

Podbój świata przez Internet

HANDEL

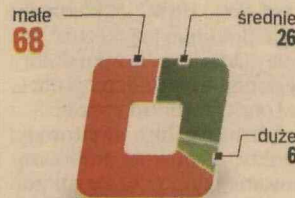
Większość firm wciąż nie traktuje sieci jako narzędzia do rozwoju eksportu. W efekcie tylko 2,6 proc. otrzymuje zamówienia online z innych krajów.

- Internet stwarza dogodne warunki do ekspansji międzynarodowej, w szczególności dla małych i średnich firm - mówi Krzysztof Łapiński, ekspert Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową, który przygotował raport na temat działalności transgranicznej polskich e-sklepów. Wynika z niego, że aż 94 proc. przyjmujących zamówienia z innych krajów UE to firmy małe i średnie.

Ogółem polskie przedsiębiorstwa korzystają z potencjału, jaki daje im Internet, ale ciągle w bardzo ograniczonym zakresie. 70 proc. ma stronę internetową, ale już tylko 31 proc. wersję w innym niż polski języku. 93 proc. eksportujących wykorzystuje e-maile, ale już tylko 13 proc. reklamuje się na rynkach zagranicznych.

Z badania SMG/KRC wynika, że firmy uważają, iż są zbyt małe, aby skutecznie podbijać

Jakie firmy prowadzą działalność transgraniczną, w proc.



źródło: IBnGR

♦ KTO DZIAŁA ZA GRANICĄ

rynki zagraniczne. Dodatkowo panuje na nich zbyt duża konkurencja. - Internet zmienia wiele modeli biznesowych, pojawiają się nowe nisze, które można zapełnić. Firma z Polski ma w sieci takie same szanse, jak niemiecka czy brytyjska - mówi Artur Waliszewski, dyrektor Google na Polskę i Europę Środkowo-Wschodnią.

Spółka wraz z Home.pl oraz PKPP Lewiatan właśnie rozpoczęła akcję „Internetowa Rewolucja bez Granic”, która ma ułatwić firmom zagraniczną ekspansję. Małe i średnie będą mogły za darmo przetłumaczyć swoją kampanię na jeden z 26 języków, założyć stronę w do-

menie.eu czy otrzymać wsparcie ekspertów.

Tym bardziej że są przykłady udanej ekspansji polskich firm na inne rynki, właśnie dzięki Internetowi. Sklep Medieval Market sprzedaje repliki średnio-wiecznych przedmiotów, a 70 proc. zamówień pochodzi spoza Polski - Australii, Nowej Zelandii, RPA czy Singapuru.

Z kolei serwis turystyczny eSKY rozwija się nie tylko w Europie, ale także Ameryce Południowej. Obecnie 25 proc. obrotów pochodzi z zagranicy, a firma oferuje nie tylko bilety lotnicze, ale także rezerwacje hoteli czy ubezpieczenia podróży.

W ten sposób rozwija się także firma MM Brown Polska, znana z marek słodczy **Chocolissimo** czy **Czekoladowy Telegram**. Na początku działała tylko przez Internet, dzisiaj otwiera tradycyjne punkty i wchodzi na kolejne rynki zagraniczne.

Z raportu eHandel Polska 2012 wynika, że obecnie tylko co trzeci e-sklep w Polsce prowadzi sprzedaż do innych państw Unii Europejskiej, a jedynie 9,6 proc. poza ten obszar. Ich liczba jednak powoli rośnie.

-Piotr Mazurkiewicz