

Jolanta Sala

Powiślańska Szkoła Wyższa

Halina Tańska

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski

**UWARUNKOWANIA ZASTOSOWAŃ E-BIZNESU
W POLSKIEJ GOSPODARCE****Streszczenie**

Opracowanie stanowi syntezę fundamentalnych problemów społeczeństwa informacyjnego, którego rozwój jest uzależniony od zastosowań e-biznesu w gospodarce. Niestety skala wykorzystywania ICT w polskich przedsiębiorstwach jest symboliczna i nie ma obiecujących perspektyw. Wiele jest uwarunkowań małej skali zastosowań e-biznesu, a więc można konstruować wiele recept. W kontekście propozycji prezesa PAN wyeksponowana jest bariera, jaką stanowi brak zaufania w polskiej gospodarce. Zasygnalizowane także zostało znaczenie, jakie ma deficyt cnót moralnych i intelektualnych, a przede wszystkim brak równowagi pomiędzy sprawnościami teoretycznymi (wiedza i mądrość) oraz praktycznymi (roztropność i sztuka).

Słowa kluczowe: społeczeństwo informacyjne, e-biznes, wykorzystanie ICT w polskich przedsiębiorstwach, zaufanie w gospodarce, cnoty intelektualne i moralne w gospodarce

Wprowadzenie

Głównym celem opracowania jest próba odpowiedzi na jedno z pytań organizatorów konferencji „Problemy Społeczeństwa Informacyjnego”: jakiego orzeźwienia potrzebuje e-biznes w Polsce? Niewątpliwie pytanie nie jest banalne, a odpowiedź nie jest prosta, lecz wręcz przeciwnie – wiąże się ona z poruszeniem wielu wymiarów życia społecznego i gospodarczego w naszym kraju. Niektóre z tych wymiarów autorki zasygnalizowały już we wcześniejszych publikacjach, a ograniczona objętość niniejszego opracowania wymaga wyboru niektórych perspektyw zamiast podejścia holistycznego. Kryterium wyboru zostało ukierunkowane na rzadko poruszane obszary.

Warto podkreślić, iż przyczyna zatroskania o e-biznes jest zbieżna z inicjatywą prezesa PAN, który zaprosił do refleksji nad przyczynami i zastanowienia się nad drogami wyzwolenia się z istniejących i narastających zagrożeń oraz skutecznego wykorzystania posiadanych sił i środków. Profesor M. Kleiber zakłada, że większości polskiego społeczeństwa towarzyszy „nieodparte uczucie zbliżających się zagrożeń dla naszego dalszego stabilnego rozwoju i wysoce nieskutecznego wykorzystywania danej nam przez historię niepowtarzalnej szansy na nadrobienie cywilizacyjnych opóźnień” (Kleiber, 2011, s. 64). Autorki od lat podzielają to zatroskanie i wskazują przyczyny oraz sposoby ich niwelowania. Niewątpliwie pewna część problemów wiąże się z uwarunkowaniami zastosowań e-biznesu w polskiej gospodarce.

1. Pomiędzy diagnozą, prognozą i działaniem

Solidna i uczciwa diagnoza stanu istniejącego oraz przyczyn zarówno sukcesów, jak i błędów stanowi warunek konieczny stabilnego rozwoju społeczno-gospodarczego. Tego warunku w naszym kraju nie spełniamy, pielęgnując od wielu lat zjawisko „poprawności politycznej” czy też „autocenzury”. Rzetelne, ale „niepoprawne” diagnozy w niskonakładowych publikacjach i przekazach medialnych to perły, które trudno odnaleźć. Otaczają nas publikacje, interpretacje i komentarze, które nieustannie usypiają u obserwatorów „nieodparte uczucie zbliżających się zagrożeń”. Powszechnie utwierdzamy się w przekonaniu, iż problemów społeczeństwa informacyjnego nie ma, a życie społeczno-gospodarcze rozwija się w dobrym kierunku. W ten sposób marnotrawimy i demoralizujemy w naszym kraju potencjał ewaluacyjny i obywatelski.

Życie społeczno-gospodarcze można obserwować przynajmniej z trzech perspektyw:

- a) teoretyczno-badawczej, która reprezentowana jest przez środowiska akademickie różnych dziedzin naukowych, a w szczególności ekonomii i socjologii;
- b) politycznej, która jest reprezentowana przez różne instytucje państw narodowych i organizacji ponadnarodowych;
- c) potocznej, która reprezentowana jest przez realne odczucia grup obywateli żyjących w konkretnych obszarach geograficznych.

W ramach każdej symbolicznie wyodrębnionej perspektywy pojawia się ogromne zróżnicowanie spowodowane celowym doborem czynników życia społeczno-gospodarczego i ich mierników. Determinują one uzyskane wyniki. Tak

więc dobór obserwatora systemu, który wybiera zestaw elementów, czynników i mierników wprowadza istotny w skutkach relatywizm deformujący wyniki diagnozy. Podkreślić trzeba, że oblicza stanu istniejącego z dwóch pierwszych perspektyw są wykreowane przez środowiska akademickie, które często są zorientowane na rozwój własny bądź na materialną lub instytucjonalną stabilizację.

Natomiast trzecia perspektywa (potoczna) życia społeczno-gospodarczego ujawnia się zwykle spontanicznie w sytuacjach społecznego niezadowolenia wynikającego z konkretnych decyzji politycznych lub ich efektów. Uzewnętrznianie tej perspektywy ma charakter stopniowego wzrastania ilościowego grupy osób werbalizujących niezadowolenie wraz z rozprzestrzenianiem się społecznej komunikacji nieformalnej oraz spontanicznym włączaniem się organizacji formalnych popierających to niezadowolenie. Zjawisko to osiąga apogeum w postaci listów otwartych, protestów ulicznych i strajków, a wycisza się wraz z odpowiednimi reakcjami politycznych adresatów owego niezadowolenia. Zwykle zjawiska te mają charakter wybiórczy, gdyż skupiają się na wybranym czynniku lub składniku życia społeczno-gospodarczego¹. Niewłaściwe wyciszenie niezadowolenia o charakterze wybiórczym kumuluje się i objawia w postaci bardziej zdecydowanej, skutkującej eliminacją, realizowanej politycznej strategii rozwoju społeczno-gospodarczego.

Autorki pisały o wizerunkowych diagnozach (Sala, Tańska, 2010, s. 369–370; Sala, Tańska, 2011a, s. 199–201; Sala, Tańska, 2011b, s. 458–459; Sala, Tańska, 2013, s. 61–62) oraz posługujących się nimi działaniach i prognozach (Sala, Tańska, 2013, s. 59). Zastosowania ICT są nieustająco czynnikiem ogromu manipulacji w programach, planach i strategiach rozwoju społeczno-gospodarczego. Manipulacje te stanowią przyczynę i jednocześnie „przykrywkę” dla pogarszających się warunków dla rozwoju społeczno-gospodarczego w całym świecie.

Na każdą z trzech wyodrębnionych perspektyw można spojrzeć, stosując dorobek i podejście filozofii, która zastanawia się także dlaczego na przykład obserwator lub ewaluator, lub inny kreator rzeczywistości postępuje dobrze, wprowadzając pojęcie sprawiedliwości moralnej, czyli cnoty. Filozofia klasyczna i tradycja chrześcijańska rozróżnia cnoty intelektualne, moralne i teologiczne (*Mały słownik...*, 1983, s. 47–48). Cnoty intelektualne określane są jako nabyte i trwałe sprawności teoretyczne (wiedza, mądrość) oraz praktyczne (roztropność, sztuka) doskonalące intelekt. Natomiast cnoty moralne usprawniają wolę do czynienia dobra poprzez

¹ Sprawy zastosowań ICT stały się centralnym obiektem obywatelskiej interwencji i są identyfikowane hasłami Acta i TRWAM.

cztery cnoty najważniejsze (kardynalne): roztropność, sprawiedliwość, męstwo i umiarkowanie. Do cnót teologicznych należą wiara, nadzieja i miłość.

Środowisko akademickie coraz częściej odwołuje się do tych wartości. Jednym z bardzo ważnych przykładów jest idea ekonomii dobra eksponująca zarządzanie przez miłość. W naszym kraju zarządzanie, a właściwie ludzie je uprawiający (w teorii i/lub praktyce) po dwakroć zostali poddani systemowej demoralizacji – w okresie trwania socjalistycznej ojczyzny oraz w okresie ostatnich 25 lat transformacji. W naszym życiu społeczno-gospodarczym bardzo ważna jest „promocja” zarządzania przez miłość objawiająca się jako: „życzliwość, pokój, pokora, hojność, cierpliwość, wierność, opanowanie, uprzejmość, sprawiedliwość” (Szewczyk, 2012, s. 7). Niestety, zbyt często zarządzamy polskimi organizacjami i zespołami, pomijając miłość oraz raniąc współpracowników i podwładnych poprzez: „nienawiść, zazdrość, chamstwo, niegrzeczność, wzburzenie, gniew, nieczystość, niewierność, niezgodę, brak przebaczenia, lenistwo, pychę, chciwość, niewdzięczność” (Szewczyk, 2012, s. 7). Retoryczne są pytania, czy organizacje i zespoły zarządzane bez objawów miłości mogą funkcjonować dobrze? Czy mogą być efektywne? Czy mogą być skuteczne?

Wobec powyższego można zaryzykować tezę, że w Polsce nie potrafimy zarządzać biznesem. Oczywiście jest to ogromne i kontrowersyjne uogólnienie, gdyż istnieją chociażby osoby będące prototypami przypadków opisanych we wspomnianej książce (Szewczyk, 2012). Można jednak przyjąć, że każdy wyjątek potwierdza tę dość powszechną regułę braku miłości w zarządzaniu, a więc braku podstawowej cnoty, która dyskwalifikuje z efektywnego prowadzenia biznesu. Ponadto, z powyższej tezy, że nie potrafimy zarządzać biznesem, warto wyprowadzić kolejną tezę, że nie potrafimy efektywnie stosować technologii ICT w biznesie. Niewątpliwie technologie ICT stanowią wzmocnienie zarządzania, ale nie zarządzania obciążonego aż tak powszechną niesprawnością. Zastosowania technologii ICT są bardzo nieefektywne, a stąd także słaba efektywność e-biznesu. W kontekście tego uwarunkowania odpowiedź na pytanie, jakiego orzeźwienia lub jakiego wzmocnienia potrzebuje e-biznes w Polsce, wydaje się oczywista. Potrzebna jest ekonomia dobra.

2. Dekalog – dla kogo i w jakim celu?

Wspomniana wcześniej inicjatywa prezesa PAN zachęca do wyeksponowania w naszym kraju cnoty intelektu i doprowadzenia do efektu, któremu można

by nadać miano „Mądra Polska”. Niewątpliwie mądrości jako jednej z czterech cnót intelektu w naszym kraju potrzeba jak powietrza, ale czy można osiągnąć tę trwałą sprawność bez roztropności, wiedzy i sztuki? W przekonaniu M. Kleibera warunkiem jest „Dekalog dla społeczeństwa wiedzy, umiejętności i przedsiębiorczości”. Do uzyskania mocy tego dekalogu „Potrzeba nam wiary w sukces”, która „musi bazować na rzetelnym rozpoznaniu szans i uczciwym rachunku sumienia, musi być także oparta na odważnej i dalekosiężnej wizji, atrakcyjnej dla jej realizatorów – nas wszystkich” (Kleiber, 2011, s. 65).

Tak więc ktoś musi rzetelnie rozpoznać szanse i dokonać uczciwego rachunku sumienia, ktoś musi być autorem odważnej wizji, która będzie atrakcyjna dla wszystkich. Pozostaje wiele wątpliwości, między innymi, czy dotąd nikt nie rozpoznawał szans rzetelnie?, czy teraz wystarczy rachunek sumienia?, czy dotąd opracowywane wizje nie były odważne i atrakcyjne dla wszystkich? Oczywiście, aby uczciwie wyeliminować owe wątpliwości, zgłębić trzeba każdą propozycję w ramach dekalogu, to znaczy:

1. Sprawne i rozropne państwo, czyli skuteczne i nieprzeregulowane prawo, nowoczesna infrastruktura i surowa dyscyplina finansowa.
2. Zakres i sposób prowadzenia debaty publicznej, czyli konieczność krytycznej refleksji nad dominującym modelem kultury, sposobami zdobywania poparcia dla polityki modernizacyjnej i przekonania o sprawiedliwym podziale jej kosztów.
3. Ponadsektorowa, antycypacyjna strategia rozwoju, czyli o potrzebie światłego przywództwa.
4. Potrzeba uczenia się, samodzielność i kreatywność oraz umiejętność współpracy i wzajemne zaufanie, czyli budowa kapitału ludzkiego i społecznego jako kluczowa inwestycja rozwojowa.
5. Badania naukowe jako niezbywalny element rozwoju społecznego i innowacyjnej gospodarki, czyli o braku inwestycji w naukę jako inwestycji w ignorancję.
6. System wdrażania innowacji, czyli o niezbędnych działaniach i szkodliwych stereotypach.
7. Priorytety i nisze technologiczne, czyli o potrzebie polityki przemysłowej.
8. Otwarte modele innowacji jako przejaw przemyślanej polityki zagranicznej.
9. Kultura jako generator społecznej otwartości i kreatywności, rozwój społeczeństwa informacyjnego oraz wsparcie dla pozarządowych inicjatyw obywatelskich, czyli niezbędne „aktywa uzupełniające” innowacyjnej gospodarki.
10. Odwaga do marzeń i konsekwencja w ich realizacji, czyli mocna wiara czyni cuda.

Kilka prób podjęcia weryfikacji poziomu akceptacji poszczególnych propozycji dekalogu zakończyło się uzewnętrznieniem braku zaufania zakorzenionym mocno w naszym życiu społeczno-gospodarczym, mimo autorytetu, jakim obdarzany jest profesor M. Kleiber – autor dekalogu. Niezależnie od środowiska podejmującego dyskusję ujawniał się brak zaufania, które zostało wyeksponowane w punkcie 4 dekalogu poświęconym budowie kapitału ludzkiego i społecznego. Pojawiały się pytania: kto ma budować kapitał społeczny?, w jakim celu go ma budować?, jak go będzie budować i czyim kosztem? W komentarzach dotyczących tych pytań warto podkreślić przekonanie, iż jeżeli nie wiadomo, kto za tym „stoi” personalnie lub instytucjonalnie, to nie można mieć do tego zaufania. Ponadto, jeżeli nie wiadomo, kto i dla kogo, to znaczy nikt i na pewno nie dla mnie i nie dla nas. Warto wspomnieć jeszcze, iż punkt 9 „Dekalogu dla społeczeństwa wiedzy, umiejętności i przedsiębiorczości” formułuje niezbędne „aktywa uzupełniające” ideę „Mądrej Polski”, do których należy między innymi rozwój społeczeństwa informacyjnego. Niemniej w komentarzu wyjaśniającym autor poświęcił temu rozwojowi tylko sześć ogólnych zdań końcowych (Kleiber, 2011, s. 83–84). Tak więc można wnioskować, iż kultura wygeneruje otwartość, kreatywność, rozwój społeczeństwa informacyjnego i obywatelskiego. Niestety, obecny brak kultury lub raczej antykultura nie wygeneruje rozwoju społeczeństwa informacyjnego o oczekiwanych atrybutach – samodzielności, kreatywności, umiejętności współpracy, wzajemnego zaufania, społecznej otwartości, innowacyjności, przedsiębiorczości. W polskim społeczeństwie informacyjnym narastają problemy, których tylko edukacja informatyczna nie wyeliminuje, nie wyeliminuje ich też wzmocnienie „nauki”, ale niewątpliwie wzmocni doskonalenie cnót intelektualnych w obszarze sprawności teoretycznych (wiedzy i mądrości). Nie należy jednak zapominać o obszarze sprawności praktycznych, a z nimi też nie jest dobrze.

3. Pomiary e-biznesu w pigułce

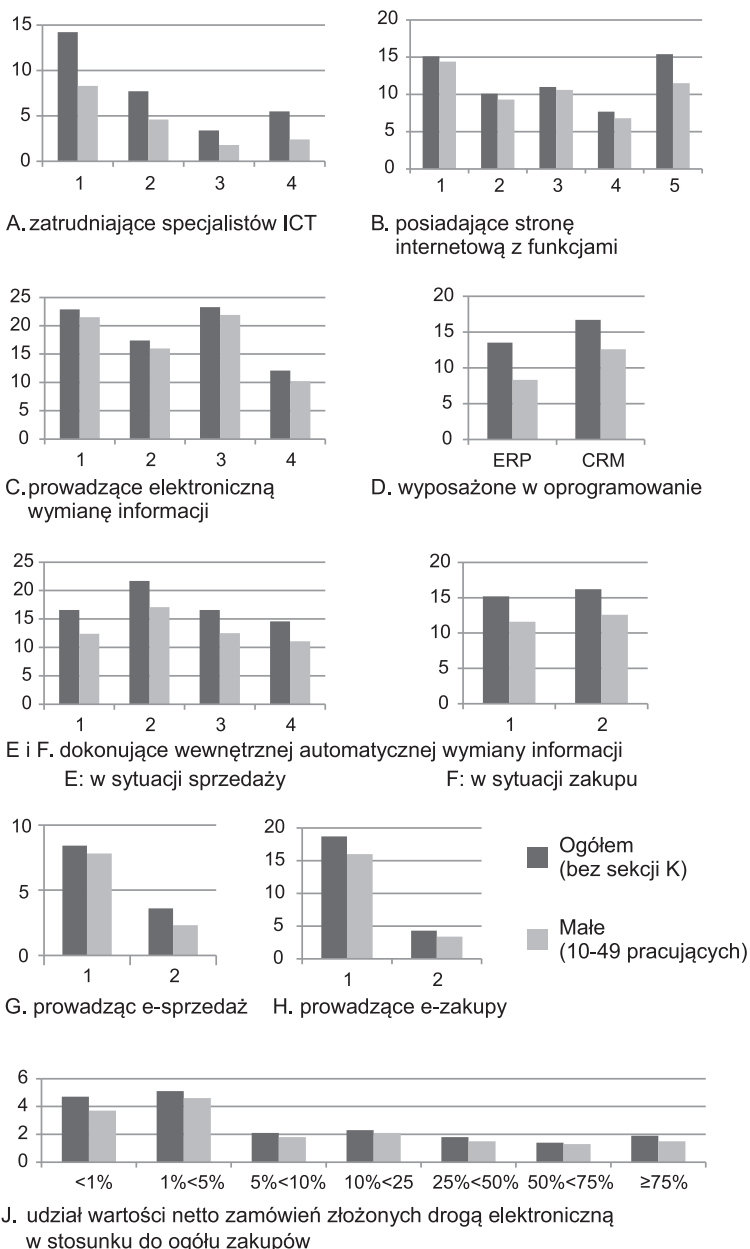
Z przekazów medialnych wiemy, iż autor dekalogu jeździ do różnych środowisk, promuje „Mądrą Polskę” jako program naszej wielkiej szansy, potrzebny od zaraz, realny tylko jako wspólne, narodowe przedsięwzięcie. Niestety, wydaje się, że pomiary praktycznych zastosowań e-biznesu w polskiej gospodarce od dawna wykazują zapaść, choć zwykle trudno ukazać istotę tego problemu społeczeństwa informacyjnego. W ramach publicznego moni-

torowania nauki, techniki i społeczeństwa informacyjnego GUS opublikował bardzo szczegółowe pomiary poświęcone wykorzystywaniu technologii ICT w polskich przedsiębiorstwach w 2012 roku przez 93 577 przedsiębiorstw [100% populacji bez sekcji K (PKD) i mikroprzedsiębiorstw]. Szczegółowy materiał źródłowy bez interpretacji umożliwia opracowanie warunków najważniejszych dla zastosowań e-biznesu w polskiej gospodarce. Swego rodzaju „e-biznes w pigułce” przedstawia rysunek 1. Na obraz składa się dziewięć komponentów od „A” do „J” i dotyczy on całej populacji (ogółem) oraz grupy najliczniejszej (75 200 przedsiębiorstw) stanowiącej 80,36% małych przedsiębiorstw (10–49 pracujących). W populacji ogółem zawarte są pomiary dotyczące 15 353 przedsiębiorstw średnich (50–249 pracujących), które stanowią 16,41% oraz 3 022 przedsiębiorstw dużych (250 i więcej pracujących) – 3,23%.

Każdy z dziewięciu komponentów obrazu „e-biznes w pigułce” jest wykresem kolumnowym wraz z krótkim identyfikatorem literowym i hasłem. Na każdym wykresie kluczowe znaczenie ma oś Y pokazująca procentowy udział wybranych czynników od 2 do 7 w zależności od komponentu. Dla pierwszego odczytu warto abstrahować od wgłębiania się w czynniki i skupić się na hasłach komponentów i odsetkach przedsiębiorstw, których dotyczy ten komponent. Z oczywistych powodów pominięto na przykład posiadanie komputerów itp., a więc skala wszystkich istotnych komponentów zamyka się od 6 do 25% z ogółu przedsiębiorstw (zakupów w komponentie „J”). Trzeba postawić retoryczne pytanie, czy właścicielom lub zarządzającym blisko 94 tysiącami polskich przedsiębiorstw brakuje „mądrości”, że tylko mniejsza niż ¼ część dotyczy komponentów związanych z e-biznesem?

Niewątpliwie, to nie tylko brak „mądrości” i umiejętności generuje obraz na rysunku 1, uwarunkowania niewykorzystywania elementarnych czynników związanych z wybranymi komponentami e-biznesu są bardziej złożone. Przedsiębiorstwa spełniające kryterium komponentu „A”:

- a) w 14,2% ogółu przedsiębiorstw (8,4% małych) zatrudniają specjalistów ICT;
- b) zatrudniają lub próbują zatrudnić osoby na stanowiska wymagające specjalistycznych umiejętności w dziedzinie ICT/IT;
- c) posiadają stanowiska pracy wymagające specjalistycznych umiejętności z zakresu ICT/IT, które były trudne do obsadzenia;
- d) zapewniają swoim specjalistom ICT/IT szkolenia rozwijające i podnoszące umiejętności z zakresu ICT.



Rysunek 1. Prawdziwy wizerunek e-biznesu w Polsce w 2012 roku. Odsetek przedsiębiorstw wykorzystujących technologie ICT (według wielkości i PKD bez sekcji K)

Źródło: opracowanie własne na podstawie tablic: 2, 8, 10, 11, 12, 13, 14 nts_wykorz_tech_ict_w_przedsiębiorstwach_w_2012 pop (version 2).

Główny wniosek z obrazu komponentu „A” jest przerażający, gdyż ponad 85% polskich przedsiębiorstw nie zatrudnia specjalistów ICT i nie troszczy się o ich kwalifikacje. Natomiast komponent „B” eksponuje, że w grupie przedsiębiorstw z dostępem do internetu i posiadającej własną stronę internetową (63 217, 67,6%), ich strona internetowa spełnia następujące funkcje:

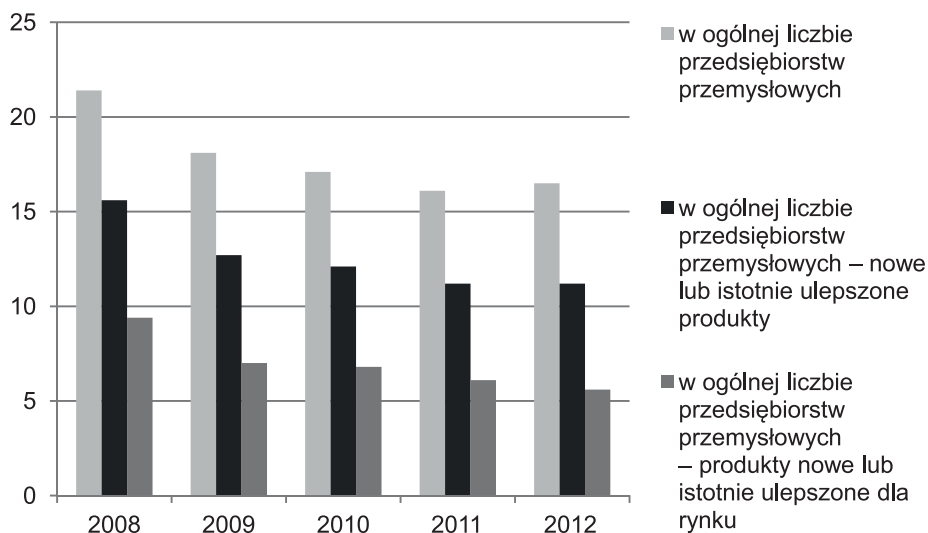
- zamawianie lub rezerwacja online, na przykład „koszyk-wózek” (15% = około 14 tysięcy),
- sprawdzanie stanu realizacji zamówienia online,
- umożliwienie użytkownikom zamawiania produktów według własnej specyfikacji,
- personalizacja zawartości strony dla częstych/stałych użytkowników,
- prezentacja informacji o wolnych stanowiskach pracy i umożliwienie przesyłania dokumentów aplikacyjnych (15%).

W Polsce w 2012 roku tylko około 14 tysięcy przedsiębiorstw posiadało stronę internetową umożliwiającą prowadzenie e-biznesu (czynniki 1–5). Elektroniczna wymiana informacji dotycząca poziomu zapasów, planów produkcji, prognoz (popytu lub postępu w realizacji dostaw) zobrazowana jest przez komponent „C”, gdzie jest wyodrębniona wymiana: z dostawcami (1), z odbiorcami (2), poprzez stronę internetową (3), poprzez XML, EDIFACT itp. (4). Natomiast komponent „D” jest dedykowany przedsiębiorstwom wyposażonym w oprogramowanie ERP lub CRM i wykorzystującym je, a komponenty „E” i „F” monitorują przedsiębiorstwa dokonujące wewnętrznej automatycznej wymiany informacji w sytuacji sprzedaży („E”: zapasy, księgowość, produkcja i usługi, dystrybucja) oraz w sytuacji zakupu („F”: zapasy, księgowość). Oczywiście brak oprogramowania typu ERP, CRM oraz automatycznej wymiany informacji nie tylko wykluczają możliwość zastosowania e-biznesu w przedsiębiorstwie, ale także uniemożliwiają efektywne prowadzenie działalności gospodarczej i konkurencję na rynku. W takiej sytuacji funkcjonuje około 80% polskich przedsiębiorstw. Komponenty „G” i „H” doprecyzowują sytuację e-biznesu w kontekście e-sprzedaży i e-zakupów (1 – przez stronę internetową, 2 – przez wiadomości typu EDI), która ma śladowy charakter, co weryfikuje komponent „J”.

Podsumowanie

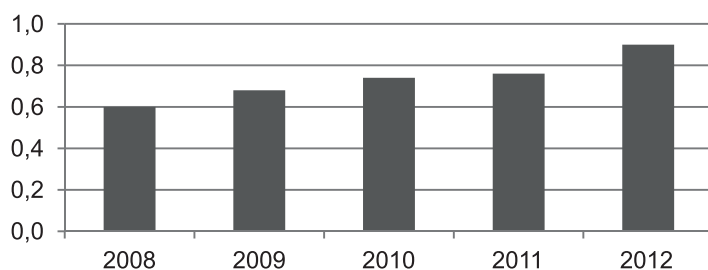
Niewątpliwie udane wykorzystywanie technologii ICT oraz wdrożenia e-biznesu są szansą dla przedsiębiorstw na innowacyjność i konkurencyjność.

Niestety, odsetek polskich przedsiębiorstw innowacyjnych miał charakter spadkowy w latach 2008–2012, co GUS dla przemysłu opublikował dopiero w lutym 2014 (*Nauka, technika...*, 2014, s. 5). Na rysunku 2 ukazano systematyczne zmniejszenie udziału innowacyjnych przedsiębiorstw przemysłowych w: ogólnej liczbie przedsiębiorstw przemysłowych; liczbie tych, które wykreowały nowe lub istotnie ulepszone produkty; liczbie tych, które wprowadziły te produkty dla rynku.



Rysunek 2. Udział polskich przedsiębiorstw innowacyjnych w latach 2008–2012 (w %)

Źródło: opracowanie własne na podstawie (*Nauka, technika...*, 2014, s. 5).



Rysunek 3. Nakłady na działalność B + R w relacji do PKB (w %)

Źródło: opracowanie własne na podstawie (*Nauka, technika...*, 2014, s. 2).

Niestety, spadek przedstawiony na rysunku 2 miał miejsce mimo równoległe rosnącego odsetka nakładów na działalność B + R w relacji do PKB (rysunek 3), gdyż w sytuacji polskiej gospodarki nie ma skończonego zestawu przyczyn i uwarunkowań pomyślnego rozwoju ani prostych recept. Potrzebne są rozwiązania systemowe, a nie wybiórcze, koniunkturalne lub środowiskowe. Konieczna jest roztropna równowaga.

Bibliografia

- Kleiber M. (2011), „*Mądra Polska*” – Dekalog dla społeczeństwa wiedzy, umiejętności i przedsiębiorczości, w: I.K. Hejduk (red.), *Przedsiębiorstwo przyszłości*, „Kwartalnik WSZiP im. Heleny Chodakowskiej”, nr 2(7), s. 64–85.
- Mały słownik terminów i pojęć filozoficznych* (1983), Instytut Wydawniczy Pax, Warszawa.
- Nauka, technika, innowacje i społeczeństwo informacyjne w Polsce* (2014), Notatka informacyjna, Wyniki badań GUS, Warszawa.
- Sala J., Tańska H. (2010), *An Illusion of Development and Technological Decline in Poland*, w: B. Kubiak, A. Korowicki (red.), *eCommerce, ePayments and New Entrepreneurship*, Gdańsk University Press, Gdańsk, s. 362–372.
- Sala J., Tańska H. (2011a), *Pomiędzy utopią a rzeczywistością rozwoju społeczeństwa informacyjnego*, w: H. Babis, R. Czaplewski (red.), *Drogi dochodzenia do społeczeństwa informacyjnego. Stan obecny, perspektywy rozwoju i ograniczenia*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin, s. 195–202.
- Sala J., Tańska H. (2011b), *Syndrom „kota w worku” w społeczeństwie informacyjnym*, w: A. Szewczyk (red.), *Spoleczeństwo informacyjne w świecie rzeczywistym i wirtualnym*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin, s. 455–465.
- Sala J., Tańska H. (2013), *Globalna, europejska i krajowa przestrzeń komunikacji elektronicznej w XXI wieku*, w: H. Babis, R. Czaplewski (red.), *Europejska przestrzeń komunikacji elektronicznej*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin, s. 55–64.
- Szewczyk A. (2013), *Zarządzanie przez miłość, czyli ekonomia dobra*, Hogben, Szczecin, www.iwz.univ.szczecin.pl/ksi (31.01.2014).

CAUSATION OF E-BUSINESS APPLICATION IN POLISH ECONOMY**Summary**

The study presents synthesis of fundamental problems of information society, whose development is dependent on e-business application in economy. Unfortunately, the scale of using ICT in Polish enterprises is only symbolic and is not promising. There are many conditions of such a small scale of e-business application, so it is possible to construct many solutions. In the context of PAN chairman proposal, there has been exposed the barrier of lack of confidence in Polish economy. There has been also indicated the meaning of moral and intellectual deficiency, and mainly the lack of balance between theoretical (knowledge and wisdom) and practical (prudence and art) abilities.

Translated by Piotr Kulawczuk

Keywords: information society, e-business, ICT application in Polish enterprises confidence in economy, intellectual and moral virtues in economy

Informacja o autorach:

Jolanta Sala, dr, Powiślańska Szkoła Wyższa, jolasala@interia.pl

Halina Tańska, dr, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, tanska@uwm.edu.pl.