

Obecność w wirtualnym świecie to w dzisiejszych czasach już nie tylko obowiązek. Internet bowiem to pełnoprawne medium, rządzące się swoimi własnymi regułami. Znajomość tych reguł i umiejętne poruszanie się w tym otoczeniu dają firmom, obecnym w tej przestrzeni, szansę osiągnięcia sukcesu takiego jak w każdej innej działalności lub będącego jego uzupełnieniem. Proces zainicjowania internetowej egzystencji wiąże się jednak ze specjalistyczną wiedzą, często niedostępną dla laików. Tu właśnie powstaje nisza, w postaci kreacji stron internetowych, którą w poniższym opracowaniu postaramy się zagospodarować.

Dokonamy analizy rynku, wycenimy różne typy zleceń, podliczymy koszty, a na koniec oszacujemy, na jakie zarobki można liczyć, działając w branży usług internetowych.

Charakterystyka rynku

Rynek usług wirtualnych przekłada się na jak najbardziej realne wartości. Podkreślić należy, że są to bardzo duże wartości, czyniące z niego największy rynek na świecie. Szacuje się, że liczba indeksowanych stron internetowych przekroczyła 26 miliardów. Inżynierowie z firmy Google twierdzą nawet, że ich wyszukiwarka odkryła ponad bilion oryginalnych adresów URL.

Jak na tym tle wypada nasz krajowy rynek, w porównaniu z bardziej zaawansowanymi technologicznie rynkami krajów zachodnich czy USA?

Liczba witryn z domeną „.pl” wyniosła w 2011 roku ok. 2,3 mln i było to o 4% więcej niż rok wcześniej. Jest to wciąż skromna liczba, jak na średniej wielkości kraj europejski. Biorąc jednak pod uwagę, iż w ciągu pierwszych 10 lat internetu w Polsce ich liczba nie przekraczała 100 000, można mówić o bardzo dynamicznym wzroście. Ważne, że spośród wszystkich polskich domen, blisko 50% stanowią witryny nieaktywne i niewykorzystywane.

W jakim stopniu polscy przedsiębiorcy korzystają z dobrodziejstw internetu? Jak się okazuje, wciąż w stopniu niewystarczającym. Prawie 40% właścicieli firm nie zainwestowało jeszcze w obecność w sieci. Obrazuje to niski wciąż stopień informatyzacji naszego kraju. Jednocześnie jest to bardzo dobra wiadomość dla firm, oferujących projektowanie stron www. Stoi przed nimi szansa wieloletniego udziału w podnoszeniu jakości i liczby witryn polskich firm.

Według opinii specjalistów z firmy Google, polski rynek internetowy jest drugim, po rynku rosyjskim, najbardziej obiecującym rynkiem w Europie.

Analizowany rynek jest typowym rynkiem typu B2B (business to business), gdzie zarówno zleceniodawca, jak i wykonawca usługi są podmiotami gospodarczymi. Sporadycznie mogą zdarzać się zlecenia od osób prywatnych czy innych podmiotów, takich jak: organizacje pozarządowe, fundacje itp. Większość firm, świadomych znaczenia i siły internetu w obecnym świecie, posiada własną stronę www. Jednak i te strony wymagają administrowania, uaktualniania i odświeżania poszczególnych elementów lub nawet całego layoutu. W pierwszym okresie działalności największą szansą na zdobycie doświadczenia i większej grupy klientów będzie skupienie się głównie na usługach dla małych i lokalnych podmiotów. Ponieważ posiadają one z reguły ograniczone budżety marketingowe, nie są obiektami zainteresowania dużych, konkurencyjnych agencji. Rynek usług internetowych jest ogromny i raczej nie grozi mu nasycenie.