

Potrzeby informacyjne i doradcze przedsiębiorców wchodzących na rynek e-usług

Badanie zapotrzebowania na działania wspierające rozwój usług świadczonych elektronicznie (e-usług) przez przedsiębiorstwa mikro i małe



Radosław Flis
Beata Mazurek-Kucharska
Jacek Kuciński



Autorzy:

Radostaw Flis, Beata Mazurek-Kucharska, Jacek Kuciński

Wydawca:

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP)

ul. Pańska 81/83
00-834 Warszawa

www.parp.gov.pl

Skład:

Marcin May
PARP

Wydanie I

Publikacja bezpłatna

Publikacja powstała na podstawie „Badania zapotrzebowania na działania wspierające rozwój usług świadczonych elektronicznie (e-usług) przez przedsiębiorstwa mikro i małe” zrealizowanego dla Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości przez Pentor Research International S.A.

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego

Wspieramy e-biznes www.web.gov.pl

Copyright © by Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości Warszawa 2009, Wszelkie prawa zastrzeżone. Żaden fragment nie może być wykorzystywany w jakiegokolwiek formie ani przekładany na język mechaniczny bez zgody PARP.

Spis treści

1. Potrzeby informacyjne i doradcze przedsiębiorców wchodzących na rynek e-usług- raport z badań desk research	4
2. Potrzeby informacyjne małych przedsiębiorstw (w tym mikro) w zakresie niezbędnym do świadczenia e-usług oraz pozyskania dofinansowania w ramach działania 8.1 PO IG – raport z badania jakościowego	4
3. Potrzeby doradcze małych przedsiębiorstw (w tym mikro) w zakresie niezbędnym do świadczenia e-usług oraz pozyskania dofinansowania w ramach działania 8.1 PO IG – raport z badania jakościowego	5
4. Wnioski i rekomendacje	6
4.1 Potrzeby informacyjne małych przedsiębiorstw (w tym mikro) w zakresie niezbędnym do świadczenia e-usług oraz pozyskania dofinansowania w ramach działania 8.1 PO IG	6
4.2. Potrzeby doradcze małych przedsiębiorstw (w tym mikro) w zakresie niezbędnym do świadczenia e-usług oraz pozyskania dofinansowania w ramach działania 8.1 PO IG	7
4.3 Pożądane wsparcie informacyjne i doradcze świadczone przez portal internetowy wspierający działania 8.1 i 8.2 PO IG dla małych przedsiębiorstw (w tym mikro) zamierzających wdrożyć i świadczyć e-usługi	7
4.4 Kierunki współpracy z organizacjami branżowymi w zakresie popularyzacji społeczeństwa informacyjnego i Gospodarki Opartej na Wiedzy	7
4.5. Ogólne wnioski z danych jakościowych, uzyskanych badaniem kwestionariuszem ankiety QE-1	8

1. Potrzeby informacyjne i doradcze przedsiębiorców wchodzących na rynek e-usług- raport z badań desk research

Autor: Radosław Flis

Dostępne opracowania nie precyzują, jakie są potrzeby informacyjne i doradcze przedsiębiorców w zakresie otwierania biznesu w e-usługach. Na podstawie dostępnych opisów całego rynku, można jednak stworzyć następującą hipotezę.

Potrzeby przedsiębiorców można podzielić na dwie grupy. Pierwszą grupą są potrzeby specyficzne dla sektora e-usług, drugą natomiast są potrzeby przedsiębiorców całego sektora MSP.

I. Potrzeby doradcze i informacyjne specyficzne dla sektora e-usług dotyczą:

- zagrożeń występujących w działalności internetowej oraz sposobów minimalizowania ryzyka, związanego z takimi zagrożeniami;
- rodzajów e-usług świadczonych obecnie przez inne przedsiębiorstwa MSP;
- doboru narzędzi informatycznych, niezbędnych do samodzielnego stworzenia portalu świadczącego e-usługę;
- informacji na temat rozkładu przestrzennego, wiekowego i zawodowego osób dotkniętych tzw. wykluczeniem cyfrowym;
- pozyskania wykwalifikowanych pracowników z dziedziny informatyki i informacji, animacji i grafiki komputerowej, marketingu internetowego i finansów;
- zabezpieczeń prawnych specyficznych dla sektora e-usług;
- badań popytu poszczególnych grup klientów e-usług w ujęciu historycznym, wraz z próbą oszacowania trendów w przyszłości.

II. Potrzeby doradcze i informacyjne całego sektora MSP dotyczą:

- najdogodniejszej formy prowadzenia działalności gospodarczej oraz formalności związanych z prowadzeniem biznesu w e-usługach;
- sposobu finansowania przedsięwzięcia, w tym możliwości uzyskania dotacji;
- doboru ewentualnych partnerów biznesowych;
- barier prawnych występujących w Polsce, związanych z rozpoczęciem i prowadzeniem działalności gospodarczej;
- dostępu do informacji prawnych, podatkowych, rachunkowo-księgowych oraz dotyczących programów rządowych i unijnych, umożliwiających dofinansowanie.

2. Potrzeby informacyjne małych przedsiębiorstw (w tym mikro) w zakresie niezbędnym do świadczenia e-usług oraz pozyskania dofinansowania w ramach działania 8.1 PO IG – raport z badania jakościowego

Autor: dr Jacek Kuciński

Wiele potrzeb informacyjnych wskazywanych przez badanych przedsiębiorców świadczących e-usługi dotyczy całego sektora MSP. Niektóre z nich wynikają z ich elementarnych braków wiedzy w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej. W konsekwencji, badani przedsiębiorcy rzadko wymieniali problemy charakterystyczne jedynie dla sektora e-usług.

Wśród potrzeb informacyjnych, charakterystycznych dla sektora e-usług wymieniano m.in.:

- Potrzebę uzyskania informacji na temat rozkładu przestrzennego, wiekowego i zawodowego osób dotkniętych tzw. wykluczeniem cyfrowym (termin wykluczenia cyfrowego nie dotyczy wyłącznie możliwości dostępu do Internetu, ale również takich czynników jak: umiejętności posługiwania się Internetem, jakość połączenia, brak znajomości języka, w którym występują w sieci potrzebne informacje). Informacje dotyczące wykluczenia cyfrowego mogą bowiem mieć znaczenie dla wyboru rodzaju usług i potencjalnych odbiorców.
- Potrzebę dostępu do badań, z których wynikałoby jakie e-usługi są najbardziej pożądane przez masowych odbiorców oraz aktualny stopień nasycenia rynku poszczególnymi rodzajami e-usług.
- Potrzebę informacji na temat zagrożeń internetowych oraz sposobów zabezpieczenia procesu świadczenia e-usług zarówno po stronie dostawcy jak i odbiorcy.

- Potrzebę informacji w zakresie zabezpieczeń prawnych specyficznych dla sektora e-usług.

Poza wymienionymi powyżej potrzebami informacyjnymi, specyficznymi dla sektora e-usług, respondentom brakuje przede wszystkim doświadczenia biznesowego. Dotychczas specjalizowali się oni bowiem w kwestiach technicznych, informatycznych, koniecznych przy zakładaniu e-biznesu. Odczuwają oni też braki w wiedzy na temat skutecznego marketingu, wyboru odpowiednich form reklamy i efektywnego spożytkowania na nie pieniędzy.

„Ja się spotkałem z wieloma młodymi ludźmi, którzy chcą odpalić jakieś serwisy i są już świetni. Za dwa dni są gotowi napisać Naszą-klasę od nowa, ale nie mają wiedzy o tym, jak z tego zrobić pieniądze, jak to zakomunikować. Często nie rozumieją, że są technologie lepsze i gorsze pomimo, że są informatykami. Brakuje im wiedzy o prowadzeniu przedsiębiorstwa, ale to jest zbyt ogólne. Powiedzmy, że nie wiedzą, że sami nie są w stanie zbudować przedsiębiorstwa sensownego, bo dwie osoby mogą napisać platformę, ale żeby sprzedawać, utrzymać ludzi i płacić im pensję to tego nie mają”.

W drugiej grupie sprawa ma się odwrotnie. Osoby te posiadają odpowiednie doświadczenie związane z prowadzeniem własnej firmy oraz w zakresie zarządzania. Nie posiadają jednak odpowiedniej wiedzy informatycznej, w związku z czym zmuszeni są do zatrudnienia osoby, która zajęłaby się stroną techniczną ich przedsięwzięcia. Przedsiębiorcy zwrócili uwagę, iż często nie są w stanie wybrać samodzielnie odpowiedniej do tego zadania osoby.

Wskazywano na nierówny dostęp do informacji, w szczególności wymieniono Warszawę jako miejsce, które daje możliwość większej liczby spotkań. Przedsiębiorcy poszukują kontaktu z ekspertami oraz osobami, które mają doświadczenie w prowadzeniu podobnej działalności. Duże miasta, a przede wszystkim stolica, dają więcej sposobności dla prowadzenia tego typu, formalnych bądź nieformalnych, konsultacji. Osoby odcięte od takich możliwości mają utrudniony start. Dlatego nasi rozmówcy oczekiwali organizacji konferencji, wykładów, szkoleń, na których mogliby zdobywać wiedzę jak rozpocząć działalność, na co zwrócić uwagę. Chętnie widzieliby też umieszczanie nagrań z tego typu wydarzeń w Internecie, by móc w wybranym przez siebie momencie i miejscu wysłuchać ich przebiegu. Wydaje się jednak, iż ze względu na czasochłonność oglądania tego typu nagrań, bardziej efektywne byłyby ich opracowania, streszczenia. To, co jednak jest dla przedsiębiorców ważniejsze to możliwość zwrócenia się do kogoś z konkretnym problemem i otrzymanie pomocy przy jego rozwiązywaniu:

„Żeby to miało wymiar praktyczny, bo z teorią to każdy da sobie radę. Jest Internet i każdy może sobie poczytać, jak założyć firmę, żeby można było przyjść z konkretnym problemem i prosić mi pomóc go rozwiązać.”²

3. Potrzeby doradcze małych przedsiębiorstw (w tym mikro) w zakresie niezbędnym do świadczenia e-usług oraz pozyskania dofinansowania w ramach działania 8.1 PO IG – raport z badania jakościowego

Autor: dr Jacek Kuciński

Potrzeby doradcze małych przedsiębiorstw nieodrodnie łączą się z opisanymi w poprzednim rozdziale potrzebami informacyjnymi. Osoby zainteresowane działalnością e-usługową w pierwszej kolejności poszukują porad, związanych z rozpoczęciem takiej działalności. Chciałyby, zanim zaczną, móc porozmawiać z kimś kompetentnym, bardziej doświadczonym, na temat tego, czy ich pomysł ma szansę na rynku. Przedsiębiorcy widzą potrzebę kontaktu z kimś, kto pomógłby im policzyć, jakie będą koszty prowadzenia działalności do momentu otrzymania pierwszych przychodów. Osobom, które nie prowadziły wcześniej własnej firmy, potrzebne są wskazówki dotyczące zakładania przedsiębiorstwa, prowadzenia go i metod skutecznego dotarcia do klienta. W przeciwnym razie ich pomysł, nawet jeśli był bardzo dobry, może nie odnieść sukcesu na rynku i nie przynieść spodziewanych zysków.

Wśród potrzeb doradczych, charakterystycznych dla sektora e-usług wymieniano m.in.:

- Doradztwo w zakresie najbardziej popularnych e-usług oraz stopnia nasycenia nimi rynku.
- Doradztwo w zakresie sposobów zabezpieczenia procesu świadczenia e-usług, zarówno po stronie dostawcy, jak i odbiorcy.
- Doradztwo w zakresie zabezpieczeń prawnych specyficznych dla sektora e-usług.
- Doradztwo w zakresie wiedzy specjalistycznej dla sektora e-usług oraz możliwości zatrudnienia pracowników dysponujących wiedzą adekwatną do planowanego przedsięwzięcia e-usługowego. Z tego powodu przedsiębiorcy potrzebują konsultacji doświadczonego

¹ FGI z przedsiębiorcami.

² IDI z ekspertem.

specjalisty HR ze znajomością sektora e-usług. Dlatego też niezbędne jest dla nich doradztwo w zakresie oceny oferty potencjalnych pracowników, jej adekwatności do potrzeb zakładanego e-biznesu i adekwatnej wysokości wynagrodzenia.

- Doradztwo w zakresie oceny specyficznego rynku internetowego i pozycjonowania na nim planowanej działalności.

(...) Osoby zaczynające działalność, a często także już ją prowadzące, potrzebują informacji lub doradztwa w kwestiach prawnych. Wskazują na ogólny brak regulacji dotyczących e-biznesu, problemy ze zrozumieniem skomplikowanego prawa unijnego oraz na problemy z własnością intelektualną, prawem autorskim w Internecie, kończąc na kodeksie handlowym i prawie skarbowym oraz kwestiach związanych z zakładaniem spółek.

Wśród naszych rozmówców pojawiały się różne opinie na temat formy w jakiej doradztwo powinno być zorganizowane. To, co łączyło wypowiedzi przedsiębiorców, to potrzeba indywidualnego wsparcia, kontaktu z ekspertem – praktykiem, który mógłby podzielić się przydatną wiedzą zdobytą w trakcie własnej działalności. Dzięki takim poradom nowi e-usługodawcy mogliby uniknąć błędów popełnianych przez innych oraz korzystać z dobrych, sprawdzonych rozwiązań, pomocnych w osiągnięciu sukcesu. W kwestii tego, w jaki sposób nawiązywać kontakt z doradcami, opinie były podzielone. Część osób oczekiwała możliwości przyjsia do okienka wyspecjalizowanego w danym zakresie zagadnień. W razie potrzeby powinno też istnieć „jedno super okienko, gdzie zadajemy jakiegokolwiek głupie pytanie, bo w ogóle nie mamy pojęcia.”³ Częściej pojawiają się opinie potrzeby funkcjonowania „call center” lub mailowego kontaktu oraz internetowej bazy wiedzy dotyczącej najczęściej zadawanych pytań, gdzie byłyby zebrane wszystkie porady.

Przedsiębiorcy i eksperci wyrażali konkretne oczekiwania co do portalu, gdzie w jednym miejscu zgromadzone byłyby wszystkie niezbędne informacje. Chodzi zarówno o kwestie dotyczące prawnych i teoretycznych aspektów zakładania oraz funkcjonowania przedsiębiorstw świadczących e-usługi, jak i wiedzę praktyczną, wzmacnianą prezentowaniem odpowiednich przykładów. Konstrukcja takiego narzędzia powinna przede wszystkim zakładać jego przejrzystość, łatwość dotarcia do poszukiwanych informacji, bądź doradztwa oraz jasność przekazywanych wiadomości (...).

Portal musi zapewniać możliwość dyskusji i wymiany doświadczeń, ale także powinien posiadać zbiór najczęściej zadawanych pytań wraz z odpowiedziami, skonstruowany tak, by łatwo było odnaleźć poszukiwaną informację. Przedsiębiorcy zwrócili również uwagę na ułatwienie, jakim byłoby stworzenie narzędzia umożliwiającego automatyczne wyszukanie dotacji odpowiednich dla danej firmy, na podstawie wpisanych przez użytkownika danych charakteryzujących jego e-usługę. Kolejnym cennym elementem doradztwa oferowanego przez taki portal powinien być zbiór przykładów poprawnie wypełnionych formularzy i wniosków. Stopień ich skomplikowania jest przez przedsiębiorców oceniany jako wysoki. Możliwość spojrzenia na dobrze wypełnione dokumenty umożliwiłoby uniknięcie wielu błędów.

4. Wnioski i rekomendacje

Autorzy: dr Beata Mazurek - Kucharska, dr Jacek Kuciński, Radosław Flis

4.1 Potrzeby informacyjne małych przedsiębiorstw (w tym mikro) w zakresie niezbędnym do świadczenia e-usług oraz pozyskania dofinansowania w ramach działania 8.1 PO IG

Przedsiębiorcy zgłaszają szerokie zapotrzebowanie informacyjne zarówno w zakresie niezbędnym do świadczenia e-usług, jak i w kwestii pozyskiwania dofinansowania w ramach działania 8.1 PO IG. Wśród najczęściej wymienianych znajdują się informacje z zakresu:

- Rozkładu przestrzennego, wiekowego i zawodowego osób dotkniętych tzw. wykluczeniem cyfrowym;
- Badań, z których wynikałoby jakie e-usługi są najbardziej pożądane przez masowych odbiorców oraz aktualny stopień nasycenia rynku poszczególnymi rodzajami e-usług;
- Zagrożeń Internetowych oraz sposobów zabezpieczenia procesu świadczenia e-usług zarówno po stronie dostawcy jak i odbiorcy;
- Zabezpieczeń prawnych specyficznych dla sektora e-usług;
- Zakładania i prowadzenia własnej działalności w Internecie, w tym także w kwestii skutecznego marketingu, wyboru odpowiednich form reklamy i efektywnego spożytkowania na nie pieniędzy;

Możliwości pozyskiwania kredytów, ulg podatkowych, zaciąganych zobowiązań względem ZUS oraz 3 FGI z przedsiębiorcami.

otrzymania dofinansowania dla działalności prowadzonej w Internecie, zasad ich przyznawania, a także praktycznej wiedzy na temat prawidłowego wypełnienia wniosku oraz rozliczenia projektu.

4.2. Potrzeby doradcze małych przedsiębiorstw (w tym mikro) w zakresie niezbędnym do świadczenia e-usług oraz pozyskania dofinansowania w ramach działania 8.1 PO IG

Oczekiwane doradztwo związane jest z wyżej opisanym zapotrzebowaniem na informacje. Do najczęściej wymienianych kwestii zaliczyć można:

- Sposobów zabezpieczenia procesu świadczenia e-usług.
- Zabezpieczeń prawnych specyficznych dla sektora e-usług.
- Wiedzy specjalistycznej dla sektora e-usług oraz możliwości zatrudnienia pracowników dysponujących wiedzą adekwatną do planowanego przedsięwzięcia.
- Oceny specyficznego rynku internetowego i pozycjonowania na nim planowanej działalności.
- Strategii konkurencyjności na rynku e-usług- przebicia się na rynku z posiadanym pomysłem.
- Prawa unijnego, prawa autorskiego, a także zapisów kodeksu handlowego i prawa skarbowego w zakresie działalności poprzez Internet.

4.3 Pożądane wsparcie informacyjne i doradcze świadczone przez portal internetowy wspierający działania 8.1 i 8.2 PO IG dla małych przedsiębiorstw (w tym mikro) zamierzających wdrożyć i świadczyć e-usługi

a) Zapotrzebowanie na informacje zarówno dotyczące prawnych i teoretycznych aspektów funkcjonowania przedsiębiorstw świadczących e-usługi, jak i na wiedzę praktyczną. Zawartość informacyjna jest kluczem sukcesu takiego portalu.

Stworzenie możliwości dyskusji i wymiany doświadczeń: zapewnienie aktywnego udziału ekspertów i praktyków w wymianie zdań, przyciągnięcie osób z praktycznym doświadczeniem z zakresu funkcjonowania e-usług.

b) Przygotowanie bazy najczęściej zadawanych pytań i napotykanych problemów podzielonych na przejrzyste, jednoznaczne kategorie.

Wraz z nagromadzeniem się liczby artykułów, poradników, ekspertyz czy dyskusji rośnie liczba materiału, z którym trzeba się zapoznać, aby uzyskać wiedzę w interesującym zakresie. Przy okazji zaś pewne problemy czy zagadnienia mogą okazać się dosyć typowe, powtarzalne, a jednocześnie ważne i kluczowe. Zebranie i wydzielenie tego typu informacji w formie przejrzystego FAQ stanowi bardzo efektywne i wygodne narzędzie porządkowania zawartości strony/portalu i zwiększa wygodę użytkowników.

c) Przedstawienie rzeczywistych przykładów, case study przedsiębiorstw e-usługowych – zarówno pozytywnych, jak i negatywnych, wraz z analizą silnych i mocnych stron pomysłów, popełnionych błędów, nie-wykorzystanych szans, etc.

Doświadczenie płynące z konkretnych, rzeczywistych przypadków wydaje się rozmówcom dużo bardziej cenne niż płynące z nawet najlepszych tekstów teoretycznych. Przedstawienie zarówno pozytywnych, jak i negatywnych przykładów podpartych analizą ekspercką może mieć bardzo duży walor edukacyjny i stanowić pomoc przy planowaniu własnego przedsiębiorstwa.

d) Stworzenie bazy danych ekspertów z dziedziny e-usług czy też przedsiębiorców z określonym doświadczeniem, do których można się zwrócić z konkretnym problemem.

4.4 Kierunki współpracy z organizacjami branżowymi w zakresie popularyzacji społeczeństwa informacyjnego i Gospodarki Opartej na Wiedzy

- Organizacje branżowe, zarówno pozarządowe, jak i związane z administracją państwową, mają w społeczeństwie demokratycznym charakter silnie opiniotwórczy i ogromny wpływ na

funkcjonowanie danej branży. Dlatego też należy przyłożyć dużą wagę do współpracy z nimi w zakresie popularyzacji społeczeństwa informacyjnego i GOW.

- Współpraca ta powinna m.in. obejmować:
 - a) Korzystanie z „bazy eksperckiej” organizacji branżowych – wykorzystywanie wiedzy i doświadczenia takich osób w polityce informacyjnej.

Eksperti czy doświadczeni przedsiębiorcy, o których była mowa wcześniej, mogą być pozyskiwani z innych organizacji branżowych. Wymiana ich wiedzy i doświadczeń może stanowić doskonałą bazę do generowania nowych pomysłów, informowania o rozmaitych aspektach funkcjonowania sektora e-usług, wsparcia doradczego czy też formułowania sugestii z zakresu tworzenia prawa dotyczącego omawianego obszaru.

- b) Tworzenie płaszczyzn wymiany doświadczenia: wspólne angażowanie się w analizy problemów rynku e-usług, współpraca w tworzeniu diagnoz z tego zakresu, organizowanie wspólnych konferencji, seminariów, szkoleń.

Działając wspólnie można osiągnąć więcej. Mnogość doświadczeń, spojrzeń na rzeczywistość oraz analizowane problemy, pozwala na wypracowywanie lepszych rozwiązań, bardziej dogłębną analizę, lepszy przekaz doświadczenia czy skuteczniejsze działania.

- c) Przygotowywanie wspólnych ekspertyz dotyczących prawnych aspektów funkcjonowania e-usług i wspólna promocja rozwiązań korzystnych dla tego typu działalności. Być może warto rozważyć budowę organizacji „quasi-branżowej”, bądź eksperckiego „think-tanku”, zajmującego się aktywną działalnością na rzecz sektora e-usług, promowaniem standardów, działalnością edukacyjną i będącego instytucją doradczą, zarówno dla przedsiębiorców, jak i instytucji państwowych.

- d) Działalność edukacyjna już od najniższych poziomów:
 - promowanie włączania w programy szkolne elementów stymulujących rozwój społeczeństwa informacyjnego;
 - organizacja konkursów wiedzy i umiejętności, budowanie zaufania do e-usług;
 - promocję korzystania z Internetu i rozwiązań e-usługowych wśród osób starszych.

4.5. Ogólne wnioski z danych jakościowych, uzyskanych badaniem kwestionariuszem ankiety QE-1

Na zakończenie przebiegu zogniskowanych wywiadów grupowych (FGI) przedsiębiorcy mieli możliwość wypełnienia kwestionariusza ankiety QE-1. Ankiety wypełniło 24 uczestników spotkań fokusowych⁴.

Zadanie postawione przedsiębiorcom polegało na zadaniu pięciu pytań ekspertowi od e-usług. Takich pytań, które, zdaniem przedsiębiorców, zadałby prawdopodobnie przedsiębiorca, podejmujący działalność w zakresie e-usług lub taki, który chce dotychczasową działalność rozwinąć o sferę e-usług. Poniżej każdego pytania była możliwość wskazania jaki jest, zdaniem przedsiębiorcy, poziom jego wiedzy na temat oczekiwanej od eksperta odpowiedzi (poprzez zaznaczenie wariantu wyboru określonej odpowiedzi)⁵.

Poinformowano przedsiębiorców, że zabieg ten pozwoli realizatorom projektu wybrać pytania typowe, łatwe, nietypowe i trudne oraz pozwoli przygotować ekspertów do trafniejszego przygotowania się do dialogu z przedsiębiorcami w ramach planowanej platformy doradczej.

Pytania wygenerowane przez przedsiębiorców należą do kilku kategorii tematycznych:

1. Ogólna wiedza na temat prowadzenia przedsiębiorstwa

np. pytania: Jak napisać biznesplan? Jak najtaniej i najłatwiej rozszerzyć działalność na inne kraje? W jakim kierunku powinienem rozwijać swój biznes? Czy powinienem zatrudniać ludzi, czy zwlekać

⁴ Niektórzy przedsiębiorcy byli zmuszeni szybko wyjechać lub mieli umówione spotkania biznesowe i nie mogli poświęcić czasu na uzupełnienie ankiety.

⁵ Warianty odpowiedzi były następujące:

1. całkowicie nie wiem, jaka będzie odpowiedź eksperta na to pytanie,
2. nie jestem pewien, jak będzie odpowiedź eksperta na to pytanie,
3. znam mniej więcej odpowiedź, ale chcę się upewnić,
4. znam odpowiedź, ale chcę poznać opinię eksperta na ten temat,
5. jestem pewien, jaka będzie odpowiedź eksperta na to pytanie, ale sądzę, że warto je zadać, aby mieć pewność, że dobrze się myśli na ten temat.

z tym do końca? Jak pogodzić przedsiębiorstwo z życiem rodzinnym? Jakie są ulgi podatkowe w moim przypadku (ZUS)? Jaki typ działalności (forma spółki) będzie dla mnie najkorzystniejsza? Spółka z o.o. – z czym się to je?

2. Wiedza praktyczna na temat możliwości uzyskania wsparcia finansowego

np. pytania: Z jakich funduszy korzystać w celu pozyskania pieniędzy na początku? Czy mogę uzyskać pomoc przy ustaleniu kwoty dofinansowania, na którą mam szansę? Jakie są kryteria oceny merytorycznej? Czy wynagrodzenia pracowników, które są finansowane z dotacji są zwolnione (np. w części) z podatku PIT (opis przypadku)? Jakie są kryteria oceny formalnej? Czy np. brak podpisów na 1. stronie powoduje odrzucenie wniosku? Czy można uzyskać dotacje z zakresu działania 8.1 na istniejącą e-usługę w celu jej świadczenia, promocji i rozwoju?

3. Wiedza praktyczna na temat możliwości i zasad prowadzenia biznesu międzynarodowego

np. pytania: Jak najtaniej i najłatwiej przenieść się do raju podatkowego? Gdzie otrzymać informacje na temat dzierżawy serwerów poza granicami Polski? Jak mogę przenieść e-biznes do innego kraju?

4. Wiedza prawnicza niezbędna w zarządzaniu przedsiębiorstwem

np. pytania: Czy mój serwis jest zgodny z prawem? Jaki jest stopień odpowiedzialności w przypadku niepowodzenia biznesu? Gdzie znaleźć pomoc prawną? Jaką ponoszę odpowiedzialność za treści umieszczone w portalu (serwisie) przez użytkownika?

5. Wiedza praktyczna na temat pozyskania informacji biznesowych, wymiany poglądów i testowania pomysłów biznesowych

np. pytania: Czy są dostępne publikacje – tzw. success stories, a jeżeli tak, to gdzie? Czy są organizowane spotkania, zwłaszcza ludzi z branży? Jak mogę sprawdzić, czy mój pomysł ma szansę powodzenia? Gdzie mogę zweryfikować, jeszcze przed napisaniem pełnego wniosku, czy mój pomysł ma szansę powodzenia?

Warto zaznaczyć, że jako najtrudniejsze⁶ uznawano najczęściej pytania dotyczące ogólnej wiedzy na temat prowadzenia przedsiębiorstwa, wiedzy prawniczej i wiedzy praktycznej na temat możliwości uzyskania wsparcia finansowego.

Zestaw pytań, wygenerowanych przez przedsiębiorców, został częściowo wykorzystany do tworzenia kwestionariusza badań ilościowych – CAWI.

Pytania te mogą być także pomocne w projektowaniu internetowej platformy doradczej dla przedsiębiorców, których firmy świadczą e-usługi.

⁶ Czyli takie, które uzyskiwały najczęściej ocenę: 1 - całkowicie nie wiem, jaka będzie odpowiedź eksperta na to pytanie

