avea drept obiective: susținerea și extinderea poziției de lider în toate domeniile de aplicare a rețelelor de calculatoare, atingerea pozițiilor avansate în concurența industrială prin integrarea în producție a sistemelor inteligente de reglare a producției. În anul 1993, administrația americană a inițiat un program (Clinton – Gore, "Technology for America's Economic Growth; A New Direction to Build Economic Strength", Washington, D.C., 1993) de reorientare a cercetărilor tehnologice pentru a consolida mecanismul economic și a accelera dezvoltarea. Pe plan practic, principala măsură a fost reprezentată de reorientarea modalităților de finanțare a cercetării fundamentale, realizată, prin tradiție, de Ministerul Apărării, NASA, alte agenții și prin finanțarea infrastructurii naționale de comunicații.

În U.E. a fost elaborată o "Carte Albă" intitulată "Creștere, competitivitate și folosirea forței de muncă – provocări și căi pentru a avansa spre secolul XXI", în cadrul căreia realizarea societății informaționale deține un loc prioritar. Programul a demarat în anul 1993, cu etape și calendar precise de desfășurare.

Conferința GP – 87, desfășurată în februarie 1995 la Bruxelles, a adoptat un pachet de 11 proiecte menite să asigure constituirea societății informaționale. Grupul de lucru, pentru tehnologia informației și dezvoltare, al comisiei ONU pentru știință și tehnologie a concluzionat că perspectivele enunțate de conferința GP – 87 nu țin seama de realitățile cu care se confruntă țările în tranziție și cele în curs de dezvoltare, materializate, în principal, în: puncte de pornire către societatea informațională, sensibil decalate; resurse economice și umane puternic diferențiate; structuri sociale diferențiate și multe inechitabile; niveluri distincte de organizare socială și de management. Drept urmare, "Grupul de lucru" a recomandat ca politica științifică și tehnologică din țările în tranziție și în curs de dezvoltare să aibă un rol activ în procesul de impulsivare a dezvoltării producției și utilizării tehnologiilor informației și comunicațiilor.

Țările UE au demarat în comun o serie de proiecte pilot, care au avut menirea demonstrării fezabilității lor, dar și posibilitatea de a se soluționa o serie de probleme precum: învățământul la distanță, rețelele pentru universități, rețelele informatice pentru trafic – în transporturi, rețele în administrație, în comerț etc.

În 1994, a fost întocmit raportul de evaluare Martin Bangemann ("Europe and the Global Information Society – Recommendation to the European Council" – Cardis focus, Suplement 2 – 15 July 1994) însoțit de planul de

acțiune: "Calea europeană spre societatea informațională" a căror caracteristică principală o reprezenta parteneriatul dintre sectorul public și cel privat.

La data elaborării raportului (1994), în Europa existau circa 12 milioane de întreprinderi mici și mijlocii care au fost apreciate ca fiind scheletul economiei europene, care necesită o cât mai bună circulație a informației. Întreprinderile mici și mijlocii funcționează prin interconectare cu marile firme, și împreună nu pot opera eficient fără o comunicare prin intermediul unor rețele.

În iunie 1995, s-a desfășurat la Bruxelles un Forum al țărilor central și est – europene împreună cu țările UE, destinat sporirii rolului cercetării și aplicațiilor informaticii. Au fost propuse: stabilirea unor grupuri de lucru pe problemele tehnologiei informațiilor, promovarea parteneriatelor transeuropene în cercetare – dezvoltare cu implicarea întreprinderilor mici și mijlocii; dezvoltarea schimbului de informații și experiență; promovarea cooperării în domeniu.

În 1996, la Praga, a avut loc un al doilea Forum, stabilindu-se jaloanele următoarelor acțiuni, materializate într-un plan de acțiune intitulat "Pregătirea viitorului împreună", prin care se solicită țărilor membre dezvoltarea unor strategii naționale pentru societatea informațională, cu accent pe sprijinirea micilor întreprinzători în accesul la noile tehnologii.

În ianuarie 1997, Comisia Europeană a recomandat examinarea politicii Uniunii în prevenirea rămânerii în urmă a anumitor regiuni ale Europei, din cauza dificultăților în folosirea oportunităților legate de societatea informațională.

Un document strategic, lansat de Comisia Europeană, în decembrie 1999, este "*eEurope - an Information Society for all*", inițiativă considerată ca esențială pentru reînnoirea și modernizarea economiei europene, pentru tranziția în perspectiva anului 2010 la noua economie bazată pe cunoaștere. Pentru implementarea acestor obiective s-au adoptat:

- planul de acțiune *eEurope 2002*, care pune accentul pe asigurarea accesului ieftin, sigur și rapid la Internet, asigurarea resurselor umane și a competențelor necesare dezvoltării și utilizării pe scară largă a serviciilor specifice societății informaționale, crearea culturii digitale și întreprinderilor, necesare trecerii la noua economie, creșterea încrederii consumatorilor și a coeziunii sociale;
- planul de acțiune *eEurope 2005*, care mizează, în special, pe progresele tehnologice din domeniul comunicațiilor în bandă largă și al multiplatformelor de acces, pe sinergia dintre dezvoltarea infrastructurii, a industriei, de tehnologia informației și cea de conținut digital.

Un program similar a fost adoptat și de țările în curs de aderare la UE, sub titulatura *eEurope + 2003* (iunie 2001), program de amplă angajare politică din partea țărilor candidate în vederea reducerii decalajelor existente față de țările vest-europene și accelerării progresului către societatea informațională. Cu diferite ocazii, s-a subliniat faptul că dezvoltarea societății informaționale europene constituie o condiție și, totodată, o garanție a integrării.

În România, ca și în celelalte țări europene, s-a elaborat o strategie de informatizare "Concepția generală a informatizării societății românești" încă din anul 1993, cu etape intermediare în 1996 și 2000. Recent, a fost elaborată și adoptată "Strategia națională pentru promovarea noii economii și implementarea societății informaționale".

Un capitol aparte atât în documentele europene, cât și în strategiile naționale, îl constituie **utilizarea noilor tehnologii în mediul de afaceri și, în special, dezvoltarea comerțului electronic**. Pentru accelerarea comerțului electronic sunt necesare câteva condiții esențiale: utilizarea sistemelor de plată securizate, o bună logistică de distribuție, aplicarea semnăturii electronice, creșterea încrederii agenților economici și a consumatorilor în acest nou tip de comerț.

Țările care nu se vor integra valului informatizării vor rămâne la periferia viitoarei economii europene și mondiale; neimplicarea întreprinderilor mici și mijlocii în programele de informatizare va genera o economie atipică economiilor din țările dezvoltate.

2. Situația informatizării economiei României

Institutul Național de Statistică a realizat în 1999 o colectare de informații privitoare la stadiul informatizării economiei naționale. Cercetarea a însoțit Ancheta Structurală în Întreprinderi (ASÎ), anchetă de mare amploare, cu un grad de reprezentativitate de 97% pentru totalul întreprinderilor din România. Cercetarea s-a adresat întreprinderilor din toate sectoarele de activitate (agricultură, industrie, comerț, servicii, administrație centrală și locală, activități financiar – bancare, societăți de asigurări, activități asociative, organizații obștești, unități ale cultelor și comunităților religioase). Au fost interogate 11.878 întreprinderi. Rata de nonrăspuns a fost de 19%.

Ancheta s-a reluat în anul 2000, fiind singura disponibilă, în prezent, și credibilă la nivel național.

- Principalele rezultate: numărul calculatoarelor a ajuns, în anul 2000, la 713 mii unități; utilizatorii de Internet au atins 800 de mii, față de 500 de mii în 1998.
- Investițiile în produsele IT (hardware și software) în anul 2000 s-au distribuit pe ramuri astfel: industrie + construcții 23,2%; comerț 14%; servicii de piață 45,9%; sistemul bancar și asigurări 16,7%.
- Semnificativă este și contribuția sistemului majoritar privat în investițiile din hardware: 63,4% din totalul investițiilor IT din industrie, 99,3% în comerț, 49,4% în serviciile de piață, respectiv 55,4% în domeniul bancar și asigurări.
- După mărimea întreprinderii, investițiile în hardware s-au distribuit astfel: 10,3% în unități având sub 50 de salariați; 17,9% în cele cu 50 – 249 salariați, respectiv 71,3% în întreprinderile cu 250 de angajați și peste.
- În volumul total al investițiilor în produse software, întreprinderile mici și mijlocii (sub 250 de salariați) au deținut 8% din ramura industriei; 81,5% în comerț, respectiv 7,3% în sistemul bancar și de asigurări.
- Producția de software pe cont propriu în totalul investițiilor în produse IT reprezintă sub 5%.
- Un indicator cu un grad mai bun de comparabilitate între întreprinderi și ramuri îl reprezintă “valoarea investițiilor în IT pe un salariat”. Astfel, în industrie valoarea investițiilor pe salariat în IMM – uri este sub media sectorului (240 de mii lei/ salariat, față de 458 de mii lei), în schimb sectorul depășește media pe economie în comerț (882 mii lei, față de 864 mii lei), sectorul bancar și de asigurări (28.613 mii lei), față de media națională a sectorului (28.613 mii lei).
- Pe regiuni de dezvoltare, Bucureștiul deține 66% din investiții, urmată de regiunea Centru (10%), pe ultimul loc plasându-se trei regiuni cu 3%: Nord – Vest, Sud – Vest, Nord – Est.
- Pentru stabilirea locului României în context european, se utilizează date comparabile privind principalii indicatori ai Societății Informaționale în unele din țările candidate la aderare și membri UE (pentru anul 2000) – tabelul 1.

Tabelul 1

Țara	Număr PC (mii unit.)	Ponderele cheltuielilor IT în PIB (%)	Cheltuieli pentru produse IT pe persoană (euro / pers.)	Număr utilizatori internet (mii)
Bulgaria	361	1,7	25	430
Cehia	1342	3,9	190	1000
Ungaria	870	3,3	148	715
Polonia	2670	2,2	84	2800
România	713	1,0	14	800
Slovacia	-	2,9	97	650
Slovenia	584	2,1	203	300
Total state candidate	11.000	2,2	65	9251
Total UE	107.830	2,7	620	91.285

- România se situează pe unul dintre ultimele locuri, la distanță de nivelul mediu al țărilor candidate și, evident, la “depărtare” de nivelul înregistrat în țările UE.
- Discrepanțele în interiorul României sunt și ele deosebit de mari, între mediul urban și rural, între ramuri, între activitățile din economie, între firme după dimensiunea acestora.

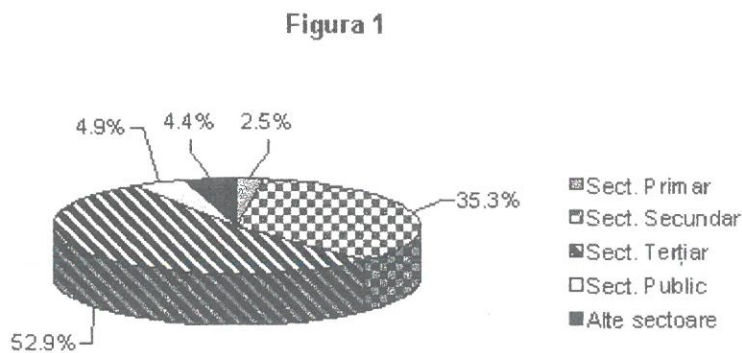
3. Rezultatele anchetei ENLARGE privind stadiul adoptării *eBusiness*

În paragraful anterior, s-au prezentat ultimele rezultate înregistrate de statistica publică. În cadrul proiectului european ENLARGE – parte a Programului Tehnologiile Societății Informaționale, program susținut de UE, s-a efectuat de către un colectiv de cercetare din Institutul Național de Cercetare și Dezvoltare în Informatică - I.C.I., București și Academia de Studii Economice – București (A.S.E.), o anchetă privind dezvoltarea *eBusiness* în cadrul întreprinderilor mici și mijlocii. Aplicațiile *eBusiness* presupun utilizarea pe scară largă a tehnologiilor informației (calculatoare, rețele și software) și comunicațiilor Internet, în scopuri comerciale, pentru penetrarea pe noi piețe, pentru consolidarea pozițiilor câștigate, pentru îmbunătățirea relațiilor cu clienții, furnizorii, partenerii, acționarii etc.

3.1. Eșantionul întreprinderilor cercetate

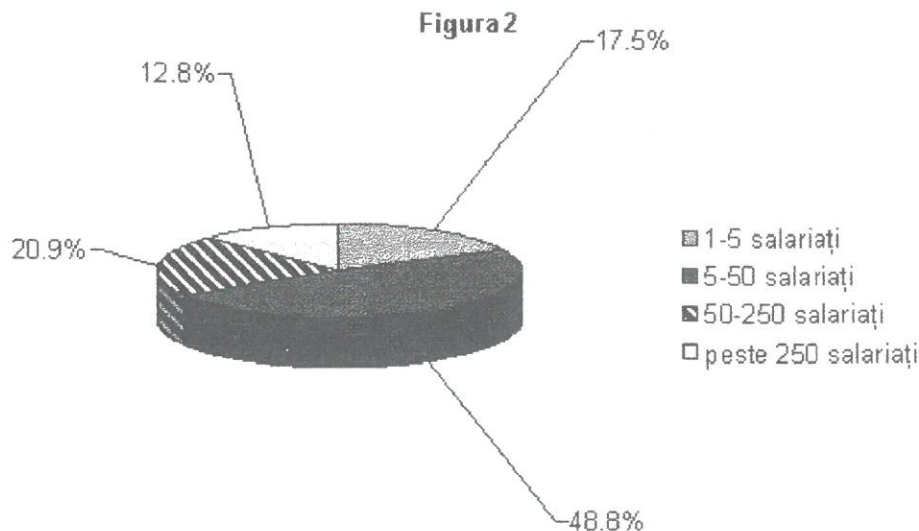
Numărul unităților anchetate a fost $n = 211$ firme, putând fi considerat ca eșantion de volum redus.

- Structura eșantionului a fost următoarea:
 - după sectorul în care activează firmele, situația este ilustrată în figura 1



- după dimensiunea întreprinderii, în funcție de numărul salariaților, eșantionul a fost alcătuit preponderent din întreprinderi cu 5 – 50 de salariați (figura 2):

- Respondenții la chestionar s-au structurat astfel:



- după funcția deținută în societate, respondenții s-au distribuit astfel:

- 30,4% directori (manageri generali)
- 49,2% directori (manageri)
- 13,8% conducători de proiect
- 6,6% alte funcții

Aproape 80% din respondenți dețin funcția de manageri generali sau manageri, deci, persoane avizate asupra subiectului investigat.

- după vârstă, respondenții s-au distribuit astfel:

- 41,2% cu vârsta între 25 – 35 de ani
- 26,4% cu vârsta între 35 – 45 de ani

27,5% cu vârsta între 45 – 55 de ani

4,9% cu vârsta între 55 – 65 de ani.

Ponderea cea mai ridicată este deținută de respondenții tineri, iar peste jumătate (53,9%) de conducători de vârstă medie (35 – 55 de ani).

3.2 Chestionarul anchetei

Chestionarul elaborat în cadrul proiectului ENLARGE a fost structurat pe cinci părți importante, astfel:

Capitolul 1. Informații referitoare la nivelul societății comerciale, care cuprind întrebări privind: gradul înzestrării cu calculatoare, software și asigurare a accesului la Internet, inițiativele actuale și intențiile de perspectivă vizând aplicarea *eBusiness*, motivații, piedici întâmpinate, consecințele aplicării asupra dezvoltării afacerilor.

Capitolul 2. La nivelul pieței pe care operează societatea comercială s-au urmărit aspecte precum: relațiile cu clienții și furnizorii, inițiative actuale și intenții de perspectivă privind practicarea comerțului electronic, motivațiile, piedicile și consecințele acestora.

Capitolul 3. La nivelul ramurii în care activează societatea, s-au cules informații privind implicațiile *eBusiness* și dezvoltarea comerțului electronic, gradul de pregătire a sectorului financiar – bancar pentru a susține afacerile electronice, formele principale de finanțare etc.

Capitolul 4. La nivel național s-a urmărit, în principal, cadrul legislativ și reglementările în vigoare, modul în care autoritățile guvernamentale și locale susțin întreprinzătorii, inclusiv pe cale legislativă.

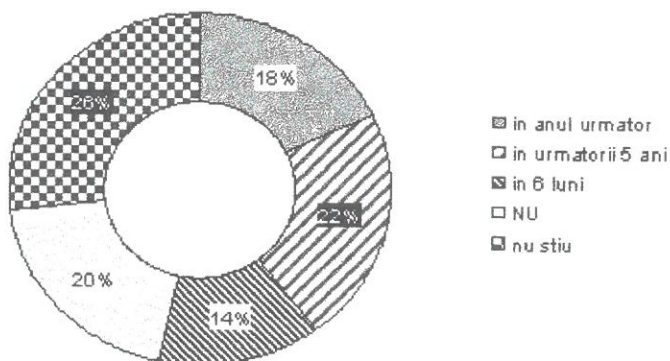
Capitolul 5. Cerințele de instruire – vizând modul în care personalul este pregătit în adoptarea strategiilor *eBusiness*.

4. Principalele rezultate constatate

4.1. 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. (tabelul 1 din Anexă);
- La Internet au acces aproximativ 75% din firme, dar aproximativ 24% nu au această facilitare (detalii în tabelul 2 din Anexă);
- 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 (amănunte în tabelul 3 din Anexă);
- Până la 25% dintre salariații care lucrează pe Internet, 40,7% lucrează frecvent; de menționat că, la întrebarea privind accesul la Internet, nonrăspunsul a fost de 24,2% (detalii privind accesul la Internet în tabelul 4 din Anexă);
- 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 firmă de rețea Intranet, dar rata de nonrăspuns este de 30,3%, ceea ce presupune că proporția firmelor deținătoare de Intranet este mult mai redusă.
- Nu au în desfășurare un plan *eBusiness* circa 61,2%, dar au în intenție să investească în acest domeniu astfel (figura 3):

Figura 3



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

Tabelul 2

Aprecierea pregătirii personalului pentru implementarea unei strategii de eBusiness	Frecvența	Procent	Cumulat
Nonrăspuns	1	0,47	0,47
Excelentă	5	2,37	2,84
Foarte bună	37	17,54	20,38
Bună	66	31,28	51,66
Medie	62	29,38	81,04
Slabă	38	18,01	99,05
Nu știu	2	0,95	100,00
Total	211	100,00	-

- Dintre organizațiile care nu au un plan *eBusiness*, 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 *eBusiness* în proporția cea mai mare 1 – 3% (anume 28,8% din respondenți). Detalii în figura 4. De menționat rata ridicată a nonrăspunsurilor la această întrebare (65%):

Figura 4

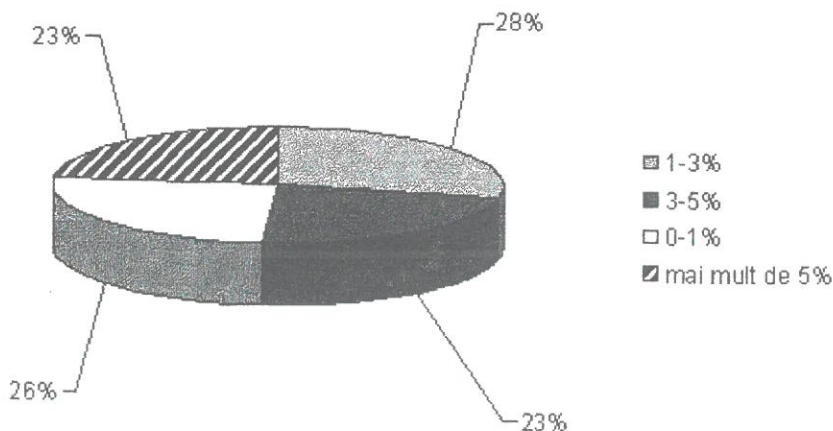
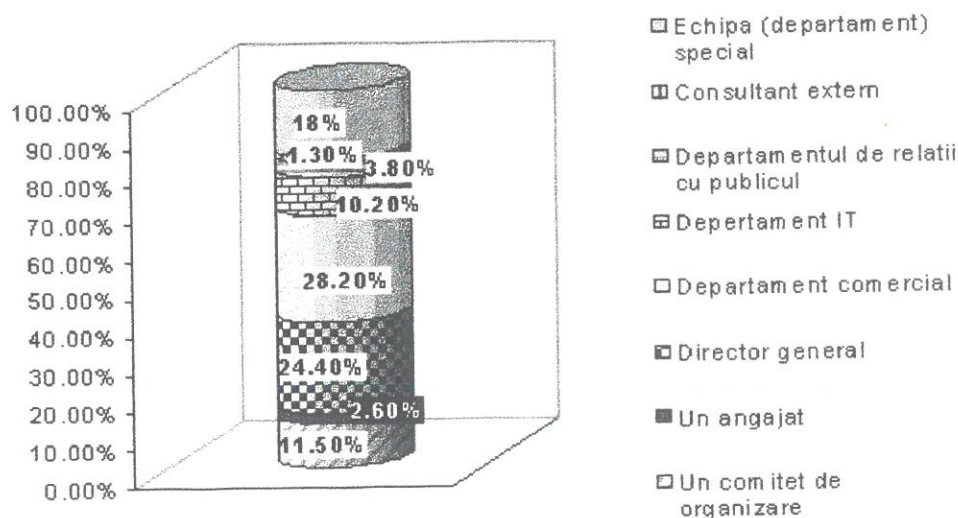


Figura 5



- Adoptarea strategiei *eBusiness* s-a făcut de către organizații, în principal, cu scopul pătrunderii pe noi piețe și la presiunea concurenței (62%).
- Responsabil cu activitatea de *eBusiness* la toate firmele este, în mod surprinzător, “managementul tehnic”, și nu cel economic sau general. În cadrul acestui management, distribuția pe răspunderi este reprezentată în figura 5.
- Referitor la avantajele confirmate, respectiv, preconizate a se obține, ele au fost ordonate de respondenți conform cu figura 6.

Dintre avantajele confirmate, pe primul loc s-au plasat la majoritatea respondenților “relațiile îmbunătățite cu clienții”, iar pe ultimul loc “creșterea productivității”, iar la preconizate pe locul întâi este ridicată “creșterea vânzărilor”.

- Dezavantajele aplicațiilor *eBusiness* 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 *eBusiness* a fost acordată, în primul rând, de consultanții individuali, urmași de furnizorii de servicii Internet, apoi de furnizorii IT.
- Ca piedici majore în implementarea strategiilor *eBusiness*, respondenții au indicat drept cauză principală lipsa fondurilor (41,8%), infrastructura de telecomunicații 39,8%. Detalii în figura 7.

Figura 6

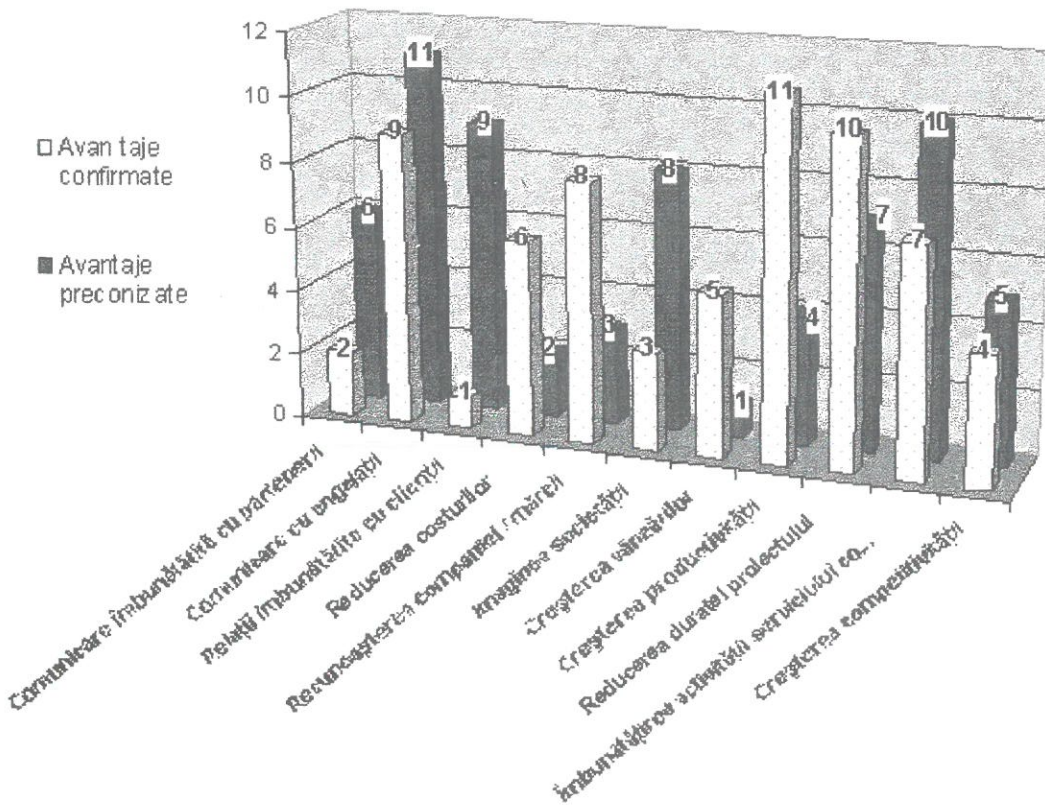
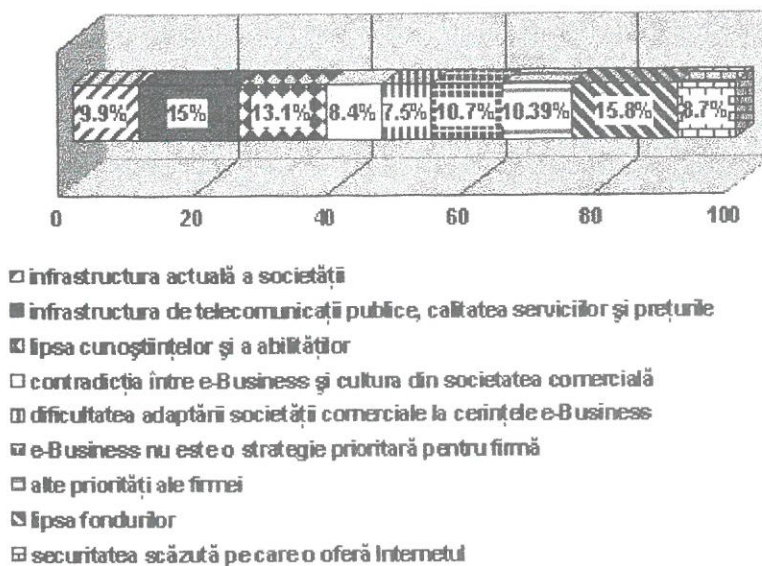


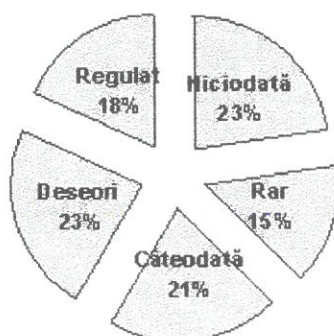
Figura 7



4.2. Referitor la mediul de afaceri

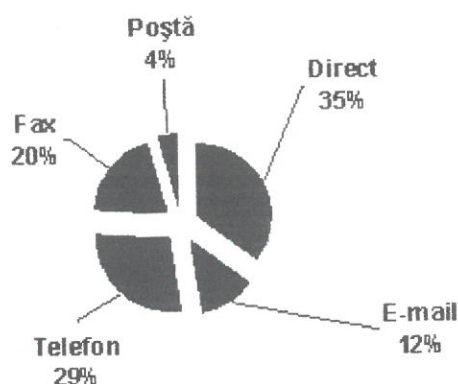
- Mijlocul de comunicare cu clienții cel mai frecvent utilizat este întâlnirea „față în față” (66,9%), fiind urmat de „telefon”, în mod regulat utilizat de 52,9% din respondenți. E-mail-ul nu este printre mijloacele de comunicare preferate. În figura 8, se prezintă structura frecvenței de utilizare a 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 „poșta” clasică.

Figura 9

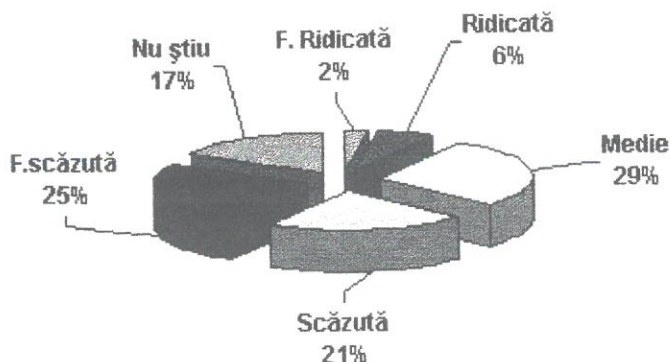


- Obiectivele principale, urmărite în cadrul comerțului electronic, sunt: promovarea și vânzările 25%, culegerea informațiilor 22,8%, analiza pieței 19,2%, supravegherea concurenței 15,9%, cumpărarea produselor și serviciilor 15,8%, alte obiective 1,3%.
- Respondenții apreciază costul facilităților de 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:
 - prețurile ridicate 30,9%;
 - infrastructura de rețea inadecvată 26,5%;
 - acces și condiții de utilizare de proastă calitate 22,6%;
 - echipamente terminale inadecvate 18,8%;
 - alte cauze 1,2%.
- Referitor la reclama on-line: 69,7% dintre subiecți au declarat că alocă din totalul bugetului pentru reclamă 7%, între 5 – 10% din bugetul reclamei este alocat de 22,7% din firme, iar peste 10% doar 7,6%. De

menționat că au răspuns la întrebare doar 32% dintre societăți, deci, foarte probabil că cei 68% dintre manageri, deci societățile, nu alocă nici un procent din buget reclamei on-line.

- Se constată un grad scăzut de cunoaștere a modului desfășurării afacerilor în varianta electronică; astfel, 46,1% dintre subiecți „nu știu” nimic, iar 33,5% consideră că doar „câțiva” parteneri folosesc comerțul electronic.
- Majoritatea managerilor respondenți au o încredere medie sau scăzută în securitatea tranzacțiilor electronice (detalii în figura 10).

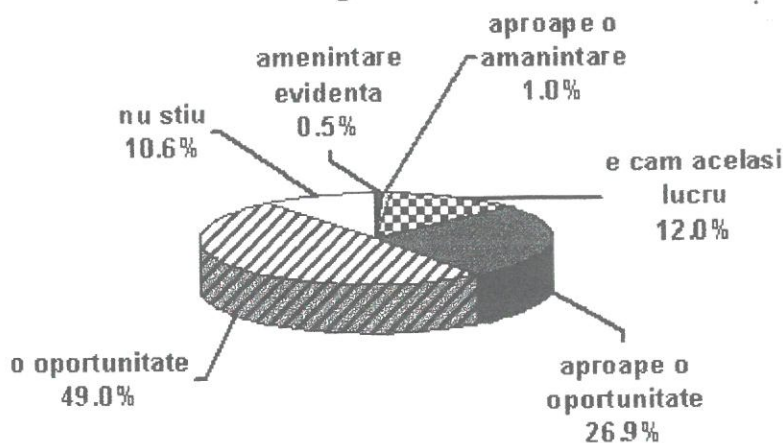
Figura 10



4.3. Caracterizarea sectorului de activitate

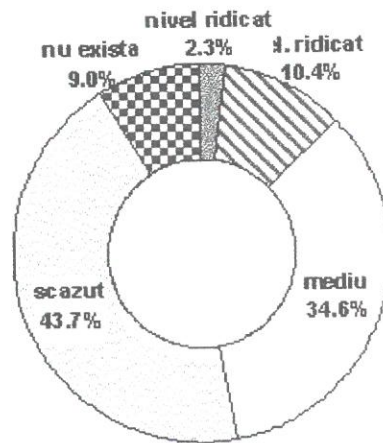
- Respondenții conștientizează importanța *eBusiness* în dezvoltarea firmei; astfel, rezultatele indică faptul că opinia preponderentă vizează oportunitatea (figura 11):

Figura 11



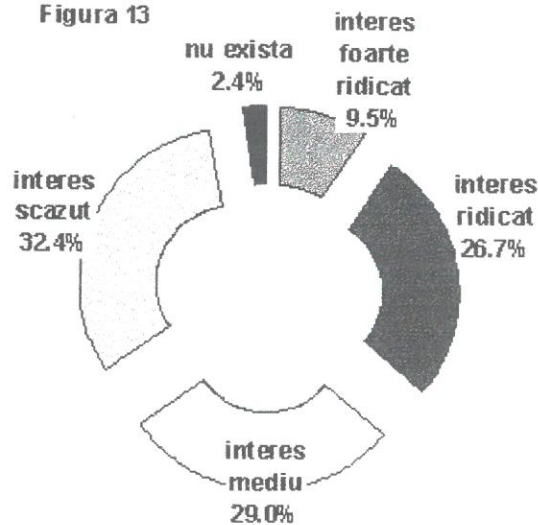
- Dezvoltarea comerțului electronic, din punct de vedere al structurii afacerilor și al pieței, este apreciată ca fiind scăzută și medie (figura 12):

Figura 12



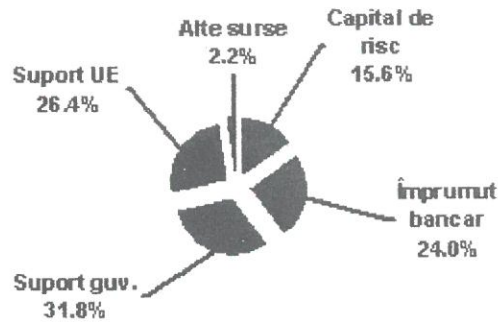
- Referitor la web – marketing, managerii apreciază că importanța regională este preponderentă – 11,9%, iar cea internațională – 10,43%. Proporția de nonrăspuns este de 66,8%.
- În opinia managerilor respondenți, atitudinea generală a populației față de *eBusiness* și față de Internet este cotateă ca fiind de interes modest (figura 13).

Figura 13



- Respondenții consideră că sectorul financiar nu este suficient de dezvoltat pentru a permite tranzacțiile financiare electronice (65,4% dintre respondenți); sursa finanțării pentru *eBusiness* a fost reprezentată, în principal, (77,4%) de forma „autofinanțare”, și în proporție modestă (2,4%) de fondurile guvernamentale; din punct de vedere al obținerii finanțării, doar 8,9% din respondenți apreciază ca fiind „foarte ușoară”, în schimb 52,6% consideră obținerea finanțării ca „dificilă” sau „foarte dificilă” (detalii în tabelul 6 Anexă).
- Referitor la „împrumuturile bancare” ca suport financiar, firmele respondente se declară „complet satisfăcute” doar în proporție de 3,7%, iar 79,6% se declară „puțin satisfăcuți” sau deloc „satisfăcuți”.
- Detalierea opiniei “nu sunt deloc satisfăcut” pe variante de suport financiar se prezintă în figura 14.

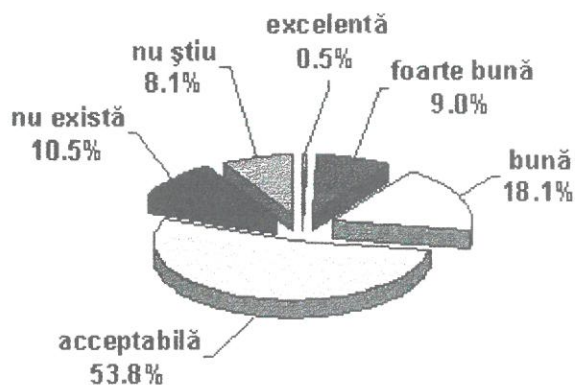
Figura 14



4.4. Aprecieri asupra cadrului legislativ

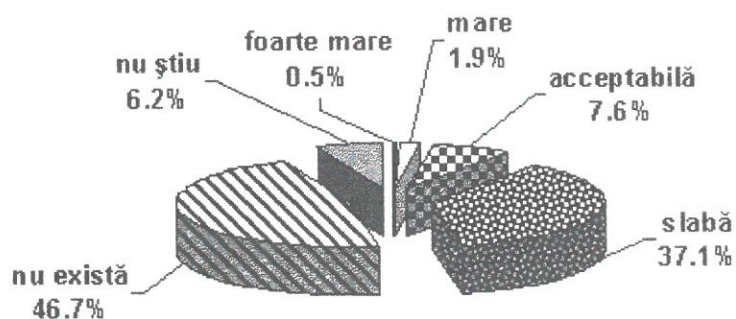
- Sprijinul guvernamental pentru micii întreprinzători și inițiativele *eBusiness* este perceput de managerii intervievați ca fiind inexistent (34,8%), slab (38,9%) și doar 0,5% dintre subiecți îl consideră foarte mare (detalii în tabelele 7–8 Anexă).
- Marea majoritate a respondenților (43,8%) consideră cadrul legal ca nesatisfăcător, 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).

Figura 15



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

Figura 16



- Asupra eficienței organizațiilor în facilitarea adoptării afacerilor electronice, pe primul loc ca ineficiente sunt indicate “instituțiile guvernamentale”, iar pe primul loc ca eficiență - “industria IT”. Detalii în figurile 17 și 18 pentru extremele scalei gradate de la 1 la 5 (foarte eficiente - 1, respectiv insuficiente - 5).

Figura 17
Organizatii Eficiente

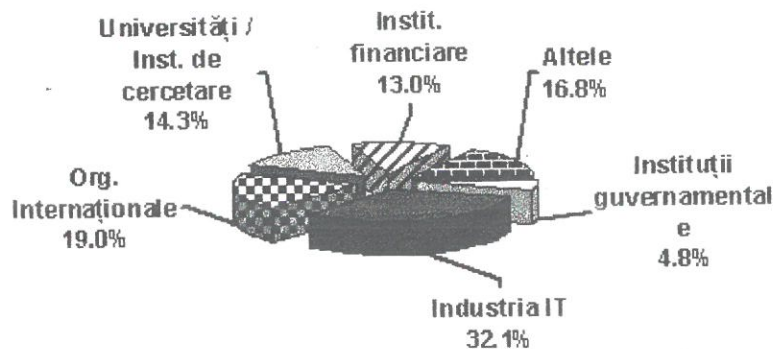
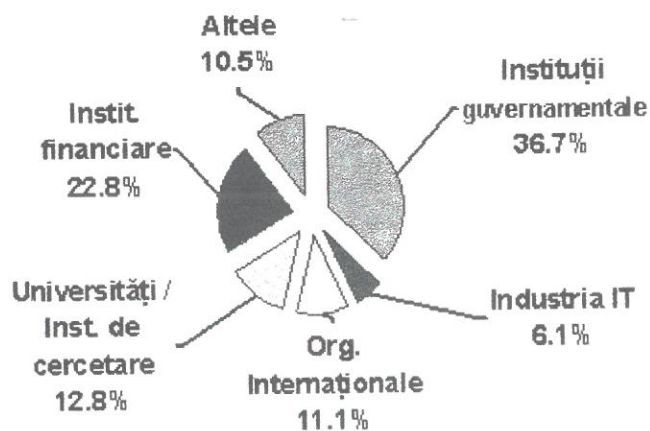


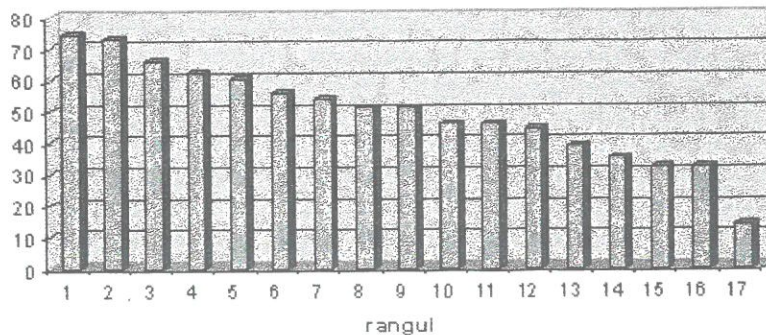
Figura 18
Organizatii considerate Ineficiente



4.5. Necesitățile de instruire

- Referitor la domeniile în care subiecții investigați consideră că este necesară o instruire a personalului pentru implementarea unei strategii *eBusiness*, prioritatea maximă este atribuită “asigurării securității și confidențialității”, “dezvoltării unei strategii în domeniul comerțului electronic”. Detalii în figura 19.

Figura 19



Legendă pentru figura 19:

- Asigurarea securității și confidențialității
- Dezvoltarea unei strategii de *eBusiness*
- Dezvoltarea unui plan de afaceri
- Finanțarea inițiativelor de *eBusiness*
- Implementarea unei strategii de *eBusiness*
- Management tehnologic
- Obținerea unui model de venit durabil
- Alegerea parteneriatelor potrivite pentru *eBusiness*
- Metode electronice de plată
- Personalizarea și managementul relațiilor cu clienții
- Realizarea modelului corect de afaceri prin Internet
- Piețe de desfacere intersocietăți (Business - to - Business)
- Strategii de marketing prin Internet
- Identificarea surselor de soluții și expertiză în comerțul electronic
- Tehnologia comerțului bazat pe comunicații mobile
- Colectarea on-line a informațiilor de marketing
- Mizele și riscurile reclamei on-line

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

- Managerii intervievați apreciază ca perioadă 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 potrivită pentru participarea la cursuri de perfecționare	Frecvența	Procent	Cumulat
Nonrăspuns	12	5,69	5,69
În timpul programului de lucru	51	24,17	29,86
După 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. Concluzii

- Aproximativ 90% din firmele mici, cu până la 5 angajați, au cel mult 5 PC-uri; aproximativ 60% din cele mijlocii, cu 5-50 angajați, au până la 5 PC-uri și 40% au până la 50 de PC-uri.
- 44 % din firmele cu acces la Internet au între 5 și 50 de PC-uri; 86% din cele fără acces au până la 5 PC-uri.
- Majoritatea organizațiilor cu acces la Internet fac parte din sectorul secundar (producție industrială, construcții – 75% din firme au acces) și din cel terțiar (servicii, finanțe, IT, educație – 77% din firme au acces la Internet). În total, 74% din firmele intervievate au acces la Internet.
- Majoritatea firmelor cu acces la Internet consideră că progresul înregistrat în introducerea tehnologiilor pentru *eBusiness* a fost unul foarte bun (84%), bun (96%), mediu (83%).
- Există o pondere mare a firmelor ce nu au Intranet (40%). În sectorul secundar, numai în 24% din organizații se utilizează Intranetul, iar în cadrul acestora, angajații ce îl utilizează în mod regulat reprezintă 25% (60% din firme nu au Intranet); în sectorul terțiar în aproape 20% din organizații, angajații utilizează Intranetul în proporție de peste 75% (56% din firmele din acest sector nu au Intranet).
- Intranetul este utilizat în mod regulat de o pondere mai mare a angajaților din întreprinderile mici (cu 5 – 50 angajați), majoritatea firmelor fiind în sectorul secundar și terțiar.
- Indiferent de mărimea organizației, *eBusiness*-ul este perceput ca o “oportunitate evidentă” de către ponderea covârșitoare (40%-50%) a intervievaților; urmează “aproape o oportunitate”.
- De asemenea, indiferent de sectorul industrial din care firma face parte, percepția *eBusiness*-ului este, în mod preponderent, una pozitivă – “oportunitate”.
- Referitor la sectorul financiar din țara noastră, indiferent de mărimea societății, se consideră într-o proporție considerabilă (60%- 68%) că acest sector este insuficient de dezvoltat pentru a permite tranzacții financiare electronice.
- În privința sprijinului pe care guvernul îl acordă întreprinzătorilor, în general, și inițiativelor de *eBusiness*, în special, indiferent de sectorul din care firmele fac parte, părerea celor intervievați este una negativă pe ansamblu. Astfel, între 60% și 90% dintre respondenți, aparținând diferitelor sectoare, apreciază sprijinul ca fiind mediu, slab sau inexistent.
- Rezultatul este valabil și dacă ținem cont de mărimea firmelor – indiferent de acest indicator, percepția respondenților față de sprijinul guvernelor este sub medie.
- Pentru aprecierea sprijinului autorităților locale, acordat întreprinzătorilor și *eBusiness*-ului, în particular, am considerat alți indicatori (decât sectorul sau mărimea firmei), mai apropiați de domeniul IT – numărul de PC-uri și accesul la Internet. Indiferent de numărul de PC-uri sau de existența sau lipsa accesului la Internet, majoritatea (peste 80%) subiecților intervievați consideră sprijinul autorităților locale ca fiind sub medie până la “inexistent”.
- Indiferent de mărimea organizației, angajații preferă cu precădere sfârșitul de săptămână pentru desfășurarea cursurilor de instruire în vederea implementării strategiei de *eBusiness* (33-38% în firmele mici și mijlocii, iar 48% în firmele cu 50-250 angajați); urmează, în ordinea preferințelor, “după terminarea programului de lucru”.

Tabelul 1

Număr calculatoare personale din organizație	Frecvența	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	Frecvența	Procent	Cumulat
Da	157	74,41	74,41
Nu	50	23,70	98,10
Nu știu	4	1,90	100,00
Total	211	100,00	-

Tabelul 3

Progresul IT față de pregătirea în urmă cu 3 ani	Frecvența	Procent	Cumulat
Nonrăspuns	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 știu	15	7,11	100,00
Total	211	100,00	-

Tabelul 4

Angajați acces frecvent pe Internet	Frecvența	Procent	Cumulat
Nonrăspuns	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

Angajați utilizează frecvent Intranet	Frecvența	Procent	Cumulat
Nonrăspuns	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 tranzacții electronice?	Frecvența	Procent	Cumulat
Da	39	18,48	18,48
Nu	138	65,40	83,89
Nu știu	34	16,11	100,00
Total	211	100,00	-

Tabelul 7

Sprijinul guvernului pentru întreprinzători și inițiative de eBusiness	Frecvența	Procent	Cumulat
Nonrăspuns	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 există	73	34,60	88,63
Nu știu	24	11,37	100,00
Total	211	100,00	-

Tabelul 8

Sprijinul autorităților locale pentru întreprinzători și inițiative de eBusiness	Frecvența	Procent	Cumulat
Nonrăspuns	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 există	98	46,45	93,84
Nu știu	13	6,16	100,00
Total	211	100,00	-

Bibliografie

1. **ERKII, LIKANEN:** eEurope: An Information Society for All CEBIT 2000, Hanovra, februarie, 2000.
2. * * *: The New Economy of the Global Information Society, Implications for Growth. În: Work and Employment Report of the Workshop, Brussels, aprilie 2000.
3. * * *: EBusiness Essentials. În: PC Magazine, iulie 2000, Vol. 19, No. 13 <http://www.ydnet.com/pcmag/>
4. **AMOR, D.:** The EBusiness (R)Evolution, Editura Prentice Hall, ISBN: 013085123X <http://www.ebusinessrevolution.com/>
5. * * *: Studii și cercetări privind dezvoltarea societății informaționale la nivel național, armonizarea cu politicile și reglementările UE. Studiu de variante de soluții privind eBusiness în România, ICI, octombrie 2000.