

E-commerce in de industrie¹

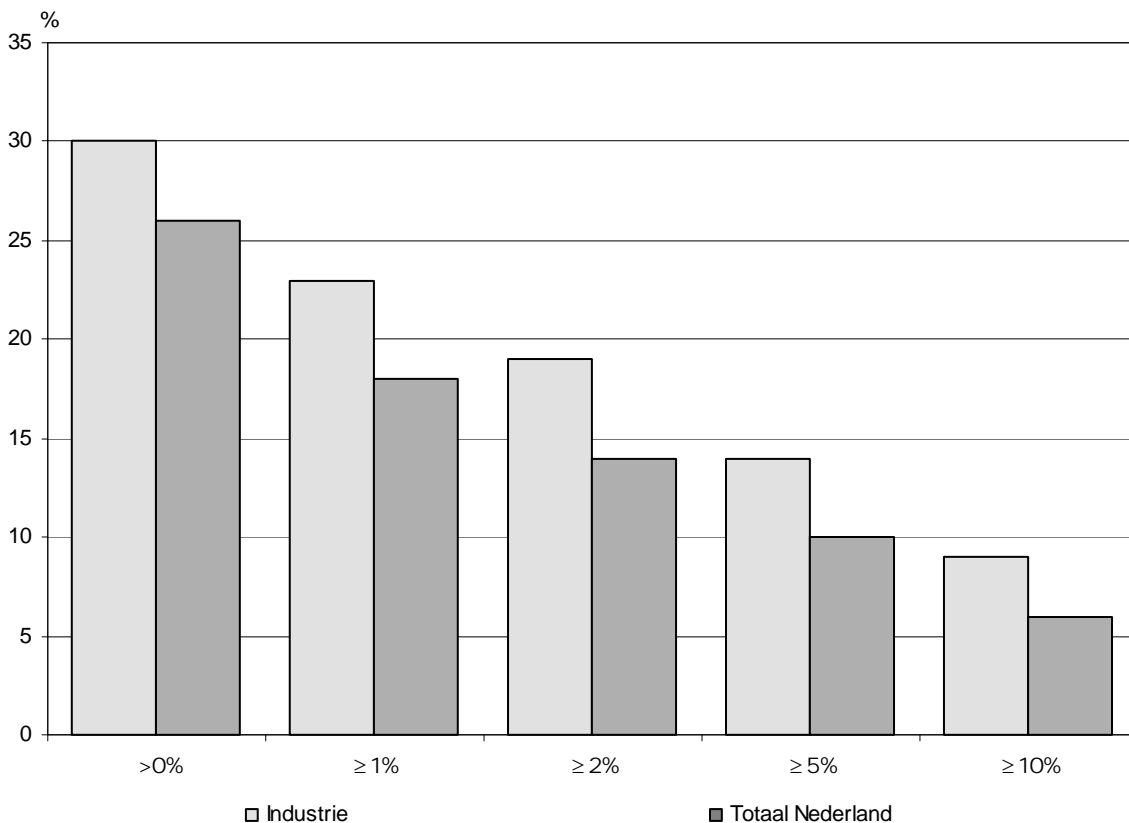
Vincent Fructuoso van der Veen en Kees van den Berg²

Het gebruik van informatie- en communicatietechnologie (ICT) door industriële bedrijven ligt in vergelijking met andere bedrijfstakken op een hoog peil. Dit geldt bijvoorbeeld voor het aantal bedrijven met externe datacommunicatie waaronder internet, maar ook voor de omvang van de orderontvangst op deze netwerken (e-commerce). PR-overwegingen zijn voor de meeste bedrijven het belangrijkste motief om tot e-commerce over te gaan. E-commerce lijkt overigens niet door alle bedrijven als een 'must' te worden gezien: er zijn tal van bedrijven die niet tot e-commerce overgaan zonder dat ze hiervoor een specifiek knelpunt aanvoeren.

Internettoegang

In 2001 had 78 procent van alle bedrijven toegang tot internet. Verwacht wordt dat dit in 2003 stijgt naar 83 procent. Binnen de industrie is de internettoegang hoger: 82 procent van de industriële bedrijven had in 2001 toegang tot internet en volgens verwachting stijgt dit naar 85 procent in 2003. Vooral bij bedrijven binnen de bedrijfs-groepen 'Papierindustrie' en 'Aardolie- en chemische industrie' is de toegang tot internet hoog.

Grafiek 1. Aandeel omzet e-commerce¹ in de totale omzet van bedrijven², 2001



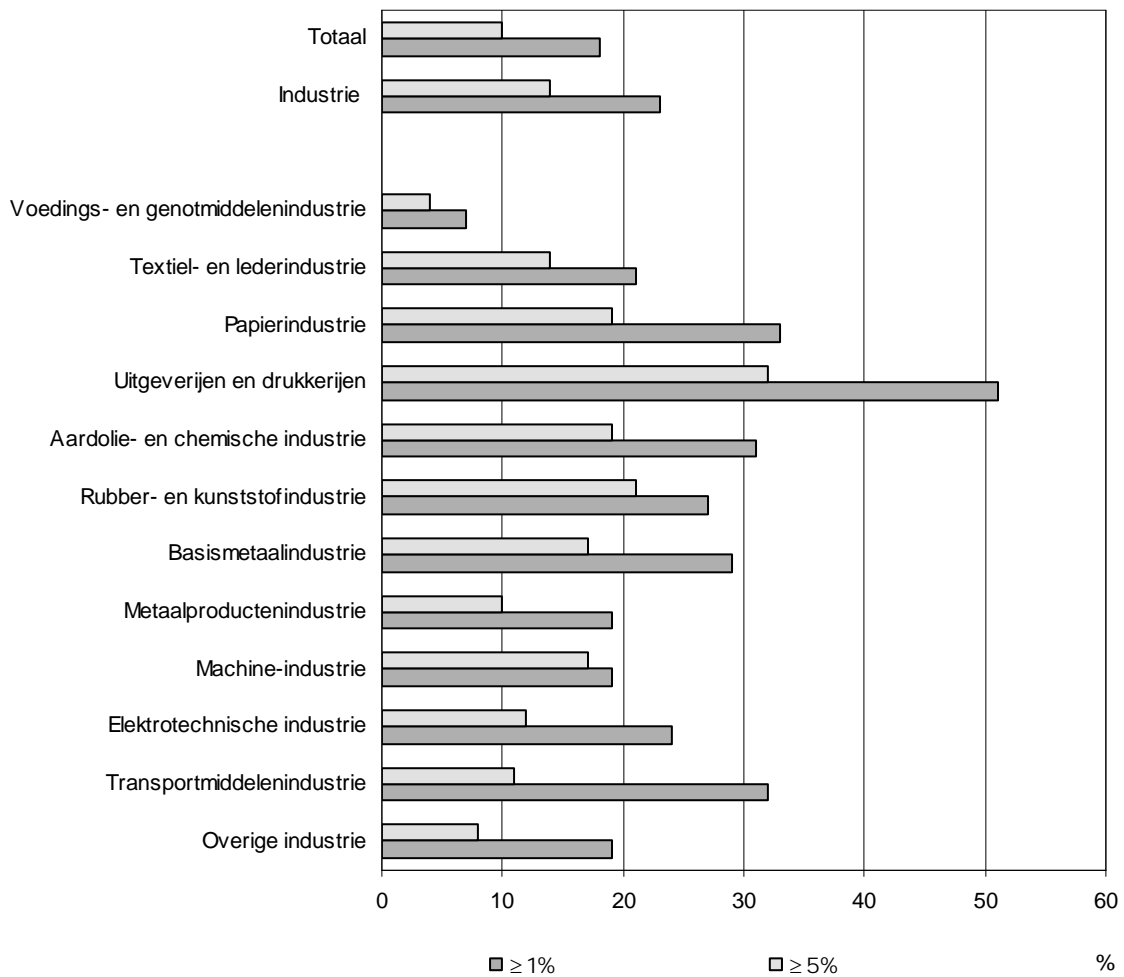
1) Bedrijven met vijf of meer werknemers.

2) Omzet gerealiseerd met orders die zijn ontvangen via internet of andere elektronische netwerken.

E-commerce

In 2001 werd door één op de tien bedrijven in Nederland via e-commerce een omzet gerealiseerd met een aandeel van 5 procent of meer in de totale omzet van het bedrijf (zie grafiek 1). Binnen de industrie lag dit aandeel - met één op de zeven bedrijven - hoger. Alleen bedrijven binnen de bedrijfstak 'Vervoer en communicatie' realiseerden een groter deel van hun omzet via e-commerce. Binnen de industrie zijn het vooral de "Uitgeverijen en drukkerijen" die op deze manier een aanzienlijk deel van hun omzet realiseren: één op de drie bedrijven in deze bedrijfs-groep realiseert 5 procent of meer van de totale omzet door middel van e-commerce (zie grafiek 2).

Grafiek 2. Aandeel omzet e-commerce¹⁾ in de totale omzet per industriebranche²⁾, 2001



1) Bedrijven met vijf of meer werknemers.

2) Omzet gerealiseerd met orders die zijn ontvangen via internet of andere elektronische netwerken.

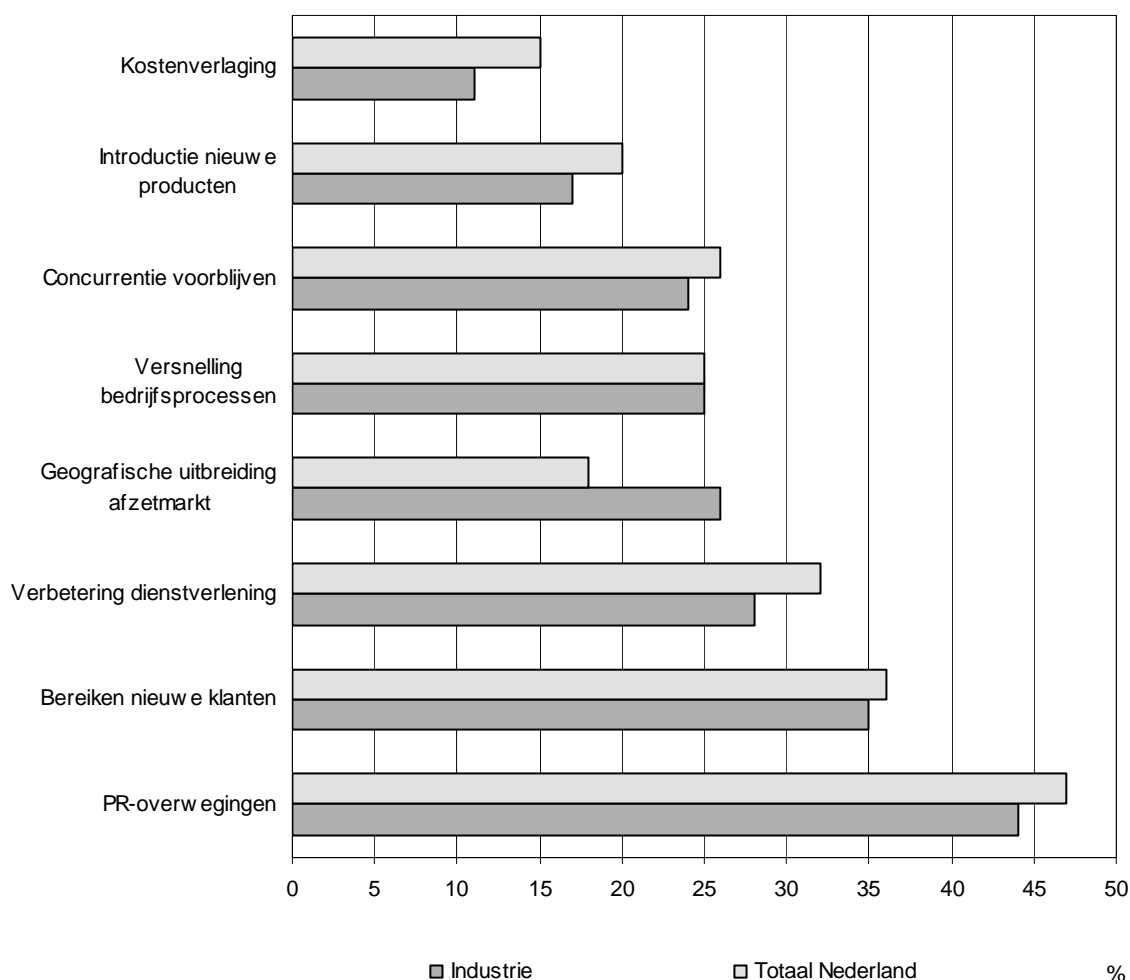
Het zijn vooral de grotere bedrijven - bedrijven met meer dan 100 werknemers - die een aanzienlijk deel van hun omzet via *e-commerce* genereren. Dit is binnen de industrie nog meer het geval dan binnen andere bedrijfstakken: één op de vier industriële bedrijven met meer dan 100 werknemers behaalde in 2001 een omzet met *e-commerce* ter waarde van 5 procent of meer van hun totale omzet.

Als bedrijven binnen de industrie aan *e-commerce* doen, is het aandeel *daarvan* in de totale bedrijfsomzet gemiddeld groter dan in andere bedrijfstakken. Circa 30 procent van de industriële bedrijven ontvangt orders via internet of andere elektronische netwerken. Bij de helft van deze bedrijven betreft dit 5 procent of meer van de totale omzet. Landelijk gezien ontvangt één op de vier bedrijven elektronisch orders. Hiervan heeft circa 40 procent een omzet ter waarde van 5 procent of meer van de totale omzet.

Motieven voor e-commerce

'PR-overweging', 'Bereiken nieuwe klanten' en 'Verbetering dienstverlening' zijn voor de Nederlandse bedrijven de belangrijkste motieven om tot *e-commerce* over te gaan. De industrie wijkt hier niet van af. Het motief 'PR-overweging' wordt vooral genoemd door bedrijven binnen de bedrijfstak 'Transportmiddelenindustrie'; 'Bereiken nieuwe klanten' door bedrijven binnen de bedrijfstak 'Machine-industrie' en 'Verbetering dienstverlening' door bedrijven binnen de bedrijfstak 'Uitgeverijen en drukkerijen'. Het overgaan tot *e-commerce* lijkt hiermee in eerste instantie een strategische - meer op de middellange termijn gerichte - keuze. Een specifiek op de korte termijn te behalen voordeel, zoals 'Kostenverlaging', wordt door de bedrijven niet vaak als belangrijk motief genoemd (zie grafiek 3).

Grafiek 3. Belangrijke motieven van bedrijven¹⁾ voor elektronische verkoop (e-commerce)²⁾, 2001



1) Bedrijven met vijf of meer werknemers.

2) Orders die zijn ontvangen via internet of andere elektronische netwerken.

Knelpunten voor e-commerce³⁾

Aan bedrijven die geen gebruik maken van elektronische verkoop (*e-commerce*) maar wel gebruik maken van internet (of andere elektronische netwerken), is gevraagd of hier specifieke knelpunten voor bestaan. Het valt op dat een deel van deze bedrijven geen uitgesproken knelpunten ziet. Het meest genoemde bezwaar, te weten 'Producten ongeschikt', wordt door slechts een kwart als belangrijk knelpunt genoemd. Binnen de industrie ligt dat aandeel iets hoger, namelijk drie op de tien. Het lijkt erop dat een deel van de bedrijven die tot op heden niet aan *e-commerce* doet hiervoor geen specifieke reden heeft. Dit kan er op duiden dat (nog) geen dwingende behoefte wordt gevoeld om tot *e-commerce* over te gaan.

De drie meest genoemde knelpunten zijn 'Producten zijn ongeschikt', 'Huidige kanalen voldoen' en 'Logistiek complex'. Ook door de bedrijven binnen de industrie worden deze knelpunten het meest genoemd. Bedrijven binnen de bedrijfsgroepen 'Metaalproductenindustrie' en 'Machine-industrie' geven voornamelijk aan dat de producten ongeschikt zijn voor elektronische verkoop. Binnen de bedrijfsgroep 'Machine-industrie' is ook de logistieke complexiteit van elektronische verkoop een veelgenoemd knelpunt. Dat huidige verkoopkanalen voldoen, wordt vooral door bedrijven binnen de bedrijfsgroep 'Aardolie- en Chemische industrie' beaamd (zie tabel 3).

Tabel 1. Bedrijven¹⁾ naar aandeel omzet e-commerce²⁾ in de totale omzet, 2001

	Totaal bedrijven	Aandeel omzet e-commerce in de totale omzet							
		geen	> 0 %	≥ 1 %	≥ 2 %	≥ 5 %	≥ 10 %	≥ 25 %	≥ 50 %
	aantal	% van totaal aantal bedrijven							
Industrie	16 233	70	30	23	19	14	9	5	1
w.v.									
Voedings- en genotmiddelenindustrie	2 504	84	16	7	6	4	4	3	1
Textiel- en lederindustrie	737	67	33	21	15	14	5	4	0
Papierindustrie	275	51	49	33	28	19	8	5	4
Uitgeverijen en drukkerijen	2 073	43	57	51	47	32	21	12	1
Aardolie- en chemische industrie	523	59	41	31	26	19	15	10	5
Rubber- en kunststofindustrie	675	64	36	27	21	21	15	4	1
Basismetalaalindustrie	157	60	40	29	24	17	11	7	1
Metaalproductenindustrie	2 955	71	29	19	15	10	7	3	0
Machine-industrie	1 940	77	23	19	19	17	11	4	1
Elektrotechnische industrie	1 119	70	30	24	19	12	8	2	2
Transportmiddelenindustrie	771	65	35	32	22	11	6	2	2
Overige industrie	2 504	77	23	19	12	8	6	4	2
Landbouw, bosbouw en visserij	4 423	89	11	7	6	4	2	1	0
Delfstoffenwinning	120	86	14	6	4	4	4	0	0
Energie- en waterleidingbedrijven	94	81	19	14	13	9	6	0	0
Bouwnijverheid	13 118	89	11	6	5	3	1	0	0
Handel, horeca en reparatie	35 310	70	30	21	16	12	7	2	1
Vervoer en communicatie	6 704	59	41	31	21	16	10	3	1
Financiële en zakelijke dienstverlening	21 157	73	27	19	14	12	8	3	3
Overige dienstverlening	11 510	82	18	10	7	5	3	1	1
Totaal	108 669	74	26	18	14	10	6	3	1

¹⁾ Bedrijven met 5 of meer werknemers.

²⁾ Omzet gerealiseerd met orders die zijn ontvangen via internet of andere elektronische netwerken.

Tabel 2. Belangrijke motieven van bedrijven¹⁾ voor elektronische verkoop (e-commerce)²⁾, 2001

	PR-overwe- ging	Kosten- verlaging	Versnel- ling bedrijfs- processen	Introductie nieuwe producten	Concur- rentie voorblijven	Bereiken nieuwe klanten	Geografi- sche uitbreiding afzetmarkt	Verbete- ring dienst- verlening
	% van bedrijven met elektronische verkoop							
Industrie	44	11	25	17	24	35	26	28
w.v.								
Voedings- en genotmiddelenindustrie	42	24	32	5	13	6	28	25
Textiel- en lederindustrie	19	7	19	9	3	20	8	17
Papierindustrie	47	14	27	15	32	29	16	25
Uitgeverijen en drukkerijen	48	10	41	13	33	43	26	56
Aardolie- en chemische industrie	41	12	30	17	21	20	15	28
Rubber- en kunststofindustrie	64	3	8	23	21	46	4	13
Basismetalaalindustrie	26	7	23	3	9	12	6	16
Metaalproductenindustrie	44	7	21	22	18	40	40	20
Machine-industrie	34	25	25	25	22	52	32	18
Elektrotechnische industrie	44	14	12	26	33	30	18	18
Transportmiddelenindustrie	69	12	18	37	40	48	35	32
Overige industrie	36	4	12	8	24	28	22	13
Landbouw, bosbouw en visserij	22	9	17	20	23	18	9	9
Delfstoffenwinning	13	13	24	0	0	0	0	13
Energie- en waterleidingbedrijven	38	20	46	46	25	12	12	46
Bouwnijverheid	34	0	15	7	20	23	4	9
Handel, horeca en reparatie	49	18	24	20	31	37	21	31
Vervoer en communicatie	32	17	24	11	15	24	12	24
Fin. en zakelijke dienstverlening	50	16	35	25	30	40	15	44
Overige dienstverlening	71	9	18	35	13	43	14	44
Totaal	47	15	25	20	26	36	18	32

¹⁾ Bedrijven met 5 of meer werknemers.

Tabel 3. Belangrijke knelpunten bij bedrijven¹⁾ voor elektronische verkoop (e-commerce)²⁾, 2000

	Weinig klanten	Kosten te hoog	Betaling onzeker	Rechts- zekerheid transacties	Logistiek complex	Huidige kanalen voldoen	Producten ongeschikt
<i>% van bedrijven zonder elektronische verkoop</i>							
Industrie w.v.	15	16	11	13	27	22	30
Voedings- en genotmiddelenindustrie	15	19	18	17	27	27	23
Textiel- en lederindustrie	13	16	13	1	21	30	30
Papierindustrie	17	14	2	5	6	16	11
Uitgeverijen en drukkerijen	4	5	26	28	30	13	16
Aardolie- en chemische industrie	19	19	8	5	16	33	28
Rubber- en kunststofindustrie	17	13	6	4	17	23	21
Basismetalaalindustrie	17	15	6	6	23	21	28
Metaalproductenindustrie	14	19	8	17	34	27	49
Machine-industrie	32	32	12	19	53	28	50
Elektrotechnische industrie	15	21	1	6	26	19	32
Transportmiddelenindustrie	7	14	11	8	20	24	33
Overige industrie	8	4	4	2	12	10	16
Landbouw, bosbouw en visserij	10	11	6	6	14	18	26
Delfstoffenwinning	20	13	6	5	33	41	46
Energie- en waterleidingbedrijven	4	27	0	0	6	10	18
Bouwnijverheid	9	12	10	8	20	24	28
Handel, horeca en reparatie	15	16	12	6	23	25	25
Vervoer en communicatie	16	9	5	10	18	16	22
Financiële en zakelijke dienstverlening	15	12	5	6	15	18	28
Overige dienstverlening	6	10	3	3	8	8	19
Totaal	13	13	8	7	19	20	26

¹⁾ Bedrijven met 5 of meer werknemers.

²⁾ Elektronische orderontvangst incl. elektronische boekings/reserveringssystemen.

Opzet van onderzoek

De Automatiseringsenquête geeft jaarlijks inzicht in het gebruik van computers en externe datacommunicatie waaronder internet binnen het bedrijfsleven. Daarnaast geven de resultaten van de enquête informatie over specifieke toepassingen van externe datacommunicatie, zoals het plaatsen en ontvangen van orders (*e-commerce*) of het afhandelen van financiële transacties. Ook worden gegevens verzameld over automatiseringspersoneel en de kosten van en de investeringen in automatiseringsmiddelen. De in dit artikel gepresenteerde gegevens zijn afkomstig van de Automatiseringsenquête 2001-2003. De beschreven populatie in 2001 bestaat uit 108 669 bedrijven en omvat alle bedrijfstakken van de economie (bedrijven met 5 en meer werknemers).

¹⁾ De informatie in dit artikel is ontleend aan de publicatie 'De digitale economie 2003'. Zie voor een uitgebreide beschrijving van de door Nederlandse bedrijven ervaren belemmeringen voor e-commerce het rapport "Belemmeringen e-commerce", CBS 2003.

²⁾ De auteurs van dit artikel zijn beiden werkzaam bij de Divisie Bedrijfseconomische Statistieken van het CBS, taakgroep Wetenschap en technologie.

³⁾ Zie voor een uitgebreide beschrijving van de door Nederlandse bedrijven ervaren belemmeringen voor e-commerce het rapport 'Belemmeringen e-commerce', CBS, 2003.