

010100011101010
00010100101100
10100101110
1010010100

Elektroniczna gospodarka w Polsce

raport 2006

DVD-ROM



DVD+RW



DVD-RW



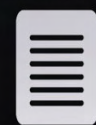
DVD ZAMKNIĘTE



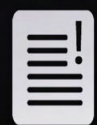
SZUKAJ



DOKUMENT



PILNE



ZABEZPIECZONE



KATALOG



E-MAIL



WYSOKI PRIORYTET



ODPOWIEDŹ



PRZEKAŹ



ZASZYFROWANE



INFORMACJA



TELEWIZJA



KOMPUTER



PDA



TELEFON



Elektroniczna gospodarka w Polsce
RAPORT
2006

Praca zbiorowa pod redakcją Marcina Kraski

Poznań 2007

Redakcja:

dr Marcin Kraska

Zespół autorski:

Autor	Przygotowane rozdziały
Instytut Logistyki i Magazynowania	
dr Marcin Kraska	Rynek B2C – handel detaliczny, E-bankowość
dr inż. Bogusław Śliwczyński	Wstęp, Streszczenie raportu o stanie e-gospodarki w Polsce w 2006 roku, Podsumowanie
mgr inż. Rafał Kałuża	Rynek B2B
mgr Michał Koralewski	E-usługi, Inicjatywy, Kalendarium
mgr Tomasz Kawecki	E-makler
mgr inż. Rafał Sowiński	Społeczeństwo informacyjne
mgr Joanna Wróbel	E-administracja
mgr Magdalena Wróż	Prawo
Akademia Ekonomiczna w Poznaniu	
dr Monika Kaczała	E-ubezpieczenia

Wydawca:

Instytut Logistyki i Magazynowania
ul. Estkowskiego 6
61-755 Poznań
www.ilim.poznan.pl

Zleceniodawca:

Ministerstwo Gospodarki

Instytucje współpracujące:

Ministerstwo Gospodarki
Główny Urząd Statystyczny

Copyright © by Ministerstwo Gospodarki

Warszawa 2007, wyd. I, Wszelkie prawa zastrzeżone

Żaden fragment nie może być wykorzystywany w jakiegokolwiek formie ani przekładany na język mechaniczny bez zgody wydawcy.

Spis treści

Wstęp	9
Część A Streszczenie raportu o stanie e-gospodarki w Polsce w 2006 roku	15
Część B Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce.....	22
B1. Społeczeństwo informacyjne.....	22
B1.1. Profil polskiego użytkownika Internetu.....	24
B1.1.1. Wyposażenie gospodarstw domowych w sprzęt ICT	29
B1.1.2. Miejsce korzystania z komputera i Internetu	34
B1.1.3. Częstotliwość korzystania z komputera i Internetu	36
B1.1.4. Cel korzystania z Internetu	38
B1.2. Infrastruktura i technologia.....	43
B1.3. E-zakupy	49
B1.3.1. Wartość zakupów dokonanych w Internecie	52
B1.3.2. Internauci najaktywniej kupujący w sieci.....	54
B1.3.3. Najpopularniejsze zakupy internetowe	55
B1.3.4. Bariery i kłopoty związane z zakupami on-line.....	56
B1.4. E-finance	60
B1.5. E-zdrowie.....	66
B1.6. E-learning	70
B1.7. Edukacja informatyczna	73
B1.7.1. Umiejętność korzystania z komputera	73
B1.7.2. Umiejętność korzystania z Internetu.....	76
B1.7.3. Udział w szkoleniach informatycznych.....	78
B1.7.4. Metody zdobywania umiejętności informatycznych	81
B1.8. Podsumowanie - kierunki i bariery rozwoju Internetu wśród obywateli ...	84
B2. E-biznes	86
B2.1. Rynek B2B	86
B2.1.1. Przedsiębiorstwa B2B - infrastruktura, technologia i bezpieczeństwo	88
B2.1.2. Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki przez przedsiębiorstwa ...	99
B2.1.3. Podsumowanie.....	113
B2.2. Rynek B2C – handel detaliczny	115
B2.2.1. Charakterystyka sklepów internetowych w Polsce	117
B2.2.2. Sprzedaż on-line w sklepach internetowych w Polsce.....	126
B2.2.3. Rodzaj oraz funkcjonalność stosowanego oprogramowania w polskich sklepach internetowych	139
B2.2.4. Zakres informacyjny stron internetowych sklepów	145
B2.2.5. Podsumowanie – motywy rozpoczęcia działalności i problemy przy prowadzeniu sprzedaży on-line wśród sklepów internetowych w Polsce	161
B2.3. Rynek finansowy	167
B2.3.1. E-bankowość	167
B2.3.2. E-ubezpieczenia.....	207
B2.3.3. E-makler	237
B3. E-administracja.....	255
B3.1. Aktualna sytuacja e-administracji w Polsce	255

B3.2. Plan informatyzacji państwa na lata 2007-2010	257
B3.3. E-administracja w jednostkach samorządowych	269
B3.4. Trendy rozwoju e-administracji na świecie	272
B3.5. Podsumowanie.....	277
Część C Baza rozwoju e-gospodarki w Polsce	278
C1. E-usługi	278
C1.1. Składanie deklaracji podatkowych przez Internet	278
C1.2. Infobrokerstwo.....	280
C1.3. System PESEL2.....	281
C1.4. Wirtualne kioski gazetowe	282
C1.5. Marketing i reklama w Internecie.....	282
C1.6. Wirtualne faksowanie	283
C1.7. Internetowa wypożyczalnia samochodów	284
C1.8. Tradycyjna telefonia zmienia oblicze	284
C1.9. Pełny PayPal w Polsce.....	285
C1.10 Wideo na życzenie	286
C2. Standardy.....	287
C2.1. Standard Traceability.....	290
C2.2. Jednoznaczna identyfikacja	291
C2.3. Przechwytywanie i przechowywanie danych	292
C2.4. Zarządzanie połączeniami	292
C2.5. Wymiana danych	297
C2.6. Podsumowanie.....	297
C3. Prawo.....	299
C3.1. Wokół Informatyzacji	299
C3.1.1. Plan Informatyzacji Państwa na rok 2006.	299
C3.1.2. Ustawa o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne	301
C3.1.3. Rozporządzenie Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji w sprawie kryteriów i trybu przeznaczania oraz rozliczania środków finansowych na informatyzację.....	302
C3.2. E-deklaracje	303
C3.2.1. Ustawa zmieniająca ustawę o zmianie ustawy – Ordynacja podatkowa oraz o zmianie niektórych innych ustaw	303
C3.2.2. Rozporządzenie w sprawie określenia rodzajów deklaracji, które mogą być składane za pomocą środków komunikacji elektronicznej.....	304
C3.2.3. Rozporządzenie w sprawie trybu składania i wzoru zawiadomienia o zamiarze składania deklaracji w formie elektronicznej	306
C3.2.4. Rozporządzenie zmieniające rozporządzenie w sprawie zaświadczeń wydawanych przez organy podatkowe.....	306
C3.2.5. Rozporządzenie w sprawie trybu składania oraz struktury logicznej zgłoszenia upoważnienia podatnika lub osoby upoważnionej przez podatnika do składania deklaracji w formie elektronicznej i podpisywania deklaracji podpisem elektronicznym.....	306

C3.2.6. Rozporządzenie w sprawie struktury logicznej deklaracji i podań, sposobu ich przesyłania oraz rodzajów podpisu elektronicznego, którymi powinny być opatrzone	307
C3.3. Inne ważne nowelizacje	310
C3.3.1. Ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną.....	310
C3.3.2. Ustawa o elektronicznych instrumentach płatniczych	310
C3.3.3. Ustawa o podpisie elektronicznym	310
C3.3.4. Zmiana ustawy – Prawo zamówień publicznych.....	310
C3.4. Elektroniczny katalog w KRS	312
C3.4.1. Ustawa o zmianie ustawy o Krajowym Rejestrze Sądowym oraz niektórych innych ustaw.....	312
C3.4.2. Akty wykonawcze do ustawy zmieniającej ustawę o Krajowym Rejestrze Sądowym.....	315
C3.5. Inne akty prawne.....	316
C3.5.1. Rozporządzenie w sprawie kas rejestrujących.....	316
C3.5.2. Rozporządzenie w sprawie formatu i trybu przekazywania przez banki i spółdzielcze kasy oszczędnościowo-kredytowe comiesięcznych informacji o założonych i zlikwidowanych rachunkach związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej.....	316
C3.5.3. Rozporządzenie w sprawie niezbędnych elementów struktury dokumentów elektronicznych	317
C3.5.4. Rozporządzenie w sprawie szczegółowego sposobu postępowania z dokumentami elektronicznymi	317
C3.5.5. Rozporządzenie w sprawie wymagań technicznych formatów zapisu i informatycznych nośników danych, na których utrwalono materiały archiwalne przekazywane do archiwów państwowych	318
C3.5.6. Rozporządzenie w sprawie sporządzania i doręczania pism w formie dokumentów elektronicznych.....	318
C3.5.7. Projekt ustawy o zmianie ustawy – Prawo własności przemysłowej.....	319
C3.6. Wybrane zagadnienia.....	319
C3.6.1. E-apteki.....	319
C3.6.2. Podpis elektroniczny w zamówieniach publicznych	320
C3.7. Podsumowanie.....	322
C4. Inicjatywy.....	324
C4.1. Safer Internet w Polsce	324
C4.2. Web 2.0.....	325
C4.3. Ucz się przez całe życie	325
C4.4. E-centrum telepracy w Garwolinie.....	326
C4.5. Open Office w każdej szkole	326
C4.6. E-urząd w Bydgoszczy	327
C4.7. Beniamin cenzuruje Internet.....	328
C4.8. Utworzenie Departamentu Społeczeństwa Informacyjnego w Poznaniu	328
C4.9. Internetowa Giełda Używanych Podręczników	329
C4.10. Poznańska Dolina Krzemowa.....	329
C5. Kalendarium – najważniejsze wydarzenia w 2006 roku	331

C5.1. Pierwszy sklep z Euro-Label (23.02.2006).....	331
C5.2. Inicjatywa dla bezrobotnych w Łodzi (27.02.2006).....	331
C5.3. Dzień Bezpiecznego Internetu (7.03.2006).....	332
C5.4. I Kongres Gospodarki Elektronicznej (23.03 i 23.11.2006).....	332
C5.5. Wyróżnienie dla projektu eSłupsk (12.04.2006).....	333
C5.6. EBOK w Bydgoszczy (25.04.2006).....	333
C5.7. Jednolity standard e-faktury (11.05.2006).....	334
C5.8. Fuzja Computerland i Emax (30.05.2006).....	334
C5.9. Pierwsze polskie Centrum Innowacji Microsoft (01.06.2006).....	335
C5.10. Test telewizji mobilnej (05.06.2006).....	335
C5.11. Uwolnione komórki (08.06.2006).....	336
C5.12. Polkomtel podpisuje umowę przez Internet (22.06.2006).....	336
C5.13. Pierwszy polski e-kiosk (24.07.2006).....	336
C5.14. Polacy najlepsi na Imagine Cup 2006 (11.08.2006).....	337
C5.15. Elektroniczny PIT (16.08.2006).....	338
C5.16. 15 lat polskiego Internetu (17.08.2006).....	338
C5.17. E-odpis aktu stanu cywilnego (21.08.2006).....	339
C5.18. Pełny PayPal wreszcie w Polsce (11.10.2006).....	339
C5.19. Medal Europejski dla Unizeto (06.11.2006).....	340
C5.20. Sinfos w Polsce (15.11.2006).....	340
C5.21. E-portfel po polsku (29.11.2006).....	341
C5.22. Powstało Supercentrum Danych (08.12.2006).....	341
C5.23. Google potwierdza chęć budowy Centrum Badań i Rozwoju w Polsce (04.12.2006).....	342
C5.24. mBank wchodzi na rynek telefonii komórkowej (13.12.2006).....	342
Podsumowanie.....	344
Słownik pojęć e-gospodarki.....	350
Bibliografia.....	363
Spis tabel, rysunków i wykresów.....	368

Wstęp

Rozwój gospodarki elektronicznej w Polsce w 2006 roku, wkroczył w fazę dojrzałych przemian jakościowych, których efekty ilościowo-wartościowe zostaną zdyskontowane za około 2–3 lata. Konstatując dotychczasowy rozwój można wyróżnić okres do około 2004 roku, w którym analizowano głównie dynamikę wskaźników ilościowych (mierzonych zgodnie ze standardami OECD) – np. wzrostu liczby użytkowanych komputerów, gęstości infrastruktury teleinformatycznej, liczby użytkowników sieci Internet. Przełom roku 2005 zasygnalizował potrzebę istotnych zmian jakościowych w obszarze treści i funkcjonalności e-usług, rozwiązań systemowych i platform obsługowych, upowszechnienia standardów gwarantujących niezawodność i bezpieczeństwo w sieci Internet, a także dostosowywanie przepisów prawa do wymagań uczestników transakcji elektronicznych - przedsiębiorstw i społeczeństwa informacyjnego. Wszyscy mamy świadomość, że gospodarka elektroniczna w naszym codziennym funkcjonowaniu zajęła trwałe miejsce, natomiast wzrost jej masowego wykorzystania w latach 2007-2008 i później, będzie uzależniony od spełnienia potrzeb użytkownika i zakresu kreowania wartości. Przykładem takich działań w minionym 2006 roku, ukierunkowanych na jakość i wartość dla klienta, było rozpoczęcie przesyłania e-deklaracji CIT, PIT i VAT, opracowanie i powszechne udostępnienie standardu e-faktury, uruchomienie pierwszego w Polsce e-urzędu w Bydgoszczy (Elektronicznego Biura Obsługi Klientów EBOK), czy uruchomienie Centrum Telepracy w Garwolinie.

Przedstawione dalej przykłady działań celowych, wydają się potwierdzać tezę obecnego okresu inkubacji i przygotowania masowego wykorzystania narzędzi e-gospodarki. W 2006 roku społeczeństwo polskie za sprawą paszportów biometrycznych, stało się pełnoprawnym uczestnikiem „europejskiej przestrzeni informatycznej”, a pierwszy polski sklep internetowy otrzymał prestiżowy certyfikat Euro-Label. Sukces biometrycznych paszportów z mikroprocesorem (który wykreował w 2006 roku około 2000 dodatkowych miejsc pracy w zakładach fotograficznych), pozwala mieć nadzieję na jego kontynuację, przy wprowadzaniu nowego biometrycznego dowodu osobistego, planowanego na wrzesień 2008 roku¹.

¹ *Konferencja na temat informatyzacji Państwa 25.01.2007,*
<http://www.mswia.gov.pl/portal/pl/2/4407/>,

Wyniki badań wskazują, że w minionym roku zanotowany został dalszy wzrost zaangażowania przedsiębiorstw w obsługę sprzedaży drogą elektroniczną. Wartość netto transakcji on-line wyniosła 94 mld zł (ok. 6% przychodów netto ze sprzedaży) i była o blisko 50% wyższa niż w roku poprzednim. Biorąc jednak pod uwagę, że tylko 11% przedsiębiorstw wykorzystujących komputer realizowało sprzedaż z wykorzystaniem Internetu, jest to wynik stanowiący zaledwie 60% średniej dla Unii Europejskiej (UE 25 – 15%). Przedsiębiorstwa doceniają opłacalność wykorzystywania Internetu w strategii rozwoju działalności gospodarczej i prowadzeniu skutecznego e-marketingu swoich produktów, natomiast do głównych problemów, podobnie jak w poprzednich latach, zaliczają brak bezpieczeństwa transakcji i płatności elektronicznych oraz wysoki koszt systemu elektronicznej wymiany danych.

Znaczącym impulsem do działań administracji publicznej w obszarze e-gospodarki Polski, był przyjęty przez Radę Ministrów w sierpniu 2006 roku, Plan Informatyzacji Państwa na lata 2007–2010. Zgodnie z założeniami planu, Minister Spraw Wewnętrznych i Administracji otrzymał kompetencje do koordynowania w imieniu Prezesa Rady Ministrów procesu informatyzacji administracji publicznej. Nową jakość ma także zapewnić Międzyresortowy Zespół do Spraw Informatyzacji, powołany jako organ pomocniczy Rady Ministrów w zakresie informatyzacji administracji publicznej, rozwoju społeczeństwa informacyjnego, infrastruktury sieci teleinformatycznych oraz zastosowań technologii teleinformatycznych (TTI) w budowie gospodarki opartej na wiedzy.

Po wielu latach dyskusji specjalistów różnych dziedzin, w 2006 roku zorganizowano I Kongres Gospodarki Elektronicznej. Przedstawiciele rządu i wielu organizacji pozarządowych stworzyli forum wymiany myśli na temat kierunków rozwoju gospodarki elektronicznej w Polsce. Uczestnicy kongresu podjęli próbę podsumowania kierunków dotychczasowych działań, analizy dotychczasowych osiągnięć i porażek, a także określenia kierunków dalszych, skoordynowanych działań rozwoju elektronicznej gospodarki w Polsce, w latach 2007-2013. O znaczeniu dla gospodarki i administracji publicznej wielu projektów informatycznych planowanych do realizacji w latach 2007-2013 (np. projektów realizowanych w ramach e-administracji: e-PUAP, PESEL-2, CEPiK, STAP) świadczy kwota ponad 3,5 mld zł. Przewidywana wartość 4,7 mld zł alokacji środków przeznaczonych ogólnie na rozwój społeczeństwa informacyjnego jest w stosunku do środków z lat 2004-2007 prawie 8,6 razy większa².

² Głomb Krz., Głomb Kon, Musiejewski W., *Stan wdrażania polityki strukturalnej w zakresie budowy infrastruktury społeczeństwa informacyjnego w województwach w latach 2004-2006 (Działanie 1.5 ZPORR) – Raport*, Stowarzyszenie Miasta w Internecie, Tarnów-Warszawa, wrzesień 2006, str.30

Ożywienie przeżywał w 2006 roku rynek usług elektronicznych. Rozpoczął działalność system płatności on-line PayPal, umożliwiający firmom i klientom indywidualnym posiadającym adres e-mail, bezpieczne i wygodne wysyłanie pieniędzy i przyjmowanie wpłat, w oparciu o istniejącą infrastrukturę rachunków bankowych i kart kredytowych. Z wykorzystaniem podpisu elektronicznego, został zawarty przez Internet spektakularny kontrakt firmy Polkomtel z firmą PGF na elektroniczną obsługę zamówień. Wciąż rozwijane usługi e-administracji, umożliwiły w Poznaniu w 2006 roku obsługę elektronicznego zamówienia odpisu aktu stanu cywilnego – np. aktu urodzenia, ślubu czy zgonu. Do wielu przykładów rozwoju usług gospodarki elektronicznej w roku 2006, można zaliczyć także Internetową Giełdę Używanych Podręczników, uruchomioną w formie e-usługi na Elektronicznym Serwisie Oświatowym.

Istotne dla przedsiębiorstw funkcjonujących w łańcuchach dostaw dane o produktach, będzie gromadził największy w Europie katalog elektroniczny SINFOS, który rozpoczął swoją działalność w Polsce w 2006 roku. Zgromadzenie w jednym miejscu elektronicznych danych, niezbędnych dla przeprowadzenia sprawnych procesów sprzedaży i zaopatrzenia, zapewni ich szybką i prostą aktualizację, automatyczną dystrybucję danych do odbiorców i pełną synchronizację między systemami informatycznymi dostawcy i odbiorcy.

Elektroniczna Gospodarka w Polsce – Raport 2006, prezentuje wyniki badań oraz statystyki, określające stan i dynamikę rozwoju elektronicznej gospodarki w Polsce, w odniesieniu do danych z *Raportów 2004 i 2005* oraz na przestrzeni ostatnich kilku lat³. Decydenci rozwoju gospodarczego w Polsce, analitycy i gremia kreujące rozwój poszczególnych branż i sektorów gospodarki, znajdą w treści raportu dane źródłowe metod i możliwości zwiększania produktywności, rentowności i konkurencyjności działalności gospodarczej.

Na podstawową treść raportu składają się dwie części, zorganizowane wg wzorców monitorowania⁴ przyjętych dla raportów ICT i e-business w Unii Europejskiej:

Część B – raport prezentujący wyniki analizy rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce,

³ Gospodarka elektroniczna jest jednym ze strategicznych kierunków działań Instytutu Logistyki i Magazynowania w Poznaniu. Instytut realizuje badania stanu elektronicznej gospodarki w Polsce, w ramach swojej działalności statutowej.

⁴ *OECD Annual Theme Reports*; Public Affairs and Communications Directorate; *The European e-Business Report*; European Commission, Enterprise Directorate General,

Część C – raport prezentujący bazę rozwoju e-gospodarki w Polsce, tzn. e-usługi, standardy oraz przepisy prawne i inicjatywy wspomagające rozwój e-biznesu w Polsce.

Część B raportu została podzielona na cztery obszary tworzące podstawy elektronicznej gospodarki w Polsce, które jednocześnie stymulują jej rozwój:

Spółczeństwo Informacyjne – będące beneficjentem i jednocześnie konsumentem przynoszącym przychód na rynku e-gospodarki,

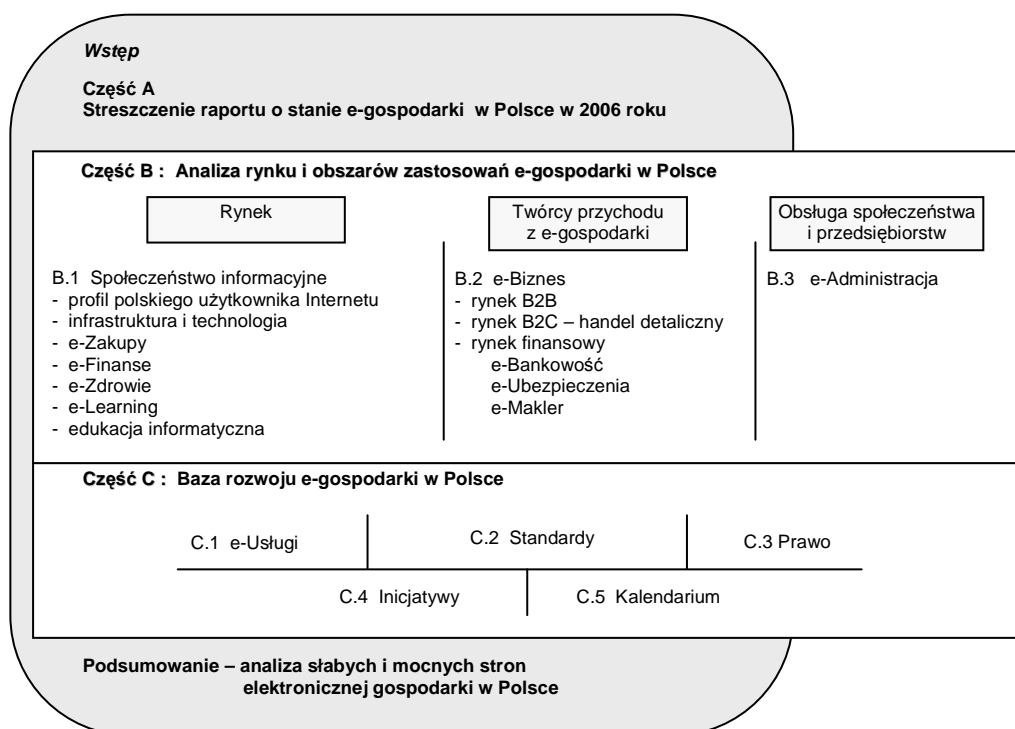
e-Biznes – przedsiębiorstwa, których podstawowa działalność gospodarcza dotyczy wykorzystania narzędzi e-gospodarki lub, których działalność jest wspomagana systemami ICT. Z tej działalności przedsiębiorstwa tworzą przychód własny oraz dochód dla budżetu państwa,

e-Administracja – urzędy i instytucje, które w oparciu o systemy ICT obsługują działalność gospodarczą przedsiębiorstw i polskie społeczeństwo informacyjne.

Obsługa przedsiębiorstw i społeczeństwa informacyjnego przez e-Administrację, będącej *de facto* konsumentem budżetu państwa, powinna umożliwić wielokierunkowe korzyści - redukcję kosztów funkcjonowania przedsiębiorstw i społeczeństwa, wzrost jakości świadczonych usług i poziom obsługi obywatela oraz wzrost ilości i zasięgu świadczonych usług przy określonych zasobach ludzkich. Ostatni postulat jest wciąż aktualnym sposobem realizacji koncepcji „Taniego państwa” zaprezentowanej w *exposé* rządowym w 2005 roku, uwzględniając zredukowanie kosztów funkcjonowania administracji publicznej poprzez zastosowanie efektywnych technik informatycznych.

Strukturę Raportu 2006 przedstawiono na rysunku 1.

Rysunek 1. Struktura raportu Elektroniczna Gospodarka w Polsce – Raport 2006



Źródło: opracowanie własne ILiM

Wyniki badań elektronicznej gospodarki w Polsce, zamieszczone w *Raporcie 2006*, stanowią szczegółowe dla badanych zagadnień i jednocześnie syntetyczne dla analizowanych sektorów gospodarki źródło danych. Intencją autorów jest dostarczenie obiektywnych i potwierdzonych wynikami badań informacji, pomocnych w ukierunkowaniu dalszego rozwoju gospodarki elektronicznej w Polsce, na poprawę poziomu obsługi przedsiębiorstw, społeczeństwa informacyjnego i administracji publicznej.

Przedstawione w raporcie za 2006 rok obszary działalności rynkowej, w których osiągnięto wysoki obrót i efektywność, dzięki zastosowaniu narzędzi gospodarki elektronicznej, mogą być przydatne w procesach podejmowania decyzji inwestycyjnych na poziomie przedsiębiorstwa, branży lub sektora oraz całej gospodarki. Równie cenne mogą być wyniki badań wskazujące na obszary o niewystarczającym tempie rozwoju, niskiej produktywności lub wysokich kosztach – zalecane dla inwestycji osłonowych lub wspomagających.

Konkludując, można zaobserwować wzajemne uzależnienie rozwoju gospodarki Polski i gospodarki elektronicznej. Znaczący wzrost gospodarczy i szybko rozwijająca się polska gospodarka, wymaga elektronicznych narzędzi, umożliwiających szybką i niezawodną realizację transakcji gospodarczych, masową wymianę danych, wspomagając w konsekwencji konkurencyjność produktów i rozwój gospodarczy.

Z drugiej strony rozwijająca się niezwykle dynamicznie gospodarka elektroniczna, wspomagając działalność przedsiębiorstw, wywiera coraz większy i realny wpływ na dalszą dynamikę wzrostu gospodarczego Polski.

Część A

Streszczenie raportu o stanie e-gospodarki w Polsce w 2006 roku

Stabilny rozwój gospodarki elektronicznej w Polsce w 2006 roku niesie ze sobą znaczący potencjał dynamicznego rozwoju elektronicznej gospodarki w ciągu najbliższych kilku lat. Obserwowane zmiany jakościowe stosowanych rozwiązań e-gospodarki wspomagających funkcjonowanie społeczeństwa informacyjnego w Polsce i procesów gospodarczych na trwałe powiążą ich rozwój i wzajemne oddziaływanie. Zauważalne powiązania wynikają zarówno z wymogów dzisiejszego dynamicznego rozwoju społeczeństwa i systemów gospodarczych, jak i z nowelizowanych przepisów prawa, czy podejmowanych w skali Polski i UE wielu inicjatyw i projektów. Stopniowo postępujący rozwój świadomości i potrzeba wykorzystania w codziennym życiu systemów elektronicznej obsługi klienta w urzędzie, banku czy w przedsiębiorstwie, w pracy i w czasie wolnym, w domu i w podróży (w 2006 roku aż o 68,1% wzrosła liczba wykorzystywanych laptopów w gospodarstwach domowych), są najlepszym miernikiem potrzeby rozwoju gospodarki elektronicznej. Po okresach inkubacji i wczesnego rozwoju oraz wzmoczonych przygotowań, wspomaganych w skali kraju znaczącym strumieniem finansowania z funduszy UE, nastąpi dynamiczny i powszechny rozwój wykorzystania narzędzi e-gospodarki w ciągu następnych kilku lat. Koniec aktualnie rozpoczynającego się okresu programowania funduszy UE na lata 2007-2013 (w tym okresie na cele rozwojowe w Polsce przeznaczonych będzie 400 mld zł dofinansowania ze środków unijnych), może zbiec się zdaniem wielu specjalistów, z przejściem elektronicznej gospodarki w Polsce w fazę dojrzałego jej wykorzystania.

Wyniki przeprowadzonych badań wskazują, podobnie jak w poprzednim roku, nierównomierne tempo rozwoju i wykorzystania elektronicznych systemów wymiany danych, tak w sferach życia społeczeństwa (e-zakupy, e-finanse, e-zdrowie, e-learning, itd.), jak i w sektorach polskiej gospodarki (e-zaopatrzenie, e-finanse, e-sprzedaż). Wysokie było tempo rozwoju infrastruktury i technologii ICT w Polsce, a obrazowy średni przyrost łączy DSL do Internetu wyniósł 60,1%

,osiągając liczbę 1,67 mln łączy DSL⁵, podczas gdy w UE liczba łączy DSL wzrosła o 40%, osiągając liczbę 60,3 mln.

Wyniki badań szczegółowych przedstawione w Raporcie 2006, zostały podzielone na dwa podstawowe obszary analiz:

Część B – prezentującą analizę rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce,

Część C – prezentującą bazę rozwoju e-gospodarki.

W części B na pierwszym miejscu przedstawiono analizę zastosowań e-gospodarki wśród największej grupy odbiorców - społeczeństwa informacyjnego, w przekroju wieku, płci, grup zawodowych, dochodu oraz miejsca zamieszkania. W 2006 roku z Internetu w Polsce korzystało 14,1 mln Polaków, co oznacza 47,9% Polaków w wieku 16-74 lat. Jest to rosnący rynek konsumentów usług elektronicznych tworzących przychód w obszarze e-gospodarki, a 63,9% tej grupy pracowało przy komputerze codziennie lub prawie codziennie. Wynikającym z badań celem rozwoju usług elektronicznych jest ich dostosowanie do potrzeb społeczeństwa informacyjnego, a ich brak powoduje, że Polacy wykorzystują Internet głównie do wyszukiwania informacji (91,6%), komunikowania się (83,7%). Wykorzystanie usług elektronicznych i realizacji transakcji (zamawianie, sprzedaż i usługi bankowe) wzrosło w stosunku do roku 2005 o 2,5%, do poziomu 28,5%. Profil polskiego internauty, jego struktura wiekowa, wykształcenie i status zawodowy, stanowią istotne parametry docelowego segmentu odbiorców tych usług. Zwłaszcza, że wyniki badań pokazują wzrost popularności dostępu do Internetu zarówno na wsi (wzrost z 18,8% do 25,1%) jak i w miastach, a także wśród mniej i bardziej zamożnych gospodarstw domowych.

Dynamika rozwoju infrastruktury i przyrost o 60% stałych łączy do Internetu (warunkujących zasięg wykorzystania narzędzi e-gospodarki) oraz osiągnięty poziom 39,5% dostępu gospodarstw domowych do sieci Internet, zmniejszył znacząco dystans do średniej europejskiej wynoszącej 51% dla UE-25.

Zdecydowanie wzrosła wartość zakupów dokonanych w Internecie w 2006 roku, przekraczając łączną wartość 2,7 mld złotych, przy czym co czwarty internauta (27,4%) dokonywał zakupu w sieci. Największym operatorem w 2006 roku autoryzującym transakcje internetowe, pozostał nadal eCard, z udziałem 90% wszystkich transakcji autoryzowanych w sieci. Kolejny rok z rzędu największą popularnością w zakupach on-line cieszyły się książki (37,9%), odzież i sprzęt sportowy (33,4%) oraz filmy i muzyka (25,8%). Rynek e-zakupów w Polsce ma

⁵ Świderek T., *Na świecie przybywa tygodniowo milion użytkowników Internetu*, Gazeta Prawna nr 246, str. 9, 19.12.2006

bardzo duży potencjał, a grupa 10,5 mln polskich internautów - którzy nigdy nie dokonali zakupu przez Internet - jest wyzwaniem dla specjalistów e-marketingu w zakresie zwiększenia atrakcyjności i personalizacji ofert oraz budowania wiarygodności. W raporcie przedstawione zostały analizy przekrojowe kategorii i wartości kupowanych produktów, częstotliwości zakupów oraz najczęściej przedstawiane przez Polaków bariery i obawy przed transakcjami kupna-sprzedaży przez Internet.

Wraz ze wzrostem popularności e-zakupów oraz innych transakcji finansowych, znacząco wzrosła liczba usług bankowych, z których w pierwszym kwartale 2006 roku korzystało około 2,7 mln internautów (w analogicznym okresie 2005 roku, z usług bankowych korzystało 1,74 mln osób). Obsługa płatności i transferów pieniężnych on-line wywołała lawinowy przyrost kont bankowych z dostępem przez Internet, z 4,6 mln osób posiadających konta bankowe w 2005 roku, do 8,2 mln osób w 2006 roku. Zakłady ubezpieczeń idąc śladem banków wzbogacały w minionym roku swoją ofertę usług internetowych.

Niewielka była dostępność usług e-zdrowia i telemedycyny w 2006 roku, a z nowoczesnych urządzeń diagnostycznych umożliwiających zdalny monitoring zdrowia pacjenta skorzystało zaledwie około 2 tysięcy osób. Powodem niskiej popularności usług e-zdrowia, był brak finansowania przez NFZ tej grupy usług medycznych oraz brak zaufania Polaków (tylko około 10,5%) do elektronicznej drogi świadczenia usług medycznych. Natomiast w planach NFZ znalazło się wdrożenie e-recept, w wyniku których szacowane są oszczędności wynikające z eliminacji papierowego obiegu i obsługi dokumentów oraz lepszego nadzoru nad rynkiem i obrotem leków w Polsce.

Stopniowy wzrost przyzwyczajenia i zaufania do wykorzystania technologii teleinformatycznych w codziennym życiu Polaków, spowodował wzrost popularności studiowania na odległość w systemie e-learning oraz zapotrzebowania na edukację informatyczną.

Na kolejnym miejscu w części B Raportu 2006 przedstawiono analizę zastosowań narzędzi e-gospodarki w polskiej gospodarce, z uwzględnieniem analizy elektronicznych transakcji pomiędzy przedsiębiorstwami (w relacji B2B) i przedsiębiorstwem a klientem (w relacji B2C). Badaniami objęto także rynek finansowy w przekroju sektora bankowego, ubezpieczeń i kapitałowych transakcji inwestycyjnych. Analiza sektorowa rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki na rynku B2B wykazuje ścisłą korelację i wpływ wykorzystania narzędzi e-biznesu na poprawę wyników finansowych przedsiębiorstw. W minionym roku wzrosło zaangażowania przedsiębiorstw w obsługę zakupów i sprzedaży drogą elektroniczną. Ze sprzedaży przez Internet skorzystało 8% przedsiębiorstw

mających dostęp do Internetu i był to wzrost o 60% w stosunku do roku poprzedniego i niestety cały czas poniżej wartości średniej 14% dla 25 krajów UE. Zarówno wskaźnik wielkości zakupów jak i sprzedaży on-line wzrastał wraz z analizowaną wielkością przedsiębiorstwa. Wzrosła w porównaniu z rokiem ubiegłym integracja przedsiębiorstw w łańcuchu dostaw za pomocą narzędzi elektronicznej gospodarki, a oprogramowanie wspomagające proces obsługi zamówień wykorzystywało 27% przedsiębiorstw. Zanotowano dalszy 3% wzrost liczby serwisów WWW przedsiębiorstw, do nawiązania relacji z klientami i partnerami biznesowymi, osiągając poziom 53%, przy średniej dla UE wynoszącej 64%. Wyniki badań potwierdzają, że internetowe technologie współpracy są nie tylko źródłem znaczących oszczędności i lepszych wyników finansowych przedsiębiorstw, ale wpływają także na zmiany sposobu zarządzania przedsiębiorstwem oraz powodują znacznie większą integrację i kooperację w ramach sektora czy branży.

Wzrost odnotowano także na rynku handlu elektronicznego detalicznego B2C, osiągając wartość sprzedaży na poziomie 7.603.497 tys. złotych, dla 3290 przedsiębiorstw prowadzących sprzedaż przez Internet. Zmalała liczba zwrotów i reklamacji wskazując na rosnącą jakość usług sprzedaży on-line. Coraz popularniejszym kanałem sprzedaży były w minionym roku aukcje internetowe i elektroniczne pasażery handlowe (20% sklepów sprzedawało swoje produkty za ich pośrednictwem). Nadal polskie sklepy internetowe kierowały swoją ofertę głównie do odbiorców krajowych, a tylko 27% sklepów świadczyło usługi sprzedaży dla klienta z Europy. Obszernej analizie poddano integrację funkcjonalności stron internetowych z poszczególnymi modułami systemów informatycznych przedsiębiorstw, umożliwiając w praktyce pełną elektroniczną obsługę klienta i śledzenie realizacji zamówienia (e-fulfillment).

Elektroniczna bankowość potwierdziła w 2006 roku masowość i powszechność wykorzystania narzędzi e-gospodarki, a udział banków świadczących usługi przez Internet wzrósł z 13% w roku 2005 do 34% w 2006 roku. Trwa etap rozwoju e-bankowości opartej na kompleksowości oferty usług świadczonych drogą elektroniczną, w którym banki postawiły na automatyzację procesów obsługi klienta, upatrując źródło korzyści w masowej obsłudze i niskich kosztach operacyjnych. Wszystkie banki (100%), będąc instytucjami zaufania publicznego, stosowały różne formy zabezpieczeń informatycznych systemów bankowych. Równocześnie z obsługą klientów, banki same były odbiorcami elektronicznych usług szkoleniowych i edukacyjnych, a 82% banków wykorzystywało Internet w 2006 r. do komunikacji z urzędami administracji publicznej. Bank elektroniczny stał się punktem dostępu do wielu usług finansowych, poczynając od bankowych,

poprzez ubezpieczeniowe, a kończąc na usługach inwestycyjnych. Na podstawie analizy wartości usług elektronicznej bankowości - gdzie ogólna wartość zrealizowanych poleceń przelewów w przypadku 89% banków była niższa niż 5%, a w 85% banków dochody z transakcji przez Internet w minionym roku stanowiły mniej niż 25% wszystkich dochodów banku - można stwierdzić, że elektroniczna bankowość jest raczej koniecznością wynikającą z walki konkurencyjnej, niż inwestycją przynoszącą wymierne korzyści finansowe.

Niestety w cieniu dynamicznego rozwoju usług e-bankowości pozostawały jak przed rokiem usługi e-ubezpieczeń, a tylko co czwarty zakład ubezpieczeń świadczył usługi ubezpieczeniowe majątkowe, komunikacyjne i osobowe przez Internet. Funkcjonalność oprogramowania do obsługi ubezpieczeń przez Internet, nie uległa zasadniczej poprawie w porównaniu do roku 2005.

Z roku na rok rośnie popularność elektronicznych transakcji inwestycyjnych i kapitałowych, a w minionym roku 20% wszystkich rachunków maklerskich (tj. około 165 tysięcy) obsługiwana była przez Internet (wzrost o około 50 tysięcy w stosunku do roku 2005).⁶ Wzrósł udział Internetu w obrotach giełdowych i od 2000 roku udział w obrocie akcjami wzrósł do poziomu 41%, a w obrocie kontraktami aż do 59%.

Na zakończenie części B Raportu 2006 przedstawiono wyniki badań stanu i rozwoju usług administracji publicznej świadczonych drogą elektroniczną w obsłudze obywatela i przedsiębiorstw. W porównaniu z 2005 rokiem zanotowano poprawę oceny usług e-administracji w Polsce w skali Świata, aż o 19 pozycji, jednak w rankingu europejskim UE-25 Polska nadal zajmuje ostatnie miejsce (poziom rozwoju usług e-administracji wśród krajów UE-25 wynosił 75%, tymczasem w Polsce – 53%). Urzędy administracji publicznej świadczyły głównie usługi informacyjne, natomiast niewiele zmieniły się poziom i liczba usług transakcyjnych w porównaniu do 2005 roku. Jest to zdecydowanie trudniejsza w realizacji grupa usług interoperacyjnych urzędnika i klienta, wymagająca projektowania procedur wewnętrznych, integracji rejestrów państwowych i baz danych, stworzenia nowych regulacji organizacyjnych, klasyfikacji oraz zastosowania standardów.

Sukcesem e-administracji w minionym roku było rozpoczęcie obsługi e-deklaracji CIT, PIT i VAT oraz konsekwentna kontynuacja istotnych w skali kraju i UE projektów e-PUAP, STAP, CEPiK i PESEL-2. Zatwierdzony w 2006 roku Plan Informatyzacji Państwa na lata 2007-2010 zakłada kontynuację

⁶ Muciński E., *Inwestowanie przez sieć*, Rzeczpospolita, 292/2006, str. 9

dotychczasowych zadań, a także zachowuje zgodność i spójność z Krajowym Programem Reform na lata 2005-2008⁷.

W Części C Raportu 2006 przedstawiono wyniki badań bazy rozwoju elektronicznej gospodarki w Polsce.

W pierwszej kolejności przedstawiono analizę rozwoju rynku usług elektronicznych. Szerokie spektrum tych usług, dynamicznie rozwijanych w 2006 roku, otwiera usługa e-deklaracji podatkowych, obsługiwanych przez system elektroniczny e-POLTAX. Na rynku czasopism rozpoczęły ekspansję wirtualne kioski gazetowe, a pod koniec roku można było zaprenumerować w formie elektronicznej już 115 gazet i magazynów. E-usługi w Polsce rozpoczął system płatności online PayPal, umożliwiając wysyłanie pieniędzy i przyjmowanie wpłat posiadaczom kont poczty elektronicznej. Do dynamicznie rozwijanych usług on-line w 2006 roku należały usługi infobrokerów (brokerów informacji). Wzrosła o kilkadziesiąt procent wartość rynku reklamy internetowej, a polskie serwisy internetowe zarobiły około 140-150 mln zł. Wiele innych e-usług jak video na życzenie, czy internetowa wypożyczalnia samochodów jest odpowiedzią na potrzeby wciąż rozwijającego się e-ryнку, zwiększając wartość dodaną dla użytkowników sieci Internet.

Części C Raportu 2006 obejmuje także analizę wykorzystania standardów w elektronicznej gospodarce, decydujących o bezpieczeństwie, pewności, jednoznaczności i niezaprzeczalności wymiany danych w sieci Internet. W raporcie przyjęto formułę opisu nowych standardów w kolejnych latach, wpływających na rozwój elektronicznej gospodarki w Polsce. W minionym 2006 roku w centrum zainteresowania rządów i społeczeństw wielu państw były standardy informacyjne dotyczące bezpieczeństwa żywności i możliwości identyfikacji oraz śledzenia produktów żywnościowych (traceability) w łańcuchach dostaw.

Analizę najistotniejszych zmian prawnych w części C Raportu, które miały miejsce w 2006 roku i w istotny sposób wpływają na jej rozwój w przyszłości, rozpoczyna rozporządzenie w sprawie Planu Informatyzacji Państwa na rok 2006. Analizą objęto zarówno program działań w zakresie rozwoju społeczeństwa informacyjnego, jak i priorytety rozwoju systemów teleinformatycznych. W ramach analiz uwzględniono nowelizowane w 2006 roku akty prawne. Konieczność nowelizacji ustawy o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne wynika merytorycznie z realizacji Planu Informatyzacji Państwa. Wdrożenie projektu e-deklaracje wymagało nowelizacji

⁷ *Krajowy Program Reform na lata 2005-2008 na rzecz realizacji strategii Lizbońskiej*, przyjęty przez Radę Ministrów 27.12. 2005,

ustawy o ordynacji podatkowej oraz o zmianie niektórych innych ustaw, a także wielu wydanych do ustawy rozporządzeń. Wśród innych nowelizowanych w 2006 roku ustaw i powiązanych z nimi rozporządzeń znalazły się - ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną, ustawa o podpisie elektronicznym, czy ustawa o Krajowym Rejestrze Sądowym. W prezentowanych analizach aktów prawnych wskazano istotne, z punktu widzenia elektronicznej gospodarki, zmiany i prawdopodobne ich konsekwencje. Rozdział kończą wybrane zagadnienia regulacji prawnych i projekty aktów prawnych, do których w 2006 roku zaliczono - nowelizację prawa farmaceutycznego z uwagi na powstające e-apteki, a także nowelizację ustawy Prawo zamówień publicznych ze względu na zastosowanie podpisu elektronicznego.

Na zakończenie części C Raportu przedstawiono przegląd istotnych inicjatyw z zakresu e-gospodarki o zasięgu ogólnokrajowym oraz kalendarz najważniejszych wydarzeń w obszarze gospodarki elektronicznej, które miały miejsce w 2006 roku. W minionym roku na uwagę zasługuje inicjatywa programu „Uczenia się przez całe życie” Parlamentu Europejskiego, w którym uczestniczyło 27 krajów UE, kraje EFTA i EOG oraz Turcja. Programem skierowanym do dzieci była inicjatywa Komisji Europejskiej ‘Safer Internet Plus’, dotycząca promowania bezpiecznego Internetu dla najmłodszych. Medal Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego oraz Business Centre Club przyznany został w minionym roku dla Unizeto Technologies SA za „Elektroniczny Urząd Podawczy”. System umożliwia przekazywanie informacji do podmiotu publicznego w formie elektronicznej, a jego głównym elementem jest Elektroniczna Skrzynka Podawcza, wystawiająca urzędowe poświadczenia odbioru przyjętych e-dokumentów. Ponadto istotnym osiągnięciem e-administracji Urzędu Miejskiego w Bydgoszczy było udostępnienie Elektronicznego Biura Obsługi Klientów, które pozwala na udział on-line w przetargach publicznych, obsługę spraw wymagających dotąd osobistej wizyty w urzędzie oraz na obsługę przez urząd e-faktur i e-podatków.

W ramach Inicjatywy Wspólnotowej Equal i projektu ElaStan (Promocji Elastycznych Form Zatrudnienia) zainicjowano powstanie E-Centrum Telepracy w Garwolinie, natomiast Łódzki Urząd Pracy udostępnił bezrobotnym bezpłatnie osiemnaście stanowisk komputerowych, w celu poszukiwania pracy w sieci Internet i przygotowania wymaganych na rynku pracy dokumentów.

W podsumowaniu raportu przedstawiono syntetyczną ocenę stanu elektronicznej gospodarki w Polsce w 2006 roku, a także analizę jej słabych i mocnych stron oraz szans i zagrożeń rozwoju.

Część B

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

B1. Społeczeństwo informacyjne

Po kilku latach rozmów o konieczności rozwoju społeczeństwa informacyjnego poprzez zwiększone wykorzystanie technologii IT nie ma potrzeby przekonywania kogokolwiek o słuszności obranej drogi. Szczególnie, że postęp w tym zakresie nie wynika z wymuszonych działań, lecz z potrzeb wszystkich grup społecznych, niezależnie od wieku, płci, wykształcenia, miejsca zamieszkania, czy aktywności zawodowej. Różnice można zauważyć jedynie w rozkładzie akcentów wskazujących na obiektywną tendencję zwiększonych potrzeb korzystania z usług IT poprzez osoby młodsze, aktywne zawodowo, mieszkające w dużych miastach i bardziej wykształcone, co znajduje odzwierciedlenia w wynikach przedstawionych badań. W 2006 roku kontynuowane były programy rządowe wspierane ze środków UE, związane z rozwojem społeczeństwa informacyjnego. Aby nie zatracić powodów, dla których w Unii Europejskiej oraz w polskim rządzie i szeregu instytucji wspomagających rozwój ICT, tak mocno podkreślana była rola rozwoju społeczeństwa informacyjnego warto przypomnieć, że rozwój społeczeństwa informacyjnego i branż sektora IT nie był i nie jest celem samym w sobie, lecz stanowi katalizator przemian organizacyjnych prowadzących do poprawy konkurencyjności, co przekłada się bezpośrednio na rozwój gospodarczy kraju.⁸ Jednak dla ułatwienia i przyspieszenia obrotu gospodarczego konieczne stało się również prawne usankcjonowanie wykorzystania nowoczesnych narzędzi jakim było na przykład stosowanie bezpiecznego podpisu elektronicznego. Dlatego w wyniku wcześniejszych działań od 16 sierpnia 2006 r. zaczęła obowiązywać ustawa z dnia 18 września 2001 r. o podpisie elektronicznym (Dz. U. nr 130 z dnia 15 listopada 2001 r., poz. 1450). Rozwojowi społeczeństwa informacyjnego

⁸ Łacińska-Szewczak A., Okrański A., *Wspieranie rozwoju województwa przez regionalną infrastrukturę społeczeństwa informacyjnego*, Gazeta Prawna nr 68, dod. Urząd i finanse, str. 6, 05.04.2006

pomaga również ostatnio znowelizowana ustawa o Krajowym Rejestrze Sądowym, dzięki której od 1 stycznia 2007 roku zaistniała możliwość korzystania z dostępnej w Internecie Centralnej Informacji Krajowego Rejestru Sądowego. Centralna informacja udostępniona została na stronach WWW Ministerstwa Sprawiedliwości pod adresem <http://www.ms.gov.pl>. Dzięki niej każdy obywatel posługujący się kwalifikowanym podpisem elektronicznym, może złożyć drogą elektroniczną wniosek do sądów rejestrowych lub Centralnej Informacji KRS. Może również odebrać korespondencję z sądów i Centralnej Informacji KRS.⁹ Centralna Informacja KRS umożliwia również bezpłatny wgląd do „podstawowych informacji o podmiotach wpisanych do rejestru przedsiębiorców i do rejestru stowarzyszeń, innych organizacji społecznych i zawodowych, fundacji oraz publicznych zakładów opieki zdrowotnej, w tym również do informacji o organizacjach i podmiotach, które uzyskały status organizacji pożytku publicznego”¹⁰. Informacje te były udostępnione bezpłatnie.

Te działania nie miały jednak dużego przełożenia na ogólny stan rozwoju polskiej e-administracji i według raportu Światowego Forum Gospodarczego Polska pod względem przygotowania administracji do transformacji w drodze do społeczeństwa informacyjnego zajęła dopiero 92 miejsce na 104 państwa.¹¹ Należy jednak stwierdzić, że informatyzacja życia publicznego w Polsce postępuje w coraz szerszym zakresie. Dla przykładu Zakład Ubezpieczeń Społecznych umożliwił od września 2006 r. płatnikom składek (przedsiębiorcom) wgląd do Centralnego Rejestru Ubezpieczonych. Dzięki tej usłudze płatnicy mogli porównać posiadane dane z informacjami zgromadzonymi przez ZUS. Przedsiębiorca z kolei poprzez program „Płatnik” mógł otrzymać listę wszystkich zgłoszonych i nie wyrejestrowanych ubezpieczonych.¹²

Również ważnym elementem rozwoju społeczeństwa informacyjnego staje się powolna przemiana i udostępnianie zarówno prasy jak i książek oraz innych publikacji w formie elektronicznej. Poza digitalizacją zbiorów bibliotecznych i wprowadzaniem treści archiwalnych do istniejących już i powstających bibliotek elektronicznych powstały nowe formy dostępu do prasy codziennej. W październiku 2006 roku można było zaprenumerować aż 115 gazet i magazynów w formie elektronicznej. Ta usługa będzie się rozwijała i wypierała z rynku media drukowane, gdyż jak wynika z danych Jupiter Research w 2005 roku mieszkańcy Wielkiej Brytanii, Francji, Niemiec, Włoch i Hiszpanii po raz pierwszy spędzili

⁹ *Elektroniczny dostęp do Krajowego Rejestru Sądowego*, [w:] <http://www.ms.gov.pl>

¹⁰ Dz. U. z dnia 7 października 1997, nowelizacja z 1.01.2007

¹¹ Zielke M., *Rząd przygotowuje się do e-rewolucji*, Puls Biznesu nr 128, str. 4, 04.07.2006

¹² Walczak A., *Dane z ZUS dostępne dla płatników*, [w:] <http://www.egospodarka.pl>, 27.09.2006

więcej czasu przed komputerem niż czytając tradycyjną prasę. W 2006 roku największym na polskim rynku e-kioskiem był Net Press Digital, oferujący dostęp 40 tys. zarejestrowanych czytelników (w liczbie tej wliczone są również konta testowe) do 71 tytułów. Następnymi pod względem wielkości był kiosk eGazety udostępniający 11 tys. użytkowników możliwość czytania Rzeczpospolitej oraz 30 innych tytułów oraz e-Kiosk, oferujący 14 tytułów czterem tysiącom zarejestrowanych użytkowników.¹³ Kolejnym krokiem w tym zakresie będzie wydawanie prasy na e-papierze, czyli elastycznej karcie umożliwiającej podłączenie do Internetu, zaciąganie informacji i czytanie ich podobnie jak z papierowej gazety.

Przejawem zrozumienia potrzeb społecznych oraz umiejętności wykorzystania nowoczesnych technologii była udostępniona w 2006 roku przez krakowską parafię pod wezwaniem Matki Bożej Zwycięskiej możliwość zamówienia mszy świętej przez Internet oraz złożenia ofiary przy wykorzystaniu elektronicznych form płatności, takich jak autoryzacja karty kredytowej w Internecie czy e-przelew.¹⁴

Powyżej wymienione przykłady rozwoju społeczeństwa informacyjnego są jedynie zwiastunem przemian, które nastąpią w latach 2007-2013. Wskazuje na to wartość alokacji środków przeznaczonych w ramach RPO na rozwój województw i społeczeństwa informacyjnego w latach 2007-2013. Przewidywana wartość wynosi 4,7 mld zł, i jest w stosunku do środków z lat 2004-2007 prawie 8,6 razy większa.¹⁵

B1.1. Profil polskiego użytkownika Internetu

Przedstawione badania dotyczą aspektów rozwoju społeczeństwa informacyjnego. Większość informacji oparta została na corocznych „Badaniach wykorzystania ICT w gospodarstwach domowych i wśród osób indywidualnych”, prowadzonych przez Główny Urząd Statystyczny. W kwietniu 2006 roku GUS przeprowadził badanie na reprezentatywnej próbie ponad 8300 gospodarstw domowych. Łącznie zostało przebadanych w formie wywiadu bezpośredniego prawie 14 tysięcy osób w wieku 16-74 lat. Respondenci pytani byli o korzystanie z ICT w ciągu ostatnich trzech miesięcy poprzedzających badanie, czyli o okres od stycznia do marca 2006 roku, a w niektórych przypadkach pytani byli o

¹³ Lemańska M. *Era e-gazet dopiero nadejdzie*, Rzeczpospolita nr 244, dod. Ekonomia i rynek, str. 3, 18.10.2006

¹⁴ *Zamów mszę przez Internet*, [w:] <http://www.katolicki.net>, 20.09.2006

¹⁵ Głomb Krz., Głomb Kon, Musiejewski W., *Stan wdrażania....*, op.cit., str.30

zachowania i zwyczaje dotyczące ostatnich 12 miesięcy, czyli od kwietnia 2005 r. do marca 2006 r. Większość rozpatrywanych danych odnosi się jednak do trzymiesięcznego okresu badań, zatem:

- ilekroć w tekście rozdziału będzie mowa o Internautach oznaczało to będzie osoby w wieku 16-74 lat, korzystające z Internetu w ciągu ostatnich trzech miesięcy poprzedzających badanie, czyli w czasie pierwszego kwartału 2006 r. Liczba internautów w tym okresie wynosiła 11,8 mln i stanowiła 40,2% osób w tym wieku.
- ilekroć w tekście rozdziału wskaźniki będą odnoszone do liczby „osób” będzie to oznaczało odniesienie do 29,4 milionowej populacji Polaków wieku 16-74 lat, a nie tylko do grupy osób korzystającej z Internetu.

Wyniki przedstawianych badań rozpatrywane były względem określonych w tabeli B1.1-1 kryteriów. Zostały one przedstawione, by dalsza analiza wyników nie pozostawiała wątpliwości co do jednoznacznego określenia analizowanych podgrup internautów.

Precyzyjnie określając liczbę internautów, bez popełnienia błędu można powiedzieć, że w Polsce w kwietniu 2006 roku mieszkało 11,8 mln osób korzystających z Internetu. Jednak prawidłowym będzie również określenie liczby internautów na poziomie 14,1 mln. Różnica wynika z doprecyzowania okresu w którym osoby korzystała ostatni raz z Internetu. Badania GUS-u wykazały, że spośród 29,4 mln osób w wieku 16-74 lat, 11,8 mln (40,2%) korzystało z Internetu w czasie ostatnich trzech miesięcy poprzedzających badanie. Kolejne 1,3 mln (4,4%) korzystało z Internetu w czasie 4-12 miesięcy przed badaniem. Jeśli doliczymy kolejny 1 mln osób (3,3%) korzystających ostatni raz z Internetu ponad rok przed okresem badań będziemy mogli mówić o 14,1 mln (47,9%) polskich internautów.

Podobnie diskutowana może być kwestia ilości osób korzystających z komputerów. Liczności osób mogą wahać się od 14,2 mln osób (48,1%) do 16,9 mln (57,6%) w przypadku wzięcia pod uwagę wszystkich osób kiedykolwiek korzystających z komputerów, nawet jeśli ostatni raz miało to miejsce ponad rok przed badaniem.

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

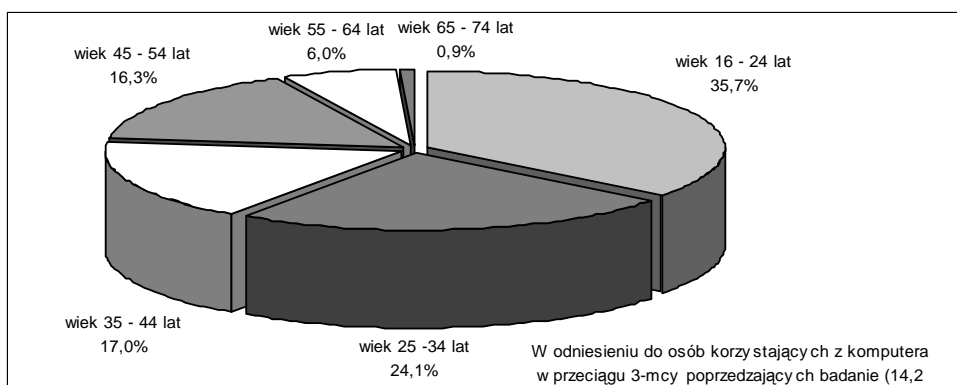
Tabela B1.1-1. Kryteria analizy badań społeczeństwa informacyjnego

Kryterium	Grupa	Podgrupa	Wartości
wiek	16-74 lat	16-54 lat	16-24 lat
			25-34 lat
			35-44 lat
		55-74 lat	45-54 lat
			55-64 lat
			65-74 lat
wykształcenie			podstawowe
			średnie
			wyższe
aktywność zawodowa	aktywni zawodowo	pracujący	pracownicy najemni
		bezrobotni	pracujący na własny rachunek
	bierni zawodowo		uczący się
			emeryci, renciści i pozostałe grupy
miejsce zamieszkania		miasto	powyżej 100 tys. mieszkańców
			do 100 tys. mieszkańców
		wieś	wieś
skład gospodarstwa domowego		bez dzieci poniżej 16 lat	1 osoba dorosła
			2 osoby dorosłe
			3 lub więcej osoby dorosłe
		z dziećmi poniżej 16 lat	1 osoba dorosła
			2 osoby dorosłe
			3 lub więcej osoby dorosłe
dochody gospodarstwa domowego			do 1100 zł
			1101 - 1600 zł
			1601-2500 zł
			powyżej 2500 zł

Źródło: ILiM, na podstawie źródłowych danych GUS

Jeśli wziąć pod uwagę najczęściej rozpatrywany w Raporcie trzymiesięczny okres zaobserwujemy, że w 2006 roku wśród wszystkich osób korzystających z komputerów (14,2 mln) najliczniejszą grupę stanowiły osoby najmłodsze, czyli w wieku 16-24 lat (wykres B1.1-1). Podobnie kształtowała się struktura wiekowa osób korzystających w tym czasie z Internetu, co obrazuje wykres B1.1-2.

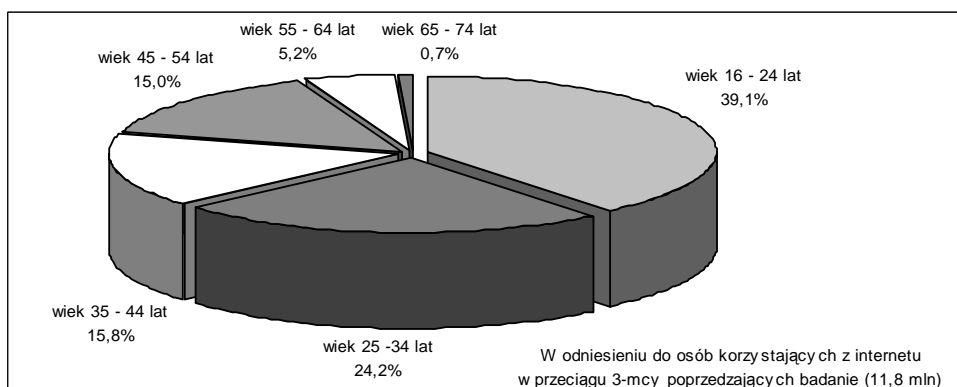
Wykres B1.1-1. Struktura wiekowa osób korzystających z komputerów w okresie styczeń-marzec 2006



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

Następną grupę stanowiły osoby w przedziale wiekowym 25-34 lata z udziałem 24,1%. Wraz ze wzrostem rozpatrywanego przedziału wiekowego internautów malało wykorzystanie komputerów przez te osoby. Najmniej liczną grupę stanowiły osoby w przedziale wiekowym 65 -74 lat (0,9%).

Wykres B1.1-2. Struktura wiekowa osób korzystających z Internetu w okresie styczeń-marzec 2006

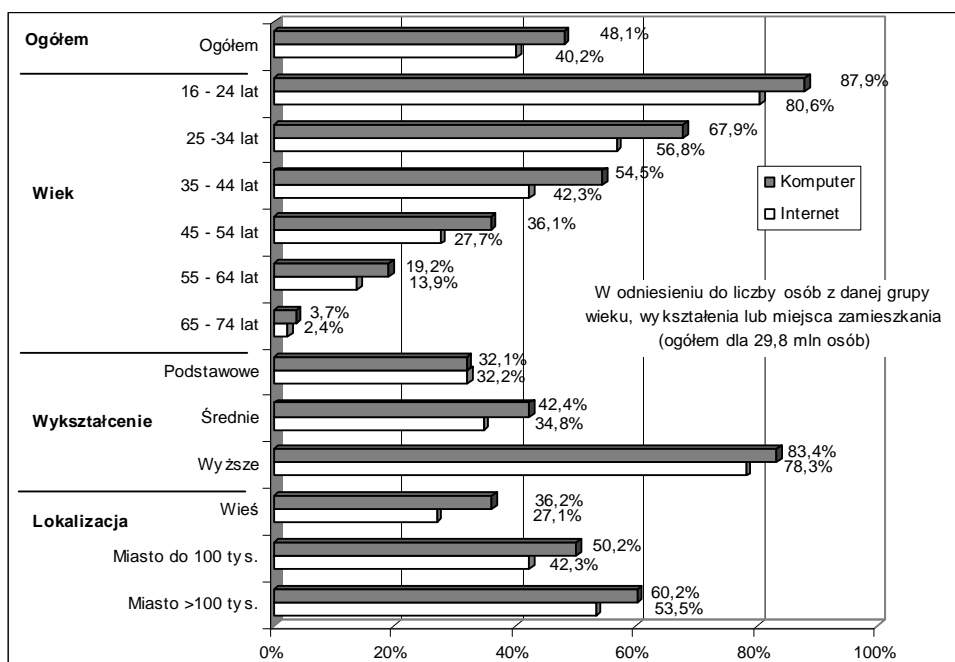


Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

W ciągu ostatnich trzech miesięcy poprzedzających badanie, komputery wykorzystywane były przez co drugiego Polaka (48,1%) w wieku 16-74 lat (wykres B1.1-3). Oznacza to wzrost w stosunku do roku poprzedniego o 7,9%. Dodatkowo 9,5% pracowało przy komputerze wcześniej niż przed trzema miesiącami. Największy odsetek osób korzystających z komputera w pierwszym kwartale 2006 roku można było odnotować wśród grupy posiadającej wyższe wykształcenie (83,4%). Wśród osób z wykształceniem średnim 42,4% posługiwało się komputerem, natomiast wśród osób z wykształceniem podstawowym odsetek ten wynosił 32,1%. Podobnie jak przy innych omawianych statystykach największe wykorzystanie komputerów można było odnotować wśród grupy osób mieszkających w dużych miastach (60,2%). W mniejszych miastach wskaźnik ten był dokładnie o 10 punktów procentowych niższy (50,2%), natomiast na wsiach dostęp do komputera miało 36,2% osób, czyli o 3,4 punktu procentowego więcej niż przed rokiem. Podobnie kształtował się poziom dostępu i korzystania z Internetu przez poszczególne podgrupy osób.

Wykres B1.1-3. Dostęp do komputerów i Internetu w podziale na wiek, wykształcenie i miejsce zamieszkania



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

Najbardziej znaczący wpływ na stopień wykorzystywania Internetu miało zdobyte wykształcenie. Wśród osób z wykształceniem wyższym 78,3% korzystało z Internetu podczas ostatnich trzech miesięcy poprzedzających badanie, osoby z wykształceniem średnim rzadziej korzystały z Internetu (34,8%), natomiast w przypadku osób z wykształceniem podstawowym wskaźnik ten był tylko nieznacznie niższy i wynosił 32,2%. Zbliżony wpływ na dostęp do Internetu miało miejsce zamieszkania badanych osób. Wśród mieszkańców dużych miast oraz miast mniejszych i mieszkańców wsi wskaźnik dostępu do Internetu kształtował się odpowiednio na poziomie: 53,5%, 42,3% oraz 27,1%.

B1.1.1. Wyposażenie gospodarstw domowych w sprzęt ICT

Spółeczeństwo informacyjne bazuje na trzech rozwijających się elementach: powszechnej i dostępnej infrastrukturze informatycznej, zgromadzonych zasobach informacyjnych oraz na systemie kształcenia, dzięki któremu zlikwidowane zostaną bariery związane z korzystaniem z sieci lub z komputerów.¹⁶ W Polsce w 2006 roku 42,7% gospodarstw domowych posiadało komputer stacjonarny, a 7,3% posiadało komputer przenośny. To nie jest dużo, pomimo że w porównaniu z rokiem ubiegłym oznacza to wzrost o 826 tys. gospodarstw, co daje wzrost o 6,6 punktu procentowego. W Szwecji, kraju przodującym w wyposażeniu obywateli w komputery, w dziewięciu na dziesięć gospodarstw domowych znajdował się komputer. To najwyższy wskaźnik w Unii Europejskiej. Tak wysokim wskaźnikiem Szwedzi mogą poszczycić się dzięki przygotowanemu w 1998 roku programowi rządu szwedzkiego, pozwalającemu na odliczanie wydatków na komputer od wynagrodzenia oraz zwolnieniu komputerów z VAT-u. Szwedzi nie są jedynym dobrym przykładem pokazującym sposób na zwiększenie stopnia skomputeryzowania gospodarstw domowych. Inne kraje jak Wielka Brytania, Francja, Bułgaria, Rumunia, czy Węgry opracowały zbliżone programy ułatwiające mieszkańcom zakup komputerów.¹⁷ Trudno jest powiedzieć dlaczego w Polsce nie można opracować podobnego systemu. Być może rząd obawia się zmniejszenia wpływów do budżetu z tytułu podatku VAT, który jest największym źródłem dochodów państwa sięgającym 43%¹⁸ całkowitej wartości dochodu. Dzięki środkom unijnym Polska stoi przed dużą szansą rozwojową. W latach 2007-2013 na cele rozwojowe przeznaczonych będzie 500 mld zł dofinansowania. Być może

¹⁶ Wojciechowska-Szac M., Bojarska I., Białobłocki T., *Rozwój społeczeństwa informacyjnego szansą na rozwój własnego regionu*, [w:] <http://www.serwissamorządowy.pl>

¹⁷ Chmielarz W., *Europa popiera e-społeczeństwo*, Puls Biznesu nr 105, dod. Biznes i technologia, str. 7, 31.05.2006

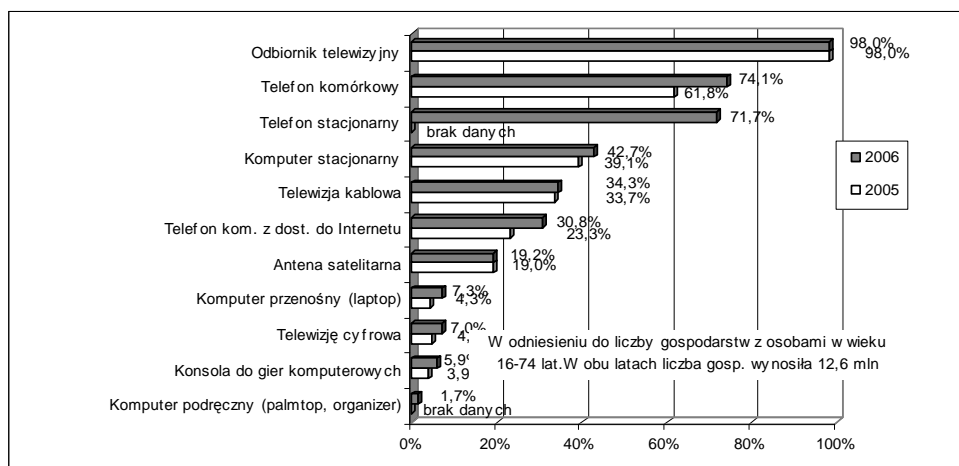
¹⁸ *Ustawa budżetowa na rok 2007*, [w:] <http://mf.gov.pl>, 25.01.2007

to spowoduje, że do roku 2013 zmaleje różnica w wyposażeniu gospodarstw domowych w Polsce w stosunku do pozostałych krajów UE. Aby tak się stało, uzyskane środki powinny zostać zainwestowane w najnowsze technologie służące rozwojowi i budowaniu w Polsce społeczeństwa informacyjnego.¹⁹ Do tej pory poziom wyposażenia gospodarstw domowych w urządzenia informacyjno-telekomunikacyjne był znacznie zróżnicowany i zależał od wysokości dochodu, miejsca zamieszkania i liczby posiadanych na utrzymaniu dzieci. Według danych GUS w marcu 2006 roku było 12,6 mln gospodarstw domowych z osobami w wieku 16-74 lat, czyli dokładnie tyle, co rok wcześniej. Analizując wyniki badań można było zauważyć, że wyposażenie gospodarstw w odbiorniki telewizyjne osiągnęło stan nasycenia, gdyż w 2006 roku posiadało je tyle samo gospodarstw co w roku poprzednim, czyli 98%. (wykres B1.1-4). W kolejności popularności następne miejsce zajmował telefon komórkowy (74,1%, w 2005 roku 61,8%), następnie telefon stacjonarny (71,7%) oraz komputer stacjonarny (42,7%, w 2005 roku 39,1%). W porównaniu z rokiem 2005 widać bardzo duży, bo aż 68,1% przyrost ilości gospodarstw wyposażonych w komputery przenośne (laptopy). Duży przyrost zanotowano również w wyposażeniu gospodarstw domowych w telewizję cyfrową (51,5%) oraz konsole do gier (51,6%). Jednak pomimo dużej dynamiki wzrostu tego sprzętu trzeba zauważyć, że przekładając przyrost procentowy na ilość oznacza to, że w przypadku komputerów przenośnych (laptopów) liczba gospodarstw w nie wyposażona wzrosła o 400 tys., a w przypadku telewizji cyfrowej jedynie o 300 tys., w przypadku telefonów komórkowych przyrost wynosił 19,9%, czyli o 1,5 mln. W przypadku komputerów stacjonarnych przyrost wynosił 9,3%, co w przełożeniu na liczby daje wartość bezwzględną przyrostu 600 tys. gospodarstw.

Na stopień wyposażenia gospodarstw domowych duży wpływ miała wysokość miesięcznego dochodu. Generalna, łatwa do przewidzenia tendencja wskazywała wzrost stopnia wyposażenia gospodarstw postępującą wraz ze wzrostem dochodu. Im wyższy dochód, tym lepiej było wyposażone gospodarstwo domowe. Zgodnie z danymi przedstawionymi na wykresie B1.1-5 można zauważyć, że w większości przypadków zależność ta jest liniowa, jednak występują pewne dobra luksusowe, takie jak telefon komórkowy z dostępem do Internetu, komputer przenośny, czy antena satelitarna, których stopień użycia wzrasta po przekroczeniu pewnej wartości dochodu. Ciekawą tendencję wykazuje telefonia stacjonarna, której tempo wzrostu wyposażenia gospodarstw domowych zmniejsza się wraz ze wzrostem wartości uzyskiwanego dochodu rodziny.

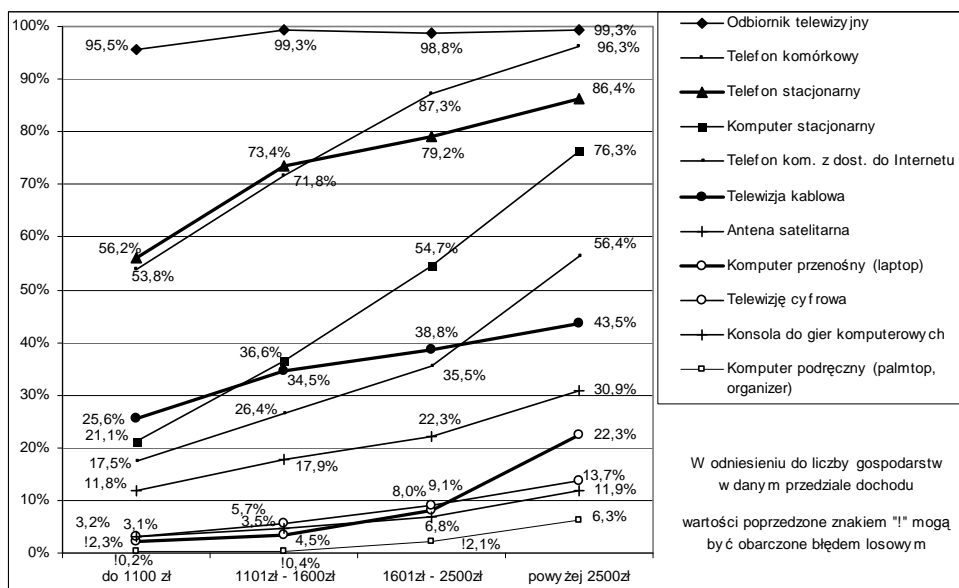
¹⁹ Chmielarz W., *Europa ...*, op. cit., str. 7

Wykres B1.1-4. Wyposażenie gospodarstw domowych w urządzenia informacyjno-telekomunikacyjne w latach 2005-2006



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2005 i 2006

Wykres B1.1-5. Wyposażenie gospodarstw domowych w urządzenia informacyjno-telekomunikacyjne w zależności od uzyskiwanego miesięcznego dochodu

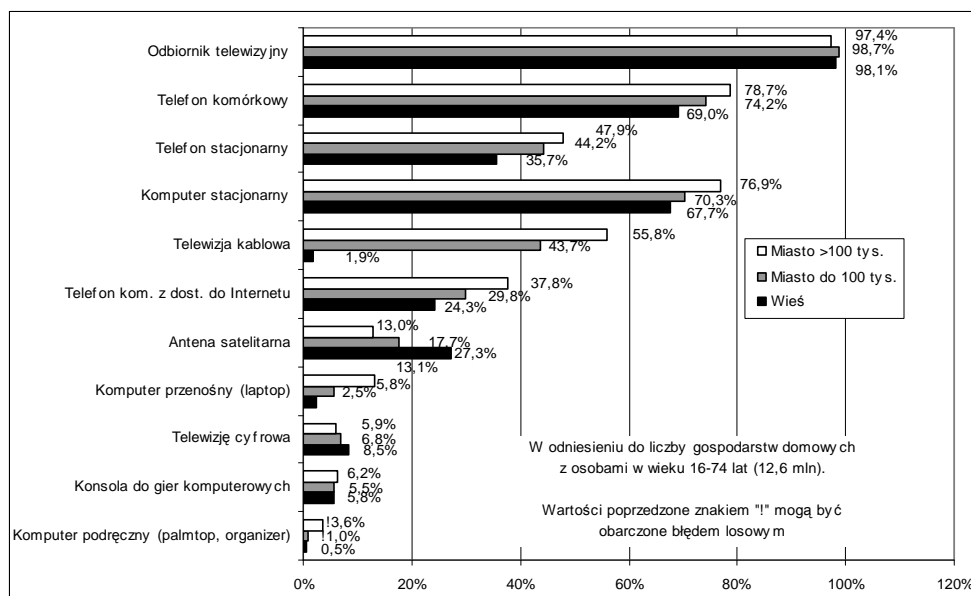


Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

Występowała również zależność wskazująca miejskie gospodarstwa domowe jako lepiej wyposażone od wiejskich (wykres B1.1-6). Odstępstwami od tej reguły, podobnie jak w poprzednim roku, była dominująca liczba anten satelitarnych na wsiach (27,3%) w porównaniu z ośrodkami miejskimi (13%). Występująca tutaj zależność była wynikiem różnej dostępności sieci telewizji kablowej w miastach i na wsiach. Ponieważ na wsiach dostęp do telewizji kablowej był w 2006 roku znikomy (1,9%), stąd występowała duża potrzeba podłączania własnych anten satelitarnych. Z kolei w miastach telewizja kablowa była o wiele bardziej popularna. Stopień wyposażenie gospodarstw był na poziomie 55,8%. Dlatego mieszkańcy miast rzadziej odczuwali potrzebę montowania własnych anten telewizji satelitarnej. Miejskie gospodarstwa domowe częściej posiadały telefon komórkowy (przynajmniej jeden) – średnia dla miast wynosiła 76,5% i była wyższa w stosunku do roku 2005 o 11,5 punktu procentowego, podczas gdy na wsiach 69%, co oznacza wzrost w stosunku do roku poprzedniego o 14 punktów procentowych. Rozkład właścicieli konsoli do gier był zbliżony i we wszystkich gospodarstwach wynosił średnio 5,9%.

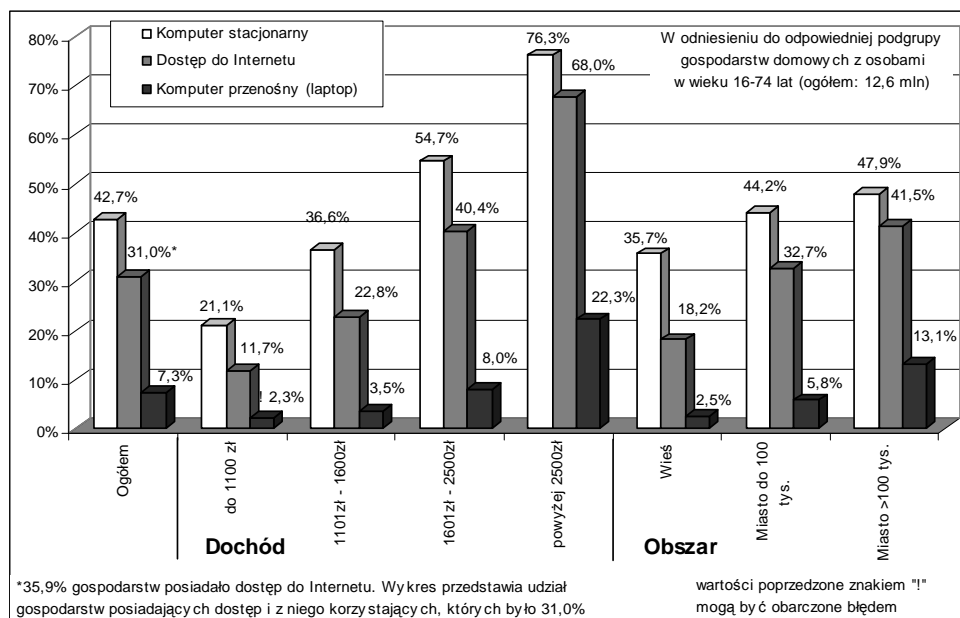
Wykres B1.1-6. Wyposażenie gospodarstw domowych w sprzęt ICT w zależności od miejsca zamieszkania.



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

Badania GUS-u z 2006 roku wskazują na pełniejsze wyposażenie w komputery miejskich gospodarstw domowych niż gospodarstw wiejskich. Badania wskazują również na bardziej powszechny dostęp do Internetu w dużych miastach, niż miało to miejsce w przypadku mniejszych miast i wsi (wykres B1.1-7). Posiadanie komputera w dużym mieście deklarowało 47,9% gospodarstw, przy jednoczesnym korzystaniu z Internetu 41,5% gospodarstw. Na wsiach komputer był obecny średnio w co trzecim gospodarstwie (35,7%), a Internet w co piątym (18,2%). Porównując dostępność Internetu w wiejskich gospodarstwach z rokiem 2005, w którym wskaźnik wynosił 18,8%, można zauważyć regres. Jest to jednak zjawisko pozorne i wynika z uszczegółowienia pytań GUS podczas ostatniej edycji badań. Wyniki z roku 2006 dotyczyły gospodarstw wiejskich posiadających dostęp do Internetu i korzystających z niego (18,2%). Dodatkowo 6,9% gospodarstw posiadało dostęp do Internetu, jednak z niego nie korzystało. W roku 2005 nie występowało takie rozróżnienie. Zatem chcąc porównywać dostępność Internetu na wsiach w ostatnich dwóch latach należy zestawić wartości z roku 2005 (18,8%) z sumą wartość 18,2% + 6,9% wynoszącą 25,1%.

Wykres B1.1-7. Wyposażenie gospodarstw domowych w komputer oraz dostęp do Internetu wg dochodu i obszaru

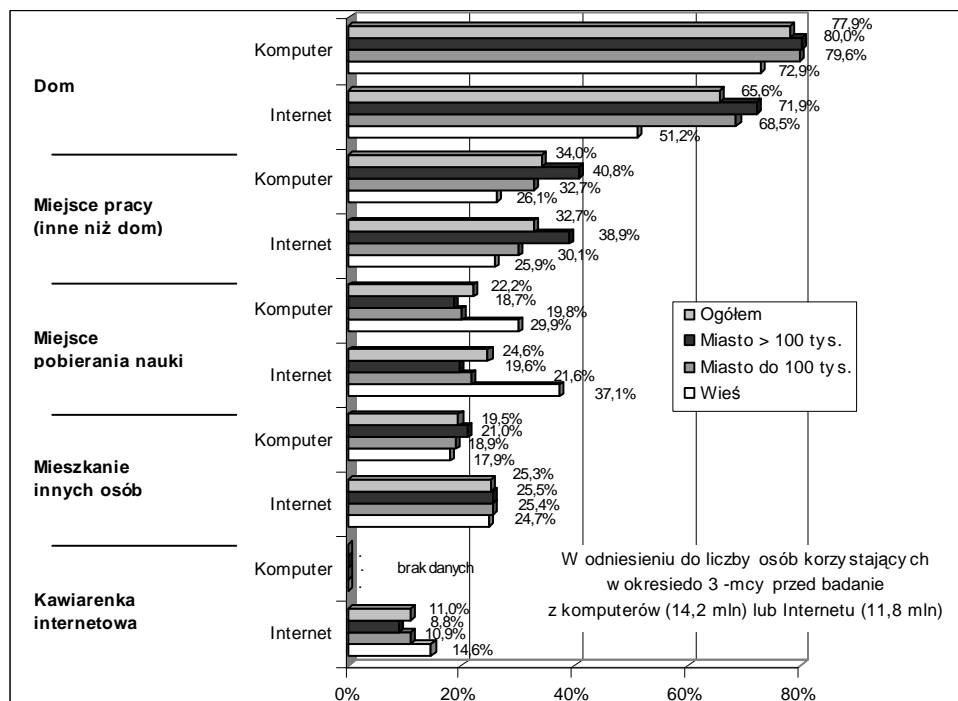


Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

B1.1.2. Miejsce korzystania z komputera i Internetu

W okresie pierwszego kwartału 2006 roku pracę z komputerem deklarowało 14,2 mln osób (48,1% badanych). Oznacza to wzrost w stosunku do roku 2005 o 0,9 mln osób, czyli o 6,7%. W tym samym okresie z Internetu korzystało 11,8 mln osób (40,2% badanych). Oznacza to wzrost wykorzystania Internetu o 13,4% w stosunku do drugiego kwartału 2005 roku, gdy z Internetu korzystało 10,4 mln osób (35,1% badanych). Podobnie jak w roku ubiegłym najczęściej pracowano na komputerze w domu (77,9%). Tu również najczęściej, bo w 65,6% przypadków, korzystano z Internetu (wykres B1.1-8). Mniej popularnym miejscem korzystania zarówno z Internetu, jak i z komputerów było miejsce pracy. W miejscach pracy styczność z komputerem i Internetem mieli najczęściej mieszkańcy dużych miast. Na wsiach dominującym miejscem dostępu do komputerów i Internetu okazywało się miejsce pobierania nauki oraz kawiarenki internetowe.

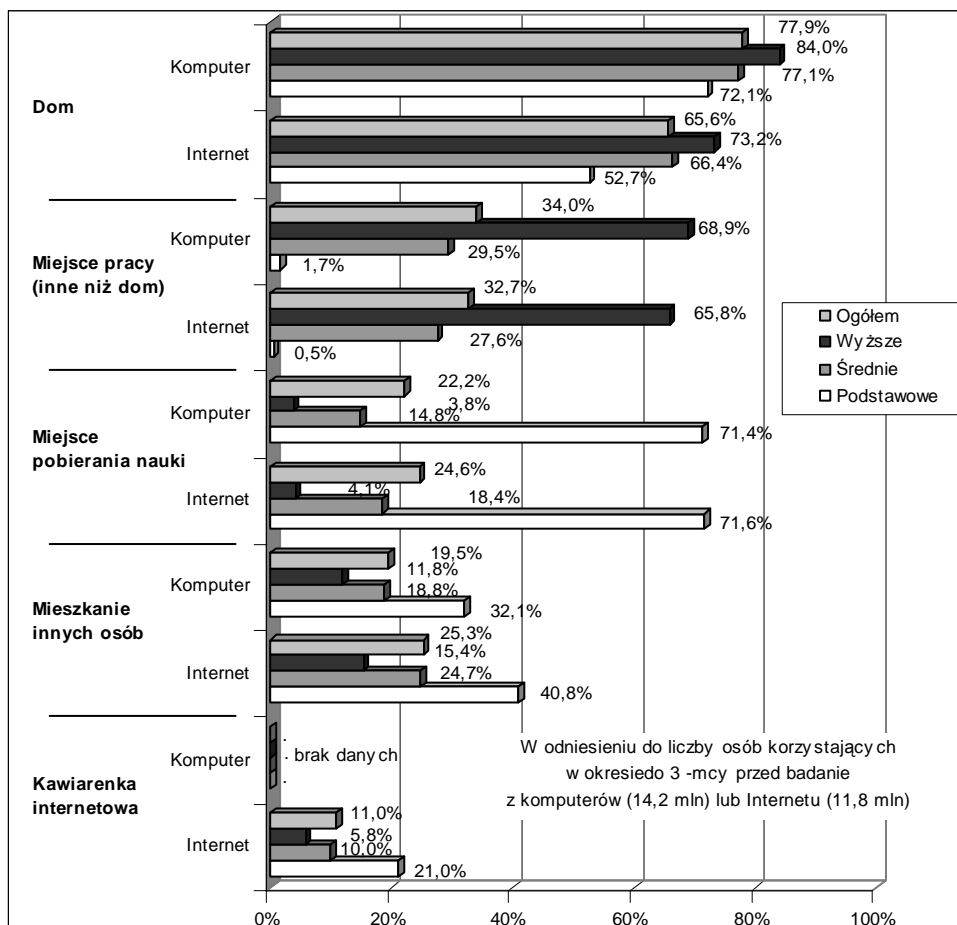
Wykres B1.1-8. Miejsce korzystania z komputerów lub Internetu wg miejsca zamieszkania przez osoby w wieku 16-74 lat



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

Rozpatrując poziom zdobytego wykształcenia jako czynnik grupujący można zauważyć, że osoby z wykształceniem wyższym częściej pracowały z wykorzystaniem komputera oraz częściej korzystały z Internetu w domu i w pracy (wykres B1.1-9). Osoby z wykształceniem podstawowym, a więc osoby młode, dopiero uczące się najczęściej korzystały z Internetu oraz pracowały z komputerem w miejscach pobierania nauki.

Wykres B1.1-9. Miejsce korzystania z komputerów lub Internetu w zależności od wykształcenia osób w wieku 16-74 lat

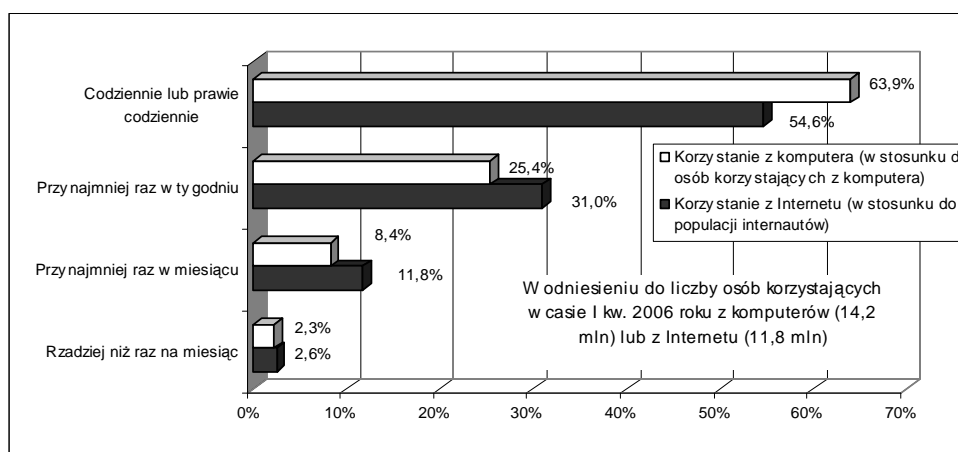


Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

B1.1.3. Częstotliwość korzystania z komputera i Internetu

Wyniki badania GUS-u wskazują, że w pierwszym kwartale 2006 roku pracowało przy komputerze 14,2 mln osób. Spośród tej grupy 63,9% pracowało przy komputerze codziennie lub prawie codziennie. W stosunku do roku poprzedniego oznacza to niewielki wzrost, bo zaledwie o 0,9 punktu procentowego. Przynajmniej raz w tygodniu pracowało przy komputerze 25,4%, czyli o 1,6 punktu procentowego mniej niż przed rokiem (wykres B1.1-10). Kształtująca się tendencja wskazuje, że wzrosła liczba osób pracująca codziennie przy komputerze, a zmniejszyła się liczba osób pracująca rzadziej, jednak przynajmniej raz w tygodniu. Uprawniony jest wniosek, że niektóre osoby pracujące w poprzednim roku przy komputerze przynajmniej raz w tygodniu, w roku 2006 zaczęły pracować codziennie lub prawie codziennie.

Wykres B1.1-10. Częstotliwość korzystania z komputera i Internetu



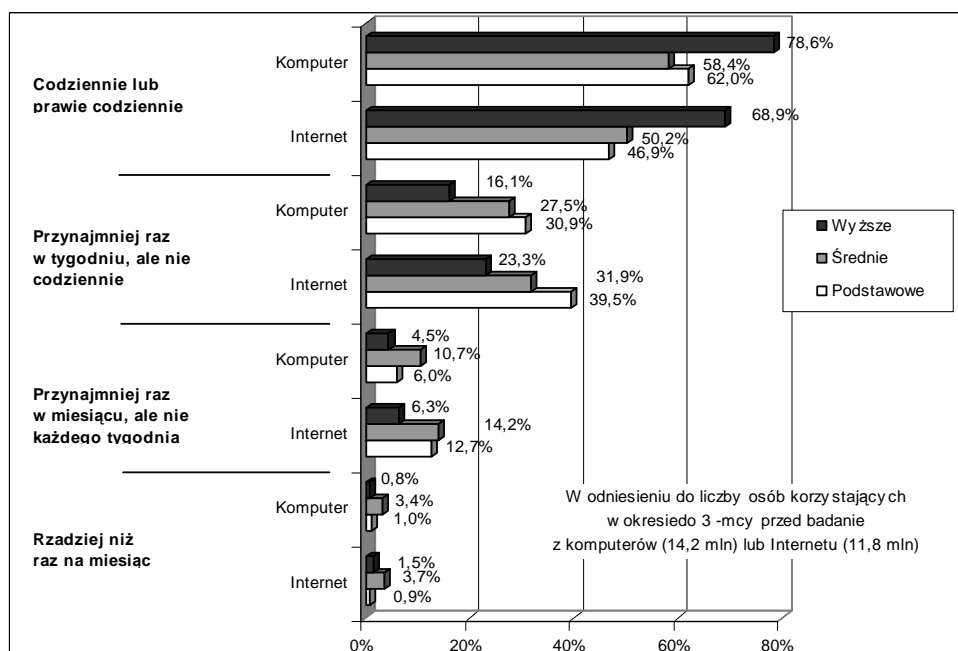
Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

Analizując wyniki badań należy stwierdzić, że codziennie lub prawie codziennie z komputera korzystało 78,6% osób z wyższym wykształceniem, a z Internetu 68,9% tej grupy osób (wykres B1.1-11). Natomiast wśród grupy osób z wykształceniem średnim odpowiednio z komputera korzystało 58,4% i Internetu 50,2%. Dla osób z wykształceniem podstawowym wskaźniki te wynosiły 62% i 46,9%. Rzadziej niż raz w miesiącu z komputera i z Internetu korzystało niewiele osób (poniżej 2,3% i 2,6%). Należy zwrócić uwagę, że podane wartości

procentowe odnoszą się do wszystkich osób korzystających z komputera lub Internetu.

GUS przeprowadził również badania częstotliwości korzystania z komputera i z Internetu w zależności od wielkości miejscowości, w której mieszkali użytkownicy. Codzienne korzystanie z komputera deklarowało 72,4% osób mieszkających w miastach powyżej 100 tys. mieszkańców, a z Internetu 64,9%. W mniejszych miastach z komputera korzystało 63,3%, a z Internetu 53,8%, natomiast na wsi z komputera korzystało 52,8%, a z Internetu 38,6% (wykres B1.1-12).

Wykres B1.1-11. Częstotliwość korzystania z komputera i Internetu w zależności od poziomu wykształcenia

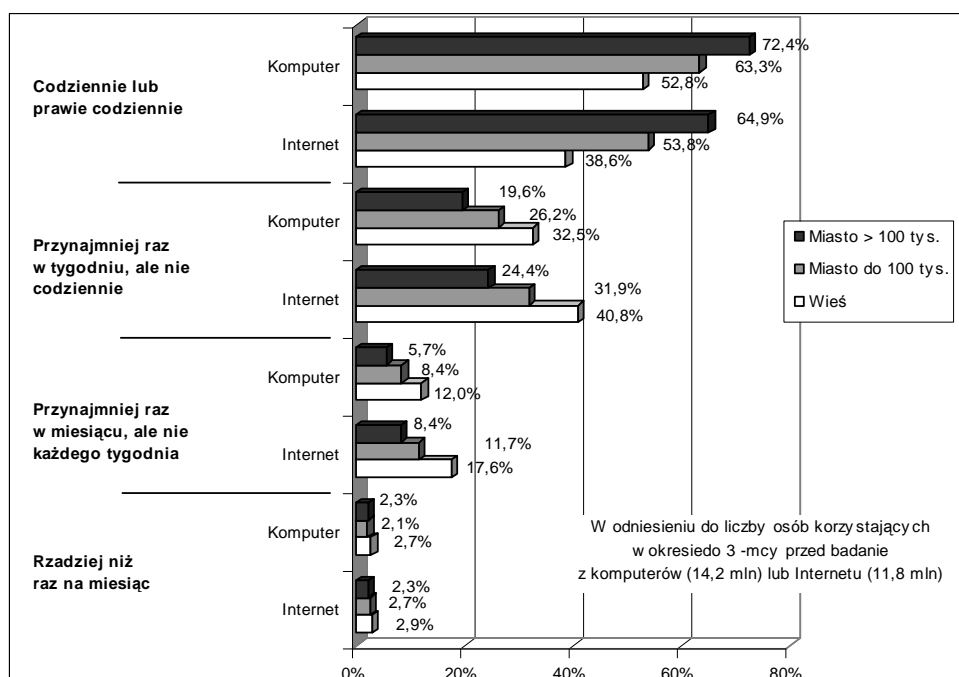


Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

Analizując dane GUS-u zauważa się duże zróżnicowanie intensywności korzystania z komputerów i Internetu w zależności od badanej grupy użytkowników. Z komputerów i Internetu częściej i intensywniej korzystali ludzie młodszy niż starsi, osoby z wyższym wykształceniem niż osoby z wykształceniem średnim i niższym, mieszkańcy dużych miast częściej niż mieszkańcy mniejszych miast, czy wsi. Wykorzystanie Internetu i komputerów znacznie przekraczające

średni poziom można było zauważyć wśród osób uczących się. Większość z nich korzystała z komputera codziennie lub prawie codziennie (70,4%), a z Internetu codziennie lub prawie codziennie korzystało 55,3%. Niewielkie zróżnicowanie występowało ze względu na płeć. Mężczyźni korzystali częściej z dóbr informatycznych z przewagą kilkunastu procent w stosunku do kobiet, co w przełożeniu na punkty procentowe dawało do kilku pojedynczych punktów procentowych przewagi.

Wykres B1.1-12. Częstotliwość korzystania z komputera i Internetu w zależności od miejsca zamieszkania

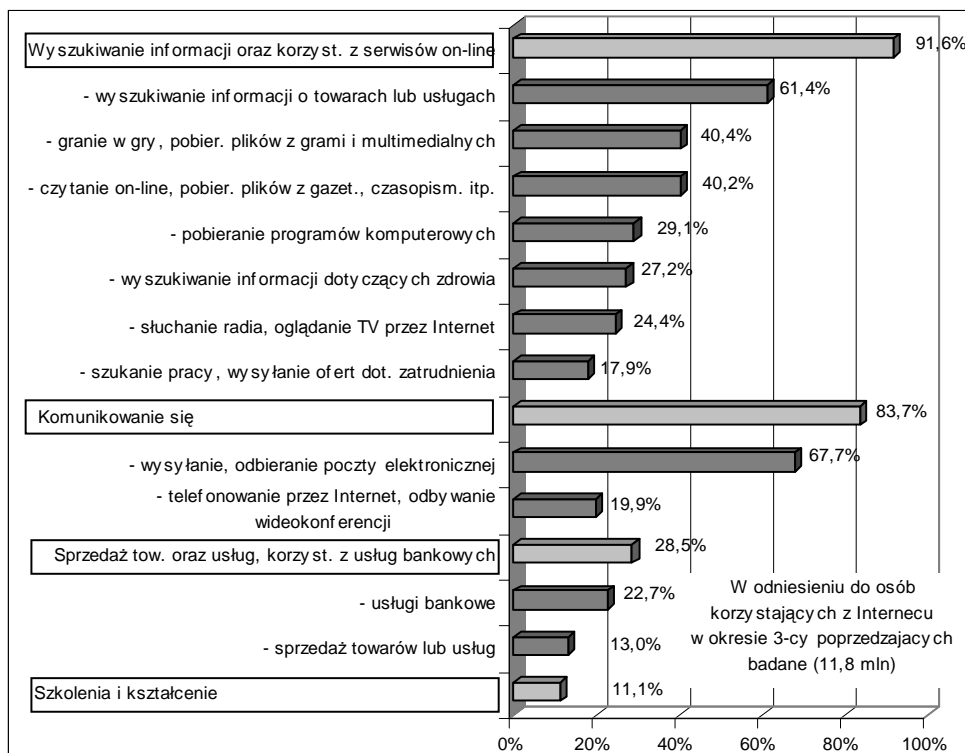


Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

B1.1.4. Cel korzystania z Internetu

Wyszukiwanie informacji oraz korzystanie z serwisów on-line stało się głównym celem korzystania z Internetu dla 91,6% internautów (wykres B1.1-13). Komunikowanie się (83,7%) spadło w stosunku do roku 2005 na drugą pozycję. Wyniki dla grupy kobiet i mężczyzn podlegały ogólnej regule nieznacznie większego korzystania z Internetu przez mężczyzn.

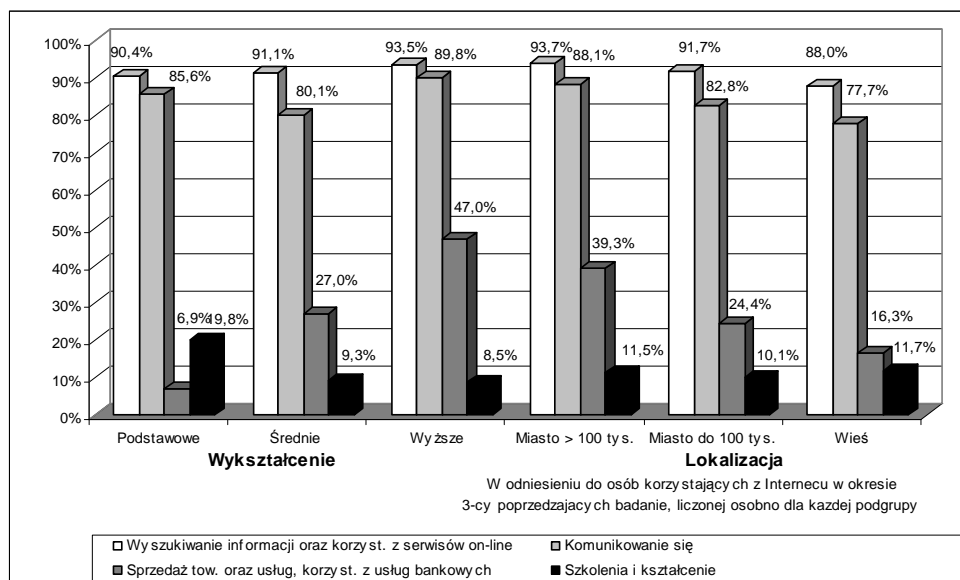
Wykres B1.1-13. Powody korzystania z Internetu



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

W wyniku podzielenia internautów na grupy związane z poziomem posiadanego wykształcenia oraz miejscem zamieszkania (wykres B1.1-14) zauważymy, że wyszukiwanie informacji było najważniejszym powodem korzystania z Internetu dla wszystkich grup internautów, z niewielkim spadkiem wskazanym przez mieszkańców wsi. Z Internetu w celach komunikacyjnych korzystali również na zbliżonym poziomie wszyscy internauci poszczególnych grup. Jednak najmniej zainteresowani byli tą możliwością internauci w grupie osób z wykształceniem średnim oraz osoby w mniejszych miejscowościach i na wsiach. Możliwość sprzedaży towarów oraz korzystania z usług bankowych była szczególnie ważna dla grupy osób z wykształceniem wyższym (47%) oraz w dużych miastach (39,3%). Natomiast z powodów edukacyjnych najczęściej z Internetu korzystały osoby z wykształceniem podstawowym (19,8%).

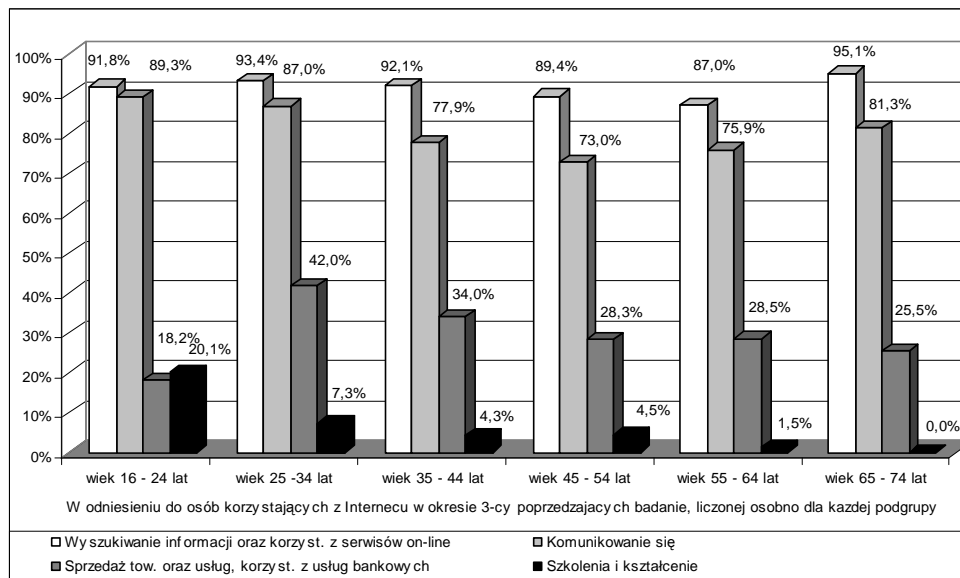
Wykres B1.1-14. Powody korzystania z Internetu w zależności od wykształcenia i miejsca zamieszkania



Źródło: *Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006*

Analizując wiek użytkowników Internetu należy stwierdzić, że miał on nieduży wpływ na cel korzystania z Internetu, jakim była możliwość wyszukiwania informacji i korzystania z serwisów on-line. Ten cel korzystania z Internetu wskazało od 87% do 95,1% respondentów we wszystkich grupach wiekowych (wykres B1.1-15). Drugą w kolejności wymienianą przyczyną korzystania z Internetu była możliwość komunikowania się. Ta przyczyna silnie motywowała wszystkich internautów, szczególnie osoby młode - w wieku 16-24 lat (89,3%). Grupa osób w wieku 25-34 lat szczególnie ceniła możliwość sprzedaży i zakupu towarów oraz korzystania z usług bankowych (42%). Natomiast możliwość lub konieczność szkolenia i kształcenia przyciągała do Internetu 20,1% najmłodszych internautów.

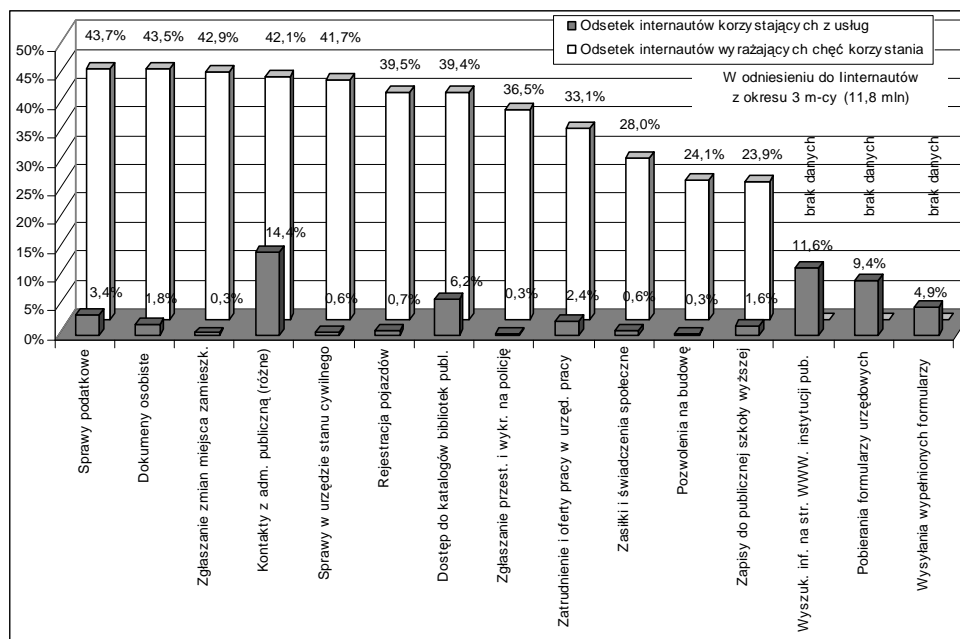
Wykres B1.1-15. Powody korzystania z Internetu w zależności od wieku Internauty



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

Wielu internautów odczuwało potrzebę korzystania poprzez Internet z usług administracji publicznej. Potrzeby w tym zakresie były ogromne i dotyczyły prawie połowy (43,7%) internautów. Najbardziej odczuwana była potrzeba realizacji spraw podatkowych (43,7%) oraz w podobnym stopniu możliwości aplikowania i uzyskiwania dokumentów osobistych, możliwości elektronicznego zgłaszania zmian miejsca zamieszkania oraz realizacji spraw w urzędach stanu cywilnego (wykres B1.1-16). Niestety dostępność takich usług była na tyle mała, że zaledwie nielicznym internautom udało się z nich skorzystać. Stosunek potrzeb do możliwości realizacji był kilkudziesięciokrotny. Czołowe miejsca w tym zestawieniu zajmowała możliwość aktualizacji danych dotyczących miejsca zamieszkania – 129 razy więcej internautów chciałoby mieć taką możliwość w stosunku do internautów, którzy skorzystali z takiej usługi. W drugiej kolejności, przy 127-krotnej różnicy, znalazła się potrzeba umożliwienia zgłaszania on-line przestępstw i wykroczeń na policję.

Wykres B1.1-16. Potrzeby internautów w zakresie korzystania z usług administracji publicznej z wykorzystaniem Internetu



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

Brak udostępniania usług przez urzędy nie był jednak najważniejszym powodem niskiego ich wykorzystania. Ta przyczyna zajmowała trzecie miejsce w kolejności ze wskaźnikiem wynoszącym 21,3%. Częściej skazywanym powodem była chęć osobistego załatwienia sprawy (21,6%), co wskazywałoby na potrzebę bieżącej konsultacji i ewentualnej korekty prowadzonych działań. Jednak najczęściej wskazywaną przyczyną była obawa o bezpieczeństwo przekazywanych danych (23,1%). Wynikała ona z nadal niskiego zaufania do działania systemów informatycznych. Dwie najważniejsze przyczyny tracą na swoim znaczeniu w przypadku udostępnienia przez urzędy sprawnie działających i bezpiecznych systemów on-line. Systemy te poza funkcjami czysto bazodanowymi, związanymi z wypełnianiem formularzy i przekazywaniem danych, powinny zostać wzbogacone o dobrze skonstruowane poradniki, napisane komunikatywnym językiem mówionym, a nie językiem urzędowym. Dzięki nim internetowy petent byłby w stanie samodzielnie i prawidłowo obsłużyć system informatyczny on-line, a zaufanie do elektronicznej administracji publicznej szybko wzrośnie wraz z rozszerzaniem się gamy usług i pozytywnymi doświadczeniami internautów.

B1.2. Infrastruktura i technologia

Według danych firmy badawczej Point Topic, pod koniec września 2006 roku na świecie było 263,8 mln szerokopasmowych łączy internetowych, co oznacza wzrost do poprzedniego roku o 33,3%. Najpopularniejszymi były łączy DSL, których udział w światowym rynku wynosił 65,6%. W Europie udział ten był jeszcze większy. Wynosił 82% dla całej Europy i 74% dla Polski. Liczba łączy DSL na świecie wynosiła we wrześniu 2006 roku 137 mln, co oznacza wzrost w stosunku do roku poprzedniego o 39%. W Europie przyrost wyniósł 40% osiągając liczbę 60,3 mln, natomiast w Polsce przyrost był najszybszy i wyniósł 60,1% osiągając tym samym liczbę 1,67 mln łączy DSL.²⁰ Wszystko wskazuje na to, że DSL będzie się nadal rozwijał. Drugie miejsce pod względem ilości łączy internetowych przypadło w udziale sieciom telewizji kablowej i wszystko wskazuje na to, że sieci te będą się nadal rozwijały. Przyczyną najszybszego rozwoju wspomnianych dwóch technologii jest możliwość bazowania na funkcjonujących już strukturach sieci telefonii stacjonarnej lub telewizji kablowej, dzięki czemu wyeliminowane są koszty tworzenia nowej struktury sieci i rozprowadzania kabli, co znacznie obniża koszty przyłączenia pojedynczego abonenta. Z tego samego powodu dobrze rozwijają się bezprzewodowa technologia WiMax.²¹ Również bezprzewodowa technologia dostarczania Internetu przez operatorów GSM ma szansę powodzenia. Wstrzymują ją jednak niskie parametry łączy i niski transfer danych. Operatorzy z tego powodu nie zapewniali minimalnego gwarantowanego transferu, który zależał zarówno od miejsca pobytu mobilnego internauty oraz od aktualnego obciążenia nadajnika. W 2006 roku duże miasta wyposażone były najlepiej w infrastrukturę łączy szybkiego Internetu. Na wsiach sytuacja wyglądała najgorzej. Jednak sytuacja ta może się zmienić, gdyż jak zapowiedziała w marcu 2006 roku Komisarz Rolnictwa UE – pani Mariann Fischer Boel zostanie przeznaczonych 70 mln euro na rozwój obszarów wiejskich w latach 2007-2013, a część z tych pieniędzy będzie mogła być wykorzystana na rozwój technologii informatycznych.²² W 2006 roku prowadzone były już prace nad rozprowadzeniem Internetu na szerszych obszarach wykraczających poza obręb dużych miejscowości i tak na przykład w Wielkopolsce stworzono plany pokrycia wszystkich obszarów wiejskich szerokopasmową siecią internetową i doprowadzenia do każdej gminy sieci światłowodowej, a następnie jej rozprowadzenie do indywidualnych odbiorców. Szacuje się, że same przyłącza

²⁰ Świderek T., *Na świecie...*, op. cit., str. 9.

²¹ Świderek T., *Liczba łączy wzrosła o 70%*, Gazeta Prawna nr 228, str. 5, 23.11.2006

²² Słojewska A., *Sieć sprzyja gospodarce*, Rzeczpospolita nr 69, dod. Ekonomia i rynek str. 1, 22.03.2006

tworzonej sieci będą miały długość około 2300 km, a wartość całej inwestycji wyniesie prawie miliard złotych²³. Budowa Wielkopolskiej Sieci Szerokopasmowej jest jednym z najważniejszych projektów prowadzonych w ramach projektów kluczowych Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2007-2013.

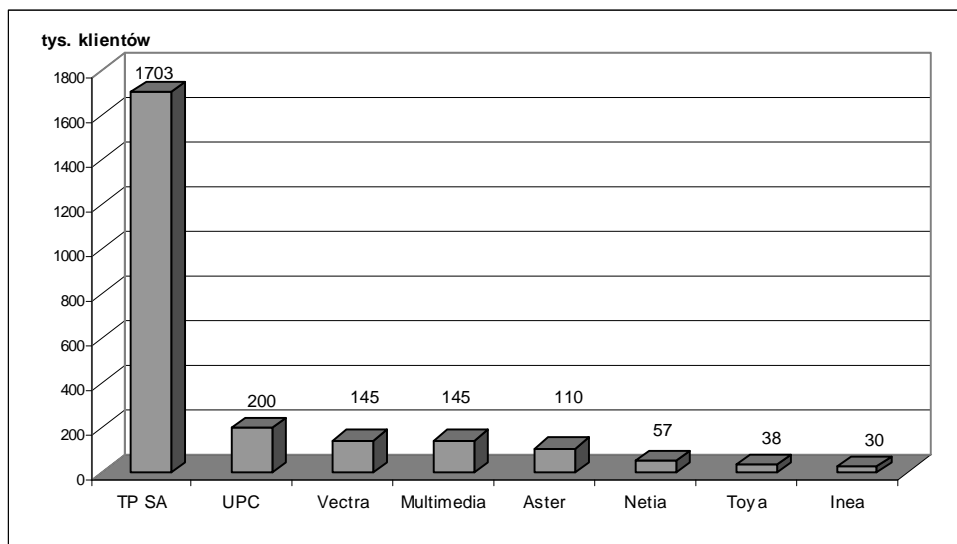
W 2006 roku największym dostawcą szybkiego Internetu była Telekomunikacja Polska SA. Drugim dostawcą pod względem ilości łączy był UPS, a trzecim Multimedia (wykres B1.2-1). Najtańsze usługi skierowane do najszerszej grupy klientów oferowała GTS Energis, następnie Netia. Różnica w cenach pomiędzy najniższymi ofertami, a propozycją TP SA zaczynała się od 14 zł miesięcznie dla łączy o mniejszej przepustowości, aż do wartości 30 zł w przypadku szybszych łączy²⁴. Pomimo wyższych cen TP SA nadal utrzymywała miesięczne limity transferu danych, po którego przekroczeniu zmniejszała o połowę przepustowość łącza. Sytuacja ta zmieniła się po akcji promocyjnej Netii, która korzystając z wprowadzonej przez TP SA zmiany regulaminu świadczenia usług namawiała internautów do wypowiedzenia warunków umowy Telekomunikacji Polskiej SA, gdyż ze względu na zmianę regulaminu klienci mogli rozwiązać wypowiedzieć umowę bez konsekwencji. Podczas tej akcji Netia kusiła klientów skorzystaniem z własnej oferty, bez nałożonego limitu na transfer danych.

W 2006 roku sumarycznie operatorzy udostępniali Internet 35,9%, czyli 4,5 mln gospodarstw domowych, w których mieszkały osoby w wieku 16-74 lat. Przy wskaźniku dla krajów Unii Europejskiej wynoszącym 48% jest to nadal niewiele (wykres B1.2-2). Internet szerokopasmowy dostarczany był również przez operatorów telefonii komórkowej. Jednak w 2006 roku poprawnie działał jeszcze na niewielkim obszarze, sprowadzającym się głównie do centrów dużych miast. W dalszej odległości transfer okazywał się na tyle niestabilny, że nie można było swobodnie korzystać z tego rodzaju łączy.

²³ Łuczak J. *Światłowód w każdej gminie*, Gazeta Wyborcza nr 228, dod. Poznań, str. 3, 29.06.2006

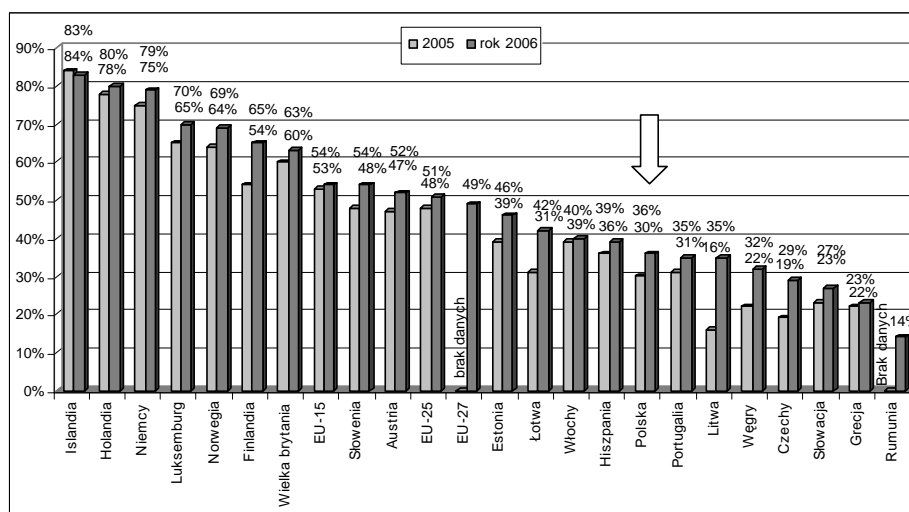
²⁴ Świderek T., *Najtańszy Internet oferują GTS Energis, Dialog i Netia - raport Gazety Prawnej i Radia PIN*, Gazeta Prawna, str. 4, 12.03.2007

Wykres B1.2-1. Liczba klientów największych dostawców Internetu w 2006 r.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Świderek T., *Najtańszy Internet oferują GTS Energis, Dialog i Netia - raport Gazety prawnej i Radia PIN*, Gazeta Prawna z 12.03.2007 r., str. 4,

Wykres B1.2-2. Odsetek polskich gospodarstw domowych z dostępem do Internetu na tle wybranych krajów

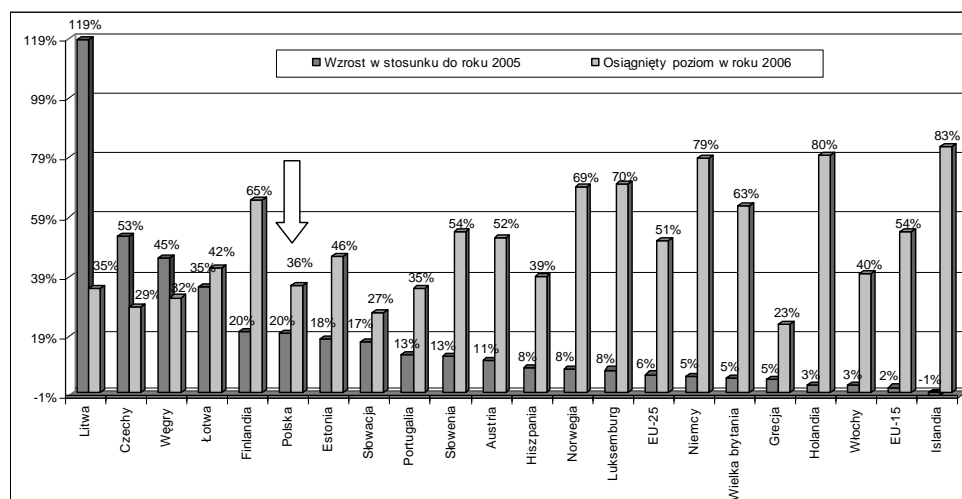


Źródło: Na podstawie danych Eurostatu 2006, <http://epp.eurostat.cec.eu.int>

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

Jak wynika z badań Eurostatu (wykres B1.2-2) w każdym kraju UE, z wyjątkiem Islandii nastąpił wzrost ilości gospodarstw z dostępem do Internetu. Wzrost w poszczególnych krajach był bardzo zróżnicowany, największy na Litwie 19 punktów procentowych, a najmniejszy we Włoszech i w Grecji po 1 punkcie procentowym. Przyrost liczby gospodarstw domowych z dostępem do Internetu w poszczególnych krajach przedstawiony został na wykresie B1.2-3. W Polsce w 2006 roku wzrost dostępu do sieci w stosunku do roku 2005 wyniósł 20% i osiągnięty został poziom w wysokości 35,9%. Oznacza to, że wzrost rozwoju Internetu w Polsce ponad trzykrotnie przewyższał średnią dla dwudziestu pięciu krajów UE, wynoszącą 6%. Mimo tego nie osiągnęliśmy jeszcze średniego dla UE-25 poziomu dostępu do Internetu wynoszącego 51%.

Wykres B1.2-3. Wzrost dostępu polskich gospodarstw domowych do Internetu na tle wybranych krajów

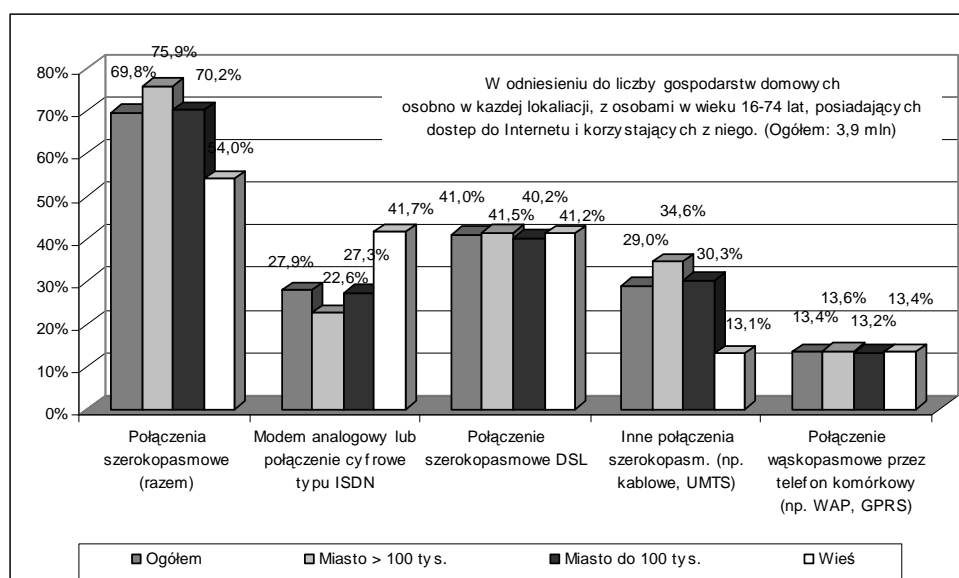


Źródło: Na podstawie danych Eurostatu 2006, <http://epp.eurostat.cec.eu.int>

Drugim ważnym czynnikiem wpływającym na możliwość dostępu do Internetu, było miejsce zamieszkania. Zdecydowanie najkorzystniejsze warunki posiadały gospodarstwa domowe w dużych miastach (wykres B1.2-5). Dostęp do szerokopasmowego Internetu w miastach powyżej 100 tys. mieszkańców posiadało aż 75,9% gospodarstw i niewiele mniej, bo 70,2% w miastach do 100 tysięcy, natomiast na wsi wskaźnik ten wynosił 54%. W porównaniu z 2005 rokiem znacząco poprawiła się dostępność Internetu we wszystkich gospodarstwach domowych. W miastach powyżej 100 tys. mieszkańców dostęp zwiększył się o

12,7 punktu procentowego, w miastach do 100 tys. mieszkańców dostęp wzrósł o 21,3 punktu procentowego, a na wsi nastąpił wzrost aż o 26,4 punktów procentowych. Przy czym na wsi występowała największa ilość łączy internetowych poprzez modem analogowy i poprzez połączenie cyfrowe typu ISDN (41,7%). W porównaniu z rokiem 2005 stan ten niewiele się zmienił, gdyż wówczas z tego rodzaju łączy korzystało 40,9% gospodarstw domowych.

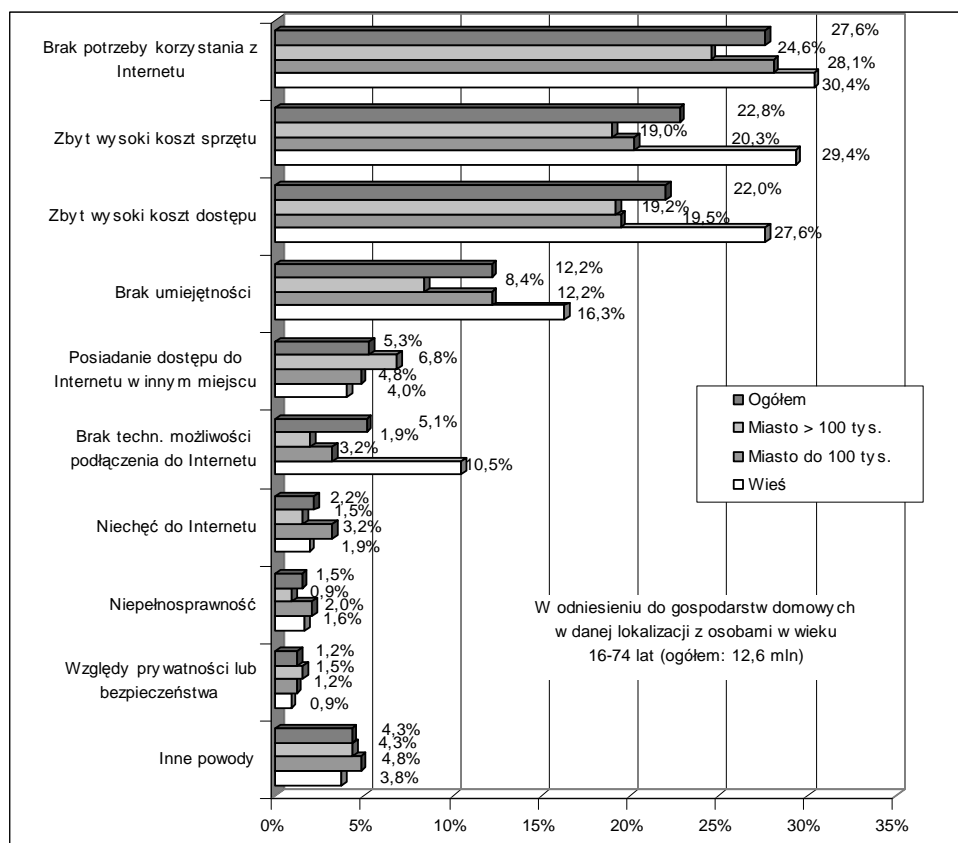
Wykres B1.2-5. Rodzaje łączy internetowych w gospodarstwach w zależności od miejsca zamieszkania



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

Na wykresie B1.2-5 przedstawiona została struktura gospodarstw domowych posiadających różne łącza internetowe. Znaczący spodek poziomu wykorzystania telefonu komórkowego z systemem WAP lub GPRS jako łącza wynika z doprecyzowania w roku 2006 sposobu zadawanych pytań. W roku 2005 pytanie dotyczyło potencjalnej możliwości podłączenia, niezależnie od tego, czy było wykorzystywane, natomiast wyniki z roku 2006 przedstawiają odsetek gospodarstw faktycznie wykorzystujących tego rodzaju łącza.

Wykres B1.2-6. Przyczyny braku dostępu do Internetu w gospodarstwach domowych w zależności od miejsca zamieszkania



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

Z analizy danych przedstawionych na wykresie B1.2-6 wynika, że w 2006 roku najistotniejszą przyczyną braku Internetu w gospodarstwach domowych, był wskazywany przez respondentów brak potrzeby korzystania z Internetu. Taką przyczynę wykazywali mieszkańcy zarówno wsi (30,4%), jak i mieszkańcy miast do 100 tys. (28,1%) i powyżej 100 tys. (24,6%). Wyniki badań wskazują, że czynnik ekonomiczny miał również znaczny wpływ na brak dostępu gospodarstw domowych do Internetu. Na wsiach 29,4% badanych gospodarstw wskazywało jako przyczynę zbyt wysoki koszt sprzętu, a 27,6% zbyt wysoki koszt dostępu do Internetu. W miastach do 100 tys. mieszkańców czynnik ekonomiczny powstrzymywał od zakupu sprzętu 20,3% gospodarstw, a od wykupienia dostępu

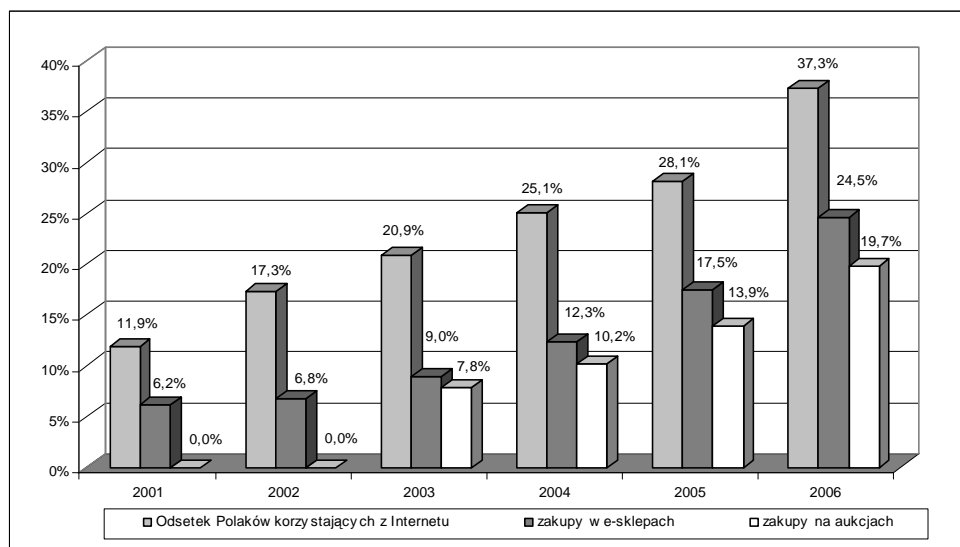
do Internetu 19,5% gospodarstw. W dużych miastach wskaźniki te wynosiły odpowiednio dla sprzętu 19%, a dla dostępu 19,2%.

B1.3. E-zakupy

Zgodnie z wynikami badań przeprowadzonych przez GUS w kwietniu 2006 roku, w okresie 12 miesięcy poprzedzających badanie zakupów w Internecie dokonało 12,2% mieszkańców Polski w wieku 16-74 lat. Udział ten w ciągu ostatnich dwóch lat wzrósł o 7 punktów procentowych. Odnosząc wyniki do liczby internautów korzystających z Internetu w tym czasie (3,6 mln) oznacza to, że co czwarty internauta (27,4%) dokonywał zakupu poprzez Internet. Łączna wartość towarów i usług zakupionych w sieci od maja 2005 r. do końca kwietnia 2006 r. przekroczyła 2,7 mld zł, a średnia wartość zamówień z tego okresu przypadająca na jednego kupującego wyniosła 758,7 zł. Wśród sklepów internetowych, największą popularnością cieszył się Merlin.pl. Według badań Megapanel PBI/Gemius w lipcu 2006 roku odwiedziło go ponad 1,6 mln klientów. Kolejnymi pod względem popularności sklepami były Wysyłkowa.pl, Amazon.com i Empik.com, które odwiedzane były około trzy- do czterokrotnie rzadziej, niż Merlin. Z kolei Merlin odwiedzany był przez czterokrotnie mniejszą liczbę internautów, niż najpopularniejszy w Polsce serwis aukcyjny Allegro. Posiadał on 52,2% udział w rynku serwisów aukcyjnych i w lipcu 2006 roku odwiedziło go 6,6 mln użytkowników. Drugie miejsce w rankingu ilości klientów wypracował światowy serwis eBay.pl, którego w tym samym czasie odwiedziło 2,1 mln użytkowników (16,7% udział w rynku). Świstak.pl zajął miejsce trzecie, z ilością 0,8 mln użytkowników (6,4% udział w rynku). Zakupy z wykorzystaniem aukcji stały się w 2006 roku bardziej popularne, niż miało to miejsce rok wcześniej. Miesięcznie na aukcjach kupowało 2,3 mln osób, czyli około dwukrotnie więcej osób, niż przed rokiem.²⁵ Wzrost popularności aukcji internetowych i zakupów w sklepach internetowych następował zarówno w roku 2005 jak i 2006 w stabilnym i porównywalnym tempie około 40% przyrostu rocznie (wykres B1.3-1).

²⁵ Z.Z., *Kolejny milion klientów e-sklepów*, Rzeczpospolita nr 237, dod. Ekonomia i rynek, str. 5, 10.10.2006

Wykres B1.3-1. Udział Internautów dokonujących zakupów w sklepach internetowych i w serwisach aukcyjnych w latach 2001-2006



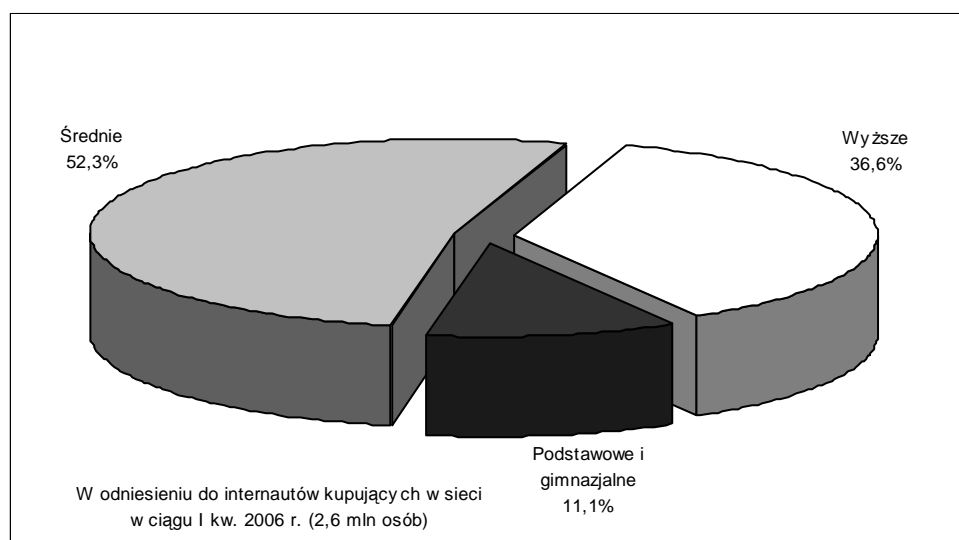
Źródło: Smaga M., *Internetowy biznes skazany na sukces*,
[w:] <http://www.Money.pl>, 09.10.2006 r. dane na podstawie NetTrack SMG/KRC,

Spośród 2,6 mln internautów kupujących w sieci w pierwszym kwartale 2006 roku, dominującą grupą były osoby z wykształceniem średnim (52,3%), pozostali kupujący posiadali wykształcenie wyższe (36,6%) oraz podstawowe lub gimnazjalne (wykres B1.3-2). Struktura wykształcenia osób kupujących w sieci, jest zatem zbieżna z rozkładem z roku poprzedniego. Ponieważ 13,8% Polaków w wieku 16-74 lat posiadało wyższe wykształcenie, można wysnuć wniosek, że ponad 2,6 razy łatwiej było spotkać osobę z wyższym wykształceniem w sklepie internetowym, niż w rzeczywistym. Taki wniosek powinni przyswoić sprzedawcy, którzy dedykują produkty tej właśnie grupie konsumentów.

Podobne wnioski można wyciągać na podstawie analizy struktury wieku polskiego społeczeństwa oraz internautów kupujących w sieci. Sprzedawcy internetowi spotykali w swoich sklepach klientów w wieku 25-34 lat, średnio dwa razy częściej niż sprzedawcy sklepów tradycyjnych o podobnym profilu. Z kolei osoby w wieku 35-44 lat, w wirtualnych sklepach kupowały równie często jak w sklepach tradycyjnych i stanowili grupę około 15% kupujących. Statystycznie znacznie rzadziej w sklepach internetowych kupowały osoby w wieku powyżej 44 roku niż miało to miejsce w tradycyjnym sklepie. Przytoczone zależności nie powinny być traktowane jako wskazanie do dobierania oferowanych produktów

wyłącznie dla ludzi młodych z wyższym wykształceniem. Przewagą Internetu nad tradycyjną sprzedażą jest nieograniczony zasięg terytorialny. Przez to ważniejszy w Internecie jest właściwy produkt, często niszowy niż wiek, czy wykształcenie klienta.

Wykres B1.3-2. Udział osób kupujących w Internecie w pierwszym kwartale 2006 roku wg poziomu wykształcenia



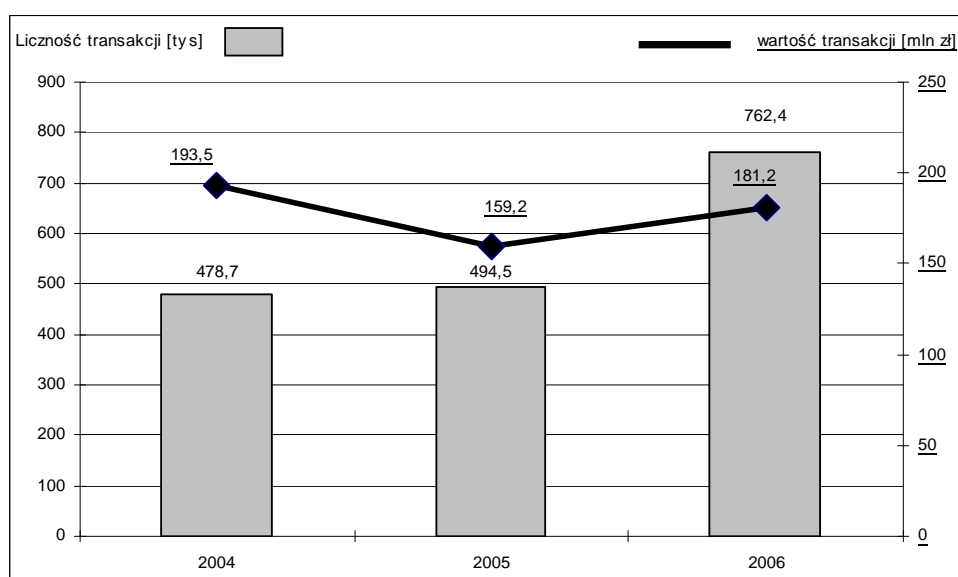
Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

W 2006 roku największym operatorem autoryzującym transakcje internetowe pozostał nadal eCard. Udział transakcji realizowanych za jego pośrednictwem sięgnął 90% wszystkich transakcji autoryzowanych w sieci. eCard zautoryzował w ciągu roku 762 tys. transakcji o łącznej wartości 181,25 mln zł. Oznacza to, że średnia wartość pojedynczej transakcji wyniosła w 2006 roku 237,74 zł. W porównaniu z danymi ogłoszonymi przez NBP za trzeci kwartał 2006 roku wynika, że średnia wartość transakcji bezgotówkowej realizowanej poza Internetem wyniosła 120zł. Oznacza to również, że średnia wartość transakcji autoryzowanej w Internecie jest prawie dwukrotnie wyższa niż w przypadku transakcji autoryzowanej poza Internetem.²⁶ Jak wskazuje eCard, spadła średnia wartość transakcji wykonywanej przy użyciu karty, która w 2005 roku wynosiła 321,84 zł,

²⁶ Smaga M., *Jak płacimy w Internecie? – raport Money.pl i eCard SA*, Money.pl, Wrocław, luty 2007 str. 3-4

a w 2004 osiągała wartość 404,19 zł. Jak można przypuszczać, bezpośredni wpływ spadek średniej wartości transakcji miał wzrost liczby transakcji w stosunku do roku 2005 wynoszący aż 54%, przy jednoczesnym niewielkim, bo 13,8% wzroście sumarycznej wartości transakcji zrealizowanych w Internecie (wykres B1.3-3).

Wykres B1.3-3. Ilość i wartość transakcji internetowych przy użyciu karty obsługowanych przez eCard w latach 2004-2006



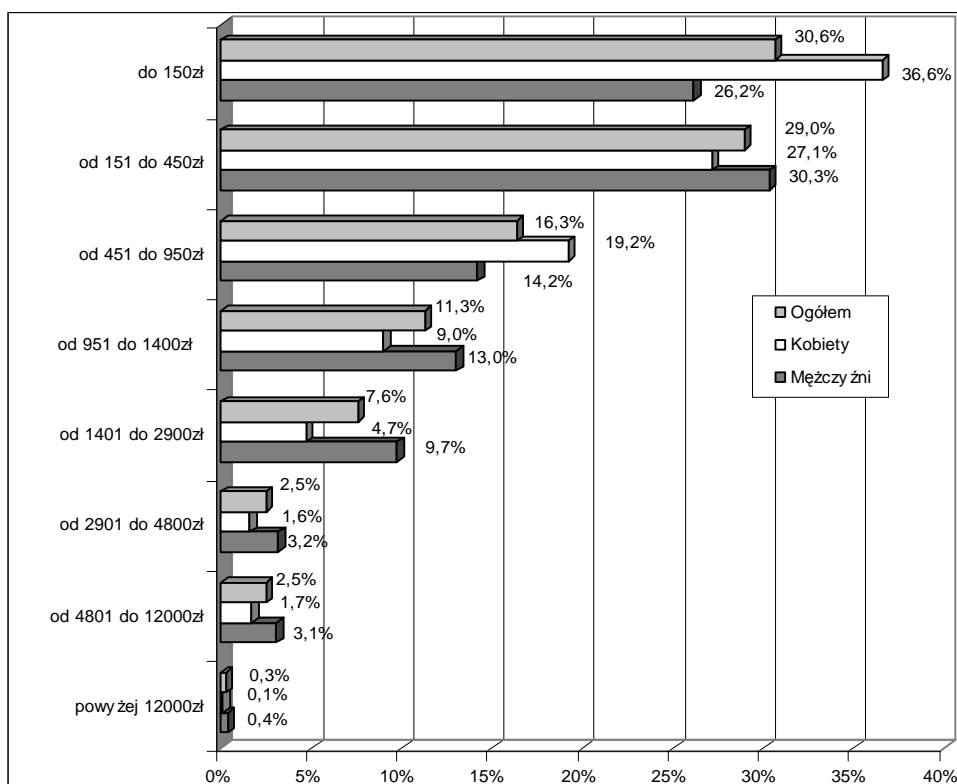
Źródło: Smaga M., *Jak płacimy w Internecie? – raport Money.pl i eCard SA, Money.pl*, Wrocław, luty 2007 str. 4

B1.3.1. Wartość zakupów dokonanych w Internecie

Najwięcej internautów dokonywało zakupów na kwoty nie przekraczające 150 zł łącznie, w ciągu 12 miesięcy poprzedzających badanie. Stanowili oni grupę 30,6% ogółu osób kupujących w tym czasie w sieci (wykres B1.3-4). Oznacza to zmniejszenie udziału drobnych transakcji w stosunku do roku 2005, gdy udział ten wynosił 36%. Nastąpił natomiast nieznaczny wzrost wartości sprzedaży w wyższych wartościowo przedziałach, jak np. w przedziale 451-950 zł, gdzie wzrost wyniósł 2,3 punktu procentowego. Jednak najczęściej internautów dokonało zakupów drobnych, o łącznej wartości nie przekraczającej 150 zł. Były to najczęściej osoby młode, w wieku 16-24 lat (46,1%). Ta grupa wiekowa dominowała również w drugim przedziale sumarycznej wartości zakupów – od 151 do 450 zł z udziałem na poziomie 37,9%. W przypadku przedziałów o wyższej

wartości rocznych zakupów od 450 zł, zawsze największy udział miały osoby w wieku 25-34 lat.

Wykres B1.3-4. Wartość sumarycznych zakupów dokonanych w sieci przez Internautów w czasie 12 miesięcy poprzedzających badanie w zależności od płci kupującego



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

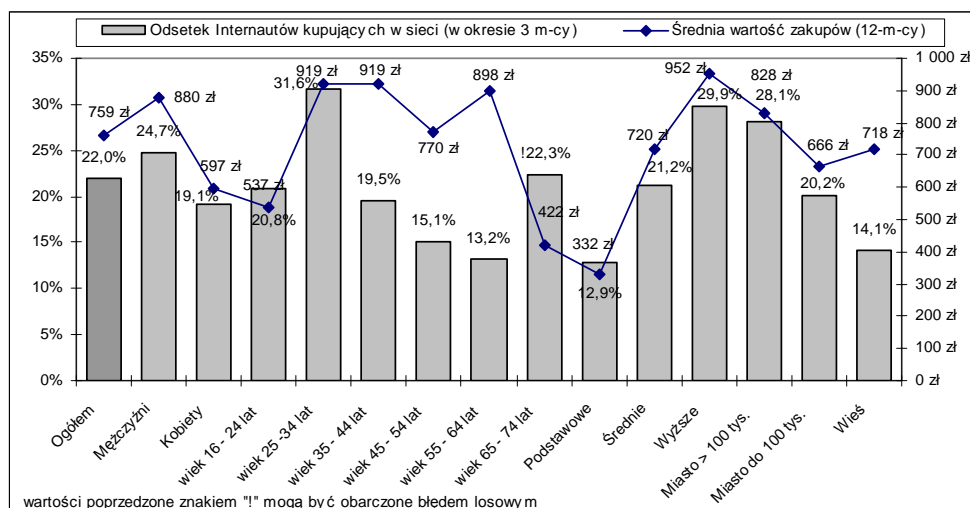
Udział mieszkańców miast i wsi w poszczególnych grupach wartości wydatków (100%), wykazywał silną tendencję większego udziału internautów z dużych miast. We wszystkich grupach struktura ta wyglądała podobnie – około 50% i większy udział posiadali mieszkańcy dużych miast, udział mieszkańców mniejszych miast wynosił około 30%. Około 20% i mniejszy udział przypadła w udziale mieszkańcom wsi, przy czym średnia wartość zakupów była zawsze zbliżona (wykres B1.3-5). Internauci z dużych miast wydali średnio w ciągu roku na zakupy w Internecie 827,5 zł, mieszkańcy mniejszych miast 666,3 zł, natomiast

mieszkańcy wsi 718,3 zł. Średnio najwięcej wydały w ciągu roku na zakupy w Internecie osoby z wyższym wykształceniem 952,2 zł, w kategorii wiekowej były to osoby liczące 25-34 lat (919,2 zł) i równoważnie osoby w wieku 35-44 lat (919,1 zł). W kategoriach płci więcej na zakupy wydawali mężczyźni – średnio 880,1 zł.

B1.3.2. Internauci najaktywniej kupujący w sieci

Rozpatrując udział kupujących w sieci internautów w zależności od kryterium płci, wieku, wykształcenia, czy miejsca zamieszkania, można było zauważyć, że przeciętnie mężczyźni częściej decydowali się na zakup w sieci (24,7%) niż kobiety (19,1%). Na zakupy w sieci częściej decydowały się osoby w wieku 25-34 lat (31,6%) niż osoby z pozostałych grup wiekowych (wykres B1.3-5). Częściej decyzję o zakupie w sieci podejmowały osoby z wykształceniem wyższym (29,9%) oraz mieszkańcy dużych miast (28,1%) niż mieszkańcy małych miejscowości lub wsi. Te osoby wydawały przeciętnie więcej na internetowe zakupy niż pozostałe grupy. Jako wyjątek można wskazać osoby w wieku 55-64 lat, które decydowały się na realizację zakupów w sieci, rzadko (13,2%) natomiast średnia wartość zakupów dokonanych przez osoby w tym wieku wyniosła 898 zł, czyli o 139 zł więcej niż wynosiła średnia dla wszystkich grup.

Wykres B1.3-5. Zróżnicowanie aktywności poszczególnych grup internautów dokonujących zakupów w sieci wraz z wskazaniem średniej wartości zakupów.

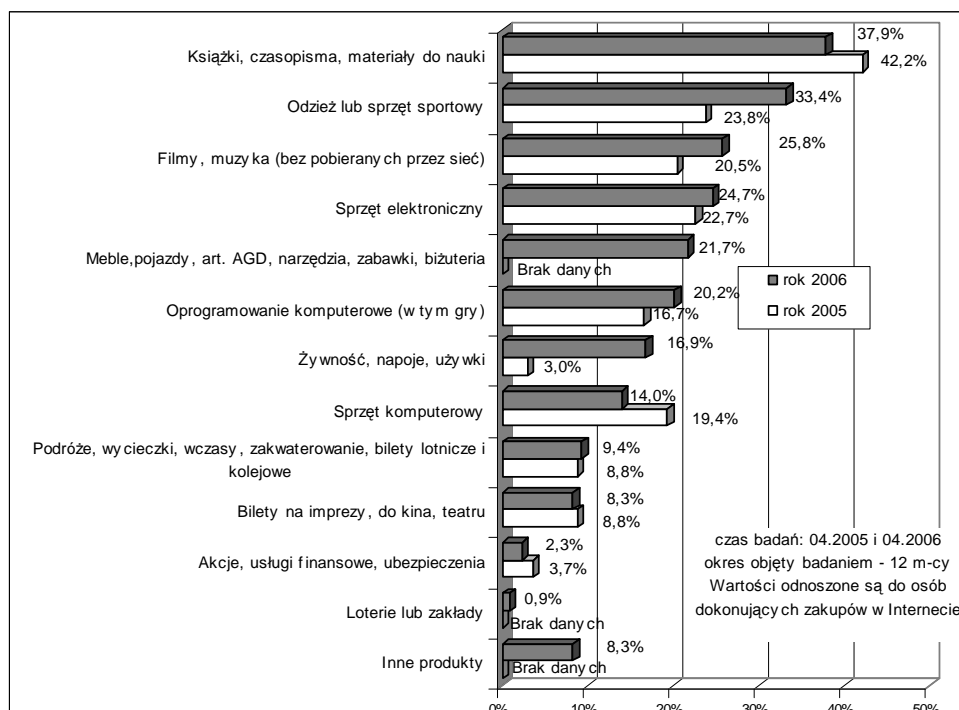


Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

B1.3.3. Najpopularniejsze zakupy internetowe

Kolejny rok z rzędu książki, czasopisma oraz materiały do nauki cieszyły się największym, bo 37,9 procentowym zainteresowaniem ze strony osób kupujących w Internecie (wykres B1.3-6). Drugie miejsce zajmowała odzież i sprzęt sportowy, którą kupowało 33,4% internautów kupujących w sieci w okresie 12 miesięcy poprzedzających badanie. Dalej w kolejności znajdowały się filmy i muzyka 25,8% oraz sprzęt elektroniczny (24,7%).

Wykres B1.3-6. Rodzaje zakupów internautów w okresie 12 miesięcy poprzedzających badanie

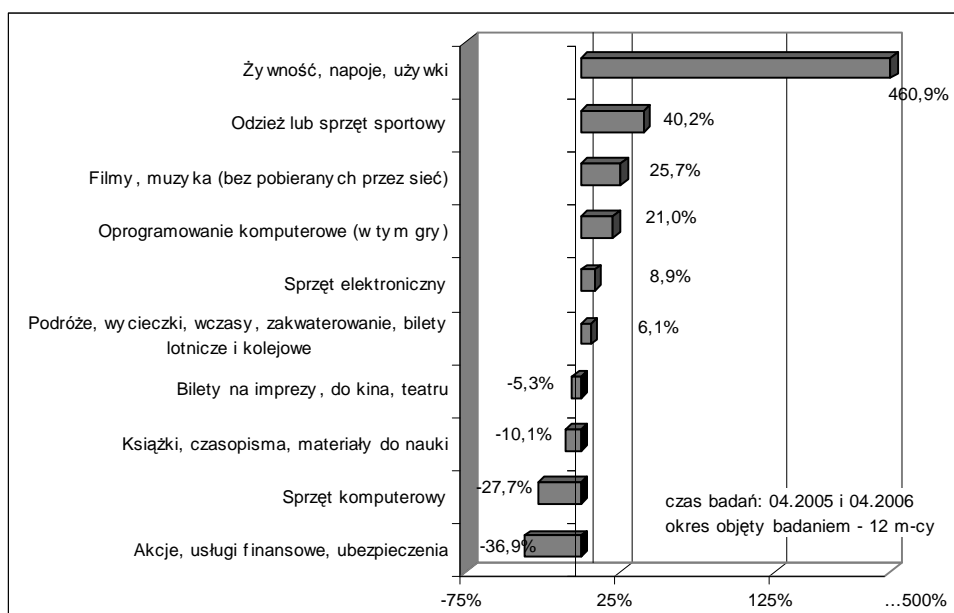


Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

Osoby dokonujące zakupów w Internecie w ciągu 12 miesięcy przed badaniem, kupowały również produkty pobierane bezpośrednio z Internetu. W ten sposób 24,7% kupujących w sieci internautów zamówiło książki, czasopisma i materiały do nauki. Muzykę i filmy zakupiło i pobrało z Internetu 19,7% kupujących, a oprogramowanie komputerowe i gry nabyło 17,1% kupujących w sieci.

Wykres B1.3-7 obrazuje procentowy udział zmian zainteresowania poszczególnymi grupami produktów. Z kształtu wykresu można wyczytać największy wzrost zainteresowania produktami spożywczymi sprzedawanymi poprzez Internet. Ich sprzedaż wzrosła o 460%. Zwiększonym zainteresowaniem cieszyły się również odzież i sprzęt sportowy (wzrost o 40,2%) oraz sprzedaż filmów i muzyki (wzrost o 25,7%). Pomimo utrzymującego się w roku 2006 wysokiego poziomu sprzedaży książek przez Internet, zainteresowanie ich zakupem z roku na rok maleje. W roku 2006 nieco ponad 10% mniej internautów dokonało zakupów tej grupy produktów. Większy spadek zainteresowania (o 27,7%) zanotował sprzęt komputerowy, akcje oraz usługi ubezpieczeniowe i finansowe (o 36,9%).

Wykres B1.3-7. Wzrost zainteresowania zakupem wybranych grup towarów w latach 2006 i 2005



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

B1.3.4. Bariery i kłopoty związane z zakupami on-line

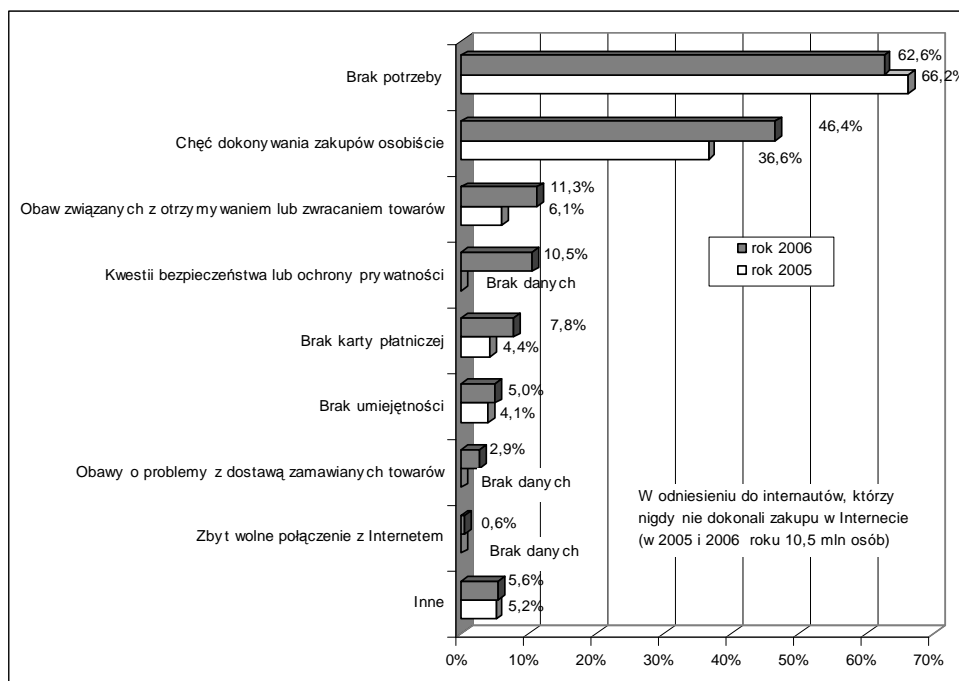
Spśród 10,5 mln osób korzystających z Internetu, które nigdy nie dokonały zakupu w sieci, 62,6% podawało jako najważniejszą przyczynę brak odczuwania

takiej potrzeby (wykres B1.3-8). Powód ten podawany był na zbliżonym poziomie w każdej z rozpatrywanych grup internautów. Jedynie osoby w wieku 65-74 lat ze szczególnym naciskiem podkreślały brak potrzeby dokonywania zakupów, stąd wskaźnik w tej grupie sięgnął wartości 74,1%. Wśród częściej wskazywanych przyczyn powstrzymywania się od zakupów w Internecie można było wyróżnić: chęć osobistego kupowania, obawy związane z otrzymywaniem lub zwracaniem towarów, poczucie zagrożenia bezpieczeństwa lub naruszenia prywatności oraz brak karty płatniczej. Odczucie potrzeby dokonywania zakupów osobiście było szczególnie ważne dla osób w wieku 35-44 lat (53,6% odpowiedzi w grupie), dla internautów z dużych miast (49,1%), dla pracowników najemnych (50,4%) oraz dla osób z wyższym wykształceniem (51,3%). Dla ostatnich wymienionych, ważne również były kwestie bezpieczeństwa i ochrony prywatności. Tą kwestię podnosiło 16,7% spośród osób z wyższym wykształceniem, 15,4% grupy osób w wieku 35-44 lat oraz 14,5% mieszkańców dużych miast. Brak karty płatniczej mógł powstrzymać od dokonania zakupu w Internecie osoby z wykształceniem podstawowym (16,2% osób w grupie) oraz osoby w wieku 16-24 lat (13,8%). Porównując wyniki badania z 2006 i 2005 roku, dostrzec można największe przyrosty obaw związanych z formami dostarczania towaru lub przewidywanymi kłopotami z jego odesłaniem. Obawy te zgłaszało prawie dwukrotnie więcej (86% więcej) internautów niż przed rokiem. Brak karty płatniczej, jako powód niedokonywania zakupów w Internecie zauważyło o 78% więcej internautów niż w roku 2005. Zmniejszyło się natomiast o 5,4% odczucie „braku potrzeby dokonywania zakupów w Internecie”, co oznacza, że coraz więcej osób doceniało tą formę realizacji zakupów.

W stosunku do roku 2005 nastąpił znaczący, bo 71% przyrost liczby osób kupujących w sieci. W kwietniu 2006 roku 3,6 mln internautów dokonała zakupu w czasie 12 miesięcy poprzedzających badanie. Proporcjonalnie wzrosła również liczba osób, które napotkały kłopoty podczas realizacji transakcji. W roku 2006 udział osób zgłaszających kłopoty wyniósł 13,3% (wykres B1.3-9) i był porównywalny ze wskaźnikiem z roku 2005, wynoszącym wówczas 12,6%. Najczęściej spotykanym kłopotem okazywała się opóźniona dostawa. Wskazywana była przez 8,1% osób kupujących w Internecie. Opóźnienie dostawy często nie wynikało z opieszałości w realizacji zamówienia, tylko z niedoinformowania klientów o zakładanym przez sklep terminie realizacji zamówienia. Z badań Instytutu Logistyki i Magazynowania z grudnia 2006 roku wynika, że ponad połowa (58%) sklepów internetowych nie podawała na swoich stronach WWW informacji o przewidywanym czasie dostawy, a 37,8% sklepów nie podawało spodziewanego czasu realizacji zamówienia. Zatem praktyka realizacji zamówień

często rozmijała się z oczekiwaniami klientów. Niestety sprzedawcy w 2006 roku nie rozumieli jeszcze, że klient może zaakceptować nawet długi czas oczekiwania na przesyłkę, ale nie zaakceptuje opóźnienia dostawy.

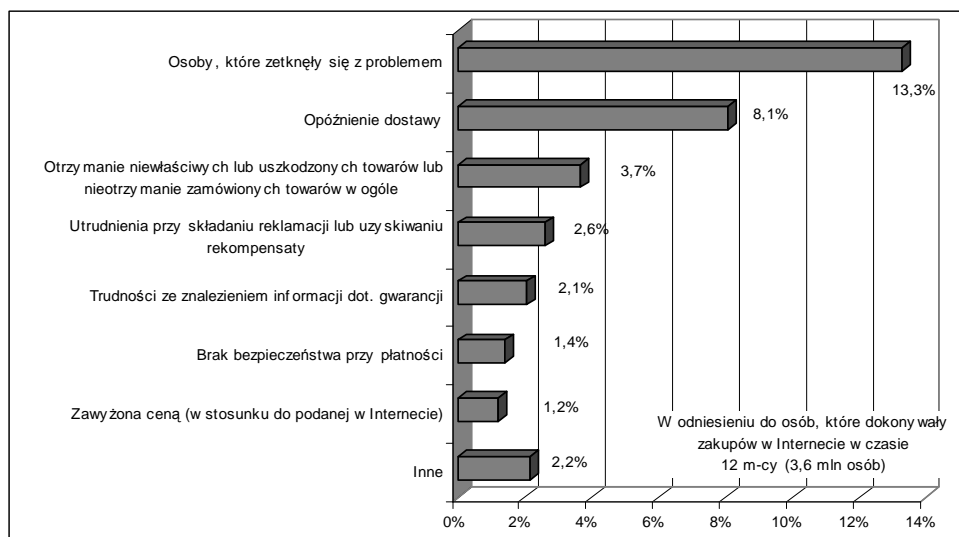
Wykres B1.3-8. Powody powstrzymania się od dokonania zakupu w Internecie w latach 2005 i 2006



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

W stosunku do roku 2005 wzrósł o 0,9 punktu procentowego udział osób wskazujących na napotkane trudności przy składaniu reklamacji lub uzyskaniu rekompensaty za wadliwy towar. Zważywszy na niskie wartości tego wskaźnika, wzrost o 0,9 punktu procentowego oznacza przyrost rzędu 53% rocznie. Pozytywnym natomiast jest spadek wartości wskaźnika dotyczącego trudności ze znalezieniem informacji o udzielanej gwarancji. W roku 2005 wskaźnik ten wynosił 6,4%, natomiast w roku 2006 obniżył się do 2,1%.

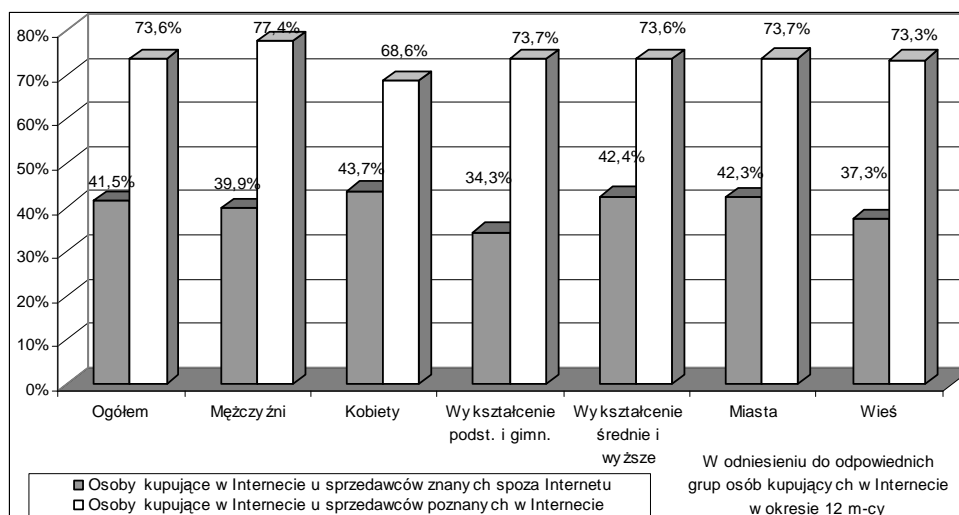
Wykres B1.3-9. Kłopoty związane z dokonywaniem zakupów w Internecie



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

W roku 2006 internauci częściej kupowali u sprzedawców poznanych w Internecie - 73,6% kupujących internautów. Jednocześnie zmalał udział zakupów internetowych realizowanych u sprzedawców, których kupujący znali wcześniej spoza Internetu (41,5%), co obrazuje wykres B1.3-10. Bezpośredni wpływ na to zjawisko miał dynamiczny przyrost liczby sklepów sprzedających wyłącznie online, a nie zmiana preferencji internautów. Temat ten został szerzej omówiony w rozdziale B2.2. Na podejmowaną decyzję o zakupie u nieznanego sprzedawcy niewielki wpływ miało wykształcenie i miejsce zamieszkania. W każdej podgrupie wyniki kształtowały się w okolicach wartości średniej. Różnice występowały natomiast w grupach wiekowych i podziale płci. Mężczyźni częściej niż kobiety kupowali u nieznanym sprzedawców. Na zakup sprzedawcy poznanego w Internecie decydowało się 77,4% mężczyzn i 68,6% kobiet. W grupach wiekowych można było wyróżnić osoby w wieku 16-54 lat, którzy średnio w 73,9% decydowali się na zakupy u nieznanym sprzedawców oraz grupę osób w wieku 55-74, dla których średnia wyniosła 65,8%.

Wykres B1.3-10. Zestawienie grup internautów dokonujących zakupów u sprzedawców znanych spoza Internetu oraz poznanych w Internecie



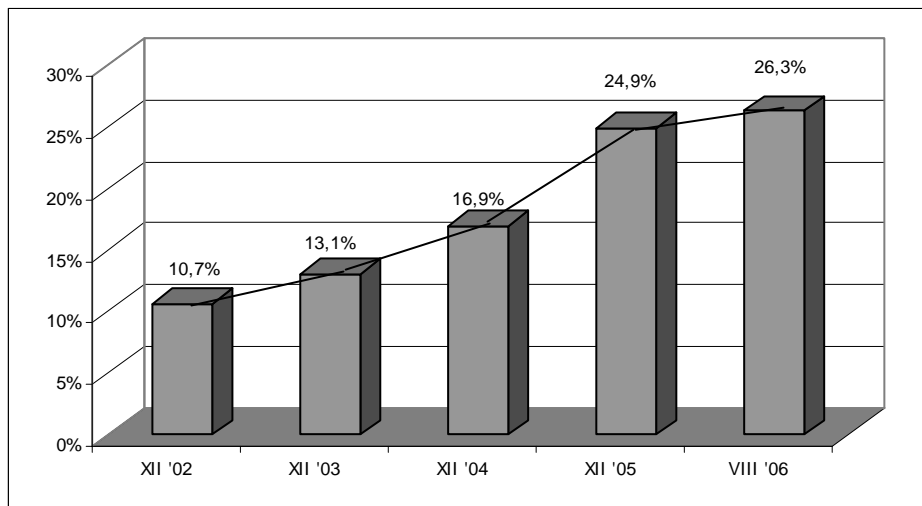
Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

B1.4. E-finance

Badania GUS-u przeprowadzone w kwietniu 2006 roku wskazywały, że z usług bankowych w pierwszym kwartale 2006 roku korzystało 22,7% internautów, czyli blisko 2,7 mln osób (wykres B1.4-2). Było to znacznie więcej niż miało to miejsce rok wcześniej, kiedy to z usług bankowych korzystało 1,74 mln osób, co stanowiło 16,8% internautów. Oznacza to przyrost o 1 mln osób korzystających z usług bankowych w ciągu roku. Wyższą wartość tego wskaźnika podawał TNS OBOP, który wyliczył, że w sierpniu 2006 roku z usług bankowości internetowej korzystało 26,3% internautów²⁷ (wykres B1.4-1), co w wartościach bezwzględnych oznacza około 3,1 mln osób.

²⁷ Tamże, str. 6

Wykres B1.4-1. Odsetek internautów korzystających z e-bankowości w latach 2002-2006



Źródło: Smaga M., *Jak płacimy w Internecie?* – raport Money.pl i eCard SA, Money.pl, Wrocław, luty 2007 str. 6

Rozpatrują liczbę internautów korzystających z usług bankowych z perspektywy informacji podawanych przez banki, można było odnieść wrażenie, że niemalże każdy internauta korzystał w 2006 roku z usług bankowości elektronicznej, w dodatku oferowanej jedynie przez banki komercyjne (z pominięciem banków spółdzielczych). Według danych Gazety Prawnej²⁸ z listopada 2006 roku sporządzonych na podstawie informacji banków, liczba klientów indywidualnych obsługujących konta internetowe wynosiła 8,6 mln i nie obejmowała klientów banków spółdzielczych. Oznaczałoby to ponad trzykrotnie większą liczbę internautów niż wynika z badań GUS-u lub TNS OBOP. Tą ogromną różnicę należy jednak właściwie interpretować mając na uwadze, że jedna osoba deklarująca korzystanie z usług bankowości internetowej może posiadać konta w więcej niż jednym banku. W związku z tym w badaniach GUS-u i TNS OBOP będzie to jeden klient banku, natomiast każdy z banków, w którym internauta posiadał konto zaliczy osobę jako swojego klienta. Przyczyna powstałej różnicy mogła również tkwić w nieprecyzyjnej definicji klienta banku korzystającego z usług elektronicznych. Banki mogły podawać liczbę klientów, którzy regularnie korzystali z kanałów elektronicznych lub liczbę klientów którzy

²⁸ Jabłońska I., *Korzystanie z konta bankowego w Internecie jest bezpieczne*, [w:] <http://www.gazetaprawna.pl>, 30.11.2006

mają otwarty dostęp przez Internet, chociaż obsługują konto wyłącznie w sposób tradycyjny. Możliwe jest również podwyższanie liczby klientów elektronicznych kont przez zaliczanie klientów, których konta były w przeszłości aktywne pomimo, że w momencie badań osoby te nie korzystały już z usług danego banku. Zgodnie z badaniami TNS OBOP, 19% klientów banków posiadało i korzystało z dostępu do konta przez Internet, natomiast 38% posiadało dostęp do konta przez Internet, lecz z tej możliwości nie korzystało.²⁹ Biorąc pod uwagę powyższe informacje należy uznać, że liczba osób korzystających z bankowości internetowej była zbliżona do ilości podawanych przez GUS i TNS OBOP i sięgała w kwietniu 2006 r. około 2,7 mln osób.

Największą liczbą klientów bankowości internetowej deklarowały PKO BP wraz z Inteligo. Klienci tych dwóch banków stanowili grupę 1,76 mln osób. W odniesieniu do 8,6 mln klientów rachunków internetowych wszystkich banków stanowi to 20,5% udział. Następnymi w kolejności były BRE Bank wraz z mBankiem i MultiBankiem, które obsługiwały 1,17 mln osób. W tym zestawieniu Bank PEKAO zajął miejsce trzecie z 0,66 milionami klientów.³⁰

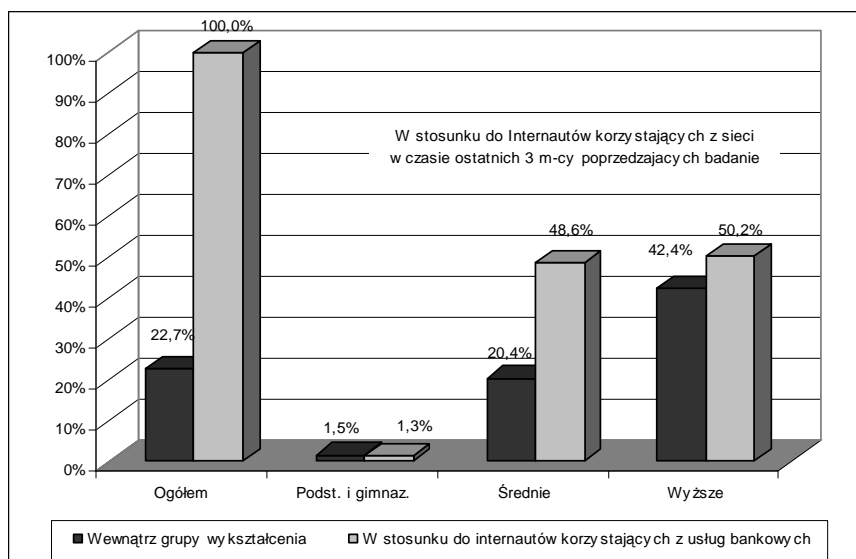
Wszystkie przytoczone wartości nie obejmowały klientów banków spółdzielczych, w przypadku których zaledwie co czwarty oferował swoim klientom dostęp do konta przez Internet. Sytuacja ta ulegnie zmianie w przeciągu dwóch najbliższych lat. Wówczas znacząca większość banków spółdzielczych będzie oferowała swoim klientom dostęp do konta przez Internet. Taki rozwój sytuacji podyktowany jest potrzebą rynku, na którym bank świadczący wyłącznie usługi w tradycyjny sposób przestaje być konkurencyjny. Do tej pory problem ten nie występował, gdyż banki spółdzielcze kierowały swoją ofertę głównie do mieszkańców wsi i małych miast. Jednak dostęp do Internetu w małych miastach i wsiach postępuje. W roku 2006 18,2% wiejskich gospodarstw domowych posiadało dostęp do Internetu i z niego intensywnie korzystało. Przekładając tą wielkość na liczbę mieszkańców zauważamy, że 27,1% mieszkańców wsi miało dostęp do Internetu. W porównaniu z 2005 rokiem oznacza wzrost o 17 %, czyli o 3,9 punktu procentowego. Internautów mieszkający na wsiach ze względu na wykonywaną pracę zawodową przestawała interesować wyłącznie tradycyjna oferta banków spółdzielczych, które otwarte były w godzinach pracy ich potencjalnych klientów. Dla banków spółdzielczych powstał w ten sposób poważny kłopot w pozyskiwaniu nowych klientów. Powyższe wytworzyło silną motywację do

²⁹ Informacja prasowa, *Wirtualne konta. Korzystanie z bankowości internetowej*, [w:] <http://www.tns-global.pl>, 03.10.2006, (Badanie z września 2006 przeprowadzone na próbie 1005 osób w wieku powyżej 15 roku życia.)

³⁰ Jabłońska I., *Korzystanie ..., op.cit.*

wdrożenia elektronicznych usług bankowych. Dodatkowym czynnikiem motywującym banki spółdzielcze było, okazane mieszkańcom mniejszych miejscowości, coraz większe zainteresowanie ze strony banków komercyjnych, które wraz z innymi instytucjami finansowymi prowadziły odważną ekspansję na tereny do tej pory zdominowane przez banki spółdzielcze. Banki spółdzielcze zwlekały z wdrożeniem usług elektronicznych, gdyż wiązały się one z poważnymi inwestycjami, które dla wielu banków spółdzielczych były zbyt obciążające i mogłyby naruszyć minimalny próg funduszy własnych banku w wysokości 1 mln euro. Mniejsze banki miały więc kłopot z wygospodarowaniem wystarczających środków na wdrożenie systemów bankowości elektronicznej. Aby jednak usługi elektroniczne w bankach spółdzielczych stały się faktem, rozpoczęto prace nad wykorzystywaniem wspólnego systemu i dzieleniu kosztów jego wdrożenia i obsługi.³¹ Banki komercyjne wcześniej od banków spółdzielczych dostrzegły potrzebę rozwijania usług świadczonych elektronicznymi kanałami dostępu i dzięki temu są bardziej zaawansowane technologicznie i informatycznie.

Wykres B1.4-2. Internauci korzystający z usług bankowych w Internecie w czasie ostatnich 3 miesięcy – wg grup wykształcenia



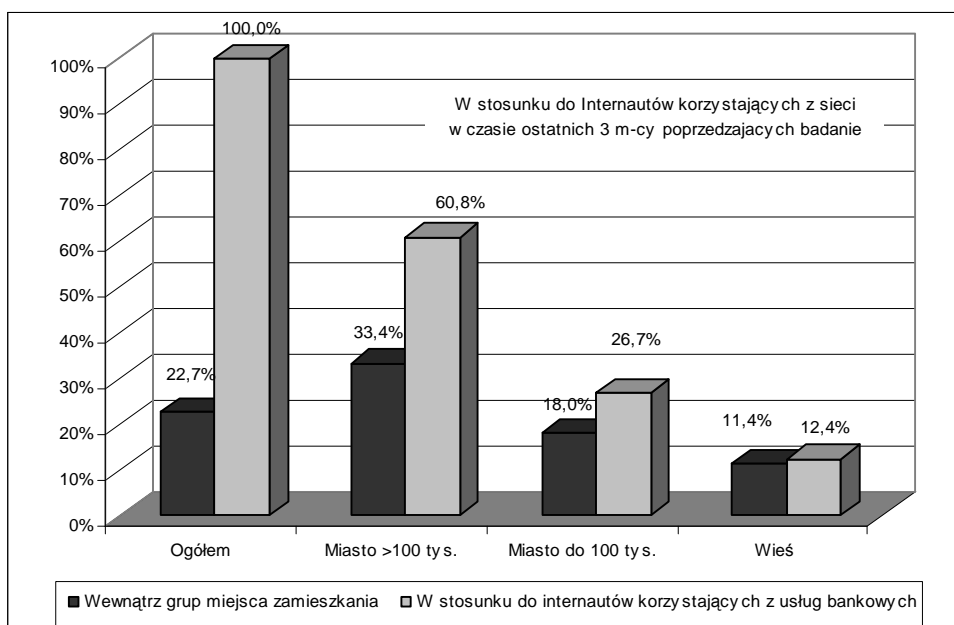
Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

³¹ Morawski I., *Teraz czas na wieś i sieć*, Rzeczpospolita, dod. Ekonomia i rynek, str. 7, z 28.08.2007

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

Analizując wyniki badań GUS-u związane z korzystaniem z usług bankowych przez internautów w zależności od miejsca zamieszkania (wykres B1.4-3) nie zaskakuje fakt późniejszego rozwoju banków spółdzielczych w stosunku do banków skupionych wokół dużych miast. Widać wyraźnie, że zaledwie 12,4% ogólnej liczby internautów korzystających z usług bankowych stanowią mieszkańcy wsi. Głównymi użytkownikami kont internetowych w 2006 roku byli mieszkańcy dużych miast. Na 10-ciu właścicieli e-kont, 6-ciu mieszkało w dużych miastach.

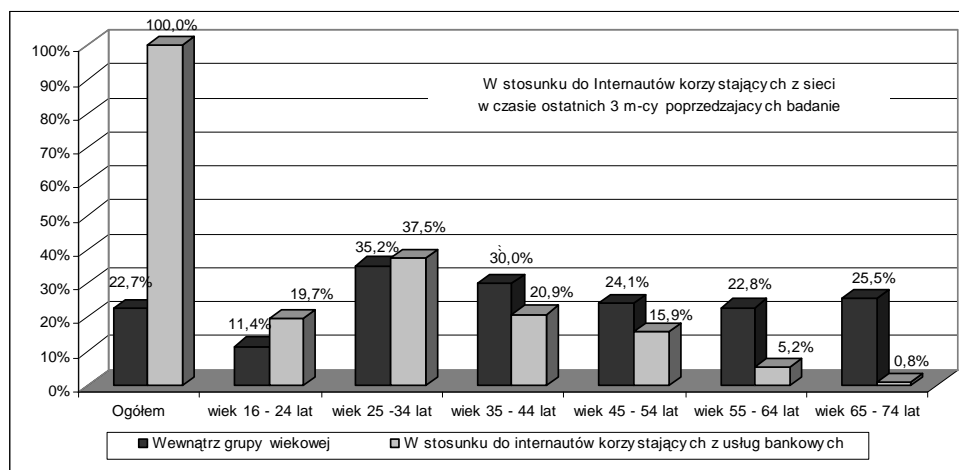
Wykres B1.4-3. Internauci korzystający z usług bankowych w Internecie w czasie ostatnich 3 miesięcy – wg miejsca zamieszkania



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

Z danych przedstawionych na wykresach B1.4-2 do B1.4-4 wynika, że największą grupę użytkowników kont obsługiwanych przez Internet, stanowiły osoby z wykształceniem wyższym – nieco ponad połowa wszystkich użytkowników e-kont. Występowało również silne rozróżnienie ze względu na wiek. Ponad połowa wszystkich użytkowników e-kont (57,3%) nie przekraczała 34 roku życia. Przy czym 37,5% było w wieku 25-34 lat, 19,7% w grupie 16-24 lat, a kolejnych 20,9% w grupie 35-44 lat.

Wykres B1.4-4. Internauci korzystający z usług bankowych w Internecie w czasie ostatnich 3 miesięcy – wg grup wiekowych



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

Zakłady ubezpieczeń idąc śladem banków wzbogacały swoją ofertę internetowych usług. Jednak w 2006 roku kłopotem było udokumentowanie zawarcia polisy przez Internet lub telefon. Policja kwestionowała ważność wydruku komputerowego polis OC, jako dokumentu potwierdzającego zawarcie umowy ubezpieczenia i opłacenia składki. Było to zgodne z interpretacją Ministerstwa Finansów, według której potwierdzeniem zawarcia umowy był tylko oryginalny dokument z pieczętką i podpisem ubezpieczyciela. Rozwiązaniem problemu mogłaby stać się nowelizacja przepisów tak, by o ważności dokumentu ubezpieczeniowego decydowała jego merytoryczna zawartość, określona w rozporządzeniu ministra finansów, a nie pieczętki i podpis. Taką interpretację przepisów forowały niektóre towarzystwa ubezpieczeniowe, jak np. BRE Ubezpieczenia. Nie było to naruszeniem prawa, gdyż stosowne przepisy wspominały w 2006 roku jedynie o zawartości merytorycznej dokumentu ubezpieczeniowego, nie mówiąc o konieczności podpisywania go lub stemplowania. Przyjęcie takiej interpretacji byłoby szczególnie zalecane, gdyż pomogłoby w nabywaniu polis w ostatnim momencie przed ubezpieczanym zdarzeniem – np. podróżą, gdy potrzebny jest dokument potwierdzający wykupienie polisy do czasu otrzymania jej tradycyjną pocztą. W 2006 roku możliwość samodzielnego drukowania potwierdzenia zawarcia umowy ubezpieczenia stosowały towarzystwa Link4, BRE Ubezpieczenia, Allianz,

Benefia, MTU, Inteligo/PZU.³² Nie tylko polisę OC, ale również polisę turystyczną można było zawierać on-line. Po wypełnieniu odpowiedniego interaktywnego formularza połączonego z kalkulatorem składek można było opłacić polisę np. kartą kredytową autoryzowaną w Internecie. Potwierdzeniem zawarcia polisy był jej numer otrzymany SMS, który zupełnie wystarczał, by w przypadku likwidacji szkody zostać w pełni obsłużonym przez operatora assistance, gdyż ten posiadał dostęp do danych z polisy zawartej w Internecie. Jednak ubezpieczający otrzymywał dodatkowo polisę email'em w pliku PDF.³³

B1.5. E-zdrowie

Rozwój technologii informatycznych wywiera pozytywny wpływ na rozwój telemedycyny, która jest głównym czynnikiem składowym e-zdrowia. Niestety dostępność tego rodzaju usług w 2006 roku nadal była niewielka. Załedwie około 2 tysięcy osób korzystało z nowoczesnych przenośnych urządzeń diagnostycznych, umożliwiających zdalny monitoring zdrowia pacjenta. Najczęściej były to osoby z chorobami kardiologicznymi³⁴. Świadczone usługi zaliczane do grupy telemedycyny nie były finansowane przez NFZ. Jest to duża strata, gdyż jak wskazywały doświadczenia krajów lepiej rozwiniętych, oszczędności z tytułu możliwości monitorowania i diagnozowania stanu zdrowia pacjenta bez konieczności jego wizyty w szpitalu, były bardziej niż obiecujące pod względem ekonomicznym. Również możliwość uczestnictwa pacjenta w normalnym życiu, zamiast spędzania kolejnych dni w szpitalu pozytywnie wpływała na samopoczucie pacjentów, co było dodatkowym czynnikiem przemawiającym za rozwojem telemedycyny. Istnieje jednak szansa, że potrzeba wspierania telemedycyny będzie dostrzeżona przez polski rząd, czego zwiastunem było poparcie udzielone przez Ministra Zdrowia organizowanemu w Warszawie w czerwcu 2006 r. Kongresowi Telemedycyny.

Niestety nie jest jeszcze tak, że wszyscy, za wyjątkiem NFZ, są przekonani do korzystania z usług telemedycznych. Jak wskazują badania przeprowadzone przez Ośrodek Badania Opinii Publicznej w maju 2006 roku na grupie 1000 Polaków w wieku powyżej 15 roku życia, w Polsce występuje niskie zaufanie do skuteczności i wiarygodności telemedycyny. Załedwie 10% ankietowanych uważała, że

³² Jaworski M., *Komputerowy wydruk komunikacyjnej polisy OC powinien wystarczyć policji*, Gazeta prawna nr 65, 02.04.2007.

³³ Majewska-Grabowska M., *Polisa on-line coraz szybciej*, Gazeta Prawna nr 64, 30.03.2007

³⁴ Rubinowska A., *Ochrona zdrowia, dostępność do usług medycznych*, Gazeta Prawna nr 144, str. 11, 26.07.2006

telemedycyna jest dobrym pomysłem. Osoby te najchętniej zamawiałyby wizytę przez Internet, sprawdzały w Internecie dostępność lekarza lub uzyskiwały receptę przez Internet. Dla 42% respondentów samo pojęcie telemedycyny nie niosło za sobą żadnych skojarzeń lub były one nieprawidłowe, bo kojarzone z telepatią, parapsychologią, programem telewizyjnym. Stosunkowo często telemedycyna kojarzyła się z konsultacjami telefonicznymi. Oznacza to niewielką świadomość ludzi z występowania takiej dziedziny jaką jest telemedycyna i możliwości korzystania z jej systemów. Pacjenci często odrzucali telemedycynę, wskazując we własnych preferencjach na potrzebę osobistego kontaktu z lekarzem. Takie podejście jest zrozumiałe ze względów kulturowych i przyzwyczajęń pacjentów, jednak stanowi również paradoks, gdyż to właśnie telemedycyna zwiększa możliwości kontaktu pacjenta z lekarzem oraz zwiększa dostępność natychmiastowej konsultacji medycznej.³⁵ Na razie NFZ planuje wdrożenie e-recept, które przyniosą oszczędności związane z eliminacją papierowego obiegu i obsługi dokumentów oraz umożliwią lepszy nadzór nad rynkiem i obrotem leków. Jak szacuje NFZ dzięki e-receptom będzie w stanie zaoszczędzić od około 660 mln zł do ponad 1,3 mld zł rocznie.³⁶ Korzyści z wprowadzenia e-recept odnosiłby nie tylko NFZ, ale również pacjenci, farmaceuci i lekarze. Pacjenci, gdyż mogliby już podczas wizyty u lekarza poznać koszty realizacji recepty oraz mogliby zamówić dostawę brakujących leków do wskazanej apteki. Farmaceuci, gdyż recepty byłyby zawsze czytelne, nie wymagałyby dodatkowych nadruków oraz zostałyby uproszczony system ewidencjonowania i przekazywania danych do rozliczeń z NFZ. Korzyści odnosiliby również w pewnym stopniu lekarze, gdyż mieliby pełny wgląd do informacji o zakupie lub nie wykupieniu leku przez pacjenta. Dla Narodowego Funduszu Zdrowia korzyść wiązałaby się z łatwością rozliczeń, pełnym i na bieżąco aktualizowanym stanem obsługi finansowej rozliczanych podmiotów – np. szpitali czy aptek. NFZ uniknąłby również kłopotów z fałszywymi receptami – szczególnie wystawianymi na leki refundowane, których wartość dopłat jest wysoka i w roku 2006 wynosiła ponad 6,7 mld zł³⁷. NFZ przewiduje, że wysokość dopłat będzie wzrastała i w roku 2007 wyniesie około 7,04 mld zł³⁸. Wstępnie szacunki korzyści finansowych z wdrożenia e-recept w stosunku do poniesienia koniecznych nakładów przeprowadzone przez Ernest &

³⁵ Tamże, str. 11

³⁶ Miączyński P., Domaszewicz Zb., *NFZ chce wprowadzić elektroniczne recepty*, Gazeta Wyborcza nr 153, str. 21, 03.07.2006

³⁷ *Zmiana planu finansowego - 23.09.2006 r.*, [w:] <http://www.nfz.gov.pl>, 05.10.2006

³⁸ *Plan finansowy Narodowego Funduszu Zdrowia na 2007 rok*, [w:] <http://www.nfz.gov.pl>, 16.10.2006

Young, wskazują na powodzenie przedsięwzięcia.³⁹ Jednak mimo omówionych licznych korzyści, wprowadzenie e-recept niesie za sobą pewną trudność natury inwestycyjnej. Wymaga bowiem wyposażenia gabinetów lekarskich w komputer z dostępem do Internetu. Niestety do 2006 roku nie wypracowano ze środowiskiem lekarskim akceptowalnego pomysłu na pozyskania funduszy na taką inwestycję. Sam NFZ nie jest w stanie zainwestować wystarczających środków w wyposażenie szpitali, przychodni i pozostałych punktów opieki medycznej. Absurdem byłoby również postawienie obligatoryjnego wymogu wyposażenia gabinetów prywatnych w sprzęt IT sfinansowany przez lekarza. Kosztocłonnym elementem uruchomienia systemu e-recept jest również wydanie każdemu pacjentowi elektronicznej karty ubezpieczenia, będącej identyfikatorem pacjenta oraz nośnikiem danych dotyczących historii choroby, zażywanych leków oraz nośnikiem danych recepty elektronicznej. Tak więc mimo planowanego na 2007 rok wdrożenia Rejestru Usług Medycznych (RUM) i jednoczesnego wprowadzenia elektronicznej karty ubezpieczenia zdrowotnego trudno zachować optymizm wskazujący na płynne wdrożenie systemu w całym kraju, którego skutków finansowego obciążenia nie ponosiliby ani pacjenci, ani lekarze. Niezależnie jakie rozwiązanie przyjmie NFZ należy przyznać, że e-recepty doskonale wpisałyby się w rozwój działalności aptek internetowych, których we wrześniu 2006 roku było około 70, czyli dwa razy więcej, niż w roku 2005. Pierwsza w Polsce i zarazem największa internetowa apteka DomZdrowia.pl realizowała miesięcznie kilka tysięcy zamówień, których roczna wartość kilkukrotnie przekraczała średnią przychodu tradycyjnych aptek, wynoszącą około 1,6 mln zł rocznie.⁴⁰ Farmaceuci obawiając się odebrania części rynku wartego około 14 mld zł⁴¹, intensywnie sprzeciwili się działalności e-aptek, podpierając sprzeciw potrzebą zapewnienia pacjentom bezpieczeństwa i ochrony przed dystrybucją leków podrobionych lub sfalszowanych. Argumenty dotyczyły również zapewnienia odpowiednich warunków przechowywania leków podczas transportu. Pomimo, że przyzwolenie na działalność e-aptek rozwinięłoby rozwiązania technologiczne związane z bezpieczeństwem prowadzenia transakcji w sieci oraz zyskałyby na tym projekty mające na celu wypracowanie standardów obsługi i wdrożenia elektronicznej recepty, informatyzacji badań lekarskich, gabinetów medycznych oraz cały szereg powiązanych rozwiązań i usług w branży medycznej, plany Ministerstwa Zdrowia dotyczące umożliwienia handlu lekami przez Internet sejm ostatecznie odrzucił.

³⁹ Miączyński P., Domaszewicz Zb., *NFZ ...*, *op.cit.*, str. 21

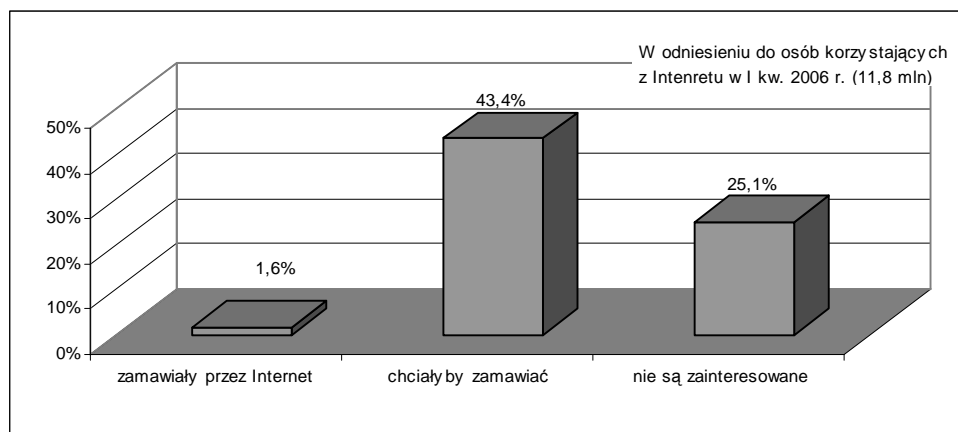
⁴⁰ Cabaj J., *Handel lekami w Internecie będzie wreszcie legalny*, Rzeczpospolita nr 217, dod. Ekonomia i rynek, str. 1, 16-17.09.2006

⁴¹ Kozińska K., *Sprawa handlu lekami przez Internet trafi do sądu*, Gazeta Prawna nr 120, str.7, 22.06.2006

Zignorował tym samym stanowisko Urzędu Komitetu Integracji Europejskiej, który na podstawie wyroku Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości z 11.12.2003 r. (sygn.C-322/01)⁴² ostrzegał, że utrzymanie w Polsce zakazu sprzedaży leków przez Internet byłoby niezgodne z prawem europejskim.⁴³ Blokując możliwość sprzedaży leków przez Internet, Polska cofnęła się na drodze rozwoju nowoczesnego społeczeństwa informacyjnego. Polscy przedsiębiorcy nie zaprzestaną sprzedaży leków z powodu zmian ustawowych. Zaczną jedynie zakładać internetowe apteki w Niemczech, Wielkiej Brytanii czy Holandii, gdzie tego rodzaju działalność jest zupełnie legalna.⁴⁴ Myśląc o możliwościach rozwoju polskiego społeczeństwa informacyjnego trzeba zachować nadzieję, że Polska nie pozostanie ostatnim krajem Europy, sprzedającym leki wyłącznie w tradycyjny sposób.

W 2006 roku na polskim rynku, poza ograniczoną możliwością zakupu leków przez Internet, niewiele było dostępnych w sieci usług medycznych lub quasi medycznych. Stąd też pomimo deklarowanej przez prawie co drugiego internautę (43,4%) chęci korzystania z tego rodzaju usług, jedynie 1,6% internautów wskazało, że z usług medycznych dostępnych w sieci skorzystało. (wykres B1.5-1).

Wykres B1.5-1. Zamawianie przez Internet publicznych usług zdrowotnych w 2006 r.



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

⁴² Kosiarski M., *Trybunał ułatwia handel lekami*, Rzeczpospolita nr 117, dod. Prawo co dnia, str. 3, 20-21.05.2006

⁴³ Miączyński P., Domaszewicz Zb., *I po aptekach (internetowych)*, [w:] <http://gospodarka.gazeta.pl>, 16.02.2007

⁴⁴ Cabaj J., *Handel ...*, *op.cit.*, str. 1

Największą potrzebę korzystania z usług medycznych wykazywali internauci w wieku 25-34 lat, (51,9% przypadków). Drugą grupą o zbliżonych preferencjach, byli internauci w wieku 35-44 lat, którzy w 49% przypadków zgłaszali takie potrzeby. Najmniej zainteresowania korzystaniem z usług medycznych przez Internet wykazywały osoby najmłodsze - w wieku 16-24, czyli osoby z natury mające stosunkowo niskie potrzebach korzystania z jakichkolwiek usług medycznych. Niewielkie zainteresowanie wykazywały również osoby z ostatniego rozpatrywanego progu wiekowego 65-74 lat, dla którego co czwarty respondent (28,1%) wykazywał chęć korzystania z usług medycznych przez Internet. Grupując internautów według posiadanego wykształcenia, aktywności zawodowej oraz miejsca zamieszkania można było dostrzec tendencję wskazującą na większe zainteresowanie dostępnością usług medycznych w sieci wśród osób z wyższym wykształceniem (45,9%), wśród osób aktywnych zawodowo – zarówno pracujący na własny rachunek (51,2%), jak i pracowników najemnych (49,7%) oraz wśród mieszkańców dużych miast (52,3%).

B1.6. E-learning

W 2006 roku w USA 75% wyższych uczelni umożliwiło korzystanie z form nauczania na odległość. W tym czasie Polsce zaledwie co dwudziesta uczelnia (5%) prowadziła studia lub zajęcia przez Internet. Aby przyspieszyć rozwój tej formy kształcenia uczelnie powołały stowarzyszenie e-learningu akademickiego, skupiające ekspertów z kilkunastu ośrodków zainteresowanych tą formą edukacji. Zadaniem stowarzyszenia jest przygotowanie standardów i promowanie dobrych wzorców prowadzenia e-learningu, a tym samym wspieranie wysokiej jakości polskich e-studiów. Niestety rozwój polskiego e-learningu uczelnianego nie był wspierany przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, które w 2006 roku opracowało projekt ustawy, w której dopuściło możliwość prowadzenia zajęć przez Internet, co najwyżej w granicach 70% ram programowych. Próg ten według Rady Głównej Szkolnictwa Wyższego będzie zbyt niski, gdyż powinien wynosić co najmniej 85%. Dopiero wówczas działalność polskich uczelni w zakresie studiów na odległość będzie konkurencyjna do działalności uczelni innych krajów.⁴⁵ Drugim ograniczeniem zaproponowanym w projekcie, była konieczność przeprowadzania egzaminów na terenie uczelni. Ten zapis przekłada się bezpośrednio na koszty ponoszone przez studentów w trakcie trwania nauki, gdyż

⁴⁵ Góra J., *Szkolnictwo wyższe, projekt rozporządzenia o warunkach kształcenia na odległość*, Gazeta Prawna nr 213, str. 12, 02.11.2006

przy takim zapisie wszyscy studenci, nawet zagraniczni, muszą w czasie egzaminów odwiedzić uczelnię. Brak tego ograniczenia pozwalałby uczelni na czas egzaminów oddelegować egzaminatora do innego miasta, czy państwa co w rachunku ekonomicznym i organizacyjnym byłoby korzystniejsze zarówno dla uczelni, jak i dla studentów.⁴⁶ W przypadku polskich uczelni taki zapis dotknąłby dużej, bo 20% grupy aktualnych studentów studiów e-learningowych,⁴⁷ dla których koszt studiowania na odległość jest wysoki i niejednokrotnie zbliżony do kosztu studiów zaocznych. Przykłady kierunków studiów wraz z cenami zostały przedstawione w tabeli B1.6-1. W 2006 w rozwoju studiów prowadzonych w trybie zdalnego nauczania, przeszkodą większą od projektu ustawy Ministerstwa, było niskie uznanie kwalifikacji absolwentów e-studiów przez polskich pracodawców. Spora nieufność w stosunku do absolwentów powodowała, że ta forma kształcenia traktowana była raczej jako właściwa dla doksztalcania i zdobywania dodatkowej, a nie podstawowej wiedzy. Z tego powodu w 2006 roku pod względem atrakcyjności absolwenta na rynku pracy, studia e-learningowe nie były w stanie konkurować z tradycyjną formą studiów dziennych.

Jedną z form e-learningu jest doksztalcanie poprzez samodzielne poszukiwanie wiadomości w Internecie. Często wykorzystywane są do tego zasoby elektronicznych bibliotek cyfrowych, dostępnych i rozwijanych również w Polsce. Dwutysięczny szósty rok zaowocował powstaniem polskiej Cyfrowej Biblioteki Narodowej Polona, uruchomionej pod adresem www.polona.pl.⁴⁸ CBNP już stała się częścią platformy biblioteki europejskiej <http://libraries.theeuropeanlibrary.org>, dzięki czemu możliwe było pobieranie informacji ze wszystkich bibliotek narodowych włączonych do wspólnego programu. W kwietniu 2006 roku powstał również powołany przez Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego zespół ds. digitalizacji zbiorów. Jego zadaniem jest opracowanie dla polskich bibliotek cyfrowych wspólnego formatu archiwizowanych danych.⁴⁹

⁴⁶ Tamże, str. 12

⁴⁷ Ogórek S., *Chcesz wiedzieć, lej olej przez komputerową sieć*, *Puls Biznesu* nr 240, str. 28, 11.12.2006

⁴⁸ *Aktualności*, [w:] <http://www.polona.pl>

⁴⁹ Urbański K., *Czytelnia w światowej sieci*, *Rzeczpospolita* nr 202, str. 10, 30.08.2006

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

Tabela B1.6-1. Przykłady polskich uczelni realizujących studia w trybie zdalnego nauczania.

lp.	Uczelnia	Opis studiów	Wpisowe /czesne
1	Akademia Polonijna w Częstochowie	studia magisterskie na kierunku ekonomia	600 zł 1500 zł/semestr
2	Wyższa Szkoła National Luois University w Nowym Sączu	uzupełniające studia magisterskie na kierunku zarządzanie i marketing	600 zł 3500 zł/semestr
3	Polsko-Japońska Wyższa Szkoła Technik Komputerow. w Warszawie	studia inżynierskie i magisterskie na kierunku informatyka	1000 zł 750 zł/miesiąc
4	Polski Uniwersytet Wirtualny	studia licencjackie na kierunku politologia	390 zł 250 zł/miesiąc
5	Polski Uniwersytet Wirtualny	studia licencjackie na kierunku informatyka	350 zł 250 zł/miesiąc
6	Polski Uniwersytet Wirtualny	studia podyplomowe na kierunku handel elektroniczny	0 zł 4000 zł/rok
7	Politechnika Warszawska	studia podyplomowe na kierunku informatyka i techniki Internetu	6000 zł – koszt całkowity
8	Politechnika Warszawska	studia podyplomowe na kierunku narzędzia i techniki wirtualnej edukacji	6000 zł – koszt całkowity
9	Politechnika Warszawska	studia inżynierskie na kierunku informatyka	0 zł 600 zł/ semestr
10	Politechnika Warszawska	uzupełniające studia magisterskie na kierunkach inżynieria systemów komputerowych, informatyka stosowana	0 zł 3800 zł/ semestr
11	Uniwersytet Warszawski	studia podyplomowe na kierunku psychologia zmian postaw i zachowań	3800 zł – koszt całkowity
12	Uniwersytet Warszawski	studia podyplomowe, Social Change in Poland	4500 zł – koszt całkowity
13	Uniwersytet Warszawski	kursy internetowe (psychologia motywacji, epigrafika Majów)	do 500 zł

Źródło: Filipiuk J., *Poklikaj z wykładowcą*, Rzeczpospolita nr 300 z 27.12.2006 r., dod. Moja kariera, str. 3

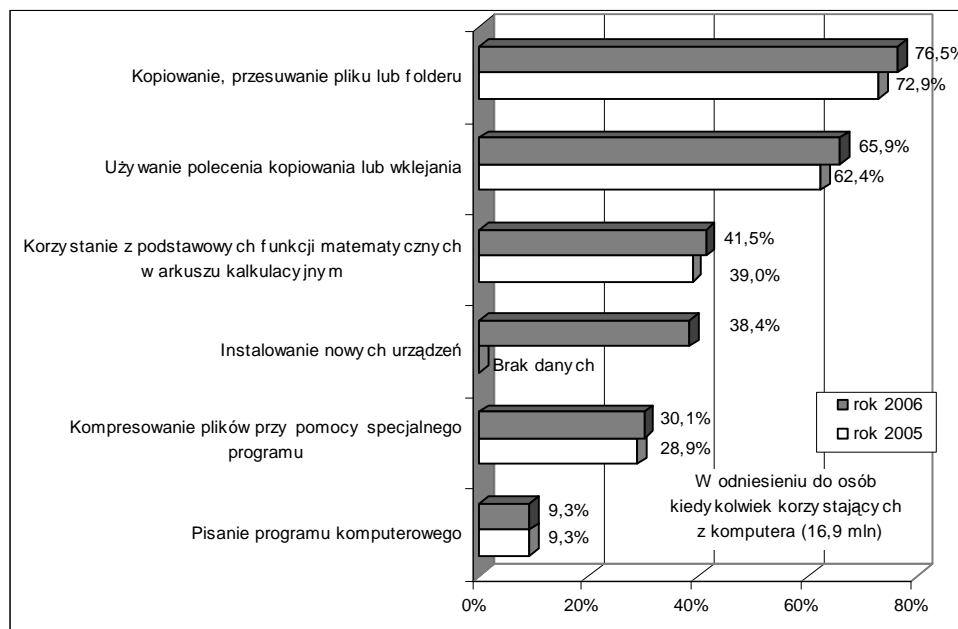
Zeszły rok przyniósł także pomysł wykorzystania e-learningu na niewielką skalę związaną z udzielaniem korepetycji. Osoby fizyczne udzielały lekcji na odległość przy wykorzystaniu wirtualnych tablic dostępnych w Internecie. Zarówno nauczyciele, jak i uczniowie spotykali się na wybranej stronie WWW, gdzie prowadzone były zajęcia, oszczędzając tym samym czas na dojazdy. Nauczyciele korzystali na takim rozwiązaniu mogąc lepiej wykorzystać wolny czas i prowadzić zajęcia niezależnie od miejsca, w którym w danym momencie się znajdowali. Uczniowie z kolei mogli korzystać z lekcji nie wychodząc z domu, co było szczególnie ważne, gdy lekcje odbywały się godzinach wieczornych.

B1.7. Edukacja informatyczna

B1.7.1. Umiejętność korzystania z komputera

Przeprowadzone przez GUS badania wykazały, w kwietniu 2006 roku w Polsce mieszkało 16,9 mln osób kiedykolwiek korzystających z komputera. W stosunku do 29,4 mln Polaków w wieku 16-74 lat daje to wskaźnik w wysokości 57,6%. W pierwszym kwartale 2006 roku z komputerów korzystało 14,2 mln osób, czyli 48,1% Polaków w wieku 16-74 lat. Jest to więcej w stosunku do roku poprzedniego o 7,8%. Dodatkowo 4,3% osób pracowało z wykorzystaniem komputera w czasie 4-12 miesięcy poprzedzających badanie, a kolejnych 5,1% przed tym czasem. Najwięcej badanych osób obsługujących komputer posiadało podstawowe umiejętności kopiowania i przenoszenia plików (78,5%). Rok wcześniej takie umiejętności posiadało 72,9% osób (wykres B1.7-1). Większy zakres umiejętności obejmujący dodatkowo stosowanie funkcji matematycznych podczas obliczeń wykonywanych w arkuszu kalkulacyjnym wykazało 41,5% osób, natomiast instalowanie nowych urządzeń potrafiło wykonać 38,4% osób kiedykolwiek pracujących na komputerze. Różnice w odpowiedziach na poszczególne pytania wskazują pozytywną tendencję wzrostu umiejętności obsługi komputerów. Największe przyrosty można zauważyć w zakresie podstawowej obsługi. Zaawansowane umiejętności wzrastały dużo wolniej, by w przypadku umiejętności pisania programów komputerowych zatrzymać się na poziomie z zeszłego roku wynoszącym 9,3%.

Wykres B1.7-1. Czynności wykonywane podczas pracy z komputerem



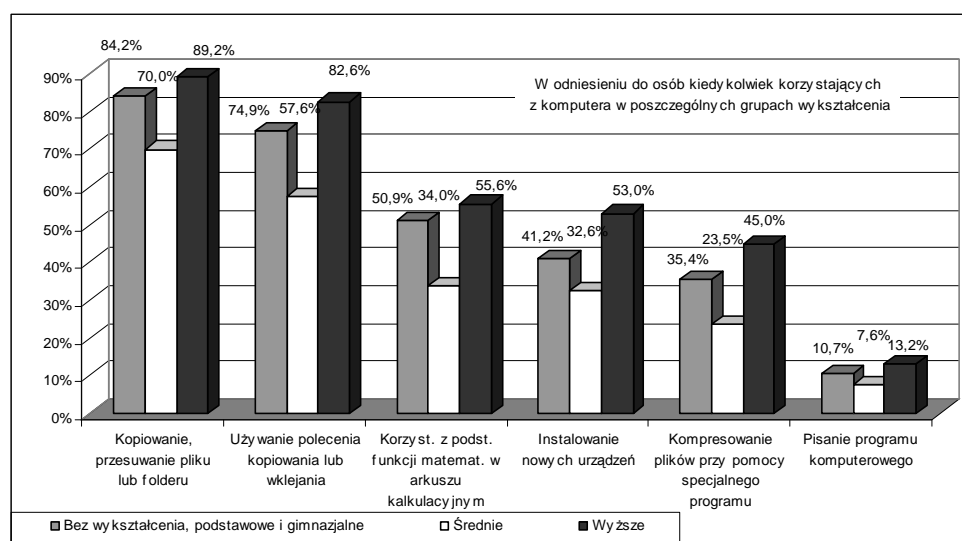
Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

Badania nie wykazały istotnych różnic pomiędzy grupą kobiet, a grupą mężczyzn w zakresie umiejętności korzystania z podstawowych funkcji, takich jak kopiowanie plików, używanie poleceń kopiowania i wklejania oraz wykorzystania arkuszy kalkulacyjnych. Dysproporcje występowały w przypadku funkcji bardziej zaawansowanych, takich jak kompresowanie plików, którą to czynność wykonywało 36,4% mężczyzn i 23,9% kobiet. Duża różnica występowała również w umiejętnościach instalowania nowych urządzeń (48,7% do 28,2%) oraz w przypadku umiejętności oprogramowania komputera (12,4% do 6,3%).

Różnice występowały również w zależności od posiadanego wykształcenia. Każdą z omawianych umiejętności najczęściej posiadały osoby z wykształceniem wyższym, następnie podstawowym i średnim (wykres B1.7-2). Taki rozkład często powtarza się w prowadzonych badaniach związanych z rozwojem społeczeństwa informacyjnego i jest wynikiem prowadzonej w szkołach edukacji informatycznej, przez co, osoby z wykształceniem podstawowym, czyli najczęściej młodzież ucząca się zdobyła umiejętności w szkole (wykres B1.7-10). Osoby z wyższym wykształceniem mogły zdobyć umiejętności podczas cyklu kształcenia lub

dokształcały się na szkoleniach organizowanych przez zakłady pracy (wykres B1.7-11). Osoby z wykształceniem średnim rzadziej odczuwały potrzebę rozwoju własnych umiejętności - stąd w tej grupie wiele wskaźników opisujących kontakty z działaniami w sferze informatyki są najrzadsze.

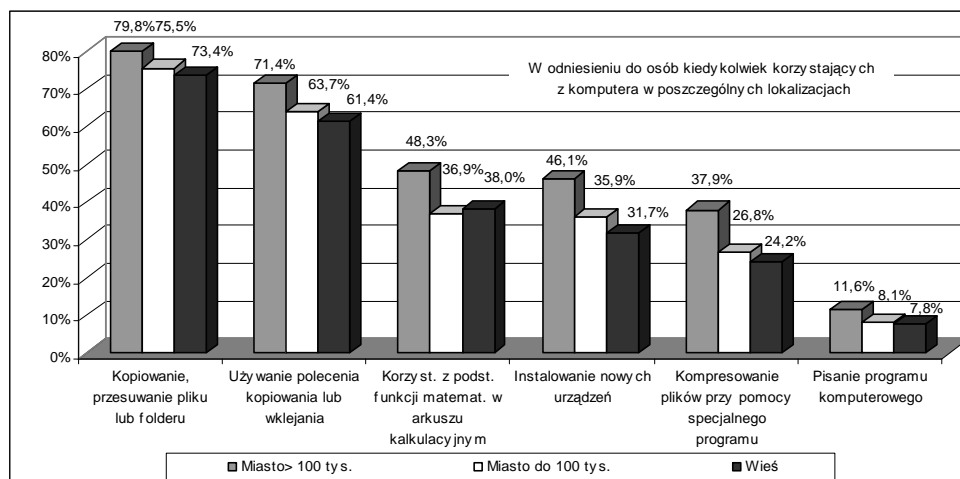
Wykres B1.7-2. Czynności wykonywane podczas pracy z komputerem wg poziomu wykształcenia



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

Wyraźne różnice w wartościach wskaźników umiejętności informatycznych, widać było również przy podziale osób badanych ze względu na miejsca zamieszkania. Podobnie jak przed rokiem, mieszkańcy dużych miast wykazywali poszczególne umiejętności korzystania z komputerów częściej niż mieszkańcy miast średniej wielkości lub wsi (wykres B1.7-3). Różnice zwiększały się wraz ze wzrostem zaawansowania umiejętności, przy czym zawsze największy dystans utrzymywany był pomiędzy grupą mieszkańców dużych miejscowości, czyli liczących powyżej 100 tys. mieszkańców, a mieszkańcami miast o wielkości do 100 tys. mieszkańców. Różnice w posiadanych umiejętnościach mieszkańców średnich miast i mieszkańców wsi również występowały, jednak nie były tak znaczne.

Wykres B1.7-3. Czynności wykonywane podczas pracy z komputerem wg miejsca zamieszkania

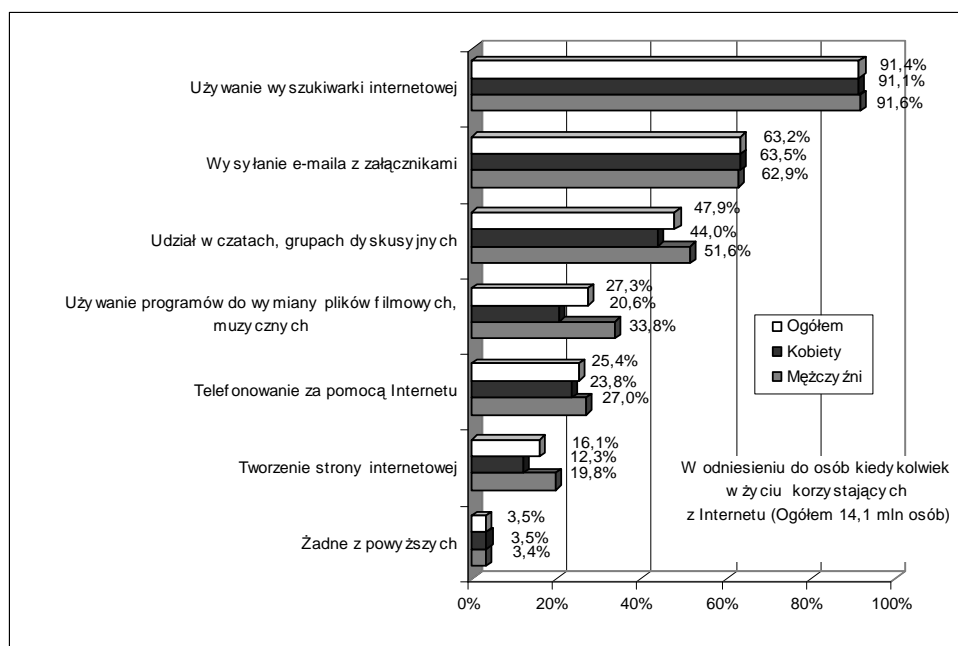


Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

B1.7.2. Umiejętność korzystania z Internetu

Ogólna liczba internautów osiągnęła w kwietniu 2006 roku liczbę 14,1 mln osób. Zakres wykonywanych przez tę grupę czynności związanych z korzystaniem z Internetu był bardzo zróżnicowany. Najwięcej, bo 91,4% internautów używało wyszukiwarek internetowych, 63,2% internautów korzystało z sieci, by wysłać e-maile wraz z załącznikami, a udział w czatach i grupach dyskusyjnych deklarowało prawie 47,9% (wykres B1.7-4). Rozpatrując czynności wykonywane podczas korzystania z Internetu w zależności od wieku internauty można dostrzec, że osoby młodsze częściej wykazywały dowolną wskazaną czynność niż osoby starsze. Największe rozpiętości w realizacjach dowolnej wskazanej czynności pomiędzy najmłodszymi i najstarszymi internautami (grupy 16-24 lat i 65-74 lat), występowały w przypadku udziału w czatach i grupach dyskusyjnych (różnica 50,9 punktu procentowego), wykorzystania programów do wymiany plików muzycznych (różnica 40,6 punktu procentowego) oraz w przypadku wysyłanie emaili wraz z załącznikami, gdzie różnica wyniosła 33 punkty procentowe. Najmniejsze różnice wystąpiły przy korzystaniu z telefonii internetowej oraz przy wykorzystaniu wyszukiwarek internetowych. Wynosiły one odpowiednio 4,5 oraz 5,8 punktu procentowego.

Wykres B1.7-4. Czynności wykonywane podczas korzystania z Internetu w zależności od płci internauty

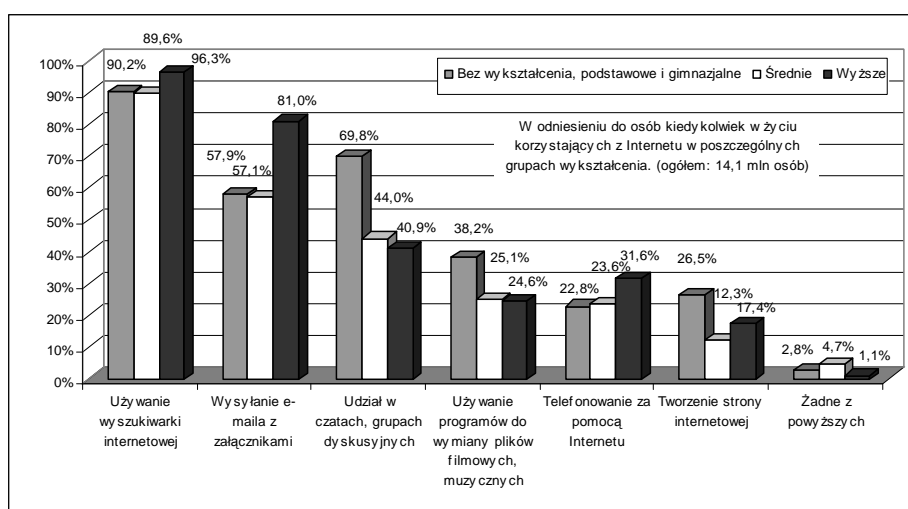


Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

Na wykresie B1.7-5 przedstawione zostały wyniki czynności wykonywanych przez osoby korzystające z Internetu, w dowolnym czasie, w zależności od zdobytego wykształcenia. Badania wykazały, że w stosunku do zeszłego roku wystąpiły pewne zmiany w stopniu wykonywania poszczególnych czynności w Internecie. Internauci z wykształceniem wyższym częściej korzystali z wyszukiwarek (96,3%) niż w poprzednim roku (92%). Wśród osób z wykształceniem średnim i niższym od średniego struktura pozostała niezmienną. W przypadku udziału w czatach i grupach dyskusyjnych przez osoby z wykształceniem wyższym, zanotowany został wzrost o 8,6 punktu procentowego. Różnice w przypadku osób bez wyższego wykształcenia były nieznaczne i mieściły się w granicach błędu statystycznego. Duży wzrost zanotowany został w przypadku korzystania z oprogramowania do wymiany plików muzycznych i filmowych przez internautów w każdej grupie posiadanego wykształcenia. Wśród osób kiedykolwiek korzystających z Internetu, posiadających wykształcenie podstawowe, wzrost ten wyniósł 11 punktów procentowych, dla osób z

wykształceniem średnim, wzrost wyniósł 4,4 punktu procentowego, natomiast dla osób z wykształceniem wyższym, wzrost wyniósł 7,3 punktu procentowego. Wysokie przyrosty zanotowano również w korzystaniu z telefonii internetowej i wynosiły one dla grupy osób z wykształceniem podstawowym, średnim i wyższym odpowiednio 7,4; 7,3 i 13 punktu procentowego.

Wykres B1.7-5. Czynności wykonywane podczas korzystania z Internetu wg poziomu wykształcenia

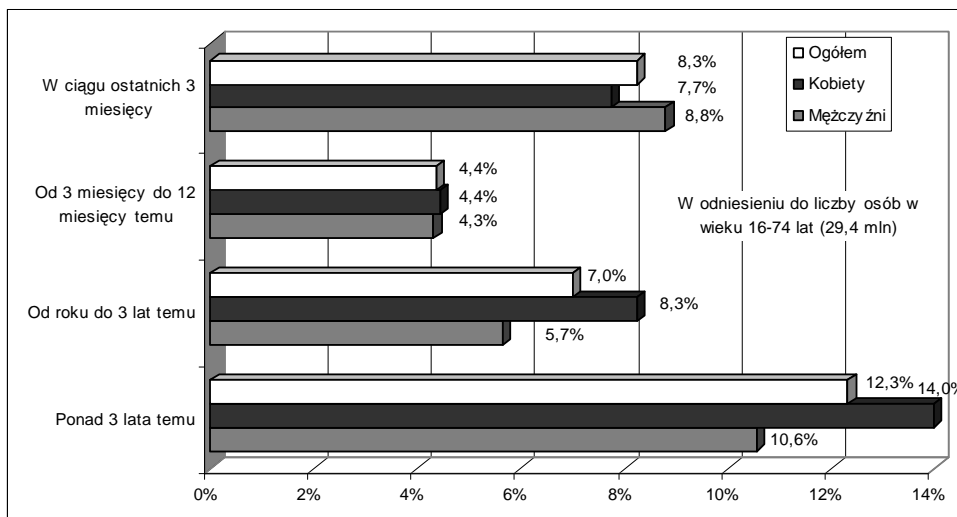


Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

B1.7.3. Udział w szkoleniach informatycznych

Postęp techniczny i technologiczny oraz potrzeba szybkiego komunikowania się determinują konieczność stałego doskonalenia w zakresie obsługi programów komputerowych. Dobrze wykształceni i wyszkoleni pracownicy stwarzają większą szansę firmie na pokonanie konkurencji i uzyskania lepszych wyników ekonomicznych. Utrzymywanie odpowiedniego poziomu wiedzy wymagało ustawicznego kształcenia pracowników. Z badań GUS-u wynika, że Polacy szkolili się w podobnym stopniu co rok wcześniej. W czasie ostatnich 3 miesięcy poprzedzających badanie w szkoleniach informatycznych wzięło 8,3% osób (wykres B1.7-6), a w okresie od 3 do 12 miesięcy szkolonych było 4,4% osób. Powyżej jednego roku przed badaniem w szkoleniach wzięło udział 19,3% osób.

Wykres B1.7-6. Udział w szkoleniach informatycznych

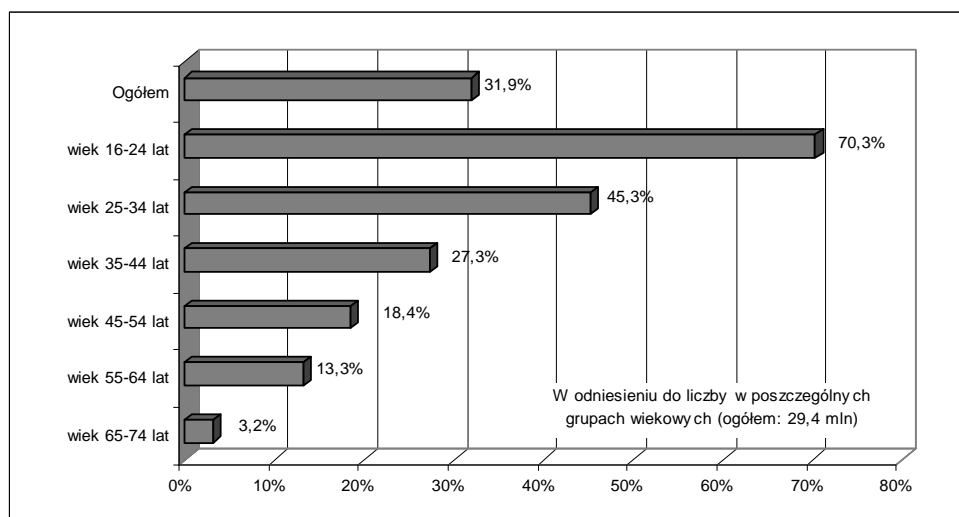


Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

Jak można było przypuszczać, starsze osoby brały udział w szkoleniach informatycznych rzadziej niż osoby młode. Wykres B1.7-7 obrazuje tendencję spadkową w szkoleniach informatycznych u coraz starszych grup wiekowych. Najwięcej osób korzystających ze szkoleń (70,3%) było w przedziale wiekowym 16-24 lat, a najmniej, bo 3,2% miało 65 lub więcej lat. Podobne wyniki można było zaobserwować rok wcześniej. Różniły się niewielkim, gdyż o około 2 punkty procentowe rzadszym uczestnictwem w szkoleniach wśród osób poszczególnych grup wiekowych, pomiędzy 16 i 44 rokiem życia.

Wyniki badań uczestnictwa w szkoleniach informatycznych, wśród różnych grup aktywności zawodowej przedstawia wykres B1.7-8. W ostatnich trzech miesiącach poprzedzających badania największą grupę szkolących się stanowili studenci i uczniowie (46%), na drugim miejscu byli pracownicy najemni (4,6%). W pozostałych grupach udział szkolących się w ostatnich trzech miesiącach nie przekraczał 1%. Do grup tych zaliczali się bezrobotni (0,8%), emeryci i renciści (0,3%) oraz osoby pracujące na własny rachunek (0,6%).

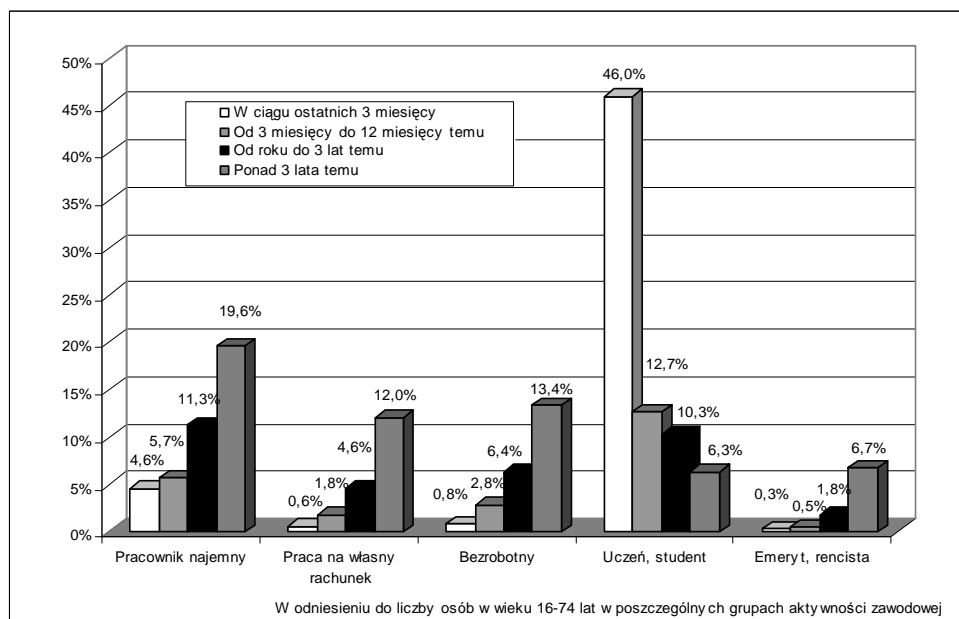
Wykres B1.7-7. Udział w szkoleniach informatycznych osób w poszczególnych grupach wiekowych, niezależnie od terminu udziału w szkoleniu,



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

W szkoleniach przeprowadzanych wcześniej niż trzy lata od daty badań, sytuacja była bardziej wyrównana. Dla najczęściej szkolonej w tym czasie grupy, jaką byli pracownicy najemni, wskaźnik wyniósł 19,6%, natomiast dla grupy uczniów i studentów 6,3%. W porównaniu z rokiem poprzednim, rozkład był zbliżony we wszystkich grupach aktywności zawodowej. Z przeprowadzonych badań wynika również, że tylko 2,8% bezrobotnych wzięło udział w szkoleniach w okresie ostatnich 12 miesięcy pomimo, że dysponowali wolnym czasem i byli silnie zmotywowani do poszukiwania pracy, a ze szkoleń mogli korzystać nieodpłatnie. Wynik ten stawia pod znakiem zapytania szczerą chęć bezrobotnych do znalezienia pracy, skoro nie podejmują trudu, by skorzystać z możliwości bezpłatnego zwiększania własnych umiejętności.

Wykres B1.7-8. Udział w szkoleniach informatycznych poszczególnych grup aktywności zawodowej

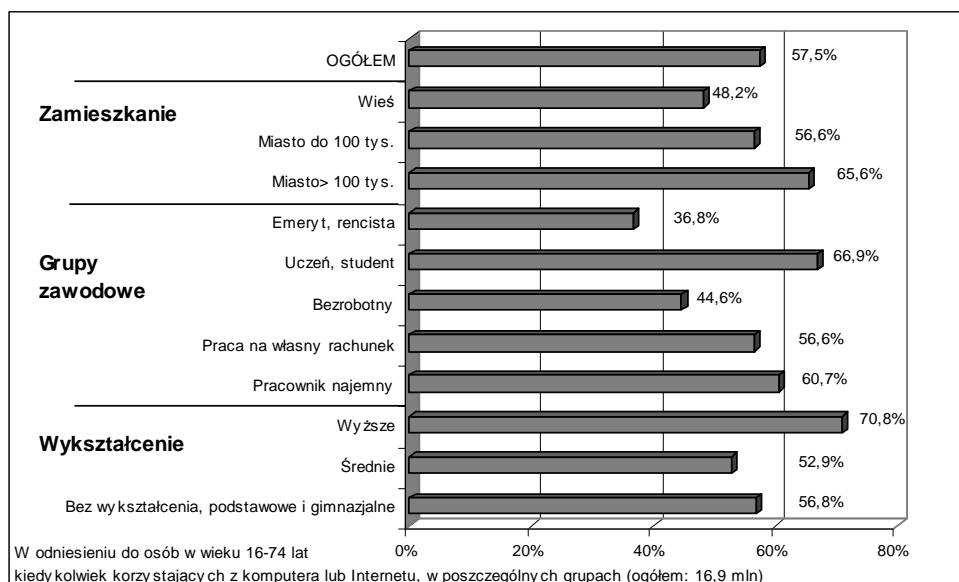


Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

B1.7.4. Metody zdobywania umiejętności informatycznych

W 2006 roku, podobnie jak i w latach poprzednich dla osób kiedykolwiek korzystających z komputerów lub z Internetu największe znaczenie dla własnego rozwoju miała samodzielna praca (57,5% - wykres B1.7-9) lub praca wspomagana pomocą krewnych, przyjaciół i znajomych (56,3%). Następnym w kolejności był system edukacji (42% - wykres B1.7-10) oraz szkolenia zawodowe organizowane przez pracodawcę (13% - wykres B1.7-11).

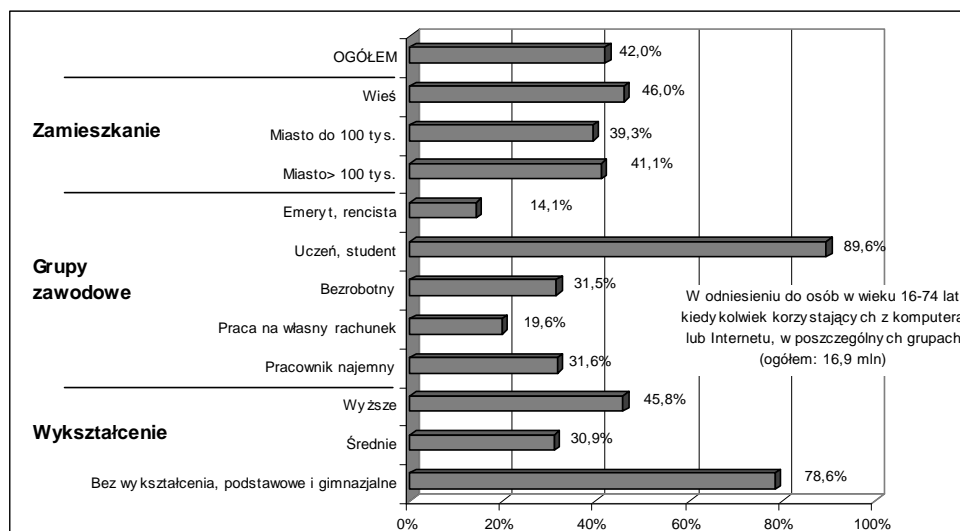
Wykres B1.7-9. Zdobywanie umiejętności w dziedzinie informatyki poprzez samodzielną praktykę



Źródło: *Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006*

Dla każdej grupy osób wydzielonej ze względu na miejsca zamieszkania, aktywność zawodową oraz posiadane wykształcenie - grupami o największej samodzielności w procesie zdobywania wiedzy i umiejętności IT były osoby posiadające wyższe wykształcenie (70,8%), uczniowie i studenci (66,9%) oraz mieszkańcy dużych miast (65,6%) – wykres B1.7-9. Z kolei poprzez system edukacji umiejętności zdobywało 89,6% uczniów i studentów, 78,6% osób z wykształceniem podstawowym i gimnazjalnym oraz 46% mieszkańców wsi, którzy korzystali w życiu z komputerów lub Internetu (wykres B1.7-10).

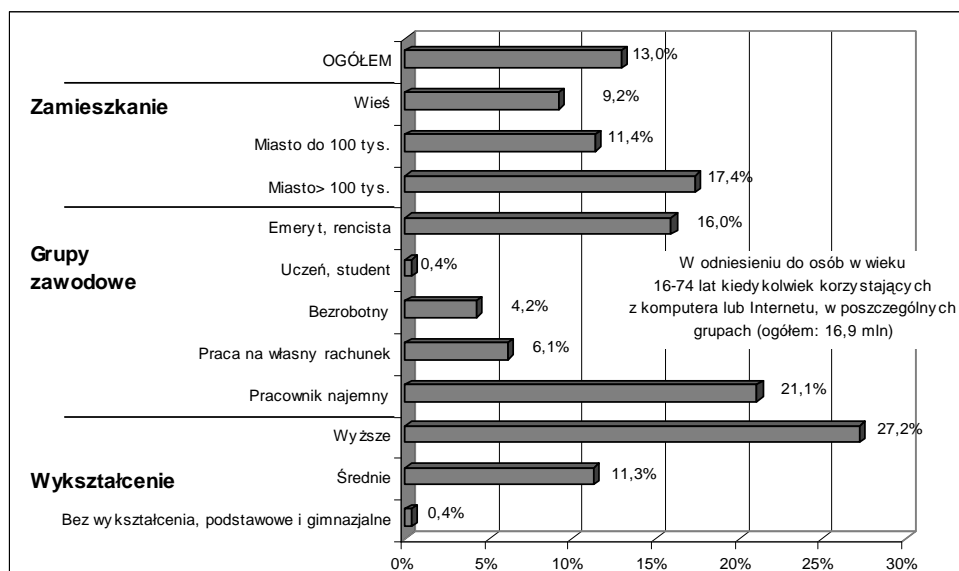
Wykres B1.7-10. Zdobywanie umiejętności w dziedzinie informatyki poprzez system edukacji



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

Do podwyższenia umiejętności w zakresie IT, poza samodzielną nauką oraz systemem edukacji, przyczyniły się również zakłady pracy. Prowadziły one kursy zawodowe w dziedzinie informatyki dla swoich pracowników. Z badań GUS-u wynika, że z tej formy zdobywania umiejętności najczęściej korzystały osoby z wykształceniem wyższym (27,2%), pracownicy najemni (21,1%) oraz mieszkańcy dużych miast (17,4%). Jak można było przewidzieć uczniowie i studenci oraz osoby bez wykształcenia, czyli najczęściej osoby uczące się, prawie nie występowały wśród osób zdobywających umiejętności informatyczne dzięki kursom organizowanym przez zakłady pracy (wykres B1.7-11).

Wykres B1.7-11. Zdobywanie umiejętności w dziedzinie informatyki na kursach zawodowych organizowanych przez zakłady pracy



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych, GUS 2006

B1.8. Podsumowanie - kierunki i bariery rozwoju Internetu wśród obywateli

W przeciągu ostatniego roku przybyło 2,5 mln gospodarstw domowych podłączonych do Internetu oraz 1,4 mln internautów. Oznacza to stabilne, choć nie szybkie tempo wzrostu. Największy przyrost w zeszłym roku notowała Litwa, w której liczba internautów podwoiła się (przyrost o 119%) oraz Czechy, w przypadku których przyrost wyniósł 53%. W Polsce liczba przyłączy domowego Internetu wzrosła o 20% i była porównywalna z wynikiem Finlandii (20%), Estonii (18%) oraz Słowacji (17%). O połowę wolniej gospodarstwa domowe zaopatrywały się w komputery stacjonarne. Wzrost wynosił 9,3%. Takie tempo nie rokowało nadziei na zdobycie przez Polskę pozycji lidera w rankingu wyposażenia gospodarstw domowych w sprzęt IT. W tej dziedzinie przodowała Szwecja, w której 9 na 10 gospodarstw posiadało w domu komputer. Z powodu niewielkiej nasycenia polskiego społeczeństwa sprzętem IT, można przewidywać, że wydłuży się czas potrzebny na akceptację i asymilację nowych postaw związanych z samodzielnym zdobywaniem wiedzy poprzez zdalne nauczanie (e-learning),

wykorzystanie systemów transakcyjnych (internetowe sklepy lub aukcje), czy korzystania z usług administracji publicznej. Aby poprawić sytuację potrzebny byłby rządowy program ułatwiający zakup komputera przez osoby prywatne. Taka inwestycja w polskie społeczeństwo niechybnie zwróciłaby się, chociażby poprzez obniżenie kosztów administracji państwa oraz przyspieszenie realizacji podejmowanych wielorakich działań w e-gospodarce, przez osoby prywatne, przedsiębiorstwa i administrację.

Bez potrzeby wsparcia rządu w ostatnich latach szybko wzrastały przedsięwzięcia komercyjne lub hobbystyczne wynikające z codziennych potrzeb. Rozwijały się sklepy internetowe, których pod koniec roku 2006 było nie mniej niż 3200, podwoiła się liczba internautów (2,3 mln) kupujących na aukcjach internetowych⁵⁰. Szybko rozwijały się również usługi zawierania umów ubezpieczenia przez Internet oraz usługi e-bankowości. W zeszłym roku przybyło aż 55,1% internautów korzystających z bankowości on-line, czyli 0,96 mln osób. Niestety usługi urzędów administracji publicznej rozwijały się w tempie daleko odbiegającym od potrzeb obywateli oraz od ich optymistycznego nastawienia do uproszczania realizacji spraw urzędowych poprzez usługi świadczone on-line. W 2006 roku, co drugi internauta (43,7%) deklarował chęć korzystania z usług administracji publicznej przez Internet. Jednak poza możliwością pobierania druków z Internetu, niewiele więcej działań był w stanie samodzielnie zrealizować. Stąd zaledwie kilka na sto osób deklarowało rzeczywiste skorzystanie z usług e-administracji. Trudno jest zrozumieć powody powolnego rozwoju elektronicznych usług administracji publicznej. Motywacja ze strony rządu powinna być duża, opierająca się zarówno o argumenty dobra społecznego, postępu cywilizacyjnego oraz rachunku ekonomicznego. Jak wylicza prof. dr hab. inż. Wojciech Cellary z Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, rezygnacja z tradycyjnego systemu obiegu i archiwizacji dokumentów na rzecz formy elektronicznej, mogłaby przynieść sumaryczne oszczędności w administracji, przedsiębiorstwach i u obywateli rządu 120 mln zł w przeciągu 5 lat. Wartość ta, wynikałaby wyłącznie z oszczędności zakupu papieru potrzebnego na druki do rozliczenia podatku od dochodów osobistych. Kolejne działania związane z rozliczeniami innych podatków oraz pozostałej działalności wymagającej obecnie papierowego obiegu dokumentów, przyniosłyby kolejne oszczędności.⁵¹ Stąd konieczne jest wspieranie obywateli w wykorzystaniu nowoczesnych technologii, zakupie sprzętu oraz położenie szczególnego nacisku na umożliwianie realizacji procesów z wykorzystaniem Internetu, szczególnie w zakresie e-biznesu i e-administracji.

⁵⁰ Z.Z., *Kolejny ...*, op. cit. str. 5

⁵¹ Cellary W., *Po co nam informatyzacja państwa*, Gazeta Wyborcza nr 85, str. 32, 10.04.2006

B2. E-biznes

B2.1. Rynek B2B

W 2006 roku minęła 2 rocznica wstąpienia Polski w struktury Unii Europejskiej oznaczające wspólne ramy prawne i gospodarcze, kierunki rozwojowe ale i wspólny konkurencyjny rynek. Dokumenty kierunkowe Unii Europejskiej wskazują jasno, że przyszłości to konkurencyjna, innowacyjna gospodarka oparta na wiedzy i społeczeństwie informacyjnym. Osiągnięciu stawianych celów sprzyja szereg konkretnych działań w postaci kolejnych edycji różnych programów badawczo-rozwojowych wspieranych zarówno z funduszy Unii jak i konkretnych państw członkowskich.

W Polsce mimo jeszcze niewielkiego stażu w gronie wysokorozwiniętych państw Europy widoczne są zmiany, które przyczyniają się do budowy społeczeństwa informacyjnego i gospodarki elektronicznej. Dzięki sprawnemu systemowi monitoringu, opartemu o statystykę publiczną realizowaną przez GUS oraz inne instytucje badawcze, możemy owe zmiany obserwować a odpowiednie instytucje mogą trafniej oceniać sytuację i podejmować odpowiednie działania stymulująco-korygujące. Co więcej, włączając się w europejski system statystyczny wzbogacamy się o wiedzę i właściwy punkt odniesienia jakim są inne państwa Europy.

I tak po badaniach przeprowadzonych w 2006 roku wiemy, że w Polsce:

- 93 % przedsiębiorstw wykorzystuje w swoich działaniach komputery;
- rośnie liczba osób, głównie zatrudnionych w dużych przedsiębiorstwach, pracujących w systemie telepracy;
- nastąpił dynamiczny wzrost wykorzystywania przez firmy urządzeń bezprzewodowych do budowy sieci LAN;
- 89 % przedsiębiorstw ma dostęp do Internetu;
- 27 % firm wykorzystujących komputery realizuje zakupy online⁵²;
- 11 % firm wykorzystujących komputery realizuje sprzedaż online⁵³.

⁵² przez Internet lub inne sieci

⁵³ przez Internet lub inne sieci

W dalszej części rozdziału przedstawiono nie tylko bliższy kontekst powyższych wskaźników (np. wielkość przedsiębiorstwa, ujęcie branżowe, geograficzne, i inne) oraz cały szereg danych z różnych obszarów nie pozostających bez wpływu na zachowania business-to-business (B2B).

Ze względu na fakt, iż aspiracją gospodarki UE jest sprostanie konkurencji dyktowanej przez światowe mocarstwa ekonomiczne głównie Stany Zjednoczone, Japonię, Chiny itd. warto przytoczyć jako punkt odniesienia wyniki notowane po stronie handlu elektronicznego w USA za 2006 r. I tak podobnie jak rok wcześniej zanotowano dalszy wzrost (o 23,5%) sprzedaży e-commerce osiągając kwotowo wartość 109 mld \$ (w 2003 roku było to 55 mld \$). Stanowiło to 2,8% (2,4% w 2005 r.) całkowitej wartości sprzedaży detalicznej w 2006 r., która w tym samym okresie wzrosła o 5,8%⁵⁴

Prezentowane dane statystyczne pochodzą z wielu źródeł i są owocem badań prowadzonych zarówno przez ustawowe służby statystyczne jak i niezależne ośrodki badawcze.

1. Podstawowe źródło danych stanowiły wyniki badań przeprowadzonych przez Główny Urząd Statystyczny w 2006 roku, którym poddano 75352 przedsiębiorstwa różnej wielkości i branż. Badania prowadzone zostały w kwietniu 2006 roku metodą ankietową według metodologii ściśle zharmonizowanej z wymogami Unii Europejskiej. Badaniem objęte zostały jednostki gospodarcze⁵⁵ prowadzące działalność zaklasyfikowaną według Polskiej Klasyfikacji Działalności do sekcji C, D, E, F, G, H, I, K i O, których liczba pracujących wynosi nie mniej niż 10. Konstrukcja pytań zawartych w arkuszach sprawozdawczych pozwoliła na uzyskanie informacji zarówno w kontekście wielkości przedsiębiorstwa jak i rodzaju działalności.
2. Dla zobrazowania pozycji Polski w odniesieniu do innych państw Unii Europejskiej wykorzystane zostały dane prezentowane przez Eurostat udostępnione poprzez serwis internetowy <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>.
3. Jednym z dodatkowych źródeł danych były raporty opracowane przez Komisję Europejską, *The European e-Business Report 2006/07 edition. A portrait of e-business in 10 sectors of the EU economy 5th Synthesis Report of the e-Business W@tch*.

⁵⁴ U.S. Census Bureau "QUARTERLY RETAIL E-COMMERCE SALES 4th QUARTER 2006" - <http://www.census.gov/mrts/www/data/pdf/06Q4.pdf>;

⁵⁵ Osoby prawne oraz jednostki organizacyjne nie mające osobowości prawnej prowadzące działalność w formie spółek handlowych, spółek cywilnych, przedsiębiorstw państwowych, spółdzielni, oddziałów przedsiębiorstw zagranicznych oraz osoby fizyczne

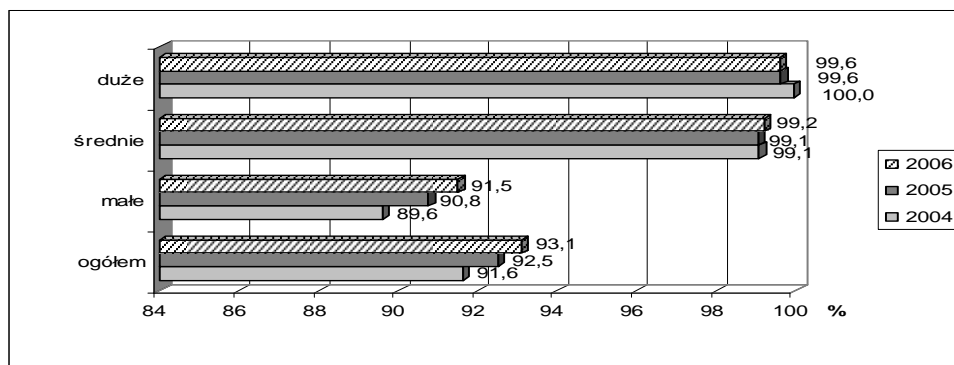
B2.1.1. Przedsiębiorstwa B2B - infrastruktura, technologia i bezpieczeństwo

Wykorzystanie komputerów

Rzeczą oczywistą jest, iż podstawą do wszelakich zmagania przedsiębiorstwa w wirtualnej rzeczywistości jest posiadanie odpowiedniej infrastruktury technicznej w postaci komputerów, dostępu do sieci czy oprogramowania. Wyniki trzeciej edycji badań prowadzonych przez GUS wykazały, że wskaźnik przedsiębiorstw wykorzystujących komputery w swoim działaniu zachowuje się dość stabilnie i wynosi 93%. Nie obserwuje się przy tym znaczącej dynamiki w poszczególnych grupach odpowiadających wielkości przedsiębiorstwa (Wykres B2.1.1-1). Z komputerów korzysta w przedsiębiorstwach średnio 38% pracowników, z których 28% wykorzystuje komputery z połączeniem do Internetu.

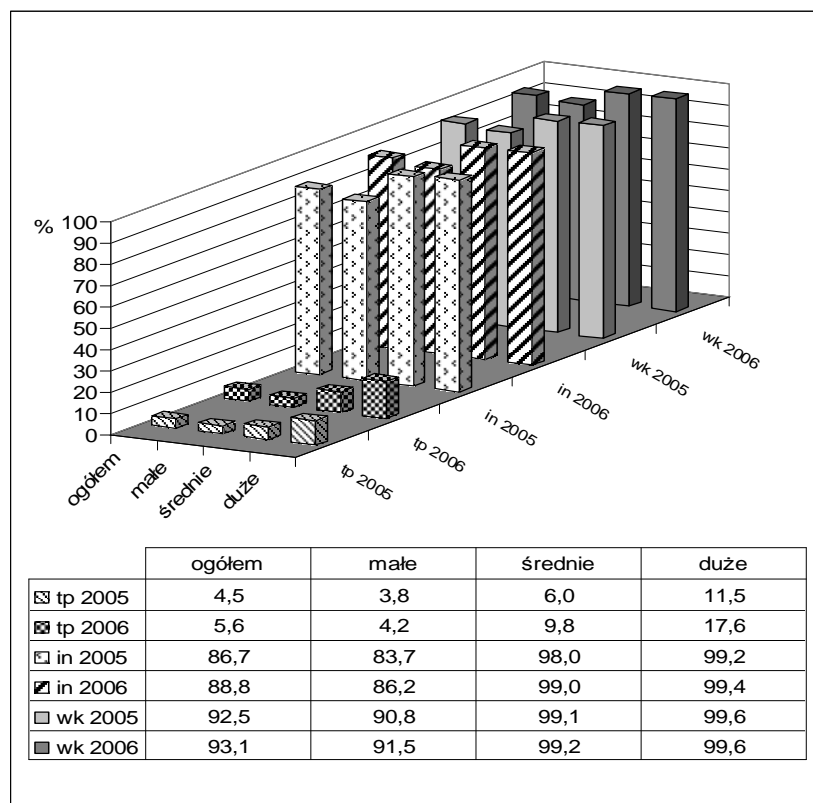
Wartym zaznaczenia jest fakt, iż coraz więcej osób pracuje w systemie telepracy. Szczególnie znaczący wzrost, o ponad 50%, odnotowano wśród dużych przedsiębiorstw (wykres B2.1.1.-2). Są to z pewnością pozytywne zmiany zarówno po stronie pracodawców (pozwalające m. in. na ograniczenie kosztów pracy) jak i pracowników (możliwość zatrudnienia osób niepełnosprawnych czy osób o ograniczonych możliwościach mobilnych, np. kobiet wychowujących dzieci, mieszkańców mniejszych i odległych miejscowości).

Wykres B2.1.1-1. Korzystanie z komputerów w przedsiębiorstwach w Polsce w latach 2004-06



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, GUS 2004-2006

Wykres B2.1.1-2. Korzystanie z komputerów, dostęp do Internetu i korzystanie z telepracy w przedsiębiorstwach w latach 2005-06

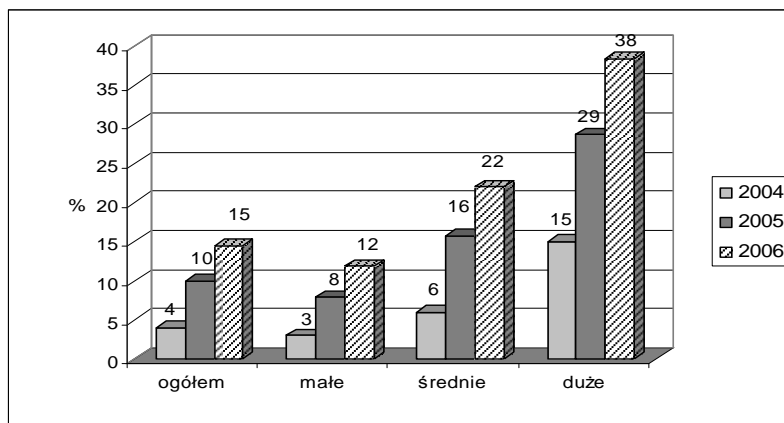


Źródło: *Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach*, GUS 2005 i 2006

(wk - wykorzystywanie komputerów; in - posiadanie dostępu do Internetu; tp - zatrudnianie osób w systemie telepracy)

W 2006 roku zanotowano 50% wzrost w wykorzystywaniu sieci bezprzewodowych LAN, na co z pewnością miało wpływ obniżanie się cen urządzeń oraz znacznie szybszy czas uruchomienia infrastruktury sieciowej. Jak można się było spodziewać najbardziej taką technologią zainteresowane były firmy małe (wykres B2.1.1.-3), dla których dynamika wykorzystania tej technologii w latach 2004-06 wyniosła 400%.

Wykres B2.1.1-3. Wykorzystanie technologii bezprzewodowych do budowy sieci LAN



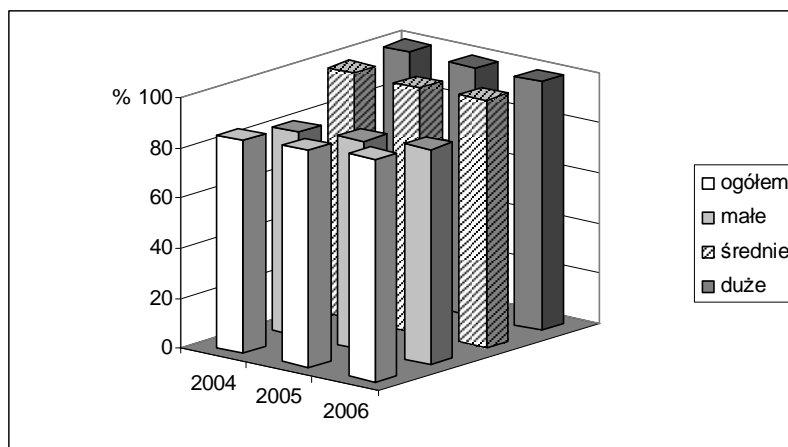
Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, GUS 2004-2006

Nadal znaczna część przedsiębiorstw (95%) korzysta z oprogramowania „zewnętrznego”. Warto jednak zauważyć, iż firmy duże znacznie mniej niż w roku 2005 wydają na wytworzenie własnego oprogramowania (średnio 145 tys. zł – 67% poziomu z 2005r.), zaś średnie wydatki firm małych wzrosły o 120% do 46 tys. zł. Wśród branż najbardziej aktywnymi były informatyka oraz poczta i telekomunikacyjna.

Kanały komunikacyjne

W styczniu 2006 r. dostęp do Internetu posiadało 89% badanych przedsiębiorstw (Wykres B2.1.1-4), co stanowiło 96% firm korzystających z komputera. Można postawić w tym miejscu tezę, iż jeśli przedsiębiorstwo korzysta z komputerów to posiada również dostęp do Internetu. Widoczny lekki trend wzrostowy zależy od dynamiki absorpcji technologii związanej z Internetem przez przedsiębiorstwa małe, dla których poziom dostępu do Internetu wyniósł 86%.

Wykres B2.1.1-4. Dostęp do sieci Internet



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, GUS 2004-2006

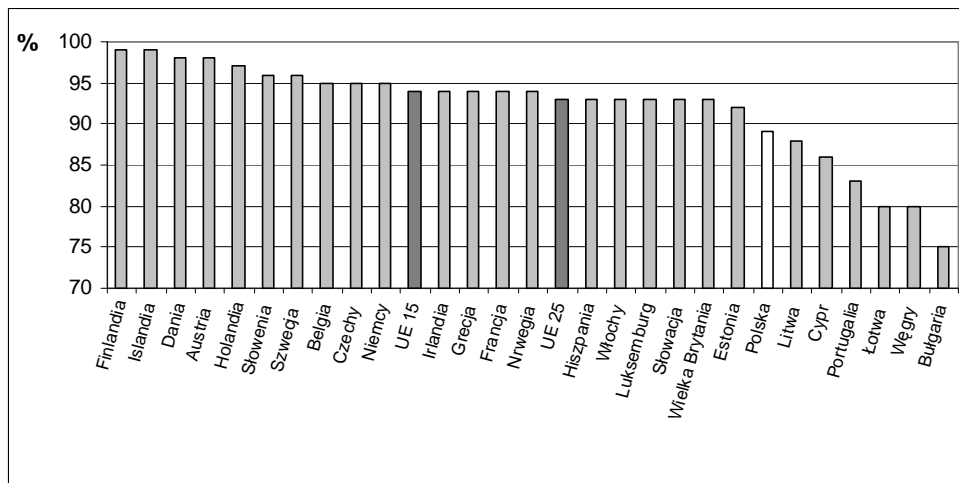
Tradycyjnie najwyższe wskaźniki notowane są w branżach silnie związanych z nowoczesnymi technologiami teleinformatycznymi a mianowicie: informatyka, poczta i telekomunikacja, nauka oraz film, wideo, radio i telewizja. Na przeciwnym biegunie plasują się takie branże jak: handel detaliczny (80%) i produkcja artykułów spożywczych, napojów i wyrobów tytoniowych, produkcja wyrobów włókienniczych i odzieży, itd.⁵⁶ (84%).

Dla porównania w UE dostęp do Internetu posiadało w 2006 roku 93% przedsiębiorstw⁵⁷, co stanowiło niewielki wzrost (o 2 punkty procentowe) w stosunku do roku 2005 (B2.1.1-5). Polska zajęła miejsce w końcowej części rankingu, tracąc do lidera (Finlandia ze wskaźnikiem 99%) aż 10 punktów procentowych, wyprzedzając tylko takie kraje jak Litwa (88%), Cypr (86%), Portugalia (83%), Łotwa (80%), Węgry (80%) i Bułgaria (75%).

⁵⁶ PKD - Podsekcje DA, DB, DC, DD i DE

⁵⁷ Dane Eurostat 2006

Wykres B2.1.1- 5. Dostęp przedsiębiorstw do Internetu w wybranych krajach Europy

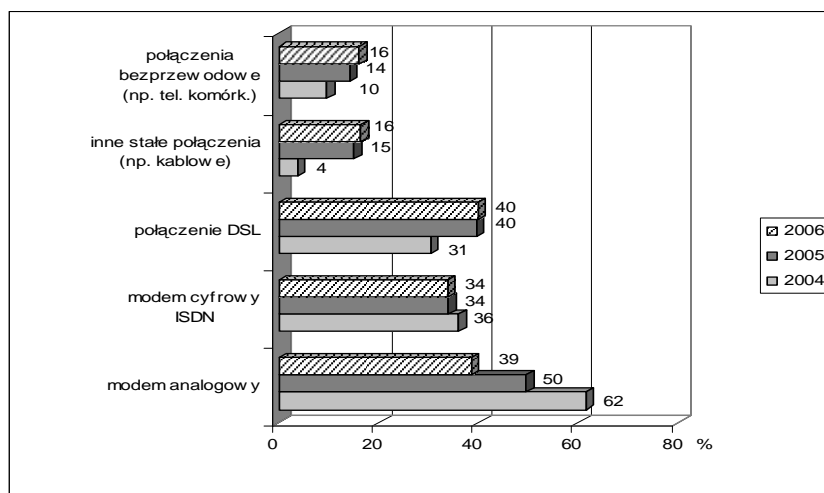


Źródło: Eurostat 2006, <http://epp.eurostat.cec.eu.int>

Ostatnie lata pokazały, że polepsza się jakość łączności do Internetu wykorzystywanych przez firmy. Sukcesywnie zwiększa się udział łączności szerokopasmowych (wzrost z 33% w 2004 r. do 52% w roku 2006) kosztem wykorzystania modemów analogowych (wykres B2.1.1-6). Jest to trend zdecydowanie korzystny dla dalszego rozwoju gospodarki elektronicznej w Polsce.

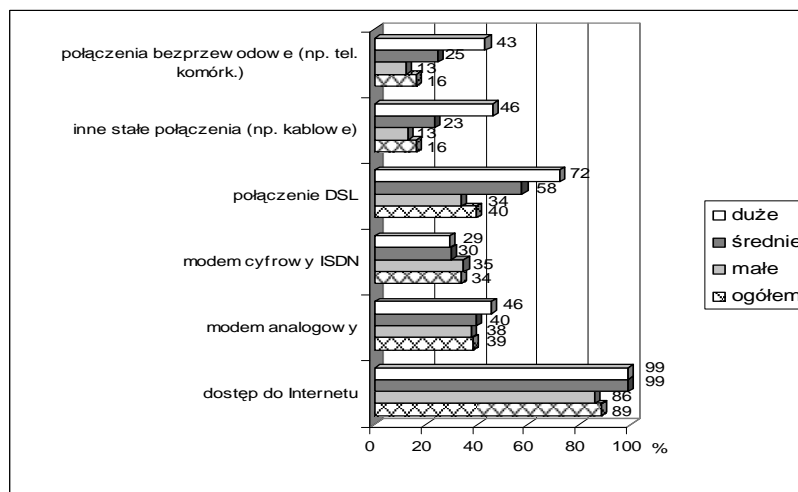
Niestety w 2006 roku nie odnotowano już tak dużej dynamiki wzrostu w obszarze wykorzystywania szerokopasmowego dostępu do Internetu, jak w roku ubiegłym. Powodem tego mógł być brak spektakularnych działań promocyjno-marketingowych po stronie dostawców usług dostępowych, które pozwoliłyby na dalsze obniżenie kosztów z tym związanych. W konsekwencji powiększył się nasz dystans do innych krajów Unii Europejskiej, w której wartość tego wskaźnika wyniosła średnio 80% (wykres B2.1.1-8).

Wykres B2.1.1-6. Rodzaje połączeń z Internetem wśród przedsiębiorstw posiadających dostęp do Internetu



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, GUS 2004-2006

Wykres B2.1.1-7. Rodzaje połączeń z Internetem wg wielkości przedsiębiorstwa

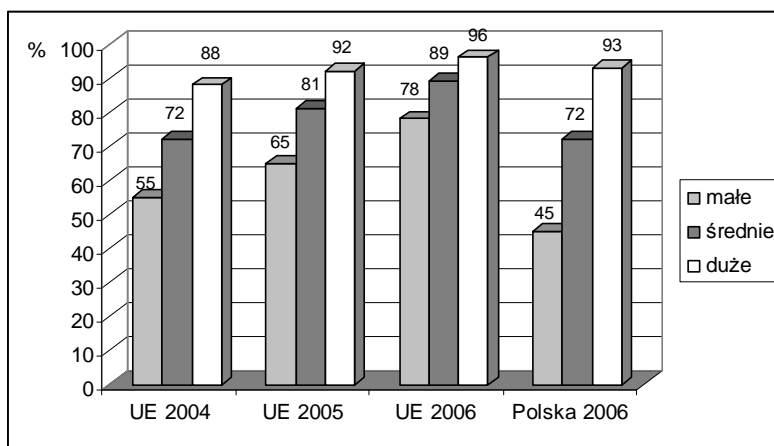


Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, GUS 2004-2006

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

Zarówno w UE jak i w Polsce wskaźnik dostępu szerokopasmowego do Internetu jest tym większy im większe jest przedsiębiorstwo (wykres B2.1.1-8). Niepokojące jest jednak to, iż dla polskich średniej wielkości firm wskaźnik ten (wynoszący 72%) jest niższy niż dla przedsiębiorstw małych w UE (78%).

Wykres B2.1.1- 8. Wykorzystanie łączy szerokopasmowych wśród przedsiębiorstw mających dostęp do Internetu w UE



Źródło: Eurostat 2004-2006

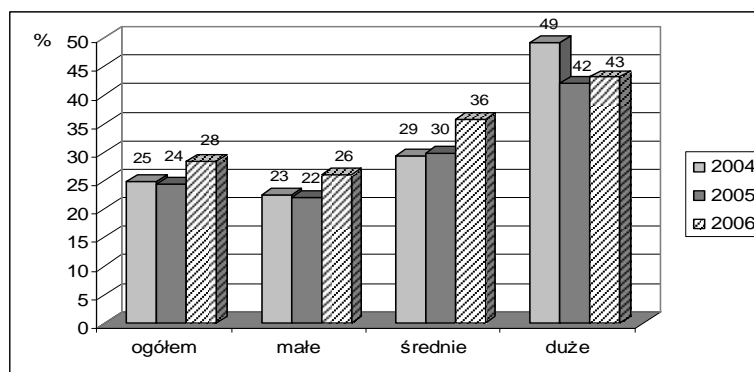
Bezpieczeństwo

Badania przeprowadzone w 2006 roku przez GUS pokazały, że różnego rodzaju problemy z utrzymaniem bezpieczeństwa miało 28% przedsiębiorstw, które wykorzystywały komputery. Jest to wzrost w stosunku do roku poprzedniego o 4 punkty procentowe (

Wykres B2.1.1-9). Stymulatorami niekorzystnego kierunku zmian były małe i średnie firmy, które często „otwierają się” na świat bez odpowiedniej infrastruktury bezpieczeństwa.

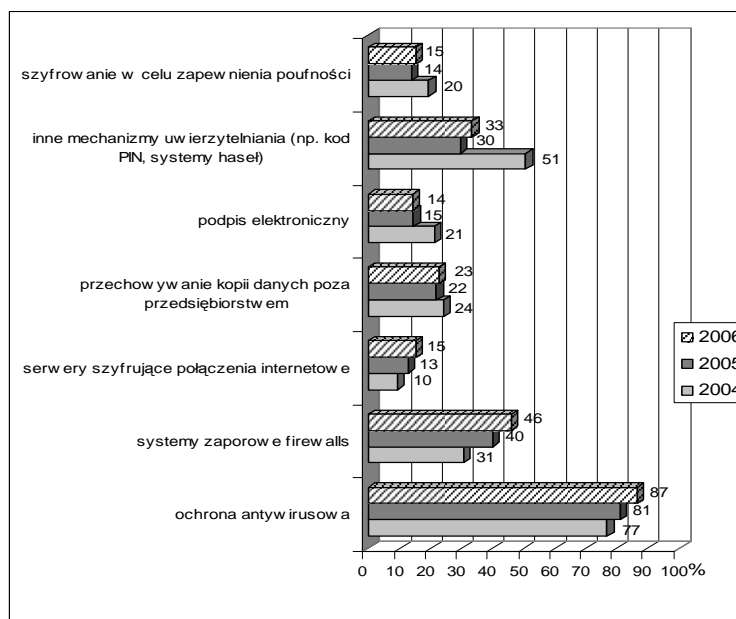
Chociaż odnotowano wzrost średnich wskaźników wykorzystania podstawowych elementów zabezpieczeń takich jak: systemy antywirusowe, zapory ogniowe czy szyfrowanie połączeń internetowych (wykres B2.1.1- 10), to jednak widać wyraźne różnice w ich stosowaniu. Im większe przedsiębiorstwo tym częściej korzysta z różnego rodzaju zabezpieczeń (system antywirusowy – duże (98%), małe (84%); ściany ogniowe - duże (91%), małe (39%); szyfrowanie połączeń internetowych - duże (42%), małe (12%).

Wykres B2.1.1-9. Występowanie problemów z utrzymaniem bezpieczeństwa wśród przedsiębiorstw wykorzystujących komputery



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, GUS 2004-2006

Wykres B2.1.1-10. Rodzaje stosowanych zabezpieczeń przez przedsiębiorstwa wykorzystujące komputery

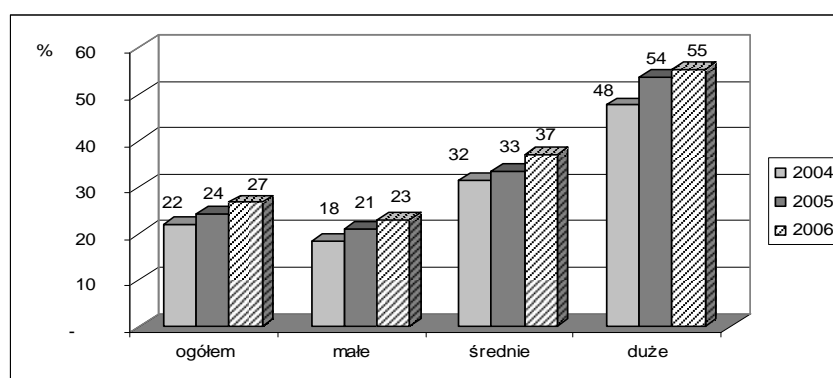


Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, GUS 2004-2006

Wykorzystywane oprogramowanie do obsługi zamówień

W 2006 roku zanotowano dalszy wzrost w obszarze wykorzystywania oprogramowania wspomagającego proces obsługi zamówień (wykres B2.1.1-11). Wartość tego wskaźnika wyniosła w 27% (55% dla dużych przedsiębiorstw i 23 % dla firm małych). Lekki trend wzrostowy o podobnej dynamice występuje niezależnie od wielkości przedsiębiorstwa.

Wykres B2.1.1-11. Wykorzystywanie systemu do obsługi zamówień w przedsiębiorstwach

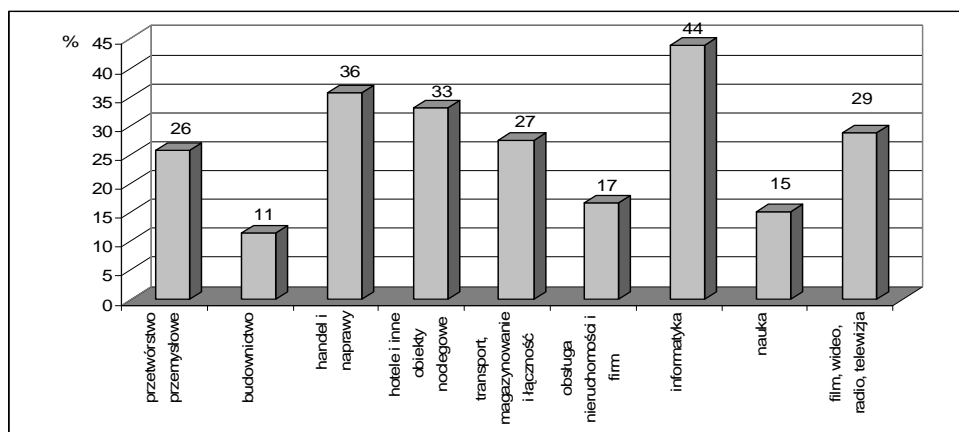


Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, GUS 2004-2006

Analizując sytuację w układzie branżowym (wykres B2.1.1-12) widać, że przoduje branża informatyczna (PKD - Sekcja K: Dział 72) z 44 procentami, chociaż wśród firm związanych ze sprzedażą, obsługą i naprawą pojazdów samochodowych i motocykli; sprzedażą detaliczną paliw do pojazdów samochodowych (PKD – Sekcja G Dział 50) osiągnięty został poziom 47%. Niewiele gorzej prezentowała się w tej kwestii branża związana z pocztą i telekomunikacją 42% (PKD – Sekcja I Dział 64).

Zdecydowanie gorzej, podobnie jak rok wcześniej, wypadła branża budowlana, dla której tylko 11% przedsiębiorstw wykorzystujących komputer korzystało jednocześnie z systemu do obsługi zamówień.

Wykres B2.1.1-12. Wykorzystywanie systemu obsługi zamówień w przedsiębiorstwach według branż

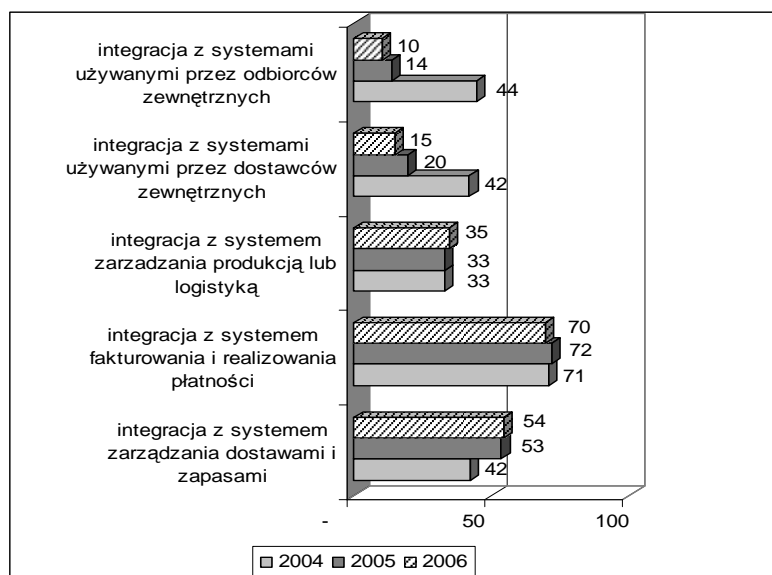


Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, GUS 2006

Traktując oprogramowanie do obsługi zamówień jako punkt wyjścia do usprawnienia procesu sprzedaży nie sposób nie zwrócić uwagi na naturalną potrzebę jego integracji z innymi systemami wspomagającymi realizację podstawowych procesów przedsiębiorstwa (dostawy, produkcję, logistykę, fakturowanie, płatności, itp.). Z przeprowadzonych badań wynika, że poziom integracji z systemami wewnętrznymi utrzymuje się na podobnym poziomie jak w latach ubiegłych (wykres B2.1.1-13).

Dalszej deprecjacji uległa natomiast integracja z systemami zewnętrznymi, działającymi po stronie dostawców (15%) lub odbiorców (10%). Jest to, jak się wydaje, korzystny kierunek świadczący o tym, że coraz częściej wykorzystuje się elektroniczną wymianę danych pomiędzy partnerami biznesowymi, która oparta jest o standardy informacyjno-komunikacyjne i nie wymagająca integracji systemów.

Wykres B2.1.1-13. Integracja systemu obsługi zamówień z innymi systemami w przedsiębiorstwie



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, GUS 2004-2006

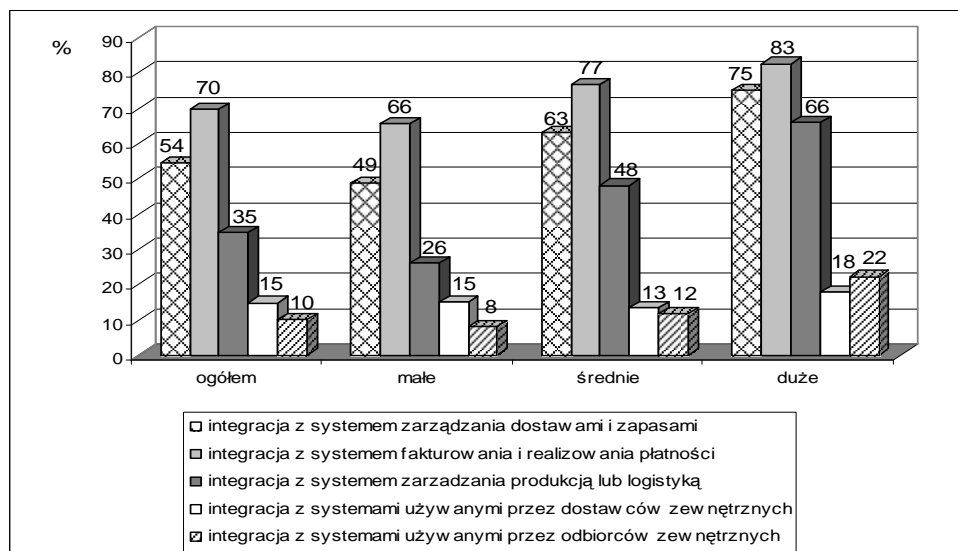
Regułą jest również, iż im większe przedsiębiorstwo tym mamy do czynienia z większą integracją wykorzystywanych aplikacji (wykres B2.1.1-14). Dzieje się to głównie za sprawą wdrażania zintegrowanych systemów klasy ERP⁵⁸ ogarniających wiele obszarów wewnątrz firmy (planowanie, zaopatrzenie, finanse, kadry, itd.) stając się doskonałą platformą do budowania elektronicznych relacji z partnerami biznesowymi. Przeprowadzone w 2006 roku badania przez e-Business W@tch⁵⁹ wykazały, iż z oprogramowania klasy ERP korzystało w europejskiej przestrzeni gospodarczej⁶⁰ 45% dużych przedsiębiorstw, 25% średnich i 16% małych firm.

⁵⁸ Enterprise Resource Planning

⁵⁹ The European e-Business Report 2006/07 edition, e-Business W@tch January 2007

⁶⁰ EEA (European Economic Area)

Wykres B2.1.1-14. Integracja systemu obsługi zamówień z innymi systemami wg wielkości przedsiębiorstwa



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, GUS 2006

B2.1.2. Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki przez przedsiębiorstwa

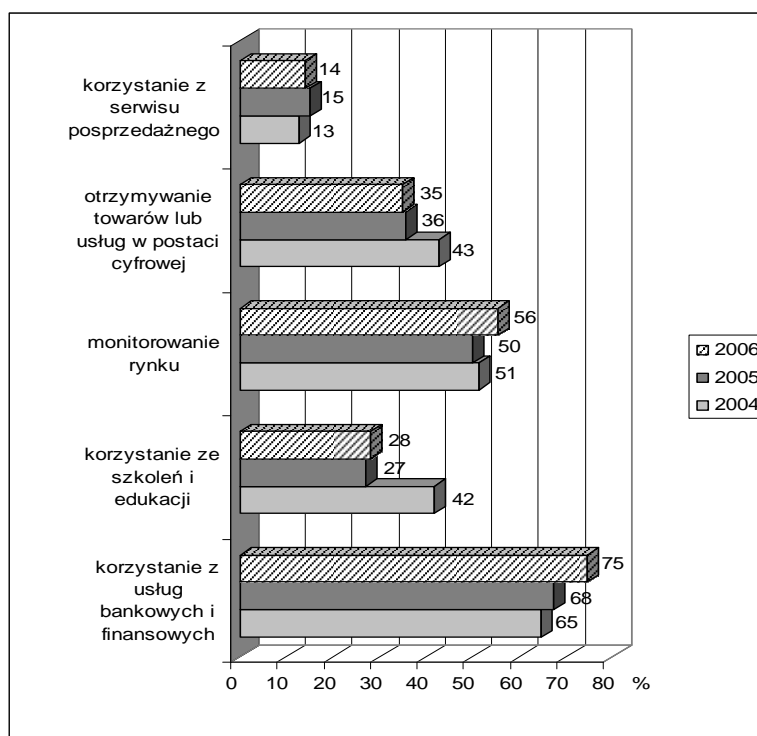
Infrastruktur, to oczywiście fundament, na którym przedsiębiorstwa będą mogły budować swój własny dom, który stanie się jednym z elementów krajobrazu o nazwie elektroniczna gospodarka. Oczywiście jest, że im solidniejszy fundament tym budowla trwalsza dająca przedsiębiorcy większe możliwości w budowaniu nowych jakościowo relacji ze swoim otoczeniem biznesowym.

Obraz tych relacji, dla wybranych elementów e-biznesu omówiono w poniższych podrozdziałach.

Przedsiębiorstwo jako odbiorca usług internetowych

Przeprowadzone przez GUS badania pokazały, iż nie nastąpił jakiś przełomowy moment w obszarze korzystania z usług internetowych. Praktycznie wszystkie wskaźniki utrzymują się na poziomie z roku 2005 notując jedynie wzrost o 7 punktów procentowych dla usług bankowych lub finansowych oraz 6 punktów procentowych dla monitorowania rynku (Wykres B2.1.2-1).

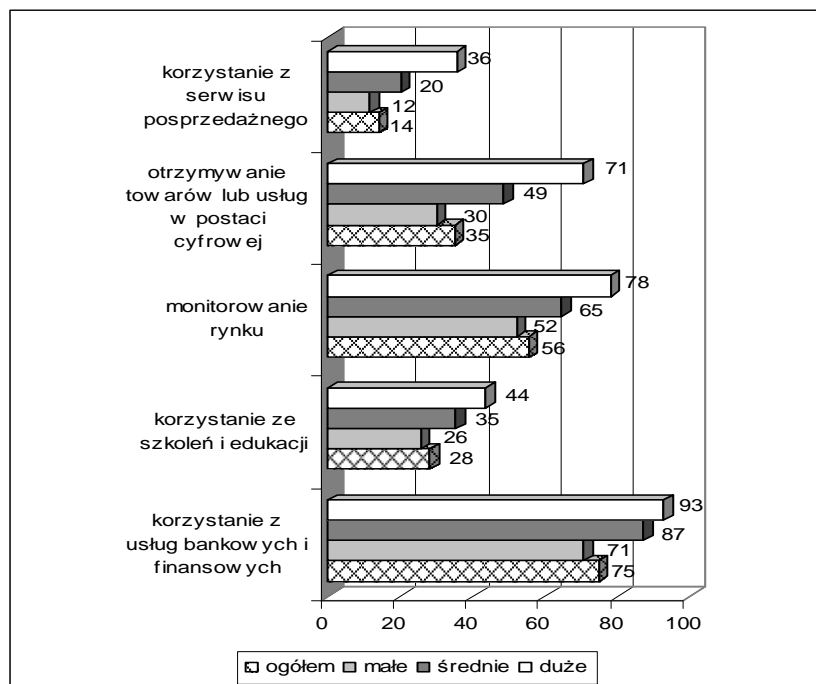
Wykres B2.1.2-1. Wykorzystanie Internetu przez przedsiębiorstwa



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, GUS 2004-2006

We wszystkich badanych kategoriach usług zdecydowanie większą aktywność wykazywały firmy duże (Wykres B2.1.2-12) a najmniejsze różnice miały miejsce w obszarze korzystania z usług bankowych i finansowych.

Wykres B2.1.2-2. Przedsiębiorstwo jako odbiorca usług internetowych (styczeń 2006)



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, GUS 2006

W układzie branżowym we wszystkich badanych obszarach prym wiodła branża informatyczna (Tabela). Zbliżonymi wartościami może poszczycić się nauka i firmy należące do działu poczty i telekomunikacji (skupione w Sekcji I PKD).

Tabela B2.1.2-1. Kierunki wykorzystania Internetu przez przedsiębiorstwa w styczniu 2006 roku w układzie branżowym

Przedsiębiorstwa wg rodzaju działalności EKD	Dostęp do Internetu	Korzystanie z usług bankowych lub finansowych	Szkolenia i edukacja	Monitorowanie rynku	Otrzymywanie towarów lub usług w postaci cyfrowej	Korzystanie z serwisu posprzedażnego
Ogółem	89	75	28	56	35	14
Sekcja D - przetwórstwo przemysłowe	88	76	26	54	34	12
Sekcja F - budownictwo	89	68	25	60	37	9
Sekcja G - handel i	88	76	28	56	32	16

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

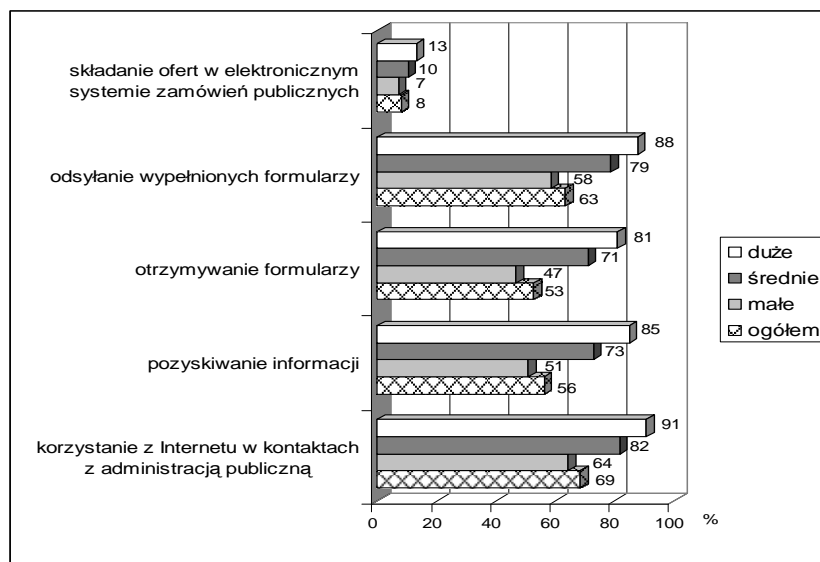
<i>naprawy</i>						
Sekcja H: grupy 55.1-55.2 <i>- hotele i inne obiekty noclegowe</i>	89	67	28	60	26	12
Sekcja I - transport, magazynowanie i łączność w tym, poczta i telekomunikacja	91	80	27	59	35	16
	100	90	52	79	68	47
Sekcja K: działy 70,71,74 <i>- obsługa nieruchomości i firm</i>	92	71	34	48	39	16
Sekcja K: dział 72 - informatyka	98	89	63	86	78	56
Sekcja K: dział 73 - nauka	100	78	57	76	67	35
Sekcja O: grupy 92.1 - 92.2 - film, video, radio, televizja	98	75	42	62	67	28

Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, GUS 2006

Internet to również doskonałe medium komunikacyjne dla ustanowienia trwałych i skutecznych relacji pomiędzy przedsiębiorstwami a szeroko rozumianą administracją. Pomimo dość ograniczonej oferty ze strony administracji⁶¹, która jak dotychczas ogranicza się głównie do sfery udostępniania informacji (pełnej transakcji można dokonać tylko w ramach wymiany dokumentów z ZUS-em) 69% przedsiębiorstw deklarowało, iż w 2005 roku było stroną w relacjach G2B (wykres B2.1.2-3). Zdecydowanie większą aktywnością w tym obszarze wykazywały się przedsiębiorstwa duże a wśród branż dominowały: nauka (94%), telekomunikacja (81%) i informatyka (77%).

⁶¹ Uruchomienie pierwszych usług publicznych w ramach platformy e-PUAP przewidywane jest w 2008 r.

Wykres B2.1.2-3. Korzystanie z usług administracji publicznej on-line przez przedsiębiorstwa mające dostęp do Internetu w 2005 r.



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, GUS 2006

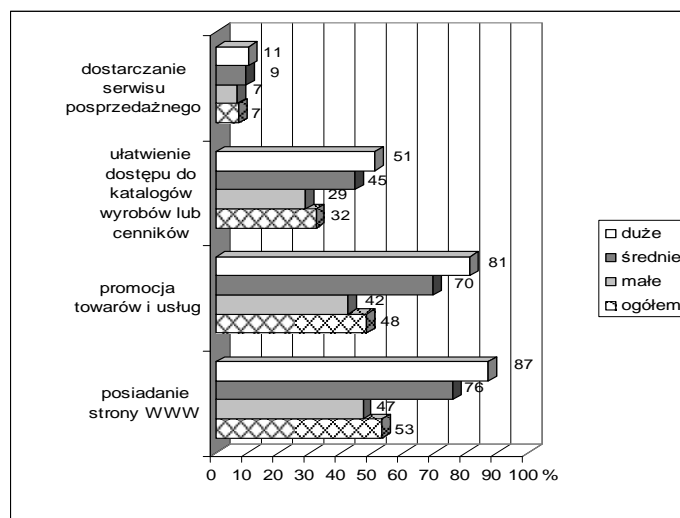
Strony WWW bramą dla klientów i partnerów biznesowych

Rok 2006 to dalszy wzrost (o 3 punkty procentowe) posiadania własnych serwisów WWW. Ta najprostsza forma nawiązania przez przedsiębiorstwo relacji z klientami i partnerami biznesowymi osiągnęła poziom 53%⁶² (biorąc pod uwagę wszystkie badane przedsiębiorstwa –Wykres B2.1.2-4). W tym samym czasie średnia dla UE wyniosła 64% (Wykres B2.1.2-5). Bardziej przekonane, do korzystania z tego kanału kontaktu, były firmy duże, wśród nich odsetek ten wyniósł 87% i nie odbiegał znacząco od średniej w UE, gdzie wyniósł 90% (dla firm małych 47%, w UE 60%).

Główne wykorzystanie stron internetowych, to nadal promocja towarów i usług (48%) oraz dostęp do katalogów wyrobów lub cenników (32%). Warto również wskazać, że coraz częściej przedsiębiorstwa decydują się na dostarczenie serwisu posprzedażnego (7% badanych, co stanowiło wzrost o 130% w stosunku do roku 2005).

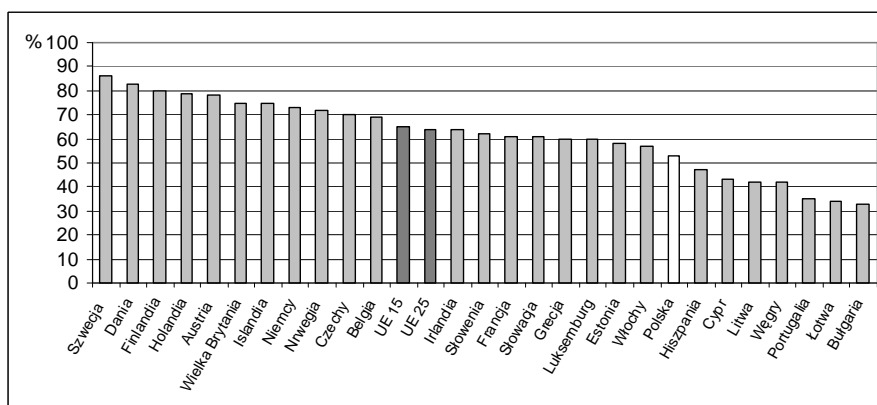
⁶² Nie brano w tym miejscu pod uwagę funkcjonalności związanej bezpośrednio z prowadzeniem przez Internet sprzedaży lub zakupów, które to zostały poddane odrębnej analizie.

Wykres B2.1.2-4. Posiadanie przez przedsiębiorstwa strony WWW i jej przeznaczenie



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, GUS 2006

Wykres B2.1.2-5. Posiadanie przez przedsiębiorstwa strony WWW w UE



Źródło: Eurostat 2006, <http://epp.eurostat.cec.eu.int>

W ujęciu branżowym prym wiodły odpowiednio: informatyka (93%) nauka (92%), oraz poczta i telekomunikacja (87%) dystansując pozostałe branże z zamykającym ranking handlem detalicznym (tylko 29%)⁶³.

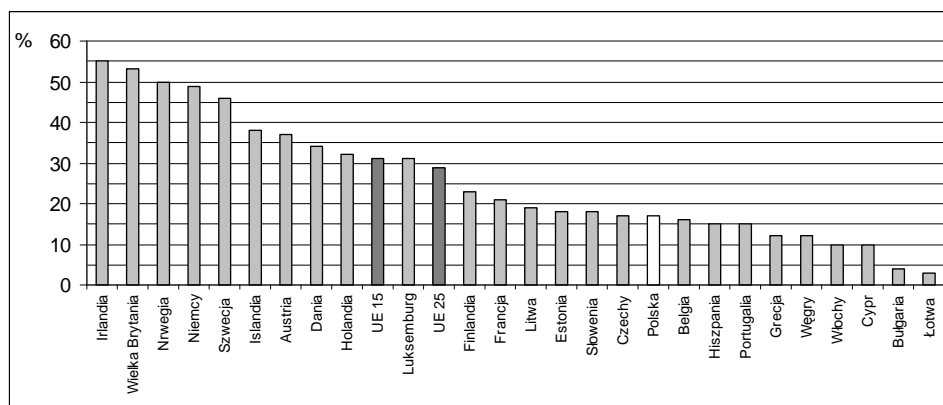
⁶³ Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, GUS 2006

Zakupy online w relacjach B2B

Badania przeprowadzone przez GUS w 2006 wykazały, że zamówienia drogą elektroniczną w 2005 roku składało 27% przedsiębiorstw wykorzystujących komputery (przedsiębiorstwa małe - 26%, średnie - 32% i duże - 41%). Przedsiębiorstwa korzystają przy tym zarówno z Internetu jak i innych sieci (np. z technologii EDI). Dla 17% z nich wartość zakupów online przekroczyła poziom 1% ogólnej wartości netto zakupów.

W porównaniu do innych krajów europejskich (pomimo wzrostu o 7 punktów procentowych w stosunku do roku poprzedniego) Polska ciągle znajduje się poniżej średniej a od takich państw jak Irlandia (55%), Wielka Brytania (53%) czy Norwegia (50%) dzieli nas znaczna różnica (wykres B2.1.2-6).

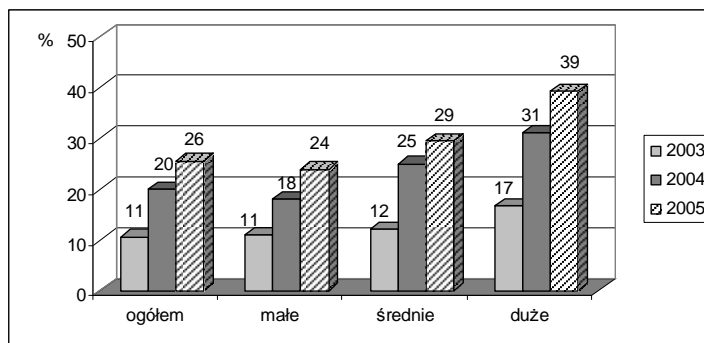
Wykres B2.1.2-6. Składanie zamówień online w ciągu ostatniego roku kalendarzowego wśród przedsiębiorstw wykorzystujących komputer (dla zakupów online przekraczających 1% wartości netto zakupów)



Źródło: Eurostat 2006, <http://epp.eurostat.cec.eu.int>

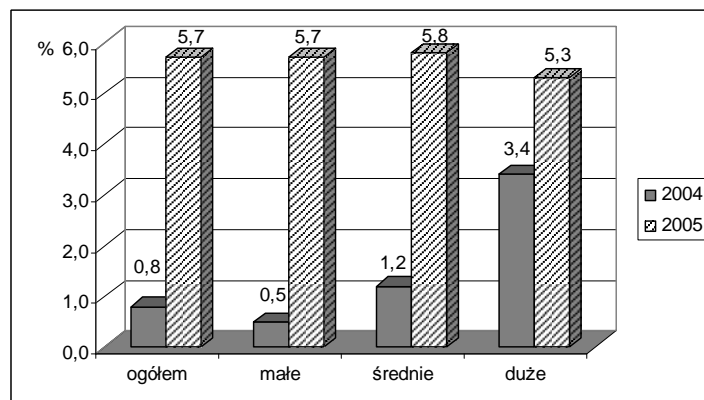
Zdecydowanie większy odsetek, 26% przedsiębiorstw mających dostęp do Internetu (Wykres B2.1.2-7), realizował zakupy z wykorzystaniem Internetu (przyrost w stosunku do roku 2003 o 140%) a niespełna 6% poprzez sieci inne niż Internet. Warto jednak zauważyć, że dynamika wzrostu w tym drugim przypadku wyniosła ponad 600% (Wykres B2.1.2-8).

Wykres B2.1.2-7. Składanie zamówień przez Internet w latach 2003/05 wśród przedsiębiorstw mających dostęp do Internetu



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, GUS 2004-2006

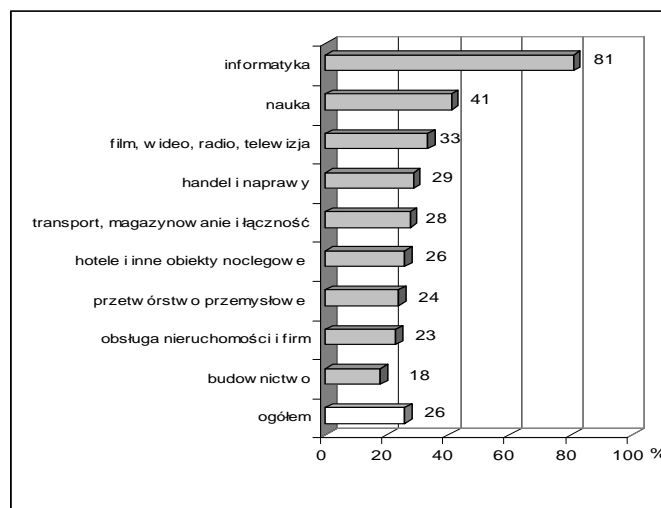
Wykres B2.1.2-8. Składanie zamówień przez zewnętrzne sieci inne niż Internet wśród firm wykorzystujących komputery



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, GUS 2005 i 2006

W ujęciu branżowym niekwestionowanym liderem jest informatyka (81%, wzrost o 10 punktów procentowych). Na dalszych miejscach uplasowała się nauka (41%) oraz film, wideo, radio, telewizja z 33% (Wykres B2.1.2-9).

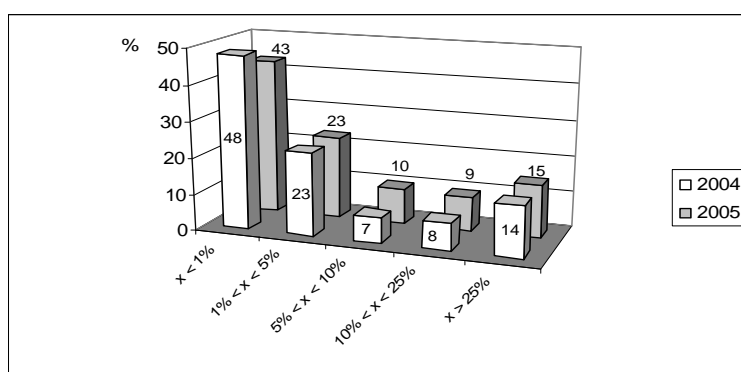
Wykres B2.1.2-9. Składanie zamówień przez Internet w 2005 r. wśród przedsiębiorstw mających dostęp do Internetu wg przynależności branżowej



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, GUS 2006

Tylko dla 15% przedsiębiorstw wartość zakupów realizowanych z wykorzystaniem Internetu przekroczyła poziom 25% ich wartości netto zakupów ogółem (Wykres B2.1.2-10). Poziom ten jest podobny jak rok wcześniej i ciekawe im mniejsze przedsiębiorstwo tym wyższa wartość zakupów realizowanych przez Internet.

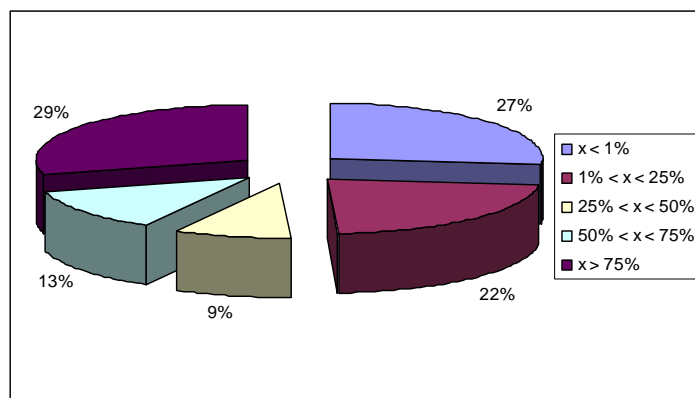
Wykres B2.1.2-10. Podział przedsiębiorstw ze względu na procentowy udział zakupów przez Internet (x) w ogólnej wartości netto zakupów w latach 2004/05



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, GUS 2005 i 2006

Jeśli przedsiębiorstwo realizuje zakupy online poprzez sieci inne niż Internet to aż w 51% przypadków ich wartość przekracza 25% wartości netto zakupów (Wykres B2.1.2-11), co jest wartością mniejszą niż rok wcześniej (60%). Wynika to prawdopodobnie z faktu, że podmioty rozpoczynające tego typu działanie stopniowo zwiększają swój poziom zaangażowania. Tego typu relacje biznesowe są budowane głównie wokół dużych firm i stałych relacji pomiędzy dostawcami i odbiorcami.

Wykres B2.1.2-11. Podział przedsiębiorstw ze względu na procentowy udział zakupów przez sieci inne niż Internet (x) w ogólnej wartości netto zakupów w 2005 roku



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, GUS 2006

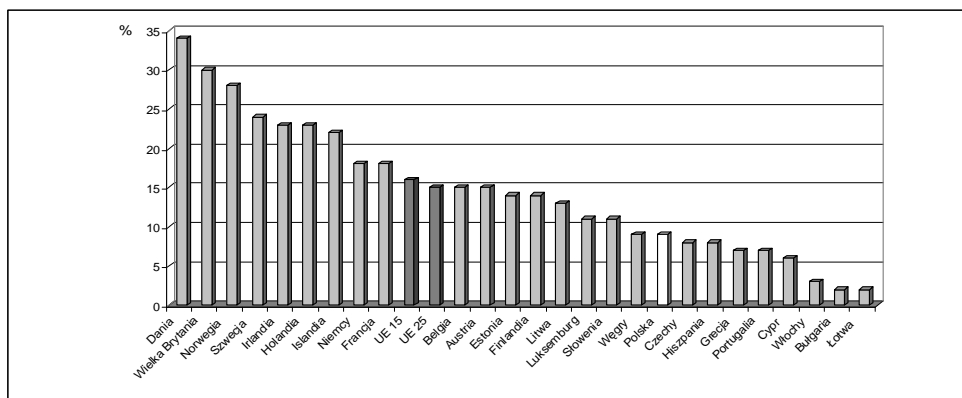
Sprzedaż online w relacjach B2B

W 2005 roku⁶⁴ nastąpił dalszy wzrost zaangażowania przedsiębiorstw w obsługę sprzedaży drogą elektroniczną. Bez względu na wielkość osiągniętych przychodów ze sprzedaży online, 11% firm wykorzystujących komputer realizowało sprzedaż z wykorzystaniem Internetu lub innych sieci. Poziom wskaźnika jest tym wyższy im większe jest przedsiębiorstwo (duże – 17%, średnie – 12%, małe – 10%).

Odnosząc się do całej populacji przedsiębiorstw wskaźnik ten wyniósł 9% (wzięto pod uwagę tylko firmy, których przychody ze sprzedaży online wyniosły co najmniej 1%), co w odniesieniu do najbardziej rozwiniętych krajów europejskich jest wartością niską (Wykres B2.1.2-12) stanowiącą zaledwie 60% średniej dla Unii Europejskiej (UE 25 – 15%).

⁶⁴ Tamże

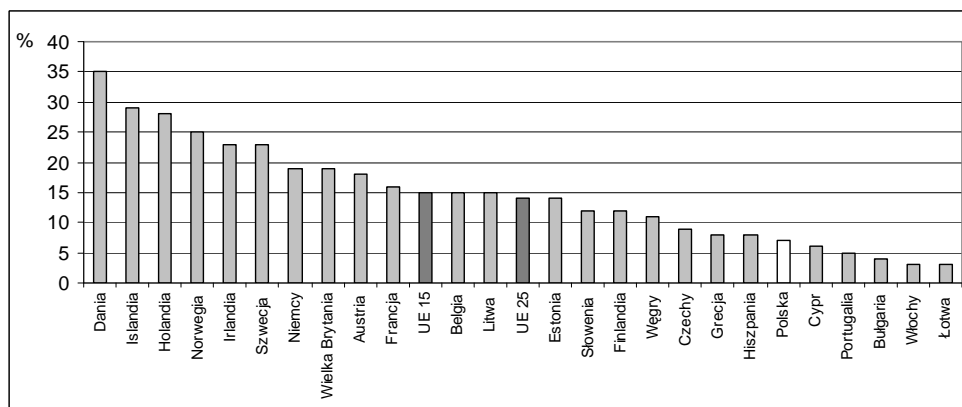
Wykres B2.1.2-12. Sprzedaż online wśród państw europejskich
(wzięto pod uwagę tylko przedsiębiorstwa osiągające co najmniej 1% przychodów z tego kanału sprzedaży)



Źródło: Eurostat 2006, <http://epp.eurostat.cec.eu.int>

Popularniejszą formą sprzedaży online jest nadal sprzedaż przez Internet, z której skorzystało w 2005 roku 8% firm mających dostęp do Internetu notując tym samym wzrost o 60% w stosunku do roku poprzedniego (7% - dla badanej populacji). W zderzeniu z innymi państwami europejskimi widać, że jest jeszcze wiele do zrobienia w tym obszarze chcąc osiągnąć chociażby wartość średnią, która dla 25 krajów UE wynosi 14% (Wykres B2.1.2-13).

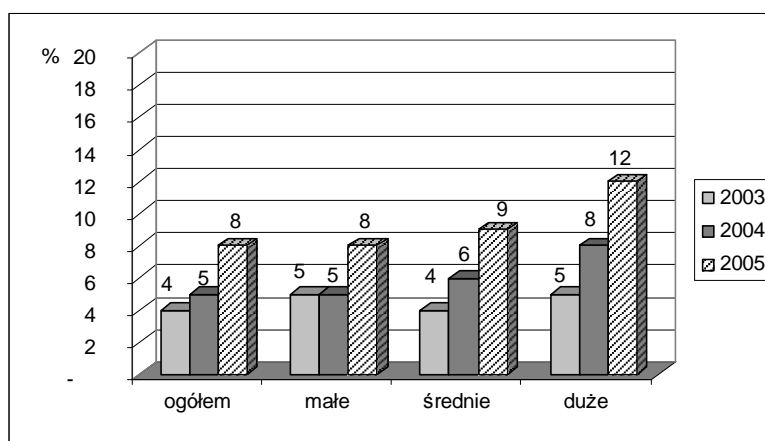
Wykres B2.1.2-13. Sprzedaż przez Internet wśród państw europejskich



Źródło: Eurostat 2006, <http://epp.eurostat.cec.eu.int>

Analizując sytuację ze względu na wielkość przedsiębiorstwa, podobnie jak dla zakupów online, wraz z wielkością firmy rośnie wskaźnik wykorzystania tego kanału sprzedaży (Wykres B2.1.2-14).

Wykres B2.1.2-14. Udział przedsiębiorstw otrzymujących zamówienia przez Internet w latach 2003/05 wśród firm posiadających dostęp do Internetu



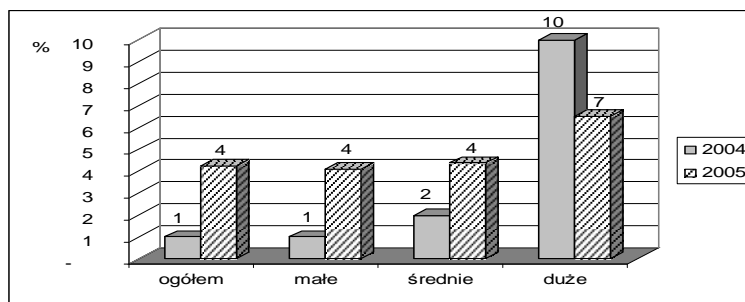
Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, GUS 2004-2006

W ujęciu branżowym podobnie jak rok wcześniej zdecydowanie powyżej średniej wybiły się branże: hotelarska (26%) i informatyczna (22%)⁶⁵.

Chociaż poziom sprzedaży przez sieci inne niż Internet osiągnął zaledwie 4% przedsiębiorstw wykorzystujących komputer, i był o połowę niższy od wartości wskaźnika sprzedaży przez Internet, to i tak zaznaczył się dużą dynamiką wzrostu w stosunku do roku poprzedniego (Wykres B2.1.2-15). Patrząc na branże i liczbę podmiotów zaangażowanych w tego typu sprzedaż przodowało tutaj przetwórstwo przemysłowe (z produkcją art. spożywczych, napojów i wyr. tytoniowych) oraz handel (hurtowy i detaliczny).

⁶⁵ Tamże

Wykres B2.1.2-15. Udział przedsiębiorstw otrzymujących zamówienia przez zewnętrzne sieci inne niż Internet w latach 2004/05 (wśród firm wykorzystujących komputer)



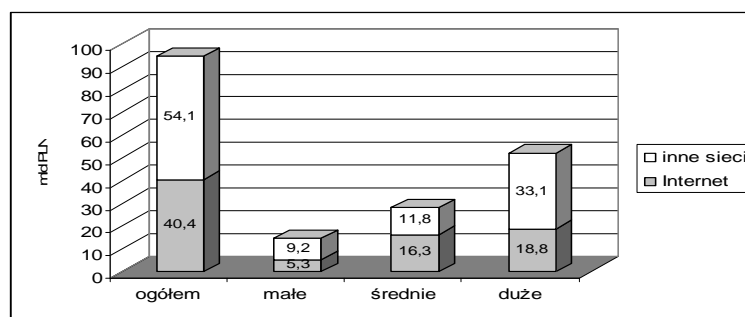
Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, GUS 2006

W 2005 roku wartość netto sprzedaży online wyniosła 94 mld zł (ok. 6% przychodów netto ze sprzedaży) i była o blisko 50% wyższa niż w roku poprzednim. 43% tej kwoty stanowiły przychody ze sprzedaży przez Internet a ponad 50% wygenerowały przedsiębiorstwa duże (Wykres B2.1.2-16).

Przychody uzyskane ze sprzedaży poprzez sieci zewnętrzne inne niż Internet wyniosły 54 mld zł⁶⁶ i były z reguły pochodną długotrwałych kontraktów między partnerami biznesowymi.

W niedalekiej przyszłości można się spodziewać, dzięki nowelizacji przepisów o zamówieniach publicznych, większego udziału klientów instytucjonalnych w generowaniu przychodów po stronie firm ze sprzedaży online poprzez wyspecjalizowane platformy przetargowe.

Wykres B2.1.2-16. Przychody ze sprzedaży online w 2005 roku



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, GUS 2006

⁶⁶ Tamże

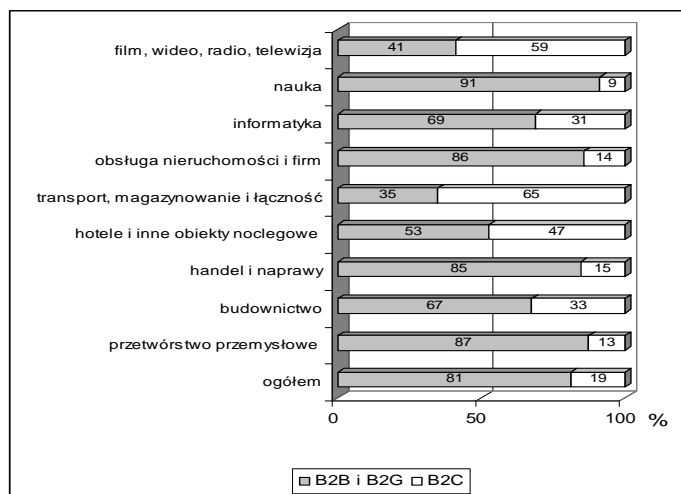
Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

Analizując źródła przychodów w sprzedaży przez Internet należy zauważyć, że średnio w 81% klientami są przedsiębiorstwa, instytucje lub administracja (B2B i B2G) a w pozostałych 19% klienci indywidualni. W przypadku małych firm podział ten jest bardziej zrównoważony i wynosi 58% (B2B i B2G) i 42% (B2C)⁶⁷.

Sprzedawcy starają się zwiększać przychody ze sprzedaży przez Internet stosując coraz to skuteczniejsze techniki sprzedaży uruchamiając np. programy afiliacyjne⁶⁸ pozwalające na skuteczne pozyskanie i utrzymanie klienta.

W poszczególnych branżach podział przychodów jest zróżnicowany, od przewagi rynku B2C dla sektora transportu magazynowania i łączności (na co z pewnością miały wpływ przedsiębiorstwa skupione w dziale poczta i telekomunikacja - 92% przychodów z relacji B2C) do koncentracji na rynkach B2B i B2G w przypadku chociażby przedsiębiorstw sektora nauki oraz przetwórstwa przemysłowego (Wykres B2.1.2--17).

Wykres B2.1.2-17. Udział rynków B2B i B2G oraz B2C w generowaniu przychodów ze sprzedaży przez Internet (układ branżowy)



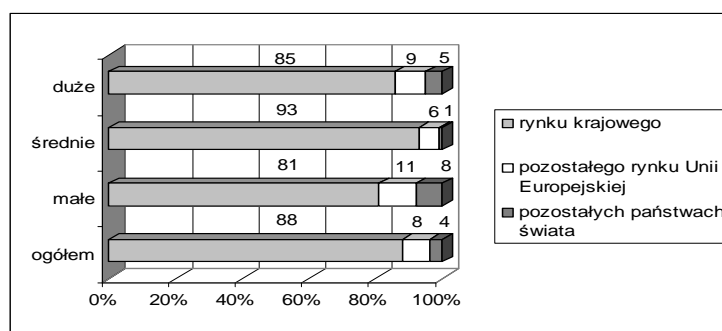
Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, GUS 2006

⁶⁷ Tamże

⁶⁸ Program afiliacyjny polega na wykorzystaniu przez witrynę przedsiębiorstwa innych, obcych serwisów (w zamian za uzgodnione opłaty) do sprzedawania własnych produktów. Istnieją różne modele opłat, m. in. procent od transakcji zainicjowanej z afiliowanej strony www czy opłata za kliknięcie na banerze reklamowym sprzedawcy znajdującym się na witrynie afiliowanej.

Z geograficznego punktu widzenia zdecydowana większość przychodów pochodzi z rynku krajowego (88%) a tylko 8% z pozostałych państw Unii Europejskiej (Wykres B2.1.2-18), co świadczy o lokalnym charakterze tego typu sprzedaży.

Wykres B2.1.2-18. Podział przychodów ze sprzedaży przez Internet w układzie geograficznym



Źródło: Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, GUS 2006

B2.1.3 Podsumowanie

Obserwując dokonania polskich przedsiębiorstw w obszarze B2B można stwierdzić że

1. Odsetek firm korzystających w swoich działaniach z komputerów (93%) nie uległ znaczącej poprawie w stosunku do roku poprzedniego, o czym zdecydowały firmy małe zajmujące się m. in. handlem detalicznym, przetwórstwem oraz obsługą hoteli i innych obiektów noclegowych.
2. Przedsiębiorstwa dużej i średniej wielkości coraz częściej umożliwiają swoim pracownikom dostęp do wewnętrznych systemów informatycznych w sposób zdalny (z domu, w podróży służbowej) wykorzystując dodatkowe korzyści (dla obu stron) wynikające z telepracy. To, że praktyki takie nie są zbyt powszechne (są raczej w fazie rozwojowej) niech świadczy chociażby fakt, iż wartość średnia dla 25 państw Unii Europejskiej w 2006 roku wyniosła 21% a dla Polski tylko 6%. Nie bez znaczenia na taki stan rzeczy są również poziom i koszty infrastruktury dostępowej do sieci Internet (np. dla użytkowników mobilnych i gospodarstw domowych) a także poziom dostosowania systemów wewnętrznych przedsiębiorstw do pracy zdalnej (poprzez sieć Internet).

3. Dostęp do Internetu posiada już 89% wszystkich przedsiębiorstw jednak tylko duże i średnie firmy w znaczący sposób wykorzystują łącza szerokopasmowe, co nie jest bez znaczenia na jakość relacji B2B czy B2C.
4. Sukcesywnie powiększa się grono przedsiębiorstw korzystających z wewnętrznych systemów do obsługi zamówień jednak nadal widoczny jest ograniczony stopień ich integracji z innymi systemami jak np. z systemem zarządzania dostawami i zapasami czy z systemem fakturowania i realizowania płatności. Wewnętrzna integracja procesów i wspomaganie ich realizacji za pomocą systemów teleinformatycznych stanowi nadal duży potencjał dla rozwoju i ograniczenia kosztów działania.
5. Poziom wykorzystania technologii informacyjno-telekomunikacyjnych ściśle zależy od wielkości przedsiębiorstwa, im większa firma tym wyższe wskaźniki. Sytuacja taka nie odbiega od stanu jaki panuje w Unii Europejskiej, a który stara się oddać *The e-Business index 2006*⁶⁹ przyjmujący dla przedsiębiorstw małych wartość 49, średnich 66 i dużych 100. Może to się już wkrótce zmienić dzięki chociażby rozwojowi rynku rozwiązań informatycznych dedykowanych dla małych i średnich przedsiębiorstw (systemów ERP czy CRM) dodatkowym impulsem może być chociażby chęć rozwoju rynku poprzez nowoczesne kanały dystrybucji. Nie bez znaczenia jest również nacisk wywierany przez duże firmy na mniejszych partnerach biznesowych prowadzący do implementacji nowoczesnych sposobów współpracy w ramach całego łańcucha dostaw.
6. Mimo dużego dystansu jaki dzieli, w obszarze wykorzystywania technologii informacyjno-telekomunikacyjnych, polskie przedsiębiorstwa do liderów z Unii Europejskiej, 75% firm nie widzi potrzeby zatrudniania pracowników z umiejętnościami w zakresie ICT i co więcej nie ma wg nich barier finansowych w razie powstania takiej potrzeby⁷⁰. Jest to o tyle dziwna sytuacja chociażby dlatego, że elektroniczna gospodarka nie zaczyna się i kończy wyłącznie z chwilą uzyskania łącza do Internetu. Korzyści w tym obszarze widoczne są często dopiero po podjęciu szeregu działań (e-integracji procesów wewnętrznych, e-zakupów, e-sprzedaży, itp.), których inicjacja i realizacja bez udziału odpowiedniej kadry przedsiębiorstwa jest praktycznie niemożliwa.

⁶⁹ The e-Business index 2006 - indeks utworzony na bazie badań prowadzonych przez e-Business W@tch, obrazujący poziom absorpcji przez przedsiębiorstwa różnych działalności z obszaru elektronicznej gospodarki (dostępu i korzystania z sieci przez pracowników, integracji procesów wewnętrznych z wykorzystaniem rozwiązań ICT, e-zaopatrzenia i integracji w ramach łańcucha dostaw, e-marketingu i sprzedaży online). Źródło: *The European e-Business Report 2006/07 edition*, e-Business W@tch January 2007

⁷⁰ *Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach*, GUS 2006

B2.2. Rynek B2C – handel detaliczny

Rok 2006 był kolejnym rokiem rozwoju handlu detalicznego przez Internet i początkiem prawdziwej walki konkurencyjnej na tym rynku. Coraz większa liczba internautów dokonujących zakupy on-line, jak i generowane w jej konsekwencji coraz większe zyski sklepów internetowych, przekonują handlowców nieobecnych na tym rynku do weryfikacji strategii rozwoju działalności. O atrakcyjności rynku i dobrych perspektywach jego rozwoju świadczy także zainteresowanie polskim rynkiem światowych potentatów sprzedaży przez Internet, powroty firm, które w przeszłości zaprzestały sprzedaży on-line, jak i początki działalności w handlu elektronicznym dużych graczy tradycyjnego rynku. W 2006 roku amerykański gigant internetowej sprzedaży detalicznej Amazon rozpoczął sprzedaż swoich produktów za pośrednictwem dwóch porównywarek cen (9sekund.pl i Nokaut.pl)⁷¹. Pod koniec roku 2005 ponownie otworzył swój sklep internetowy Empik, a w 2006 roku Kolporter rozpoczął sprzedaż przez Internet. Duży potencjał finansowy i wiodąca pozycja na rynku tradycyjnym Kolportera i Empiku może przynieść ciekawą walkę konkurencyjną z liderem rynku, jakim jest Merlin.pl. Rynek książek i multimedialnych zaczyna być postrzegany jako najbardziej konkurencyjny rynek w Internecie i wnoszący w rozwój elektronicznego handlu detalicznego największą wartość poznawczą i przykłady najlepszych praktyk.

Instytut Logistyki i Magazynowania, w celu monitoringu rozwoju elektronicznego handlu detalicznego, już z trzeci rok z rzędu przeprowadził badania polskich sklepów internetowych. Badania przeprowadzone zostało w okresie 13 listopada do 20 grudnia 2006 roku i obejmowały dwie grupy sklepów. Pierwsza grupa zawierała sklepy internetowe prowadzące sprzedaż produktów (w tej grupie także uwzględniono sklepy internetowe prowadzące sprzedaż jednocześnie produktów i usług), do drugiej grupy zaklasyfikowano sklepy prowadzące sprzedaż wyłącznie usług.

Dla każdej z grup przeprowadzono dwa badania. Pierwsze badanie pt. *Badanie zawartości i dostępu do informacji stron WWW sklepów internetowych* polegało na zbadaniu zawartości informacyjnej oraz funkcjonalności stron WWW sklepów internetowych. Drugie badanie pt. *Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w sklepach internetowych* przeprowadzono na podstawie wywiadu telefonicznego z osobami obsługującymi sprzedaż w danym sklepie. Ta część badań dostarczyła informacji o wynikach sprzedaży w 2006 roku oraz o

⁷¹ Fura M., *Czas na wielką obniżkę*, Gazeta Prawna, nr 79, 21.04.2006, str. 4-5

wykorzystywanych przez sklep systemach obsługi sprzedaży oraz ich organizacji pracy.

Ostatecznie w grupie sklepów prowadzących sprzedaż produktów i usług zbadano 355 witryn WWW oraz przeprowadzono 390 wywiadów telefonicznych. Natomiast wśród sklepów prowadzących wyłącznie sprzedaż usług przebadano 72 witryny WWW oraz przeprowadzono 51 wywiadów telefonicznych.

Dla poziomu ufności $\alpha=0,05$, założono 5% poziom błędu. W wyniku przeprowadzenia badań uzyskano błąd badania na poziomie:

- 5% dla obu badań przeprowadzonych w grupie sklepów internetowych prowadzących sprzedaż produktów;
- 10% dla *Badania zawartości i dostępu do informacji stron WWW sklepów internetowych* przeprowadzonego w grupie sklepów internetowych prowadzących wyłącznie sprzedaż usług;
- 12% dla badania *Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w sklepach internetowych* przeprowadzonego w grupie sklepów internetowych prowadzących wyłącznie sprzedaż usług.

Założony poziom błędu został osiągnięty dla pierwszej grupy badawczej. Nie udało się natomiast uzyskać zakładanego błędu dla badań w drugiej grupie. Spowodowane to było faktem braku możliwości przeprowadzenia badań CATI w wyznaczonym okresie z uwagi na trzy główne czynniki:

- brak zamieszczania danych teleadresowych sklepu internetowego;
- odmowy udziału w badaniach;
- przekładanie przez respondenta terminu badań poza termin przeprowadzenia badania.

Dla precyzyjnego odseparowania sklepów internetowych od witryn nie prowadzących sprzedaży on-line, a mających jedynie charakter informacyjno-promocyjny dla potrzeb badań przyjęto definicję sklepu internetowego określoną w tabeli 2.2-1.

Tabela B2.2-1 Definicja sklepu internetowego

Sklep internetowy to punkt sprzedaży prowadzący handel elektroniczny w Internecie pod unikatowym adresem www, udostępniający interaktywny formularz, za pomocą którego konsument składa zamówienie dokonując wyboru produktu lub usługi na podstawie podanych informacji (w tym ceny) oraz formy płatności.

Źródło: Instytut Logistyki i Magazynowania

Oznacza to, że za sklep internetowy uznawano witryny spełniające jednocześnie trzy wymagania:

- na stronie dostępny był jednoznaczny opis tego co jest przedmiotem zakupu i wskazanie ceny;
- przedmiot lub usługę można było zamówić on-line, przy wykorzystaniu interaktywnego formularza (możliwość zamówienia wyłącznie emailem nie była uznawana za wystarczającą);
- sprzedaż odbywała się przez sklep w obrębie jego głównej domeny. Wszelkie przekierowania transakcji na adresy spoza domeny nie kwalifikowały witryny jako sklepu internetowego.

B2.2.1. Charakterystyka sklepów internetowych w Polsce

Charakteryzując sklepy internetowe w Polsce jedną z dotychczasowych niewiadomych była faktyczna liczba sklepów internetowych działających na terenie Polski. Wśród informacji publikowanych w ostatnim czasie można było znaleźć dane np. o liczbie 800 sklepów internetowych⁷², czy według innego źródła liczba sklepów internetowych wahała się w granicach 2500 sklepów⁷³. W celu weryfikacji podawanych statystyk, jak i wypełnienia luki informacyjnej w tej kwestii ILiM podjął się dokonania szczegółowej analizy faktycznej liczby unikatowych adresów sklepów internetowych. W oparciu o bazy pasażerów handlowych, porównywarek cen, indywidualnych adresów sklepów oraz innych baz stworzono listę sklepów internetowych, które odpowiadają wcześniej cytowanej definicji sklepu internetowego. Uzyskane wyniki w sposób znaczący odbiegają od przytoczonych szacunków. Na podstawie przeprowadzonych badań stwierdzono, że w Polsce sprzedaż prowadzona jest przez niemniej niż 3275 sklepów internetowych, z których 257 prowadzi wyłącznie sprzedaż usług. Określenie „niemniej” sugeruje, że pozostawia się pewien poziom niedoszacowania liczby sklepów, gdyż w warunkach braku centralnej ewidencji sklepów internetowych nie sposób zidentyfikować tej liczby, szczególnie w tak dynamicznie zmieniającym się sektorze jak elektroniczny handel detaliczny. Niemniej jednak szacunek zbliżony jest do maksymalnej liczebności sklepów internetowych, co potwierdza porównanie uzyskanej liczby do statystyk podawanych przez GUS odnośnie 2005 roku. Według badań GUS w 2005 roku

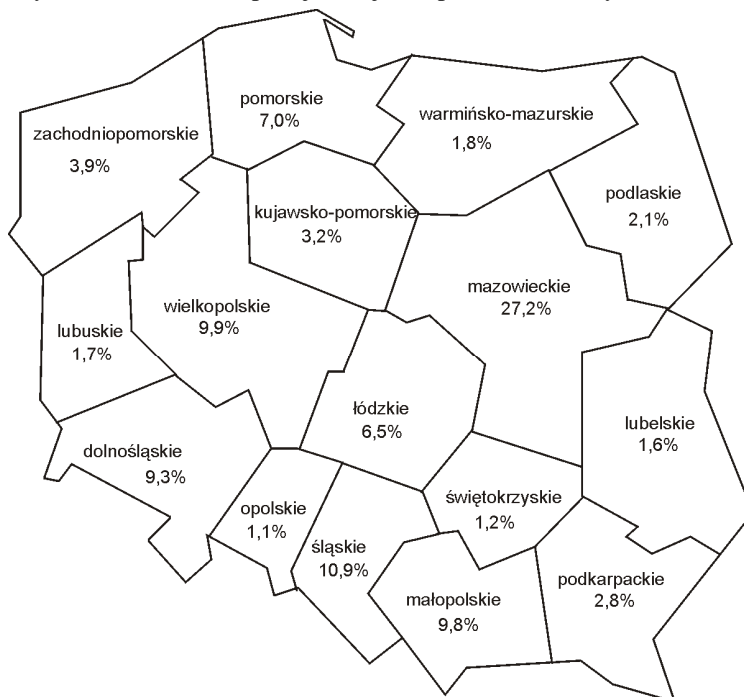
⁷² *Polski e-handel w rozkwicie*, Rzeczpospolita nr 258, 04.11.2006, dod. *Ekonomia i rynek*, str. 3

⁷³ Górak M., Jarosz P., *E-commerce 2006. Badanie polskich sklepów internetowych*, Internet Standard, Sklepy24.pl,

było 3290 przedsiębiorstw, które dokonywały sprzedaży przez Internet dla klientów indywidualnych (B2C)⁷⁴.

Analizując lokalizację rejestracji sklepów internetowych wynika, że województwem o największej liczbie zarejestrowanych sklepów internetowych było województwo mazowieckie i było ono zdecydowanym liderem (27,2% z 2565 sklepów, o których zebrano podstawowe informacje teleadresowe, zarejestrowanych było w tym województwie). Drugą grupę stanowiły województwa z liczbą sklepów trzykrotnie niższą od mazowieckiego, były to: śląskie (10,9%), wielkopolskie (9,9%), małopolskie (9,8%), dolnośląskie(9,3%). (Rysunek B2.2.1-1.)

Rysunek B2.2.1-1 Mapa rejestracji sklepów internetowych w Polsce



Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

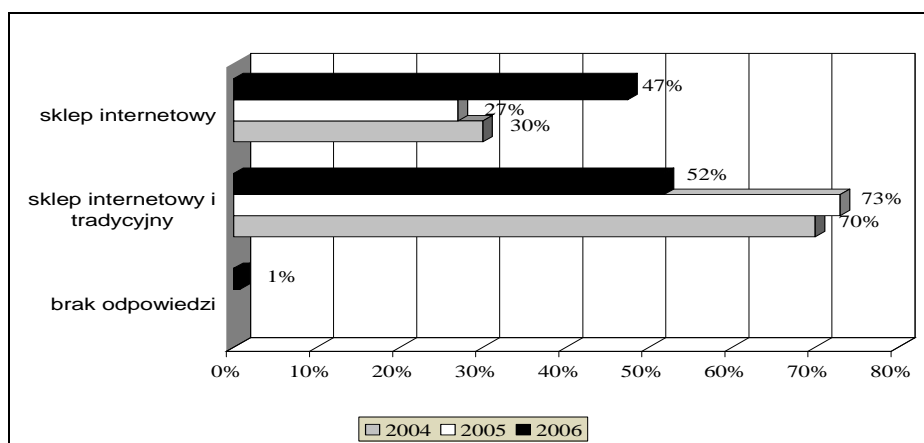
W praktyce elektronicznego handlu detalicznego można zaobserwować dwa modele funkcjonowania sklepów internetowych. Sklep internetowych stanowi jedyny kanał dystrybucji sprzedawanych produktów lub jest uzupełnieniem

⁷⁴ Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, GUS 2006

tradycyjnego kanału sprzedaży jakim jest fizyczny sklep. Analiza wyników badań pokazuje zmniejszanie się dysproporcji pomiędzy tymi modelami w porównaniu z latami ubiegłymi i w 2006 roku udział sklepów prowadzących sprzedaż mieszaną, to znaczy zarówno działalność tradycyjną i on-line (52%) był nieznacznie większy niż sklepów prowadzących jedynie sprzedaż on-line (47%) (wykres B2.2.1-1).

Na świecie zauważa się tendencję wykorzystywania tradycyjnych punktów sprzedaży jako miejsc odbioru produktów zakupionych on-line. Amerykańska firma Circiut City, drugi sprzedawca detaliczny elektroniki użytkowej w USA, przewiduje, że takie łączone transakcje będą stanowiły dwie trzecie obrotów on-line.⁷⁵ Podobnie ocenia tą tendencję dyrektor generalny Best Buy, rywała Circiut City, który ocenia, że odbiór w sklepie tradycyjnym produktów zamówionych w Internecie stanowić będzie szybko rosnącą część sprzedaży on-line⁷⁶. Strategię tą realizuje także od pewnego czasu polski lider sprzedaży książek i multimediiów w Internecie, jakim jest Merlin.pl, który już otworzył dwie tradycyjne księgarnie, w których można kupić, jaki i odebrać książki zamówione przez Internet. Z jeszcze lepszym skutkiem realizowała tą strategię sieć sprzedaży Empik. Posiadając największą liczbę salonów z książkami, prasą, muzyką i multimediami w Polsce ma bardzo dużą przewagę nad innymi konkurentami w uzyskaniu efektów z realizacji tej strategii.

Wykres B2.2.1-1 Kanały sprzedaży



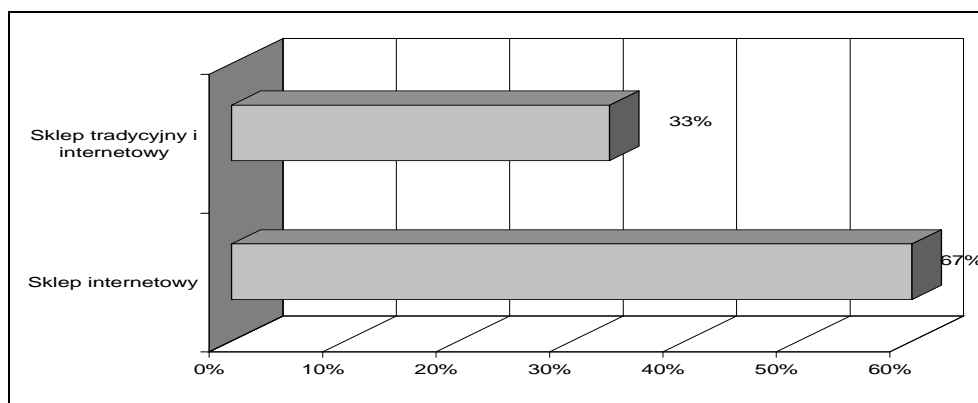
Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

⁷⁵ Błaszczak A., *Realna walka o wirtualne zakupy*, Rzeczpospolita, nr 159, 10.07.2006, dod. Ekonomia i rynek, str.3

⁷⁶ Birchall J., *Opłaczalny sposób odbioru towaru*, Rzeczpospolita, nr 156, 6.07.2006, dod. Financial Times, str.3

Inaczej przedstawiają się statystyki wykorzystania kanałów sprzedaży wśród drugiej grupy analizowanych sklepów internetowych. Liczba sklepów świadczących swoje usługi jedynie drogą elektroniczną była zdecydowanie większa i wynosiła 67%. (Wykres B2.2.1-2).

Wykres B2.2.1-2 Kanały sprzedaży (usługi)

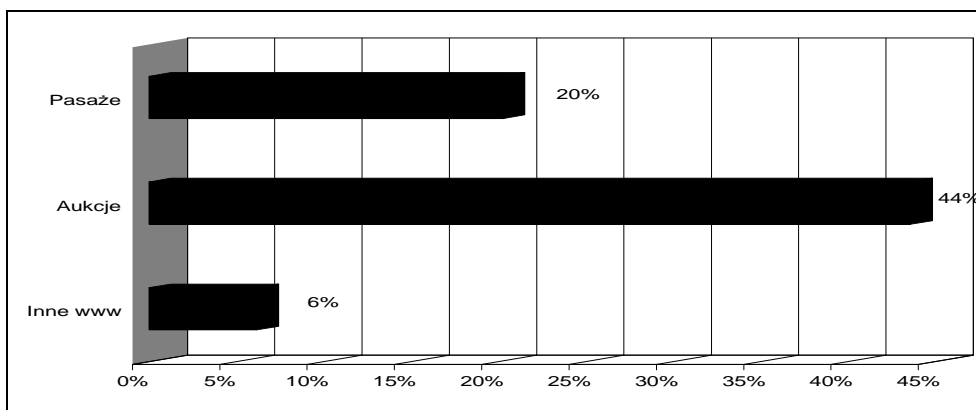


Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

W tradycyjnym handlu w celu polepszenia dostępności oferty produktów konkretnego sprzedawcy dla większej liczby klientów rozwija się sieć placówek na konkretnym obszarze. Wydawać by się mogło, że w handlu elektronicznym sprzedawca nie ma takich problemów, gdyż w Internecie nie ma ograniczeń czasowych i przestrzennych w dotarciu do oferty konkretnych sprzedawców. Jednak pozostaje ten sam problem z dotarciem z ofertą do konkretnych klientów. Oprócz bezpośredniej reklamy w sieci sklepy internetowe wykorzystują witryny innych podmiotów, aby oferta sklepu była widoczna w wielu miejscach przez jak największą liczbę internautów. Do najpopularniejszych alternatywnych kanałów sprzedaży należą aukcje (np. Allegro, e-Bay). Aż 44% sprzedawców w 2006 roku za ich pośrednictwem sprzedawało także swoje produkty. Coraz popularniejszym kanałem sprzedaży są także pasaż handlowe (20% sklepów sprzedawało swoje produkty za ich pośrednictwem), które gromadzą w jednym miejscu, pogrupowane produktowo, oferty różnych sprzedawców. Specyficzną formą pasaż handlowych są portale nazywane „porównywarkami cen” (Skąpiec.pl, Ceneo.pl, Nokaut.pl, 9sekund.pl, Kupujemy.pl), które oprócz grupowania oferty sklepów dokonują m.in. zestawienia najkorzystniejszych cenowo ofert. Jedną z czołowych porównywarek

Ceneo.pl miała 1,5 mln użytkowników, współpracowała z około 400 sklepami i porównywała ceny blisko 300 tys. produktów⁷⁷.

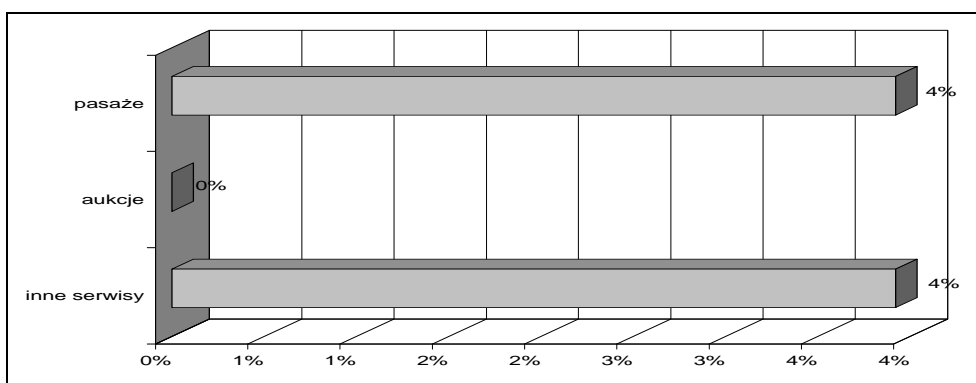
Wykres B2.2.1-3 Wykorzystanie stron WWW innych podmiotów do sprzedaży



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

Zdecydowanie odmiennie przedstawia się sytuacja w przypadku sklepów internetowych świadczących jedynie usługi. Wśród tej grupy sklepów sprzedaż za pośrednictwem innych podmiotów praktycznie nie istniała. W bardzo niewielkim stopniu sklepy były obecne ze swoją ofertą na aukcjach oraz w pasażach internetowych.

Wykres B2.2.1-4 Wykorzystanie stron WWW innych podmiotów do sprzedaży (usługi)



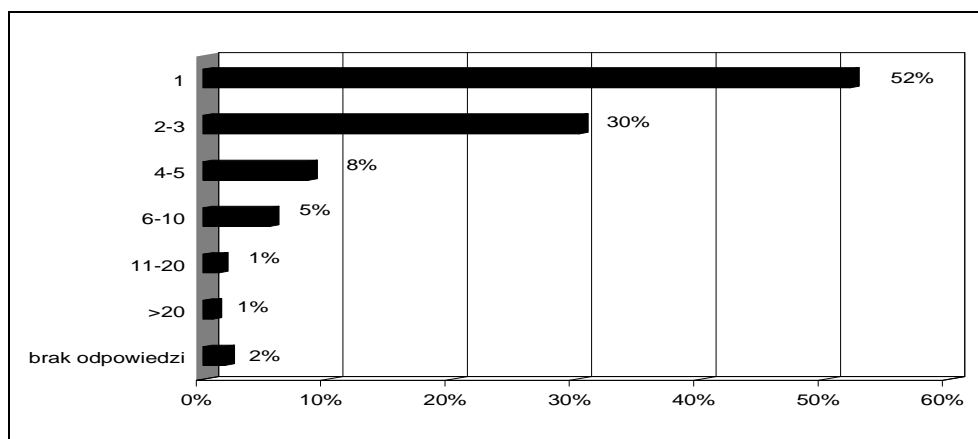
Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

⁷⁷ Mazurkiewicz P., *Jak kupić najtaniej*, Rzeczpospolita, nr 50, 28.02.2007, dod. Teleinformatyka w Polsce, str.2

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

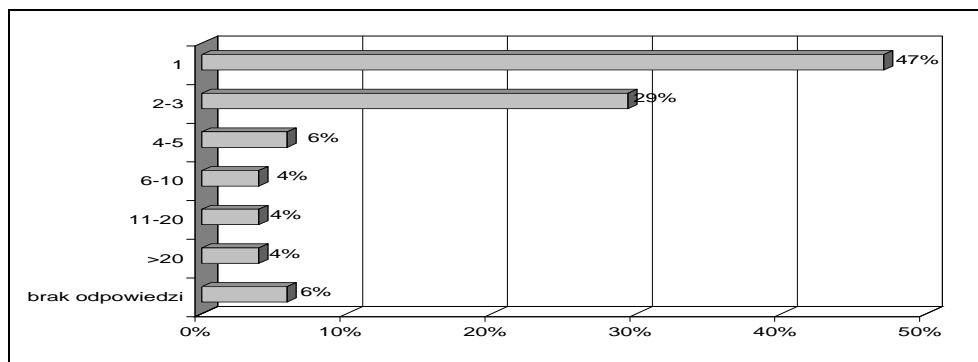
Inną strategią dotarcia z ofertą handlową do szerokiego grona potencjalnych klientów stosowaną w handlu elektronicznym jest udostępnianie tego samego lub zbliżonego sklepu tej samej branży pod innym adresem www. W 2006 roku średnio sklep internetowy jednego właściciela znajdował się pod dwoma niezależnymi adresami www (w przypadku sklepów świadczących jedynie usługi liczba ta była dwukrotnie większa i jeden sklep znajdował się średnio pod czterema innymi adresami). (Wykres B2.2.1-5, wykres B2.2.1-6). Na podstawie tej informacji można byłoby stwierdzić, że faktyczna liczba sklepów internetowych była o połowę mniejsza niż podawana na wstępie. Jednak pomimo, że w wielu przypadkach sklep posiadał swoją kopię pod innym unikatowym adresem, liczy się liczbę dostępnych miejsc w sieci, pod którymi klient może dokonać zakupu produktu lub usługi.

Wykres B2.2.1-5 Liczba adresów internetowych, pod którymi udostępniany jest ten sam lub zbliżony sklep tej samej branży.



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

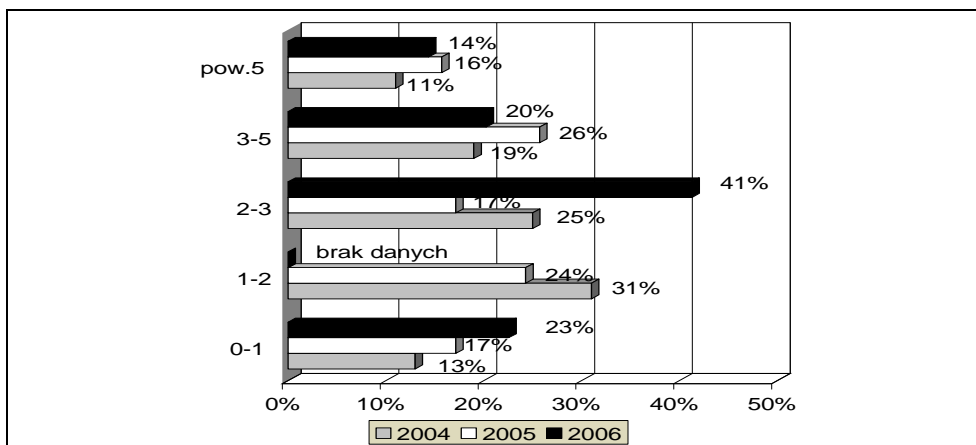
Wykres B2.2.1-6 Liczba adresów internetowych, pod którymi udostępniany jest ten sam lub zbliżony sklep tej samej branży (usługi)



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

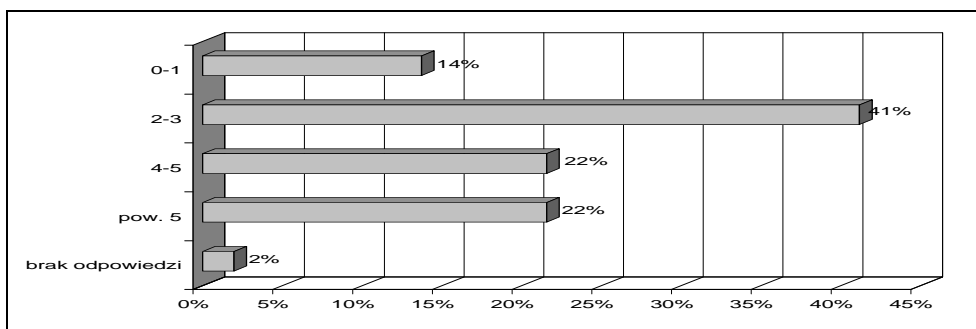
Dynamikę zmian w handlu elektronicznym bardzo wyraźnie pokazuje analiza liczby lat prowadzenia sprzedaży on-line wśród sklepów internetowych w Polsce (wykres B2.2.1-7). Porównanie danych z trzech lat badań pokazuje, że utrzymanie się na rynku przez sklep internetowy nie jest tak łatwe jakby można byłoby przypuszczać. Z analizy wynika, że im dłuższy okres sprzedaży tym mniej sklepów kontynuowała swoją działalność. Wyraźnym punktem progowym prowadzenia handlu elektronicznego jest drugi i trzeci rok. Po tym roku następuje spadek liczby sklepów. W 2006 roku największa grupa sklepów posiadała 2-3 letnie doświadczenie (podobnie sytuacja przedstawia się w grupie sklepów świadczących wyłącznie usługi on-line). O dynamice rozwoju tej branży świadczy także 23% przyrost nowych sklepów w przeciągu ostatniego roku poprzedzającego badanie (w przypadku sklepów świadczących usługi przyrost ten był na poziomie 14%), co wskazuje na pozytywne postrzeganie handlu elektronicznego jako nowego kanału sprzedaży produktów i usług.

Wykres B2.2.1-7 Okres sprzedaży w Internecie w latach.



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

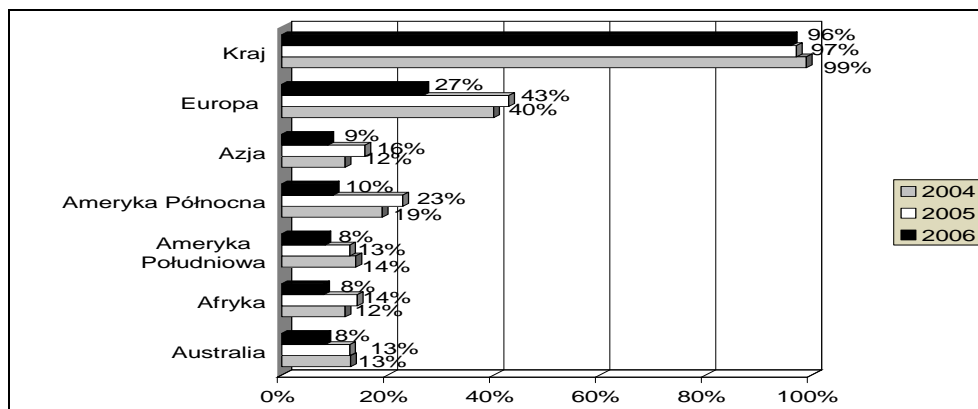
Wykres B2.2.1-8 Okres sprzedaży w Internecie w latach (usługi)



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

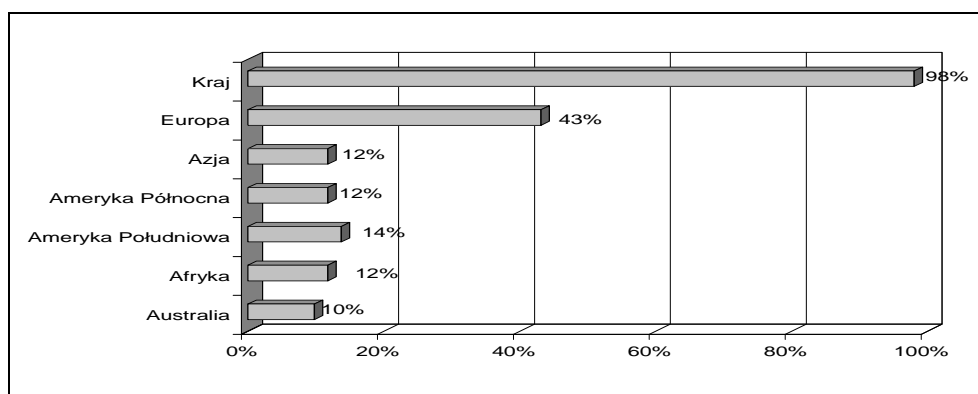
Nadal polskie sklepy internetowe handel elektroniczny widziały w kategoriach sprzedaży na lokalnych, krajowym rynku. Jedynie 27% sklepów (43% w przypadku sklepów świadczących wyłącznie usługi) ofertę swoją kierowało do klienta z Europy, natomiast nieliczna grupa sklepów do klientów z innych kontynentów (wykres B2.2.1-9). Brak otwartości sprzedawców na inne kraje potwierdza także fakt braku udostępniania witryny sklepu w innych wersjach językowych poza językiem polskim. Wśród badanych sklepów 90% (90% dla usług) witryn było jedynie w polskiej wersji językowej, 7% (10% dla usług) było udostępnionych w dodatkowym języku, a 3% (0% dla usług) witryn posiadało informacje przetłumaczone na więcej niż dwa języki.

Wykres B2.2.1-9 Obszar pochodzenia klienta, do którego skierowana była oferta w 2006 roku



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

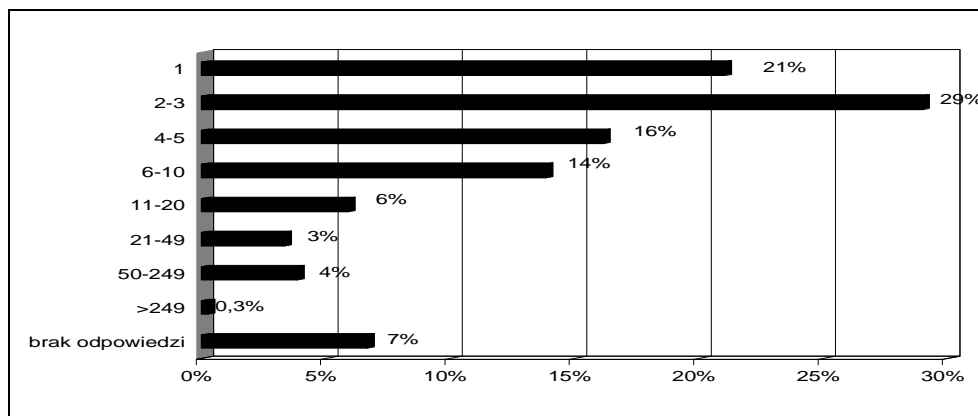
Wykres B2.2.1-10 Obszar pochodzenia klienta, do którego skierowana była oferta w 2006 roku (usługi)



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

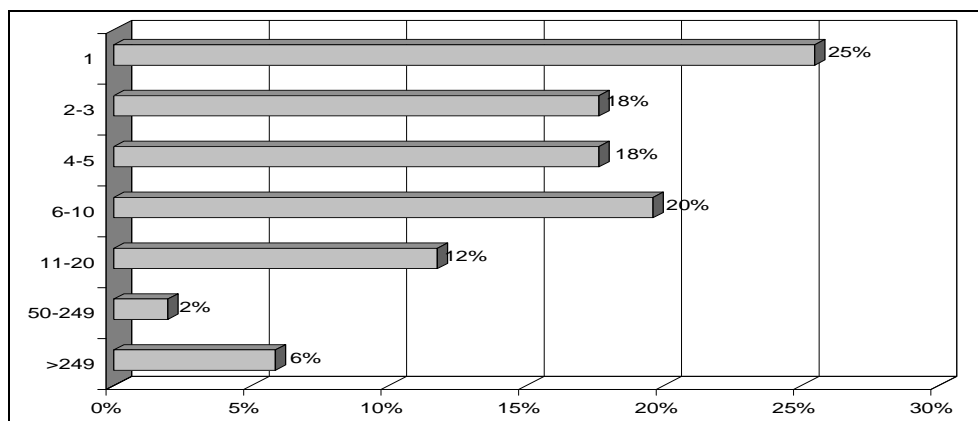
Większość sklepów internetowych można zaklasyfikować do sektora małych przedsiębiorstw zatrudniających poniżej 10 pracowników. Średnio w sklepach internetowych w Polsce w 2006 roku zatrudnionych było 9 pracowników (w przypadku sklepów świadczących wyłącznie usługi zatrudnionych było średnio 7 pracowników).

Wykres B2.2.1-11 Liczba pracowników



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

Wykres B2.2.1-12 Liczba pracowników (usługi)



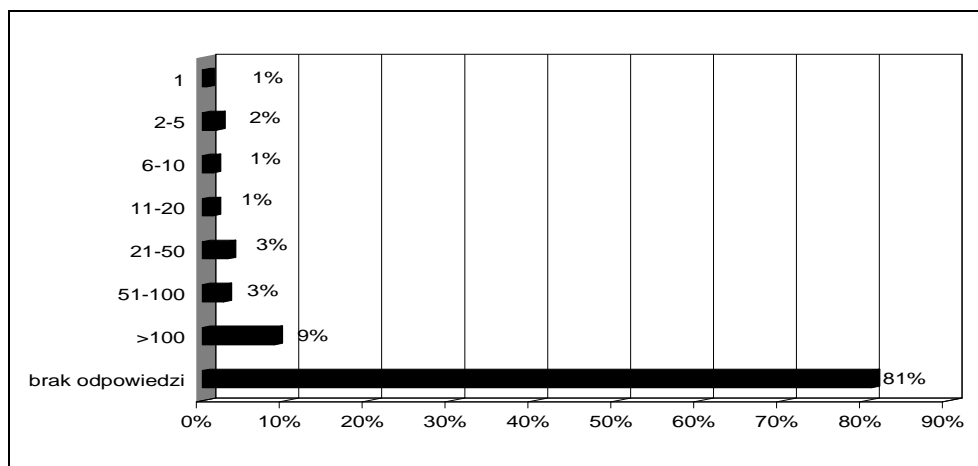
Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

B2.2.2. Sprzedaż on-line w sklepach internetowych w Polsce

Omawiając kwestie sprzedaży on-line w sklepach internetowych w Polsce bardzo istotną informacją jest oszacowanie wielkości sprzedaży jaką osiągnęły sklepy internetowe w 2006 roku. Według danych GUS wartość sprzedaży przez Internet dla klientów indywidualnych (B2C) za rok 2005 wyniosła 7603497 tys. złotych. Pomimo próby uzyskania tej informacji podczas badań przeprowadzonych

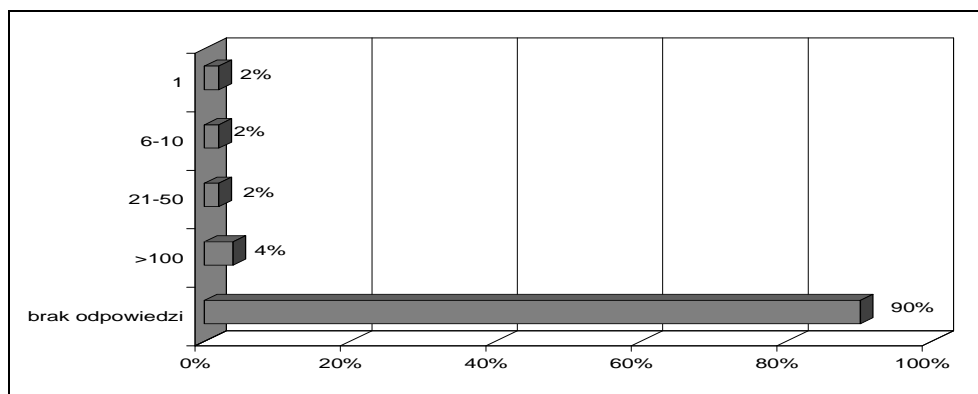
przez ILiM za okres 2006 roku zdecydowana większość sklepów odmówiła odpowiedzi powołując się na tajemnicę handlową.

Wykres B2.2.2-1 Szacowana sprzedaż netto za rok 2006 (w tys. zł)



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

Wykres B2.2.2-2 Szacowana sprzedaż netto za rok 2006 (w tys. zł) (usługi)

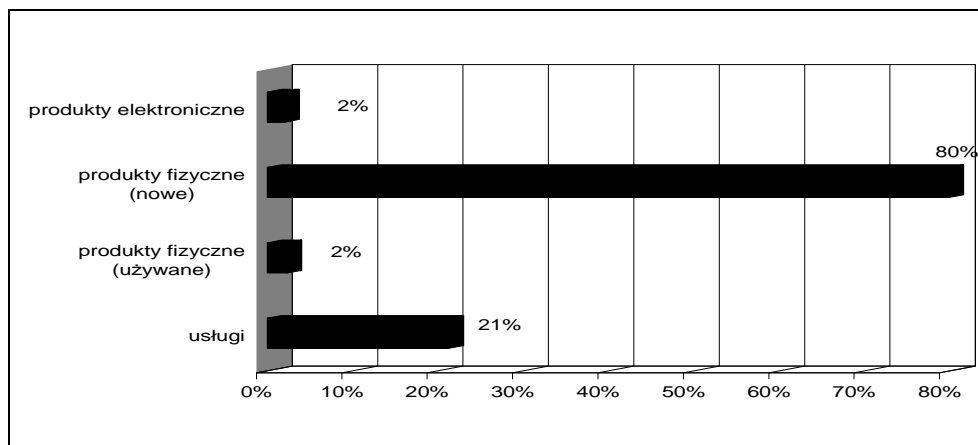


Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

Handel elektroniczny w Polsce głównie skupiał się na sprzedaży produktów fizycznych, 80% sklepów internetowych oferowało tą grupę asortymentu. Jedna piąta sklepów miała w swojej ofercie różnego rodzaju usługi, natomiast niewielką część w ofercie stanowiły produkty elektroniczne oraz używane produkty fizyczne. (Wykres B2.2.2-3)

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

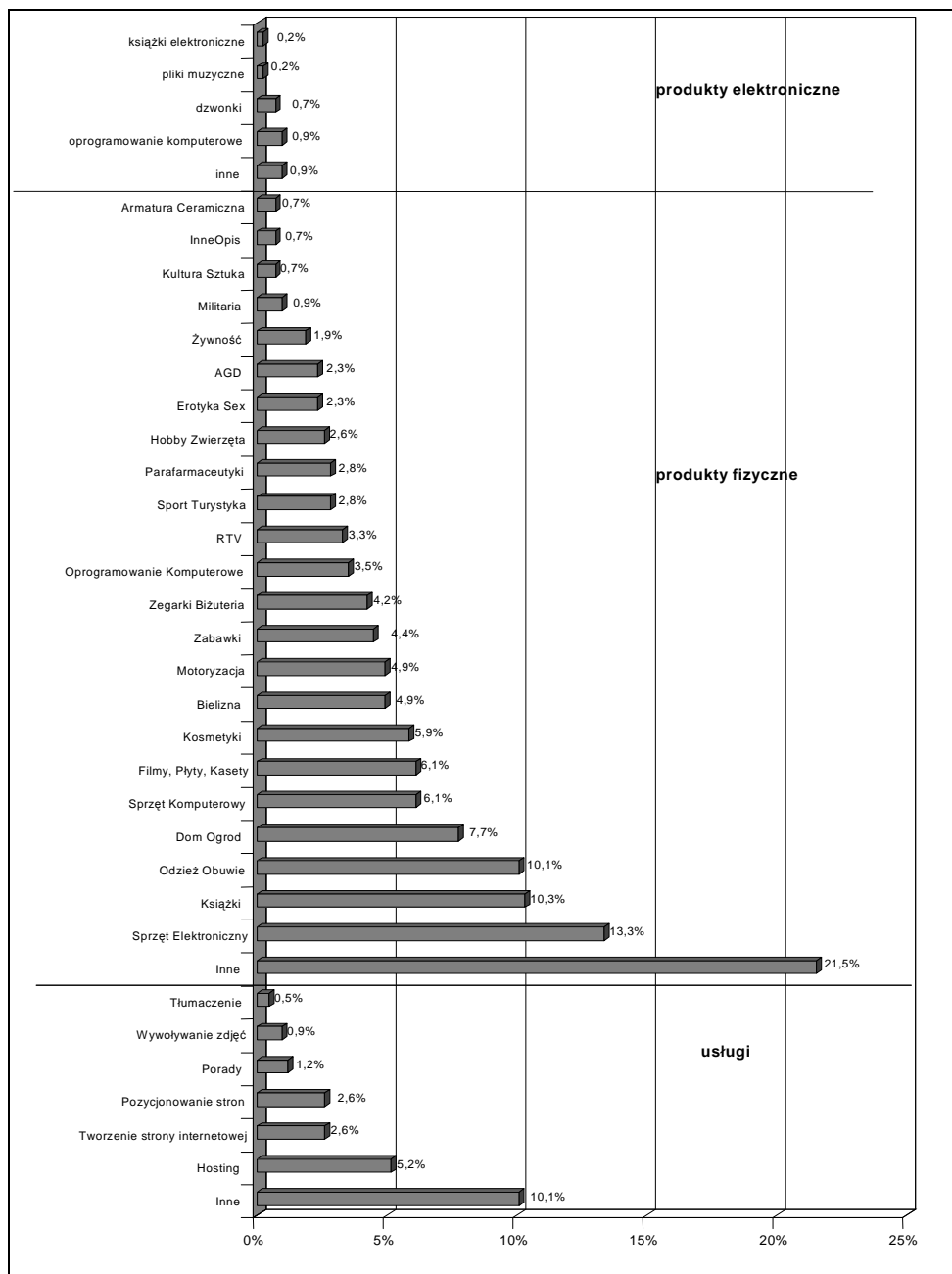
Wykres B2.2.2-3 Struktura sprzedaży w sklepach internetowych w grupie produktów



Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

Analiza grupy najczęściej oferowanych produktów fizycznych nie przyniosła zaskakujących wyników i nadal główną grupę asortymentową sklepów internetowych zajmowały sprzęt elektroniczny, odzież i obuwie oraz książki. Wśród produktów elektronicznych najczęściej można było znaleźć oprogramowanie komputerowe oraz dzwonki do telefonów komórkowych, a w przypadku usług głównie hosting oraz przygotowywanie oraz pozycjonowanie stron. (Wykres B2.2.2-4).

Wykres B2.2.2-4 Rodzaj asortymentów sklepów internetowych w Polsce

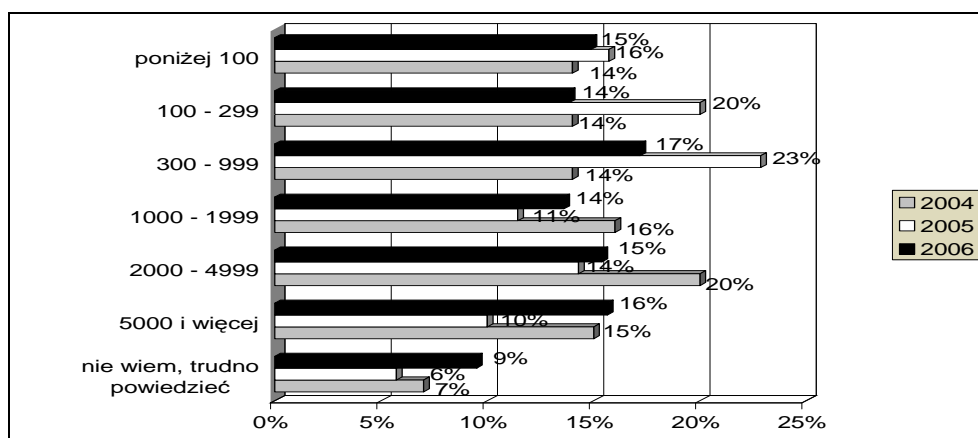


Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

W przeciągu trzech lat analizy nie zanotowano wyraźnych różnic pod względem liczby produktów pozostających w ofercie sklepów. W roku 2006 około 60% posiadało w swojej ofercie mniej niż 2000 produktów, natomiast 31% sklepów ofertę przewyższającą 2000 produktów (wykres B2.2.2-5).

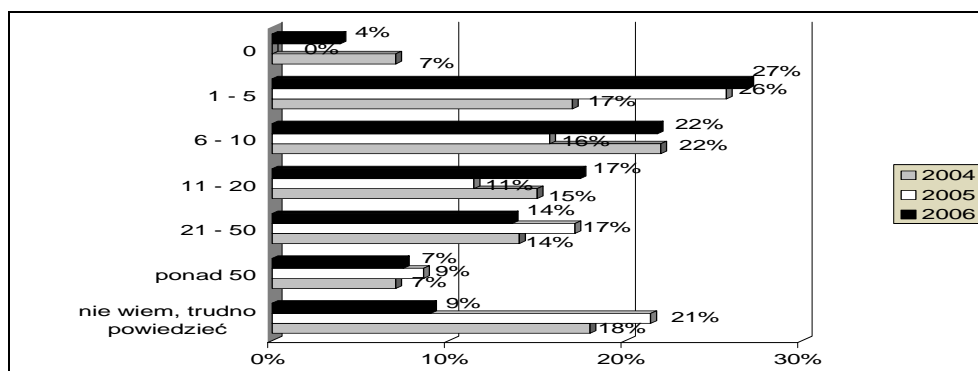
Wykres B2.2.2-5 Średnia ilość produktów w ofercie sklepu w 2006 roku.



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

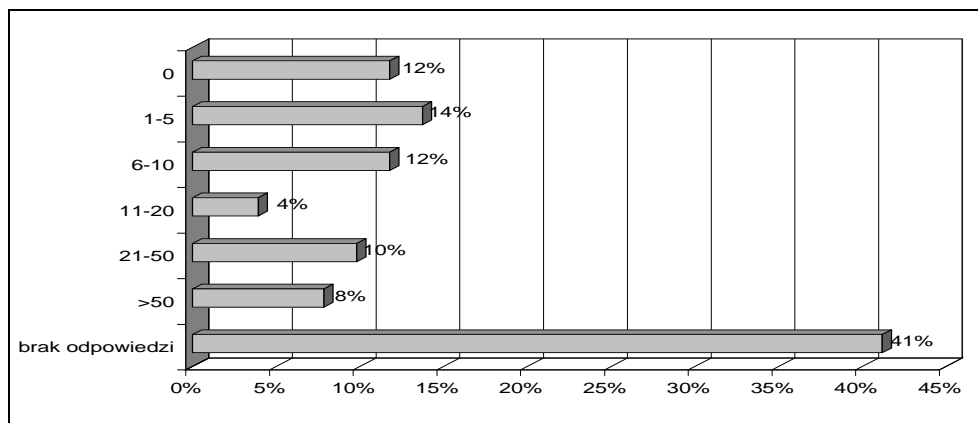
Wyraźnych zmian w porównaniu z rokiem ubiegłym nie zaobserwowano w przypadku analizy liczby dostawców, z którymi współpracowały sklepy internetowe. W 2006 roku były one zaopatrywane średnio przez około 55 dostawców (w przypadku usług przez około 37 dostawców). (Wykres B2.2.2-6, wykres B2.2.2-7).

Wykres B2.2.2-6 Liczba dostawców z jakimi utrzymywano współpracę w 2006 roku?



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

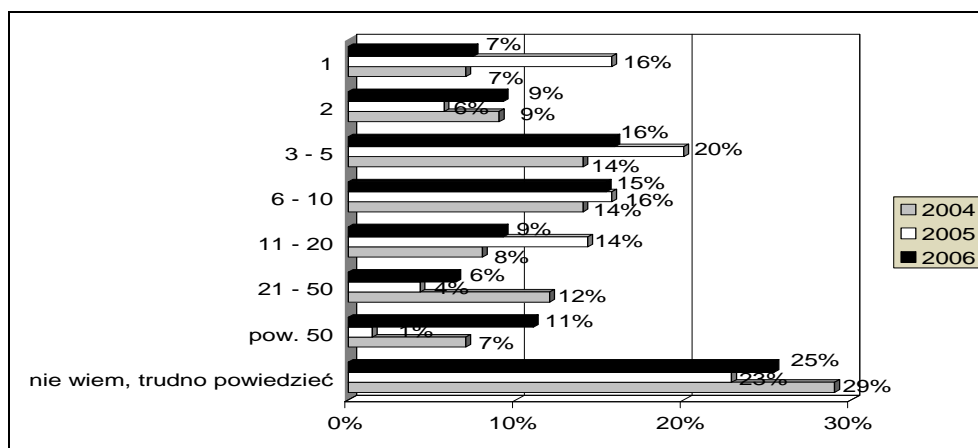
Wykres B2.2.2-7 Liczba dostawców z jakimi utrzymywano współpracę w 2006 roku? (usługi)



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

Analiza liczby realizowanych zamówień w ciągu jednego dnia potwierdza tezę, że większość sklepów internetowych prowadziła działalność na małą skalę. Średnio sklepy realizowały 1,5 zamówienia dziennie (wykres B2.2.2-8).

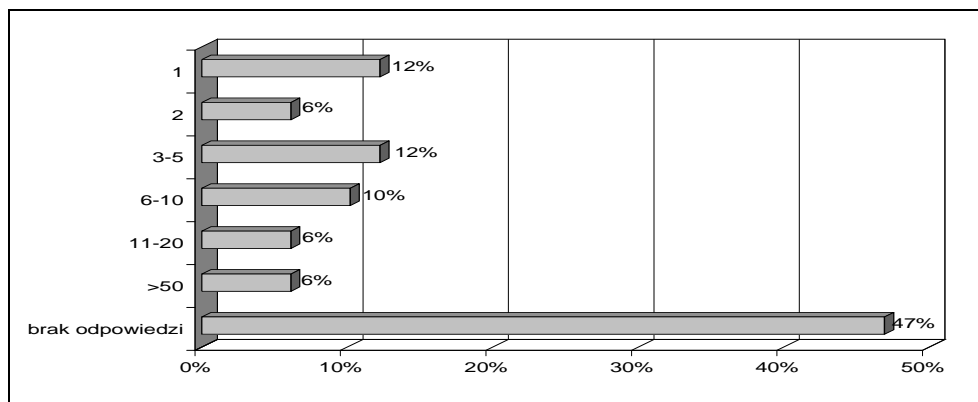
Wykres B2.2.2-8 Średnia liczba realizowanych zamówień w ciągu dnia w 2006 roku?



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

Inaczej natomiast przedstawia się sytuacja w przypadku grupy sklepów wyłącznie oferujących usługi on-line. W 2006 roku średnia liczba realizowanych usług w ciągu dnia wynosiła 55 usług (wykres B2.2.2-9).

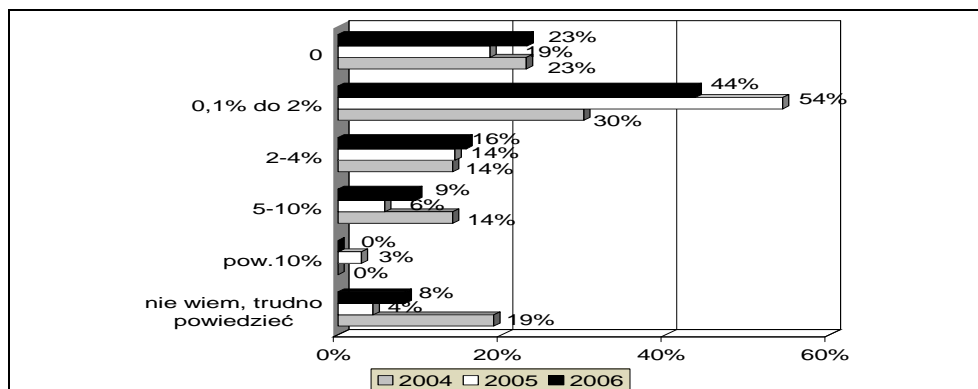
Wykres B2.2.2-9 Średnia liczba realizowanych zamówień w ciągu dnia w 2006 roku (usługi)



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

Z roku na rok maleje średni poziom reklamacji w sklepach internetowych. W roku 2006 poziom reklamacji średnio wynosił 0,8% wszystkich realizowanych zamówień w 2006 roku (w 2005 poziom reklamacji wynosił 1,1%, a w 2004 1,5%). 23% sklepów nie odnotowało reklamacji, 44% – do 1%, 16% sklepów od 2% do 4% reklamacji, a 9% powyżej 5% (wykres B2.2.2-10).

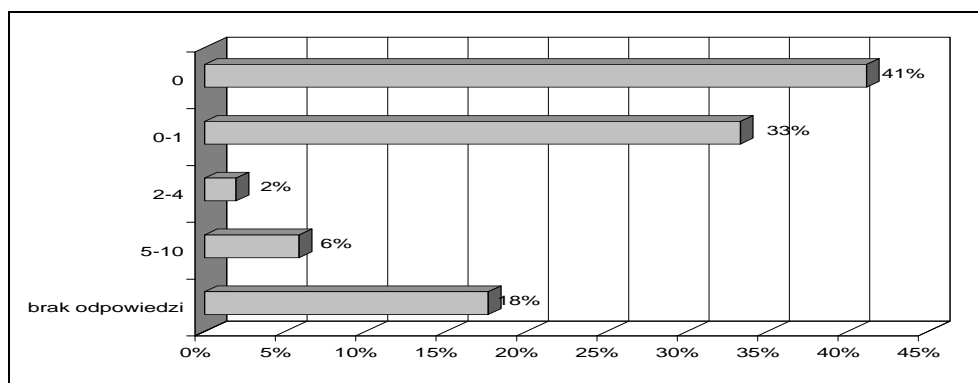
Wykres B2.2.2-10 Odsetek reklamacji wśród wszystkich realizowanych zamówień w 2006 roku



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

Jeszcze lepsze wyniki można było zauważyć wśród sklepów świadczących wyłącznie usługi on-line. Wśród tej grupy sklepów 41% sklepów nie odnotowało reklamacji, 33% – do 1%, 2% sklepów od 2% do 4% reklamacji, a 6% powyżej 5% (wykres B2.2.2-11).

Wykres B2.2.2-11 Odsetek (%) reklamacji wśród wszystkich realizowanych zamówień w 2006 roku (usługi)



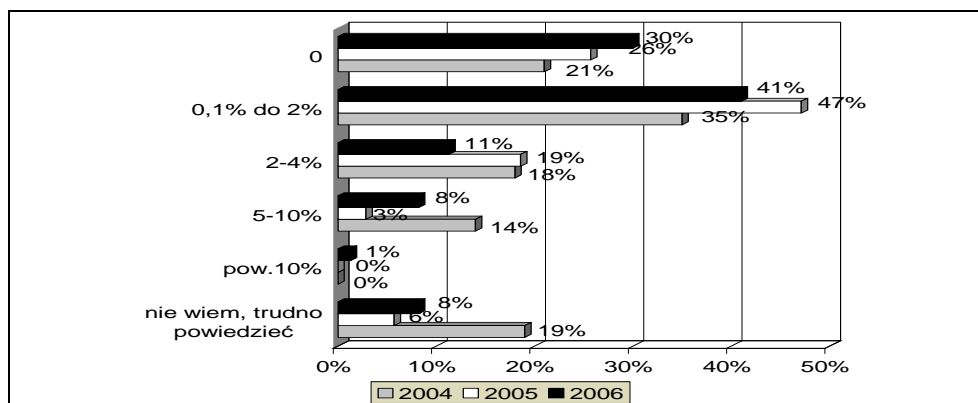
Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

W porównaniu z rokiem ubiegłym podwyższył się nieznacznie średni poziom zwrotów i wynosił 1,5% (w 2005 roku – 1,1%). Za to wzrósł odsetek sklepów, które nie odnotowało zwrotów, w 2006 roku było ich 30%. 41% sklepów miało

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

poziom zwrotów mniejszy niż 1%, a 11% miało ich od 2% do 4%, natomiast powyżej 5% zwrotów posiadało 9% sklepów (wykres B2.2.2-12).

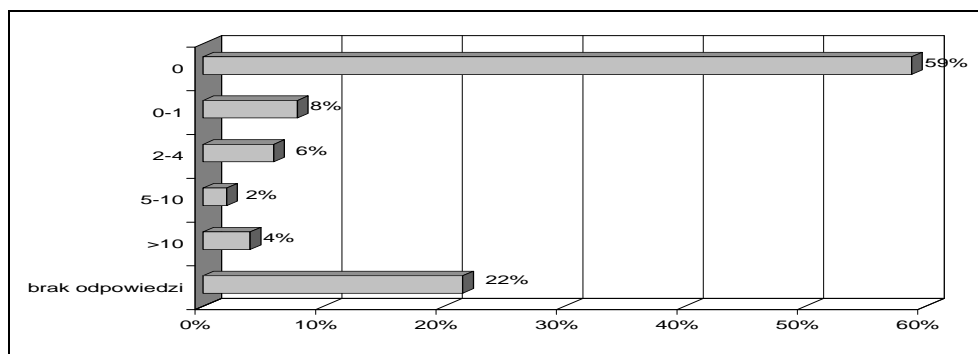
Wykres B2.2.2-12 Odsetek zwrotów wśród wszystkich realizowanych zamówień w 2006 roku



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

Analizując poziom zwrotów w grupie sklepów świadczących wyłącznie usługi zauważa się lepszą statystykę w porównaniu ze sklepami z pierwszej grupy. Aż 59% firm nie odnotowało zwrotów, 8% – do 1%, 6% firm od 2% do 4% oraz 6% sklepów posiadało zwroty na poziomie większym niż 5% wszystkich realizowanych zamówień (wykres B2.2.2-13). Należy jednak zaznaczyć, że na lepsze wyniki może mieć wpływ inny rodzaj sprzedawanego asortymentu w tej grupie sklepów.

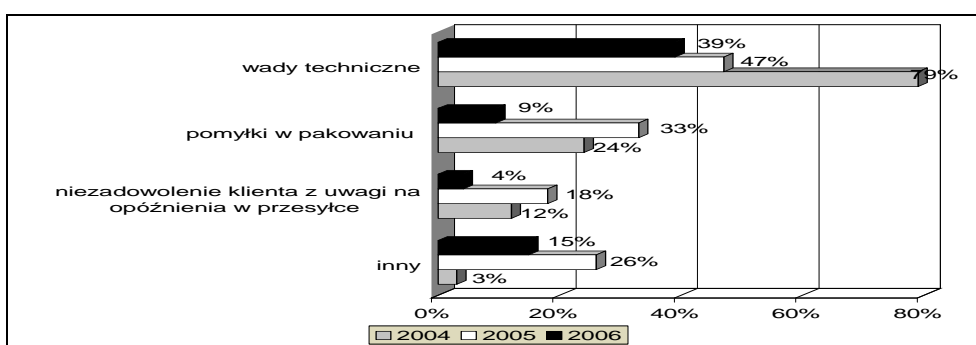
Wykres B2.2.2-13 Odsetek zwrotów wśród wszystkich realizowanych zamówień w 2006 roku (usługi)



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

Wśród głównych przyczyn reklamacji składanych w polskich sklepach internetowych były nadal wady techniczne nabytych produktów (wykres B2.2.2-14). Natomiast coraz rzadziej sklepy odnotowały reklamacje wynikające z pomyłek w opakowaniu lub opóźnień w dostawie. W grupie innych przyczyn reklamacji sprzedawcy najczęściej wymieniali uszkodzenie w trakcie transportu, brak zadowolenia klienta po otrzymaniu produktu oraz błędy dokonane przez kupującego.

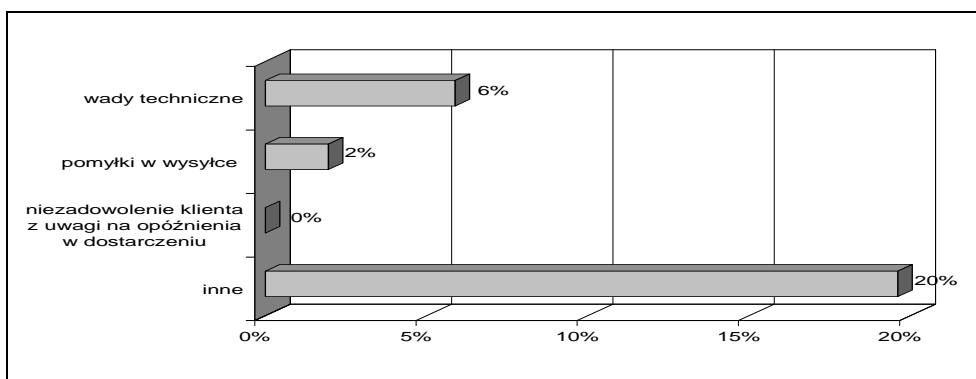
Wykres B2.2.2-14 Główne przyczyny reklamacji w 2006 roku



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

Inny charakter prowadzenia działalności sklepów świadczących usługi on-line warunkował także uzyskanie innych odpowiedzi w przypadku powodów reklamacji w tej grupie sklepów. Najczęściej wybieraną przyczyną reklamacji była grupa *Inne* (20%), w której sprzedawcy najczęściej wymieniali problemy techniczne systemu (wykres B2.2.2-15).

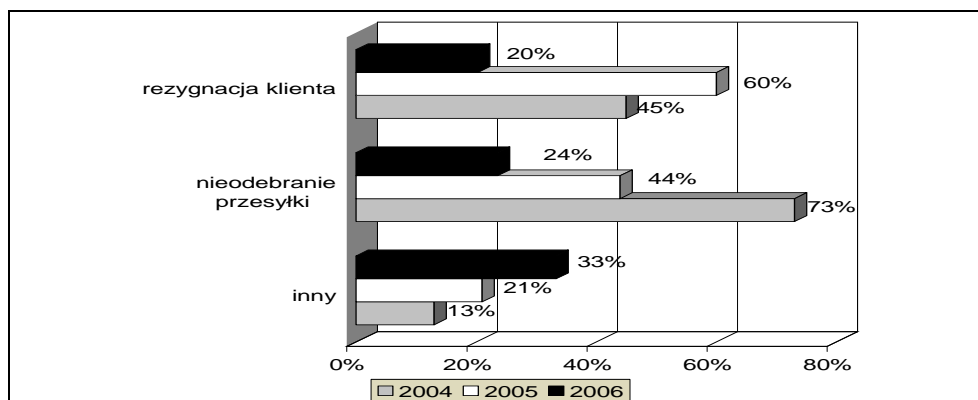
Wykres B2.2.2-15 Główne przyczyny reklamacji w 2006 roku (usługi)



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

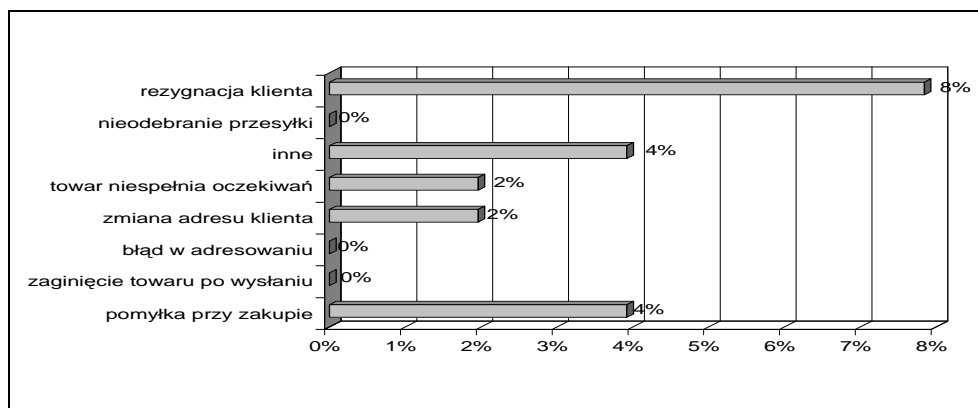
Główną przyczyną zwrotów było nieodebranie przesyłki (24%), jednak można zauważyć, że skala tego problemu w porównaniu z latami ubiegłymi znacznie zmalała. Mniej także było klientów, którzy zrezygnowali z zakupu (20%) (wykres B2.2.2-16). W przypadku sklepów świadczących jedynie usługi on-line głównymi przyczynami zwrotów były: rezygnacja klienta, pomyłki przy zakupie oraz inne (wykres B2.2.2-17).

Wykres B2.2.2-16 Główne przyczyny zwrotów w 2006 roku



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

Wykres B2.2.2-17 Główne przyczyny zwrotów w 2006 roku (usługi)

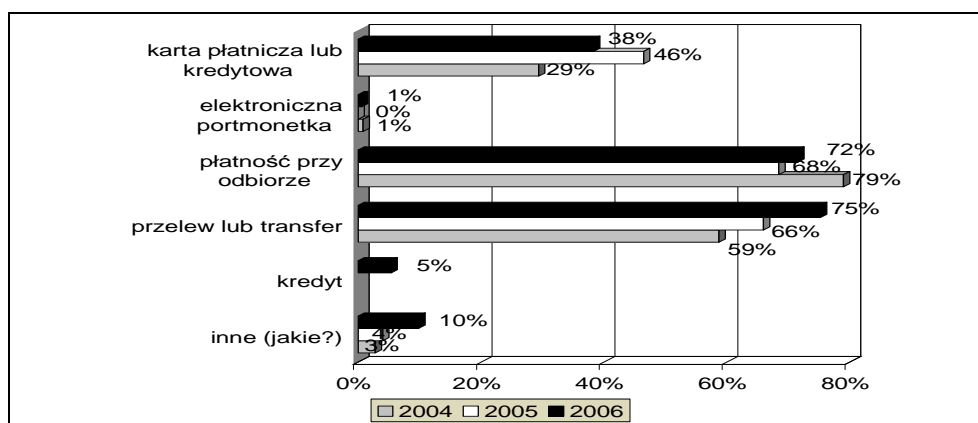


Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

Analizując akceptowane formy płatności po raz pierwszy zaobserwowano większą powszechność udostępniania przelewu bankowego niż tradycyjnej formy płatności przy odbiorze. Aż 72% sklepów umożliwiało dokonanie płatności za

pomocą tej formy. Płatność za pobraniem była możliwa w przypadku 72% sklepów. Nie zauważano natomiast zmian w stosunku do kart płatniczych, jedynie w 38% sklepów klienci mogli płacić wykorzystując karty płatnicze. (Wykres B2.2.2-18).

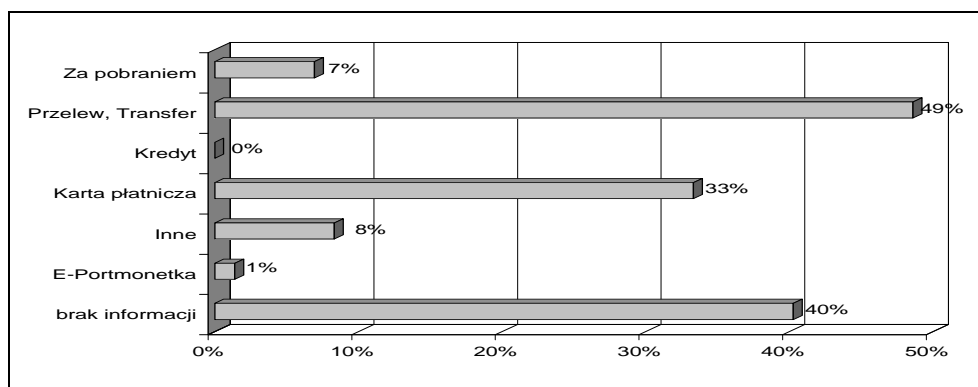
Wykres B2.2.2-18 Sposoby płatności za produkty obsługiwane w sklepie



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” I LiM 2006

W grupie sklepów świadczących wyłącznie usługi, przewaga akceptowanych elektronicznych form płatności była jeszcze bardziej widoczna. Najczęściej akceptowaną formą płatności był przelew/transfer (49%) oraz karta płatnicza (33%) (wykres B2.2.2-19).

Wykres B2.2.2-19 Sposoby płatności za usługi obsługiwane przez serwisy WWW (usługi)

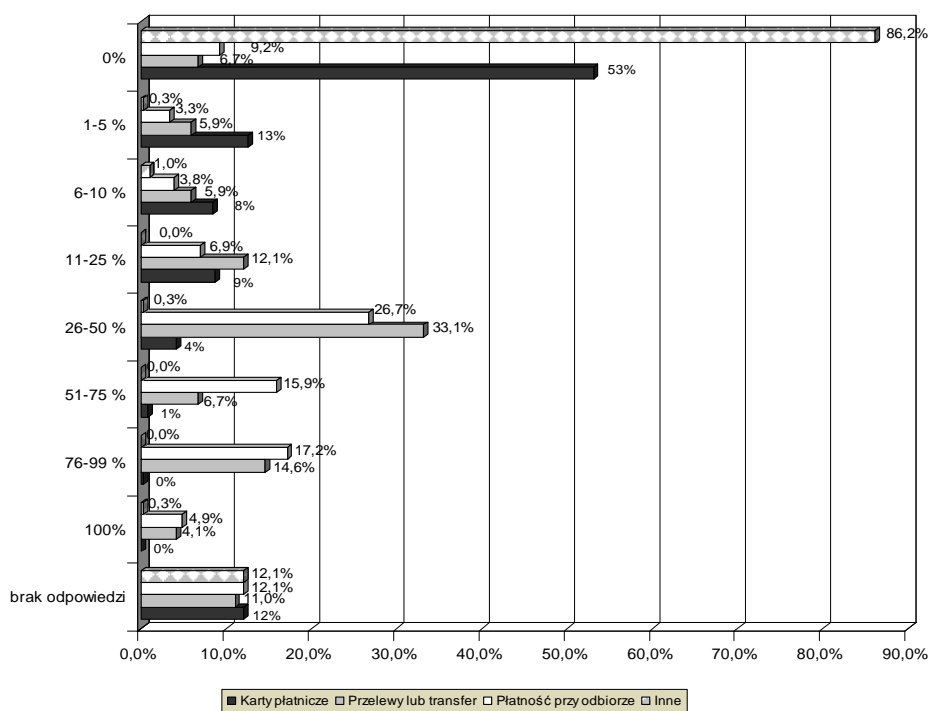


Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” I LiM 2006

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

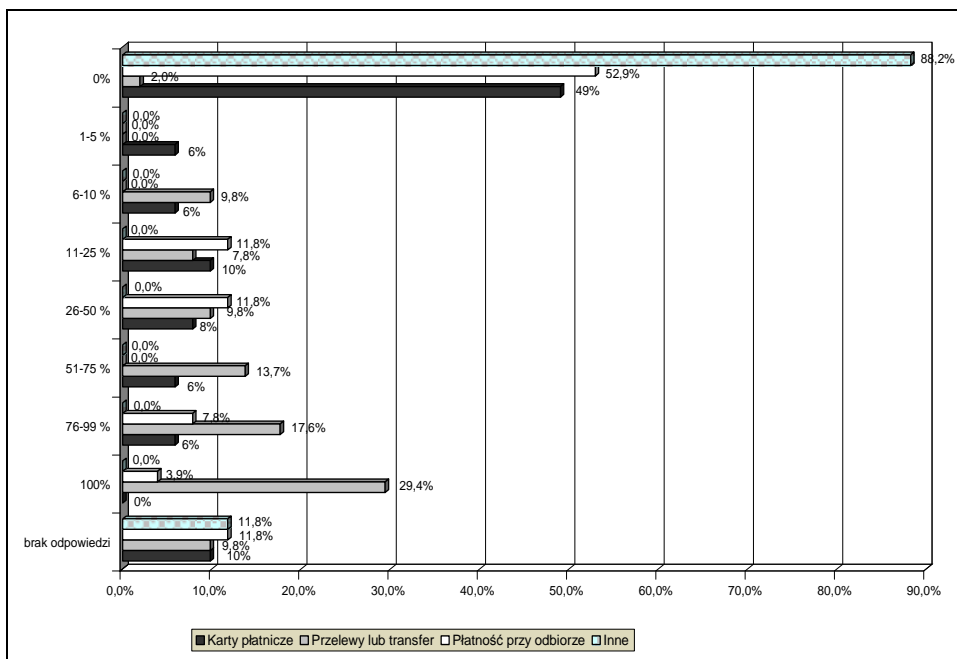
Poza dostępem do poszczególnych form płatności analizowano także ich stopień wykorzystania przez klientów sklepów internetowych. W 53% sklepów internetowych (usługi - w 49% sklepów) w ogóle nie płacono kartą płatniczą, w 9% (usługi - w 53% sklepów) nigdy nie dokonywano zakupów płaćąc za pobraniem, a w 7% (usługi - w 2% sklepów) płaćąc za pomocą przelewu bankowego. Sklepów internetowych, w których klienci wybierali jako formę płatności tylko „płatność przy odbiorze” było jedynie 5% (usługi - 4% sklepów), a jedynie przelewem bankowym dokonywano płatności w 4% sklepów (usługi - 29% sklepów). W żadnej z grup nie było natomiast sklepu internetowego w którym 100% płatności dokonanych zostało kartami płatniczymi. (wykres B2.2.2-20, wykres B2.2.2-21).

Wykres B2.2.2-20 Udział % wykorzystania poszczególnych form płatności



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

Wykres B2.2.2-21 Udział % wykorzystania poszczególnych form płatności (Usługi)



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

B2.2.3. Rodzaj oraz funkcjonalność stosowanego oprogramowania w polskich sklepach internetowych

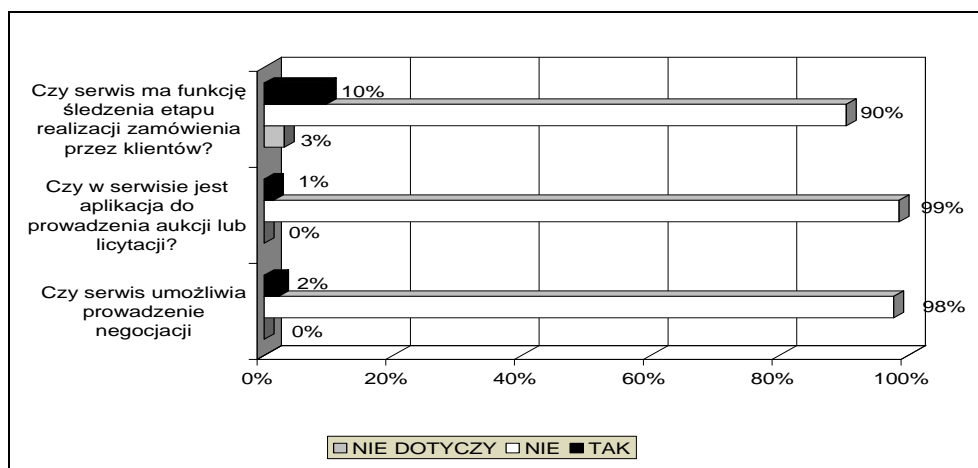
Skuteczność sprzedaży drogą elektroniczną jest w dużej mierze uzależnione od stosowanego oprogramowania informatycznego. Wydawać by się mogło, że pierwszoplanową rolę odgrywa oprogramowanie, które umożliwia wybór rodzaju produktu i złożenie zamówienia przez klienta sklepu internetowego. Natomiast cała realizacja zamówienia może przebiegać bez wspomaganie informatycznego. Jednak przy zwiększającej się konkurencji oraz coraz większej świadomości i podwyższonych wymaganiach klientów, właściciele sklepów internetowych będą zmuszeni do wdrożenia dodatkowych systemów informatycznych, a w szczególności systemów e-fulfilment, które wspomagają realizację zamówienia.

Zastany stan w 2006 roku pokazuje, że większość sklepów wykorzystywało oprogramowanie o podstawowej funkcjonalności, pozwalającej głównie na wybór odpowiedniego produktu, obliczenie i kalkulację ceny i dokonanie akceptacji zakupu wybranego produktu. Nadal rzadkością był dostęp do dodatkowej

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

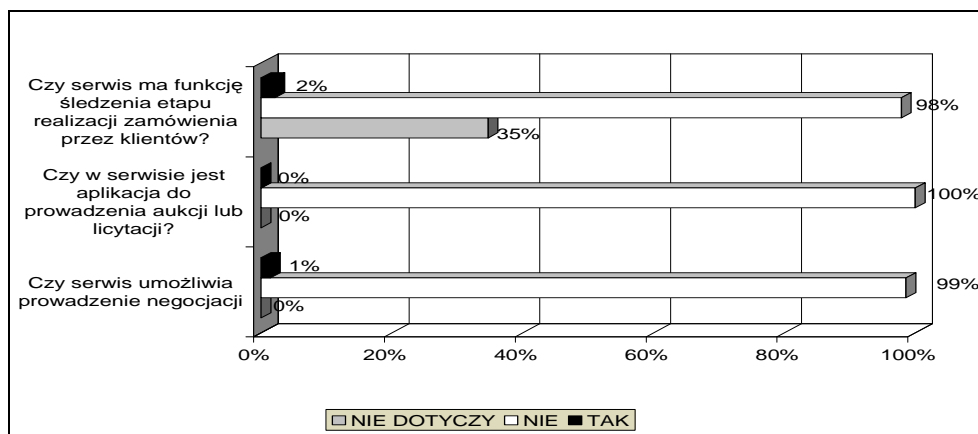
funkcjonalności, takiej jak np. śledzenie zamówionej przesyłki, tylko 10% sklepów posiadało taką funkcjonalność (usługi – 2%). Ponadto sklepy nadal koncentrowały się na tradycyjnej sprzedaży produktów i nie zauważało się zainteresowania sklepów prowadzeniem aukcji lub licytacji, czy jawnego informowania klientów o możliwości prowadzenia negocjacji (wykres B2.2.3-1, wykres B2.2.3-2).

Wykres B2.2.3-1 Funkcjonalność oprogramowania sklepu internetowego



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

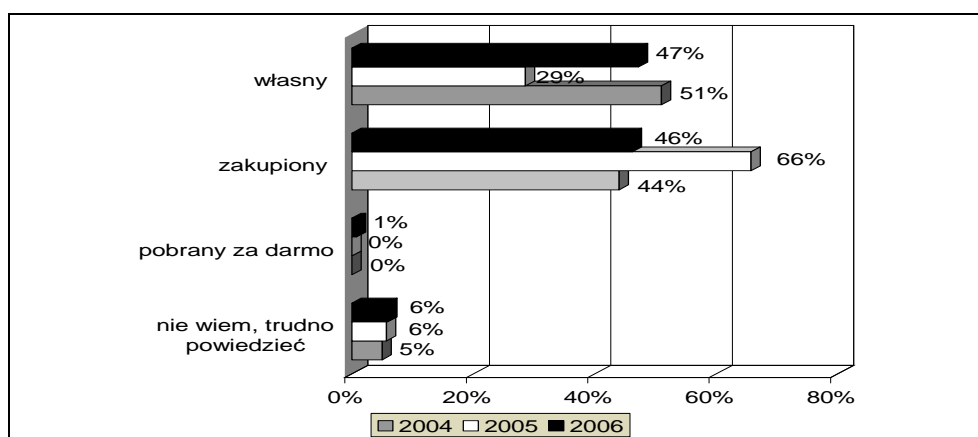
Wykres B2.2.3-2 Funkcjonalność oprogramowania sklepu internetowego (usługi)



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

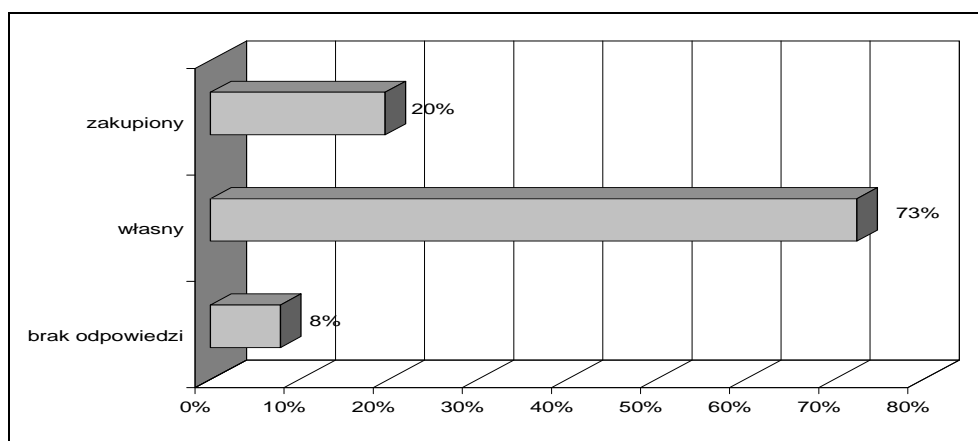
Oprogramowanie front-office'owe w 47% przypadków zostało przygotowane we własnym zakresie, 46% sklepów natomiast zakupiło gotowy system od firm zewnętrznych (wykres B2.2.3-3). W sklepach świadczących wyłącznie usługi własny system posiadało 73%, a zakupiony 20% (wykres B2.2.3-4).

Wykres B2.2.3-3 Własność systemu klientowskiego (front-office) wykorzystywanego do sprzedaży on-line



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

Wykres B2.2.3-4 Własność systemu klientowskiego (front-office) wykorzystywanego do sprzedaży on-line (usługi)

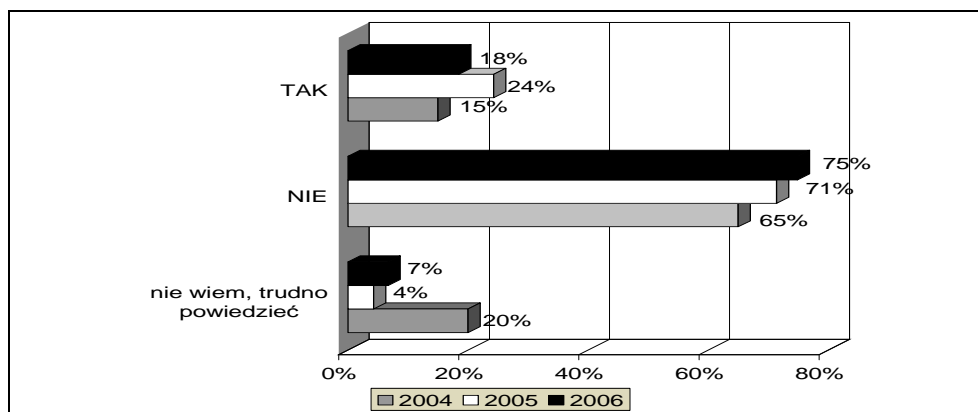


Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

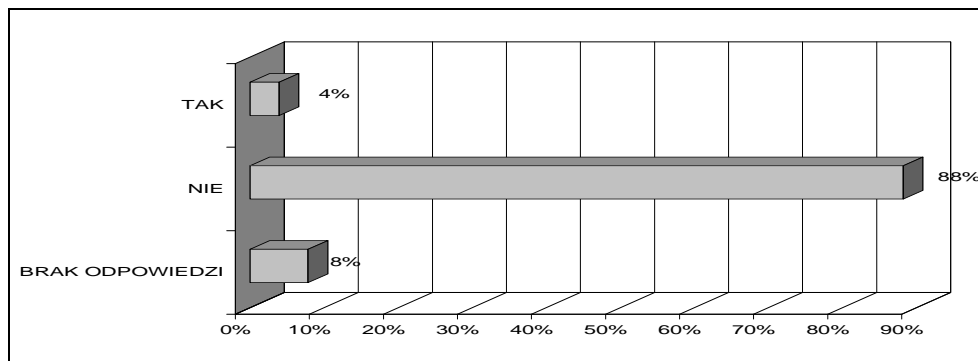
Analiza wykorzystania systemów e-fulfilment, odpowiedzialnych za prawidłowy przebieg realizacji zamówienia pokazuje nadal małą powszechność ich wykorzystania (wykres B2.2.3-5, wykres B2.2.3-6). Jedynie 18% sklepów posiadało taki system (usługi – jedynie 4% sklepów). Prawie taki sam odsetek sklepów system e-fulfilment opracowało we własnym zakresie (46%) lub zakupiło gotowy produkt od firmy zewnętrznej (43%).

Wykres B2.2.3-5 Wykorzystanie systemu e-fulfilment w latach 2004-2006



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

Wykres B2.2.3-6 Wykorzystanie systemu e-fulfilment w 2006 roku (usługi)



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

Optymalnym rozwiązaniem z punktu widzenia funkcjonowania sklepu internetowego jest powiązanie informatyczne procesów zachodzących na front-office i back-office. W pierwszej kolejności należy zapewnić integrację systemu klienckiego z systemem e-fulfilment, co w sklepach internetowych posiadających

oba systemy występowało na poziomie 79% (usługi – 100%). W drugiej kolejności system e-fulfilment powinien współpracować z innymi systemami wykorzystywanymi w procesach back-office, w szczególności z systemem do fakturowania, systemem płatniczym, systemem magazynowym, czy też z systemem księgowym. Taką integrację posiadało 47% sklepów internetowych (usługi – 100%).

Funkcjonalność stosowanych systemów e-fulfilment przez sklepy internetowe została opisana w tabeli B2.2.3-1, a przez sklepy internetowe świadczące wyłącznie usługi w tabeli B2.2.3-2.

Tabela B2.2.3-1 Funkcjonalność systemu e-fulfilment

FUNKCJA SYSTEMU E-FULFILMENT	%
automatyczne generowanie faktur na podstawie potwierdzonego zamówienia	50%
automatyczne drukowanie etykiet adresowych	36%
automatyczne sprawdzanie dostępności produktu u pierwotnego dostawcy w przypadku sprzedaży za pośrednictwem	23%
automatyczna rezerwacja produktu w systemie	53%
monitorowanie liczby produktów w magazynie	65%
automatyczne generowanie deklaracji zamówienia do dostawcy	22%
automatyczne wysyłanie zamówienia do dostawcy	22%
automatyczne drukowanie biletów, voucherów, itp. na podstawie zamówienia złożonego on-line	3%
automatyczną klasyfikację przesyłki z uwagi na jej specyfikę (np. poczta, kurier, prezent)	38%
automatyczna wysyłka zakupionego produktu po autoryzacji płatności	24%
zarządzanie statusami realizowanego zamówienia	67%
automatyczne generowanie i wysyłanie informacji do klienta o potwierdzeniu złożenia zamówienia	57%
automatyczne generowanie i wysyłanie informacji do klienta o opóźnieniu realizacji zamówienia	47%
automatyczne generowanie i wysyłanie informacji do klienta o wysłaniu przesyłki	56%
monitorowanie terminowości realizacji zamówienia	51%
rozliczenie płatności	54%
aktualizacja bazy produktów dostępnych w sklepie na podstawie wczytania z pliku	47%
Możliwość pobrania aktualnej wersji elektronicznego katalogu produktów dostarczonego przez producenta lub hurtownika	21%

Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

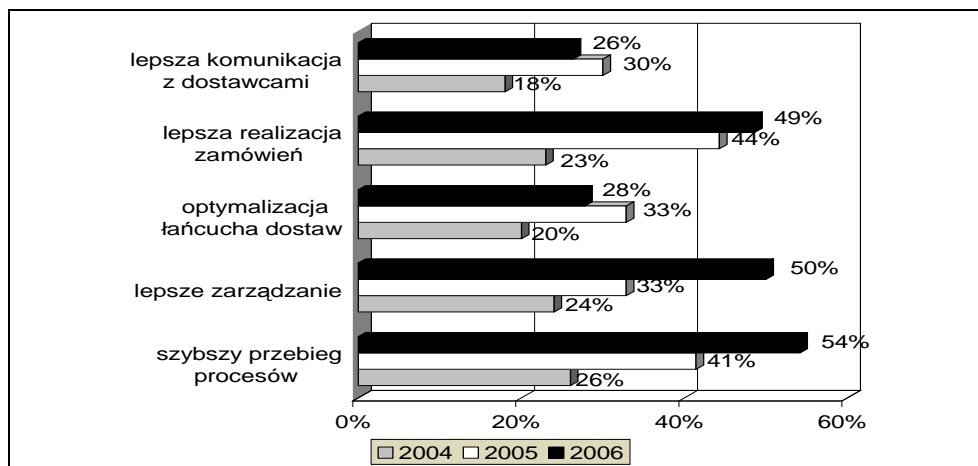
Tabela B2.2.3-2. Funkcjonalność systemu e-fulfilment (usługi)

FUNKCJA SYSTEMU E-FULFILMENT	%
automatyczne generowanie faktur na podstawie potwierdzonego zamówienia	50%
automatyczne drukowanie etykiet adresowych	0%
automatyczne sprawdzanie dostępności produktu u pierwotnego dostawcy w przypadku sprzedaży za pośrednictwem	0%
automatyczna rezerwacje produktu w systemie	50%
monitorowanie liczby produktów na stanie	0%
automatyczne generowanie deklaracji zamówienia do dostawcy	0%
automatyczne wysyłanie zamówienia do dostawcy	50%
automatyczne drukowanie biletów, voucherów, itp. na podstawie zamówienia złożonego on-line	50%
automatyczną klasyfikację przesyłki z uwagi na jej specyfikę (np. poczta, kurier, prezent)	0%
automatyczna wysyłka zakupionego produktu po autoryzacji płatności	0%
zarządzanie statusami realizowanego zamówienia	50%
automatyczne generowanie i wysyłanie informacji do klienta o potwierdzeniu złożenia zamówienia	50%
automatyczne generowanie i wysyłanie informacji do klienta o opóźnieniu realizacji zamówienia	50%
automatyczne generowanie i wysyłanie informacji do klienta o wysłaniu przesyłki	50%
monitorowanie terminowości realizacji zamówienia	0%
rozliczenie płatności	50%
aktualizacja bazy produktów dostępnych w sklepie na podstawie wczytania z pliku	0%
ściągnięciu aktualnej wersji elektronicznego katalogu produktów dostarczonego przez producenta lub hurtownika	0%

Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

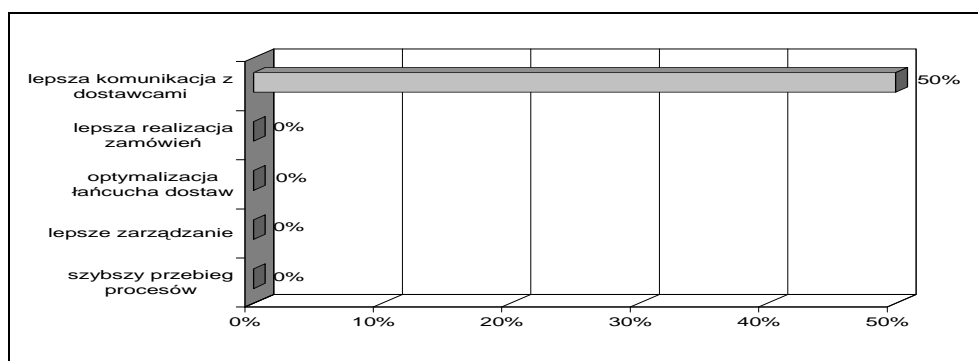
Zastosowanie systemu e-fulfilment wiąże się z uzyskaniem pewnych korzyści przez właściciela sklepu internetowego. Do najczęściej wymienianych zalet wykorzystania tego systemu, sklepy internetowe wymieniały szybszy przebieg procesów (54%), lepsze zarządzanie (50%) oraz lepszą realizację zamówień (49%) (wykres B2.2.3-7). W grupie sklepów świadczących wyłącznie usługi on-line jedyną dostrzeganą zaletą była lepsza komunikacja z dostawcami (50%), (wykres B2.2.3-8).

Wykres B2.2.3-7 Zalety wykorzystania systemu e-fulfilment



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

Wykres B2.2.3-8 Zalety wykorzystania systemu e-fulfilment (usługi)



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

B2.2.4. Zakres informacyjny stron internetowych sklepów

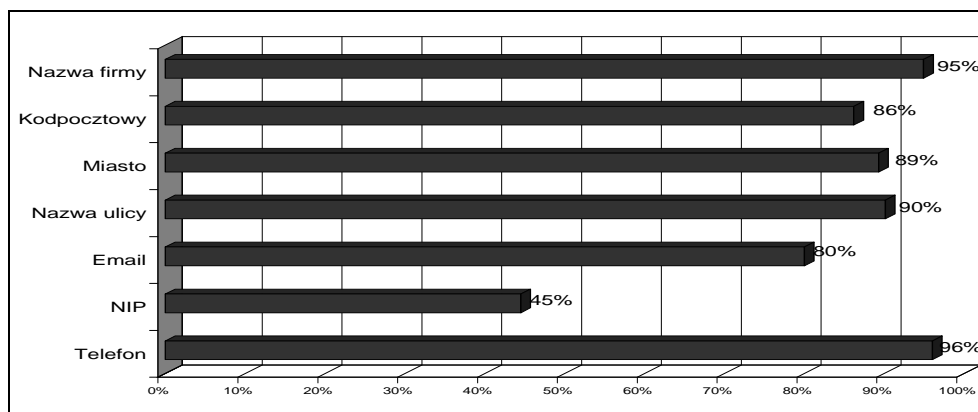
Sklepy internetowe prowadząc sprzedaż drogą elektroniczną zobowiązane są ustawami do zamieszczania na własnych stronach internetowych określonych informacji. Duża część obowiązków informacyjnych nałożonych na sklepy internetowe określona została w *Ustawie o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny* (Ustawa z dnia 2 marca 2000 r., Dz. U. z 2000 r., Nr 22) oraz w *Ustawie o*

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

świadczeniu usług drogą elektroniczną (Ustawa z dnia 18 lipca 2002 r., Dz.U. z 2002 r., nr 144). Przepisy te mają w szczególności chronić konsumentów kupujących w sklepach internetowych przed nadużyciami ze strony sprzedawców i zapewnić dostęp do głównych informacji o sklepie i opisu przysługujących im praw w trakcie zakupu dokonywanego na odległość. Nad przestrzeganiem obowiązującego prawa przez sklepy internetowe czuwa głównie Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, który monitoruje sklepy internetowe w celu wyeliminowania zidentyfikowanych naruszeń prawa. Z drugiej strony od 2006 roku sklepy internetowe mają możliwość ubiegania się w Polsce o europejski certyfikat Euro-Label, który jest znakiem zaufania w handlu elektronicznym dla konsumentów i sprzedawców, gwarantującym, że sklep spełnia wymogi prawa i świadczącym o solidności i godnych zaufania podstawach sprzedawcy. Daje on pewność, że w przypadku, gdy doszłoby do sporu pomiędzy konsumentem a sklepem, jednostka certyfikująca pomaga ten spór rozstrzygnąć. Pierwszym sklepem w Polsce, który otrzymał certyfikat był gdański sklep internetowy Cyfrowe.pl, sprzedający cyfrowe aparaty i kamery⁷⁸.

Jednym z obowiązków sklepów internetowych jest podawania na stronie www nazwy oraz danych adresowych właściciela sklepu. W większości przypadków był on spełniony przez sklepy internetowe w Polsce (wykres B2.2.4-1), (gorsze statystyki występują w grupie sklepów świadczących wyłącznie usługi – wykres B2.2.4-2).

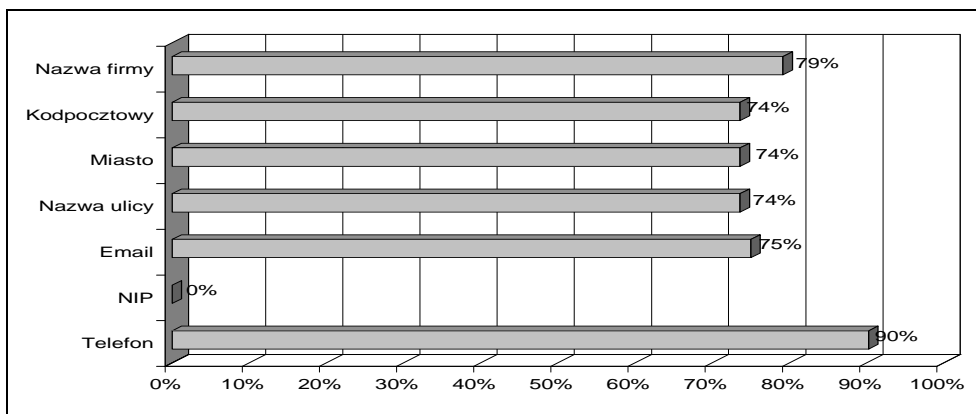
Wykres B2.2.4-1 Informacje dotyczące sklepu internetowego dostępne na stronie www



Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

⁷⁸ Domaszewicz Z., *Certyfikaty zwiększą wiarygodność e-sklepów*, Gazeta Wyborcza, nr 63, 15.03.2006, str.27

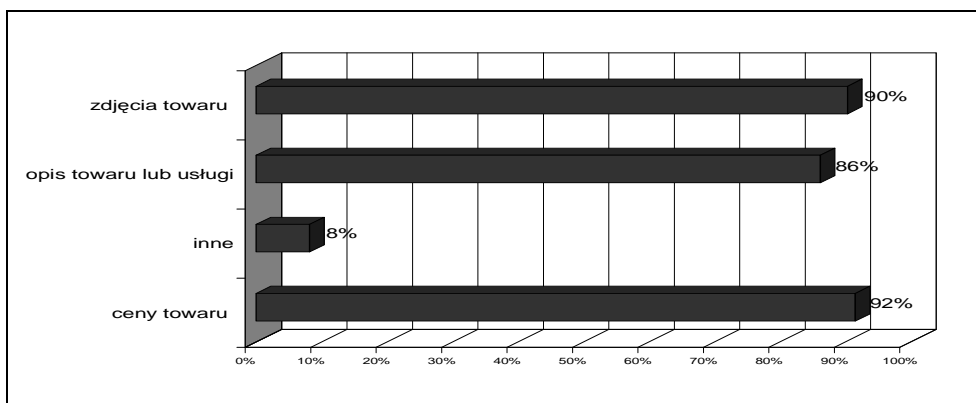
Wykres B2.2.4-2 Informacje dotyczące sklepu internetowego dostępne na stronie www(usługi)



Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

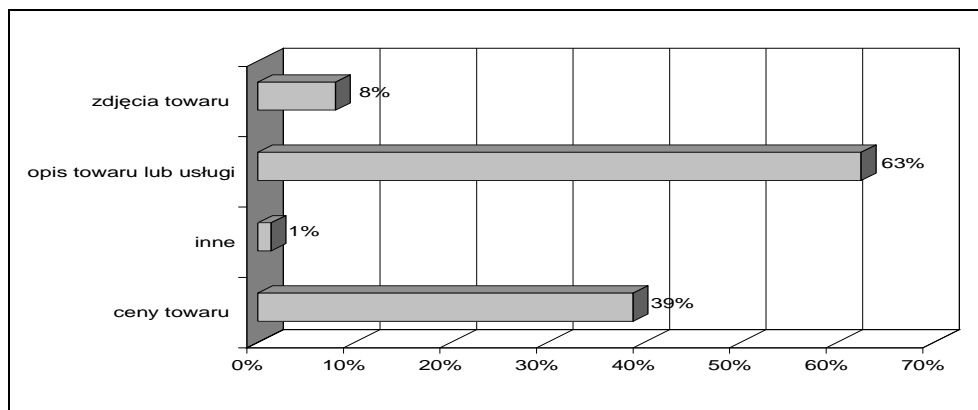
W większości przypadków na stronie internetowej sklepu można było także znaleźć zdjęcie i opisy sprzedawanych produktów lub świadczonych usług, a także ich ceny (wykres B2.2.4-3). Rzadko publikowane były informacje o cenie w sklepach świadczących wyłącznie usługi, jedynie w 39% sklepów znaleziono tę informację (wykres B2.2.4-4).

Wykres B2.2.4-3 Zawartość informacyjna stron www dotycząca produktów



Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

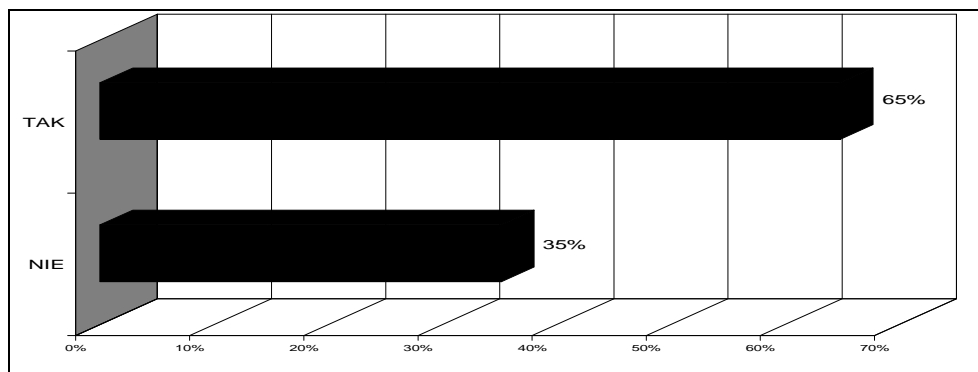
Wykres B2.2.4-4 Zawartość informacyjna stron www dotycząca produktów (usługi)



Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

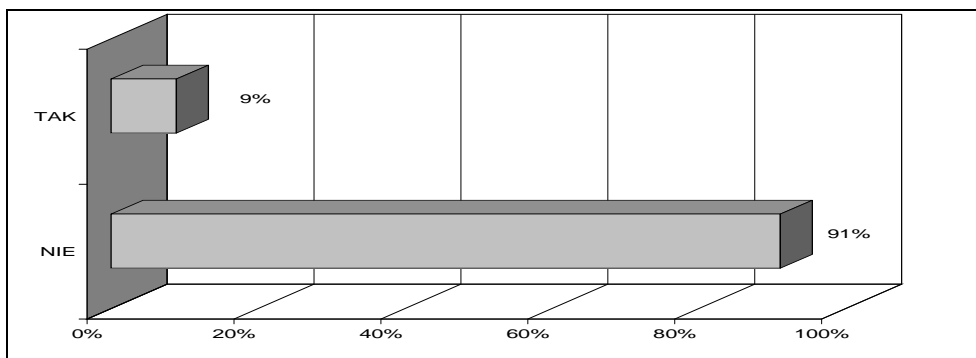
Ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny nakłada na sprzedawców obowiązek informowania konsumentów o kosztach wysyłki. Badania pokazują jednak, że jedynie 65% sklepów (i tylko 9% sklepów świadczących wyłącznie usługi) wypełniało ten obowiązek w pełnym zakresie (wykres B2.2.4-5, wykres B2.2.4-6).

Wykres B2.2.4-5 Informacje o kosztach wysyłki



Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

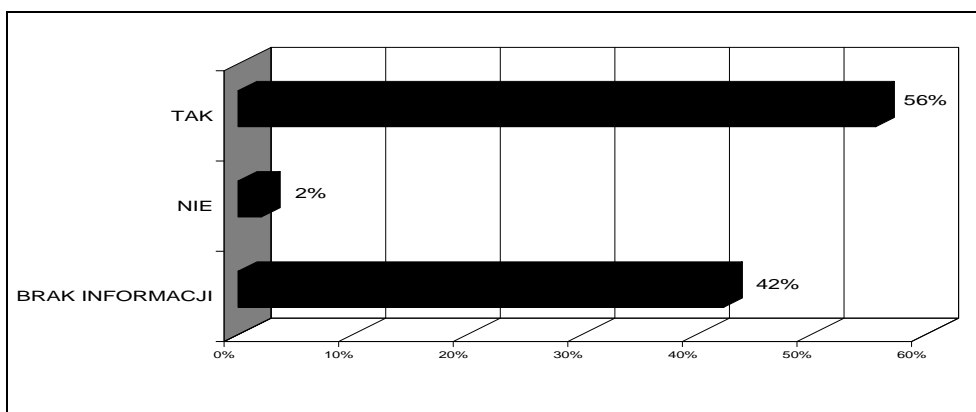
Wykres B2.2.4-6 Informacje o kosztach wysyłki (usługi)



Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

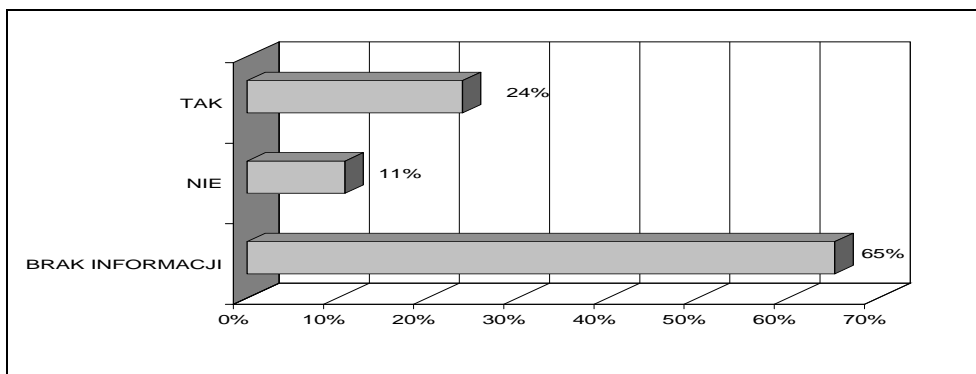
Ta sama ustawa zobowiązuje sprzedawców do podawania informacji o prawie do odstąpienia od umowy. Wymóg ten także nie był wypełniany przez część sklepów, jedynie w 56% sklepów znaleziono taką informację (usługi – w 24% sklepów).

Wykres B2.2.4-7 Informacje o możliwości odstąpienia od umowy



Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

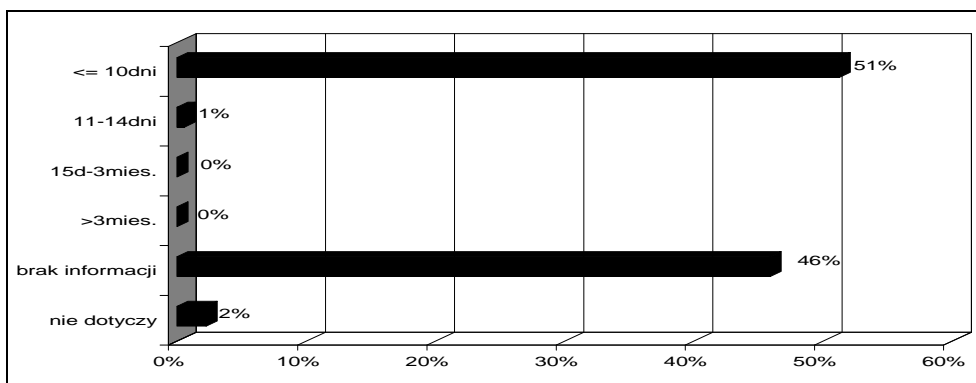
Wykres B2.2.4-8 Informacje o możliwości odstąpienia od umowy (usługi)



Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

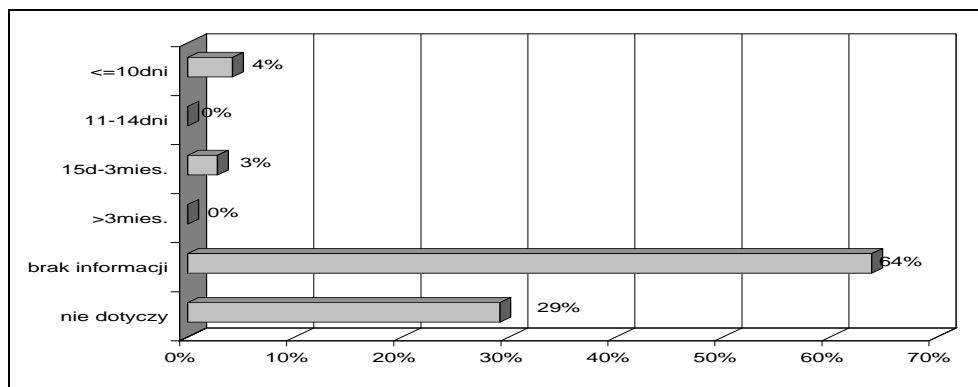
Inną informacją wymaganą przez Ustawę, związaną z możliwością odstąpienia od umowy, jest informowanie o dziesięciodniowym terminie, w którym fakt ten może nastąpić. Jedynie 51% sklepów (usługi 4% sklepów) podawało precyzyjnie ten okres (wykres B2.2.4-9, wykres B2.2.4-10).

Wykres B2.2.4-9 Okres, w trakcie którego jest możliwość odstąpienia od umowy



Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

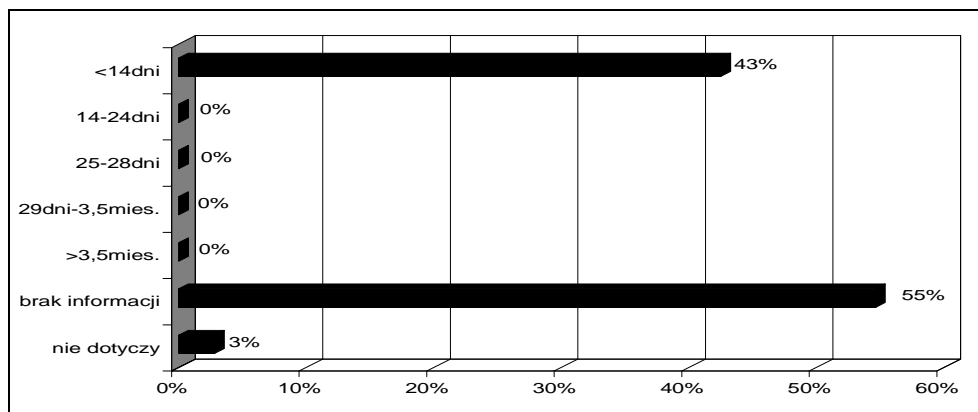
Wykres B2.2.4-10 Okres, w trakcie którego jest możliwość odstąpienia od umowy (usługi)



Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

W trakcie badania sprawdzano także limit czasu, jaki posiada konsument na zwrot towaru w przypadku, gdy odstąpi on od umowy bez podania przyczyn. Ustawa dopuszcza termin do 14 dni. W przypadku jedynie 43% sklepów (usługi – 0% sklepów) taką informację można było znaleźć na stronie www i termin podawany przez te sklepy był zgodny z zapisem ustawy (wykres B2.2.4-11, wykres B2.2.4-12).

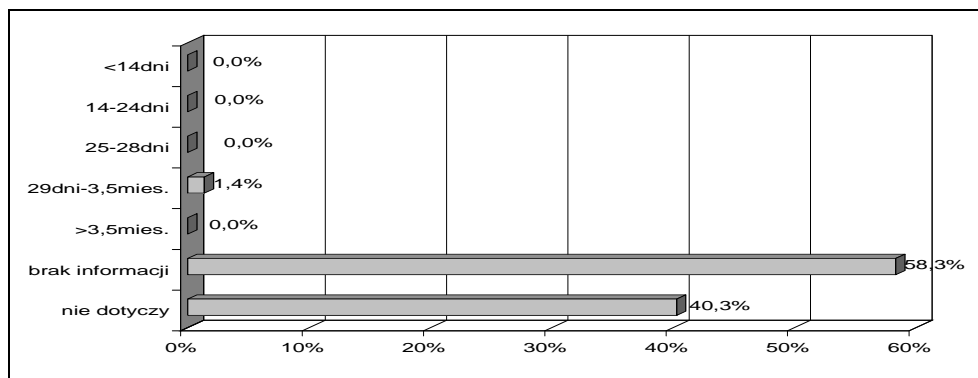
Wykres B2.2.4-11 Czas zwrotu towaru przez nabywcę bez podania przyczyny akceptowany przez sprzedawcę (odstąpienie od umowy - nie reklamacja)



Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

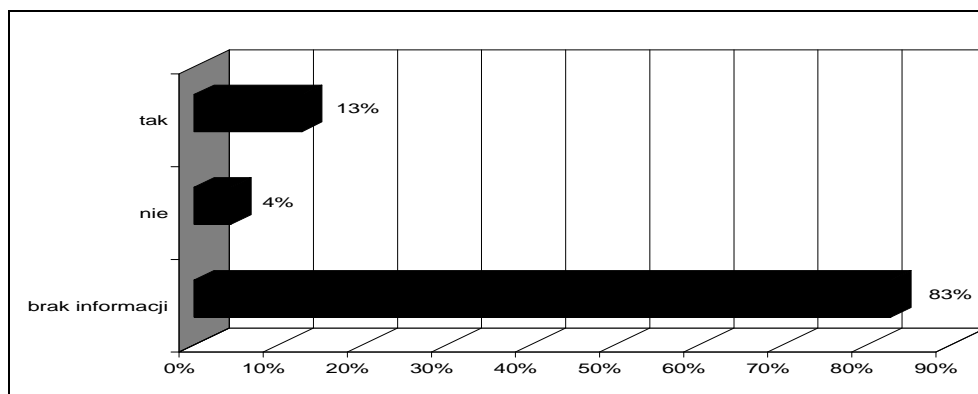
Wykres B2.2.4-12 Czas zwrotu towaru przez nabywcę bez podania przyczyny akceptowany przez sprzedawcę (odstąpienie od umowy - nie reklamacja) (usługi)



Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

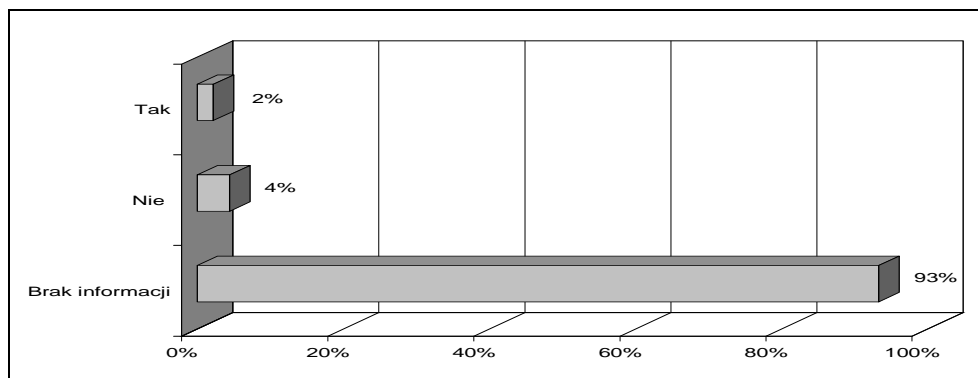
Jedynie 13% (usługi – 2%) sklepów podawało na własnej stronie internetowej informacje o możliwości zamiany towaru na inny w przypadku, gdy konsument odstąpi od umowy (wykres B2.2.4-13, wykres B2.2.4-14).

Wykres B2.2.4-13 Możliwość zamiany towaru na inny przy odstąpieniu od umowy - nie reklamacji



Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

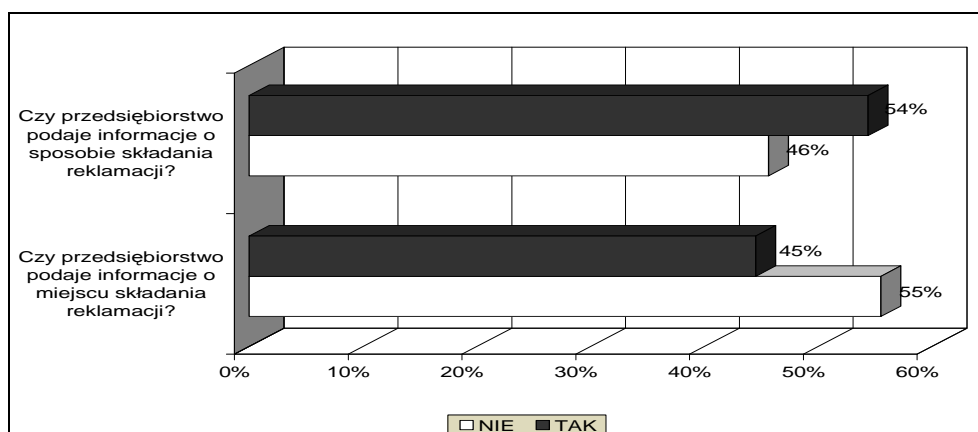
Wykres B2.2.4-14 Możliwość zamiany towaru na inny przy odstąpieniu od umowy – nie reklamacji (usługi)



Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

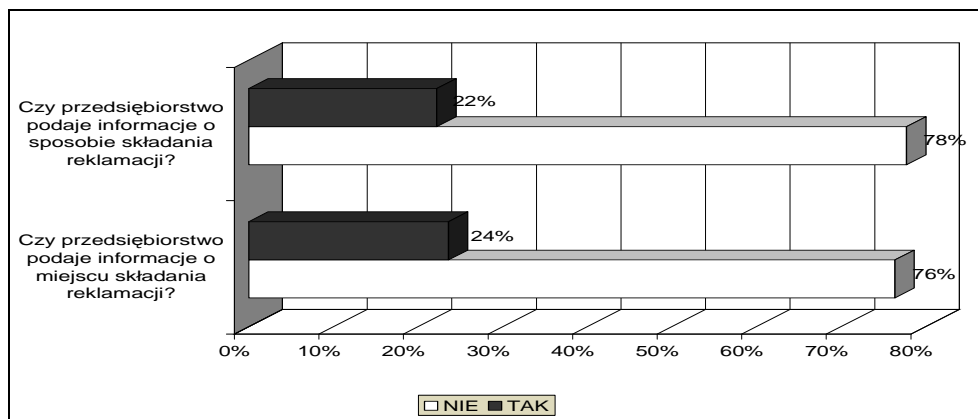
Kolejny wymóg określony w ustawie dotyczy podawania informacji o miejscu i sposobie składania reklamacji. W tym także przypadku potwierdza się reguła braku wypełniania obowiązków informacyjnych nałożonych przez ustawę. Jedynie połowa sklepów internetowych (a w przypadku sklepów świadczących wyłącznie usługi jedynie 22% sklepów) podawała na własnych stronach www wymagane informacje odnośnie sposobu składania reklamacji (wykres B2.2.4-15, wykres B2.2.4-16).

Wykres B2.2.4-15 Informacje dotyczące reklamacji



Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

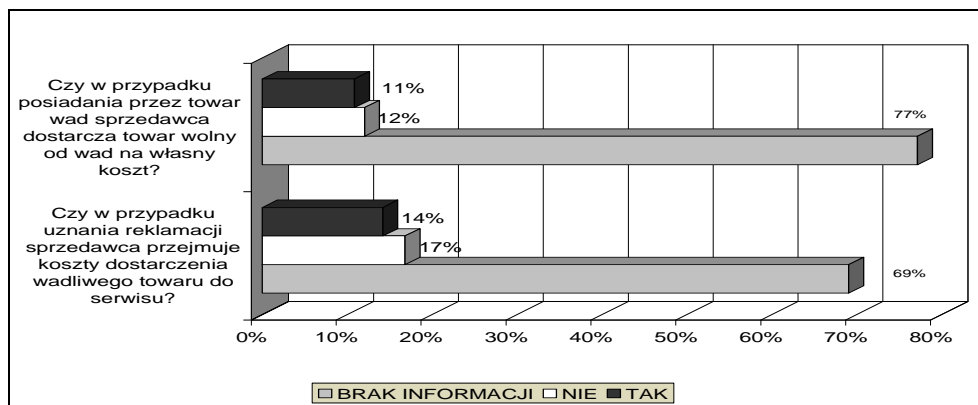
Wykres B2.2.4-16 Informacje dotyczące reklamacji (usługi)



Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

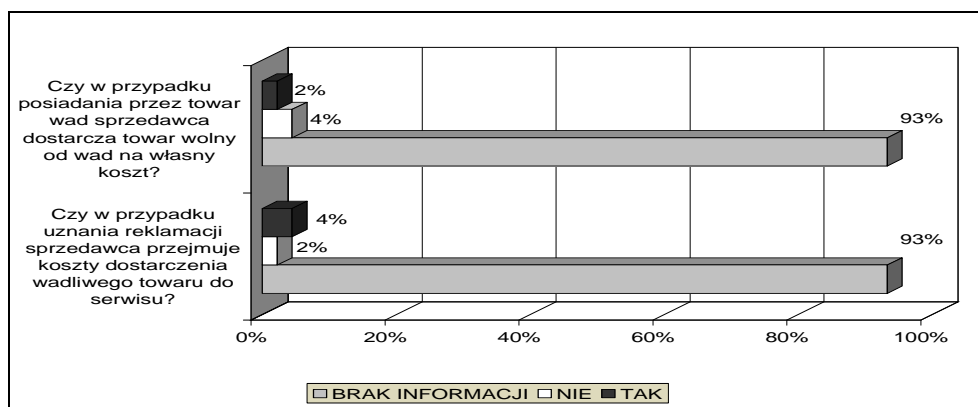
W nikłym stopniu sklepy internetowe informowały na własnej stronie internetowej o kosztach dostarczenia towaru wolnego od wad, czy kosztów dostarczenia wadliwego towaru do serwisu. (wykres B2.2.4-17, wykres B2.2.4-18)

Wykres B2.2.4-17 Informacje dotyczące kosztów przy obsłudze reklamacji



Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

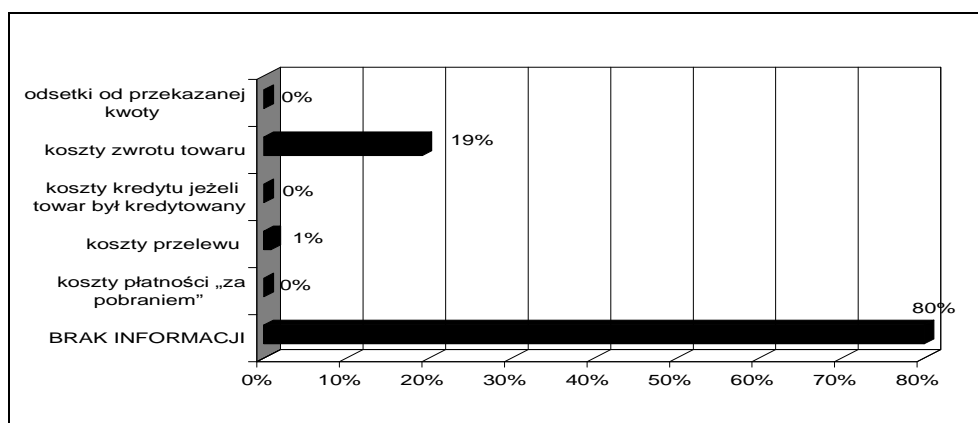
Wykres B2.2.4-18 Informacje dotyczące kosztów przy obsłudze reklamacji (usługi)



Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

Prawie w żadnym przypadku właściciele sklepów internetowych nie informowali konsumenta jakie elementy podlegają zwrotowi w przypadku, gdy po złożonej reklamacji przez klienta nie ma możliwości dostarczenia towaru wolnego od wad (wykres B2.2.4-19, wykres B2.2.4-20). Ponadto prawie żaden sklep nie podawał czasu w jakim konsument otrzyma zwrot dokonanych płatności w przypadku, gdy sprzedawca nie zrealizuje złożonego zamówienia w zadeklarowanym czasie (wykres B2.2.4-21, wykres B2.2.4-22).

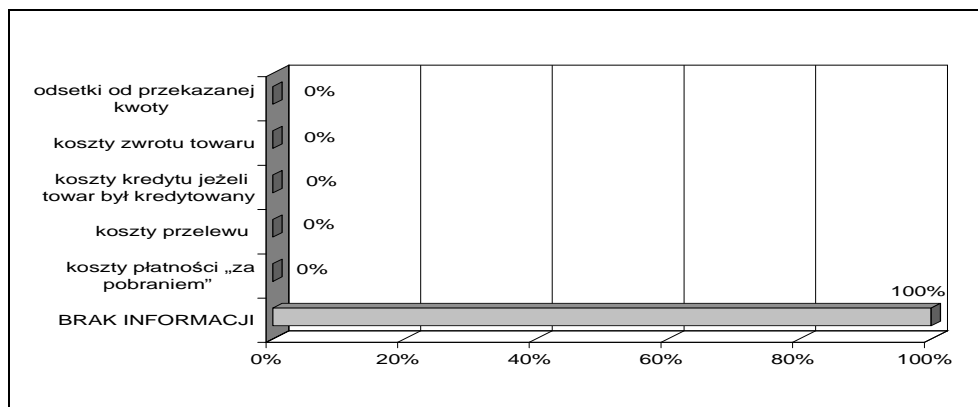
Wykres B2.2.4-19 Elementy zwracane przez sprzedawcę klientowi w przypadku braku możliwości dostarczenia towaru wolnego od wad



Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

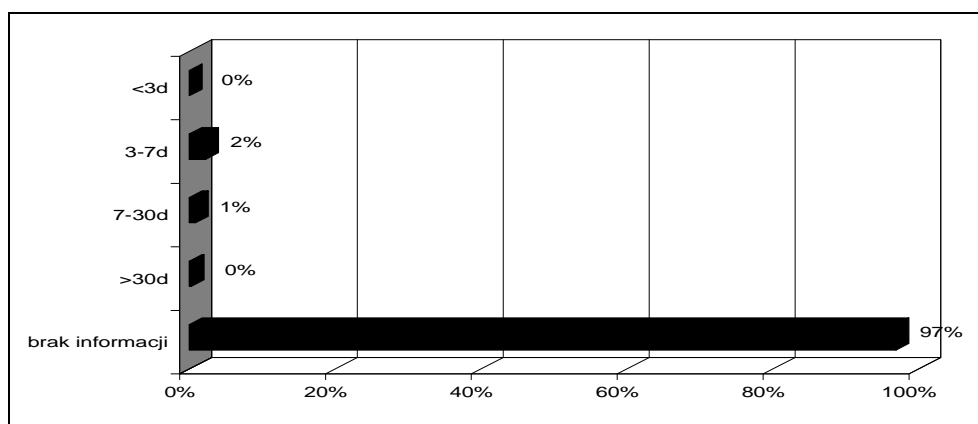
Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

Wykres B2.2.4-20 Elementy zwracane przez sprzedawcę klientowi w przypadku braku możliwości dostarczenia towaru wolnego od wad (usługi)



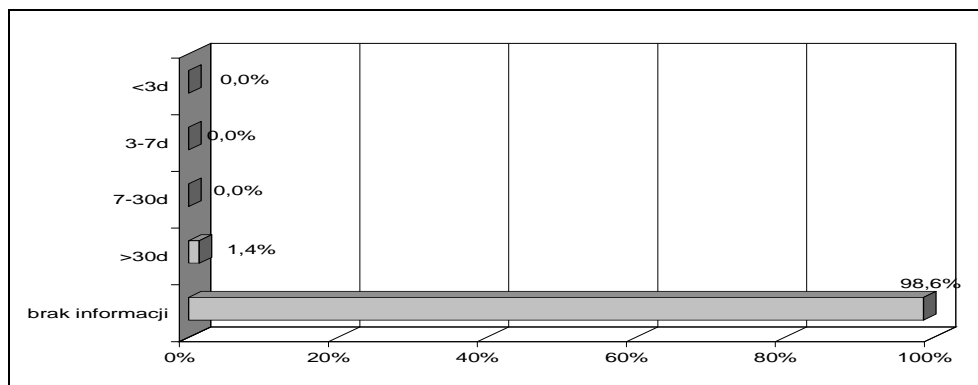
Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

Wykres B2.2.4-21 Czas zwrotu płatności przez sprzedawcę w przypadku przekroczenia z winy sprzedawcy wymaganego czasu umowy



Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

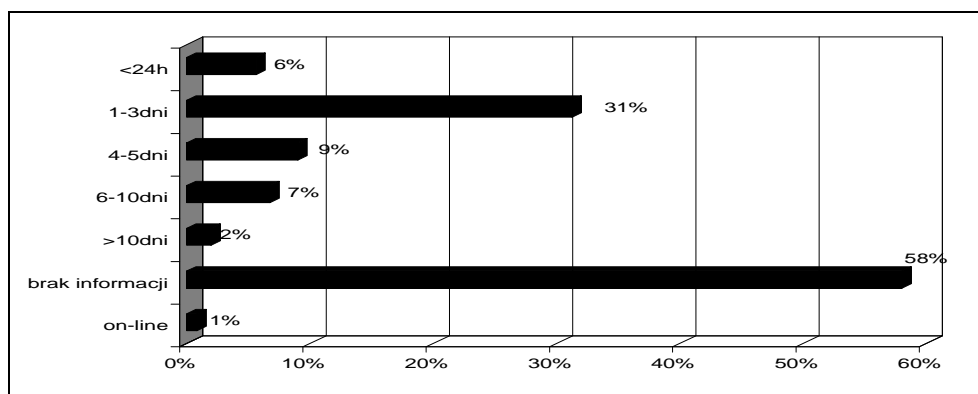
Wykres B2.2.4-22 Czas zwrotu płatności przez sprzedawcę w przypadku przekroczenia z winy sprzedawcy wymaganego czasu umowy (usługi)



Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

W badaniach sprawdzono także na stronach www sklepów dostępność informacji na temat czasu dostawy i czasu realizacji zamówienia. Bardzo często sklepy mało precyzyjnie określały te dwa zależne od siebie okresy⁷⁹. W przypadku czasu dostawy prawie 60% sklepów (usługi - 68% sklepów) nie podawało tej informacji na własnych stronach www (wykres B2.2.4-23, wykres B2.2.4-24), a 38% sklepów (usługi - 71%) nie informowało o czasie realizacji zamówienia (wykres B2.2.4-25, wykres B2.2.4-26).

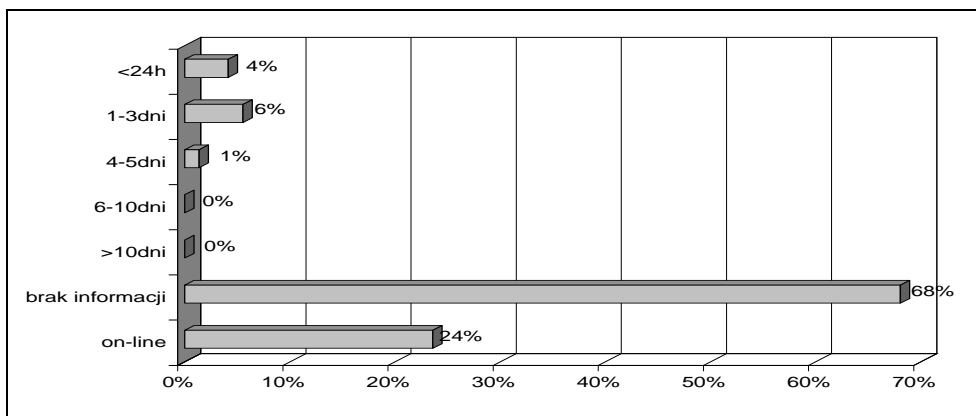
Wykres B2.2.4-23 Czas dostawy



Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

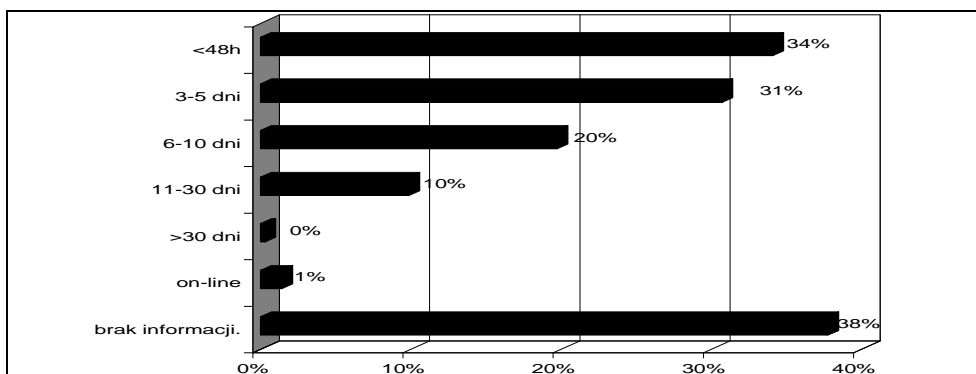
⁷⁹ Czas realizacji zamówienia składa się z czasu niezbędnego na przygotowanie i dokonanie wysyłki zamówionego produktu oraz z czasu dostawy

Wykres B2.2.4-24 Czas dostawy (usługi)



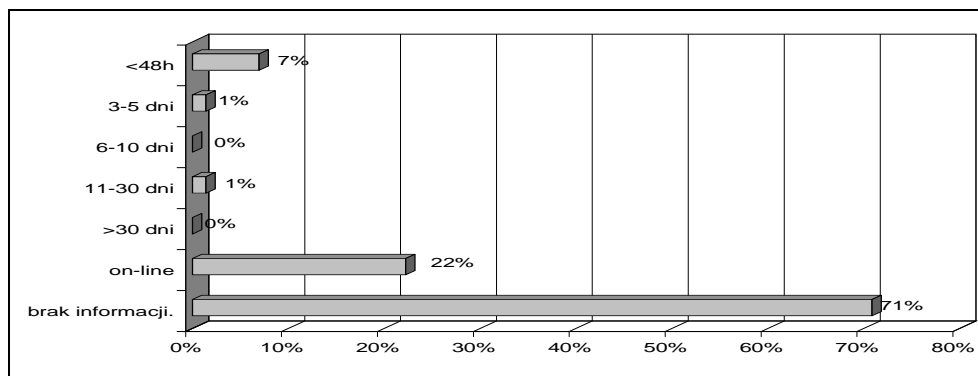
Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

Wykres B2.2.4-25 Czas realizacji zamówienia



Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

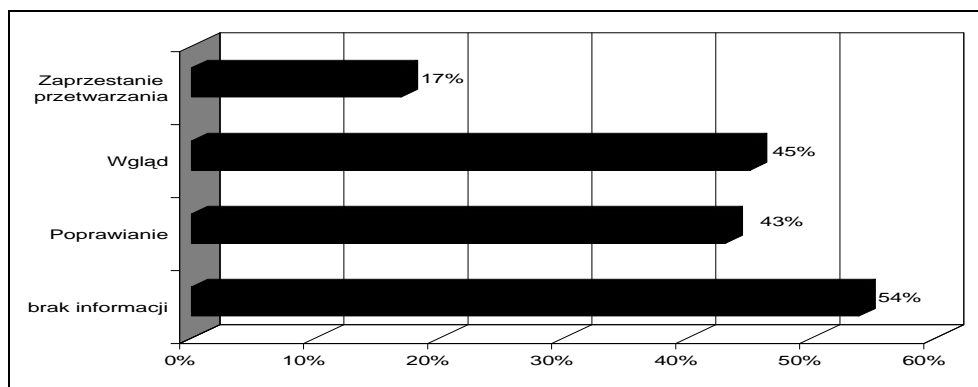
Wykres B2.2.4-26 Czas realizacji zamówienia (usługi)



Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

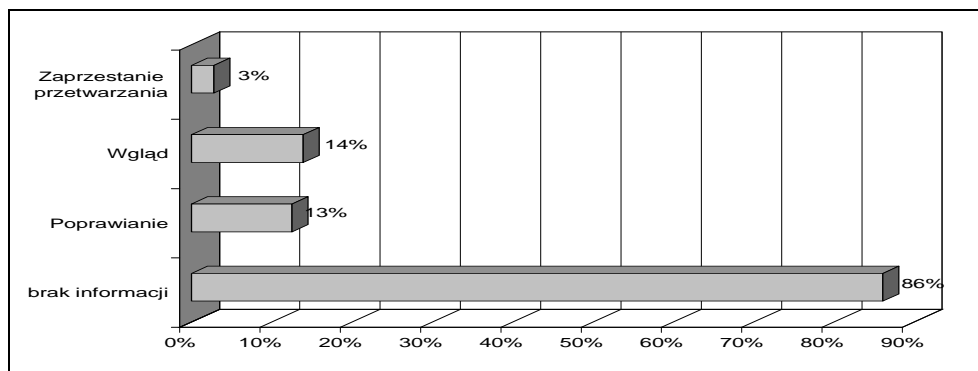
Niepokojący jest także fakt przejawiającego się braku informacji o prawach konsumenta odnośnie możliwości zarządzania informacjami na ich temat w bazie danych sklepu internetowego. Brak jakichkolwiek informacji odnotowano w przypadku 54% sklepów (usługi – aż 86% sklepów). Ponadto duża grupa sklepów nie informowała o wszystkich prawach jakie posiadają konsumenci odnośnie zarządzania danymi osobowymi (wykres B2.2.4-27, wykres B2.2.4-28).

Wykres B2.2.4-27 Informacje o możliwości zarządzania danymi osobowymi przez klientów w ramach serwisów internetowych



Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

Wykres B2.2.4-28 Informacje o możliwości zarządzania danymi osobowymi przez klientów w ramach serwisów internetowych (usługi)

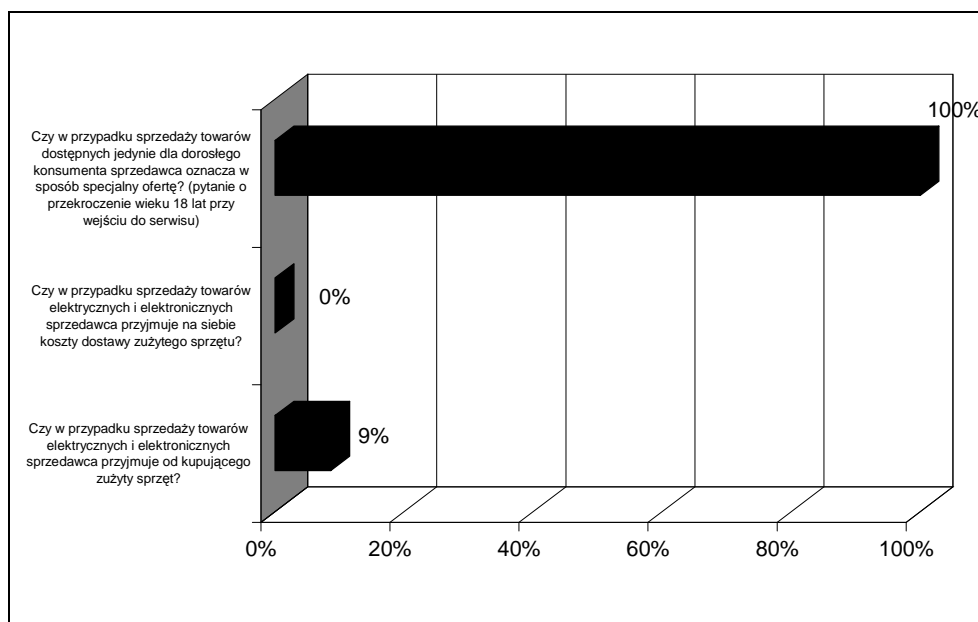


Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

Sprzedż niektórych produktów wymusza na właścicielach sklepów internetowych spełnienie dodatkowych obowiązków informacyjnych. Ustawodawstwo nakłada obowiązek na sprzedawców produktów przeznaczonych jedynie dla dorosłego konsumenta oznaczenie w sposób specjalny oferty przeznaczonej dla tej grupy konsumentów. Analiza takich sklepów wykazała, że wszystkie sklepy takie oznaczenie posiadały. Ponadto w 2005 roku powstał obowiązek przyjmowania zużytego sprzętu elektronicznego lub elektrycznego przez sklepy sprzedające tego rodzaju produkty⁸⁰. Jedynie w przypadku 9% sklepów znaleziono na ich stronie www informację o możliwości przekazania zużytego sprzętu, natomiast żaden sklep nie informował kto ponosi koszty dostawy zużytego sprzętu. (Wykres B2.2.4-29).

⁸⁰ Ustawa z dnia 29 lipca 2005 o zużytym sprzęcie elektrycznym i elektronicznym, Dz. U. nr 180, Poz. 1494 i 1495, Art. 42

Wykres B2.2.4-29 Specjalne warunki sprzedaży



Źródło: Badania własne „Badanie zawartości i dostępu do informacji stron internetowych firm B2C”, ILiM 2006

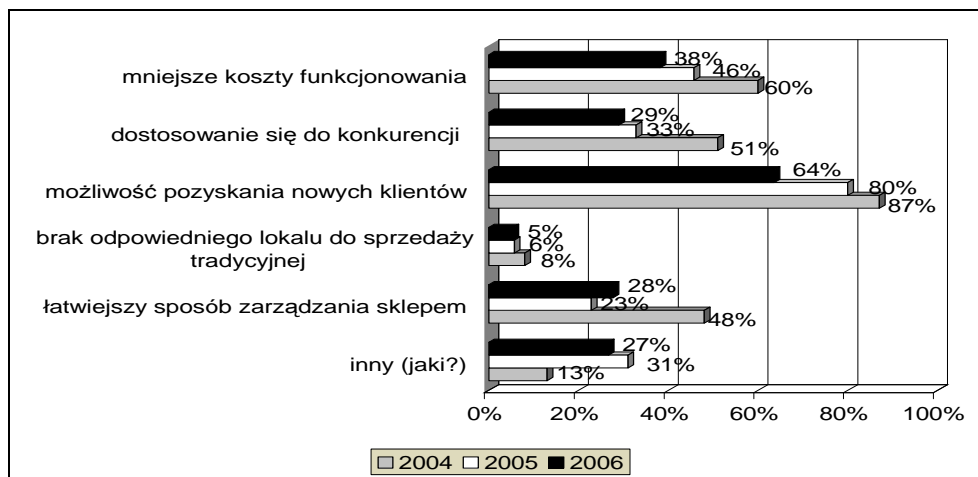
B2.2.5. Podsumowanie – motywy rozpoczęcia działalności i problemy przy prowadzeniu sprzedaży on-line wśród sklepów internetowych w Polsce

Rok 2006 przyniósł kolejne zmiany na rynku detalicznego handlu elektronicznego. W ich konsekwencji powstał rynek z poważną konkurencją i szeroką ofertą produktową. Skala sprzedaży znacznie przekroczyła wysoki próg osiągnięty już w roku 2005, jak i zwiększyła się liczba sklepów internetowych w Polsce. W miejsce zamykanych sklepów internetowych powstaje większa liczba nowych sklepów, które mają ambicje podbicia rynku. W celu osiągnięcia sukcesu już nie wystarcza, aby rozpocząć sprzedaż tych samych produktów co konkurencja. Coraz ważniejszy jest dobry pomysł na handel internetowy, dobre narzędzia informatyczne i sprawna obsługa otrzymywanych zamówień. Wraz z większym doświadczeniem sklepów wzrastają wymagania klientów, którzy oczekują nowości i coraz lepszej obsługi.

Firmy decydując się na sprzedaż on-line szukały przede wszystkim możliwości pozyskania nowych klientów. 64% sklepów internetowych (usługi-37% sklepów) wybrało tę przyczynę jako decydującą o rozpoczęciu sprzedaży on-line. Drugim

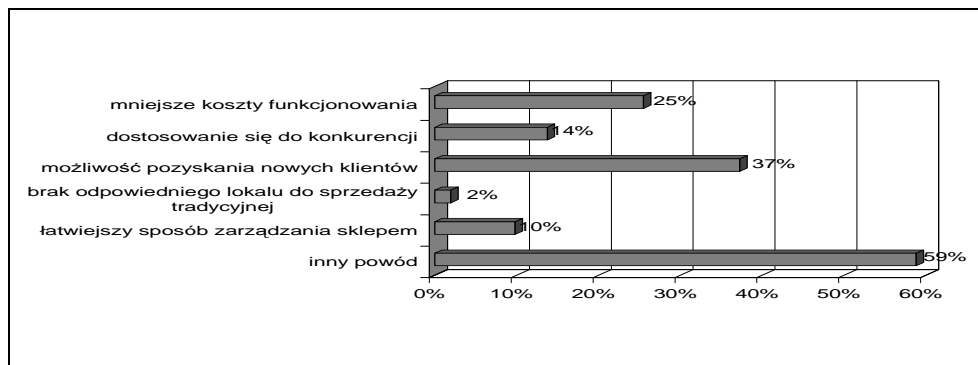
najczęściej deklarowanym motywem rozpoczęcia działalności były mniejsze koszty funkcjonowania, 38% sklepów dokonało takiego wyboru (usługi – 25% sklepów). (Wykres B2.2.5-1, wykres B2.2.5-1)

Wykres B2.2.5-1 Przyczyny rozpoczęcia sprzedaży on-line



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

Wykres B2.2.5-2 Przyczyny rozpoczęcia sprzedaży on-line (usługi)

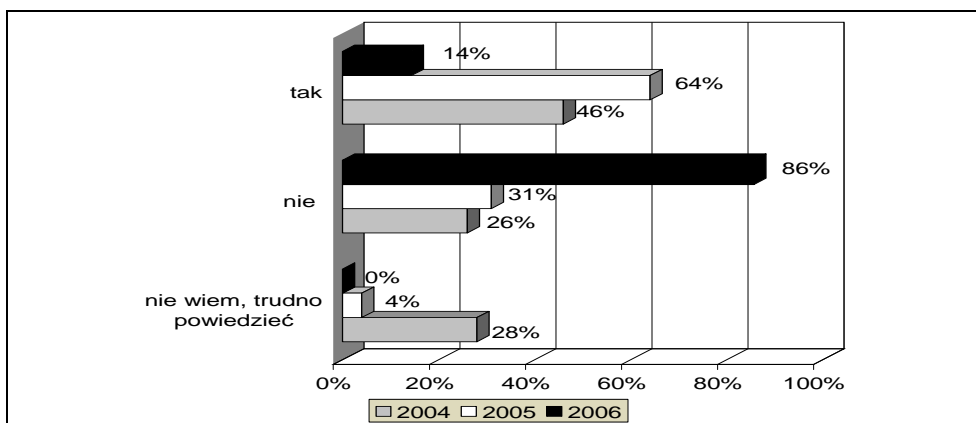


Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

Dobrym wskaźnikiem na przyszłość odnośnie dalszego rozwoju handlu elektronicznego są wyniki dotyczące posiadania problemów przy prowadzeniu sprzedaży on-line. Aż 86% sklepów (usługi – 94% sklepów) nie odnotowało takich problemów w trakcie działalności w 2006 roku (wykres B2.2.5-3, wykres B2.2.5-

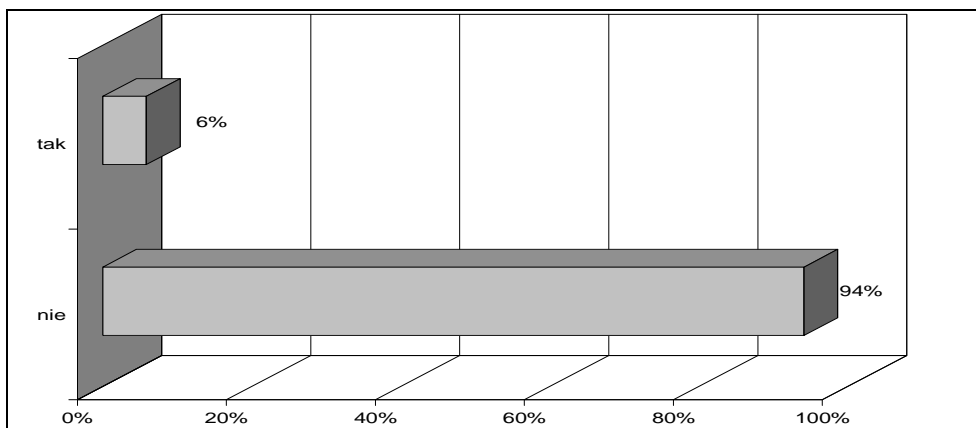
4). Jest to znacząca różnica w porównaniu z latami ubiegłymi, kiedy odnotowano prawie trzykrotnie większy odsetek sklepów mających problemy w handlu.

Wykres B2.2.5-3. Fakt posiadania problemów przy prowadzeniu sprzedaży on-line



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

Wykres B2.2.5-4 Fakt posiadania problemów przy prowadzeniu sprzedaży on-line (usługi)

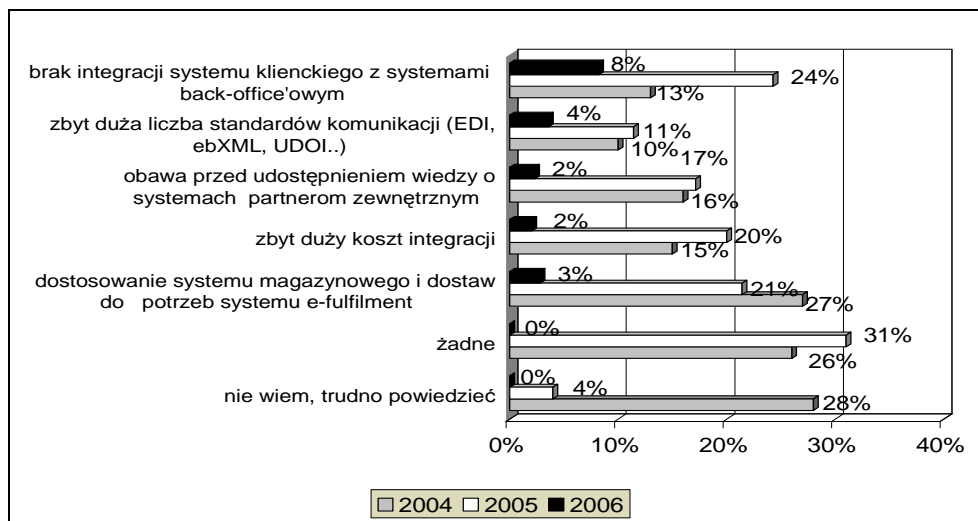


Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

Najczęściej sklepy internetowe wskazywały na problemy związane z brakiem integracji systemu klienckiego z systemami back-office’owymi (8%), zbyt dużą liczbą standardów komunikacji (4%). (Wykres B2.2.5-5, wykres B2.2.5-6).

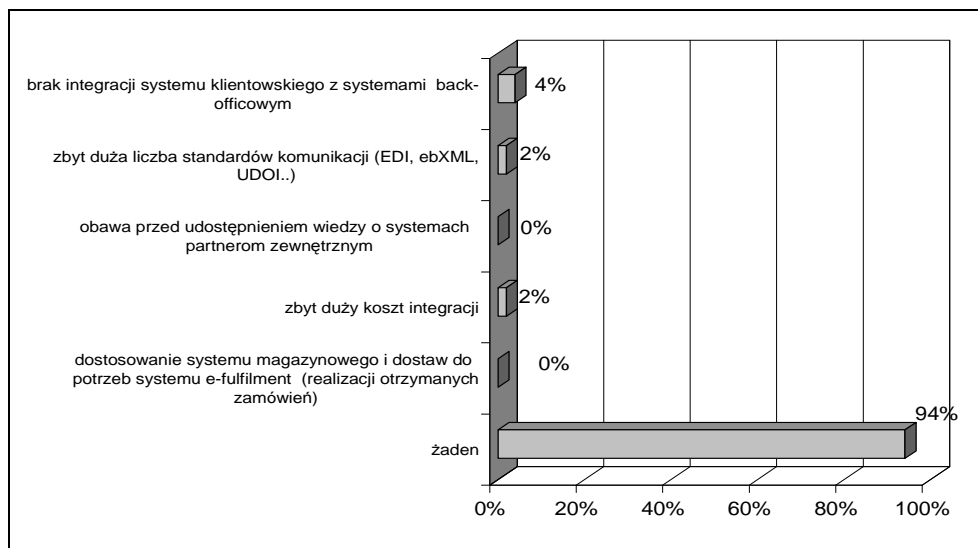
Wykres B2.2.5-5 Problemy pojawiające się przy prowadzeniu sprzedaży on-line w 2006 roku

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

Wykres B2.2.5-6 Problemy pojawiające się przy prowadzeniu sprzedaży on-line w 2006 roku? (usługi)



Źródło: Badania własne „Wykorzystanie narzędzi elektronicznej gospodarki w firmach B2C” ILiM 2006

Należy zwrócić jednak uwagę, że pewne problemy nie są dostrzegane przez sklepy internetowe. W szczególności dotyczy to dużych braków informacyjnych

stron www sklepów internetowych na temat praw jakie posiadają konsumenci w trakcie zakupów. W dużym zakresie wręcz łamane jest prawo. Potwierdzają to także dane Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, tylko w stosunku do 3 z 200 zbadanych sklepów internetowych Urząd nie miał żadnych zarzutów. Do głównych nieprawidłowości Urząd zaliczył m.in. brak precyzyjnego trybu reklamacji i dostaw towaru, brak informacji o kosztach usług i lekceważenie praw konsumenta.⁸¹

Entuzjazm w otwieraniu sklepów internetowych i inwestowaniu dużych pieniędzy bez odpowiedniej strategii rozwoju działalności może ostudzić także przykład sklepu Vivid.pl. Przejęcie firmy przez Dialog pokazuje, że sprzedaż przez Internet jest obarczona ryzykiem i nie zawsze będzie można odzyskać zainwestowany kapitał w momencie sprzedaży sklepu. Rynek wycenił wartość spółki Vivid.pl na 2,4 mln zł., pomimo zainwestowania w spółkę już 5 mln zł (za 90% akcji warszawskiej spółki Vivid.pl telefonia Dialog zapłaciła 2,15 mln zł)⁸².

Z powyższych przykładów wynika, że jednym z źródeł problemów sklepów internetowych mogą być pewne zaniechania lub błędy popełniane przez zarządzających sklepem, jednak wiele także zależy od czynników zewnętrznych, w szczególności od obowiązującego prawa. W roku 2006 wszedł w życie przepis związany z kasami fiskalnymi, który może wpłynąć na działanie sklepów internetowych. Według *Rozporządzenia Ministra Finansów z 28 marca 2006 r. w sprawie kas rejestrujących (Dz.U. nr 51, poz.375 ze zm.)* sprzedawca towarów w systemie wysyłkowym korzysta ze zwolnienia z ewidencjonowania w kasie rejestrującej wszystkich transakcji płaconych za pośrednictwem poczty lub banku drogą przelewu bankowego na rachunek bankowy podatnika. Nic problematycznego z treści Rozporządzenia nie wynikałoby dla sklepów internetowych, o ile ustawodawca nie wprowadziłby wyłączenia pewnej grupy asortymentów, których zwolnienie określone w Rozporządzeniu nie dotyczy, a mianowicie m.in. sprzętu radiowego, telewizyjnego i telekomunikacyjnego, sprzętu fotograficznego, nagrywanych płyt CD, DVD, itp. W wyniku tych zapisów powstają pewne pytania natury technicznej, jak i kiedy zewidencjonować sprzedaż w kasie fiskalnej, jak dostarczyć paragon kupującemu. Ponadto mogą powstać także pewne problemy księgowo, na przykład z uwagi na rozbieżności wynikające z faktu dokonania w jednym miesiącu ewidencji transakcji, a powstania obowiązku

⁸¹ Kosiarski M., *Sklepy internetowe łamią prawa konsumentów*, Rzeczpospolita nr 269, 18-19.11.2006, dod. Prawo co dnia, str. 1

⁸² Domaszewicz Zb., Rożyński P., *Vivid.pl sprzedany za ponad 2 mln zł*, Gazeta Wyborcza, nr 248, 23.10.2006, str.32

podatkowego w innym miesiącu, czy problemów wynikających z nieodebrania przesyłki przez kupującego.⁸³

Innym problemem wynikającym z przepisów polskiego prawa, żywo dyskutowanym w 2006 roku, był temat zakazu sprzedaży jakichkolwiek leków przez Internet. Pomimo istniejącego zakazu rynek sprzedaży leków rozwijał się bardzo dynamicznie i powstaje coraz więcej e-aptek. Mówiło się o liczbie nawet 70 aptek internetowych, co jest dwa razy więcej niż w 2005 roku.⁸⁴ Wirtualni farmaceuci, aby prowadzić handel on-line lekami z jednej strony wykorzystują nieprecyzyjnie określone przepisy polskiego prawa, z drugiej strony powołują się na decyzję Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości, który orzekł, że zabranianie takiej działalności jest zaprzeczeniem unijnej zasadzie swobodnego przepływu towarów. Nie ulega wątpliwości, że pozostawienie sprzedaży leków bez określenia pewnych ograniczeń może rodzić pewne zagrożenia, które mogą wynikać z łatwości wprowadzania preparatów podrobionych lub sfałszowanych (według Komisji Europejskiej w ostatnim czasie zidentyfikowano 170 leków sprzedawanych z pominięciem obowiązkowej drogi badań i rejestracji⁸⁵), czy z problemów zachowania odpowiedniej ochrony leków w trakcie transportu leku do osoby zamawiającej. Obecnie trzy kraje w Unii Europejskiej zalegalizowały sprzedaż leków przez Internet: Niemcy, Wielka Brytania i Holandia. Także sprzedaż on-line leków jest możliwa w USA, gdzie zdobyła już jedną piątą udziału w rynku.⁸⁶

⁸³ Kosacka-Łędzewicz D., *Jaki podatek od sprzedaży przez Internet*, Rzeczpospolita, nr 197, 24.08.2006, dod. Dobra firma, str.6-8

⁸⁴ Cabaj J., *Handel...*, op.cit., str.1

⁸⁵ Pietryga T., Kozyra P.A., *Handel poza prawem*, Gazeta Prawna, nr 145, 27.07.2007, str 17

⁸⁶ Cabaj J., *Handel...*, op.cit., str.1

B2.3. Rynek finansowy

B2.3.1. E-bankowość

Rok 2006 był kolejnym okresem szerokiego rozwoju elektronicznej bankowości w Polsce. Jak wynika z danym zaprezentowanych w rozdziale B1 dynamicznie wzrasta liczba internautów korzystających z usług e-bankowości, a także lista banków oferujących elektroniczny dostęp do rachunku jest coraz szersza. Należy podkreślić, że wśród nich pojawia się coraz więcej banków spółdzielczych. Jest to wynikiem zarówno presji klientów banków (coraz częściej klienci banków spółdzielczych przychodząc do oddziałów pytają o możliwość korzystania z konta za pośrednictwem Internetu⁸⁷), jak i walki konkurencyjnej. Banki komercyjne zaczynają się interesować grupą klientów dotychczas obsługiwanych jedynie przez banki spółdzielcze. Dostęp do konta bankowego drogą elektroniczną staje się standardem w bankowości, o który coraz częściej domagają się klienci i stanowi dla nich ważne kryterium wyboru banku.

Instytut Logistyki i Magazynowania podjął się po raz kolejny monitoringu rozwoju usług elektronicznej bankowości wśród banków w Polsce. Niniejszy rozdział ma na celu przedstawienie wyników badań w tym obszarze, charakteryzując infrastrukturę informatyczną, bezpieczeństwo, korzystanie z e-administracji, zakres informacyjny stron www oraz opis usług elektronicznych świadczonych przez banki w Polsce.

Niniejszy rozdział został opracowany na podstawie danych z dwóch badań przeprowadzonych w 2006 roku. Pierwszym źródłem danych były wyniki badań przeprowadzonych przez Główny Urząd Statystyczny w kwietniu 2006 r. pt. *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach sektora finansowego*. Celem badania była identyfikacja zakresu i sposobów wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach sektora finansowego. Dane zebrane zostały metodą korespondencyjną w oparciu o kwestionariusz ankietowy, który składał się z pytań pogrupowanych tematycznie w czterech obszarach. Obszar pierwszy zawierał podstawowe informacje o systemach informacyjno-telekomunikacyjnych. Obszar drugi obejmował zagadnienia związane z wykorzystaniem Internetu w działalności przedsiębiorstwa z sektora finansowego oraz z stosowanymi zabezpieczeniami sieci i operacji, natomiast trzeci koncentrował się na usługach oferowanych przez

⁸⁷ Morawski I., Teraz czas..., op.cit., str. 7

przedsiębiorstwa przez Internet. Dział czwarty pytań dotyczył świadczenie usług finansowych przez zewnętrzne sieci inne niż Internet.

Badaniem GUS objętych zostało 780 przedsiębiorstw sektora finansowego. W niniejszym rozdziale zaprezentowano wyniki obrazujące sytuację wśród przedsiębiorstw sklasyfikowanych według PKD 65.12 i 65.22⁸⁸. W grupie tej znalazły się banki komercyjne, banki spółdzielcze oraz inne przedsiębiorstwa sklasyfikowane w tych grupach PKD, w tym Spółdzielcze Kasy Oszczędnościowo-Kredytowe.⁸⁹ Prezentowane wyniki badań dotyczą roku 2005 lub stanu na dzień 31 stycznia 2006 r.

Drugim źródłem informacji pierwotnych były wyniki dwóch badań przeprowadzonych przez Instytut Logistyki i Magazynowania (ILiM) w okresie 13 listopada do 20 grudnia 2006 roku. Przedmiotem badania było 69 banków komercyjnych prowadzących działalność na terenie Polski. Celem pierwszego badania ILiM *Zakres informacyjny stron internetowych banków komercyjnych w Polsce* była ocena stanu faktycznego co do zawartości, dostępu do niezbędnych informacji na stronach internetowych banków komercyjnych w 2006 r. Badanie przeprowadzone zostało przez pracowników ILiM w drodze bezpośredniego sprawdzenia stron internetowych grupy 62 banków komercyjnych. Drugie badanie *Świadczenie usług e-bankowości w bankach komercyjnych w Polsce* przeprowadzono na tej samej próbie banków komercyjnych i dotyczyło analizy usług świadczonych drogą elektroniczną, rodzaju kanałów dostępu do usług elektronicznej bankowości oraz adresatów tych usług. Przeprowadzono je według dwuetapowej procedury, obejmującej w pierwszej kolejności analizę stron internetowych banków, a następnie wysłaniu wypełnionego formularza do potwierdzenia i ewentualnego uzupełnienia informacji przez kompetentnego pracownika banku. Ostatecznie przeanalizowano wszystkie banki komercyjne w Polsce posiadające strony internetowe (62 banki) oraz wysłano do wszystkich tych banków wypełniony formularz do potwierdzenia i ewentualnego uzupełnienia informacji. Odpowiedź w postaci zautoryzowanego formularza uzyskano od 18 banków. Ponadto przeprowadzono wywiad telefoniczny ze wszystkimi bankami nie posiadającymi strony www w celu potwierdzenia tego faktu.

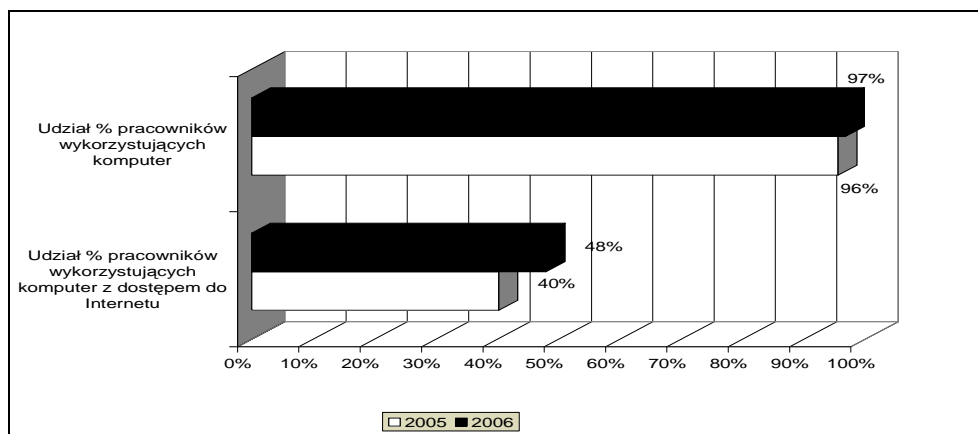
⁸⁸ Należy zaznaczyć, że w porównaniu z prezentowanymi wynikami badań w zeszłorocznym raporcie *Elektroniczna gospodarka w Polsce – Raport 2005* nastąpiła zmiana. Przedmiotem opisu w niniejszym rozdziale są przedsiębiorstwa z obu wspomnianych grup PKD, a nie jak w roku ubiegłym jedynie z PKD 65.12. Zmiana wynika z agregacji wyników przez GUS. Stąd porównania do roku ubiegłego odnoszą się do wyników badań otrzymanych dla obu grup przedsiębiorstw.

⁸⁹ Z uwagi na to, że ponad 90% przebadanych przedsiębiorstw stanowiły banki, autor w niniejszym rozdziale zastosował uogólnienie na całą populację posługując się w tekście słowem "banki" opisując przebadaną populację.

B2.3.1.1. Infrastruktura i technologia w bankach

Sektor finansowy jest jednym z lepiej z informatyzowanych sektorów w Polsce. Podstawowa działalność operacyjna wymaga stosowania systemów informatycznych w prawie wszystkich przeprowadzanych procesach. W konsekwencji wpływa to na bardzo wysoki wskaźnik skomputeryzowania banków, aż 97% pracowników banków posiadało komputery (wykres B2.3.1-1).

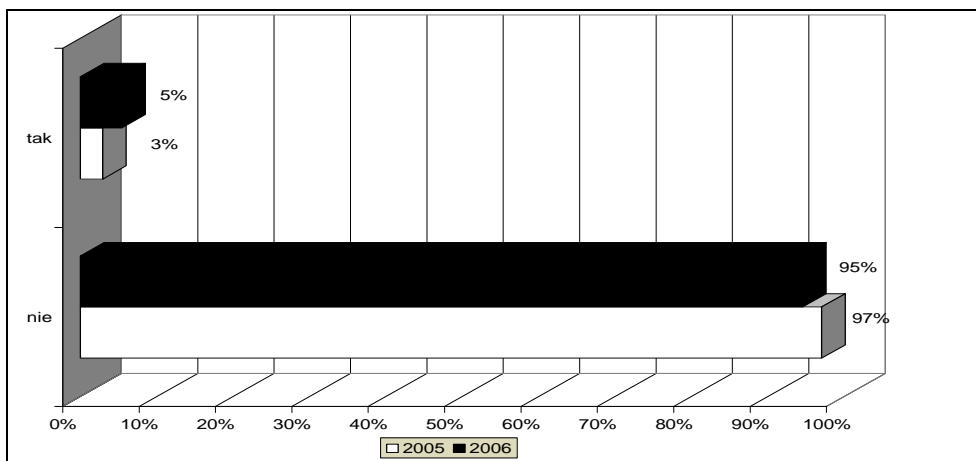
Wykres B2.3.1-1. Wykorzystanie komputerów przez pracowników (styczeń 2006 r.)



Źródło: *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach sektora finansowego*, GUS 2006

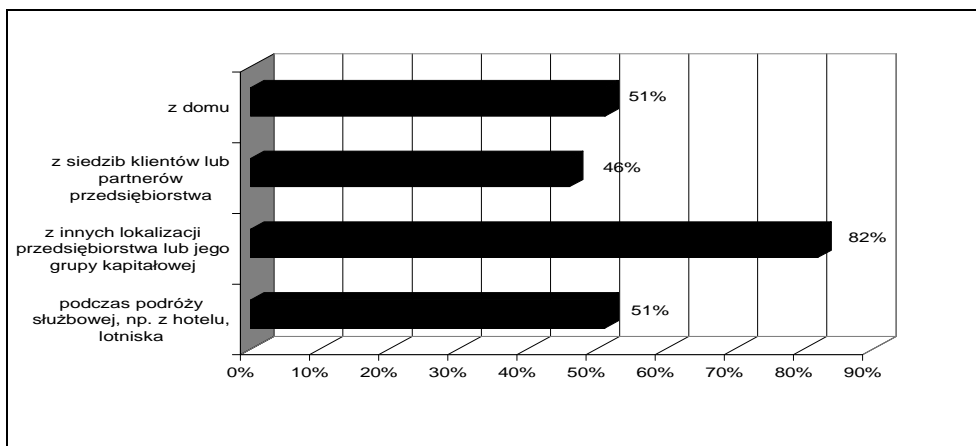
Model działalności banków nie zakładał zatrudniania pracowników w systemie telepracy. Jedynie 5% banków zatrudniało takich pracowników. W porównaniu z rokiem ubiegłym nastąpiła jedynie niewielka zmiana pod tym względem (wykres B2.3.1-2). Dla tej grupy pracowników zapewniony był w szczególności dostęp do systemów informatycznych z innych lokalizacji banków lub grupy kapitałowej (82%). Połowa banków umożliwiała także dostęp z domu oraz podczas podróży służbowych (51%). (Wykres B2.3.1.-3).

Wykres B2.3.1-2. Zatrudnienie pracowników w systemie telepracy (styczeń 2006)



Źródło: *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach sektora finansowego*, GUS 2006

Wykres B2.3.1-3. Miejsce dostępu do systemu informatycznego przedsiębiorstwa wśród osób pracujących w systemie telepracy (styczeń 2006 r.)

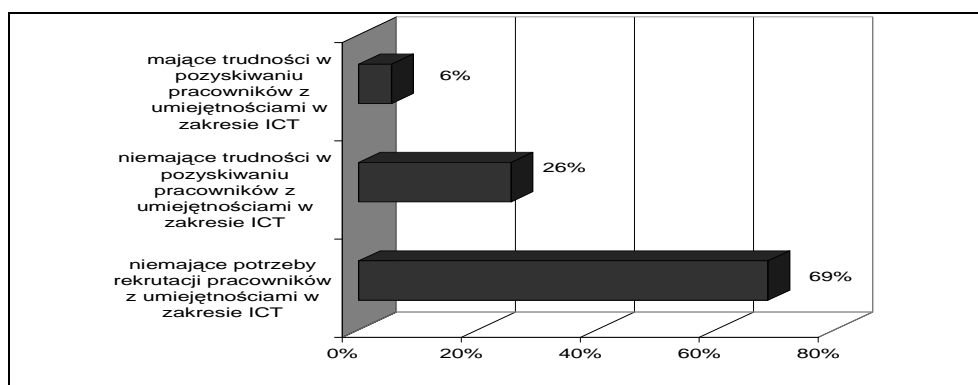


Źródło: *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach sektora finansowego*, GUS 2006

W 2005 roku większość banków (68,8%) nie posiadała potrzeby rekrutacji pracowników z umiejętnościami w zakresie ICT. Wśród 31,2% banków poszukujących pracowników o takich umiejętnościach, jedynie 5,5% banków miało trudności w znalezieniu takich pracowników, a wśród 25,7% banków nie odnotowano takich trudności. (Wykres B2.3.1.-4). Głównym problemem w

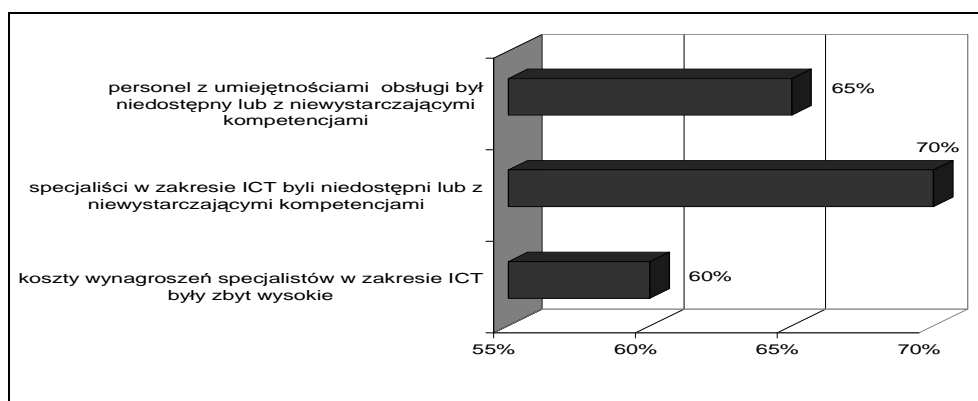
znalezieniu informatyków była ich niedostępność na rynku lub brak wystarczających kompetencji (70%), (wykres B2.3.1.-5). Analizując rynki zagraniczne można przewidywać także w Polsce wzrost skali problemu niedostępności informatyków wraz ze zwiększającą się skalą informatyzacji gospodarki. Z uwagi na bardzo dobrą koniunkturę a także bardzo dobrą sytuację finansową banków, sektor ten najprawdopodobniej jako jednej z ostatnich odczuje konsekwencje problemów niedostępności pracowników z tej grupy, gdyż będzie mógł zaproponować konkurencyjne warunki zatrudnienia specjalistów ICT.

Wykres B2.3.1-4. Fakt posiadania trudności w pozyskiwaniu pracowników z umiejętnościami w zakresie ICT w 2005 r.



Źródło: *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach sektora finansowego*, GUS 2006

Wykres B2.3.1-5. Rodzaje problemów w trakcie poszukiwania pracowników z umiejętnościami w zakresie ICT w 2005 r.

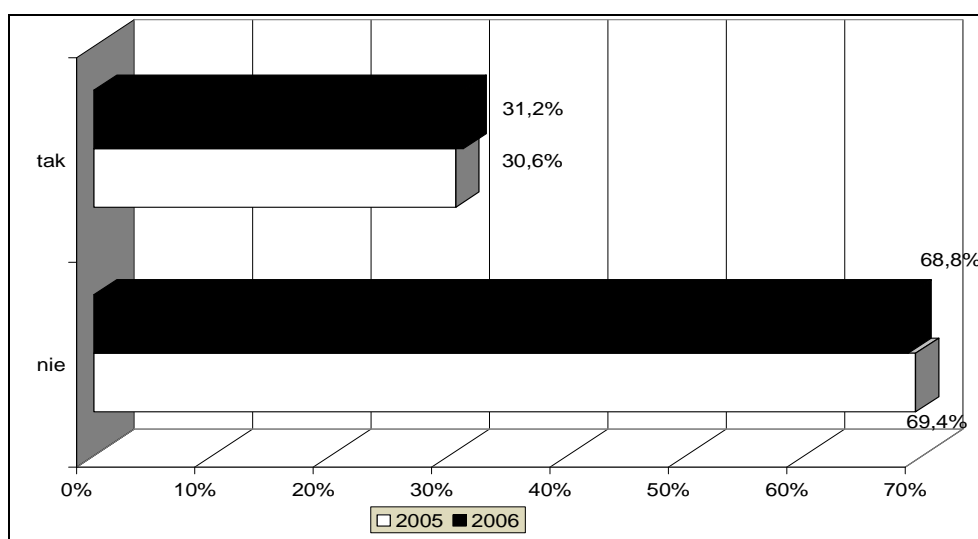


Źródło: *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach sektora finansowego*, GUS 2006

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

W 2006 roku nie zauważano prawie żadnych zmian donośnie wykorzystania Internetu w celach szkoleniowych lub edukacyjnych wśród banków. Nadal jedynie 30% banków korzystało z tego kanału dostępu do usług szkoleniowych lub edukacyjnych. (Wykres B2.3.1.6)

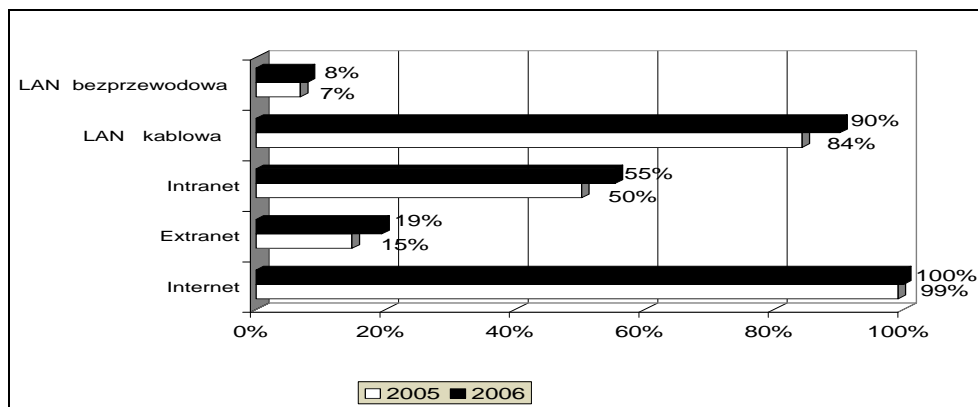
Wykres B2.3.1-6. Wykorzystanie Internetu w celach szkoleniowych lub edukacyjnych (styczeń 2006 r.)



Źródło: *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach sektora finansowego*, GUS 2006

Analizując posiadaną przez banki w Polsce infrastrukturę informatyczną wynika, że już wszystkie banki posiadały dostęp do Internetu, przeszło połowa z banków posiadała Intranet, natomiast jedynie 19% banków udostępniała infrastrukturę Extranetu. Banki w głównej mierze budowały swoje sieci informatyczne w oparciu o infrastrukturę kablowych sieci LAN (90% banków), jedynie 8% banków posiadała bezprzewodową sieć LAN. W porównaniu z rokiem 2005 zauważa się wśród banków stopniowy wzrost stosowanych technologii informacyjno-telekomunikacyjnych, a powolność tempa wzrostu głównie wynika z potrzeby inwestycji dużych środków pieniężnych w ich budowę. (Wykres B2.3.1-7).

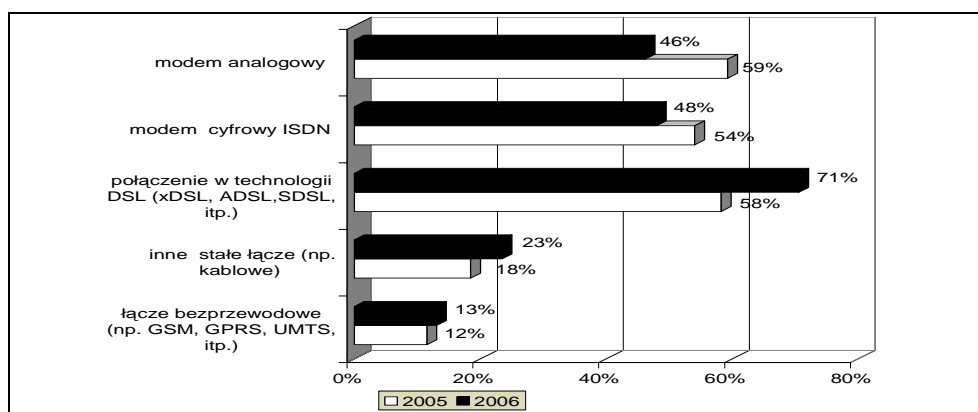
Wykres B2.3.1-7. Stosowana technologia informacyjno-telekomunikacyjna
(styczeń 2006 r.)



Źródło: Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach sektora finansowego, GUS 2006

Analizując technologie połączeń z Internetem zauważa się wyraźny wzrost liczby połączeń w technologii DSL, która stała się główną technologią w bankach w 2006 roku. Banki coraz rzadziej stosowały modem analogowy, który jeszcze w 2005 roku stanowił najpowszechniejszą technologię połączeń z Internetem. Spadek wykorzystania zauważano także w przypadku modemu cyfrowego, natomiast nieznaczny wzrost można było zaobserwować w wykorzystaniu innych stałych łączy oraz łączy bezprzewodowych. (Wykres 2.3.1-8).

Wykres B2.3.1-8. Technologia połączeń z Internetem (styczeń 2006 r.)

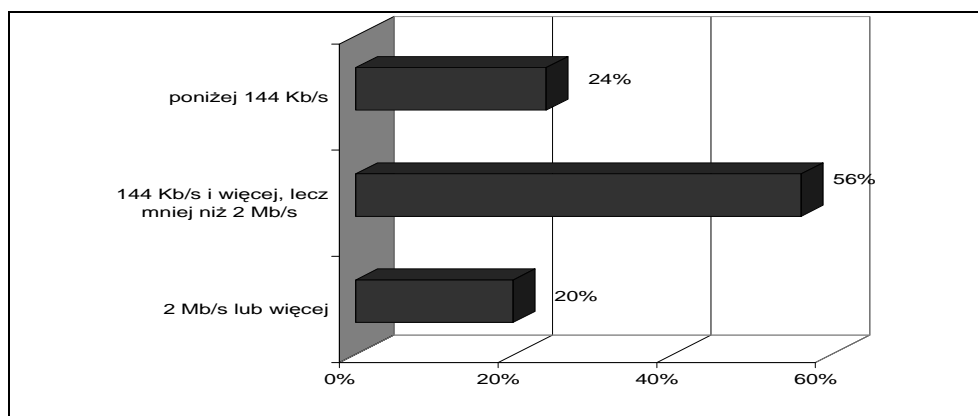


Źródło: Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach sektora finansowego, GUS 2006

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

Większość banków w 2006 roku posiadała łącza o przepustowości w przedziale od 144 Kb/s do 2 Mb/s. Jedynie 20% banków dysponowało łączem o przepustowości 2Mb/s lub większej. (Wykres 2.3.1-9)

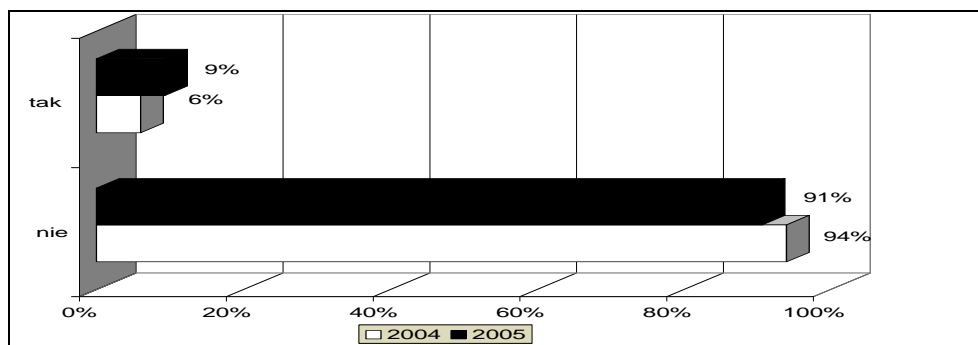
Wykres B2.3.1-9. Maksymalna szybkość ściągania danych gwarantowana przez dostawcę Internetu dla najszybszego łącza, jakim dysponowało przedsiębiorstwo (styczeń 2006 r.)



Źródło: *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach sektora finansowego, GUS 2006*

Małe zainteresowanie banków w zatrudnieniu nowych pracowników o umiejętnościach z dziedziny ICT mogła mieć źródło w małej skali podjęcia prac nad nowym oprogramowaniem w 2005 roku. Jedynie 9% banków podjęło się budowy własnego oprogramowania w analizowanym roku (w porównaniu z rokiem 2004 nastąpił niewielki wzrost o 3%). (Wykres B2.3.1-10).

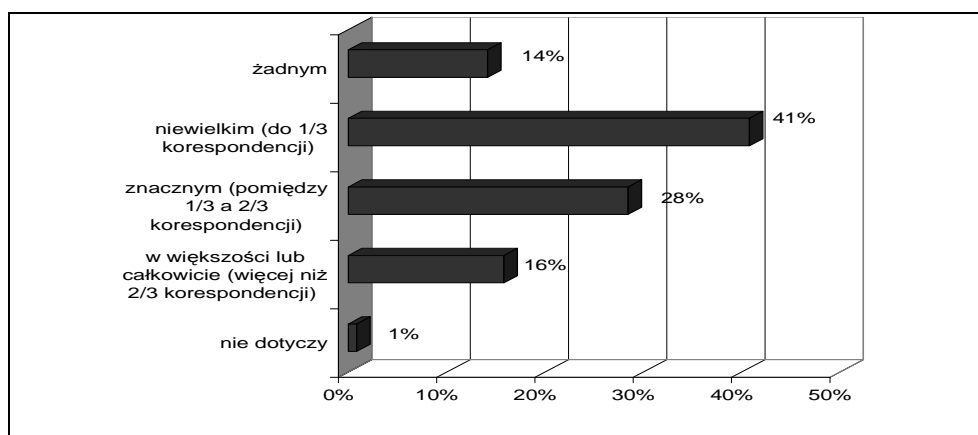
Wykres B2.3.1-10. Budowa własnego oprogramowania w 2005 roku



Źródło: *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach sektora finansowego, GUS 2006*

Jednym z mierników skali wdrażania elektronicznego obiegu dokumentów jest stopień zastąpienia tradycyjnej poczty przez elektroniczne środki komunikacji. W okresie ostatnich pięciu lat większość banków dokonała takich zmian w niewielkim stopniu. Jedynie 16% banków zastąpiło więcej niż 2/3 korespondencji papierowej elektronicznymi środkami komunikacji. (Wykres B2.3.1-11).

Wykres B2.3.1-11. Stopień zastąpienia tradycyjnej poczty przez elektroniczne środki komunikacji w okresie 01.2002-01.2006

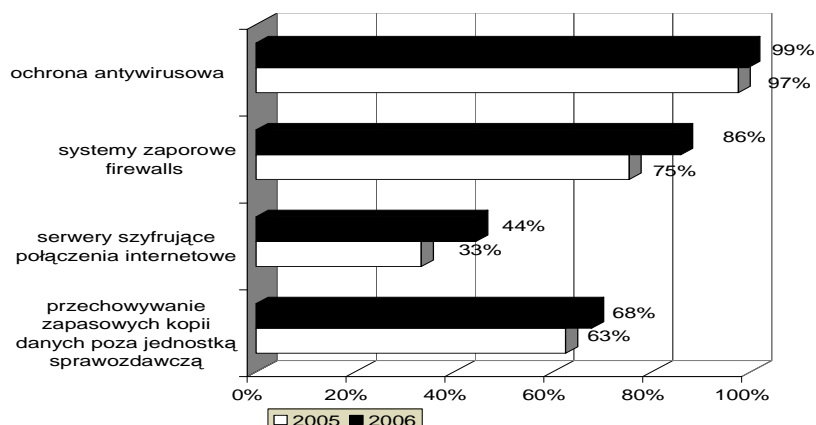


Źródło: Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach sektora finansowego, GUS 2006

B2.3.1.2. Bezpieczeństwo informatyczne w bankach

W 2006 roku nie było takiego banku, który nie stosowałby zabezpieczeń informatycznych. Analiza rodzaju zabezpieczeń pokazuje, że z roku na rok zwiększa się także zróżnicowanie stosowanych narzędzi. Coraz więcej banków stosuje inne zabezpieczenia niż tylko ochrona antywirusowa, która nadal stanowiła najpopularniejszą formę zabezpieczenia systemów informatycznych (stosowało ją 99% banków). O 11% zwiększyło się zastosowanie zapór firewalls oraz szyfrowanie połączeń internetowych z bankiem (niezbędny element w świadczeniu usług e-bankowości). (Wykres B2.3.1-12).

Wykres B2.3.1-12. Rodzaj stosowanego zabezpieczenia systemów informatycznych (styczeń 2006 r.)



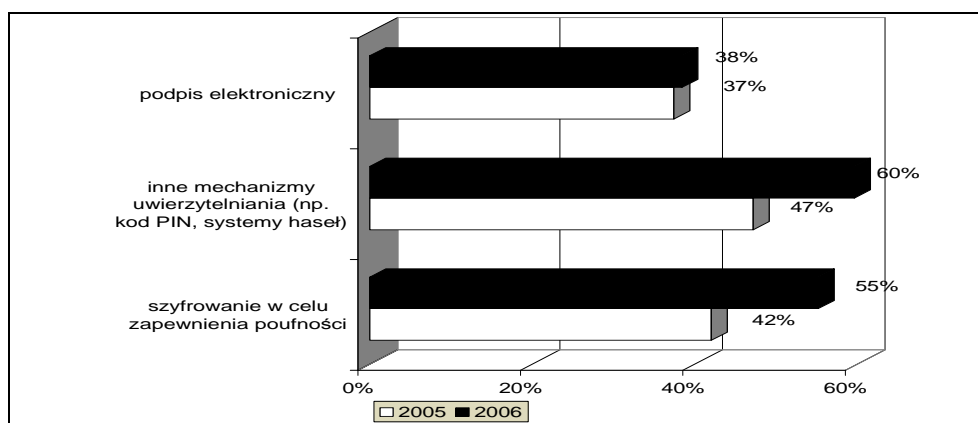
Źródło: *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach sektora finansowego*, GUS 2006

Klienci komunikując się z bankiem mogli korzystać w 2006 roku głównie z mechanizmów uwierzytelniania takich jak kod PIN czy system haseł (60%), a także banki udostępniały szyfrowanie w celu zapewnienia poufności (55%). Stosowane były jednak różne poziomy bezpieczeństwa dla tych mechanizmów uwierzytelniania wśród banków, uzależniony od rodzaju wykonywanych czynności. W przypadku logowania jedne banki stosowały system stałych loginów i haseł, inne natomiast wprowadziły dodatkowe zabezpieczenia przed możliwością przechwycenia danych przez hakera. ING, BPH, Pekao stosowały na przykład podawanie losowo wybranych cyfr z hasła (nie ma możliwości wtedy przechwycenia całego hasła), w Fortisie użytkownik e-bankowości musiał wskazać lokalizację specjalnego pliku w celu autoryzacji logowania, w Nordei i Volkswagencie hasła za każdym razem były inne, odczytywane albo ze specjalnej listy lub z tokena. W przypadku autoryzacji dokonywanych transakcji oprócz listy haseł drukowanych przez bank dla konkretnego użytkownika (czy to w postaci listy otwartej lub w postaci listy ukrytej – zdrapki), banki udostępniały tokeny, system haseł przesyłanych sms-em lub zmodyfikowane systemy haseł, na przykład prosząc o podanie tylko niektórych literach z listy haseł lub pewnej kombinacji informacji. Kredyt Bank wymagał podania dwóch cyfr z numeru PESEL lub dowodu osobistego, dwóch losowych cyfr z dodatkowego hasła i dwóch losowych znaków graficznych z bazy wcześniej podanej przez bank.⁹⁰ Pomimo początkowego nastawienia banków, aby wdrażać jak najprostsze mechanizmy

⁹⁰ Samcik M., *E-konta. Test bezpieczeństwa*, Gazeta Wyborcza, nr 270, 20.11.2006, str.22

zabezpieczające, nie utrudniające użytkownikowi korzystania z usług e-bankowości, widać zmianę polityki banków w tym zakresie i coraz więcej banków wdrożyło nowe sposoby zabezpieczeń, wzmacniając dotychczas stosowane (np. Citibank, BPH, Pekao wzmocnili swoje zabezpieczenia w ostatnim roku w wyniku coraz powszechniejszych ataków hakerów sieciowych⁹¹). Banki także zaczęły stosować programy oceniające ryzyko przeprowadzanych operacji przez klienta, analizując ich niestandardowe zachowania. Jeżeli na przykład klient dotychczas przelewał środki nie przekraczające 400 zł., a nagle ma zamiar dokonać przelewu na kwotę znacznie ją przekraczającą, wtedy system domaga się dodatkowego uwierzytelnienia.⁹² Jako rodzaj zabezpieczenia komunikacji z bankiem nadal rzadko był stosowany podpis elektroniczny, głównie za sprawą dużych kosztów zakupu i małej powszechności stosowania szczególnie wśród osób fizycznych. (Wykres B2.3.1-13).

Wykres B2.3.1-13. Rodzaj zabezpieczeń z jakim można było korzystać komunikując się z bankiem (styczeń 2006 r.)



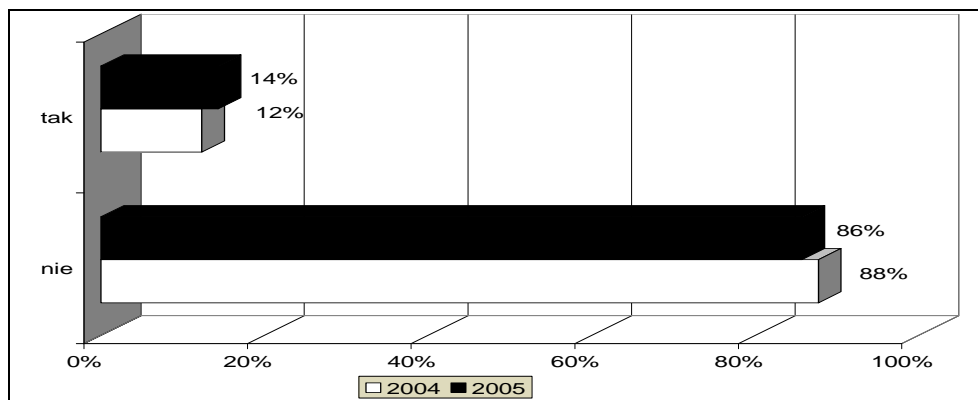
Źródło: *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach sektora finansowego*, GUS 2006

Coraz szerszy wachlarz stosowanych zabezpieczeń wpływał także na małą skalę problemów z utrzymaniem bezpieczeństwa sieci i danych wśród banków. Jedynie 14 % banków posiadało takie problemy w 2005 roku.

⁹¹ Samcik M., *Internetowe konta bardziej bezpieczne*, Gazeta Wyborcza, nr 277, 28.11.2006, str.31

⁹² Polak K., *Banki są głównymi klientami dostawców zabezpieczeń*, Gazeta Prawna, nr 74, 13.04.2006, Dod. Innowacyjna firma, str. 3

Wykres B2.3.1-14. Udział % banków, w których wystąpiły problemy z bezpieczeństwem sieci lub danych w 2005 r.

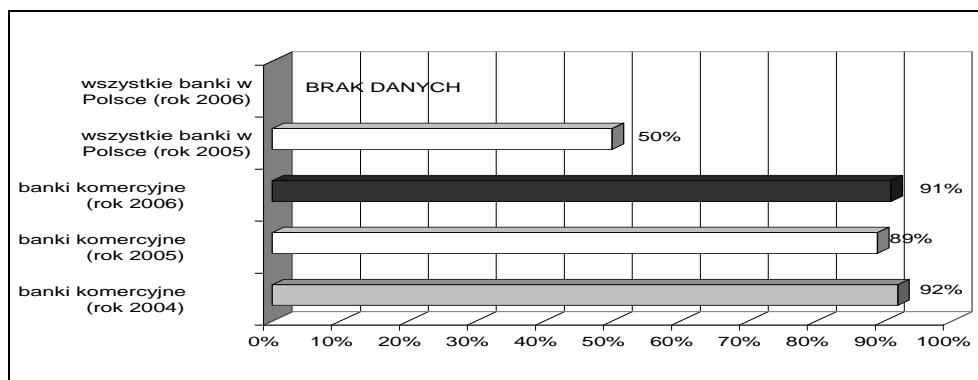


Źródło: *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach sektora finansowego*, GUS 2006

B2.3.1.3. Zakres informacyjny stron internetowych banków komercyjnych w Polsce

Poziom posiadania stron przez banki komercyjne nie zmienił się w sposób znaczący w porównaniu z latami ubiegłymi i pozostaje na podobnym poziomie. 91% banków komercyjnych w 2006 roku posiadało stronę internetową. (Wykres B2.3.1-16).

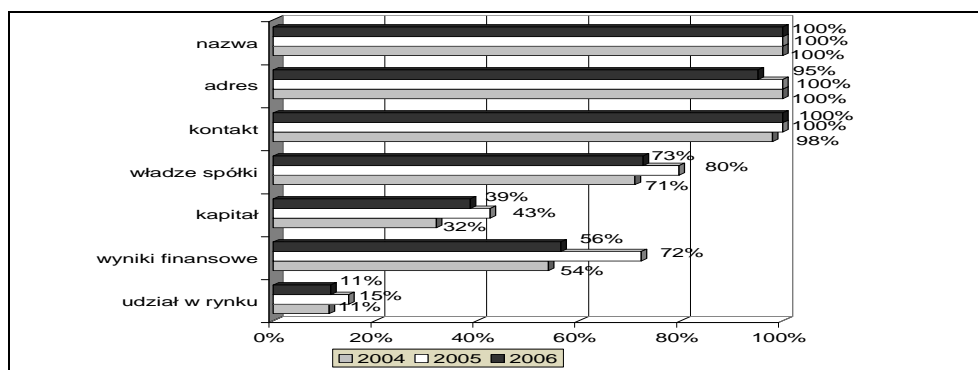
Wykres B2.3.1-15. Posiadanie strony internetowej przez banki w Polsce (styczeń 2006 r.)



Źródło: *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach sektora finansowego*, GUS 2005, *Zakres informacyjny stron internetowych banków komercyjnych w Polsce*, ILiM 2006

Szczegółowej analizie pod względem zawartości informacyjnej stron internetowych poddano grupę banków komercyjnych. Z analizy wynika, że banki wykorzystywały strony www w celu autoprezentacji i opisu swoich produktów. Prawie na wszystkich stronach znajdowały się podstawowe informacje teleadresowe banku (nazwa – 100%, adres – 95%, kontakt – 100%). Większość także prezentowała informacje o władzach spółki (73%). W mniejszym zakresie prezentowane były informacje o wynikach finansowych (56%), kapitale (39%) i udziale w rynku (11%). (Wykres B2.3.1-16)

Wykres B2.3.1-17. Rodzaj informacji o banku komercyjnym dostępnych na stronach www w 2006 r. (1/4)



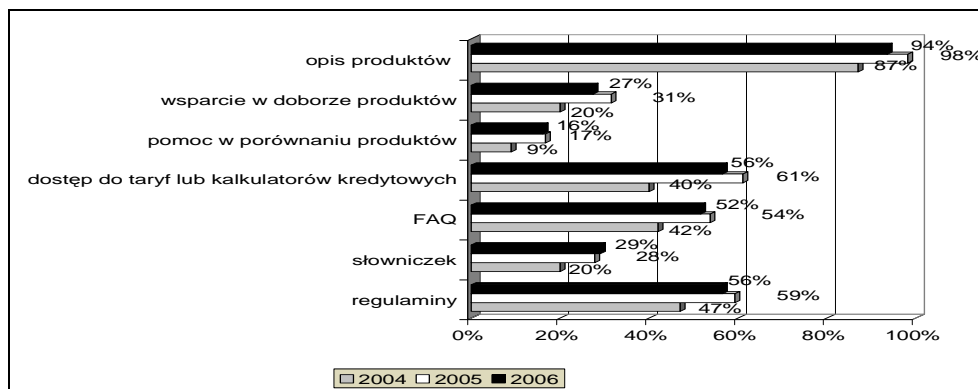
Źródło: Zakres informacyjny stron internetowych banków komercyjnych w Polsce, ILiM 2006

Analizując zawartość informacyjną stron www odnośnie oferty banku, jak i informacji z nią związanych, wynika, że 94% banków zamieszczało opis oferowanych produktów. Rzadkością było zamieszczanie mechanizmów wspierających klienta w porównywaniu produktów (16%), czy też mechanizmów pomagających w ich doborze (27%). Przeszło połowa banków komercyjnych posiadała dział FAQ⁹³ (52%), zamieszczała treści regulaminów (56%), czy udostępniała taryfy lub kalkulatory kredytowe (56%). (Wykres B2.3.1-18).

⁹³ Frequently asked questions – często zadawane pytania.

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

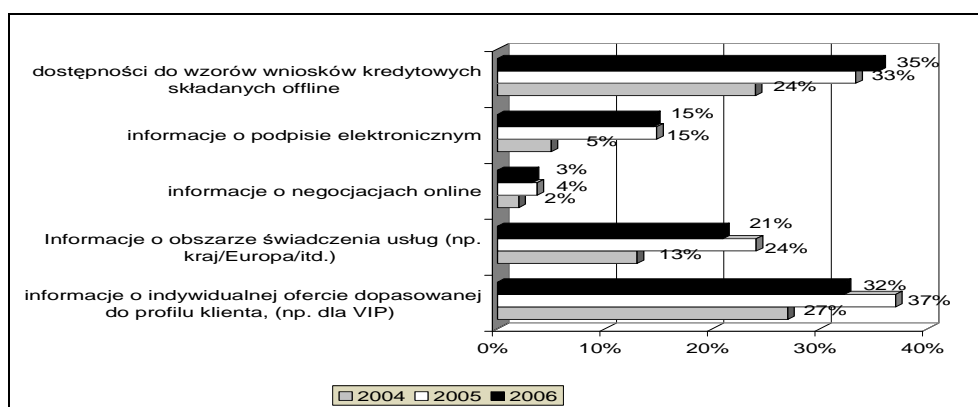
Wykres B2.3.1-18. Rodzaj informacji o banku komercyjnym dostępnych na stronach www w 2006 r. (2/4)



Źródło: Zakres informacyjny stron internetowych banków komercyjnych w Polsce, ILiM 2006

32% banków posiadających stronę internetową informowało o specjalnych ofertach dla pewnych grup klientów, 21% o obszarze świadczenia usług, a 35% banków udostępniało wzory wniosków kredytowych w formie elektronicznej (wykres B2.3.1-21).

Wykres B2.3.1-19. Rodzaj informacji o banku komercyjnym dostępnych na stronach www w 2006 r. (3/4)

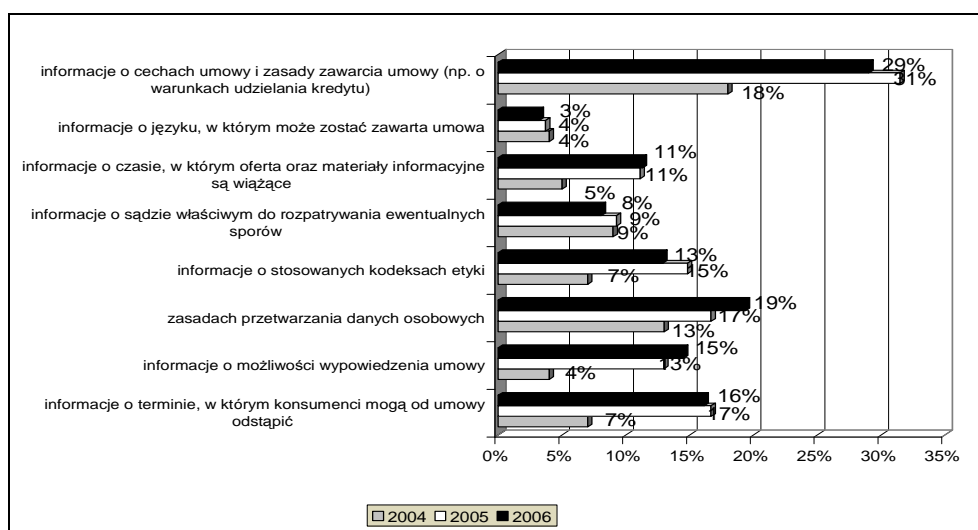


Źródło: Zakres informacyjny stron internetowych banków komercyjnych w Polsce, ILiM 2006

W niewielkim stopniu banki zamieszczały informacje dotyczące umów i zasadach ich zawarcia (29%), zasadach przetwarzania danych osobowych (19%) i

innych informacjach ważnych z punktu widzenia zawieranych umów (wykres B2.3.1-22). Obowiązek zamieszczania takich informacji ciąży głównie na bankach świadczących usługi drogą elektroniczną, nałożony przez odpowiednio ustawodawstwo.

Wykres B2.3.1-20. Rodzaj informacji o banku komercyjnym dostępnych na stronach www w 2006 r. (4/4)



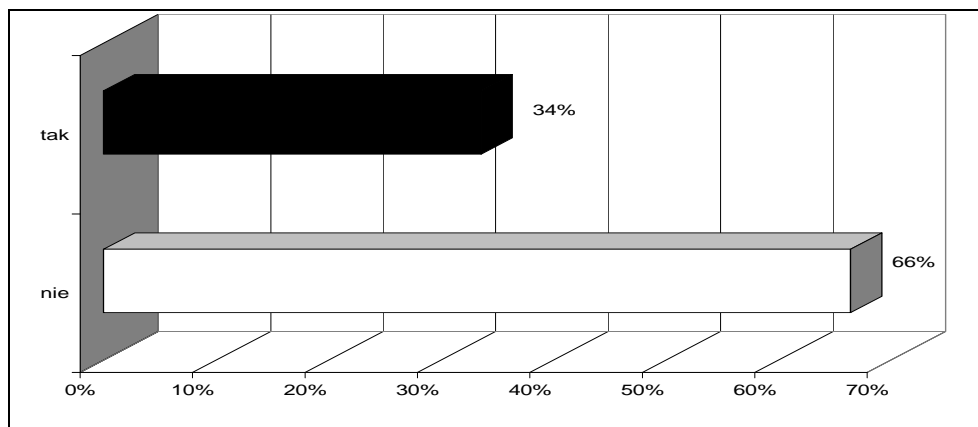
Źródło: Zakres informacyjny stron internetowych banków komercyjnych w Polsce, ILiM 2006

B2.3.1.4. Usługi elektronicznej bankowości

Usługi e-bankowości z perspektywy wszystkich banków w Polsce

Z uwagi na zmianę czasu odniesienia w pytaniu dotyczącym świadczenie usług finansowych przez Internet nie jest możliwe bezpośrednie porównanie wyników pomiędzy rokiem 2005 i 2006. Jednak analiza dostępnych danych bardzo wyraźnie pokazuje skalę rozwoju usług e-bankowości w roku 2005. Według wyników badań GUS z 2005 roku jedynie 13% banków świadczyło usługi przez Internet w styczniu 2005 roku. Dane z roku 2006 pokazują natomiast skalę świadczenia usług z perspektywy całego roku 2005 i według nich w tym roku już 34% banków świadczyło usługi finansowe przez Internet. (Wykres B2.3.1-21) Nastąpił więc wyraźny wzrost liczby banków świadczących usługi drogą elektroniczną.

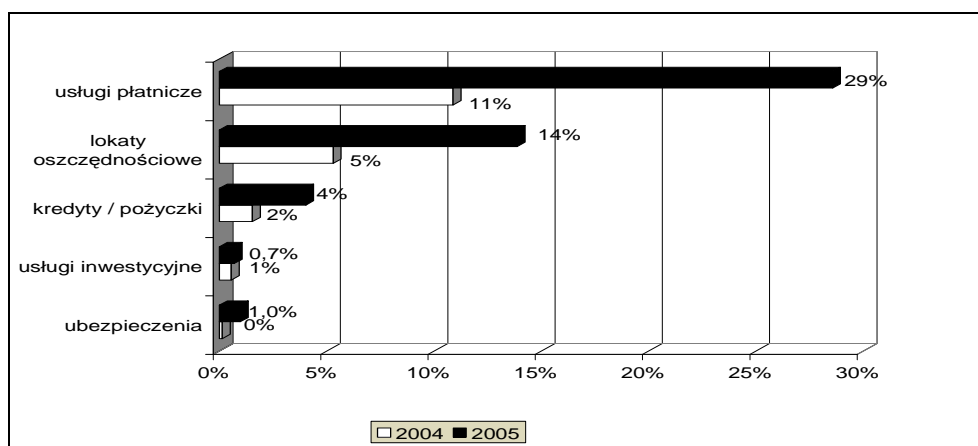
Wykres B2.3.1-21. % przedsiębiorstw świadczących usługi finansowe przez Internet w 2005 roku



Źródło: *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach sektora finansowego*, GUS 2006

Banki otrzymywały zamówienie przez Internet głównie na usługi płatnicze (29%) oraz lokaty oszczędnościowe (14%). Podwoiła się liczba zamówień na kredyty lub pożyczki (4%). (Wykres B2.3.1-22). Widać wyraźny wzrost świadczonych usług w porównaniu z rokiem 2004, co wynika ze zwiększającej się liczby banków świadczących usługi przez Internet.

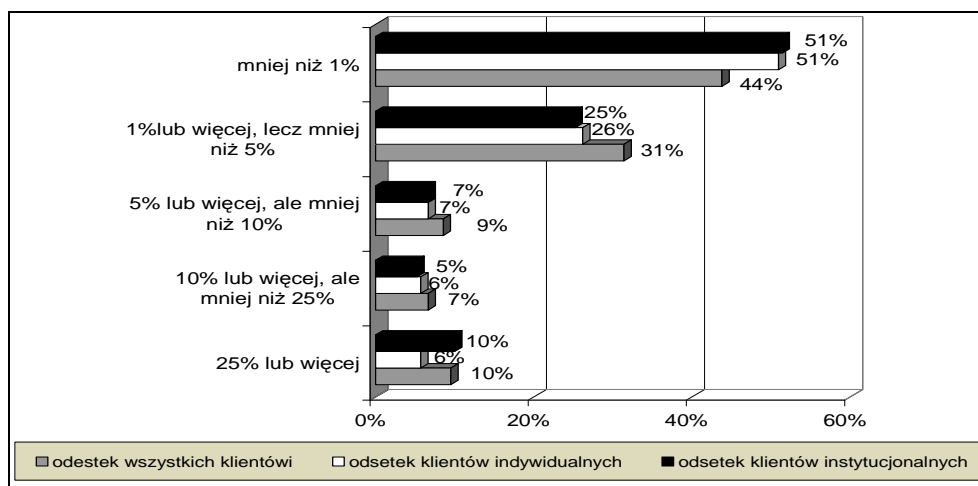
Wykres B2.3.1-22. Rodzaj usług (produktów), na które zamówienia od klientów przedsiębiorstwo otrzymywało przez Internet w 2005 roku



Źródło: *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach sektora finansowego*, GUS 2006

Nadal jednak odsetek usług świadczonych przez Internet w porównaniu z usługami finansowymi świadczonymi w sposób tradycyjny był bardzo niski. Prawie w 75% banków odsetek ten nie przekracza 5%. (Wykres B2.3.1-23).

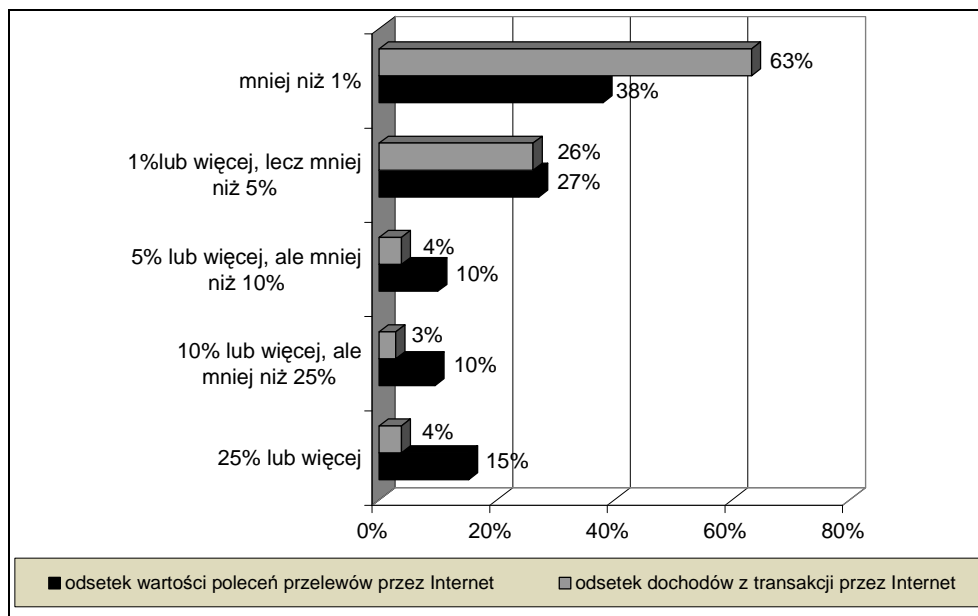
Wykres B2.3.1-23. Świadczenie usług bankowych przez Internet w 2005 r.



Źródło: Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach sektora finansowego, GUS 2006

Analiza wartości usług bankowych świadczonych przez Internet pokazuje także, że wdrożenie elektronicznej bankowości jest raczej koniecznością wynikającą z walki konkurencyjnej banków, niż inwestycją przynoszącą wymierne korzyści finansowe. Wartość dokonanych w 2005 poleceń przelewów przez Internet w porównaniu do ogólnej wartości zrealizowanych poleceń przelewów w banku w przypadku 89% banków była niższa niż 5%. W 85% banków dochody z transakcji dokonanych przez Internet w 2005 roku stanowiły mniej niż 25% wszystkich dochodów generowanych przez bank. (Wykres B2.3.1-24)

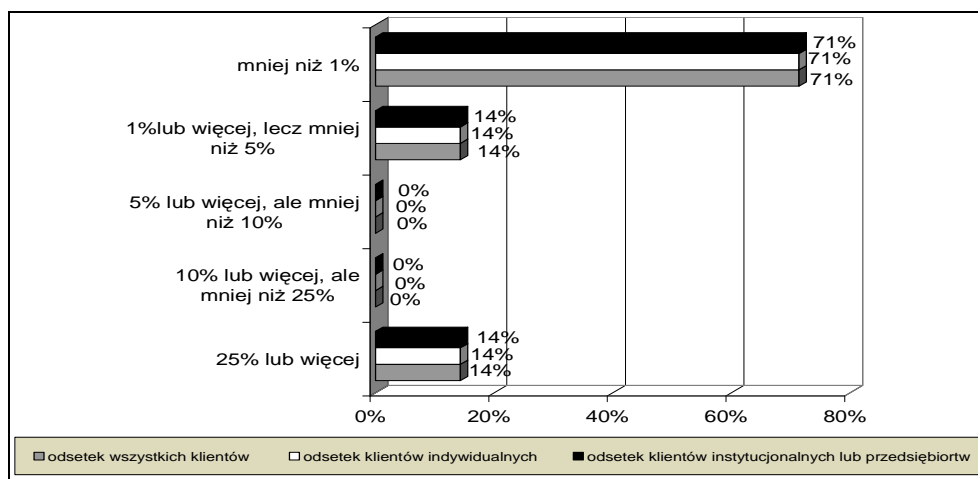
Wykres B2.3.1-24. Wartość usług bankowych przez Internet w 2005 r.



Źródło: *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach sektora finansowego*, GUS 2006

Jedną z tendencji obserwowanych na rynku bankowym od kilku lat jest rozszerzanie typowych usług bankowych o nowe produkty finansowe, w szczególności ubezpieczeniowe. Skala świadczenia tego rodzaju usług nie była jednak duża w 2005 roku. Wśród większości banków (85%) odsetek wniosków o ubezpieczenie złożonych przez Internet był niższy od 5% (wykres B2.1.1-25).

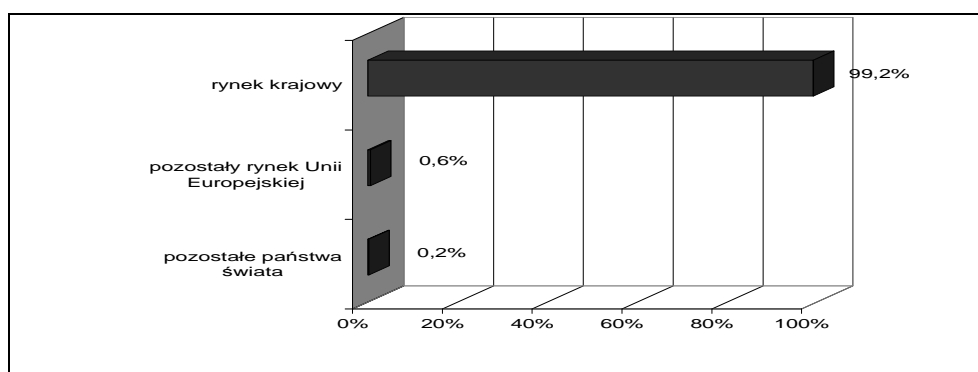
Wykres B2.3.1-25. Świadczenie usług ubezpieczeniowych przez Internet w 2005 r.



Źródło: Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach sektora finansowego, GUS 2006

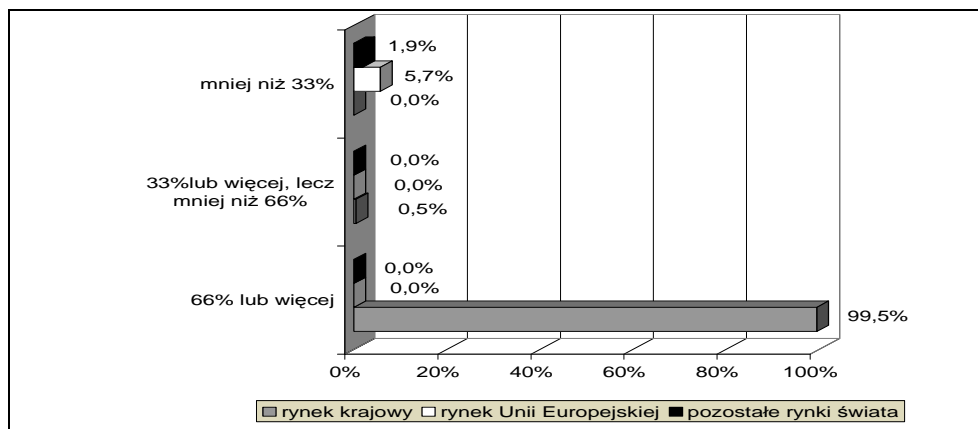
Usługi elektronicznej bankowości skierowane były głównie do klienta krajowego (wykres B2.1.1-26). Fakt ten warunkował także udział sprzedaży przez Internet na poszczególnych rynkach w 2005 roku. Prawie cała sprzedaż została zrealizowana na rynku krajowym (wykres B2.1.1-27). Brak otwarcia banków z Polski na inne rynki głównie wynikał z faktu, że największe banki w Polsce, które mogłyby konkurować na rynkach zagranicznych, posiadają inwestorów zagranicznych, którzy już są obecni na tych rynkach.

Wykres B2.3.1-26. Podział łącznej wartości netto sprzedaży przez Internet wg rodzaju rynku w 2005 r.



Źródło: Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach sektora finansowego, GUS 2006

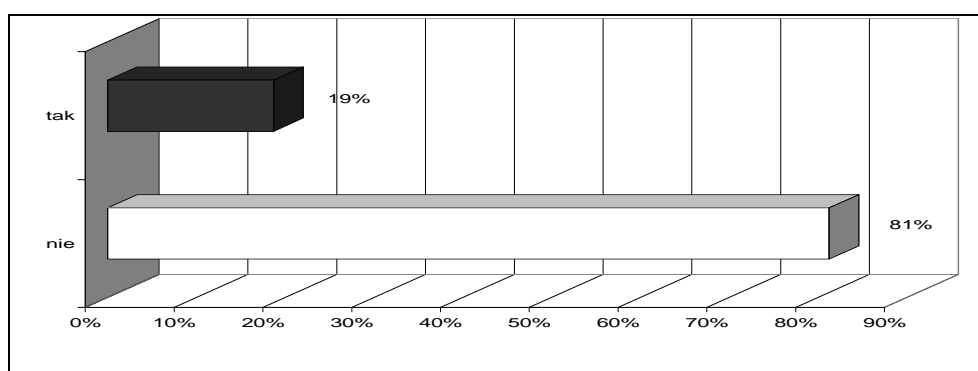
Wykres B2.3.1-27. Udział sprzedaży przez Internet na poszczególnym rodzaju rynku w 2005 r.



Źródło: Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach sektora finansowego, GUS 2006

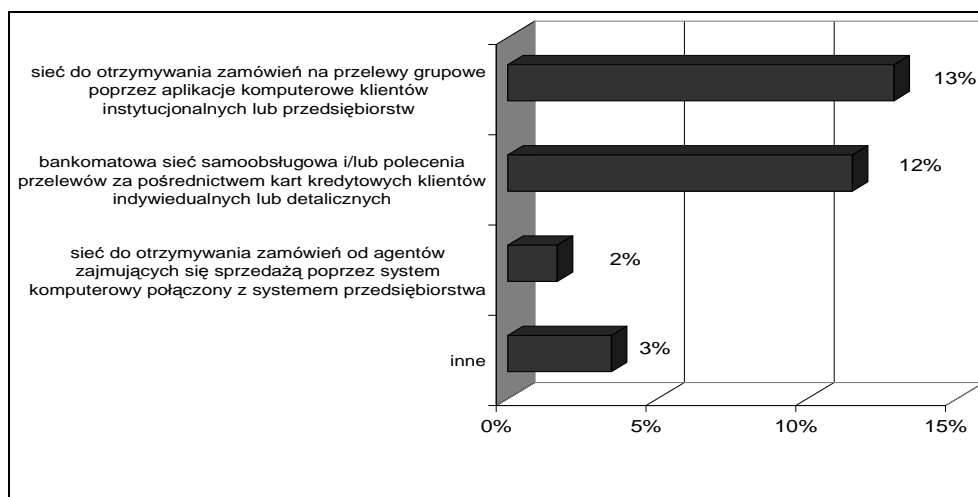
Jedynie 19% banków otrzymywało zamówienia na usługi finansowe przez zewnętrzne sieci inne niż Internet. Chodzi tutaj o wszystkie sieci zamknięte lub zastrzeżone z wyłączeniem wszystkich sieci opartych na protokole IP takich jak www, Extranet, EDI przez Internet, VPN przez Internet oraz telefony bezprzewodowe z dostępem do Internetu. (Wykres B2.1.1-28). Wśród najpopularniejszych sieci banki wymieniały sieć do otrzymywania zamówień na przelewy grupowe poprzez aplikacje komputerowe klientów instytucjonalnych lub przedsiębiorstw (wykres B2.1.1-29).

Wykres B2.3.1-28. % przedsiębiorstw otrzymujących zamówienia przez zewnętrzne sieci inne niż Internet w 2005 roku



Źródło: Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach sektora finansowego, GUS 2006

Wykres B2.3.1-29. Rodzaj wykorzystywanych sieci innych niż Internet

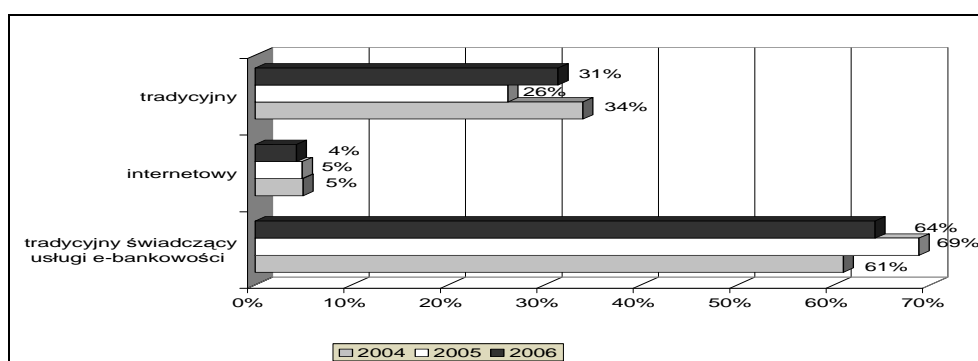


Źródło: Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach sektora finansowego, GUS 2006

Usługi e-bankowości z perspektywy banków komercyjnych w Polsce

Szczegółowa analiza świadczenie usług e-bankowości została przeprowadzona wśród grupy banków komercyjnych. Wśród tej grupy 31% banków w 2006 roku nadal nie posiadało usług e-bankowości. 4 banki były bankami internetowymi (mBank, Inteligo, Toyota Bank i Volkswagen Bank Direct), natomiast 45 banków było bankami tradycyjnymi świadczącymi usługi bankowe drogą elektroniczną. (Wykres B2.1.1-30)

Wykres B2.3.1-30. Struktura banków komercyjnych w Polsce (2006)



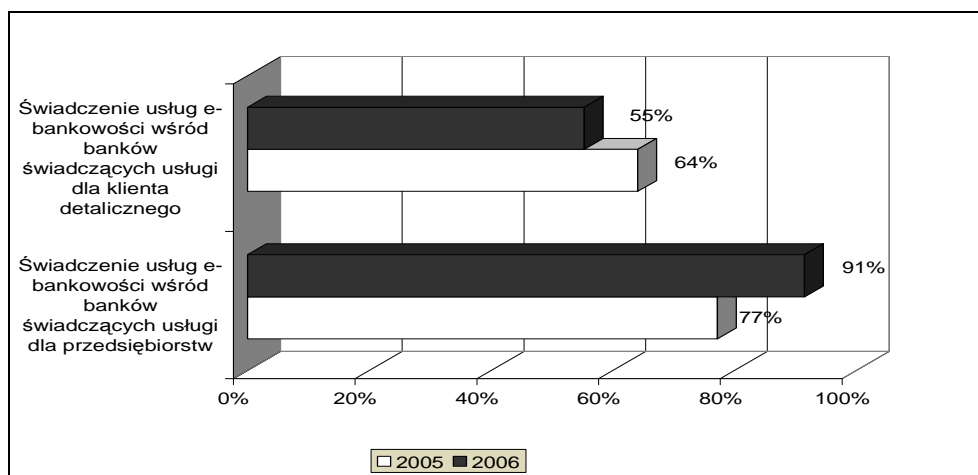
Źródło: Świadczenie usług e-bankowości w bankach komercyjnych w Polsce, ILiM 2006

55% banków świadczących usługi drogą elektroniczną kierowało swoją ofertą do klienta detalicznego, a 91% banków do przedsiębiorstw (wykres B2.1.1-31), w

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

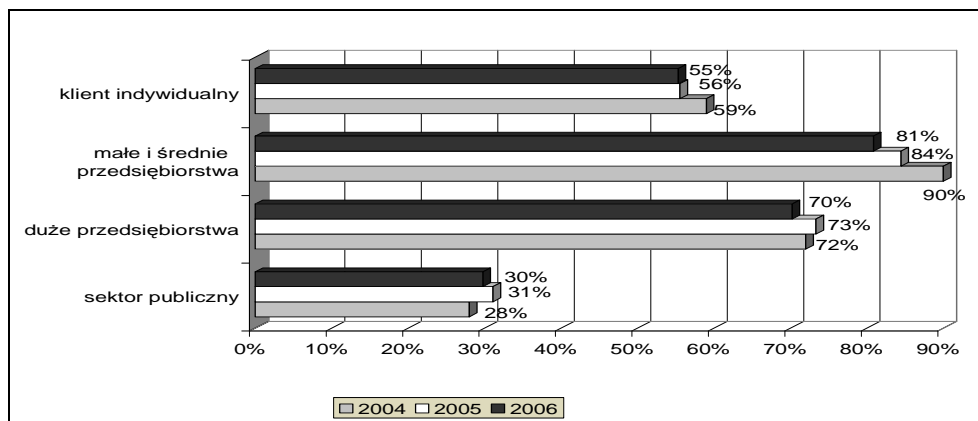
tym 81% banków do małych i średnich przedsiębiorstw, 70% do dużych przedsiębiorstw. Ponadto 30% banków dedykowało usługi e-bankowości także do sektora publicznego. (Wykres B2.1.1-32).

Wykres B2.3.1-31. Segmenty klientów, do których skierowana była oferta e-bankowości wśród banków komercyjnych w Polsce obsługujących poszczególne grupy klientów (2006)



Źródło: Świadczenie usług e-bankowości w bankach komercyjnych w Polsce, ILiM 2006

Wykres B2.3.1-32. Segmenty klientów, do których skierowana jest usługa e-bankowości wśród banków komercyjnych w Polsce świadczących tą usługę (2006)

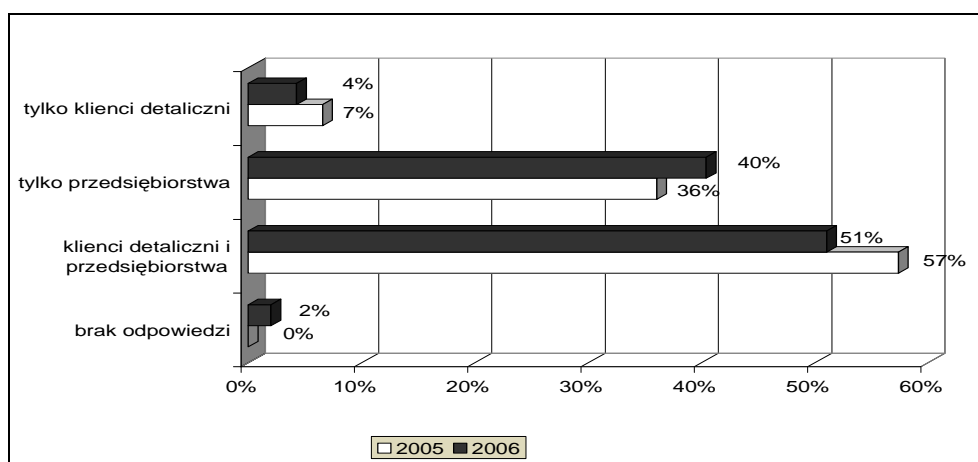


Źródło: Świadczenie usług e-bankowości w bankach komercyjnych w Polsce, ILiM 2006

Z analizy struktury banków świadczących usługi e-bankowości wynika, że na rynku funkcjonowało jedynie 4% banków, które świadczyły tego rodzaju usługę jedynie dla klienta detalicznego, 40% banków kierowało swoją ofertę e-

bankowości jedynie do podmiotów gospodarczych, natomiast pozostałe banki (51%) posiadały ofertę e-bankowości dla obu grup klientów. (Wykres B2.1.1-33).

Wykres B2.3.1-33. Struktura banków według rodzaju klientów, którym świadczone są usługi e-bankowości (2006)

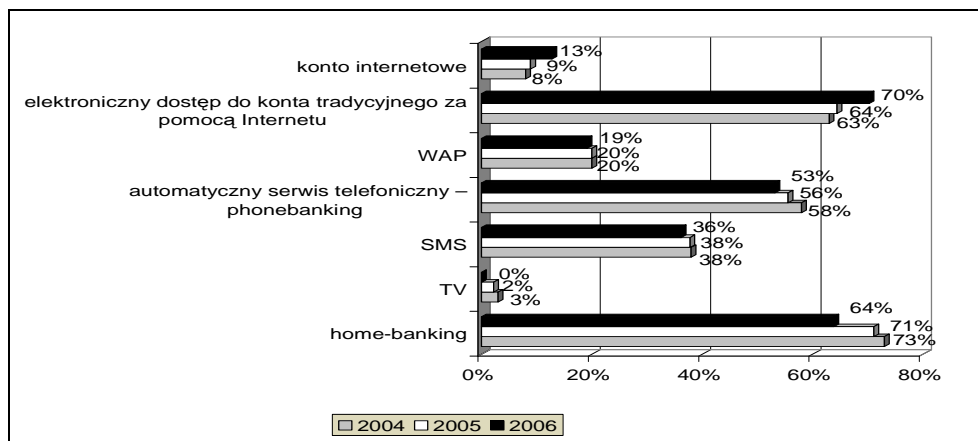


Źródło: Świadczenie usług e-bankowości w bankach komercyjnych w Polsce, ILiM 2006

Analizując kanały dostępu do usług e-bankowości najczęściej odnotowywano ofertę elektronicznego dostępu do konta tradycyjnego za pomocą Internetu (70%), home-bankingu (64%) oraz automatycznego serwisu telefonicznego (53%). Do najmniej popularnych form dostępu do usług e-bankowości należała telewizja. Jedyny bank, który jeszcze w 2005 roku świadczył usługi e-bankowości za pomocą tego kanału zrezygnował ze świadczenia usługi w roku 2006. (Wykres B2.1.1-34). Analizując jednak rozwój telewizji interaktywnej w innych krajach, np. w Wielkiej Brytanii zauważa się coraz powszechniejsze zastosowanie tego kanału w szczególności w dostępie do usług e-administracji. Głównie osoby z mniejszych miejscowości, szczególnie ze wsi, chętniej korzystają z telewizji niż z Internetu podczas korzystania z usług publicznych oferowanych przez urzędy w tym kraju.⁹⁴

⁹⁴ Simpson G., *Partnership Working & Social Inclusion through ICT. Transforming Public Services*, materiał z Forum dyskusyjnego *e-government* zorganizowanego przez Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego, przy współpracy z Ambasadą Brytyjską, Poznań marzec 2007

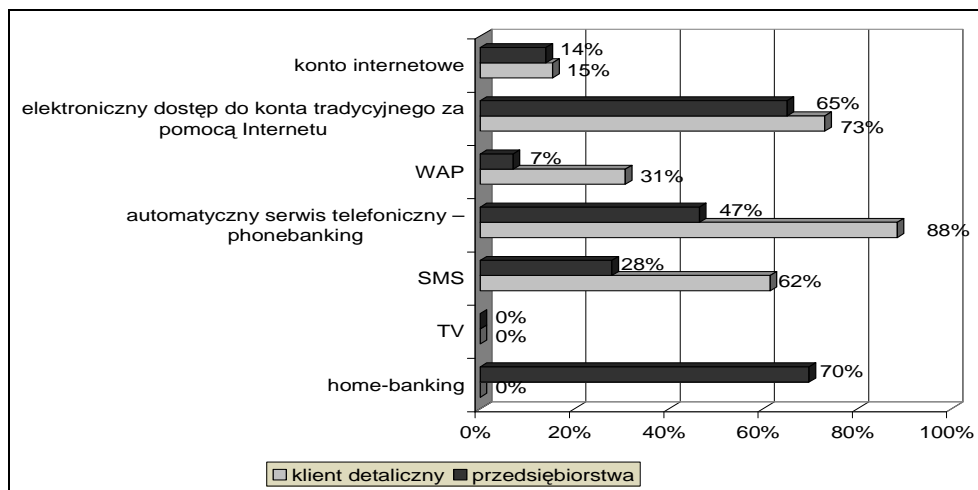
Wykres B2.3.1-34. Kanały dostępu do usług e-bankowości udostępniane przez banki komercyjne



Źródło: Świadczenie usług e-bankowości w bankach komercyjnych w Polsce, ILiM 2006

Większe zróżnicowanie oferty banków odnośnie udostępnionych kanałów korzystania z e-bankowości zauważane było po stronie klienta detalicznego. Najczęściej występującym kanałem dostępu do usług e-bankowości był telefon (88%) oraz elektroniczny dostęp do konta tradycyjnego za pomocą Internetu (73%). W przypadku banków świadczących usługi e-bankowości dla przedsiębiorstw najczęściej występowała oferta home-bankingu (70%) oraz elektronicznego dostępu do konta tradycyjnego za pomocą Internetu (65%). (Wykres B2.3.1-35).

Wykres B2.3.1-35. Kanały dostępu do usług e-bankowości udostępniane przez banki komercyjne dla poszczególnych grup klientów



Źródło: Świadczenie usług e-bankowości w bankach komercyjnych w Polsce, ILiM 2006

W tabeli B2.3.2-1 przedstawiono listę usług dla klientów detalicznych, a w tabeli B2.3.2-2 dla przedsiębiorstw, oferowanych przez banki w Polsce w 2006 roku. Tabele przedstawiają usługi w rozróżnieniu na poszczególne kanały dostępu, z uwzględnieniem skali ich wykorzystania w bankach oferujących dany kanał dostępu.

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

Tabela B2.3.1-1. Zakres usług e-bankowości dla klienta detalicznego świadczonych przez banki komercyjne w 2006 r.

KANAŁ DOSTĘPU	OBSZAR	OPERACJE	SKALA WYKORZYSTANIA
Konto internetowe	Rachunki	uzyskać informacje o stanie swojego rachunku i historii operacji	100%
		złożyć dyspozycję przelewu na rachunek własny lub zewnętrzny	100%
		złożyć dyspozycję przelewu na rachunek ZUS, US	100%
		złożyć, zmienić, odwołać dyspozycję wykonania przelewu z odroczoną datą realizacji	100%
		złożyć, zmienić, odwołać dyspozycję zlecenia stałego	100%
	Oszczędności	założyć lub zlikwidować rachunek oszczędnościowy	75%
		dokonać wpłaty na ten rachunek	100%
		otrzymać historię rachunku	75%
	Lokaty	założyć lub zlikwidować lokatę	100%
		otrzymać historię rachunku	100%
		skorzystać z kalkulatora, który wyliczy, ile można zyskać dzięki danej lokacie	75%
	Inwestycje	złożyć dyspozycję otwarcia rejestru lub udostępnienia obsługi Funduszy	75%
		mieć wgląd w stan rejestru	75%
		otrzymać historię operacji	75%
		złożyć zlecenie nabycia, odkupienia oraz konwersji jednostek uczestnictwa funduszy	75%
		uzyskać informację o stanie zleceń internetowych	75%
		dokonać zmiany danych teled adresowych	0%
	Kredyty	dokonać obliczenia wysokości rat dla wybranej kwoty kredytu oraz danego okresu spłaty	75%
		złożyć wniosek o kredyt	100%
	Karty	wypełnić i wysłać wniosek o wydanie karty płatniczej	100%
		zastrzec kartę w przypadku jej zgubienia lub kradzieży	75%
	Ustawienia	otrzymać rejestr ostatnich operacji	100%
		przewodzić korespondencję z bankiem	100%
zmienić hasło, zablokować poszczególne usługi		75%	
eksportować wyciągi bankowe		25%	
Inne		100%	

KANAŁ DOSTĘPU	OBSZAR	OPERACJE	SKALA WYKORZYSTANIA
Elektroniczny dostęp do rachunku przez Internet	Rachunki	uzyskać informacje o stanie swojego rachunku i historii operacji	100%
		złożyć dyspozycję przelewu na rachunek własny lub zewnętrzny	100%
		złożyć dyspozycję przelewu na rachunek ZUS, US	89%
		złożyć dyspozycję wykonania przelewu z odroczoną datą realizacji	84%
		zdefiniować zlecenia stałe	84%
	Oszczędności	założyć lub zlikwidować rachunek oszczędnościowy	42%
		dokonać wpłaty na ten rachunek	68%
		otrzymać historię rachunku	63%
	Lokaty	założyć lub zlikwidować lokatę	95%
		otrzymać historię rachunku	74%
		skorzystać z kalkulatora, który wyliczy, ile można zyskać dzięki danej lokacie	32%
	Inwestycje	złożyć dyspozycję otwarcia rejestru lub udostępnienia obsługi Funduszy	37%
		mieć wgląd w stan rejestru	42%
		otrzymać historię operacji	32%
		złożyć zlecenie nabycia, odkupienia oraz konwersji jednostek uczestnictwa funduszy	42%
		uzyskać informację o stanie zleceń internetowych	37%
		dokonać zmiany danych teleadresowych	26%
	Kredyty	dokonać obliczenia wysokości rat dla wybranej kwoty kredytu oraz danego okresu spłaty	37%
		złożyć wniosek o kredyt	58%
	Karty	wypełnić i wysłać wniosek o wydanie karty płatniczej	53%
		zastrzec kartę w przypadku jej zgubienia lub kradzieży	26%
	Ustawienia	otrzymać rejestr ostatnich operacji	63%
		przewodzić korespondencję z bankiem	79%
zmienić hasło, zablokować poszczególne usługi		79%	
Inne	eksportować wyciągi bankowe	32%	
		89%	
WAP	uzyskać informacje o stanie salda i danych szczegółowych rachunków posiadanych w Banku	100%	
	sprawdzić wykaz złożonych dyspozycji	50%	

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

KANAŁ DOSTĘPU	OBSZAR	OPERACJE	SKALA WYKORZYSTANIA
		uzyskać informacje o historii operacji na rachunkach	100%
		złożyć dyspozycję przelewu na rachunek własny lub zewnętrzny	88%
		złożyć dyspozycję przelewu na rachunek ZUS, US	25%
		złożyć dyspozycję wykonania przelewu z odroczoną datą realizacji	75%
		Założyć zlecenie stałe	25%
		zamówić przesłanie potwierdzenia przelewu	0%
		dokonać spłaty zadłużenia na rachunku karty kredytowej	50%
		założyć lub zamknąć lokatę	63%
		zmienić osobisty numer PIN	38%
		uzyskać informacje o kursach walut	25%
		trzymać faksem informacje o stanie rachunku	13%
		uzyskać informacje o stanie rejestrów funduszy inwestycyjnych	13%
		zablokować usługę	50%
		inne	75%
Automatyczny serwis telefoniczny – phonebanking		uzyskać informacje o stanie salda i danych szczegółowych rachunków posiadanych w Banku	100%
		sprawdzić wykaz złożonych dyspozycji	57%
		uzyskać informacje o historii operacji na rachunkach	87%
		złożyć dyspozycję przelewu na rachunek własny lub zewnętrzny	87%
		złożyć dyspozycję przelewu na rachunek ZUS, US	43%
		złożyć dyspozycję wykonania przelewu z odroczoną datą realizacji	39%
		założyć zlecenie stałe	26%
		zamówić przesłanie potwierdzenia przelewu	17%
		dokonać spłaty zadłużenia na rachunku karty kredytowej	35%
		założyć lub zamknąć lokatę	61%
		Zmienić osobisty numer PIN	57%
		uzyskać informacje o kursach walut	39%
		otrzymać faksem informacje o stanie rachunku	48%
		uzyskać informacje o stanie rejestrów funduszy inwestycyjnych	17%

KANAŁ DOSTĘPU	OBSZAR	OPERACJE	SKALA WYKORZYSTANIA
		zablokować usługę	35%
		inne	61%
	SMS	uzyskać informacje o stanie salda i danych szczegółowych rachunków posiadanych w banku	94%
		zasilać konto telefonu komórkowego typu pre-paid	25%
		przejrzeć wykaz n- ostatnich transakcji przeprowadzonych na koncie	63%
		złożyć dyspozycję przelewu na rachunek własny lub zewnętrzny	50%
		złożyć dyspozycję przelewu na rachunek ZUS, US	19%
		uzyskać informacje o kursach walut	13%
		zmienić osobisty numer PIN	19%
		uzyskać informacje o stanie rejestrów funduszy inwestycyjnych	6%
		zapoznać się z aktualną wyceną funduszy inwestycyjnych	13%
		zablokować usługę	13%
		inne	75%
TV	Rachunki	uzyskać informacje o stanie swojego rachunku i historii operacji	0%
		złożyć dyspozycję przelewu na rachunek własny lub zewnętrzny	0%
		złożyć dyspozycję przelewu na rachunek ZUS, US	0%
		złożyć dyspozycję wykonania przelewu z odroczoną datą realizacji	0%
		zdefiniować zlecenia stałe	0%
	Oszczędności	założyć lub zlikwidować rachunek oszczędnościowy	0%
		dokonać wpłaty na ten rachunek	0%
		otrzymać historię rachunku	0%
	Lokaty	założyć lub zlikwidować lokatę	0%
		otrzymać historię rachunku	0%
		skorzystać z kalkulatora, który wyliczy, ile można zyskać dzięki danej lokacie	0%
	Inwestycje	złożyć dyspozycję otwarcia rejestru lub udostępnienia obsługi Funduszy	0%
		mieć wgląd w stan rejestru	0%

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

KANAŁ DOSTĘPU	OBSZAR	OPERACJE	SKALA WYKORZYSTANIA
		otrzymać historię operacji	0%
		złożyć zlecenie nabycia, odkupienia oraz konwersji jednostek uczestnictwa funduszy	0%
		uzyskać informację o stanie zleceń internetowych	0%
		dokonać zmiany danych teleadresowych	0%
	Kredyty	dokonać obliczenia wysokości rat dla wybranej kwoty kredytu oraz danego okresu spłaty	0%
		złożyć wniosek o kredyt	0%
	Karty	wypełnić i wysłać wniosek o wydanie karty płatniczej	0%
		zastrzec kartę w przypadku jej zgubienia lub kradzieży	0%
	Ustawienia	otrzymać rejestr ostatnich operacji	0%
		prowadzić korespondencję z Bankiem	0%
		zmienić hasło, zablokować poszczególne usługi	0%
	Inne	eksportować wyciągi bankowe	0%
		wykonać zlecenie predefiniowane na zmienną datę i kwotę	0%

Źródło: Świadczenie usług e-bankowości w bankach komercyjnych w Polsce, ILiM 2006
Tabela B2.3.1-2. Zakres usług e-bankowości dla przedsiębiorstw świadczonych przez banki komercyjne w 2006 r.

KANAŁ DOSTĘPU	OBSZAR	OPERACJE	SKALA WYKORZYSTANIA
Konto internetowe	Rachunki	uzyskać informacje o stanie swojego rachunku i historii operacji	100%
		złożyć dyspozycję przelewu na rachunek własny lub zewnętrzny	100%
		złożyć dyspozycję przelewu na rachunek ZUS, US	83%
		złożyć dyspozycję przelewu zagranicznego	50%
		definiować polecenia zapłaty	33%

KANAŁ DOSTĘPU	OBSZAR	OPERACJE	SKALA WYKORZYSTANIA
		złożyć dyspozycję wykonania przelewu z odroczoną datą realizacji	117%
		zdefiniować zlecenia stałe	83%
	Oszczędności	założyć lub zlikwidować rachunek oszczędnościowy	50%
		dokonać wpłaty na ten rachunek	50%
		otrzymać historię rachunku	67%
	Lokaty	założyć lub zlikwidować lokatę	50%
		otrzymać historię rachunku	50%
		skorzystać z kalkulatora, który wyliczy, ile można zyskać dzięki danej lokacie	50%
	Inwestycje	złożyć dyspozycję otwarcia rejestru lub udostępnienia obsługi Funduszy	17%
		mieć wgląd w stan rejestru	17%
		otrzymać historię operacji	17%
		złożyć zlecenie nabycia, odkupienia oraz konwersji jednostek uczestnictwa Funduszy	17%
		uzyskać informację o stanie zleceń internetowych	17%
		dokonać zmiany danych teleadresowych	0%
	Kredyty	dokonać obliczenia wysokości rat dla wybranej kwoty kredytu oraz danego okresu spłaty	0%
		złożyć wniosek o kredyt	17%
		przeglądać listy kredytów	33%
		sprawdzać szczegóły dotyczące kredytów oraz rachunków powiązanych z kredytem	33%
		sprawdzać harmonogram i historię spłaty rat kredytu	33%
	Karty	wypełnić i wysłać wniosek o wydanie karty płatniczej	50%
zastrzec kartę w przypadku jej zgubienia lub kradzieży		50%	
uzyskać informacje o historii operacji wykonanych kartą		67%	
Ustawienia	otrzymać rejestr ostatnich operacji	100%	

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

KANAŁ DOSTĘPU	OBSZAR	OPERACJE	SKALA WYKORZYSTANIA
		prować korespondencję z bankiem	83%
		zmienić hasło, zablokować poszczególne usługi	67%
		eksportować wyciągi bankowe	100%
	Poczta	przeglądanie otrzymanej poczty	67%
		przeglądanie wysłanej poczty	67%
		wysyłanie nowej wiadomości	67%
Inne		67%	
Elektroniczny dostęp do rachunku przez Internet	Rachunki	uzyskać informacje o stanie swojego rachunku i historii operacji	96%
		złożyć dyspozycję przelewu na rachunek własny lub zewnętrzny	96%
		złożyć dyspozycję przelewu na rachunek ZUS, US	93%
		złożyć dyspozycję przelewu zagranicznego	64%
		definiować polecenia zapłaty	32%
		złożyć dyspozycję wykonania przelewu z odroczoną datą realizacji	82%
		zdefiniować zlecenia stałe	54%
	Oszczędności	założyć lub zlikwidować rachunek oszczędnościowy	14%
		dokonać wpłaty na ten rachunek	43%
		otrzymać historię rachunku	50%
	Lokaty	założyć lub zlikwidować lokatę	68%
		otrzymać historię rachunku	68%
		skorzystać z kalkulatora, który wyliczy, ile można zyskać dzięki danej lokacie	18%
	Inwestycje	złożyć dyspozycję otwarcia rejestru lub udostępnienia obsługi Funduszy	11%
		mieć wgląd w stan rejestru	11%
otrzymać historię operacji		7%	

KANAŁ DOSTĘPU	OBSZAR	OPERACJE	SKALA WYKORZYSTANIA
		złożyć zlecenie nabycia, odkupienia oraz konwersji jednostek uczestnictwa Funduszy	11%
		uzyskać informację o stanie zleceń internetowych	11%
		dokonać zmiany danych teleadresowych	7%
	Kredyty	dokonać obliczenia wysokości rat dla wybranej kwoty kredytu oraz danego okresu spłaty	14%
		złożyć wniosek o kredyt	18%
		przeglądać listy kredytów	50%
		sprawdzać szczegóły dotyczące kredytów oraz rachunków powiązanych z kredytem	46%
		sprawdzać harmonogram i historię spłaty rat kredytu	32%
	Karty	wypełnić i wysłać wniosek o wydanie karty płatniczej	25%
		zastrzec kartę w przypadku jej zgubienia lub kradzieży	14%
		uzyskać informacje o historii operacji wykonanych kartą	46%
	Ustawienia	otrzymać rejestr ostatnich operacji	57%
		przewodzić korespondencję z bankiem	57%
		zmienić hasło, zablokować poszczególne usługi	82%
		eksportować wyciągi bankowe	71%
	Poczta	przeglądanie otrzymanej poczty	39%
		przeglądanie wysłanej poczty	36%
wysyłanie nowej wiadomości		43%	
Inne		50%	
	WAP	uzyskać informacje o stanie salda i danych szczegółowych rachunków posiadanych w banku	100%
		sprawdzić wykaz złożonych dyspozycji	33%
		uzyskać informacje o historii operacji na rachunkach	100%
		złożyć dyspozycję przelewu na rachunek własny lub zewnętrzny	100%

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

KANAŁ DOSTĘPU	OBSZAR	OPERACJE	SKALA WYKORZYSTANIA
		złożyć dyspozycję przelewu na rachunek ZUS, US	0%
		złożyć dyspozycję wykonania przelewu z odroczoną datą realizacji	67%
		złożyć zlecenie stałe	0%
		zamówić przesłanie potwierdzenia przelewu	0%
		dokonać spłaty zadłużenia na rachunku karty kredytowej	33%
		złożyć lub zamknąć lokatę	33%
		zmienić osobisty numer PIN	33%
		uzyskać informacje o kursach walut	67%
		trzymać faksem informacje o stanie rachunku	0%
		uzyskać informacje o stanie rejestrów funduszy inwestycyjnych	0%
		zablokować usługę	67%
		inne	100%
Automatyczny serwis telefoniczny – phonebanking		uzyskać informacje o stanie salda i danych szczegółowych rachunków posiadanych w banku	90%
		sprawdzić wykaz złożonych dyspozycji	45%
		uzyskać informacje o historii operacji na rachunkach	85%
		złożyć dyspozycję przelewu na rachunek własny lub zewnętrzny	75%
		złożyć dyspozycję przelewu na rachunek ZUS, US	35%
		złożyć dyspozycję wykonania przelewu z odroczoną datą realizacji	30%
		złożyć zlecenie stałe	20%
		zamówić przesłanie potwierdzenia przelewu	20%
		dokonać spłaty zadłużenia na rachunku karty kredytowej	25%
		złożyć lub zamknąć lokatę	50%
		zmienić osobisty numer PIN	40%

KANAŁ DOSTĘPU	OBSZAR	OPERACJE	SKALA WYKORZYSTANIA
		uzyskać informacje o kursach walut	40%
		trzymać faksem informacje o stanie rachunku	40%
		uzyskać informacje o stanie rejestrów funduszy inwestycyjnych	5%
		zablokować usługę	35%
		inne	45%
SMS		uzyskać informacje o stanie salda i danych szczegółowych rachunków posiadanych w Banku	92%
		zasilać konto telefonu komórkowego typu pre-paid	25%
		przejrzeć wykaz n- ostatnich transakcji przeprowadzonych na koncie	58%
		złożyć dyspozycję przelewu na rachunek własny lub zewnętrzny	50%
		złożyć dyspozycję przelewu na rachunek ZUS, US	17%
		uzyskać informacje o kursach walut	25%
		zmienić osobisty numer PIN	25%
		uzyskać informacje o stanie rejestrów funduszy inwestycyjnych	8%
		zapoznać się z aktualną wyceną funduszy inwestycyjnych	17%
		zablokować usługę	8%
		inne	67%
Home-banking	Rachunki	uzyskać informacje o stanie swojego rachunku i historii operacji	100%
		złożyć dyspozycję przelewu na rachunek własny lub zewnętrzny	100%
		złożyć dyspozycję przelewu na rachunek ZUS, US	97%
		złożyć dyspozycję przelewu zagranicznego	83%
		definiować polecenia zapłaty	67%
		złożyć dyspozycję wykonania przelewu z odroczonej datą realizacji	93%
		zdefiniować zlecenia stałe	43%

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

KANAŁ DOSTĘPU	OBSZAR	OPERACJE	SKALA WYKORZYSTANIA
	Oszczędności	założyć lub zlikwidować rachunek oszczędnościowy	3%
		dokonać wpłaty na ten rachunek	23%
		otrzymać historię rachunku	37%
	Lokaty	założyć lub zlikwidować lokatę	33%
		otrzymać historię rachunku	47%
		skorzystać z kalkulatora, który wyliczy, ile można zyskać dzięki danej lokacie	3%
	Inwestycje	złożyć dyspozycję otwarcia rejestru lub udostępnienia obsługi funduszy	3%
		mieć wgląd w stan rejestru	3%
		otrzymać historię operacji	3%
		złożyć zlecenie nabycia, odkupienia oraz konwersji jednostek uczestnictwa funduszy	3%
		uzyskać informację o stanie zleceń internetowych	3%
		dokonać zmiany danych teleadresowych	3%
	Kredyty	dokonać obliczenia wysokości rat dla wybranej kwoty kredytu oraz danego okresu spłaty	0%
		złożyć wniosek o kredyt	3%
		przeglądać listy kredytów	37%
		sprawdzać szczegóły dotyczące kredytów oraz rachunków powiązanych z kredytem	33%
		sprawdzać harmonogram i historię spłaty rat kredytu	13%
	Karty	wypełnić i wysłać wniosek o wydanie karty płatniczej	7%
		zastrzec kartę w przypadku jej zgubienia lub kradzieży	10%
		uzyskać informacje o historii operacji wykonanych kartą	33%
	Ustawienia	otrzymać rejestr ostatnich operacji	87%
prowadzić korespondencję z bankiem		50%	
zmienić hasło, zablokować poszczególne usługi		83%	

KANAŁ DOSTĘPU	OBSZAR	OPERACJE	SKALA WYKORZYSTANIA
	Poczta	eksportować wyciągi bankowe	73%
		przeglądać otrzymaną pocztę	57%
		przeglądać wysłaną pocztę	47%
		wysyłać nowe wiadomości	50%
	Inne	przeglądać kalendarium ważnych terminów	3%
		pozyskiwać informacje o kursach walut, prognozach walutowych, stawkach referencyjnych, danych z rynku pieniężnego, notowanie bonów skarbowych	93%
		pozyskiwać dane z rynku pieniężnego, o notowaniach bonów skarbowych	13%
		pozyskiwać informacje o prowizjach i oprocentowaniu depozytów i kredytów, adresach sieci placówek	13%
		pozyskiwać informacje o produktach i usługach banku, dostęp do regulaminów	7%
		ustawiać powiadomienie SMS i WAP	3%
		zmienić hasło statyczne	57%
		aktywować listę haseł jednorazowych	0%
		ustawiać podpowiedzi asystenta	7%
		blokować kanały dostępu	27%
		pobierać faksem wybrane informacje dotyczące rachunków	7%
		generować nowy PIN	33%
		zamawiać lub zastrzegać blankiety czekowe	10%
		przeglądać historię korzystania z systemu	63%
		przeprowadzać analizy finansowe	23%
		analizować i kontrolować płynność finansową firmy	37%
graficznie prezentować dane	33%		
autoryzować poszczególne opcje dzięki podpisowi pojedynczemu lub łącznemu	87%		
połączyć aplikację z systemem księgowym	93%		

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

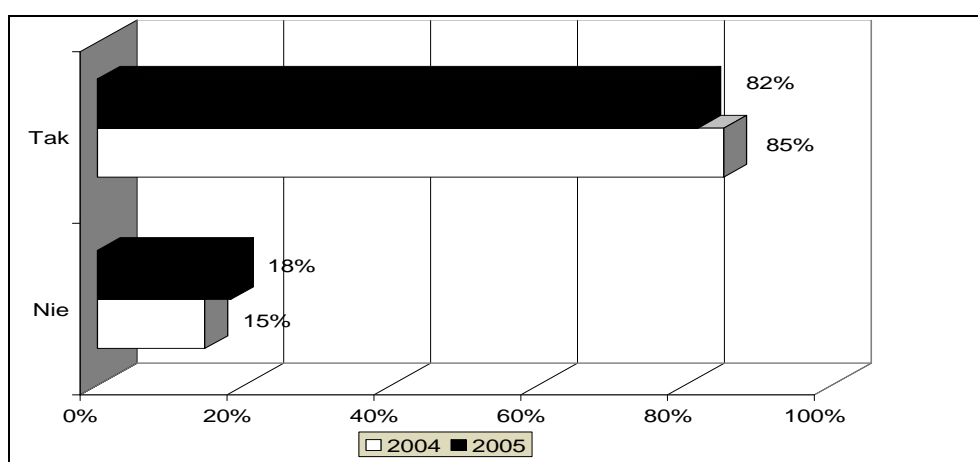
KANAŁ DOSTĘPU	OBSZAR	OPERACJE	SKALA WYKORZYSTANIA
		przeglądać i przetwarzać informacje o transakcjach dokonanych w innych bankach	30%
		autoryzować z wykorzystaniem podpisu elektronicznego	63%

Źródło: Świadczenie usług e-bankowości w bankach komercyjnych w Polsce, ILiM 2006

B2.3.1.5. e-Administracja a banki

82% banków wykorzystywało w 2005 r. Internet do kontaktów z organami administracji publicznej. Oznacza to, że zaledwie 18% nie korzystało w żadnym stopniu z udogodnień elektronicznej administracji (wykres B2.3.1-36).

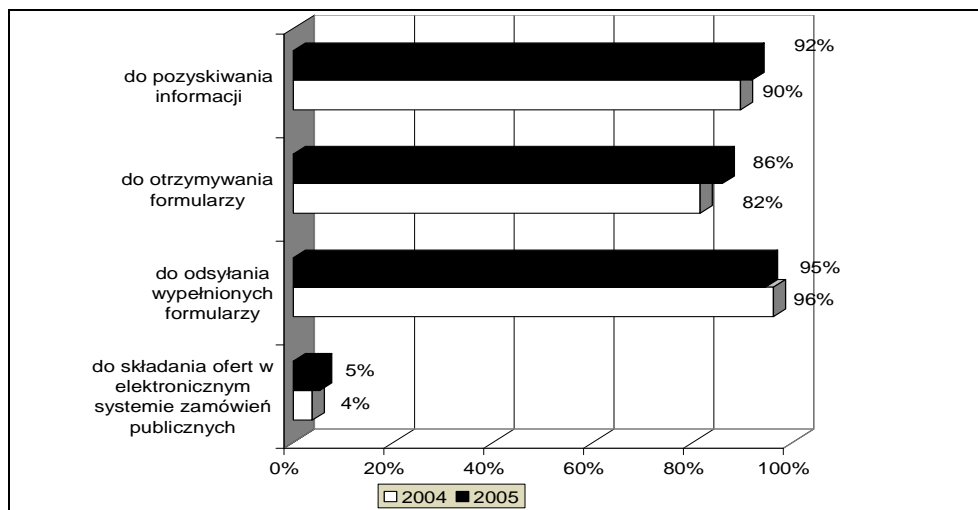
Wykres B2.3.1-36. Przedsiębiorstwa korzystające z Internetu w kontaktach z organami administracji publicznej w 2005 roku



Źródło: *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach sektora finansowego*, GUS 2006

Wśród głównych powodów kontaktu przez Internet z organami administracji publicznej było odsyłanie wypełnionych formularzy (97%), pozyskiwanie informacji (92%) oraz otrzymywanie (86%) i odsyłanie formularzy (95%). Zaletwie 5% banków złożyło ofertę w elektronicznym systemie zamówień publicznych (wykres B2.3.1-37).

Wykres B2.3.1-37. Cele wykorzystywania Internetu przez banki w kontaktach z organami administracji publicznej w 2005 roku



Źródło: *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach sektora finansowego*, GUS 2006

B2.3.1.6. Podsumowanie

Analiza rozwoju elektronicznej bankowości przeprowadzana od kilku lat przez ILiM pokazuje, że e-bankowość jest jednym z najbardziej dynamicznie rozwijających się obszarów e-gospodarki. Analizując przykłady banków z rynku, jasno rysuje się strategia rozwoju usług w ramach e-bankowości w polskich bankach. Pierwszym etapem jest udostępnienie, poprzez kanał elektroniczny, podstawowych usług bankowych. Po uzyskaniu pewnej masy krytycznej użytkowników następuje drugi etap rozwoju, jakim jest rozszerzanie podstawowych usług bankowych o dodatkowe usługi finansowe. Bank elektroniczny staje się punktem dostępu do wielu usług finansowych, poczynając od bankowych, poprzez ubezpieczeniowe, a kończąc na usługach inwestycyjnych. Jeden z banków internetowych (mBank) w drugiej połowie grudnia 2006 roku stał się nawet pierwszym wirtualnym operatorem komórkowy, współpracując w tym zakresie z Polkomtelem⁹⁵.

⁹⁵ Dec Ł., *W mBanku dzwoni 15 tysięcy telefonów*, Rzeczpospolita, nr 43, 20.02.2007, dod. Ekonomia i rynek, str. 4

B2.3.2. E-ubezpieczenia

Wykorzystywanie Internetu w działalności ubezpieczeniowej trwa w Polsce już dekadę. Początkowo stosowano to narzędzie tylko w celach informacyjnych i promocyjnych, później stopniowo rozszerzano zakres oferowanych opcji interaktywnych. Proces zmian w tym zakresie jest dość dynamiczny, co utrudnia jego bieżący monitoring i podkreśla wagę badań w tym obszarze.

Celem niniejszego opracowania jest zaprezentowanie zakresu wykorzystania narzędzi elektronicznej gospodarki przez zakłady ubezpieczeń. Podobnie jak w poprzednich raportach, tak i tym razem zagadnienia omówione zostały w ramach pięciu grup tematycznych: infrastruktury informatycznej, bezpieczeństwa, korzystania z e-administracji, stron www zakładów oraz usług elektronicznych świadczonych przez ubezpieczycieli.

Głównym źródłem informacji pierwotnych dla niniejszego opracowania były dane uzyskane w badaniu przeprowadzonym przez Główny Urząd Statystyczny w okresie luty – kwiecień 2006 r. pt. *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w sektorze finansowym*. Celem badania była identyfikacja zakresu i sposobów wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach sektora finansowego. Dane zebrane zostały metodą korespondencyjną w oparciu o kwestionariusz. Kwestionariusz składał się z pytań pogrupowanych tematycznie w cztery obszary oraz metryczkę i pytania dodatkowe. Obszary tematyczne dotyczyły: podstawowych informacji o systemach informacyjno-telekomunikacyjnych (ICT), korzystania z Internetu, handlu elektronicznego przez Internet, handlu elektronicznego przez zewnętrzne sieci inne niż Internet. Badaniem GUS objętych zostało 59 zakładów krajowych. Oznacza to, że uzyskano dane od 87% zakładów⁹⁶, Zebrane informacje dotyczą roku 2005 lub stanu na dzień na dzień 31 stycznia 2006 r.

Drugim źródłem informacji było badanie przeprowadzone przez Instytut Logistyki i Magazynowania w okresie 13 listopada do 20 grudnia 2006 roku. Badaniem objęto 72 podmioty – krajowe zakłady ubezpieczeń oraz oddziały główne zakładów zagranicznych. Badanie miało charakter dwuetapowy. Celem pierwszego etapu było stwierdzenie faktu posiadania strony internetowej przez zakłady ubezpieczeń i oddziały główne. Próba zakładów ubezpieczeniowych

⁹⁶ Liczba działających zakładów i oddziałów głównych zagranicznych zakładów ubezpieczeń według danych na dzień 31.12.2005 r. wynosiła 32 podmioty w dziale I (ubezpieczenia na życie) oraz 35 podmiotów w dziale II (ubezpieczenia majątkowe i pozostałe osobowe). KNUiFE, *Biuletyn Kwartalny. Rynek ubezpieczeń 4/2005*, www.knf.gov.pl.

posiadających stronę internetową w liczbie 67 podmiotów⁹⁷ stanowiła podstawę przeprowadzenia dalszych badań (drugiego etapu). Jego celem była ocena zakresu informacyjnego stron internetowych zakładów ubezpieczeń (badanie *Zakres informacyjny stron internetowych zakładów ubezpieczeń w Polsce*) oraz zakresu usług świadczonych drogą elektroniczną, rodzaju kanałów dostępu oraz adresatów tych usług (badanie *Świadczenie usług drogą elektroniczną w zakładach ubezpieczeń w Polsce*). Badanie *Świadczenie usług drogą elektroniczną w zakładach ubezpieczeń w Polsce* przeprowadzono według dwuetapowej procedury obejmującej w pierwszej kolejności analizę stron internetowych, a następnie wysłanie wypełnionego formularza do potwierdzenia i ewentualnego uzupełnienia informacji przez kompetentnego pracownika zakładu ubezpieczeń. Ostatecznie zebrano dane dotyczące 67 zakładów ubezpieczeń i oddziałów głównych posiadających strony internetowe oraz wysłano do 55 zakładów⁹⁸ wypełniony formularz do potwierdzenia i ewentualnego uzupełnienia informacji. Autoryzację odpowiedzi uzyskano od 13 zakładów ubezpieczeń, w tym 10 świadczących usługi drogą elektroniczną.

B2.3.2.1. Infrastruktura informatyczna w zakładach ubezpieczeń

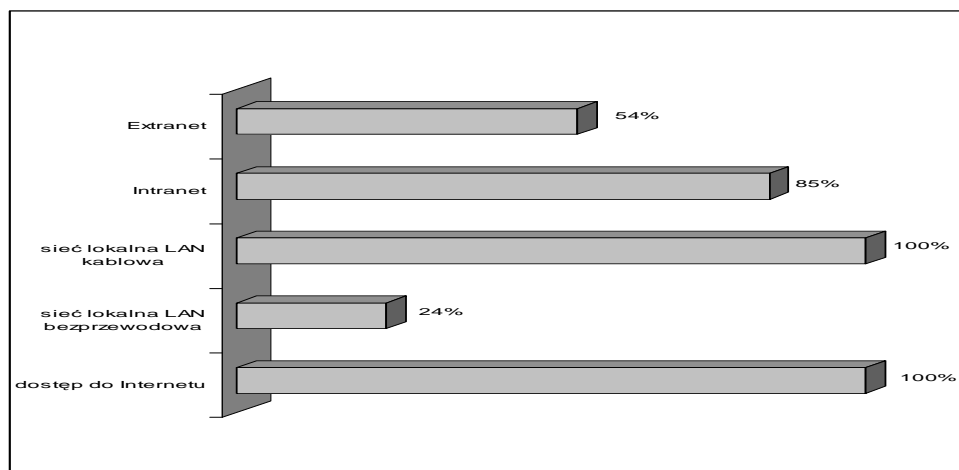
Wszystkie ze zbadanych zakładów ubezpieczeń dysponowały w styczniu 2006 r. dostępem do Internetu oraz lokalną kablową siecią LAN (wykres B2.3.2-1). 85% ubezpieczycieli wyposażonych było w sieć intranet, natomiast niewiele ponad połowa w extranet. Przeciętny zakład ubezpieczeń dysponował pomiędzy trzema a czterema ze zbadanych technologii informacyjno-telekomunikacyjnych.

Wykorzystywanie przez zakłady sieci innych niż Internet było rzadkie (wykres B2.3.2-2.). Zaledwie po dwa zakłady dysponowały siecią do otrzymywania zamówień na przelewy grupowe poprzez aplikacje komputerowe klientów instytucjonalnych lub przedsiębiorstw oraz siecią do otrzymywania zamówień od agentów zajmujących się sprzedażą poprzez system komputerowy połączony z systemem przedsiębiorstwa.

Wykres B2.3.2-1. Wyposażenie zakładów ubezpieczeń w technologie informacyjno-telekomunikacyjne w styczniu 2006 r.

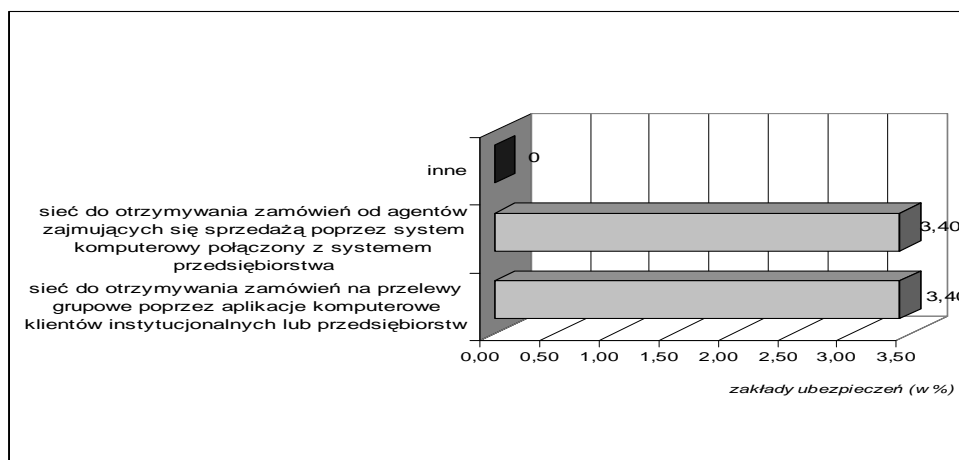
⁹⁷ Próba pomniejszona z uwagi na fakt, że dwa podmioty nie posiadały strony www w języku polskim oraz w przypadku 3 zakładów strona była w przebudowie co uniemożliwiało przeprowadzenia badania.

⁹⁸ Próba pomniejszona z uwagi na fakt, że niektóre grupy ubezpieczeniowe posiadają zakłady lub oddziały zarówno w dziale I (ubezpieczenia na życie), jak i II (ubezpieczenia majątkowe i pozostałe osobowe).



Źródło: Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w sektorze finansowym, GUS 2006

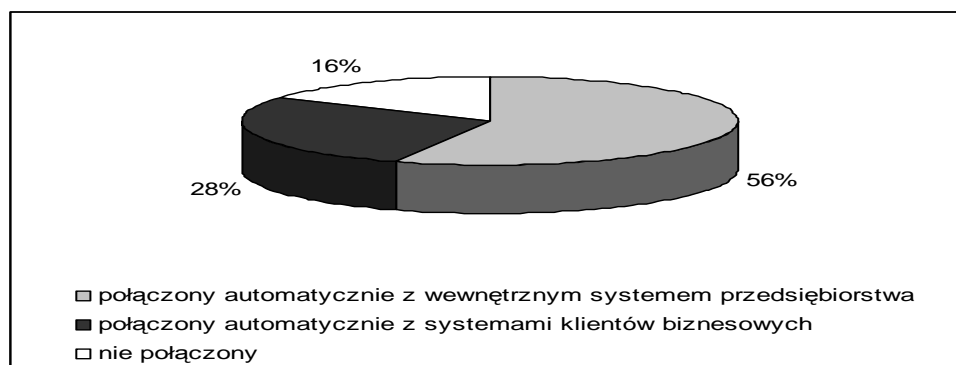
Wykres B2.3.2-2. Wykorzystywanie przez zakłady ubezpieczeń sieci innych niż Internet w styczniu 2006 r.



Źródło: Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w sektorze finansowym, GUS 2006.

System informatyczny pozwalający na obsługę zamówień występował u dwóch na pięciu asekuratorów (u 42% podmiotów). 16% takich systemów nie było jednakże automatycznie połączonych ani z systemem wewnętrznym przedsiębiorstwa, ani z systemami klientów biznesowych. Co drugi z występujących systemów połączony był z systemem wewnętrznym zakładu ubezpieczeń, natomiast co czwarty z systemami klientów biznesowych (wykres B2.3.2-3).

Wykres B2.3.2-3. Systemy informatyczne do obsługi zamówień w zakładach ubezpieczeń w styczniu 2006 r.



Źródło: *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w sektorze finansowym*, GUS 2006

Powyższe dane wskazują, że w porównaniu do roku ubiegłego nie nastąpiły zasadnicze zmiany w zakresie stosowanych przez zakłady ubezpieczeń technologii. Zauważyć można jedynie niewielki wzrost popularności w odniesieniu do sieci kablowej LAN (o 2%), intranetu (o 3%), extranetu (o 5%) oraz sieci bezprzewodowej LAN (o 4%). Wykorzystanie extranetu rośnie zatem od 2004 r. w sposób najbardziej dynamiczny w porównaniu do pozostałych technologii, co wiązać należy z rozwojem wewnętrznych sieci dla pośredników i pomocników dystrybucji.⁹⁹ Systemy dedykowane dla pośredników mogą być różnicowane w zależności od rodzaju pośrednika (dla agentów, brokerów, pracowników zewnętrznych firm dystrybucyjnych)¹⁰⁰ oraz zakresu oferowanych opcji.¹⁰¹ Dane dotyczące wykorzystywania sieci innych niż Internet wskazywałyby na znaczący spadek popularności tego typu rozwiązań (w styczniu 2006 r. korzystało z nich 7% zakładów, natomiast rok wcześniej 20%), trudno jednakże znaleźć wytłumaczenie takiego stanu rzeczy.

⁹⁹ W 2005 r. specjalne serwisy dla pośredników udostępniały między innymi grupa Allianz, Commercial Union, Ergo Hestia, Nationwide, Skandia, Tryg i Warta.

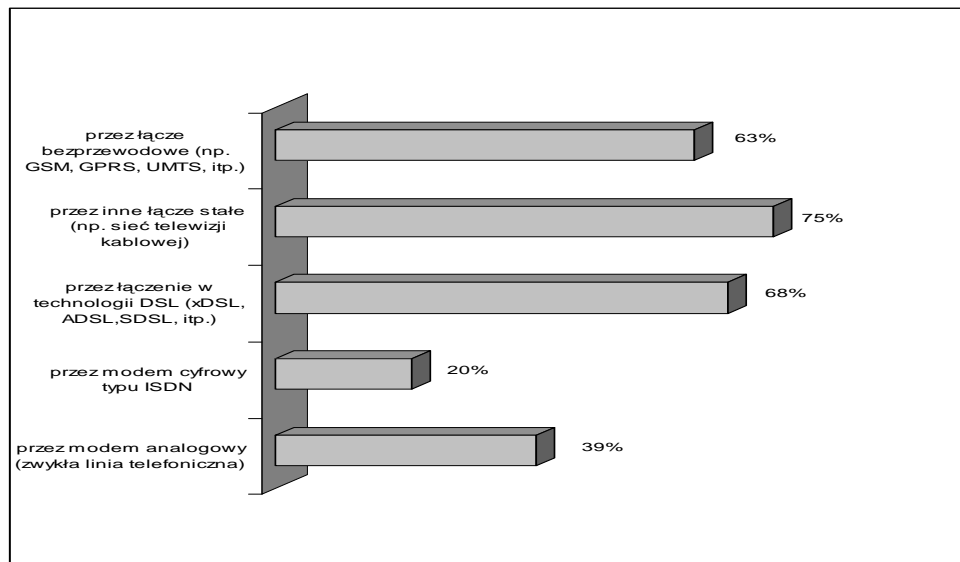
¹⁰⁰ Przykładowo w 2005 r. TUiR Warta S.A. oferowała serwisy oddzielne dla brokerów i agentów, Skania Życie serwis dla pośredników broker on-line oraz, szerzej dostępny, SkandiaNet.

¹⁰¹ Standardowo serwisy takie miały w 2005 r. charakter informacyjny (informacje na temat procedury zawierania umów, ogólne warunki ubezpieczeń, opisy produktów, informacje dotyczących rynku). Jednakże przykładowo w 2005 r. TUnŻ Nationwide SA umożliwiło stworzenie przez pośrednika za pomocą aplikacji SPEC.net analizy historycznych wyników poszczególnych funduszy inwestycyjnych z oferty Nationwide w zestawieniu z zyskami osiągniętymi w tym czasie np. na lokatach bankowych oraz w porównaniu z innymi wskaźnikami, jak inflacja czy indeks WIG20..

Niestety brak jest danych porównawczych dotyczących systemów informatycznych pozwalających na obsługę zamówień. Informacje dotyczące początku 2006 r. wskazują na niski stopień stosowania tego typu rozwiązań, pomimo wielokrotnie już podkreślanego wysokiego potencjału korzyści, które ze sobą niosą.

Jak już wspomniano wszystkie zakłady ubezpieczeń wykorzystują Internet. Z łączy kablowych najszerzej wykorzystywane są łącza stałe, w tym przede wszystkim łączenie w technologii DSL. Niemal dwie trzecie ubezpieczycieli korzysta z łączy bezprzewodowych. Połączenie przez modem analogowy stosowane jest jeszcze przez 40% zakładów (wykres B2.3.2-4). Najczęściej nie jest to jednak jedyna stosowana opcja. Zaledwie jeden zakład zadeklarował maksymalną możliwą prędkość ściągania danych poniżej 144Kb/s. Wszystkie pozostałe zakłady ściągały dane z prędkością większą, w tym nieco ponad dwie trzecie z prędkością 2 Mb/s lub więcej (wykres B2.3.2-5). Asekuratorzy jednocześnie korzystali z co najmniej dwóch do trzech sposobów połączenia.

Wykres B2.3.2-4. Rodzaje połączeń z Internetem w zakładach ubezpieczeń w styczniu 2006 r.



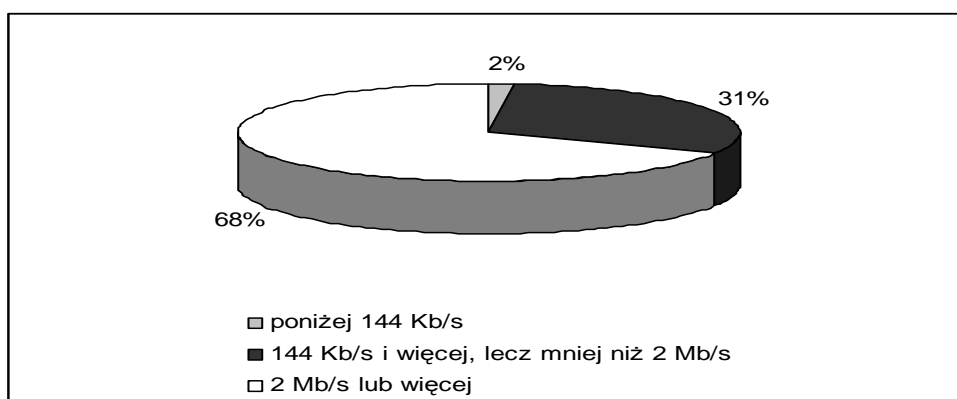
Źródło: Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w sektorze finansowym, GUS 2006

W porównaniu do roku ubiegłego spadło wykorzystanie modemu analogowego (o 7%) oraz typu ISDN (o 9%) na rzecz połączeń przez inne, poza typem DSL, łącza

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

stałe (wzrost o 27%) oraz bezprzewodowe (wzrost o 18%). Został zatem utrzymany kierunek zmian, który zaobserwować można od 2004 r.¹⁰²

Wykres B2.3.2-5. Maksymalna szybkość ściągania danych z Internetu w zakładach ubezpieczeń w styczniu 2006 r.

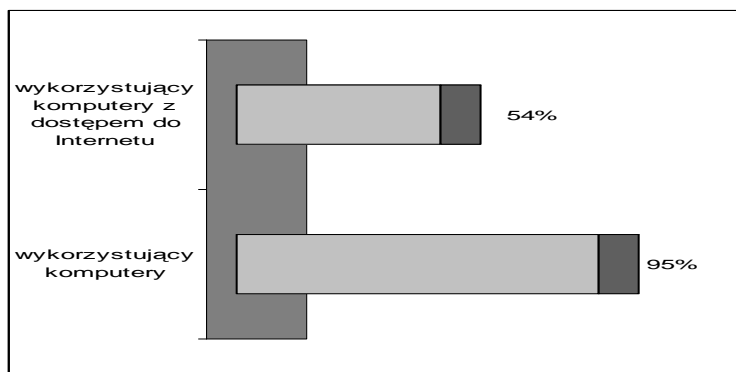


Źródło: *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w sektorze finansowym*, GUS 2006

Niemal wszyscy pracownicy zakładów ubezpieczeń dysponowali komputerem, przy czym niewiele ponad połowa z nich miała również dostęp do Internetu (wykres B2.3.2-6). W porównaniu do roku poprzedniego udział pracowników wykorzystujących komputer zmalał (o 3%) oraz ograniczony został znacznie ich dostęp do Internetu (o 16%).

¹⁰² Od tego roku powadzone są badania przez ILiM oraz (od 2005 r.) przez GUS w tym zakresie.

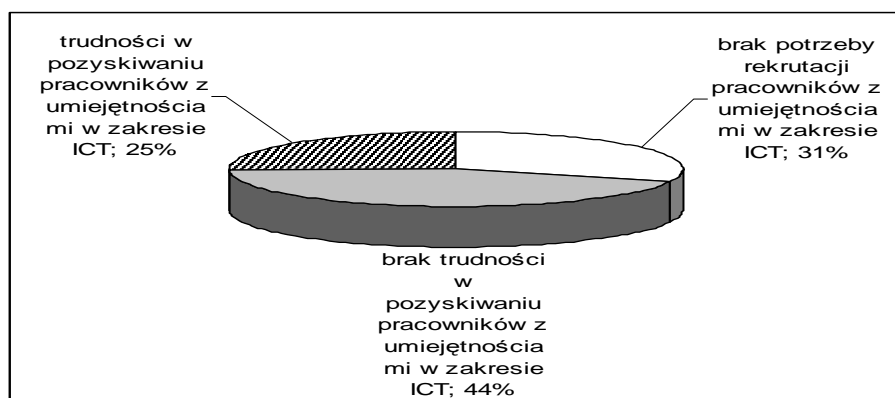
Wykres B2.3.2-6. Wykorzystywanie komputerów przez pracowników zakładów ubezpieczeń w styczniu 2006 r. (w %)



Źródło: *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w sektorze finansowym*, GUS 2006

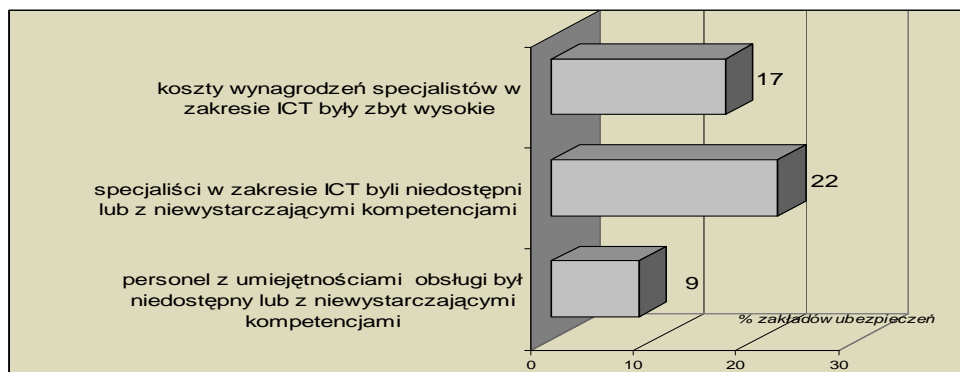
Niemal jedna trzecia zakładów zadeklarowała, że w 2005 r. nie miała potrzeby rekrutacji pracowników z umiejętnościami ICT (wykres B2.3.2-7). Wśród tych asekuratorów, którzy zdecydowali się na zatrudnienie nowych osób z umiejętnościami ICT, niemal czterech na dziesięć napotkało problemy. Trudności dotyczyły najczęściej niedostatecznej podaży specjalistów z odpowiednimi kwalifikacjami lub zbyt wysokich kosztów ich zatrudnienia (wykres B2.3.2-8).

Wykres B2.3.2-7. Pozyskiwanie przez zakłady ubezpieczeń pracowników z umiejętnościami w zakresie ICT w 2005 r.



Źródło: *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w sektorze finansowym*, GUS 2006

Wykres B2.3.2-8. Rodzaje trudności w pozyskiwaniu przez zakłady ubezpieczeń pracowników z umiejętnościami w zakresie ICT w 2005 r.



Źródło: *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w sektorze finansowym*, GUS 2006

48% zakładów wytworzyło w 2005 r. własne oprogramowanie i wydatkowało na ten cel przeciętnie 25,5 milionów zł (tabela B2.3.2-1). W porównaniu do przedsiębiorstw pośrednictwa pieniężnego i kredytowego asekuratorzy znacznie częściej decydowali się na tego typu działania, choć przeznaczali na nie niższe kwoty. Ogólnie im przedsiębiorstwo było większe, tym częściej decydowało się na stworzenie własnego oprogramowania i tym wyższe nakłady przeznaczano na ten cel. Biorąc pod uwagę wyniki z 2004 r. przypuszczać można, że częściej i w bardziej kompleksowym zakresie wytwarzanie własnego oprogramowania miało miejsce w dziale II (ubezpieczenia majątkowe i pozostałe osobowe), aniżeli w dziale I (ubezpieczenia na życie). Oznacza to, że gotowe rozwiązania dostępne na rynku są w mniejszym stopniu przystosowane do specyfiki działalności w zakresie krótkoterminowych ubezpieczeń majątkowych.

Tabela B2.3.2-1. Wytwarzanie własnego oprogramowania przez przedsiębiorstwa pośrednictwa pieniężnego i kredytowego oraz zakłady ubezpieczeń w 2005 r.

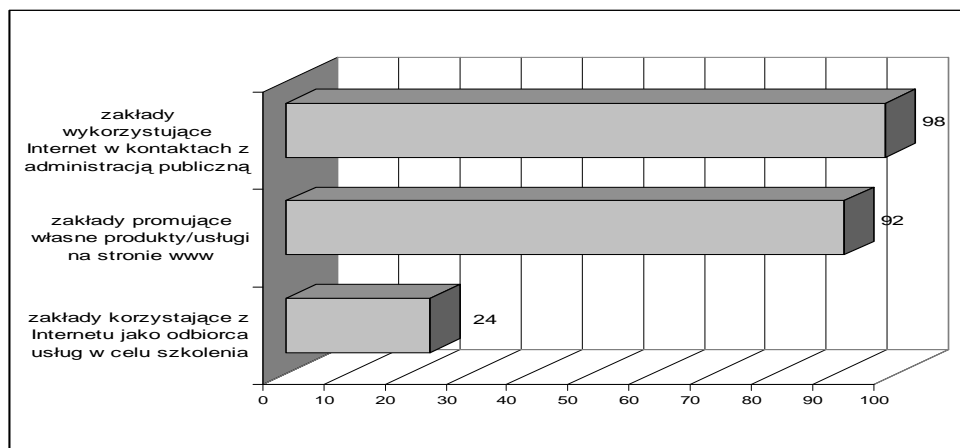
Wyszczególnienie	Przedsiębiorstwa wytwarzające własne oprogramowanie (w %)	Koszt netto wytworzonego własnego oprogramowania (w tys. zł)
Małe przedsiębiorstwa (10 - 49 pracujących)	5	12 717
Średnie przedsiębiorstwa (50 - 249 pracujących)	17	26 728
Duże przedsiębiorstwa (250 i więcej pracujących)	60	66 631
Pośrednictwo pieniężne i kredyty	9	80 549
Ubezpieczenia	48	25 527

Źródło: Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w sektorze finansowym, GUS 2006

Zakłady ubezpieczeń wykorzystywały Internet w styczniu 2006 r. przede wszystkim w celu kontaktów z administracją publiczną oraz promocji przy wykorzystaniu własnej strony WWW (wykres B2.3.2-9). W porównaniu do stycznia 2005 r. aktywność asekuratorów wzrosła znacznie w zakresie promocji internetowej własnych produktów przy wykorzystaniu własnej strony internetowej (zmiana odsetka zakładów o 24%) i szkoleń online (zmiana o 10%). Zmianę tę ocenić należy zdecydowanie pozytywnie, a zwiększenie ilości szkoleń wiązać z rozbudową systemów dla pośredników zależnych.

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

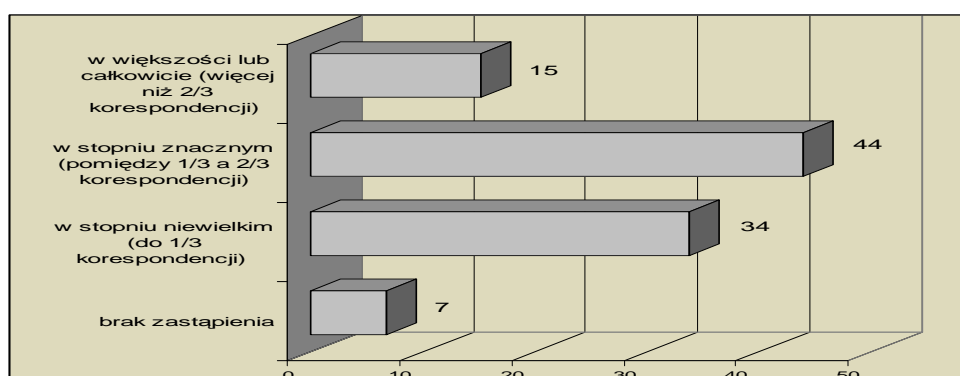
Wykres B2.3.2-9. Cele wykorzystywania Internetu przez zakłady ubezpieczeń w styczniu 2006 r. (w %)



Źródło: Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w sektorze finansowym, GUS 2006

Wykorzystanie w zakładach ubezpieczeń poczty elektronicznej spowodowało w ciągu ostatnich pięciu lat niemal u wszystkich podmiotów częściową likwidację poczty tradycyjnej. Najczęściej została ona zastąpiona w stopniu znacznym, tj. od 33% do 66%. Dokładne dane przedstawia wykres B2.3.2-10. Zjawisko to ocenić należy zdecydowanie pozytywnie, bowiem nie tylko przyspiesza proces komunikacji, ale także ułatwia jej archiwizację i powoduje oszczędności.

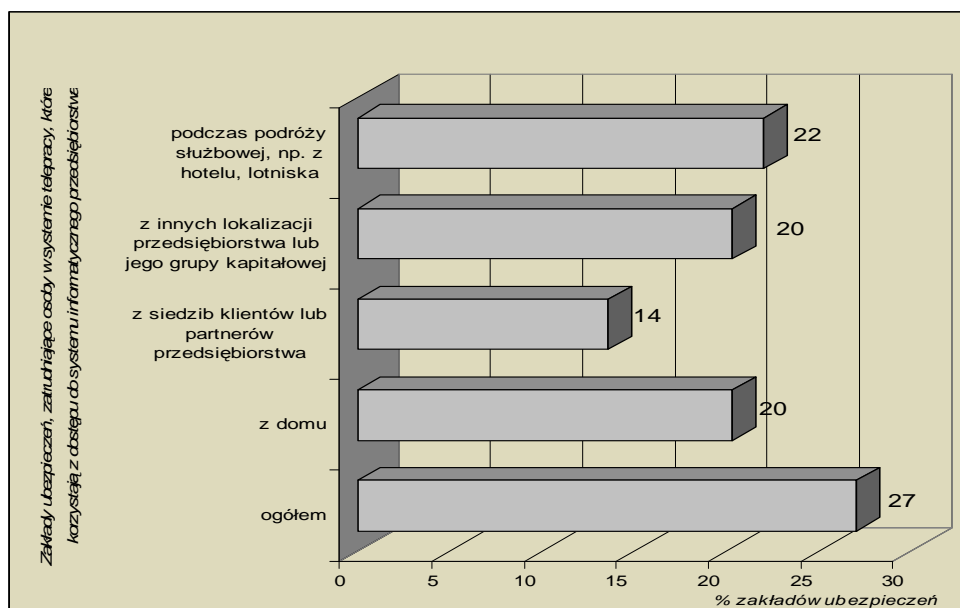
Wykres B2.3.2-10. Zastąpienie poczty tradycyjnej przez elektroniczną w zakładach ubezpieczeń w ciągu ostatnich 5 lat. (% zakładów ubezpieczeń)



Źródło: Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w sektorze finansowym, GUS 2006

Z opcji zatrudnienia w systemie telepracy korzystał w styczniu 2006 r. nieco ponad co czwarty zakład ubezpieczeń.. Zakłady umożliwiały dostęp do systemu informatycznego przedsiębiorstwa zarówno podczas wyjazdów służbowych, jak i podczas pracy w domu. Stosunkowo często stosowano także rozwiązanie polegające na udostępnieniu systemu przedsiębiorstwa w placówkach terenowych. Można ponadto zauważyć, że wykorzystywane są do wykonywania telepracy systemy biznesowe klientów (szczegółowe dane przedstawia wykres B2.3.2-11). Jest to możliwe dzięki wspomnianej wcześniej integracji systemów klientów z systemami zakładu. Fakt ten w połączeniu z coraz szerszym stosowaniem telepracy (wzrost w porównaniu z rokiem 2005 o 17%) świadczy o stopniowym rozdzielaniu łańcucha tworzenia wartości w zakładzie ubezpieczeń i wirtualizacją ubezpieczyciela.

Wykres B2.3.2-11. Telepraca w zakładach ubezpieczeń w styczniu 2006 r.



Źródło: Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w sektorze finansowym, GUS 2006

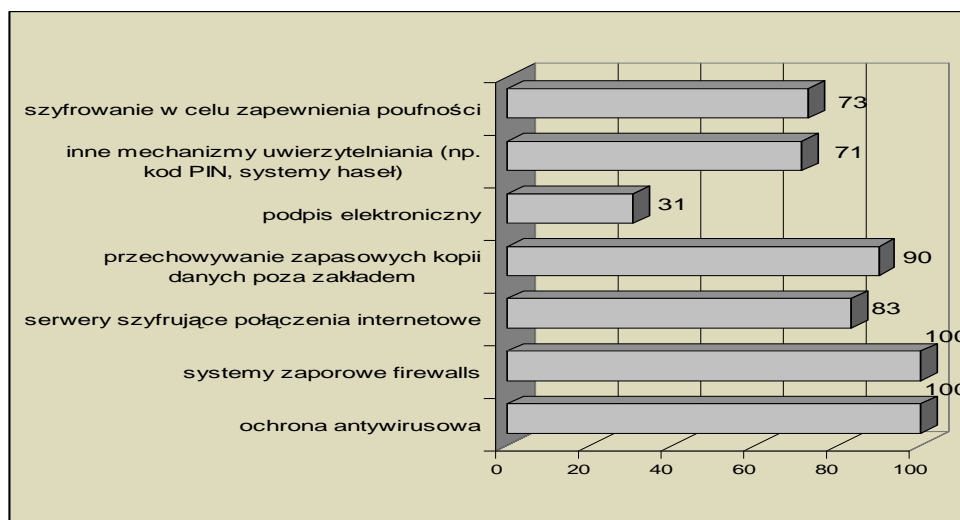
B2.3.2.2. Bezpieczeństwo informatyczne w zakładach ubezpieczeń

W 2005 r. w 30,5% zakładów pojawiły się problemy z utrzymaniem bezpieczeństwa sieci lub danych. Odsetek ten jest znacznie wyższy niż w latach poprzednich (odpowiednio 2003 r. - 17% i 2004 r. – 19%). Zważywszy na fakt, że ilość stosowanych zabezpieczeń utrzymywała się na podobnym poziomie (w 2003

r. stosowano przeciętnie 6, a w 2004 r. pięć zabezpieczeń), stwierdzić należy, że prawdopodobnie wzrosła częstotliwość ataków i/lub ich precyzja.

Zakłady ubezpieczeń stosowały przeciętnie pomiędzy pięcioma a sześcioma rodzajami zabezpieczeń. Do najbardziej powszechnych, podobnie jak w roku 2004, należały: ochrona antywirusowa, systemy zaporowe firewalls oraz przechowywanie zapasowych kopii danych poza zakładem (wykres B2.3.2-12). W porównaniu do 2004 r. wzrosła częstotliwość stosowania serwerów szyfrujące połączenia internetowe (o 18%), szyfrowania w celu zapewnienia poufności (o 9%), stosowania mechanizmów uwierzytelniających typu kod PIN, systemy haseł (o 8%) oraz przechowywania zapasowych kopii danych poza zakładem (o 5%). Ubezpieczyciele korzystali natomiast rzadziej z podpisu elektronicznego.

Wykres B2.3.2-12. Zabezpieczenia stosowane przez zakłady ubezpieczeń w styczniu 2006 r. (w %)



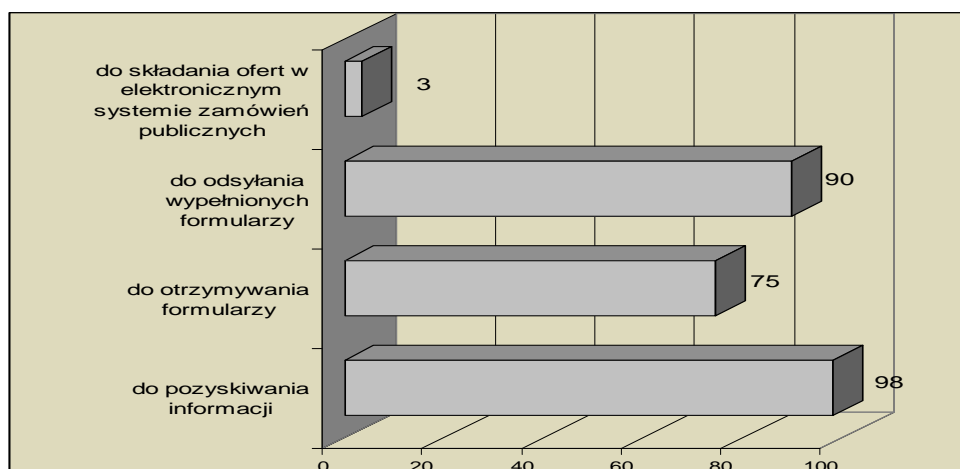
Źródło: Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w sektorze finansowym, GUS 2006

B2.3.2.3. E-administracja a zakłady ubezpieczeń

Za wyjątkiem jednego, wszystkie zakłady ubezpieczeń wykorzystywały w 2005 r. Internet do kontaktów z administracją publiczną. Stosowano to rozwiązanie w najszerszym stopniu do pozyskiwania informacji oraz odsyłania wypełnionych formularzy (wykres B2.3.2-13). W kontekście tego ostatniego dziwi fakt, że 15% zakładów spośród tych, które formularze odsyłają on-line, pozyskuje je drogą tradycyjną. W 2005 r. mniej zakładów niż w 2004 r. korzystało z możliwości ściągnięcia formularza. Fakt ten dziwi szczególnie w odniesieniu do przyjętej

strategii dotyczącej e-administracji w Polsce. Pozytywnie ocenić należy fakt, że w 2005 r. dwa zakłady ubezpieczeń złożyły ofertę korzystając z elektronicznego systemu zamówień publicznych, pomimo, że dostępność takich systemów, w porównaniu z rokiem 2004 spadła.¹⁰³

Wykres B2.3.2-13. Korzystanie z usług administracji publicznej on-line przez zakłady ubezpieczeń w 2005 r. (w %)



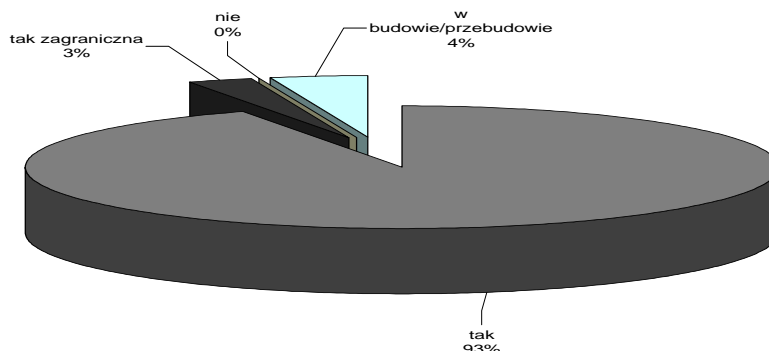
Źródło: Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w sektorze finansowym, GUS 2006

B2.3.2.4. Strony www zakładów ubezpieczeń

W grudniu 2006 roku nieco ponad dziewięć na dziesięć zakładów ubezpieczeń posiadało własną stronę internetową, 3 zakłady były w trakcie jej przebudowy, a dwa zakłady prezentowały informacje na swój temat na stronach zagranicznej spółki matki (wykres B2.3.2-14).

¹⁰³ Odsetek urzędów posiadających system informatyczny do obsługi zamówień publicznych w 2005 r. zmniejszył się (2004 r.- 19,7%, 2005 r. – 17,3%). *Stopień informatyzacji urzędów w Polsce - raport generalny z badań ilościowych dla Ministerstwa Spraw Wewnętrznych i Administracji*, 2 edycja badania, Warszawa 2005, <http://www.mswia.gov.pl/porta1/pl/258/4380>, s. 8.

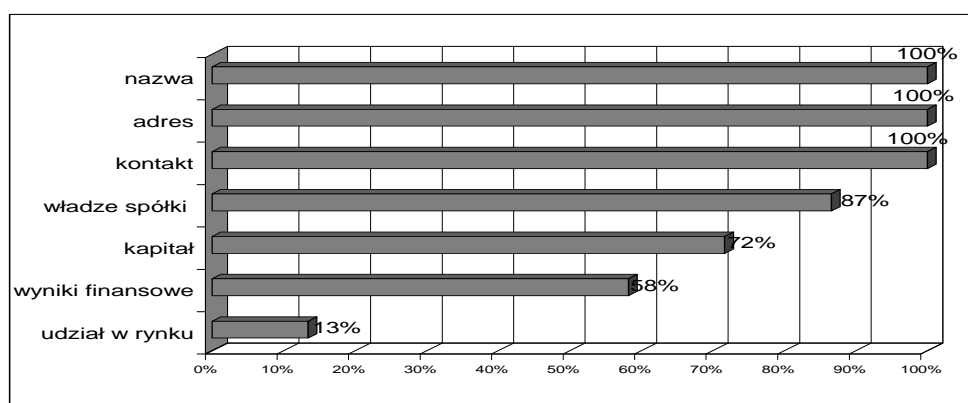
Wykres B2.3.2-14. Strony WWW zakładów ubezpieczeń w grudniu 2006 r.(w %)



Źródło: Zakres informacyjny stron internetowych zakładów ubezpieczeń w Polsce, ILiM 2006

Podstawowymi informacjami udostępnianymi przez zakłady ubezpieczeń są nazwa, adres i dane kontaktowe ubezpieczyciela. Stosunkowo rzadko, bo tylko na co ósmej stronie znaleźć można informacje na temat udziału w rynku. W porównaniu do zakresu informacyjnego stron w 2004 i 2005 r., nie zmieniła się sytuacja pod względem rodzaju i zakresu prezentowanych informacji na etapie przedstawienia zakładu. Nieco częściej zakłady publikowały w tym roku informacje o kapitale i wynikach finansowych, rzadziej natomiast o wysokości udziału w rynku.

Wykres B2.3.2-15. Opcje oferowane przez zakłady ubezpieczeń na stronach internetowych w grudniu 2006 r.– etap przedstawienie zakładu.

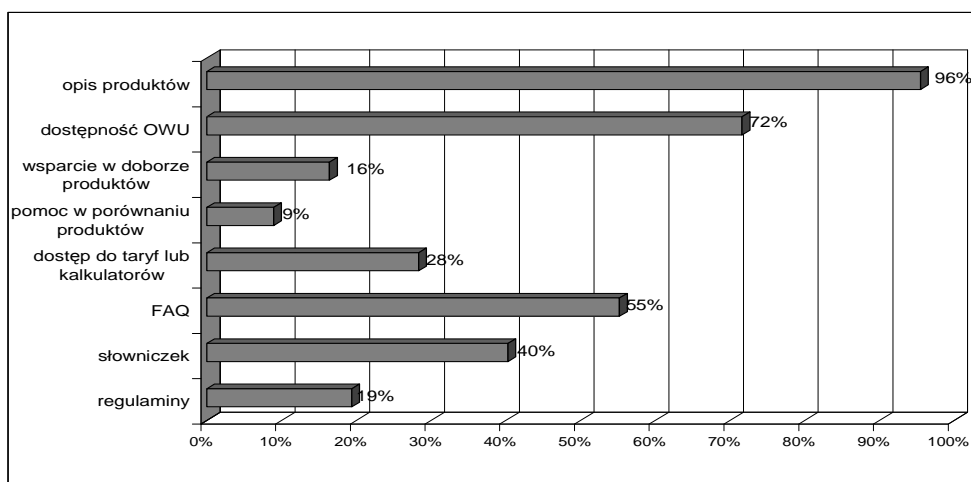


Źródło: Zakres informacyjny stron internetowych zakładów ubezpieczeń w Polsce, ILiM 2006

W zakresie wsparcia na etapie wyboru produktu przez ubezpieczającego (etap doradztwa) zakłady oferują przede wszystkim opis produktów oraz OWU (ogólne warunki ubezpieczeń). Dostępność tych ostatnich w porównaniu do roku poprzedniego zdecydowanie wzrosła (o 18%), co należy ocenić bardzo pozytywnie. Zwiększyła się ponadto dostępność bazy najczęściej zadawanych pytań i odpowiedzi na nie (o 15%) oraz słowniczka (o 11%). W niewielkim stopniu zmianie uległo wsparcie w doborze produktów (wzrost o 5%) i pomoc w ich porównaniu (wzrost o 4%). Warto jednakże zauważyć, że zwiększył się dostęp do taryf lub kalkulatorów (o 11%). Zakłady niezwykle rzadko informują o wyłączeniach w zakresie ochrony, możliwościach jej wypowiedzenia, początku materialnej odpowiedzialności ubezpieczyciela. Informacje te jednak znajdują się w OWU a regulacje mogą być różne dla różnych produktów (poza tymi, które są określone przepisami imperatywnymi, np. prawo odstąpienia od umowy). W nikłym zakresie podawane są też informacje dotyczące praktycznej realizacji online aktu zakupu ubezpieczenia. Dokładne dane na temat częstotliwości występowania poszczególnych opcji prezentuje wykres B.2.3.2-15. oraz B.2.3.2-16.

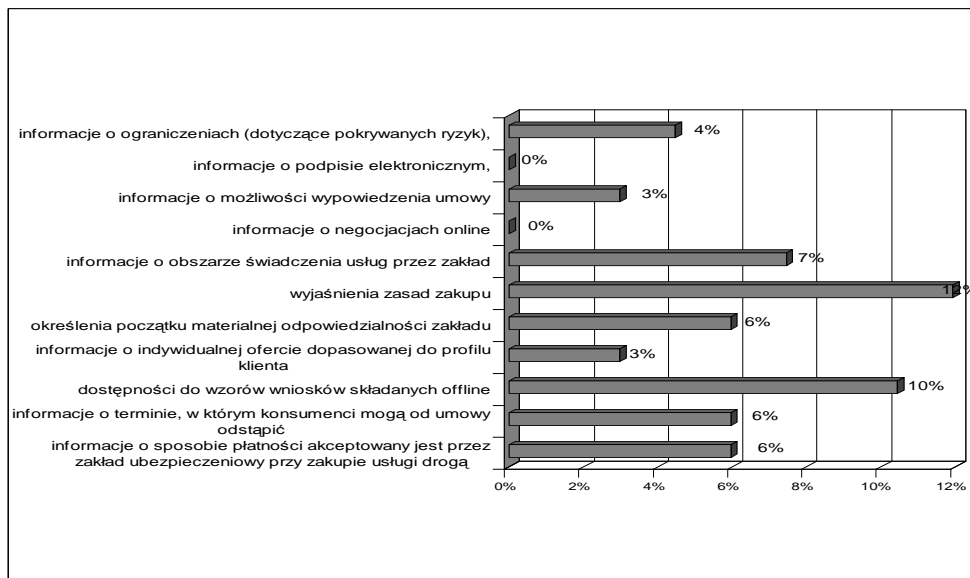
Zakres udzielanych informacji formalnych, na przykład zasad przetwarzania danych osobowych czy języku, w którym może być zawarta umowa uległ w porównaniu do 2005 r. nieznacznemu rozszerzeniu (wykres B.2.3.2-17).

Wykres B.2.3.2-16. Opcje oferowane przez zakłady ubezpieczeń na stronach www w 2006r.– doradztwo



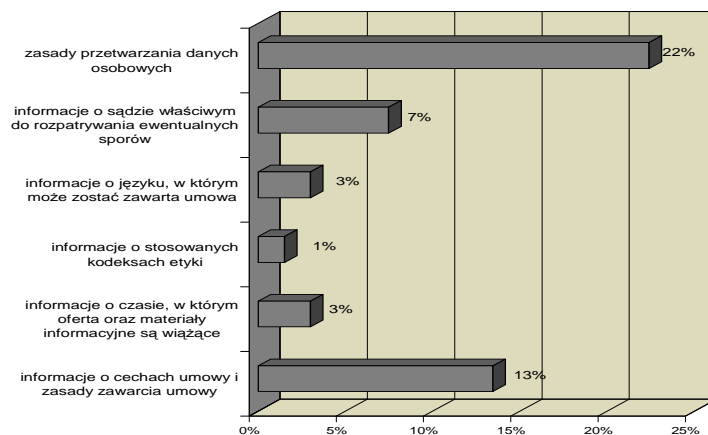
Źródło: Zakres informacyjny stron internetowych zakładów ubezpieczeń w Polsce, ILiM 2006

Wykres B2.3.2-17. Opcje oferowane przez zakłady ubezpieczeń na stronach www – informacje formalne dotyczące zawierania umowy



Źródło: Zakres informacyjny stron internetowych zakładów ubezpieczeń w Polsce, ILiM 2006

Wykres B2.3.2-18. Opcje oferowane przez zakłady ubezpieczeń na stronach www – informacje formalne dotyczące zawierania umowy

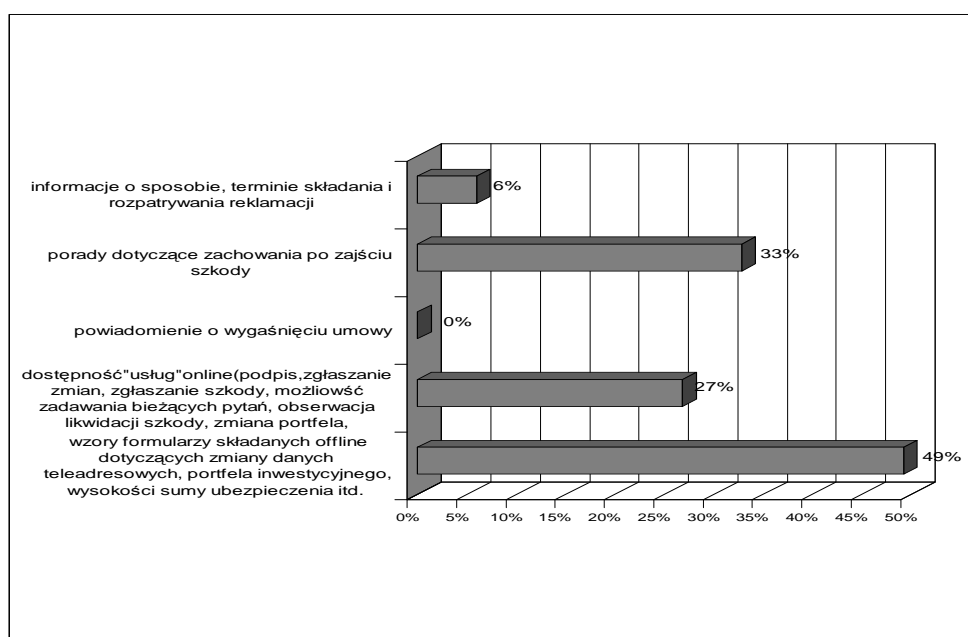


Źródło: Zakres informacyjny stron internetowych zakładów ubezpieczeń w Polsce, ILiM 2006

Wparcie klienta na etapie po zakupie ubezpieczenia uległo w porównaniu do roku poprzedniego rozszerzeniu (wykres B2.3.2-19). Wzrosła dostępność

formularzy składanych offline (o 16%), „usług” online (podpis, zgłaszanie zmian, zgłaszanie szkody, możliwość zadawania bieżących pytań, obserwacja likwidacji szkody, zmiana online portfela, obliczanie wartości zgromadzonych środków – o 19%) oraz porad dotyczące zachowania się ubezpieczającego po zajściu szkody (o 8%). Podobnie, jak w roku poprzednim, żaden zakład ubezpieczeń nie powiadamiał online o wygaśnięciu umowy.

Wykres B2.3.2-19. Opcje oferowane przez zakłady ubezpieczeń na stronach WWW w 2006r. – obsługa po sprzedaży



Źródło: Zakres informacyjny stron internetowych zakładów ubezpieczeń w Polsce, ILiM 2006

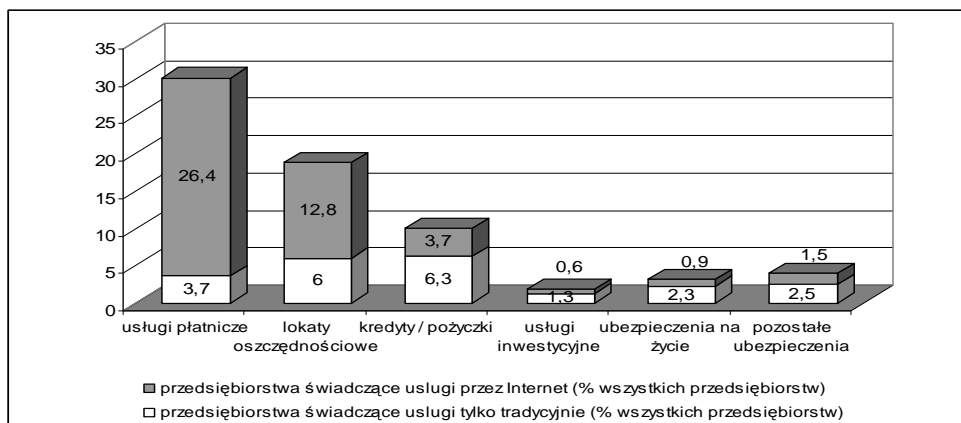
Analiza zebranych danych pozwala na stwierdzenie, że, choć w miarę zaawansowania przez ubezpieczającego procesu zakupu wsparcie internetowe ubezpieczyciela maleje, to w ciągu ostatnich trzech lat ulegało ono systematycznej rozbudowie. Prezentowane dane dotyczą wszystkich ubezpieczycieli, natomiast, co warto podkreślić, funkcjonują witryny o zdecydowanie wyższym, niż przeciętny, stopniu interaktywności (np. strona grupy Ergo Hestii czy Link4).

B2.3.2.5. Usługi elektroniczne zakładów ubezpieczeń

Co trzeci podmiot z grupy pośrednictwa finansowego i kredytowego i zakładów ubezpieczeń deklarował, że usługi ubezpieczeniowe, które świadczył lub w sprzedaży których współuczestniczył w 2005 roku, były dostarczane przez

Internet. Niecały 1% tej grupy podmiotów złożył takie oświadczenie w odniesieniu do ubezpieczeń na życie, natomiast 1,5% w odniesieniu do ubezpieczeń majątkowych i pozostałych osobowych. W kontekście pozostałych usług finansowych, zwłaszcza usług płatniczych, lokat oszczędnościowych oraz kredytów i pożyczek, wynik ten uznać należy za daleko poniżej przeciętnej. Mniej popularne w tej grupie podmiotów są tylko internetowe usługi inwestycyjne (wykres B2.3.2-20).

Wykres B2.3.2-20. Świadczenie usług finansowych przez przedsiębiorstwa pośrednictwa finansowego i kredytowego oraz zakłady ubezpieczeń w sposób tradycyjny i przez Internet w 2005 r.



Źródło: *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w sektorze finansowym*, GUS 2006

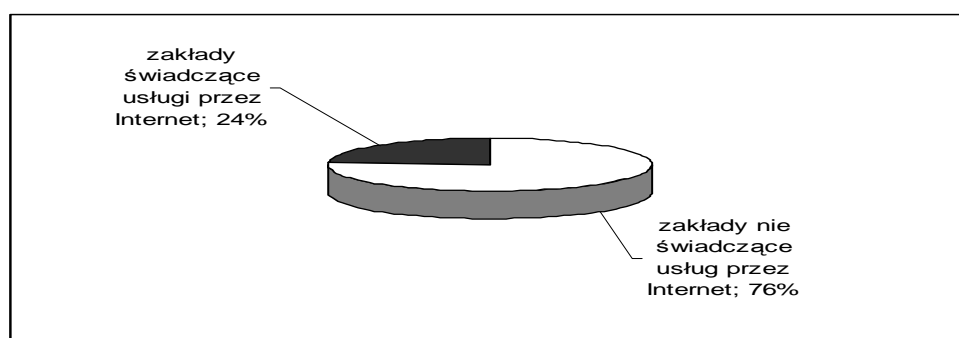
Zakłady ubezpieczeń dostarczały w 2005 r. przez Internet tylko usługi ubezpieczeniowe. W 2004 r. ubezpieczyciele zadeklarowali, że udostępniali również usługi płatnicze i inwestycyjne¹⁰⁴. Ich brak w 2005 r. nie należy jednak oceniać negatywnie. Odpowiedzi za 2005 r. są zgodne z ustawą o działalności ubezpieczeniowej, która precyzuje zakres działalności ubezpieczeniowej oraz stanowi wyraźnie, że zakład nie może wykonywać żadnej innej działalności poza nią i bezpośrednio z nią związaną.¹⁰⁵ Tym samym odpowiedzi za 2004 r. uznać można za obarczone pewnym błędem.

¹⁰⁴ Por. *Elektroniczna gospodarka w Polsce – raport 2005*, pod. red. M. Kraski, wyd. 1, Instytut Logistyki i Magazynowania, Warszawa 2006, s. 242 i n.

¹⁰⁵ Art. 3 ust. 1-6 i ust. 8 ustawy z dnia 22 maja 2003 r. o działalności ubezpieczeniowej (Dz.U. Nr 124, poz. 1151 z późn. zm.)

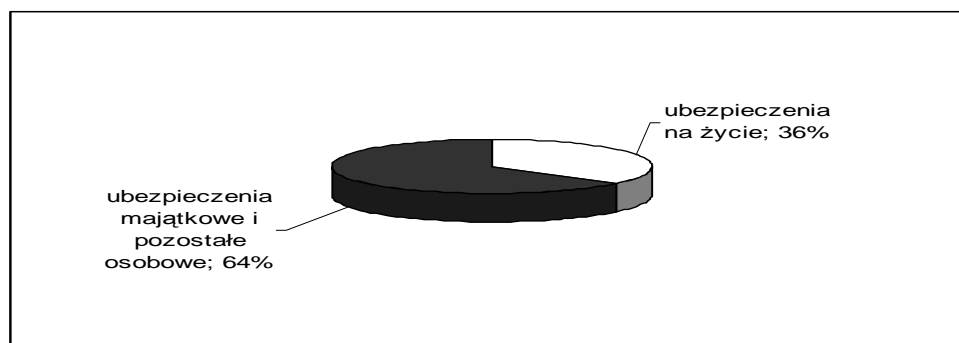
Co czwarty z badanych zakładów ubezpieczeń zadeklarował, że w 2005 r. świadczył usługi ubezpieczeniowe przez Internet¹⁰⁶ (wykres B2.3.2-21), przy czym były to przeważnie usługi ubezpieczeń majątkowych i pozostałych osobowych (wykres B2.3.2-22).

Wykres B2.3.2-21. Świadczenie usług ubezpieczeniowych przez Internet w odniesieniu do zakładów ubezpieczeń w 2005 r.



Źródło: *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w sektorze finansowym*, GUS 2006

Wykres B2.3.2-22. Usługi ubezpieczeniowe świadczone przez zakłady ubezpieczeń przez Internet w 2005 r. w podziale na działy



Źródło: *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w sektorze finansowym*, GUS 2006

¹⁰⁶ Dane te nie są zgodne z wynikiem uzyskanym z kolejnego pytania dotyczącego wniosków ubezpieczeniowych złożonych przez Internet, gdzie tylko 20% zakładów stwierdziło, że otrzymuje zamówienia na usługi ubezpieczeniowe przez Internet. Rozbieżność tę wytłumaczyć można albo błędem w wypełnianiu formularza albo tym, że respondenci rozumieją świadczenie usług ubezpieczeniowych w sposób szerszy niż akt kupna-sprzedaży.

Najczęściej odsetek wniosków ubezpieczeniowych złożonych przez Internet nie przekraczał 1% wszystkich wniosków złożonych zarówno przez klientów indywidualnych, jak i instytucjonalnych (wykres B2.3.2-23). Jeden zakład stwierdził, że udział wniosków internetowych w odniesieniu do indywidualnych ubezpieczających mieścił się w przedziale 1%-5%, jeden, że w przedziale 5%-10% i jeden w przedziale 10%-25%. Klienci instytucjonalni składali wnioski ubezpieczeniowe niemalże zawsze w sposób tradycyjny¹⁰⁷. Na uwagę zasługuje jednak fakt, że już w 2005 r. znaleźć można było ubezpieczyciela, który otrzymywał drogą internetową co najmniej 25% wniosków od klientów instytucjonalnych. Zważywszy na przypis składki z kanału internetowego dotyczący całego rynku, musiał to być jednak zakład o niskim udziale w rynku¹⁰⁸. Przypis składki ze sprzedaży przez Internet w 2005 r. wyniósł 0,00025% w ubezpieczeniach na życie oraz 0,004% w ubezpieczeniach majątkowych i pozostałych osobowych., co stanowiło łącznie 645 tys.¹⁰⁹. Internet wykorzystywano tylko do sprzedaży ubezpieczeń indywidualnych, a nie grupowych.¹¹⁰

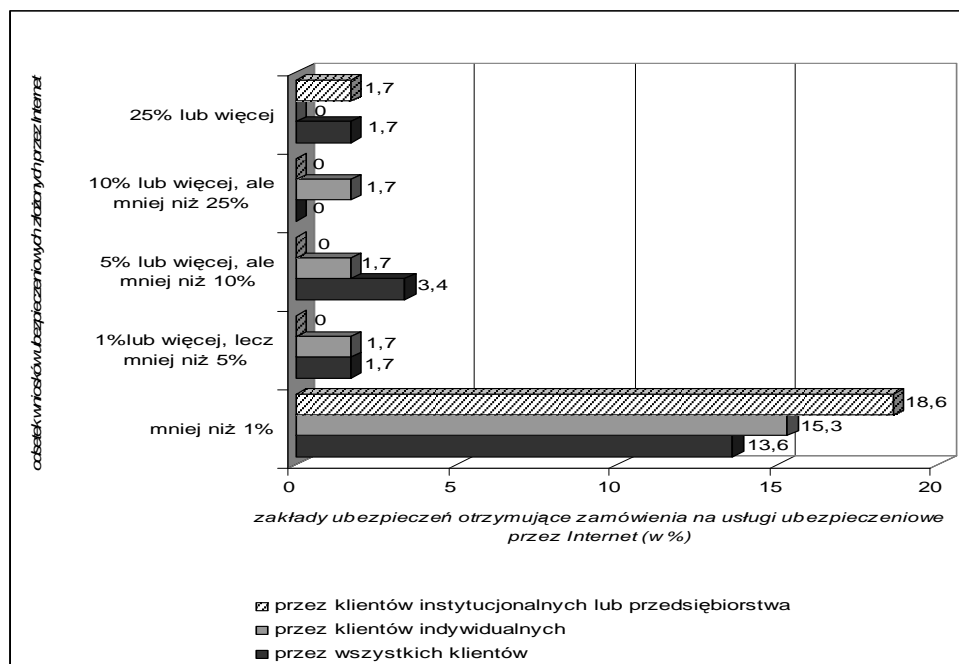
¹⁰⁷ C wynika bezpośrednio z zakresu oferty, jaka była wówczas dostępna. Skierowana ona była przede wszystkim do klienta indywidualnego.

¹⁰⁸ Udział mierzony wielkością składki przypisanej brutto.

¹⁰⁹ *Biuletyn Roczny. Rynek ubezpieczeń 2005 (dane zweryfikowane)*, KNUiFE, tabl. D7.

¹¹⁰ Tamże, tabl. D5.

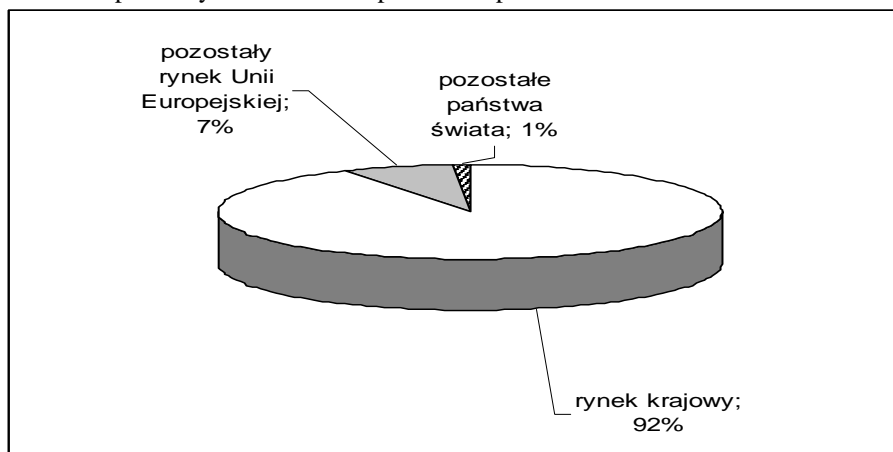
Wykres B2.3.2-23. Wnioski ubezpieczeniowe złożone do zakładów ubezpieczeń przez Internet przez klientów instytucjonalnych i indywidualnych w 2005 r.



Źródło: *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w sektorze finansowym*, GUS 2006

Przypis składki uzyskiwany przez zakłady ubezpieczeń ze sprzedaży przez Internet pochodzi przede wszystkim z rynku krajowego, a co czternasta złotówka jest zebrana z pozostałego rynku UE. Sprzedaż na pozostałe rynki jest znikoma (wykres B2.3.2-24).

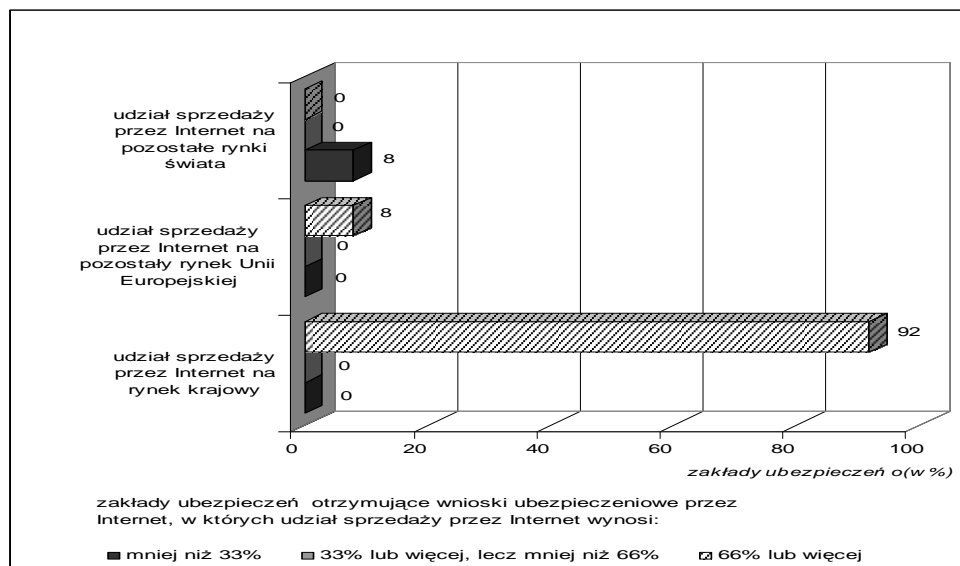
Wykres B2.3.2-24. Średni procentowy udział poszczególnych rynków w łącznej wartości netto sprzedaży zakładów ubezpieczeń za pośrednictwem Internetu w 2005 r.



Źródło: *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w sektorze finansowym*, GUS 2006

Dziewięć na dziesięć zakładów, które otrzymywały wnioski ubezpieczeniowe przez Internet stwierdziło, że ponad 66% przypisu składki z zawartych w ten sposób umów pochodzi z rynku krajowego. Zaledwie jeden zakład zadeklarował, że dwie trzecie uzyskiwanego w ten sposób obrotu pochodzi z pozostałych krajów UE. Podobnie tylko jeden ubezpieczyciel stwierdził, że sprzedaje przez Internet na pozostałe rynki zagraniczne, ale przypis składki uzyskiwany w ten sposób nie przekracza 33% całości obrotu internetowego (wykres B2.3.2-25).

Wykres B2.3.2-25. Podział wartości sprzedaży przez Internet uzyskiwanej przez zakłady ubezpieczeń wg rodzaju rynku w 2005 r.



Źródło: *Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w sektorze finansowym*, GUS 2006

W porównaniu do 2004r. zanotować można było w 2005 r. zdecydowany, bo dwukrotny, wzrost zainteresowania świadczeniem usług ubezpieczeniowych przez Internet. Nie znalazło to jednak odzwierciedlenia w wielkości zebranej składki.

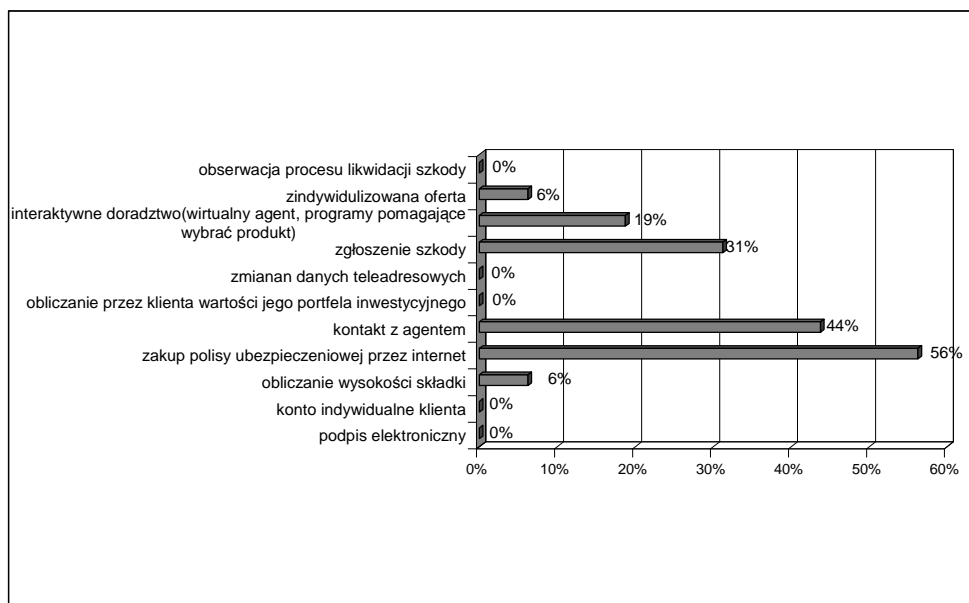
Aktywność zakładów ubezpieczeń w zakresie usług elektronicznych w 2006 r. nie uległa znaczącemu zwiększeniu. 23% zakładów ubezpieczeń umożliwiło dostęp on-line do swoich usług za pomocą własnej strony internetowej. Co najmniej jedna trzecia z nich oferuje taką opcję od 2006 r.

Do najbardziej popularnych usług należały sprzedaż ubezpieczeń, umożliwienie kontaktu z agentem oraz zgłoszenie szkody online (wykres B2.3.2-26). Wśród respondentów zakładów żaden nie udostępniał opcji obserwacji procesu likwidacji szkody¹¹¹, podpisu elektronicznego lub indywidualnego konta klienta¹¹².

¹¹¹ Opcja ta jest spotykana na rynku np. w grupie Ergo Hestia.

¹¹² Oferowana na rynku np. przez PZU Życie SA.

Wykres B2.3.2-26. Rodzaje usług świadczonych on-line



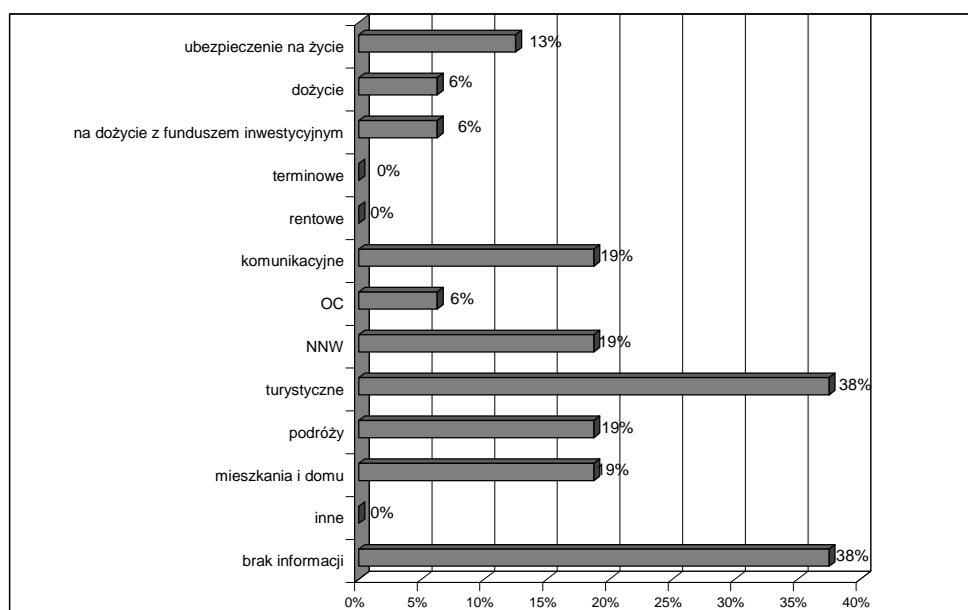
Źródło: Świadczenie usług drogą elektroniczną w zakładach ubezpieczeń w Polsce, ILiM 2006

Najbardziej popularnymi produktami oferowanymi przez zakłady ubezpieczeń w ramach sprzedaży przez Internet były ubezpieczenia turystyczne (38%), komunikacyjne (19%), NNW (19%), podróży (19%) oraz mieszkania i domu (19%) (wykres B2.3.2-27), a więc produkty wystandaryzowane i popularne także off-line. Warto dodać, że dotychczas zakłady bardzo rzadko umożliwiały zakup on-line ubezpieczeń komunikacyjnych (przy wykorzystaniu strony zakładu opcję taką oferował tylko LINK4). Pod koniec 2006 r. na ten segment rynku wszedł TU Allianz Polska S.A., a na początku 2007 r. Avanssur SA („Axa”). Ponadto w ramach mbanku (oddział elektroniczny BRE Banku) funkcjonuje supermarket ubezpieczeniowy, który obok ubezpieczeń komunikacyjnych i ochrony prawnej oferuje ubezpieczenia mieszkaniowe, podróży, wypadkowe, na życie, kart płatniczych, spłaty kredytu oraz mIKE ubezpieczenie (Indywidualne Konto Emerytalne w formie ubezpieczenia na życie z funduszem kapitałowym). Jest on skierowany do klientów mBanku. W ramach ubezpieczeń komunikacyjnych, oferowanych od 2006 r., dostępne są produkty trzech firm Go Direct!, HDI Asekuracji oraz Benefis TUM S.A. Supermarket dawał „gwarancję najniższej ceny”¹¹³, dotąd niespotykaną na rynku, która polegała na tym, że jeśli klient kupił

¹¹³ Gwarancja ta obowiązuje do końca kwietnia 2007 r.

OC lub pakiet OC/AC w Supermarkecie Ubezpieczeń Samochodowych, a w ciągu 14 dni przedstawił kalkulację niższej składki potwierdzoną przez innego ubezpieczyciela, mBank zwracał różnicę w cenie.

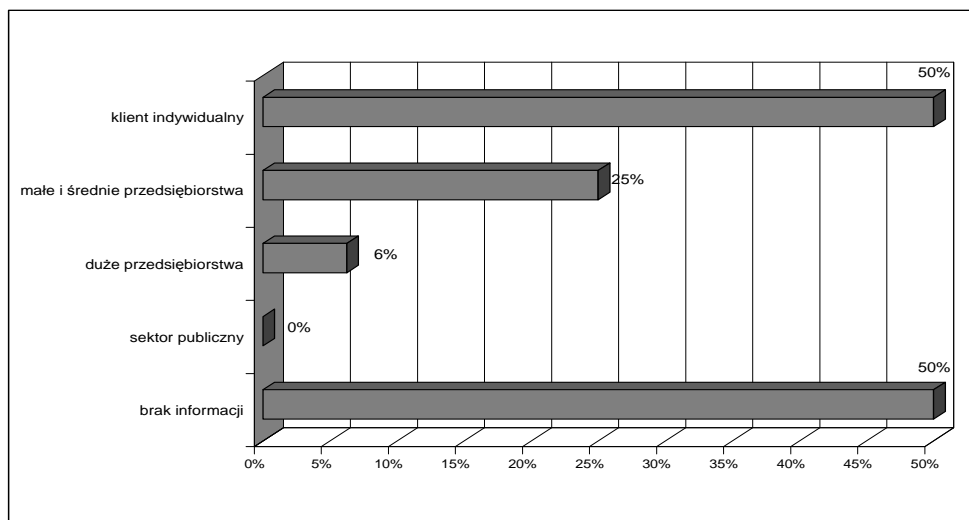
Wykres B.2.3.2-27. Rodzaje ubezpieczeń możliwych do zakupienia drogą elektroniczną w 2006r.



Źródło: Świadczenie usług drogą elektroniczną w zakładach ubezpieczeń w Polsce, ILiM 2006

Oferta usług świadczonych drogą elektroniczną skierowana była przede wszystkim do klientów indywidualnych, a dalszej kolejności do małych i średnich przedsiębiorstw (wykres B.2.3.2-28).

Wykres B2.3.2-28. Adresaci oferty sprzedaży usług drogą elektroniczną



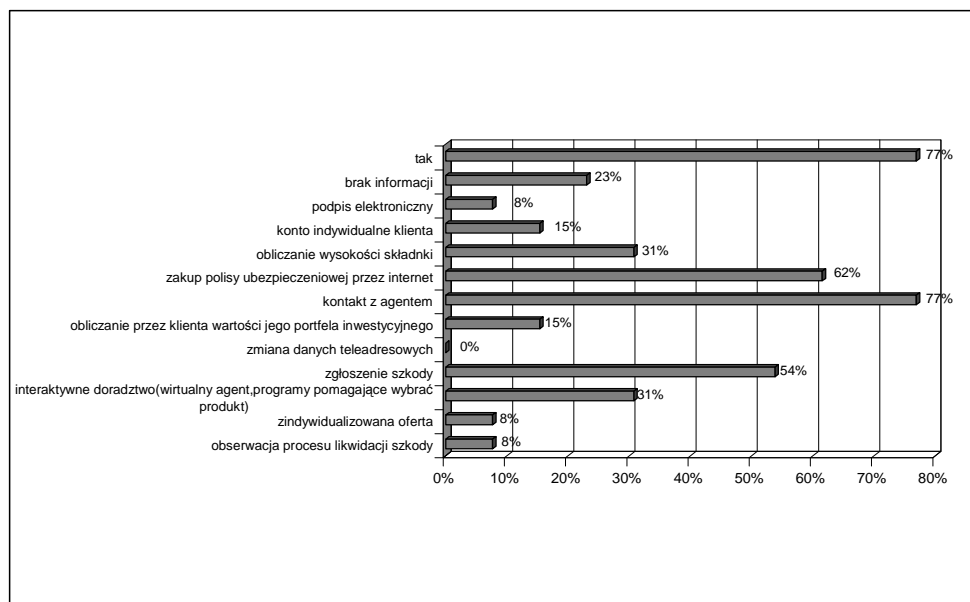
Źródło: Świadczenie usług drogą elektroniczną w zakładach ubezpieczeń w Polsce, ILiM 2006

Zakłady ubezpieczeń świadczyły usługi elektroniczne przede wszystkim poprzez własny portal. Zaledwie 3% zakładów skorzystało z wyspecjalizowanych internetowych rynków sprzedaży dla klientów instytucjonalnych, portali obcych i agregatorów (porównywarek) (4%)¹¹⁴ oraz pośredników internetowych tworzących niezależne platformy porównawcze dla agentów i brokerów (3%). Żaden asekurator nie korzystał z wirtualnych rynków ryzyka. Oznacza to ograniczoną dostępność usług ubezpieczeniowych dla klientów i związane jest z pewnością z kwestią integracji systemów zakładów oraz pośrednika.

Według informacji otrzymanych od zakładów, które wzięły udział w badaniu ILiM, należy się spodziewać dalszego wzrostu zainteresowania zakładów usługami elektronicznymi. Wzrośnie przede wszystkim dostępność opcji do kontaktów z agentem, zgłoszenia szkody, interaktywnego doradztwa, obliczania wysokości składki, indywidualnego konta klienta (wykres B2.3.2-29). Oznacza to, że zakłady przestają się koncentrować tylko i wyłącznie na samym akcie kupna-sprzedaży, ale rozszerzać będą wsparcie klienta w całym procesie zakupu ubezpieczenia. Fakt ten ocenić należy pozytywnie i świadczy on o rozwoju rynku ubezpieczeń on-line.

¹¹⁴Pamiętać należy o pierwszym supermarkecie ubezpieczeniowym BRE Banku, o którym wspomiano wcześniej.

Wykres B2.3.2-29. Plany dotyczące sprzedaży usług ubezpieczeniowych drogą elektroniczną w najbliższych 12 miesiącach (kategoria TAK) i rodzaje planowanych usług

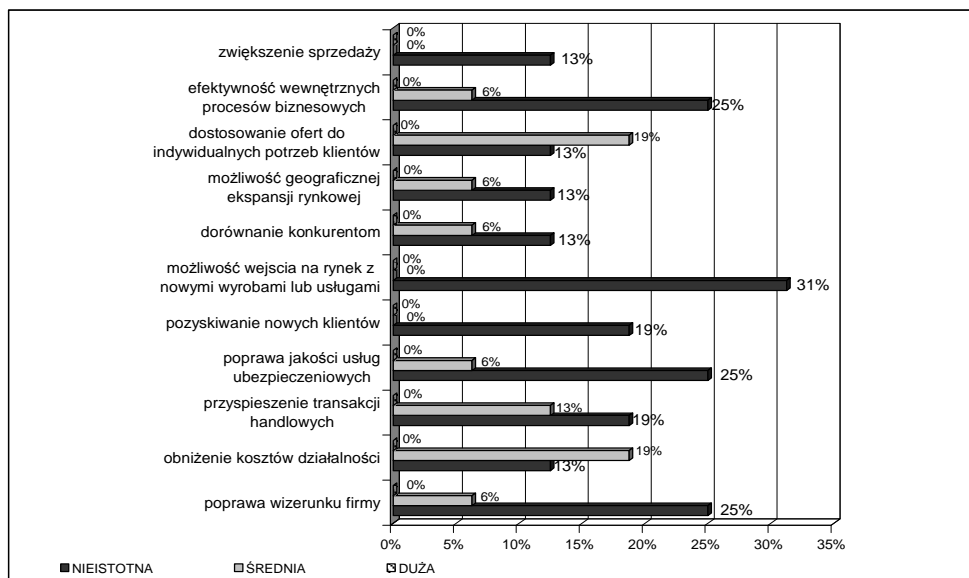


Źródło: Świadczenie usług drogą elektroniczną w zakładach ubezpieczeń w Polsce, ILiM 2006

Świadczenie usług elektronicznych wpłynęło, zdaniem zakładów, na obniżenie kosztów działalności oraz możliwość dostosowania oferty do indywidualnych potrzeb klientów (wykres B2.3.2-30). Nie wpłynęło ono w sposób istotny na możliwości ekspansji rynkowej, wielkość przypisu składki, poprawę wizerunku, efektywność procesów biznesowych czy poprawę jakości usług ubezpieczeniowych. Wyniki te zaskakują w porównaniu do doświadczeń zakładów za rok 2005, gdzie, między innymi, połowa zakładów wskazywała na co najmniej duży wpływ sprzedaży przez Internet na wizerunek zakładu czy wpływ niewielki na obniżenie kosztów prowadzenia działalności czy dostosowanie oferty do indywidualnych potrzeb klientów. Różnica ta wynika prawdopodobnie z metodologii przeprowadzanych badań (wyniki za 2005 r. obejmują deklaracje wszystkich, a nie tylko świadczących usługi elektronicznie) zakładów ubezpieczeń. Zbliżone do wyników zeszłorocznych są bowiem deklaracje zakładów (wszystkich) dotyczących korzyści *in posse*, jakie wynikają z faktu świadczenia usług elektronicznych (wykres B2.3.2-31). Oznacza to także, że w praktyce oczekiwania zakładów co do konsekwencji stosowania Internetu w zakresie świadczenia swoich usług rozmiągają się z rzeczywistością.

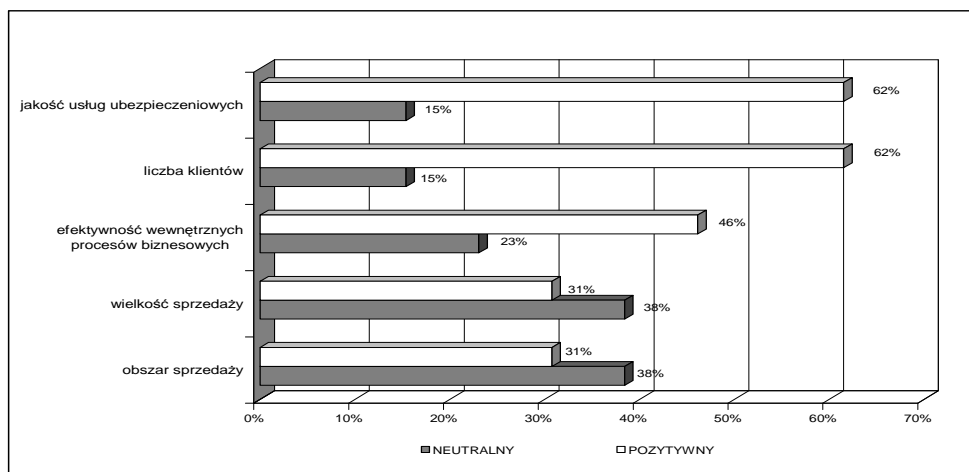
Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

Wykres B2.3.2-30. Znaczenie faktu świadczenia usług drogą elektroniczną dla osiągnięcia wymienionych korzyści (wagi dla kategorii: nieistotna, średnia, duża)



Źródło: Świadczenie usług drogą elektroniczną w zakładach ubezpieczeń w Polsce, ILiM 2006

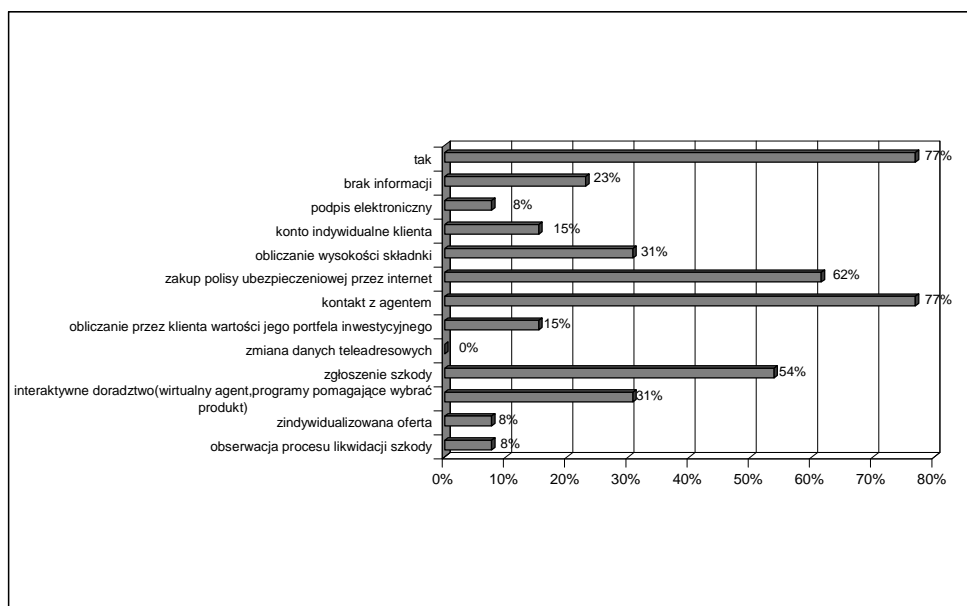
Wykres B2.3.2-31. Wpływ świadczenia usług ubezpieczeniowych drogą elektroniczną na wybrane elementy biznesowe



Źródło: Świadczenie usług drogą elektroniczną w zakładach ubezpieczeń w Polsce, ILiM 2006

Najważniejszą barierą świadczenia usług elektronicznych przez zakłady ubezpieczeń jest, ich zdaniem, sam produkt ubezpieczeniowy. Ponadto problematyczne są niestałość przepisów prawnych, brak przygotowania klientów i instytucji do nabywania ubezpieczeń tą drogą oraz problemy w dostarczeniu usługi (wykres B.2.3.2-32). W kontekście tej ostatniej bariery chodzi zapewne o underwriting i likwidację szkód. O ile wymienione przez zakład bariery można uznać za częściowo słuszne, o tyle trzeba także nadmienić, zwłaszcza w odniesieniu do nieadekwatności samego produktu, o sposobach ich przewyżniania oraz mechanizmach działających w procesie zakupu ubezpieczenia po stronie klienta.¹¹⁵

Wykres B.2.3.2-32. Główne bariery w sprzedaży usług ubezpieczeniowych drogą elektroniczną (kategorie wpływu: niska, średnia, duża)



Źródło: Świadczenie usług drogą elektroniczną w zakładach ubezpieczeń w Polsce, ILiM 2006

¹¹⁵ Szerzej np. Kaczała M., *Modele internetowe a wsparcie klienta w procesie zakupu ubezpieczenia*, w: *Inwestycje finansowe i ubezpieczenia – tendencje światowe a polski rynek*, W. Ronka-Chmielowiec, K. Jajuga (red.), *Prace Naukowe AE we Wrocławiu nr 1088*, t.1., Wydawnictwo AE we Wrocławiu, Wrocław 2005, s. 242-251.

B2.3.2.6. Podsumowanie

Do najważniejszych wniosków płynących z przeprowadzonych badań należą:

- Struktura wykorzystywanych systemów informatycznych nie uległa w 2005 r. zasadniczym zmianom. Zakłady nie dysponowały systemami pozwalającymi na obsługę zamówień, które byłyby zintegrowane z systemami klientów bądź pośredników. Tym samym nie były w stanie zdyskontować licznych korzyści płynących z takiego rozwiązania.
- Zakłady ubezpieczeń świadczyły usługi elektroniczne przede wszystkim poprzez własny portal. Popularność innych modeli była znikoma, częściowo dlatego, że modele niektóre nie były dostępne w polskich wersjach językowych. Stan ten może ulec poprawie w momencie pojawienia się odpowiednich propozycji na rynku. Zmiany w tym zakresie już są widoczne (por. np. powstały supermarket ubezpieczeniowy BRE Banku).
- Jedna czwarta zakładów deklaruje, że oferowała usługi elektroniczne przez Internet, przy czym były to przeważnie usługi ubezpieczeń majątkowych i pozostałych osobowych, skierowane do klientów indywidualnych na rynku krajowym. Wielkość przypisu składki z dystrybucji z wykorzystaniem Internetu, jak i odsetek złożonych w ten sposób wniosków była znikoma.
- Najważniejszą barierą świadczenia usług elektronicznych przez zakłady ubezpieczeń jest, ich zdaniem, sam produkt ubezpieczeniowy. Ponadto problematyczne są niestałość przepisów prawnych, brak przygotowania klientów i instytucji do nabywania ubezpieczeń tą drogą oraz problemy w dostarczeniu usługi. Paleta produktów oferowanych online powiększyła się o ubezpieczenia komunikacyjne (oferuje je kilku dostawców).
- Zakłady przestają się koncentrować tylko i wyłącznie na samym akcie kupna-sprzedaży, ale rozszerzały i rozszerzać będą wsparcie klienta w całym procesie zakupu ubezpieczenia. Analiza zebranych danych pozwala na stwierdzenie, że, choć w miarę zaawansowania przez ubezpieczającego procesu zakupu wsparcie internetowe ubezpieczyciela maleje, to w ciągu ostatnich trzech lat ulegało ono systematycznej rozbudowie. Fakt ten ocenić należy pozytywnie i świadczy on o rozwoju rynku ubezpieczeń on-line.
- Prawdopodobnie wzrosła częstotliwość ataków na sieci i dane zakładów ubezpieczeń i/lub ich precyzja. Pomimo to zakłady nie zwiększyły ilości stosowanych zabezpieczeń.
- Świadczenie usług elektronicznych wpłynęło, zdaniem zakładów, na obniżenie kosztów działalności oraz możliwość dostosowania oferty do indywidualnych potrzeb klientów. W praktyce oczekiwania zakładów co do konsekwencji

stosowania Internetu w zakresie świadczenia swoich usług różnią się z rzeczywistością. Pomimo to, zgodnie z deklaracjami, należy się spodziewać dalszego wzrostu zainteresowania zakładów usługami elektronicznymi.

- Zauważyć można coraz szersze stosowaniem telepracy, co świadczy o stopniowym rozdzielaniu łańcucha tworzenia wartości w zakładzie ubezpieczeń i możliwościami tworzenia organizacji wirtualnej.
- Wykorzystanie w zakładach ubezpieczeń poczty elektronicznej spowodowało w ciągu ostatnich pięciu lat niemal u wszystkich podmiotów częściową likwidację poczty tradycyjnej. Wiązało się to z pewnością z redukcją kosztów.
- Znacznie wzrosła aktywność asekuratorów w zakresie promocji internetowej własnych produktów przy wykorzystaniu własnej strony internetowej i szkoleń online. Zmianę tę ocenić należy zdecydowanie pozytywnie, a zwiększenie ilości szkoleń wiązać z rozbudową systemów dla pośredników zależnych.
- Zakłady ubezpieczeń relatywnie często wytwarzały w 2005 r. własne oprogramowanie, przy czym kwoty wydatkowane na ten cel były stosunkowo niskie. Dane wskazują, że gotowe rozwiązania dostępne na rynku są w mniejszym stopniu przystosowane do specyfiki działalności w zakresie krótkoterminowych ubezpieczeń majątkowych.

B2.3.3. E-makler

W Polsce, jak w większości krajów rozwiniętych i rozwijających się można zauważyć rozwój społeczeństwa, któremu towarzyszy coraz wyższy poziom nasylenia nowymi technologiami. Nie dziwi zatem fakt, że od kilku lat na rynku pojawiają się coraz to nowsze sposoby inwestowania i oszczędzania. Zaraz po tradycyjnych lokatach bankowych, do których obywatele mają bardzo często dostęp internetowy pojawiły się rachunki maklerskie umożliwiające oszczędzanie pieniędzy poprzez inwestycje na giełdach również w wygodny sposób wykorzystujący połączenie internetowe. Na rynku oszczędności oprócz instrumentów ubezpieczeniowych, funduszy emerytalnych i rachunków maklerskich można zaobserwować w ostatnim roku rozwój domów maklerskich, które nie zajmują się handlem papierami wartościowymi. Ta nowa odmiana domów maklerskich umożliwia inwestowanie np. w fundusze oszczędnościowe czy inwestowanie w portfele walutowe. Uczestnicy wirtualnego rynku inwestycyjnego otrzymali w ten sposób dostęp do kolejnej grupy instrumentów, które mogą stać się przedmiotem ich inwestycji. Oferta rynku nie jest już ograniczona do akcji, obligacji czy kontraktów terminowych i instrumentów

pochodnych – możemy zainwestować w fundusze oszczędnościowe o określonej strukturze portfela, które zazwyczaj są obciążone niższym poziomem ryzyka niż wybrane pojedyncze instrumenty. Inwestując w fundusze omijamy częściowo koszty związane z indywidualnym projektowaniem portfeli i zarządzaniem portfelami przez maklerów giełdowych – maklerzy zajmują się zarządzaniem portfelem całego funduszu dla wszystkich uczestników. Podobne zjawisko można zaobserwować na rynku walutowym, w dostępie do którego wyspecjalizowały się niektóre domy maklerskie, umożliwiając inwestowanie w waluty na całym świecie.

Działania na giełdach papierów wartościowych odbywają się dziś w sposób wirtualny, w związku z czym zarządzanie osobistymi rachunkami maklerskimi powinno w naturalny sposób być prowadzone z wykorzystaniem podobnych technologii. Domy maklerskie w Polsce już od ponad 7 lat świadczą usługi drogą elektroniczną¹¹⁶ zbierając przy tym cenne doświadczenie.

Ewolucja portali internetowych domów maklerskich rozpoczęła się z wprowadzeniem Internetu do działalności gospodarczej i wykorzystywaniem go głównie w celach informacyjnych. Obecne portale wyposażone są w zaawansowane narzędzia pozwalające na profesjonalne zarządzanie rachunkami internetowymi indywidualnych inwestorów giełdowych.

Jak można zaobserwować na podstawie wyników badań przedstawionych w tym rozdziale – inwestycje elektroniczne w Polsce znajdują się obecnie w stadium dynamicznego rozwoju, a domy maklerskie prześcigają się w coraz to nowszych usługach elektronicznych przyciągających klientów. Nie wystarczające jest już proste składanie zleceń i przeglądanie danych historycznych – klienci szukają zaawansowanych modułów analitycznych, pozwalających na konstruowanie portfeli inwestycyjnych i umożliwiających inwestowanie na giełdach międzynarodowych.

Według informacji publikowanych przez Giełdę Papierów Wartościowych prawie 1/5 wszystkich rachunków maklerskich obsługiwanych jest przez Internet (około 165 tysięcy). We wszystkich kategoriach instrumentów dominują zlecenia składane przez Internet - już 6 na 10 zleceń przetwarzanych jest przez Internet. Internet jest preferowany przez inwestorów indywidualnych podczas zawierania transakcji. Najbardziej znaczący wzrost (o 12 pkt. proc.) nastąpił na rynku kasowym, gdzie aż 41% obrotu akcjami wykonywanych jest za pośrednictwem Internetu.

Instytut Logistyki i Magazynowania w 2006 roku przeprowadził badania sektora domów maklerskich w Polsce. Badanie pt. *Zakres informacyjny stron*

¹¹⁶ Usługi domów maklerskich świadczone przez Internet nazywane są z języka angielskiego online brokerage lub Internet brokerage).

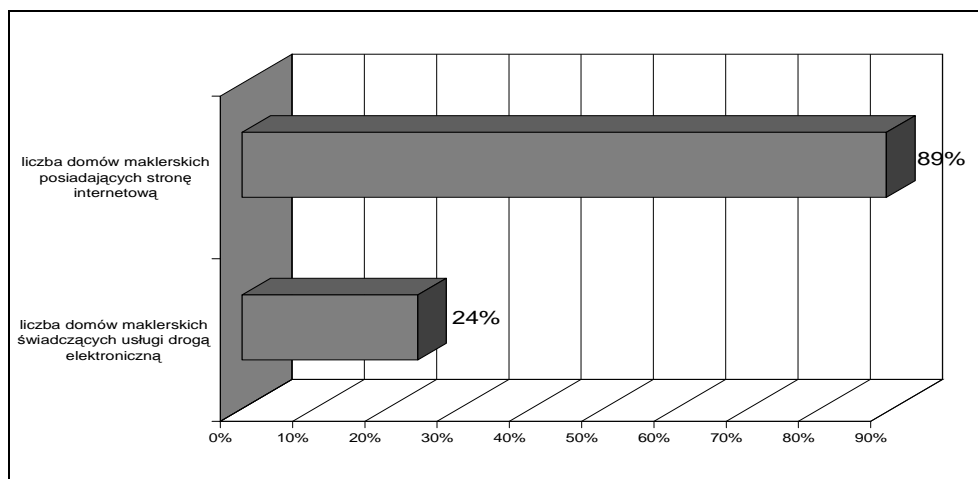
internetowych domów maklerskich w Polsce polegało na analizie zawartości informacyjnej stron internetowych, a badanie pt. *Świadczenie usług elektronicznych przez domy maklerskie w Polsce* polegało na analizie rodzaju świadczonych usług na próbie 37 domów maklerskich (wszystkie domy maklerskie w Polsce), spośród których 33 posiadało witryny internetowe, a 19 świadczyło usługi drogą elektroniczną. Domy maklerskie otrzymały również formularze pozwalające na uściślenie i dopracowanie materiału, który powstał po analizie witryn internetowych.

W 2006 roku Główny Urząd Statystyczny zrezygnował z prowadzenia badań pt. *„Sprawozdanie o wykorzystaniu technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w sektorze finansowym”*, w związku z czym wyniki tych badań nie są prezentowane w tym rozdziale, jak to miało miejsce w 2005 roku.

B2.3.3.1. Charakterystyka domów maklerskich w Polsce

Struktura domów maklerskich poddanych badaniu przedstawiona została na wykresie B2.3.3-1. W Polsce w 2006 roku działalność prowadziło 37 domów maklerskich z czego jedynie 4 nie miały strony internetowej i aż 19 świadczyło usługi drogą elektroniczną.

Wykres B2.3.3-1. Struktura domów maklerskich w Polsce w 2006 roku



Źródło: *Świadczenie usług elektronicznych przez domy maklerskie w Polsce*, ILiM 2006.

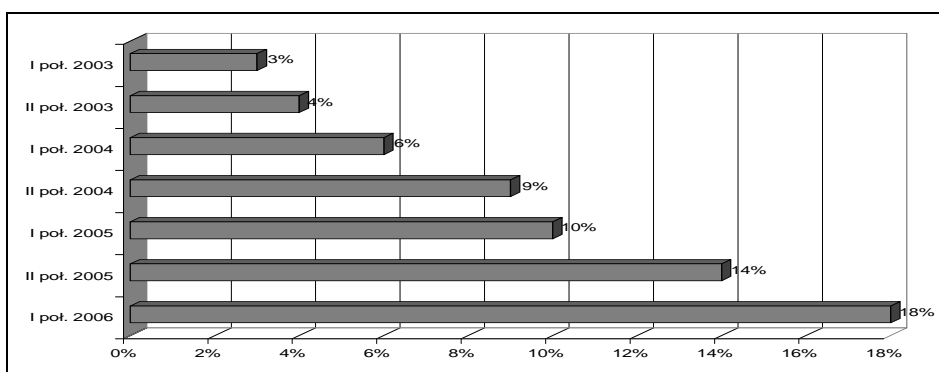
Z informacji publikowanych przez Giełdę Papierów Wartościowych wynika, że w Polsce istnieje obecnie 891 tys. rachunków inwestycyjnych, z czego 22% to

rachunki aktywne (na koniec 2005 r. 853. tys. rachunków, z czego 23 % aktywnych). Zauważalny jest zatem wzrost liczby rachunków ale niewielki spadek udziału rachunków aktywnych. Zgodnie z informacjami GPW prawie 1/5 liczby rachunków jest obsługiwana przez Internet co oznacza, że około 165 tysięcy rachunków zarządzanych jest drogą elektroniczną (w porównaniu z rokiem poprzednim to wzrost o około 50 tysięcy).¹¹⁷

Pierwszym brokerem, który zaoferował inwestorom możliwość składania zleceń przez Internet, był Dom Maklerski Banku Ochrony Środowiska S.A.¹¹⁸

Rozwój rynku wirtualnych inwestycji w Polsce najlepiej obrazują dane statystyczne. W przeciągu dwóch lat zaobserwowano 15% wzrost udziału rachunków internetowych w ogólnej liczbie rachunków maklerskich, co obrazuje wykres B2.3.3-2.

Wykres B2.3.3-2. Udział maklerskich rachunków internetowych w ogólnej liczbie rachunków



Źródło: witryna internetowa Giełdy Papierów Wartościowych [www.gpw.com.pl].

Rośnie również udział Internetu w obrotach giełdowych. Od 2000 roku udział w obrocie akcjami wzrósł do poziomu 41%, a w obrocie kontraktami aż do 59%, co obrazuje tabela B2.3.3-1. Największym udziałem rachunków internetowych w obrotach giełdowych wśród inwestorów indywidualnych charakteryzuje się rynek opcji z wynikiem 61%.

¹¹⁷ Muciński E., *Inwestowanie...*, op. cit., str. 9

¹¹⁸ Tamże, str. 9

Tabela B2.3.3-1. Udział Internetu w obrotach giełdowych – inwestorzy indywidualni (%)

	Akcje	Kontrakty	Opcje
2000	3	1	—
2001	11	13	—
I poł. 2002	12	25	—
II poł. 2002	18	35	—
I poł. 2003	20	40	—
II poł. 2003	27	44	39
I poł. 2004	28	54	52
II poł. 2004	23	50	49
I poł. 2005	28	48	48
II poł. 2005	29	53	62
I poł. 2006	41	59	61

Źródło: witryna internetowa Giełdy Papierów Wartościowych [www.gpw.com.pl].

Tendencją wzrostową charakteryzuje się również udział zleceń składanych za pośrednictwem Internetu. W I połowie 2006 roku dla obrotu akcjami sięgnął on 61%, w obrocie kontraktami 58%, a w obrocie opcjami zanotował spadek do 65%. Można zatem stwierdzić, że mimo iż liczba internetowych rachunków maklerskich jest stosunkowo mała (20%) to generuje ona ponad połowę ogólnej liczby zleceń.

Tabela B2.3.3-2. Udział zleceń złożonych za pośrednictwem Internetu w ogólnej liczbie zleceń – wszystkie grupy inwestorów (%)

	Akcje	Kontrakty	Opcje
I poł. 2002	13	29	—
II poł. 2002	31	40	—
I poł. 2003	33	46	—
II poł. 2003	36	48	—
I poł. 2004	41	50	42
II poł. 2004	43	49	63
I poł. 2005	46	50	67
II poł. 2005	50	54	69
I poł. 2006	61	58	65

Źródło: witryna internetowa Giełdy Papierów Wartościowych [www.gpw.com.pl].

B2.3.3.2. Domy maklerskie w Polsce – konkurencja na rynku

Na rynku polskim można dostrzec coraz ostrzejszą walkę o klientów wśród domów maklerskich. Rekordowym zarobkom na giełdzie towarzyszy napływ klientów poszukujących coraz efektywniejszych sposobów oszczędzania. Zgodnie z powiedzeniem „prawdziwych przyjaciół poznaje się w biedzie” domy maklerskie dają się najlepiej poznać w trakcie sytuacji kryzysowych. Praktycznie trudno znaleźć moment, w którym ktoś nie informuje w Internecie o awariach platform transakcyjnych. W większości przypadków problemy powodowane są przez samego użytkownika (konfiguracja, łącza), ale bywają sytuacje rzeczywistych awarii, jak np. BDM PKO (6 listopada 2006 wprowadzone do obrotu zostały akcje pracownicze PKO BP i można było usłyszeć pogłoski, że powstały problemy z przesyłaniem zleceń na giełdę). W mBanku natomiast klienci Maklera pod koniec listopada mieli poważne problemy z realizacją zleceń. Klienci mBanku mogli liczyć na reklamacje i obniżoną prowizję od transakcji giełdowych do poziomu 0,30 proc. od 4 do 29 grudnia 2006 roku. Podobną politykę zastosował dom maklerski CDM Pekao, który miał problemy w tym samym miesiącu co mBank – w konsekwencji obniżona została prowizja a klienci zostali zwolnieni z opłat za korzystanie z notowań ciągłych. CDM przypisuje problemy awarii części serwerów co może być niepokojącym zjawiskiem w związku z przejściem przez CDM klientów domu maklerskiego BPH.¹¹⁹

Można zatem spekulować, że domy maklerskie, którym uda się uniknąć awarii zyskają najwięcej klientów – przyciągną ich również Ci, którzy w wypadku awarii potrafią oddać klientom stracone pieniądze i zaoferować rekompensatę.

Biura maklerskie prześcigają się w umieszczaniu informacji o tym, które jest najlepsze i jakie miejsce w rankingu zajmuje. Rankingi można znaleźć różne i podstawą ich sporządzania mogą być różne dane – czasem pochodzą od domów maklerskich a czasem od inwestorów. Jednym z takich rankingów może być zestawienie członków giełdy według obrotów publikowane przez Giełdę Papierów Wartościowych przedstawione w tabeli B2.3.3-3.

¹¹⁹ Gąsiorowski D., *Domów maklerskich wojna o klienta*, www.money.pl, 13.12.2006

Tabela B2.3.3-3. Udział członków giełdy w obrotach - październik 2006

Lp	Biura maklerskie	Akcje sesyjne**		Obligacje		Kontrakty	
		mln zł	proc.	mln zł	proc.	mln zł	proc.
1	CDM PEKAO	3625,27	12,04	151,45	38,07	54293	6,26
2	DM BZ WBK	3373,26	11,21	10,38	2,61	95212	10,98
3	ING SECUR	3183,85	10,58	14,67	3,69	56033	6,46
4	DM BH	2919,93	9,7	42,93	10,79	13796	1,59
5	CA IB	2571,66	8,54	0,74	0,18	47026	5,42
6	PKO BP	1841,53	6,12	144,9	36,42	42666	4,92
7	DI BRE Banku	1786,04	5,93	3,55	0,89	124414	14,35
8	KBC	1730,25	5,75	5,18	1,3	35081	4,05
9	DB SECUR.	1488,7	4,95	6,35	1,6	12932	1,49
10	BPH	1364,56	4,53	4,98	1,25	67574	7,79
11	MILL DM	1348,02	4,48	7,26	1,82	18502	2,13
12	DM BOŚ SA	1142,33	3,79	1,02	0,26	162627	18,76
13	ERSTE	1134,65	3,77	0,08	0,02	28855	3,33

Źródło: witryna internetowa Giełdy Papierów Wartościowych [www.gpw.com.pl].

Internauci również udzielają się w tym obszarze i tworzą własne rankingi najlepszych domów maklerskich. Janusz Węgrzyn jest autorem jednego z takich zestawień prezentowanych na stronie www.inwestor.wyprawy.webd.pl. Tabela B2.3.3-4 zawiera fragment tego rankingi.

Tabela B2.3.3-4. Ranking domów maklerskich (fragment)

Lp	Biuro	Punkty	Prowizja akcje (%)	Prowizja obligacje (%)
1	BOŚ	162	0,39	0,2
2	Kredyt Bank	160	0,39	0,19
3	BDM	157	0,39	0,19
3	BRE	157	0,39	0,2

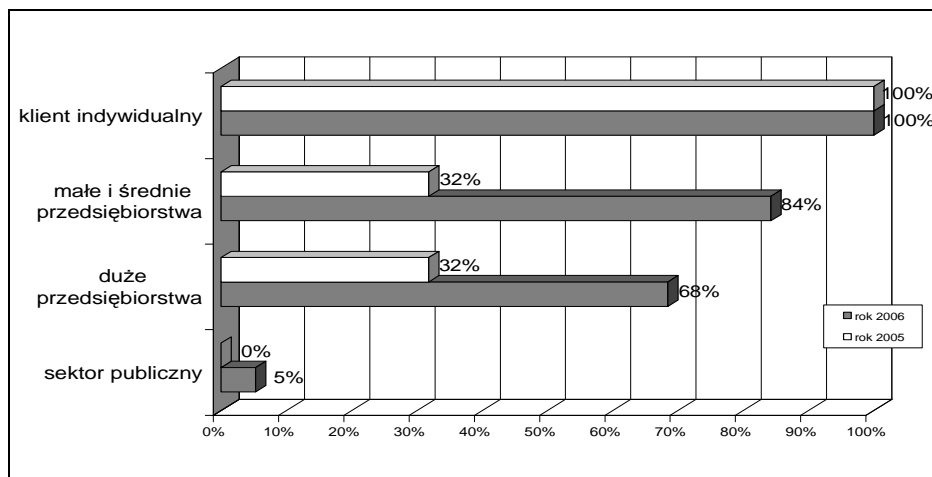
Źródło: <http://www.inwestor.wyprawy.webd.pl>, stan na koniec listopada 2006 r.

B2.3.3.3. Usługi elektroniczne domów maklerskich w Polsce

W Polsce większość usług elektronicznych domów maklerskich kierowana jest do klientów indywidualnych, co obrazuje wykres B2.3.3-3. Wśród domów maklerskich świadczących usługi elektroniczne wszystkie wyraźnie zaznaczają na swoich stronach internetowych, że oferta ich jest kierowana właśnie do klientów indywidualny. Bardzo pozytywnym zjawiskiem jest ponad dwukrotny wzrost

wśród korporacyjnych adresatów oferty – zarówno w przypadku małych i średnich przedsiębiorstw, jak i dużych potentatów rynkowych.

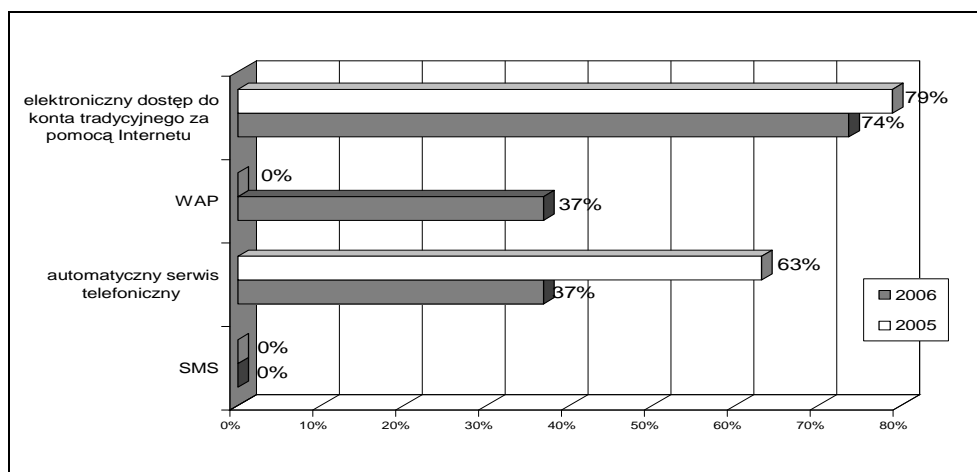
Wykres B2.3.3-3. Adresaci oferty elektronicznych biur maklerskich



Źródło: Świadczenie usług elektronicznych przez domy maklerskie w Polsce, ILiM 2006.

Wśród domów maklerskich w Polsce prawie 79% oferuje klientom dostęp do rachunku maklerskiego za pośrednictwem Internetu. Pozytywny dla rynku jest wzrost w kategorii dostępu przez WAP, a jednocześnie zanotowany został spadek w kategorii dostępu za pomocą automatycznego serwisu telefonicznego. Spadek ten może być częściowo wynikiem spadku popularności tradycyjnej telefonii i zamiany jej na telefonię mobilną. Wielkości przedstawiono na wykresie B2.3.3-4.

Wykres B2.3.3-4. Kanały dostępu do elektronicznego rachunku maklerskiego



Źródło: Zakres informacyjny stron internetowych domów maklerskich w Polsce, ILiM 2006.

Oferta usług dostępnych w serwisach internetowych domów maklerskich w wielu przypadkach nie różni się w znaczny sposób od oferty tradycyjnego kanału sprzedaży tych usług – umożliwia jedynie wygodniejszy i szybszy sposób docierania do informacji. W tabeli B2.3.3-5 wyszczególniono spotykane funkcjonalności serwisów internetowych domów maklerskich.

Tabela B2.3.3-5. Funkcjonalności rachunku maklerskiego dostępne przy użyciu Internetu wśród polskich domów maklerskich

Funkcjonalność	Wynik badania	
	2005	2006
dostęp do informacji o koncie		
stan należności	80%	63%
kredyt – zaangażowanie	40%	63%
środki na zakup papierów wartościowych	60%	68%
środki do wypłaty	60%	74%
konto blokowane	73%	74%
należności blokowane	67%	68%
środki blokowane na zakup papierów wartościowych	67%	63%
zobowiązania z tytułu OTP	40%	47%
suma pieniężnych depozytów zabezpieczających	33%	53%
szczegóły kredytów	33%	32%

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

Funkcjonalność	Wynik badania	
	2005	2006
dostęp do serwisu informacyjnego		
dostęp do notowań w czasie rzeczywistym z 1, 3 lub 5 najlepszymi ofertami kupna i sprzedaży	60%	42%
dostęp do serwisu informacyjnego PAP	40%	26%
dostęp do serwisu REUTERS INWESTOR	20%	26%
dostęp do statystyki portfela	7%	26%
dostęp do bieżących wartości polskich i zagranicznych indeksów giełdowych	73%	58%
dostęp do oprogramowania do analizy technicznej ISPAG	20%	26%
ściągnięcie plików do programu analizy technicznej MetaStock	33%	26%
kontrola rentowności poszczególnych papierów	0%	21%
dostęp do bezpośredniego kontaktu on-line z maklerem	7%	21%
pośredni kontakt z maklerem za pomocą informacji dotyczących rachunku	0%	32%
dostęp do systemu edukacyjnego	47%	37%
dostęp do serwisu automatycznych operacji na rachunku		
składanie zleceń kupna, sprzedaży na GPW	87%	79%
składanie zleceń kupna, sprzedaży na CeTO	60%	32%
składanie zleceń kupna, sprzedaży na WGT	0%	5%
składanie zleceń kupna, sprzedaży na rynkach zagranicznych	20%	21%
składanie zleceń typu day trading	20%	32%
składanie zleceń „Do dyspozycji maklera”	33%	42%
składanie zleceń z OTP	33%	32%
składanie zlecenia stop z KPC	7%	32%
składanie zlecenia DDM+	7%	26%
automatyczna obsługa zapisów na Prawa Poboru	0%	16%
dokonywanie zapisów na papiery wartościowe w ramach publicznej oferty	0%	26%
automatyczna obsługa przelewów	33%	42%
automatyczna obsługa kredytów	33%	37%
automatyczna obsługa odroczonej płatności	20%	32%
dostęp do koszyka zleceń	20%	26%
składanie zleceń w związku z ofertą sprzedaży na rynku pierwotnym	7%	21%
wykorzystywanie podpisu elektronicznego	13%	16%
automatyczne generowanie zleceń z poziomu przeglądanych ofert	20%	32%
szczegółowy dostęp do danych historycznych za wybrane przez klienta okresy		
historia transakcji	60%	68%

Funkcjonalność	Wynik badania	
	2005	2006
historia przelewów	67%	68%
historia zleceń	73%	58%
historia wyceny rachunku	20%	42%
historia rachunku papierów wartościowych	53%	63%
historia rachunku finansowego	53%	42%
dostęp do monitora powiadomień		
natychmiastowa informacja o złożeniu zlecenia	13%	26%
natychmiastowa informacja o wysłaniu przelewu	7%	16%
natychmiastowa informacja o spłacie kredytu	7%	16%
otrzymywanie informacji i komunikatów z DM	7%	32%
otrzymywanie drogą elektroniczną (e-mail, sms) powiadomień oraz ważnych informacji rynkowych	7%	21%
otrzymywanie - sms-ów z kursami walorów notowanych na gpw na telefon komórkowy klienta, oraz alertów cenowych	7%	11%
rozbudowany dostęp do szczegółowych danych dotyczących konfiguracji rachunku		
aktualny adres korespondencyjny, telefon kontaktowy, adres e-mail	7%	11%
stan podpisanej umowa dodatkowa na odroczoną płatność	0%	16%
posiadane portfele do zleceń na instrumenty pochodne	0%	16%
szczególne przedstawienie schematów prowizyjnych dla danego rachunku w podziale na poszczególne rynki notowań	0%	16%
Przegląd stanu złożonych wszystkich wniosków		
możliwość obejrzenia szczegółów dotyczących składanych wniosków (cały tekst wysłanego wniosku)	20%	11%
możliwość wyświetlenia historii składanych wniosków	7%	21%
możliwość sprawdzenia czy złożony wniosek został już przeczytany i rozpatrzony przez pracownika DM	13%	21%
możliwość składania wniosku o kredyt na zakup papierów wartościowych	0%	5%
personalizacja rachunku		
możliwość wyboru motywu kolorystycznego	20%	21%
możliwość ustalenia schematu działania aplikacji	7%	47%
możliwość definiowania wyświetlanych danych na stronie	67%	32%
Doradztwo		
rekomendacje dotyczące zakupu papierów wartościowych	60%	37%

Źródło: Świadczenie usług elektronicznych przez domy maklerskie w Polsce, ILiM 2006.

Oferta usług jak widać jest bogata, zatem wybierając dom maklerski klienci powinni zapoznać się z ofertą kilku i zdecydować, które usługi są dla nich naj-

ważniejsze i niosą największą wartość. O ile cieszy fakt lepszej dostępności usług na rynku w roku 2006 w porównaniu z rokiem poprzednim to niepokojący jest fakt zanotowania spadku dostępności usług w niektórych przypadkach (historia zleceń, historia rachunku finansowego, możliwość obejrzenia szczegółów dotyczących składanych wniosków [cały tekst wysłanego wniosku], możliwość definiowania wyświetlanych danych na stronie, rekomendacje dotyczące zakupu papierów wartościowych). Częściowo takie spadki powodowane są inną podstawą obliczania, do której dołączone zostały domy maklerskie, nie zajmujące się działalnością na rynku papierów wartościowych, a pozwalające na inwestowanie np. na rynkach walutowych, czy wśród funduszy inwestycyjnych.

Wśród tak wielu usług klienci mogą jednak zauważyć pewne braki. Podczas analizy witryn domów maklerskich nie spotkano usług przedstawionych w tabeli B2.3.3-6. Szarym kolorem zaznaczone zostały usługi, które były niedostępne w 2005 roku, a zostały wprowadzone do oferty domów maklerskich w roku 2006, a rekordy w kolorze białym to usługi, które nadal nie zostały wprowadzone do oferty domów maklerskich.

Tabela B2.3.3-6. Usługi elektroniczne nie występujące w ofercie domów maklerskich

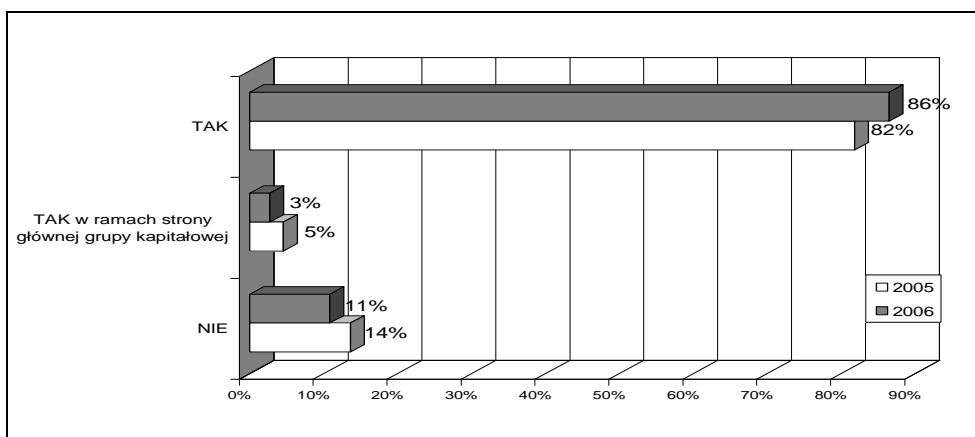
kontrola rentowności poszczególnych papierów – wyliczanie m.in. średniej ceny kupna, wartość pozycji, zysku i straty oraz wpływu poszczególnych pozycji na cały portfel
pośredni kontakt z maklerem za pomocą wyświetlenia: pogrupowanych według statusu dyspozycji dziennych oraz ważnych informacji dotyczących rachunku (np. realizacja zleceń, odrzucenie anulacji, wykonanie przelewu)
składanie zleceń kupna, sprzedaży papierów wartościowych będących przedmiotem obrotu na WGT oraz możliwość ich późniejszej anulacji lub modyfikacji
automatyczna obsługa zapisów na Prawa Poboru
dokonywanie zapisów na obligacje, certyfikaty oraz akcje oferowane w ramach publicznej oferty
stan podpisanej umowy, umowa dodatkowa na odroczoną płatność
posiadane portfele do zleceń na instrumenty pochodne
szczegółowe przedstawienie schematów prowizyjnych dla danego rachunku w podziale na poszczególne rynki notowań
możliwość składania wniosku o kredyt na zakup papierów wartościowych

Źródło: Świadczenie usług elektronicznych przez domy maklerskie w Polsce, ILiM 2006.

B2.3.3.5. Zakres informacyjny stron internetowych domów maklerskich w Polsce

Strona internetowa w przypadku domu maklerskiego jest zarówno interfejsem pozwalającym na wykonywanie usług elektronicznych, jak i wizytówką prezentującą najważniejsze informacje o produktach, placówkach, itp. Przede wszystkim witryna internetowa domu maklerskiego powinna być źródłem informacji dla inwestorów. Zdecydowana większość domów maklerskich w Polsce posiada własną stronę internetową (89%). Spośród przeanalizowanych domów maklerskich zaledwie 4 takowej witryny nie posiadały. Wielkości dotyczące posiadania strony internetowej przedstawia wykres B2.3.3-5.

Wykres B2.3.3-5. Utrzymywanie strony internetowej przez domy maklerskie w Polsce w 2006 roku

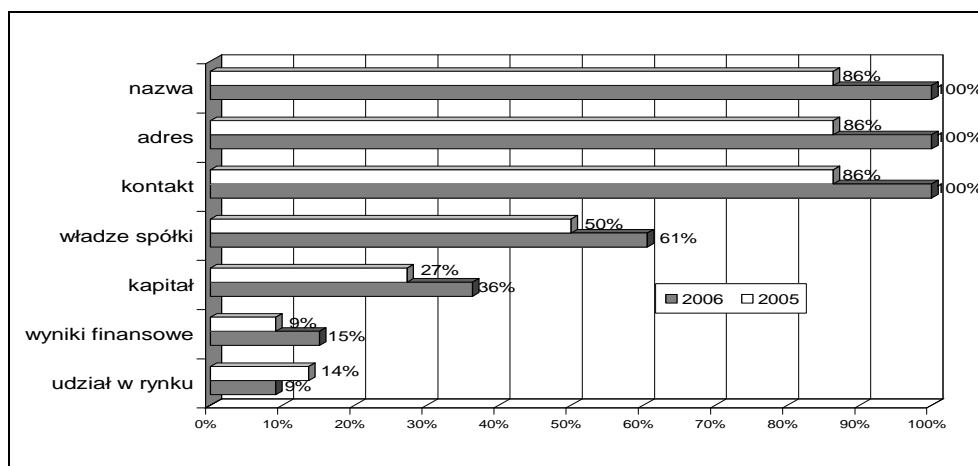


Źródło: Zakres informacyjny stron internetowych domów maklerskich w Polsce, ILiM 2006.

Domy maklerskie wykorzystywały swoje witryny internetowe w celu prezentacji i opisu swoich produktów. Zasadniczo w większości przypadków witryny internetowe zawierały podstawowe informacje teleadresowe domów maklerskich (nazwa, adres, kontakt). W mniejszej ilości przypadków prezentowane były informacje o władzach spółki, a w jeszcze mniejszym zakresie można było znaleźć informacje o wynikach finansowych, czy kapitale. Pozytywny trend zachowały wszystkie kategorie – zanotowano wzrost w stosunku do roku 2005 jedynie w przypadku udziału w rynku zaobserwowano spadek z 14% do 9%. Spadek ten spowodowany może być częściowo poprzez dołączenie do grupy domów maklerskich takich podmiotów, które zajmują się funduszami

inwestycyjnymi i rynkami walutowymi, w związku z czym ich udział w całym rynku giełdowym jest niewielki i nie chcą takimi informacjami psuć swojego wizerunku. Wykres B2.3.3-6 prezentuje wielkości związane z prezentowanymi informacjami.

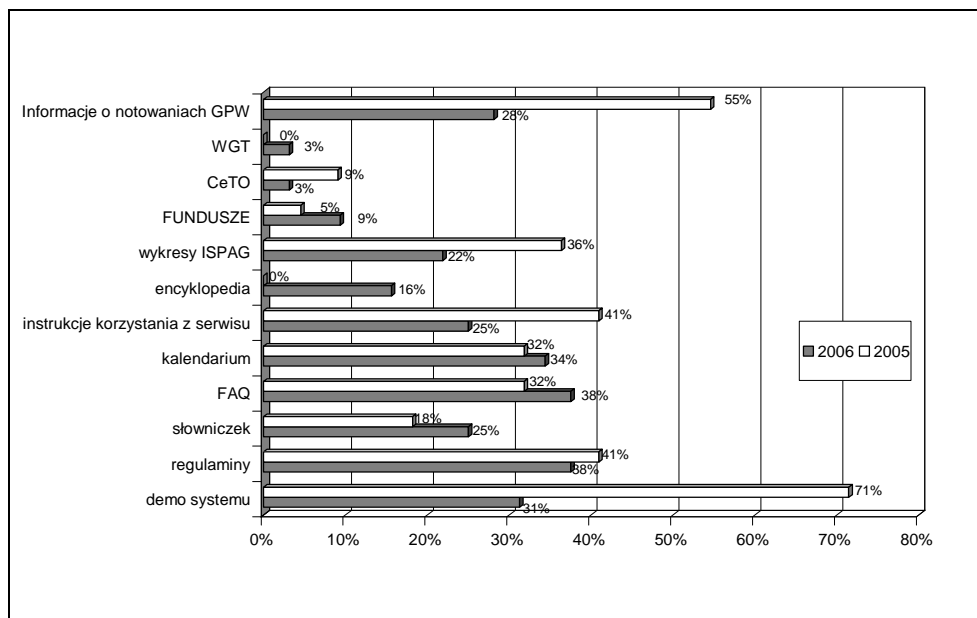
Wykres B2.3.3-6. Kategorie informacji dotyczące domów maklerskich dostępnych na stronach WWW w 2006 r.



Źródło: Zakres informacyjny stron internetowych domów maklerskich w Polsce, ILiM 2006.

Zawartość informacyjna stron WWW domów maklerskich jest znacznie zróżnicowana. Wśród domów maklerskich oferujących dostęp do rachunku za pomocą Internetu można było w 1/3 przypadków znaleźć demo systemu. W niektórych przypadkach były to interaktywne narzędzia pozwalające na prowadzenie fikcyjnych operacji a w niektórych interaktywne prezentacje systemów. Zaledwie wśród 1/3 domów maklerskich na stronach internetowych można znaleźć opis produktów i dostęp do bieżących notowań GPW co wydaje się być informacją podstawową. Niepokojący jest trend wskazujący na zmniejszanie się zawieranych informacji w ramach stron internetowych. Częściową odpowiedzią związaną z takim kształtem danych może być zjawisko integrowania coraz większej ilości narzędzi w ramach modułu zarządzania rachunkiem maklerskim. W związku z tym wykresy, notowania i analizy nie są już potrzebne w ramach strony internetowej, gdyż udostępniane są użytkownikowi w ramach narzędzi zarządzania rachunkami maklerskimi po zalogowaniu do systemu. Pozostałe wielkości dotyczące zawartości informacyjnej zaprezentowane są na wykresie B2.3.3-7.

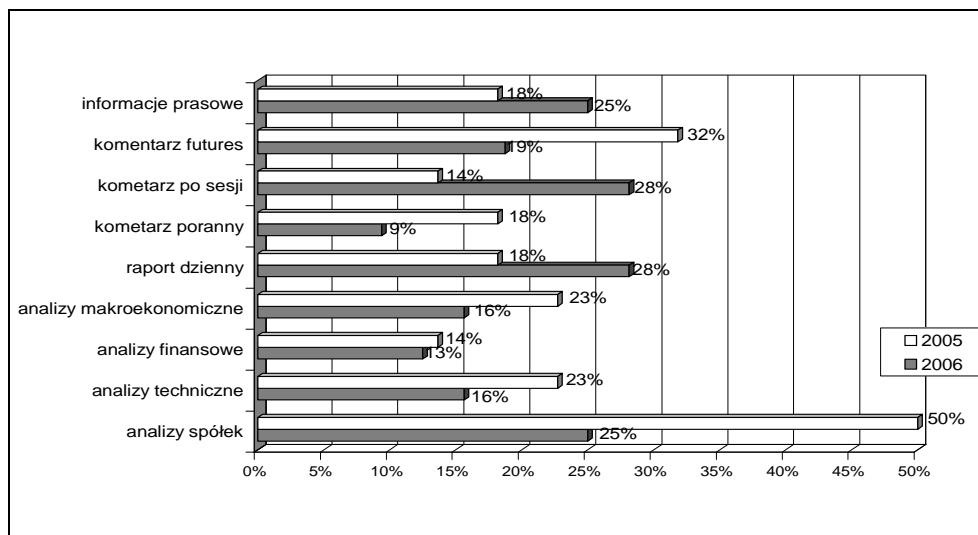
Wykres B2.3.3-7. Rodzaj informacji o domach maklerskich dostępnych na stronach WWW w 2006 r.



Źródło: Zakres informacyjny stron internetowych domów maklerskich w Polsce, ILiM 2006.

Do bardzo ważnych informacji dla inwestorów giełdowych można zaliczyć komentarze giełdowe i analizy spółek giełdowych. Niestety w tym przypadku wyniki domów maklerskich nie są zachwycające. Dodatkowo niepokojący jest fakt zmniejszenia się tych wielkości w stosunku do roku poprzedniego. Analizy spółek były umieszczane zaledwie w jednej czwartej przypadków. Również komentarze były obecne w mniej niż 30% przypadków. Ten niepokojący trend można wyjaśnić zjawiskiem komercjalizacji informacji. Domy maklerskie wycofują się z prezentowania komentarzy i informacji ponieważ zajmują się tym wyspecjalizowane i neutralne podmioty – np. tematyczne portale internetowe. Pozostaje mieć nadzieję, że tendencja nie zostanie zachowana – w przeciwnym wypadku inwestorzy pozostaną z małą liczbą darmowych źródeł informacji i będą zmuszeni do ponoszenia dodatkowych kosztów. Wielkości dotyczące tej zawartości informacyjnej przedstawia wykres B2.3.3-8.

Wykres B2.3.3-8. Rodzaj informacji o domach maklerskich dostępnych na stronach WWW w 2006 r.



Źródło: Zakres informacyjny stron internetowych domów maklerskich w Polsce, ILiM 2006.

Informacje dotyczące warunków prawnych świadczenia usług maklerskich są nadal bardzo rzadko umieszczane w witrynach internetowych. Wielkości dotyczące prawnych aspektów nie przekraczają 20% przypadków, więc klient ma nikłe szanse dowiedzieć się o sądzie, który jest właściwy do rozpatrywania sporów, czy o możliwościach wypowiedzenia umowy. Informacje takie, choć są wymagane prawnie, nadal nie są dostępne w portalach w sposób łatwy i szybki – w większości przypadków są one prezentowane klientowi podczas podpisywania umowy.

B2.3.3.6 Podsumowanie – kierunki i bariery rozwoju elektronicznych usług maklerskich w Polsce

Rynek usług wirtualnego inwestowania w Polsce zaczyna się rozwijać bardzo dynamicznie. Obecnie wirtualni inwestorzy mają do wyboru oferty 19 różnych biur maklerskich. Tabela B2.3.3-7 przedstawia listę domów maklerskich, które świadczą usługi maklerskie z wykorzystaniem Internetu (szarym kolorem zaznaczone zostały domy maklerskie, które rozpoczęły świadczenie usług w 2006 roku). Rozwój tego rynku zapewniony jest przede wszystkim dzięki obniżonym kosztom obsługi klienta. W 2006 roku zaobserwowano spadek ilości informacji dostępnych na stronach internetowych domów maklerskich. Wiele informacji zostało zintegrowanych na stałe z systemami zarządzania rachunkami. Obecnie swoje miejsce na rynku znalazły tematyczne portale internetowe, które dostarczają

obiektywnych informacji, co wskazuje na rozwój tego w kierunku komercjalizacji informacji.

Tabela B2.3.3-7. Biura maklerskie oferujące usługi w Internecie

Bank BPH S.A. Biuro Maklerskie	http://www.bm.bph.pl
Bank Gospodarki Żywnościowej S.A. Biuro Maklerskie	http://www.bgz.pl
Bank Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych S.A.	http://www.bmbise.pl
Beskidzki Dom Maklerski S.A.	http://www.bdm.com.pl
CA IB Securities S.A.	http://www.ca-ib.pl
Centralny Dom Maklerski Pekao S.A.	http://www.cdmpekao.com.pl
Dom Inwestycyjny BRE BANKU S.A.	http://www.breinwest.com.pl
Dom Maklerski Amerbrokers S.A.	http://www.amerbrokers.pl
Dom Maklerski Banku Ochrony Środowiska S.A.	http://bossa.pl/zlecenia
Dom Maklerski BZ WBK SA	http://www.dmbzwbk.pl
Dom Maklerski PENETRATOR S.A.	http://www.doakcji.pl
DOM MAKLERSKI TMS BROKERS S.A.	http://www.tms.pl
ERSTE Securities Polska S.A.	http://www.esp.pl
ING Securities S.A.	https://www.ingsecurities.pl
Internetowy Dom Maklerski S.A.	http://www.idmsa.pl
KBC Securities	http://www.kbcmakler.pl
Millennium Dom Maklerski S.A.	http://www.dmbigbg.pl
PKO BP S.A. Bankowy Dom Maklerski	http://www.bdm.pkobp.pl
X-TRADE BROKERS DOM MAKLERSKI S.A.	http://www.xtb.pl

Źródło: witryna internetowa Giełdy Papierów Wartościowych [www.gpw.com.pl].

Coraz więcej domów maklerskich oferuje usługi elektroniczne i można się spodziewać w przyszłości wojny o klienta, który wybierze serwis bogatszy w funkcjonalności i informacje pozwalające na efektywne inwestowanie.

Rozwój aplikacji internetowych to klucz do zajęcia liczącej się pozycji na rynku usług maklerskich wśród klientów indywidualnych. Badania przeprowadzone przez Stowarzyszenie Inwestorów Indywidualnych wskazują na preferencje klientów podczas wyboru domu maklerskiego – najważniejsze są opłaty i prowizje oraz jakość platformy internetowej.¹²⁰

Na rynku polskim działa ponad 30 biur maklerskich. Mimo tego klienci indywidualni mają ograniczony wybór ponieważ część biur nastawiona jest na obsługę przedsiębiorstw a jedynie kilkanaście platform znajduje się na poziomie

¹²⁰ Tamże

spełniającym oczekiwania inwestorów. Konkurencja w obszarze opłat i prowizji praktycznie nie istnieje ponieważ kształtują się one na bardzo zbliżonym poziomie.

Jednym z podstawowych elementów platform obsługi rachunków maklerskich on-line są moduły pozwalające na kierowanie na giełdę zleceń kupna i sprzedaży. Usługa ta jest prosta więc biura maklerskie konkurują w obszarze wartości dodanej dla klienta. W ten sposób serwis informacyjny, dostęp do komentarzy maklerskich i notowań w czasie rzeczywistym czy bardziej skomplikowane narzędzia, jak np. analiza trendów giełdowych czy porównania branżowe zyskały na wadze.

Klienci indywidualni stają się coraz ważniejszym ogniwem w łańcuchu zarobkowym biur maklerskich. W opracowaniu GUS czytamy, że „Przychody z całokształtu działalności (przychody ogółem) wszystkich przedsiębiorstw maklerskich wzrosły do 1119,4 mln zł (w domach maklerskich wzrost o 49,6 proc.; w biurach maklerskich o 45,5 proc.). Przychody z działalności maklerskiej ukształtowały się na poziomie 826,0 mln zł (wzrost o 64,1 proc.). Prowizje od operacji papierami wartościowymi na zlecenie wyniosły 483,3 mln zł i podwoiły swoją wartość.”

Długotrwała hossa na giełdzie spowodowała, że rok 2006 był rekordowym rokiem pod każdym względem. Można przewidywać, że w przyszłym roku nastąpi jedynie zwiększenie wolumenu klientów giełdy i wzrost zainteresowania tym sposobem oszczędzania. Już dziś składanie zleceń za pośrednictwem Internetu to nic skomplikowanego czy trudnego – zdaniem ekspertów przyszłość należy do urządzeń mobilnych, dzięki którym inwestowanie na giełdzie stanie się jeszcze wygodniejsze.

B3. E-administracja

Obecnie ocena gotowości Rzeczypospolitej Polskiej do transformacji w drodze do społeczeństwa informacyjnego zgodnie z rankingiem Światowego Forum Gospodarczego (World Economic Forum) jest niska. Zgodnie z Network Readiness Index wśród 104 państw uczestniczących w rankingu Polska zajmuje 53 pozycję¹²¹. W porównaniu z 2004 rokiem zanotowano poprawę o 19 pozycji, jednak Polska nadal zajmuje w rankingu ostatnie miejsce spośród państw UE-25. W połowie 2006 roku poziom zaawansowania rozwoju usług publicznych wśród krajów UE-25 wynosił 75%, tymczasem w Polsce – 53% (wzrost z 36% w 2004 roku).

Większość urzędów administracji publicznej osiągnęła poziom informacyjny, który nie wymaga transformacji w wewnętrznym funkcjonowaniu urzędu i jest relatywnie łatwy do osiągnięcia. Na niskim poziomie rozwoju pozostają usługi transakcyjne wymagające projektowania procedur wewnętrznych, integracji rejestrów państwowych i baz danych, zmiany uregulowań prawnych oraz stworzenia nowych regulacji organizacyjnych, klasyfikacji oraz standardów. Także brak doświadczenia w zarządzaniu projektami elektronicznej administracji oraz brak wizji jej rozwoju skutkuje niskim poziomem rozwoju e-usług. W 2005 roku poziom inwestycji w technologie informatyczne kształtował się w Polsce na poziomie 113 euro, przy średniej dla EU-25 wynoszącej 648 euro.¹²²

B3.1. Aktualna sytuacja e-administracji w Polsce

Rok 2006 nie przyniósł znaczących zmian pod kątem wdrożeń w informatyzacji administracji publicznej w Polsce. Plan informatyzacji państwa został opracowany dopiero w sierpniu 2006 roku. Tegoroczne wydatki na informatykę w państwie wyniosły około dwóch miliardów złotych, lecz efekty tych nakładów nie były widoczne. Kontynuowano prace nad budową systemów informatycznych, ponadsektorowych: e-PUAP (elektroniczna platforma usług publicznych), STAP (sieć teleinformatyczna administracji), CEPiK (rejestr

¹²¹ *The Network Readiness Index Rankings*, World Economic Forum 2004,

¹²² Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 1 sierpnia 2006 r. w sprawie Planu Informatyzacji Państwa na rok 2006 (Dz. U. Z dnia 18 sierpnia 2006 r.),

pojazdów i kierowców) oraz sektorowych: e-PORTAL, PESEL-2 (przebudowa rejestrów Państwowych) i e-DEKLARACJE (elektroniczne podatki).¹²³

Od 16 sierpnia 2006 roku przedsiębiorcy, których roczne przychody netto przekroczyły równowartość 5 mln euro, a więc ok. 7,5 tys. firm, mają możliwość przesyłania e-deklaracji. Rozpoczęto od deklaracji PIT-4 i PIT-8A.¹²⁴ Od 30.11.2006 r. umożliwiono tym samym podmiotom – dużym firmom- przesyłanie kolejnych deklaracji: sześciu rodzajów CIT oraz dwóch VAT. Projekt rozporządzenia określającego szczegółowe rozwiązania resort finansów przedstawił w pierwszej połowie listopada. Od tego momentu podatnicy mogą przysyłać 14 rodzajów e-deklaracji, w tym VAT-23 i 24 oraz najważniejszą z punktu widzenia przedsiębiorców – VAT-7. Z danych Ministerstwa Finansów na koniec listopada wynika, iż liczba przedsiębiorców korzystających z systemu to zaledwie 55 podatników. Wypełnianie deklaracji odbywa się za pomocą portalu pod adresem: e-poltax.mf.gov.pl on-line lub pobranie z portalu darmowej aplikacji i wypełnianie deklaracji off-line.¹²⁵

Trwają intensywne prace nad „kontynuacją biometrycznej rewolucji” zapoczątkowanej 28 sierpnia 2006 r., kiedy to Polska rozpoczęła wydawanie paszportów biometrycznych dla obywateli. Można zaryzykować stwierdzenie, że z tą datą staliśmy się pełnoprawnym współgospodarzem „europejskiej przestrzeni informatycznej”. Polska bowiem, jako jeden z nielicznych krajów unijnych rozpoczęła w zalecanym terminie i w pełni zgodnie z dyrektywą unijną wydawanie paszportów z mikroprocesorem dla wszystkich obywateli polskich, również tych mieszkających poza granicami kraju. Do dnia dzisiejszego wydano obywatelom 250 tysięcy paszportów biometrycznych. Polska w przeciwieństwie do większości krajów Unii Europejskiej postanowiła, że zdjęcia do biometrycznych paszportów będą mogły wykonywać wszystkie zakłady fotograficzne w naszym kraju. Szacuje się, że zdjęcia do paszportów wykonuje ok. 700 – 1000 zakładów fotograficznych, co daje w sumie ponad 2000 miejsc pracy. Ten sukces pozwala mieć nadzieję, na dobre relacje pomiędzy Państwem a obywatelem podczas kolejnego etapu wprowadzania dokumentów biometrycznych, jakim będzie nowy biometryczny dowód osobisty, który zostanie wprowadzony we wrześniu 2008 roku.¹²⁶

¹²³ Zwierzchowski Z., *Ten rok nie przyniesie zasadniczych zmian w informatyzacji administracji publicznej*, Rzeczpospolita, nr 228, 29.09.2006, dod. Teleinformatyka w Polsce, str. 2,

¹²⁴ <http://www.mf.gov.pl/>.

¹²⁵ Zalewski Ł., *Do urzędów trafiają kolejne e-deklaracje*, Gazeta Prawna, nr 234, 31.12.2006, str.12,

¹²⁶ *Konferencja na temat informatyzacji Państwa* 25.01.2007, <http://www.mswia.gov.pl/portal/pl/2/4407/>,

Rok 2006 przyniósł również zmiany organizacyjne w administracji publicznej, które pozwolą na lepsze zarządzanie procesem informatyzacji administracji publicznej, zgodnie z założeniami Planu Informatyzacji Państwa. W dniu 3 sierpnia 2006 roku Minister Spraw Wewnętrznych i Administracji otrzymał kompetencje do koordynowania w imieniu Prezesa Rady Ministrów wszelkich prac w tym zakresie. Ponadto 12 września 2006 roku został powołany Międzyresortowy Zespół do Spraw Informatyzacji - organ pomocniczy Rady Ministrów w zakresie informatyzacji administracji publicznej, rozwoju społeczeństwa administracyjnego, infrastruktury sieci teleinformatycznych oraz zastosowań technologii teleinformatycznych (TTI) w budowie gospodarki opartej na wiedzy.

W dniu 1 sierpnia 2006 r. Rada Ministrów przyjęła rozporządzenie w sprawie Planu Informatyzacji Państwa na rok 2006. Okres obowiązywania pierwszego Planu Informatyzacji Państwa do roku 2006 wynikał z horyzontu obowiązywania innych dokumentów strategicznych, w tym Strategii Informatyzacji Rzeczypospolitej – e-Polska na lata 2004-2006, Planu działań na rzecz rozwoju elektronicznej administracji – eGovernment na lata 2005-2006 i okresu programowania funduszy strukturalnych na lata 2004-2006.¹²⁷

Zadaniem planu na rok 2006 była koordynacja realizowanych przez podmioty publiczne projektów informatycznych tak, aby stworzyć spójny, w skali krajowej oraz europejskiej, system usług on-line w administracji publicznej. Plan wymienia m.in., które usługi publiczne świadczone dla obywateli i przedsiębiorców mogą być realizowane drogą elektroniczną. Są to np.: umawianie wizyt lekarskich, głosowanie przez portal internetowy, pośrednictwo pracy, przekazywanie danych statystycznych lub celnych, rozliczanie podatku dochodowego od osób prawnych lub VAT. Zaplanowano uproszczenie procedur administracyjnych, opracowanie wspólnych standardów komunikacji i wymiany danych oraz wprowadzenie systemów ponadresortowych w postaci np. centralnego repozytorium dokumentów (elektroniczne archiwum).¹²⁸

B3.2. Plan informatyzacji państwa na lata 2007-2010¹²⁹

Plan Informatyzacji Państwa na lata 2007-2010 utrzymuje priorytety zaprezentowane w Planie Informatyzacji na 2006 r. i zakłada kontynuację ujętych w nim zadań. Plan zachowuje zgodność i spójność z Krajowym Programem

¹²⁷ Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 1 sierpnia 2006 r., op. cit...,

¹²⁸ Szkodzin B., *Rządowy plan informatyzacji*, eGospodarka.pl, 02.08.2006,

¹²⁹ Opracowano na podstawie: *Plan Informatyzacji Państwa na lata 2007-2010*, MSWiA, 22.01.2007,

Reform na lata 2005-2008¹³⁰. Jest również w pełni zgodny z obowiązującymi aktami wykonawczymi do ustawy o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne. Jego założenia są skorelowane z zadaniami w zakresie informatyzacji i rozwoju społeczeństwa informacyjnego ujętym w Narodowej Strategii Spójności (Narodowych Strategicznych Ramach Odniesienia) na lata 2007-2013 i opracowanymi na jej podstawie programami operacyjnymi.

Plan Informatyzacji Państwa na lata 2007-2010 określa:

- priorytety i cele informatyzacji państwa, w oparciu o które powinien przebiegać rozwój systemów teleinformatycznych używanych do realizacji zadań publicznych,
- zestawienie sektorowych oraz ponadsektorowych projektów informatycznych, które będą służyć do realizacji określonych priorytetów i usług, szczegółowe opisy projektów wraz z informacją o szacunkowych kosztach ich realizacji, możliwych źródłach finansowania, podmiotach odpowiedzialnych za ich realizację,
- program działań w zakresie rozwoju społeczeństwa informacyjnego, uwzględniający zakresy realizacyjne projektów rozwoju systemów teleinformatycznych, spójnych z inicjatywą i2010 *Europejskie społeczeństwo informacyjne na rzecz wzrostu i zatrudnienia*,¹³¹
- zadania publiczne, które powinny być realizowane z wykorzystaniem drogi elektronicznej (usługi priorytetowe na rzecz obywateli i przedsiębiorstw). Zostały wskazane podmioty odpowiedzialne za wdrożenie poszczególnych usług oraz terminy rozpoczęcia ich realizacji. W Planie ustanowiono pięć ponadsektorowych i dwadzieścia dwa sektorowe projekty informatyczne.

Plan Informatyzacji Państwa wskazuje następujące ponadsektorowe projekty teleinformatyczne: e-PUAP, STAP, PL.ID (wprowadzenie biometrycznych dowodów osobistych od września 2008 r.), system SIS II i VIS PL. W Planie zawarto również zestawienie sektorowych projektów teleinformatycznych m.in. PESEL2, CEPIK, e-Deklaracje. Łączny budżet projektów informatycznych przewidzianych na lata 2007-2010 wynosi ponad 2,5 mld zł, a na lata 2007-2013 w Planie przewidziano kwotę ponad 3,5 mld zł. W roku 2007 ma być rozpoczęta realizacja 16 projektów na kwotę ok. 2,2 mld zł. Plan Informatyzacji Państwa stanowi kluczowy element mechanizmów absorpcji środków Unii Europejskiej

¹³⁰ *Krajowy Program Reform...*, op.cit.,

¹³¹ *Inicjatywa i2010. Europejskie społeczeństwo informacyjne na rzecz wzrostu i zatrudnienia*, przyjęta przez Komisję Wspólnot Europejskich 1.06.2006,

przewidzianych na informatyzację i rozwój społeczeństwa informacyjnego w Polsce, które na lata 2007–2013 mają wynieść ok. 4 mld euro.

Przy przygotowaniu Planu Informatyzacji Państwa brały aktywny udział wszystkie ministerstwa, przedstawiciele samorządu i branży teleinformatycznej, co przyczyni się do większej koordynacji działań w przyszłości i współpracy poziomej między jednostkami administracji rządowej a także samorządowej. Plan Informatyzacji Państwa jest pierwszym krokiem do stworzenia „państwa sieciowego”, które będzie zaprzeczeniem tzw. „polski resortowej”.

Na chwilę obecną największym zagrożeniem, które może skutecznie utrudnić wdrożenie Planu są bariery prawne w rozwoju informatyzacji Państwa. Już obecnie podczas realizacji projektów e-PUAP i PESEL-2 w MSWiA dokonano identyfikacji ponad 160 aktów prawa powszechnie obowiązującego, których nowelizacja w latach 2007 -2009 jest niezbędna dla skutecznego wdrożenia Planu. Jako pierwsza konieczna jest pilna nowelizacja Prawa Zamówień Publicznych, zmierzająca w kierunku wyraźnego rozróżnienia sposobu zamawiania unikatowych i dedykowanych systemów informatycznych, wykonywanych jednorazowo na konkretne, oryginalne zamówienie od zamawiania systemów powtarzalnych, seryjnych takich jak np. zakup komputera osobistego z oprogramowaniem systemowym i pakietem biurowym. Tą kwestią bardzo pilnie zajął się Międzyresortowy Zespół ds. Informatyzacji w ramach, którego działa Podzespół ds. Legislacji w Obszarze Informatyzacji.

e-PUAP¹³²

Świadczenie usług publicznych drogą elektroniczną zarysowane zostało w koncepcji Wrót Polski. Jej realizację mają stanowić systemy informatyczne określane jako elektroniczna Platforma Usług Administracji Publicznej, w skrócie e-PUAP. Realizacja pierwszego etapu budowy tych systemów dofinansowana ze środków Sektorowego Programu Operacyjnego Wspieranie Konkurencyjności Przedsiębiorstw działanie 1.5, nastąpi w latach 2006-2008.

System e-PUAP będzie składał się z kilku głównych obszarów funkcjonalnych:

1. Portalu informacyjnego poświęconego dostępnym usługom publicznym, w tym świadczonym drogą elektroniczną.

2. Platformy usług wspólnych wspierających świadczenie usług publicznych drogą elektroniczną. Platforma ta będzie m.in. wspomagać dwukierunkową komunikację pomiędzy obywatelami i przedsiębiorcami a administracją publiczną, dostarczać pewnych rozwiązań związanych z bezpieczeństwem.

¹³² Opracowano na podstawie informacji na stronie: <http://www.e-puap.mswia.gov.pl>,

3. Środowiska wspierającego prace nad standardami interoperacyjności, opracowywanie modeli danych (w standardzie XML) oraz publikację tych standardów.

Obecnie zakres systemu e-PUAP jest znany tylko w zarysie. Wiele zagadnień wymaga jeszcze rozstrzygnięcia, ustalenie w jakim zakresie e-PUAP powinien uczestniczyć w świadczeniu usług publicznych drogą elektroniczną oraz określenie podstaw prawnych.

I Etap e-PUAP realizowany będzie do 2008 roku i ma kosztować 35 mln zł.¹³³

PESEL-2¹³⁴

Projekt PESEL-2 ma za zadanie stworzenie usług realizowanych przez Internet polegających na potwierdzaniu, weryfikacji i udostępnianiu danych z rejestrów i ewidencji ludności, Urzędów Stanu Cywilnego oraz dowodów osobistych. Dzięki temu możliwa będzie weryfikacja autentyczności dokumentów, którymi posługują się obywatele w kontaktach z organami państwa i w obrocie gospodarczym oraz sprawna i bezpieczna identyfikacja mieszkańców Polski.

Stworzony system oparty będzie na współpracy systemów informatycznych zarządzających rejestrami i ewidencjami na poziomach centralnym i gminnym.

Realizacja projektu PESEL-2 przyczyni się do ułatwienia i uproszczenia szeregu czynności administracyjnych oraz pozwoli na wyeliminowanie bezpośredniego i osobistego udziału obywatela lub przedsiębiorcy w ich realizacji. System będzie miał za zadanie:

1. Ograniczenie ilości wydawanych zaświadczeń, odpisów, wypisów poprzez zapewnienie dostępu do wiarygodnych i aktualnych danych gromadzonych w bazach centralnych zainteresowanym urządzeniom administracji publicznej, i innym upoważnionym instytucjom oraz podmiotom z zakresie określonym przez przepisy prawa.
2. Stworzenie warunków do odmiejszczenia obywatela polegających na umożliwieniu świadczenia szeregu czynności administracyjnych w dowolnym urzędzie gminnym.
3. Automatyczną aktualizację i przekazywanie określonych danych bez konieczności udziału obywatela (np. zmiana miejsca zamieszkania) – dane z rejestru PESEL-2 będą przekazywane do innych systemów sektora

¹³³ Świderek T., *Teleinformatyka. MSWiA przedstawiło plany informatyzacji Państwa*, Gazeta Prawna, nr 244, 15-17.12.2006, str.8,

¹³⁴ Opracowano na podstawie informacji na stronie: <http://pesel2.mswia.gov.pl>,

publicznego lub pobierane przez te systemy przy wykorzystaniu platformy teleinformatycznej administracji publicznej

4. Ułatwienie rozwoju przedsiębiorczości i wzrost innowacyjności poprzez wzmocnienie instytucji otoczenia biznesu.

Na poziomie centralnym program PESEL2 obejmuje:

- Przebudowę zbioru PESEL (Powszechny Elektroniczny System Ewidencji Ludności),
- Utworzenie Ogólnokrajowej Ewidencji Wydanych i Utraconych Dowodów Osobistych (OEWiUDO),
- Utworzenie Centralnego Rejestru Aktów Stanu Cywilnego (CRASC).

Na poziomie gminnym nastąpi wzajemna integracja:

- gminnych ewidencji ludności (Lokalne Bazy Danych - LBD),
- gminnych ewidencji wydanych i utraconych dowodów osobistych (Systemy Obsługi Obywatela - SOO),
- gminnych rejestrów aktów stanu cywilnego (RASC).

Program PESEL-2 współfinansowany jest ze środków - Sektorowego Programu Operacyjnego Wzrost Konkurencyjności Przedsiębiorstw obejmującego przebudowę i aktualizację istniejących oraz stworzenie nowych rejestrów państwowych, a następnie ich integrację.

Całkowita wartość inwestycyjna projektu oszacowana została na 200 mln zł, z czego 150 mln zł stanowić będzie dofinansowanie ze środków Unii Europejskiej - Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.

Koszt budowy systemu PESEL-2 jest podzielony na kilka kategorii, obejmujących przygotowanie, prowadzenie i obsługę projektu – 20 mln zł, Centrum Podstawowe i Zapasowe, system komunikacji – 50 mln zł, warstwę centralną systemu (portal informacyjny, broker centralny, bazy centralne PESEL-2, OEWiUDO, CRASC) – 37 mln zł oraz warstwę lokalną (sprzęt, aplikacja USC i LBD, wdrożenie, polityka bezpieczeństwa, podpis kwalifikowany) – 85 mln zł.¹³⁵

CEPiK¹³⁶

Centralna Ewidencja Pojazdów i Kierowców – CEPiK jest systemem informatycznym, który obejmuje centralną bazę danych, gromadzącą informacje

¹³⁵ Szetyński T. *System PESEL2*, e-Fakty 5/2006, str. 6.

¹³⁶ Opracowano na podstawie informacji na stronie: <http://www.mswia.gov.pl/>,

o pojazdach, ich właścicielach i posiadaczach oraz osobach posiadających uprawnienia do kierowania pojazdami.

Budowa Centralnej Ewidencji Pojazdów i Kierowców ma zabezpieczyć interesy Państwa i Obywateli w zakresie bezpieczeństwa ruchu drogowego oraz bezpieczeństwa pojazdów i ich właścicieli.

CEPiK ma na celu:

- poprawę bezpieczeństwa obrotu cywilno-prawnego pojazdami;
- ograniczenie negatywnych zjawisk jak kradzieże pojazdów, dokumentów, oszustwa celne, oszustwa ubezpieczeniowe itp.;
- zwiększenie efektywności pracy Policji dzięki dostępowi do centralnego banku danych;
- poprawa bezpieczeństwa ruchu drogowego poprzez formalne uprawnienia do kierowania pojazdami i dbałość o właściwy poziom techniczny pojazdów;
- usprawnienie pracy organów administracji państwowej dotyczącej rejestracji pojazdów i wydawania praw jazdy;
- dostosowanie się do rozwiązań funkcjonujących w krajach Unii Europejskiej.

Planowane zakończenie prac nad tym projektem to koniec 2007 roku. Początkowo planowano budowę osobnej sieci teleinformatycznej (koszt ok. 172 mln zł), lecz MSWiA postanowiło wykorzystać własne zasoby sieciowe i sieci służb mu podległych. Koszt eksploatacji sieci spadnie do 52 mln zł, a czas realizacji zostanie skrócony o rok.¹³⁷

STAP¹³⁸

Sieć Teleinformatyczna Administracji Publicznej (STAP) ma stanowić rozległą, ogólnokrajową infrastrukturę teleinformatyczną, która umożliwi przesyłanie danych oraz dostarczy zdefiniowany zestaw usług teleinformatycznych dla określonych podmiotów.

Zakres przewidywanych usług STAP to:

- platforma elektronicznego obiegu spraw i dokumentów
- dostęp do rejestrów państwowych
- podpis elektroniczny

¹³⁷ Świderek T., *Teleinformatyka. MSWiA przedstawiło...op.cit.*,

¹³⁸ Bliźniuk G., *Informacja na temat strategii informatyzacji RP*, Warszawa 2005-2006, www.mswia.gov.pl

- telefonia IP
- wideokonferencje
- Intranet/Extranet
- zintegrowany Internet.

Zakładane etapy realizacji STAP:

- administracja rządowa na terenie Warszawy
- administracja rządowa poza Warszawą
- udostępnianie usług STAP administracji samorządowej.

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

Tabela B 4.2-1 Zestawienie i charakterystyka ponadsektorowych projektów teleinformatycznych, Plan Informatyzacji Państwa na lata 2007-2010

Lp	Nazwa Projektu	Opis	Resort odpowiedzialny	Szacunkowy koszt i źródła finansowania	Czas realizacji
1.	E-PUAP – ELEKTRONICZNA PLATFORMA USŁUG ADMINISTRACJI PUBLICZNEJ	ePUAP jest spójnym i systematycznym programem działań zmierzającym do uzyskania pełnej funkcjonalności elektronicznej administracji w Polsce. Celem pierwszego etapu projektu jest budowa platformy umożliwiającej tworzenie procesów obsługi firm z wykorzystaniem zdefiniowanych wcześniej standardów dokumentów elektronicznych i standardów procesów pracy administracji publicznej.	MSWiA	35 mln zł (źródło finansowania I etapu projektu - SPO WKP)	2006-2008
2.	STAP – SIEĆ TELEINFORMATYCZNA ADMINISTRACJI PUBLICZNEJ	Główne usługi sieciowe: podpis elektroniczny, platforma obiegu dokumentów elektronicznych, Transmisja VIP, transmisja wideo (wideoprzekaz, streaming). Ogólne zasady funkcjonowania STAP: <ul style="list-style-type: none"> ▪ infrastruktura telekomunikacyjna stanowi pierwszy etap budowy Sieci Teleinformatycznej Administracji Publicznej na obszarze m.st. Warszawy (STAP-Warszawa); ▪ infrastruktura telekomunikacyjna ogólnokrajowej sieci teleinformatycznej, budowana przez MSWiA na potrzeby CEPiK, stanowi podstawę realizacji STAP na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej; 	MSWiA	Koszty związane z dołączeniem do infrastruktury STAP użytkowników są pokrywane z budżetów tych użytkowników, w proporcjach odpowiadających stopniowi jej wykorzystywania (źródło finansowania: rezerwa budżetowa)	(2006-2007)

Źródło: Załącznik nr 2 do Planu Informatyzacji Państwa na lata 2007-2010, www.MSWiA.gov.pl,

Tabela B 4.2-2 Zestawienie i charakterystyka sektorowych projektów teleinformatycznych, Plan Informatyzacji Państwa na lata 2007-2010

Lp.	Nazwa Projektu	Opis	Resort odpowiedzialny	Szacunkowy koszt i źródła finansowania	Czas realizacji
1.	CEPIK – CENTRALNA EWIDENCJA POJAZDÓW I KIEROWCÓW	Centralna Ewidencja Pojazdów i Kierowców – CEPIK jest systemem informatycznym obejmującym centralną bazę danych gromadzącą dane i informacje o pojazdach, ich właścicielach oraz osobach posiadających uprawnienia do kierowania pojazdami. Umożliwi on zarządzanie obsługą aktualizacji i udostępniania danych z rejestrów: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Centralna Ewidencja Pojazdów (CEP); ▪ Centralna Ewidencja Kierowców (CEK) . 	MSWiA	52 mln zł, (fundusz celowy CEPiK)	2006 - 2007
2.	E-DEKLARACJE - ROZLICZENIA PODATKOWE DLA PODMIOTÓW GOSPODARCZYCH	Nowe usługi świadczone drogą elektroniczną, możliwość wypełniania elektronicznych formularzy (PIT, CIT, VAT, NIP). Celem projektu jest umożliwienie przekazywania, przechowywania i przetwarzania deklaracji podatkowych i podań w postaci elektronicznej oraz zapewnienie dostępu do informacji podatkowych on-line.	MF	152 mln zł (budżet państwa, Fundusze strukturalne) Roczne koszty eksploatacji: 32 mln zł.	IV kwartał 2005– I kwartał 2008

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

3.	PESEL-2 – PRZEBUDOWA REJESTRÓW PAŃSTWOWYCH	Budowa nowego, zintegrowanego systemu ewidencji ludności PESEL-2, umożliwiającego m.in.: <ul style="list-style-type: none"> ▪ zdalną aktualizację zbioru PESEL danymi ze zbiorów meldunkowych w gminach oraz z USC, ▪ zdalne udostępnianie referencyjnych danych ze zbioru PESEL-2 uprawnionym podmiotom, ▪ zastosowanie technologii podpisu elektronicznego, ▪ zdalną wymianę informacji pomiędzy systemem ewidencji ludności, a systemami wydawania dowodów i paszportów. 	MSWiA	166,34 mln zł (budżet państwa, fundusze strukturalne)	2006- 2008
4.	INFORMATYZACJA KSIĄG WIECZYSTYCH	Celem systemu NKW jest zwiększenie bezpieczeństwa obrotu nieruchomościami poprzez poprawę skuteczności rejestracji praw własności nieruchomości, podniesienie wiarygodności zapisów ksiąg wieczystych, usprawnienie postępowań dotyczących ksiąg wieczystych oraz techniki prowadzenia ksiąg wieczystych,	MS	10,3 mln EURO (budżet państwa, fundusze strukturalne)	2007- 2010
5.	BUDOWA DZIEDZINOWEJ PLATFORMY ELEKTRONICZNEJ MS, w tym uruchomienie usług dla przedsiębiorców na	Projekt umożliwi dostęp elektroniczny do wydziałów gospodarczych Krajowego Rejestru Sądowego oraz Rejestru Zastawów i Centralnych Informacji tych rejestrów. Przedsięwzięcie to ma na celu ułatwienie i przyspieszenie dostępu do sądów rejestrowych oraz rozszerzenie dostępu do danych rejestrowych na obszar całego kraju.	MS	5,3 mln EURO (budżet państwa, Fundusze strukturalne)	2007- 2010

	portalu dostępowo-informacyjnym				
6.	TREZOR – system informatyczny obsługujący planowanie, wykonanie, ewidencję i sprawozdawczość budżetową dla budżetu zadaniowego	System TREZOR zapewnia dostęp do informacji na temat planowanych i ponoszonych w trakcie roku wydatków, oraz przekazywanych sprawozdań, co znacząco zwiększy przejrzystość informacyjną finansów publicznych. Zwiększona przejrzystość informacyjna zapewni pełniejszą kontrolę nad środkami otrzymywanymi i wydatkowanymi, co usprawni zarządzanie płynnością budżetu państwa.	KPRM	10 mln EURO (budżet państwa, Fundusze strukturalne)	2007- 2010
7.	PLATFORMA UDOSTĘPNIANIA ONLINE PRZEDSIĘBIORCOM USŁUG I ZASOBÓW CYFROWYCH REJESTRÓW MEDYCZNYCH	System umożliwi m.in. tworzenie elektronicznych wniosków o wpisy do rejestrów medycznych (rejestr zakładów opieki zdrowotnej, rejestr zawodów medycznych, rejestr lekarzy, rejestr pielęgniarek i położnych, rejestr jednostek ratownictwa medycznego, rejestr aptek) i dwustronną wymianę dokumentów elektronicznych między przedsiębiorcami a organami rejestrowymi, tak, aby zapewnić niezaprzeczalność, bezpieczeństwo, i niezawodność świadczonych usług publicznych on-line.	MZ	15 mln EURO (budżet państwa, Fundusze strukturalne)	2007- 2013
8.	BUDOWA PLATFORMY KOMUNIKACJI MSP I OSÓB Z OBSZARU WSPARCIA	Projekt stanowi kontynuację obecnie prowadzonych prac. Przewidziane są następujące działania: <ul style="list-style-type: none"> ▪ e-Bon: system wspierający osoby niepełnosprawne oraz zatrudniających ich przedsiębiorców ▪ Krajowy System Monitoringu Osób Orzekanych o 	MPiPS	21,5 mln EURO (budżet państwa, Fundusze strukturalne)	2007- 2013

Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce

	SPOŁECZNEGO (niepełnosprawni, osoby korzystające z pomocy społecznej)	Niepełnosprawności (rejestr wydanych orzeczeń) <ul style="list-style-type: none"> ▪ integracja danych, dla wsparcia pracowników jednostek organizacyjnych pomocy społecznej/urzędów gminnych ▪ rozbudowa systemu e-WNIOSKI, umożliwiającego wypełnienie elektronicznego formularza wniosku o świadczenia rodzinne 			
9.	E-PODATKI	Projekt e-Podatki jest jednym ze strategicznych przedsięwzięć Ministerstwa Finansów zmierzających do poprawy obsługi podatkowej obywatela i wdrożenia nowej jakości funkcjonowania aparatu skarbowego. Kontynuacja projektu e-Deklaracje	MF	45 mln EURO (budżet państwa, Fundusze strukturalne)	2008- 2012

Źródło: Załącznik nr 2 do *Planu Informatyzacji Państwa na lata 2007-2010*, www.MSWiA.gov.pl,

B3.3. E-administracja w jednostkach samorządowych¹³⁹

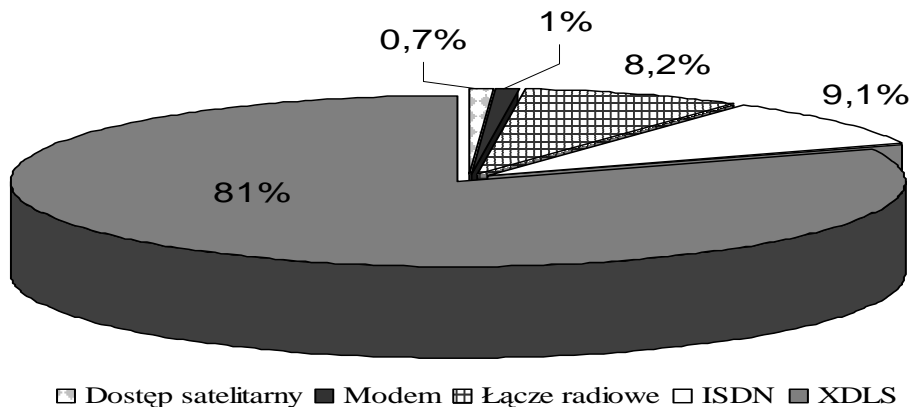
Rozważając koncepcję utworzenia sieci wirtualnej na terenie Polski, w oparciu o Internet oraz w ramach przygotowań do budowy systemu PESEL-2, Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji zleciło Wojewódzkim Ośrodkom Informatyki Terenowych Banków Danych (WOI TBD), koordynowanym przez WOI TBD Bydgoszcz, przeprowadzenie ankiety na temat dostępu do Internetu wśród 2478 jednostek samorządu terytorialnego w kraju. Badanie zostało przeprowadzone w październiku 2006 roku. Ankieta obejmowała analizę sposobu podłączenia do Internetu, dostawców Internetu, parametrów (przepustowości) i typów łącz, alternatywnych dostawców oraz rodzaj wykorzystania Internetu w urzędzie gminy. W badaniu odpowiedzi udzieliło 100% jednostek badanej zbiorowości.

Z badań wynika, że na dzień przeprowadzenia badania, wszystkie gminy posiadały podłączenie do Internetu, a obecny stan podłączenia urzędów gmin do Internetu nie stanowi istotnej bariery do wdrażania usług publicznych świadczonych drogą elektroniczną i dalszego rozwoju społeczeństwa informacyjnego. Możliwe jest elektroniczne przesyłanie danych pomiędzy gminami i poziomem centralnym w odpowiednio zabezpieczony sposób za pomocą sieci Internet bez potrzeby budowania dedykowanej, rządowej sieci transmisji danych. Ankieta potwierdziła jedno z kluczowych założeń projektu PESEL2 i dowodów biometrycznych polegające na wykorzystaniu sieci Internet jako podstawowego medium transmisji danych.

Najpopularniejszym rodzajem łącza internetowego wśród urzędów gminnych było łącze stałe (DSL, ADSL, HDSL, Neostada). W 2006 roku korzystało z niego 2008 placówek (81%). Łącze ISDN posiadało 226 gmin (9.1%) a łącze radiowe 203 gminy (8.2%). Tylko 18 korzystało z łącz satelitarnych. Łącze wdzwaniane (dial-up) miało 23 gminy. Jako łącze podstawowe nigdzie nie było używane GPRS czy UMTS.

¹³⁹ Stan infrastruktury Teleinformatycznej państwa. Podłączenie do Internetu Urzędów gmin w Polsce- Analiza wyników, Warszawa, 01.2007, www.pesel2.mswia.gov.pl,

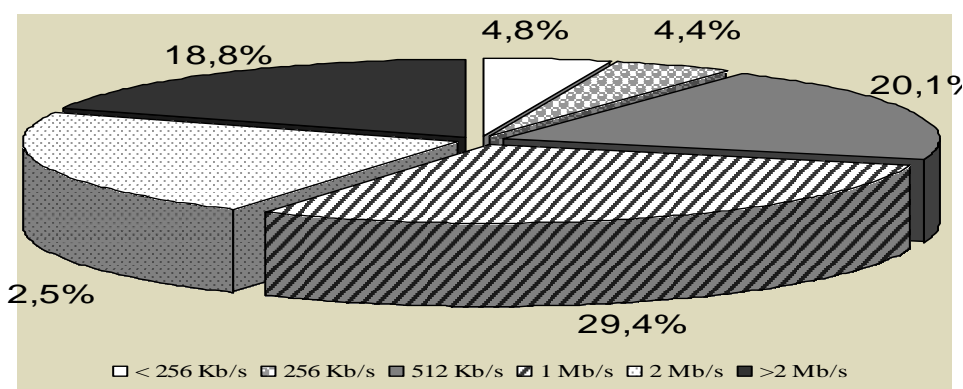
Wykres B 4.3 -1 Rodzaj łącza internetowego wykorzystywanego przez gminy



Źródło: Stan infrastruktury Teleinformatycznej państwa. Podłączenie do Internetu Urzędów gmin w Polsce- Analiza wyników, Warszawa styczeń 2007, www.pesel2.mswia.gov.pl,

Większość urzędów gmin (70,7%) korzystała z łącza o przepustowości minimum 1 Mb/s. Drugą najliczniejszą grupę 607 gmin (24,5%) stanowiły jednostki, w których przepustowość łącza podstawowych wynosiła pomiędzy 256 kb/s a 512 kb/s. Tylko 118 gmin (4,8 %) posiadało łącza o małej przepustowości, 128 kb/s lub mniejsza.

Wykres B 4.3 -2 Przepustowość łącza w urzędach gminnych



Źródło: Stan infrastruktury Teleinformatycznej państwa. Podłączenie do Internetu Urzędów gmin w Polsce- Analiza wyników, Warszawa, styczeń 2007, www.pesel2.mswia.gov.pl,

Ogółem urzędy gminne korzystały z usług ponad 280 różnych dostawców Internetu. Jednak głównym operatorem była Telekomunikacja Polska, która obsługiwała 2031 gmin (82%). Pozostali alternatywni gracze dostarczający połączenie do Internetu kilku lub kilkunastu urzędów gminnym to: Multimedia Polska (33 urzędy - najwięcej w podkarpackim - 15), Dialog (23), Netia (16), Telefony Podlaskie (9), MNI (9), Telefonia Pilicka (8), Telekomunikacja Kolejowa (7), TTcomm (6), Crowley (5) i Exatel (3).

Tabela 4.3-1 Dostawcy Internetu do urzędów gmin według województw

	Razem	TP S.A.	inni	Multimedia Polska	DIALOG	NETIA	Telefony Podlaskie	MNI S.A.	Pilicka Telefonia	Telekom. Kolejowa	TTcomm S.A	CROWLEY	Exatel
Dolnośląskie	169	146	12		10	1							
Kujawsko-Pomorskie	144	128	10			3				2			1
Lubelskie	213	188	24			1							
Lubuskie	83	67	10		6								
Łódzkie	177	125	42	7	2			1					
Małopolskie	182	152	25	4						1			
Mazowieckie	314	254	34	6		2	9		4	1	2	2	
Opolskie	71	63	7			1							
Podkarpackie	159	119	20	15					1		2	2	
Podlaskie	118	105	5					8					
Pomorskie	123	91	25		2	3				1			1
Śląskie	167	134	27		1	2				1		1	1
Świętokrzyskie	102	74	23						3		2		
Warmińsko- Mazurskie	116	106	8		2								
Wielkopolskie	226	184	39	1		2							
Zachodniopomorskie	114	95	17			1				1			
Ogółem	2478	2031	328	33	23	16	9	9	8	7	6	5	3

Źródło: Stan infrastruktury Teleinformatycznej państwa. Podłączenie do Internetu Urzędów gmin w Polsce- Analiza wyników, Warszawa, styczeń 2007, www.pesel2.mswia.gov.pl,

Badanie MSWiA zawierało również pytanie o dostępność łączy internetowych od innego operatora, które mogłyby stanowić dodatkową łączność (back-up). Z takiej możliwości może skorzystać obecnie 795 gmin.

W ramach prac związanych z realizacją projektu PESEL-2 dokonano także inwentaryzacji obecnego stanu w zakresie infrastruktury IT wykorzystywanej do prowadzenia zadań związanych z ewidencją ludności i aktami stanu cywilnego.

Z ankiety wynika m.in., że w 1775 urzędach gminnych obsługą systemu PESEL zajmuje się zatrudniony informatyk. Z usług firm zewnętrznych korzysta 465 gmin. System operacyjny komputerów stosowany do ewidencji to w większości Windows (1692 gminy), Novell (291 gmin) i Linux (132 gminy). Dane przechowywane są przede wszystkim w bazie dBase (934 gminy) i MS SQL (597 gmin). Zdecydowana większość gmin (2164), obok elektronicznej, prowadzi papierowe Karty Osobowe Mieszkańca (KOM). Natomiast z informatyzowanego systemu ewidencji aktów stanu cywilnego nie posiada 1190 urzędów gminnych. W ramach projektu PESEL2 zrezygnowano więc z budowy Centralnego Rejestru Aktów Stanu Cywilnego.

Dostawców systemów IT do prowadzenia ewidencji ludności i aktów stanu cywilnego w gminach odnotowano ponad 20. Według zamierzeń kierownictwa Departamentu Rozwoju Rejestrów MSWiA, autorzy dotychczasowych systemów zmodernizują swoje produkty zgodnie z wytycznymi MSWiA. W lutym 2007 ogłoszone zostaną zasady finansowania modernizacji infrastruktury urzędów gminy i wynagrodzenia wykonawców w znacznej części ze środków unijnych. System PESEL2 powinien zaś ruszyć w połowie 2008 r. Wraz z ogłoszonym niedawno projektem stworzenia dowodu biometrycznego PL-ID, stanowiącym kontynuację projektu PESEL2, pochłonie on łącznie 470 mln zł. Pierwsze dowody biometryczne będą wydawane w drugiej połowie 2008 r.¹⁴⁰

B3.4. Trendy rozwoju e-administracji na świecie ¹⁴¹

E-administracja ma za zadanie w twórczy sposób wykorzystywać technologie, która pozwoli świadczyć lepsze usługi dla obywateli i przedsiębiorstw, tym samym dając im większy wybór (np. sposobów komunikacji z urzędem) i opcje personalizacji usług, przy jednoczesnym ograniczaniu kosztów. E-administracja musi ponadto zmieniać sposób organizacji własnej pracy i porozumiewania się między urzędami i organami administracji publicznej, przejmując od obywateli i przedsiębiorców ciężar zarządzania informacją. E-administracja powinna nadawać kierunki rozwoju e-gospodarce poprzez tworzenie strategii, przepisów i systemu bodźców.

Państwo może określić standardy działania poprzez nakładanie na obywateli lub ich część obowiązku korzystania z elektronicznych środków komunikacji.

¹⁴⁰ Maciejewski A., *Wszystkie gminy w Internecie*, Computerworld, Nr 7-2007, 13.02.2007,

¹⁴¹ Opracowano na podstawie artykułu: Rybiński K., *III rewolucja przemysłowa, czyli rzeczy jakich jeszcze nie robiliśmy*, Logistyka 3/2006, str.58-62,

W Holandii i USA duże przedsiębiorstwa mają obowiązek składania e-deklaracji podatkowych. We Francji natomiast, uznano, że dobrą praktyką dla wprowadzania nowych standardów jest środowisko studencko-naukowe i wnioski o granty naukowe są przyjmowane wyłącznie w postaci elektronicznej¹⁴².

Nakładanie obowiązków jest jednym ze sposobów zmierzających do rozprzestrzenienia interaktywnych metod komunikacji. Jednakże trzeba brać pod uwagę ograniczoną skuteczność rozwiązań e-administracji w sytuacjach, gdy obywatel jest nieprzygotowany lub niechętnie zmienia swoje przyzwyczajenia. W krajach o wysokiej pozycji w rankingu dostępu indywidualnych osób do ICT (ang. Information and Communication Technology), czasami zauważalna jest wstrzeźliwość w korzystaniu z oferowanych usług e-administracji¹⁴³. W Danii zauważono, że przyczyną wstrzeźliwości jest brak powszechnego zrozumienia, jakie osobiste korzyści może uzyskać obywatel korzystający z usług e-administracji. Pokazuje to na potrzebę przeprowadzenia działań edukacyjno-informacyjnych. Wiele krajów wdrożyło już programy promocyjne mające zachęcić do wykorzystywania elektronicznej komunikacji z administracją publiczną. W Singapurze uruchomiona została strona internetowa, z której można dokonać płatności do niemal każdego urzędu i agencji rządowej w kraju, a wśród użytkowników serwisu losowane są cotygodniowe i comiesięczne nagrody.¹⁴⁴

Innym ciekawym rozwiązaniem jest program lojalnościowy dla obywateli korzystających z usług publicznych świadczonych przez Internet, wprowadzony w Dubaju. Pierwszy krok to 10-godzinny kurs korzystania z usług on-line. Władze przewidują, że do końca 2006 r. przeszkolą 10 000 obywateli i pracowników służby cywilnej. Na zakończenie kursu obywatel otrzymuje certyfikat i kartę lojalnościową. Każdorazowe korzystanie z usług on-line dodaje do karty punkty, które mogą być potem wymienione na preferencyjne stawki w bankach, liniach lotniczych i u innych partnerów programu.¹⁴⁵

Wszystkie usługi dostępne on-line przygotowane są w celu jak najlepszego zaspokojenia potrzeb obywatelki i przedsiębiorstw, oraz wzrostu efektywności działania administracji publicznej. Szwedzi i Estończycy otrzymują od urzędów skarbowych wyliczoną wartość podatku rocznego, zaś potwierdzenia odsyłają

¹⁴² *Leadership In Customer Service: New Expectations, New Experiences*”, The Government Executive Series, Accenture, 2005,

¹⁴³ *OECD Government Studies. Denmark*, 01.2006,

¹⁴⁴ *Global E-Government Readiness Report 2005. From E-Government to E-Inclusion* United Nations, 2005,

¹⁴⁵ *E-government today and tomorrow*, Public Sector Technology & Management, Vol.3.1, 01.2006, str.60,

SMS-em, telefonicznie (przez automat IVR) lub przez Internet¹⁴⁶. Finowie po zmianie miejsca zamieszkania nie muszą odwiedzać urzędu osobiście, tylko wchodzą na stronę WWW, gdzie wprowadzają nowe dane. Dla potwierdzenia autentyczności używany jest certyfikat wpisany w kartę SIM w telefonie komórkowym Fina.¹⁴⁷

SMS-y wykorzystywane są też w wielu innych usługach publicznych: w Singapurze obywatel może zamówić usługę otrzymywania SMS-a z przypomnieniem o terminie płacenia podatku drogowego, zwrotu książek do biblioteki, czy przedłużenia ważności paszportu: Może również w ten sposób otrzymywać wyniki badań medycznych.¹⁴⁸

Dużym wyzwaniem dla sektora publicznego jest świadczenie usług zorientowanych na wygodę obywatela. Oznacza to konieczność nie tylko zmiany sposobu komunikacji z obywatelem, ale często zmusza urzędy do stosowania wewnętrznych procesów oraz do zwiększenia współpracy między urzędami. Dzięki temu powstają projekty typu „każde drzwi są dobre”, w ramach których urząd bierze na siebie odpowiedzialność udzielenia odpowiedzi na pytanie, które do niego wpływa, nawet jeśli nie dotyczy ono jego obszaru działania. Jedna sprawa – jeden punkt kontaktowy. W wielu krajach np. rejestracja nowej firmy odbywa się on-line na stronie WWW, gdzie obywatel wypełnia wszystkie niezbędne formularze (ewidencyjne, podatkowe, statystyczne, itp.) oraz autoryzuje za pomocą podpisu elektronicznego.

W Estonii zostały zorganizowane pierwsze na świecie wybory przez Internet. W październiku 2005 roku w e-wyborach wzięło udział ponad 9 000 Estończyków¹⁴⁹. Ukierunkowanie na wygodę klienta doprowadziła również do otwarcia sektora publicznego na rozwiązania partnerskie z sektorem prywatnym. Jednym z jego objawów jest wprowadzona w Singapurze możliwość składania podania paszport w punkcie fotograficznym, zaraz po zrobieniu zdjęcia paszportowego.

Patrząc na rozwój usług publicznych na świecie, można odnieść wrażenie, że w wysokorozwiniętych krajach Europy, jak i Ameryki Północnej, e-administracja jest już trwale obecna w codziennym życiu, dobrze zorganizowana, dobrze przeanalizowana i w konsekwentny sposób podnosi jakość usług publicznych, podczas gdy w rozwijających się krajach Azji zauważyć można większą dynamikę rozwoju i większą odwagę we wprowadzaniu nowatorskich rozwiązań.

¹⁴⁶ *Leadership in Customer ...*, op.cit.

¹⁴⁷ www.pstm.net/article/indeks.php?articleid=707,

¹⁴⁸ <http://www.mycitizen.sg/ec/index.jsp>,

¹⁴⁹ *EGovernment In the Member States of the European Union*, ID ABC, 11.2005,

O postępach krajów Azjatyckich jednoznacznie świadczą rankingi, które - stosując różne metodologie - zawsze plasują je w ścisłej czołówce.

Poniżej przedstawiono ranking wybranych krajów według wskaźnika gotowości do wdrożenia e-administracji¹⁵⁰, opracowany przez ONZ.

Tabela B4.4-1 ONZ-owski wskaźnik gotowości do e-administracji, 2005 (fragment)

Lp.	Kraj	Wskaźnik
1	USA	0.9062
2	Dania	0.9058
3	Szwecja	0.8983
4	Wielka Brytania	0.8777
5	Korea Płd.	0.8727
6	Australia	0.8679
7	Singapur	0.8503
8	Kanada	0.8425
9	Finlandia	0.8231
10	Norwegia	0.8228
11	Niemcy	0.8050
12	Holandia	0.8021
13	Nowa Zelandia	0.7987
14	Japonia	0.7801
15	Islandia	0.7794
19	Estonia	0.7347
27	Węgry	0.6536
29	Czechy	0.6396
31	Meksyk	0.6061
36	Słowacja	0.5887
37	Cypr	0.5872
38	Polska	0.5872
39	Hiszpania	0.5847

Źródło: *Global E-Government Readiness Report 2005. From E-Government to E-Inclusion*, United Nations, 2005,

¹⁵⁰ ONZ-owski wskaźnik gotowości do e-administracji to kompozycja przygotowania oraz wysiłków krajów - po pierwsze, do wykorzystywania rozwiązań e-administracji do rozwoju opartego na ICT, a po drugie do wykorzystywania technologii ICT w celu promowania dostępu do e-administracji dla obywateli oraz zwiększania udziału obywateli we współtworzeniu państwa. Do powstania wskaźnika gotowości do e-administracji wykorzystywane są trzy wskaźniki cząstkowe: wskaźnik WWW, wskaźnik infrastruktury telekomunikacyjnej i wskaźnik kapitału ludzkiego. Więcej na ten temat w *Global E-Government Readiness Report 2005. From E-Government to E-Inclusion*, United Nations, 2005,

Polska znajduje się w tym rankingu pod koniec czwartej dziesiątki, daleko za Estonią, Węgrami, Czechami, Meksykiem i Słowacją. W porównaniu z innymi krajami UE bardzo słabo¹⁵¹ wypadamy w takich kategoriach jak: możliwość rozliczania się z fiskusem on-line (składanie deklaracji i dokonywanie płatności), wyrobienie prawa jazdy on-line czy rejestracja samochodu przez Internet. Ostatnie miejsce w UE otrzymaliśmy za brak możliwości rejestracji firmy on-line, ponieważ nie ma nawet możliwości pobierania formularzy do wypełnienia ze strony internetowej, podczas gdy już w 7 krajach UE rejestrację firmy można przeprowadzić on-line bez konieczności wypełniania jakichkolwiek dodatkowych procedur papierowych. Jedyny obszar, w którym Polska spełnia swoje wszystkie wymagania, aby znaleźć się wśród najlepszych, to składanie deklaracji celnych on-line.

Rozwój e-administracji to przede wszystkim bardzo wymierne korzyści dla obywateli, administracji publicznej i całej gospodarki. Z badań Komisji Europejskiej wynika, że obywatele UE oszczędzają ok. 7 mln godzin rocznie dzięki rozliczaniu podatku dochodowego przez Internet. Gdyby taka usługa była powszechnie dostępna i wykorzystywana, oszczędności obywateli Unii wyłącznie z tytułu rozliczania podatku dochodowego mogłyby sięgnąć 100 mln godzin rocznie. Oszacowano, że każda transakcja on-line prowadzi od skrócenia czasu jej realizacji średnio o godzinę¹⁵².

Skalę możliwych oszczędności można sobie wyobrazić biorąc pod uwagę dane opublikowane przez Zjednoczone Emiraty Arabskie, z których wynika, że tylko w samym Dubaju, którego populacja sięga niewiele ponad 1 mln mieszkańców, w ciągu miesiąca realizowanych jest 45 000 transakcji on-line¹⁵³.

¹⁵¹ Metodologia oceny świadczonych usług w badaniu Komisji Europejskiej polega na stworzeniu pięciostopniowej skali wyznaczającej poziom świadczonych usług: POZIOM 0 – brak publicznie dostępnej strony internetowej, bądź brak możliwości zakwalifikowania istniejącej strony WWW do któregośkolwiek z poziomów 1 – 4; POZIOM 1 – INFORMACJA – informacja niezbędna do rozpoczęcia procedury skorzystania z danej usługi publicznej jest dostępna on-line, POZIOM 2 – JEDNOSTRONNA INTERAKCJA – publicznie dostępna strona WWW z możliwością pobrania formularza, który po wypełnieniu w formie papierowej pozwala na rozpoczęcie procedury skorzystania z danej usługi; POZIOM 3 – DWUSTRONNA INTERAKCJA – publicznie dostępna strona WWW oferuje możliwość uruchomienia procedury skorzystania z danej usługi publicznej za pomocą wypełnienia i wysłania formularza elektronicznego. Niezbędna jest więc autoryzacja osoby chcącej skorzystać z usługi; POZIOM 4 – PEŁNE ELEKTRONICZNE ZAŁATWIENIE SPRAWY – publicznie dostępna strona WWW pozwala zrealizować usługę publiczną przez Internet. Żadne dodatkowe procedury na papierze nie są konieczne. Więcej na ten temat w *Online Availability of Public Services: How is Europe Progressing? Web Based Survey on Electronic Public Services. Report of the Fifth Measurement*, Capgemini for European Commission, 10.2004,

¹⁵² *Top of the Web. User Satisfaction and Usage survey of eGovernment services*, 12.2004,

¹⁵³ *Public Sector, Technology & Management*, Vol. 2.2, 03/04 2005, str.14,

Korzyści z rozwoju e-administracji można przedstawiać również w kategoriach finansowych. Oszacowano, że firmy w UE oszczędzają ok. 10 euro z tytułu VAT na każdej transakcji on-line¹⁵⁴, zaś badania przeprowadzone w Singapurze dla Trade-Net pokazują, że dzięki skróceniu czasu wydawania pozwoleń handlowych on-line do 1 minuty, przedstawiciele biznesu zaoszczędzili około 1 mld USD¹⁵⁵.

Im bardziej rewolucyjne usługi tym bardziej zaawansowana technologia oraz większa integracja baz danych, a co za tym idzie, wzrost jakości usług publicznych rośnie równocześnie ryzyko związane z ochroną prywatności oraz informacji gospodarczych. Zaufanie społeczeństwa jest kluczowe dla rozwoju e-administracji, kształtując popyt obywateli i przedsiębiorców na usługi e-administracji.

B3.5. Podsumowanie

Postęp w dziedzinie technik informacyjnych i komunikacyjnych oraz spadek kosztów transportu i obniżenie barier handlowych doprowadziły do znacznego przyspieszenia procesu globalizacji. Postęp w dziedzinie gospodarki elektronicznej umożliwia globalną optymalizację procesu produkcji, co prowadzi do szybkiego wzrostu wydajności, poprawy jakości i obniżenia cen dając ewidentne korzyści konsumentom. Polska gospodarka plasuje się wysoko w większości rankingów określających atrakcyjność inwestycyjną, mimo że jesteśmy na szarym końcu, jeśli chodzi o gotowość do wdrożenia e-gospodarki. Aby tą wysoką pozycję utrzymać, konieczne jest zwiększenie zaawansowania w dziedzinie e-gospodarki i e-administracji.¹⁵⁶

Kluczowym elementem rozwoju e-administracji jest jasna wizja, będąca przejawem woli i zaangażowania rządu. Dzięki opracowaniu Planu Informatyzacji Państwa na lata 2007-2010 wydaje się, iż Polska taką wizję posiada a jasno określone kierunki rozwoju i realizacji poszczególnych zadań Planu, będą podstawą do rozliczenia administracji z dokonań w tym zakresie.

Polska ma jeszcze wiele do zrobienia w e-administracji, patrząc na dokonania innych krajów, lecz dzięki ich doświadczeniom możemy uniknąć błędów oraz wykorzystać najlepsze praktyki i zaimplementować je w kraju.

¹⁵⁴ *Top of the...*op. cit.

¹⁵⁵ *Paperless Trading: Benefits to APEC*, Ministry of Foreign Trade And Economic Cooperation, 2001, Badania przeprowadzone przez IBM Corporation,

¹⁵⁶ Rybiński K., *III rewolucja...*op.cit., str. 58,

Część C

Baza rozwoju e-gospodarki w Polsce

C1. E-usługi

C1.1. Składanie deklaracji podatkowych przez Internet¹⁵⁷

Ministerstwo Finansów uruchomiło system e-POLTAX, który ma służyć za platformę do składania elektronicznych deklaracji podatkowych, których autentyczność będzie potwierdzana e-podpisem. Użytkownik będzie miał dostęp do systemu poprzez tzw. „Portal dla Podatnika”, na którym po zarejestrowaniu się będzie miał możliwość wprowadzenia dokumentu, podglądu listy wszystkich wprowadzonych przez siebie dokumentów oraz sprawdzenie w jakim miejscu ten dokument znajduje się w danym czasie. Dodatkowo w prosty, intuicyjny sposób użytkownik będzie mógł wprowadzać zmianę adresu korespondencyjnego i pobrać wzory dokumentów, które go interesują. Uruchomienie systemu e-POLTAX możliwe było dzięki Rozporządzeniu Ministra Finansów z dnia 11 września 2006 r. w sprawie trybu składania oraz struktury logicznej zgłoszenia upoważnienia podatnika lub osoby upoważnionej przez podatnika do składania deklaracji w formie elektronicznej i podpisywania deklaracji podpisem elektronicznym (Dz. U. z dnia 20 września 2006 r. nr 168 poz. 1196) oraz Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 11 września 2006 r. w sprawie struktury logicznej deklaracji, sposobu ich przesyłania oraz rodzajów podpisu elektronicznego, którymi powinny być opatrzone (Dz. U. z dnia 20 września 2006 r. nr 168 poz. 1197). Pierwsza faza projektu zaczęła się 16 sierpnia 2006 r., kiedy to deklaracje podatkowe w formie elektronicznej mogły już składać duże podmioty, pozostające we właściwości tzw. „wyspecjalizowanych” urzędów skarbowych, których roczne przychody netto przekraczają równowartość 5 mln euro. Wówczas to system umożliwiał przesłanie tylko dwóch wzorów formularzy deklaracji: PIT-4 (przeznaczonego dla

¹⁵⁷ Podrozdział został napisany na podstawie: Szetyński T., *System e-Poltax – portal dla podatnika... czyli jak wysłać deklarację drogą elektroniczną*, e-Fakty nr 6/2006, str. 18 oraz materiałów informacyjnych Ministerstwa Finansów

pracodawców, którzy odprowadzają miesięczną zaliczkę na podatek dochodowy za swoich pracowników) oraz PIT 8-A (deklarację o zryczałtowanym podatku dochodowym). Kolejne etapy rozwoju systemu e-POLTAX przedstawiono w poniższej tabeli:

Tabela C1-1. Harmonogram wprowadzania formatów deklaracji

Lp.	Termin wprowadzenia	Typ deklaracji
1	16 sierpnia 2006	PIT-4 PIT-8A
2	1 października 2006	VAT-7 VAT-7K VAT-8 VAT-9
3	1 grudnia 2006	CIT-2 CIT-2/O CIT-8 CIT-8/O CIT-6 CIT-D VAT-23 VAT-24
4	1 lutego 2007	VAT-10 VAT-11 VAT-12 VAT-Z VAT-R VAT-R/UE VAT-UE VAT-UE/A VAT-UE/B VAT-UEK WZS-1K WZS-1M WZS-1R WZP-1K WZP-1R WZP-1M ORD-U ORD-TK ORD-W1 POG-3A IFT-1/IFT-1R IFT-2/IFT-2R IFT-3/IFT-3R IFT/A

Źródło: Szetyński T., *System e-Poltax – portal dla podatnika... czyli jak wystać deklarację drogą elektroniczną*, e-Fakty nr 6/2006, str. 18

C1.2. Infobrokerstwo¹⁵⁸

Rok 2006 należał do infobrokerów – nowej grupy zawodowej, która wyrosła na szybko powstającym rynku informacji elektronicznych. Infobrokerstwo to dziedzina interdyscyplinarna, obejmuje wiedzę z zakresu nauk humanistycznych, zwłaszcza bibliotekoznawstwa, metodologii nauk, naukoznawstwa, prakseologii, historii nauki, socjologii, psychologii, filozofii, komunikacji społecznej, zarządzania wiedzą, itd., jak i nauk przyrodniczych oraz technicznych – szczególnie informatyki¹⁵⁹. Należy jednak pamiętać, że infobrokerstwo to nie tylko wiedza teoretyczna, ponieważ ogromną, jeśli nie główną rolę odgrywa tu doświadczenie praktyczne, związane z pozyskiwaniem, udostępnianiem i autoryzacją informacji. Spolszczony termin „infobroker” wywodzi się z języka angielskiego, gdzie profesjonalistów, zajmujących się poszukiwaniem informacji określa się mianem „information broker” lub „information professionals” (zawodowiec z zakresu informacji). Inne określenia infobrokera, funkcjonujące na rynku to „cyberian”, „knowledge broker” (pośrednik wiedzy), „freelance librarian” (niezależny bibliotekarz), „independent reasearcher” (niezależny poszukiwacz), „data dealer” (handlujący danymi) itp. W zależności od tego, jakie otrzymał zlecenie, infobroker przygotowuje zestaw informacji naukowych, technicznych, prawniczych itp., których źródła znajduje w czasopismach drukowanych, katalogach, a przede wszystkim portalach i stronach internetowych, grupach dyskusyjnych, forach, wyszukiwarkach itp. Prowadzi także konsultacje ze specjalistami z danej dziedziny wiedzy. Infobrokerstwo jako zawód, pojawiło się już w latach 60 XX wieku, początkowo w Stanach Zjednoczonych, a następnie w Europie, gdzie najbardziej popularne jest w Niemczech. Rynek infobrokerski rozwija się bardzo prężnie, nowe firmy udostępniające tego typu usługi powstają za naszą zachodnią granicą jak grzyby po deszczu. Do największych firm infobrokerskich należy niemiecki serwis <http://www.infobroker.de>. Również w Niemczech funkcjonuje firma Top-Info Vogel GmbH (<http://www.kosten-sanierrung.de>). Jej specjalnością są informacje dotyczące artykułów technicznych, transportu, logistyki, telekomunikacji i reklamy. W USA znana jest firma Ardito Information & Research Inc. (<http://www.ardito.com>), która wyspecjalizowała się w wyszukiwaniu informacji medycznych i farmaceutycznych dla biznesu i przemysłu. W Polsce dużym zainteresowaniem cieszy się Agencja Infobrokerska – Infobrokering z Gdańska (<http://www.infobrokering.pl>), gromadząca informacje gospodarcze, handlowe i finansowe. Biznesowych informacji dostarcza też firma J&J Infobroker - Wyszukiwanie informacji (<http://infobroker.webwwweb.pl>). Dodatkowo oferuje informacje patentowe, turystyczne i kulturalne. Wymienić można jeszcze, np. Kancelarię Profesjonalnej Informacji Ireneusza Wojasa z Sandomierza, Bestinfo - Broker informacji Bartosza Światowskiego z Tychów,

¹⁵⁸ Podrozdział został napisany na podstawie: Wielicka I., *Lowcy wiedzy*, e-Fakty nr 6/2006, str. 27

¹⁵⁹ Wojewódzki T., *Co to jest infobrokerstwo?*, <http://www.infobrokerstwo.pl/>

Vivento Infobrokers z Warszawy, Inforek.pl – Agencja infobrokingowa z Chojnic k. Szczecina i inne. Funkcje infobrokerskie pełnią także firmy monitorujące prasę, np. prężnie rozwijający się Press-Service z Poznania. Agencja ta prowadzi stały i kompleksowy monitoring prasy, radia, telewizji i Internetu oraz przygotowuje analizy i raporty dla klientów z różnych branż.

C1.3. System PESEL¹⁶⁰

Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji rozpoczęło w 2006 roku realizację programu o nazwie PESEL2, którego wdrożenie ma stać się podwaliną powstania społeczeństwa informacyjnego. System jest efektem oczekiwań przedsiębiorców i obywateli w ramach zdalnej obsługi przez administrację publiczną. Dzięki powstaniu systemu obywatel będzie mógł kontaktować się z administracją za pośrednictwem Internetu i telefonii komórkowej. W latach 2006 – 2008 zostaną zrealizowane kolejne etapy rozwoju systemu. Program jest przedsięwzięciem budowy nowoczesnej e-administracji, opartym na technicznej integracji systemów informatycznych, funkcjonujących w administracji publicznej w oparciu o jednolite techniczne standardy interfejsów i danych. Wdrożenie systemu PESEL2 jest przedsięwzięciem, którego celem strategicznym jest usprawnienie obsługi obywatela oraz budowa Zintegrowanego Systemu Informatycznego PESEL2 (ZSI PESEL2). System ten będzie działał jako rejestr referencyjny ludności w ramach budowy nowoczesnej infrastruktury informacyjnej, stanowiącej podstawę taniego i przyjaznego państwa obywatelskiego. Nowy system pozwoli na obsługę obywateli w przypadku spraw związanych ze stanem cywilnym, dowodami osobistymi i ewidencją ludności. System został uzupełniony o centralny rejestr aktów stanu cywilnego oraz portale dostarczające usługi na rzecz przedsiębiorców i obywateli drogą elektroniczną, a jego powstanie doprowadzi do przekształcenia istniejącego Krajowego Rejestru Podatników w część składową systemu e-POLTAX. Dużym usprawnieniem dla obywateli będzie zwolnienie ich z obowiązku aktualizowania informacji adresowych we wszystkich rejestrach urzędowych. Poza tym od chwili wdrożenia systemu obywatel wymeldowując się nie będzie musiał podejmować osobnych czynności przy zmianie zamieszkania, ponieważ zarówno wymeldowanie jak i zameldowanie będzie dokonywane w jednym urzędzie, który następnie prześle wszelkie niezbędne informacje do Centralnej Bazy Danych systemu ZSI PESEL2.

¹⁶⁰ Podrozdział został napisany na podstawie: Szetyński T., *System PESEL2*, e-Fakty nr 5/2006, str. 6

C1.4. Wirtualne kioski gazetowe¹⁶¹

W roku 2006 wirtualne kioski gazetowe rozpoczęły powolną ekspansję na polskim rynku czasopism. O ile za zachodnią granicą ich udział w rynku dochodzi do kilkudziesięciu procent, o tyle w naszym kraju ich obecność wciąż jest jeszcze śladowa, choć nie sposób pominąć faktu ich powstania. W 2006 roku elektroniczne wersje gazet można było kupować w Polsce w trzech wirtualnych kioskach: Net Press, e-Kiosk i eGazety. Ten pierwszy oferował darmowy program Zinio Reader, niezbędny do odczytu specjalnie przygotowanych plików, zabezpieczonych przed nielegalnym kopiowaniem i umożliwiający dostęp do 71 tytułów. E-Kiosk, najmłodszy na tym rynku, oferował 14 tytułów, natomiast ten ostatni, najstarszy – spółka eGazety - posiadał w swojej ofercie 30 tytułów. Niezwykle trudno oszacować rzeczywistą liczbę użytkowników e-wydań, ponieważ sprzedawcy liczą użytkowników zarejestrowanych, a w tej liczbie zawierają się także ci, którzy powodowani zainteresowaniem ściągnęli tylko darmową wersję testową i więcej już nie korzystali z usług e-kiosków. Net Press ma 40 tys. tak liczonych użytkowników, e-Kiosk 4 tys., a eGazety 11 tys. Elektroniczne wydania gazet i czasopism połączyły zalety dwóch mediów: prasy tradycyjnej, zawierającej wysokiej jakości informacje, oraz Internetu (szybkość dostępu i szeroki wachlarz wartości dodanych, takich jak multimedia – animacje, muzyka itp.). Możliwość pełnotekstowego przeszukiwania wszystkich e-wydań zapisanych na dysku, sporządzania notatek i zakreślania wybranych fragmentów, czy obsługa adresów internetowych sprawiają, że w kolejnych latach usługa elektronicznych kiosków ma ogromną szansę na zdobycie rynku prasy. Ważny jest także fakt, że znika koszt druku i tradycyjnej dystrybucji, czego skutkiem jest często znacząco niższa cena e-wydań w porównaniu z ich papierowymi odpowiednikami.

C1.5. Marketing i reklama w Internecie¹⁶²

Wartość rynku reklamy internetowej po raz kolejny wzrosła o kilkadziesiąt procent. Polskie serwisy internetowe zarobiły dzięki temu około 140-150 mln zł. Wydatki reklamodawców w Internecie nieustannie wzrastają i to dużo szybciej niż w jakimkolwiek innym medium. Jednocześnie Internet zabiera zaledwie 3 proc. Budżetów reklamowych polskich przedsiębiorstw. Liderem tego rynku po raz kolejny został portal Onet.pl, który przejmuje około 40 procent wszystkich

¹⁶¹ Podrozdział napisany na podstawie: Lemańska M., *Nachodzą e-gazety*, Rzeczpospolita nr 244, dodatek Ekonomia i Rynek, str. 3

¹⁶² Podrozdział napisany na podstawie: Puls Biznesu nr 18/2006, str.5

wydatków na reklamę internetową. Na portal Wirtualna Polska przypada około 20 proc. wartości rynku, a na sieć reklamową Ad.net (reprezentuje ponad 100 witryn internetowych) — 11-15 proc. Znaczącą część sprzedaży Ad.netu przynosi tylko jeden wydawca: komunikator internetowy Gadu-Gadu. Na pozostałe portale i sieci reklamowe przypadło po 3-10 proc. wszystkich wydatków, czyli po 5-11 mln zł. Do pierwszej dziesiątki największych reklamobiorców, jako jedyna zagraniczna firma, dostało się Google.

C1.6. Wirtualne faksowanie¹⁶³

Do Polski dotarła usługa wirtualnego faksowania. Wysyłanie faksów z komputera jest możliwe na dwa sposoby: poprzez zakup tzw. faksmodemu, który pozwala na przesłanie faksu prosto z edytora tekstu, takiego jak Microsoft Word czy Open Office, lub poprzez wysłanie faksu poprzez pocztę elektroniczną albo stronę WWW. Możliwość korzystania z poczty elektronicznej do wysłania faksu oferuje już w Polsce kilka firm, które pozwalają na przesyłanie faksów przy wykorzystaniu plików pdf, WORD, EXCEL, txt, RTF itp. Firmy oferują usługi masowego wysyłania faksów, darmowego, promocyjnego skorzystania z usługi, szyfrowania przesyłanych wiadomości itp. Wśród polskich firm, które oferują takie lub podobne usługi warto wymienić Twinsnet.pl, Instytut Rozwoju Technologii Informatycznych (www. multifax.pl), exito (efax.pl) i Domena.pl (www. domena.pl). W Internecie dostępna jest też usługa odbierania faksów. Użytkownik wykupuje specjalny abonament na numer faksu, a wiadomości otrzymuje bezpośrednio na swój adres e-mailowy. Taką usługę zaoferował m.in. portal o2 poprzez usługę Tlenofon (www.tlenofon.pl). Pod koniec 2006 roku pojawiła się dodatkowo usługa MassFax, wprowadzona przez firmę MultiFax, która łączy walory internetowego faksu z usługą mailingu faksowego. Ze względu na uniwersalność i ścisłe skorelowanie usługi ze specyfiką danej branży, może być zastosowana zarówno do promocji produktów jak i usług. Usługa MassFax kosztuje 49,90 PLN miesięcznie, a w ramach tej kwoty użytkownik otrzymuje trzy niezależne numery faksu, usługę faksu masowego, fax2mail, mail2fax oraz wsparcie techniczne. Dużą

¹⁶³ Podrozdział napisany na podstawie materiałów informacyjnych Twinsnet.pl, Instytutu Rozwoju Technologii Informatycznych, Domena.pl oraz firmy MultiFax.

zaletą tego rozwiązania jest możliwość precyzyjnego dotarcia do dobranej grupy docelowej i śledzenie w czasie rzeczywistym postępów kampanii.

C1.7. Internetowa wypożyczalnia samochodów¹⁶⁴

Dzięki współpracy portalu Wirtualna Polska z firmą Express, internauci zyskali dostęp do największego parku wynajmowanych samochodów w kraju. Aby wypożyczyć auto, wystarczy wypełnić formularz (na stronie <http://wynajemsamochodow.wp.pl>), który prowadzi klienta krok po kroku przez wszystkie etapy rezerwacji. Można wybrać czas i miejsce odbioru oraz zwrotu auta, wypożyczyć bagażnik, dziecięcy fotelik, box dachowy. Dodatkowo formularz umożliwia nie tylko rezerwację, ale również wykonanie płatności za usługę. Rezerwując auto przez Internet skorzystać można z dziesięcioprocentowej zniżki. Użytkownik serwisu ma do wyboru szeroką gamę pojazdów - od małych aut miejskich, po wozy terenowe i dostawcze. Flota Expressu składa się aktualnie z 850 samochodów dwunastu marek: Audi, Citroen, Fiat, Ford, Nissan, Opel, Peugeot, Renault, Saab, Suzuki, Toyota i Volvo. Express Rent a Car posiada sieć oddziałów w Bielsku-Białej, Gdańsku, Katowicach, Krakowie, Łodzi, Poznaniu, Warszawie i Wrocławiu.

C1.8. Tradycyjna telefonia zmienia oblicze¹⁶⁵

Polscy operatorzy telefonii stacjonarnej oraz operatorzy kablowi (televizja kablowa, dostawcy usług internetowych) wreszcie wprowadzili usługi triple play. Wszystko dzięki dużej popularności rozmów za pośrednictwem Internetu (VoIP), które znalazły swoje zastosowanie w biznesie i w wielu firmach wyparły tradycyjną telefonię. Do sierpnia 2006 roku czterech największych krajowych operatorów - UPC, Vectra, Multimedia Polska i grupa Aster – uruchomiło 175 tysięcy linii telefonicznych. Podobnie jak w całej Europie, także w Polsce waga usług głosowych stopniowo maleje, stając się tylko jednym ze składników całego pakietu usług telekomunikacyjnych, obok Internetu, telefonii komórkowej i telewizji. W miarę powstawania uniwersalnych sieci szkieletowych IP, obsługujących triple play, tradycyjny szkielet sieci telekomunikacyjnej będzie wypierany, a rozmowy przekierowywane do nowej platformy. Największą szansę

¹⁶⁴ Podrozdział napisany na podstawie informacji prasowej Wirtualnej Polski.

¹⁶⁵ Podrozdział napisany na podstawie: Kaliński J., *Tradycyjna telefonia zmienia oblicze*, Puls Biznesu nr 188/2006, dodatek Telekomunikacja, str. 42

na wejście na rynek usług triple play mają właśnie operatorzy telewizji kablowych, którzy udostępniają stały, szerokopasmowy dostęp do Internetu. Największy krajowy operator sieci telefonii stacjonarnej, Telekomunikacja Polska, także dostrzegła ogromny potencjał usług triple play i zaoferowała nowe usługi multimedialne. Jak twierdzi rzecznik grupy TP, Jacek Kalinowski, w przyszłości to właśnie Internet będzie integrował wszystkie usługi, stanowiąc centralny punkt domowej sieci komputerowej, kina domowego, sprzętu Hi-Fi, wirtualnej wypożyczalni wideo i CD. Telekomunikacja Polska zaplanowała wejście na rynek cyfrowej telewizji. Pierwsze testy takiej oferty zostały już przeprowadzone wraz z Cyfrą+. Kanały telewizyjne będą dostępne z gniazdka szerokopasmowego Internetu. Oferta jest o tyle ciekawa, że może być dostępna na mniej zaludnionych terenach. Czyli tam, gdzie operatorzy kablowi nie docierają. Na razie naturalnymi odbiorcami usług triple play są duże miasta, ponieważ operatorzy kablowi mają tam rozbudowaną infrastrukturę, bazę klientów i doświadczenie.

C1.9. Pełny PayPal w Polsce¹⁶⁶

System płatności online PayPal rozpoczął od pełne działanie w naszym kraju. Do tej pory można było jedynie wysyłać pieniądze, od września natomiast można już także przyjmować wpłaty. [System](#) PayPal pozwala na dokonywanie transferów pieniężnych zarejestrowanym użytkownikom, którzy posiadają konto poczty elektronicznej. System jest bardzo popularny na całym świecie (zwłaszcza w Stanach Zjednoczonych), w jego powstanie miało znaczący wpływ na przyspieszenie rozwoju handlu elektronicznego i aukcji internetowych. Transfer pieniędzy na konto założone w polskim banku trwa od pięciu do siedmiu dni roboczych. Dokonanie zapłaty w PayPal jest bezpłatne, a jeżeli transakcja odbywa się w różnych walutach, system pobiera 2,5% za wymianę. Odbiór płatności jest darmowy w przypadku kont prywatnych, właściciele kont firmowych zobligowani są do płacenia prowizji w wysokości 1,9% - 3,4% plus 1,35 zł. System PayPal jest największym i przez wielu ekspertów uważanym za najlepszy system przesyłania płatności drogą elektroniczną. Działa w 55 państwach świata. Korzystają z niego przede wszystkim osoby, które pracują za granicą.

¹⁶⁶ Podrozdział napisany na podstawie materiałów informacyjnych PayPal.

Tabela C1.9-1 Opłaty za otrzymywanie płatności krajowych

0,00 PLN-10 000,00 PLN	3,4% + 1,35 PLN
10 000,01 PLN-40 000,00 PLN	2,9% + 1,35 PLN
40 000,01 PLN-200 000,00 PLN	2,7% + 1,35 PLN
200 000,01 PLN-400 000,00 PLN	2,4% + 1,35 PLN
> 400 000,00 PLN	1,9% + 1,35 PLN

Źródło: <http://www.paypal.pl/pl>

Tabela C1-9-2 Opłaty za odbiór płatności spoza Polski

0,00 PLN - 10 000,00 PLN	3,9% + 1,35 PLN
10 000,01 PLN-40 000,00 PLN	3,4% + 1,35 PLN
40 000,01 PLN-200 000,00 PLN	3,2% + 1,35 PLN
200 000,01 PLN-400 000,00 PLN	2,9% + 1,35 PLN
> 400 000,00 PLN	2,4% + 1,35 PLN

Źródło: <http://www.paypal.pl/pl>

C1.10 Wideo na życzenie¹⁶⁷

W październiku 2006 roku Telekomunikacja Polska, największy krajowy operator telefonii stacjonarnej, zaoferował swoim klientom z Warszawy, Krakowa, Poznania, Wrocławia, Gdańska i Katowic nową usługę – internetową wypożyczalnię filmów. Oferta tytułów została przygotowana wspólnie z firmami Cineman, ITI Film Studio i Kino Świat i na początku obejmowała ponad sto filmów w różnych kategoriach. W ciągu dwóch miesięcy oferta rozszerzyła się o kolejnych czterysta tytułów. Opłaty za obejrzenie filmu dokonywane są ze specjalnego, przedpłaconego konta, które można doładować w łatwy sposób, zakupując specjalną kartę-zdrapkę w salonach TP. Nie każdy jednak może mieć dostęp do wirtualnej wypożyczalni TP. Aby z niej skorzystać należy być klientem TP, być posiadaczem usługi Videostrada TP oraz modemu livebox TP. Wyboru filmu dokonuje się na odbiorniku telewizyjnym za pomocą pilota dekodera, a zanim tego dokona może zapoznać się z opisem filmu, przeczytać informacje o obsadzie i obejrzeć zwiastun filmu. Do przesłania filmu do klienta wykorzystywana jest specjalna sieć TP, oddzielona od Internetu. Wszystkie filmy są przesyłane w formie zaszyfrowanej i może je obejrzeć tylko uprawniony odbiorca.

¹⁶⁷ Podrozdział napisany na podstawie: Cieślak D., *Startuje filmowa wypożyczalnia TP*, Kino Polska Online oraz materiałów informacyjnych Telekomunikacji Polskiej SA.

C2. Standardy

W centrum zainteresowania rządów i organizacji międzynarodowych znajduje się obecnie zagadnienie bezpieczeństwa środków żywnościowych i możliwość ich śledzenia w łańcuchach dostaw. Na świecie powstaje wiele inicjatyw związanych z udostępnianiem usług śledzenia towarów (tracking and tracing). Zjawisko związane ze śledzeniem przepływu towarów w łańcuchach dostaw nazywane jest w języku angielskim Traceability. Właśnie to zjawisko będzie przedmiotem rozważań w niniejszym rozdziale.

Traceability jest zdolnością do identyfikacji obecnej lokalizacji produktów, jak i wyznaczenia historii tych lokalizacji. Najbardziej znanym obszarem, w którym wykorzystywane jest traceability jest obszar lokalizacji skażonej i niebezpiecznej żywności, farmaceutyków czy innych produktów, w celu usunięcia ich jak najszybciej z półek sklepowych. W niektórych przypadkach zdolność do szybkiego i łatwego wycofania ze sprzedaży produktu (lub grupy produktów) może uratować życie wielu osobom. Szybkie procedury wycofywania ze sprzedaży wadliwych produktów redukują również potencjalny negatywny wpływ ekonomiczny i pozwalają producentom na zachowanie zaufania konsumentów do jakości ich ulubionych marek i pewności, że systemy zaprojektowane dla zapewnienia bezpieczeństwa konsumenta są wiarygodne i funkcjonują prawidłowo. Należy jednak pamiętać, że traceability to nie tylko sprawne wycofywanie ze sprzedaży produktów wadliwych. Można również wykorzystać systemy śledzenia do zweryfikowania obecności składników w produktach ważnych dla konsumentów, jak np. organiczne pochodzenie produktu, żywność koszerne, kosmetyki hipoalergiczne czy produkty nie zawierające cukru. Traceability jest także narzędziem walki z fałszowaniem produktów zapewniającym ochronę marki. Ostatnimi czasy wdrażanie traceability stało się obowiązkiem prawnym, jako narzędzie walki z bioterroryzmem.¹⁶⁸

Przedsiębiorstwa potrafią dostrzec zalety i wartości jakich dostarczają systemy traceability. Problemem może być obecność różnych i potencjalnie niezgodnych systemów śledzenia zwiększających niepotrzebnie koszty. Należy jednak pamiętać, że pojedyncze przedsiębiorstwo jest tylko ogniwem w całym łańcuchu dostaw, który jest przedmiotem procesów śledzenia. Łańcuch jest tak wytrzymały, jak jego

¹⁶⁸ *The GSI Traceability Standard: What you need to know*, GS1, 2007, str. 4

najsłabsze ogniwo, a co za tym idzie przedsiębiorstwa potrzebują systemu traceability, który jest sprawny i łatwy w implementacji.

Ze względu na swoje możliwości związane z zapewnieniem globalnie jednoznacznej identyfikacji jednostek konsumenckich, logistycznych, podmiotów gospodarczych i lokalizacji System GS1 jest jednym z najlepiej dopasowanych standardów, cieszącym się wysoką akceptacją wśród konsumentów, przedsiębiorstw i organizacji rządowych, pozwalających na wdrożenie zasad Traceability.

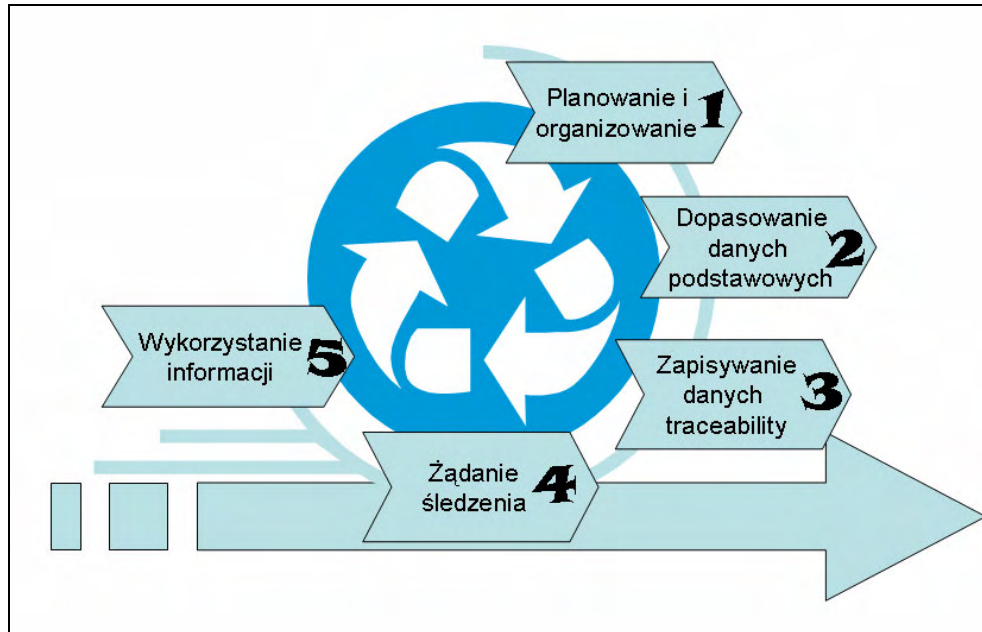
Rozpatrując proces zarządzania informacją, wdrożenie systemu traceability w całym łańcuchu dostaw wymaga, aby wszystkie podmioty w nim uczestniczące były zaangażowane w systematyczne zbieranie i przechowywanie informacji związanych z przepływem surowców, półproduktów i wyrobów gotowych.

Rysunek C2-1 przedstawia proces traceability składający się z pięciu podprocesów. Do całości śledzenia należą następujące etapy procesu¹⁶⁹:

1. Planowanie i organizacja – to podproces definiujący w jaki sposób przypisywać, zapisywać, zbierać i udostępniać dane związane ze śledzeniem. W procesie tym również należy zdefiniować sposób zarządzania połączeniami pomiędzy surowcami, procesami wewnętrznymi i produktami gotowymi.
2. Dopasowanie danych podstawowych to proces definiujący sposoby identyfikacji partnerów i lokalizacji fizycznych, jednostek konsumenckich oraz innych części łańcucha dostaw. Proces ten definiuje również sposoby wymiany danych podstawowych z partnerami handlowymi.
3. Zapisywanie danych traceability determinuje sposób przypisywania, aplikacji i rejestrowania identyfikowanych przedmiotów traceability wraz ze sposobami zbierania, współdzielenia i przechowywania danych związanych ze śledzeniem w trakcie fizycznego przepływu produktów.
4. Proces żądania śledzenia definiuje sposób rozpoczęcia i wyniki, jakie powinien uzyskać właściciel procesu przekazując żądanie śledzenia.
5. Proces wykorzystania informacji umożliwia przejęcie danych powstałych w wyniku przeprowadzenia żądania śledzenia i definiuje wykonanie odpowiednich działań wymaganych przez partnerów biznesowych lub przepisy prawne.

¹⁶⁹ *The GSI Traceability*..., op.cit., str. 17

Rysunek C2-1. Proces Traceability



Źródło: Opracowanie własne ILiM na podst. broszury *The GS1 Traceability Standard: What you need to know*, GS1, 2007, str. 17

Pożądanym jest holistyczne podejście do łańcucha dostaw, które najlepiej realizowane będzie z wykorzystaniem wspólnego języka biznesowego – standardu.

Aby zademonstrować, w jakim stopniu System GS1 pozwala na zrealizowanie wymagań systemu traceability organizacja GS1 stworzyła graficzne połączenie narzędzi GS1 z technologiami i zasadami traceability, które zostało przedstawione na rysunku C2-2.

Rysunek C2-2. Połączenie narzędzi GS1 z technologiami i zasadami Traceability

Zasady Traceability	Technologie	Narzędzia GS1
Unikalna identyfikacja	Automatyczna identyfikacja	GTIN, SSCC, GLN, Identyfikacja Aplikacji
Przechwytywanie i przechowywanie danych	Automatyczne przechwytywanie danych	EAN/UPC UCC/EAN - 128
Zarządzanie połączeniami	Elektroniczne przetwarzanie danych	Oprogramowanie IT
Wymiana danych	Elektroniczna Wymiana Danych	EANCOM® / XML

Źródło: Opracowanie własne ILiM na podstawie <http://www.gs1.org/productssolutions/traceability/>

C2.1. Standard Traceability

Globalny standard GS1 dotyczący Traceability został zaprojektowany, aby zaspokoić bardzo ważne potrzeby biznesowe włączając w to zastosowanie się do przepisów prawnych¹⁷⁰. Standard ten obejmuje cały łańcuch dostaw i może być zastosowany do każdego łańcucha i każdego produktu. Podstawą do opracowania tego standardu są bieżące praktyki biznesowe wykorzystywane w ponad 150 krajach przez partnerów biznesowych w dużych łańcuchach dostaw. Taka konstrukcja standardu pozwoli przedsiębiorstwom na lepsze wykorzystanie istniejących inwestycji i łatwiejszą implementację Standardu, jako części szerszego systemu zapewnienia jakości produktu.

¹⁷⁰ Rozporządzenie Komisji UE 178/2002 definiuje wymagania w zakresie traceability.

Standard Traceability GS1 jest jednym z ogniw i w połączeniu z innymi rozwiązaniami takimi, jak odpowiednie oprogramowanie i standardy śledzenia wewnętrznego pomoże przedsiębiorstwom w osiągnięciu odpowiedniego poziomu bezpieczeństwa i wysokiej jakości produktów.

Istnieją cztery podstawowe zasady dotyczące Traceability, które zostaną omówione w poszczególnych podrozdziałach:

- jednoznaczna identyfikacja (Unique identification);
- przechwytywanie i przechowywanie danych (Data capture and recording);
- zarządzanie połączeniami (Links management);
- wymiana danych (Data communication).

C2.2. Jednoznaczna identyfikacja

Produkty, które mają być poddane procesom śledzenia i monitorowania muszą być jednoznacznie identyfikowane. Identyfikowalność unikalną można zapewnić poprzez nadawanie globalnie unikalnych numerów identyfikacyjnych. Takie identyfikatory są nadawane przez organizację GS1 (wcześniej EAN•UCC). Umożliwiają one identyfikację dowolnego produktu, jego historii czy lokalizacji.

Identyfikacja lokalizacji zapewniona jest poprzez zastosowanie numeru lokalizacyjnego GS1 Global Location Number (GLN) dla każdej lokalizacji i jednostki funkcjonalnej.

Jednostki handlowe identyfikowane są poprzez przypisane numery GS1 Global Trade Item Number (GTIN) dla każdego produktu (jednostki konsumenckiej). Dla celów traceability numery GTIN muszą być połączone z numerami serii lub numerami partii, aby zidentyfikować konkretną jednostkę. Identyfikacja serii i partii produktów jest zapewniona poprzez przypisywanie numerów GTIN i numerów serii lub partii. Numery GTIN powinny być przypisane do każdego z trzech poziomów hierarchii produktów – jednostek konsumenckich, handlowych i palet. W przypadku palet jedynie wtedy, gdy jest ona również postrzegana jako jednostka handlowa. Traceability w przypadku palet jest zapewniana przez przypisanie numeru GS1 Serial Shipping Container Code (SSCC). Każda paleta niezależnie od typu powinna być oznaczona numerem SSCC, wydanym w podmiocie z którego pochodzi – w przypadku utworzenia nowej palety nowy numer SSCC powinien być dla niej przypisany.

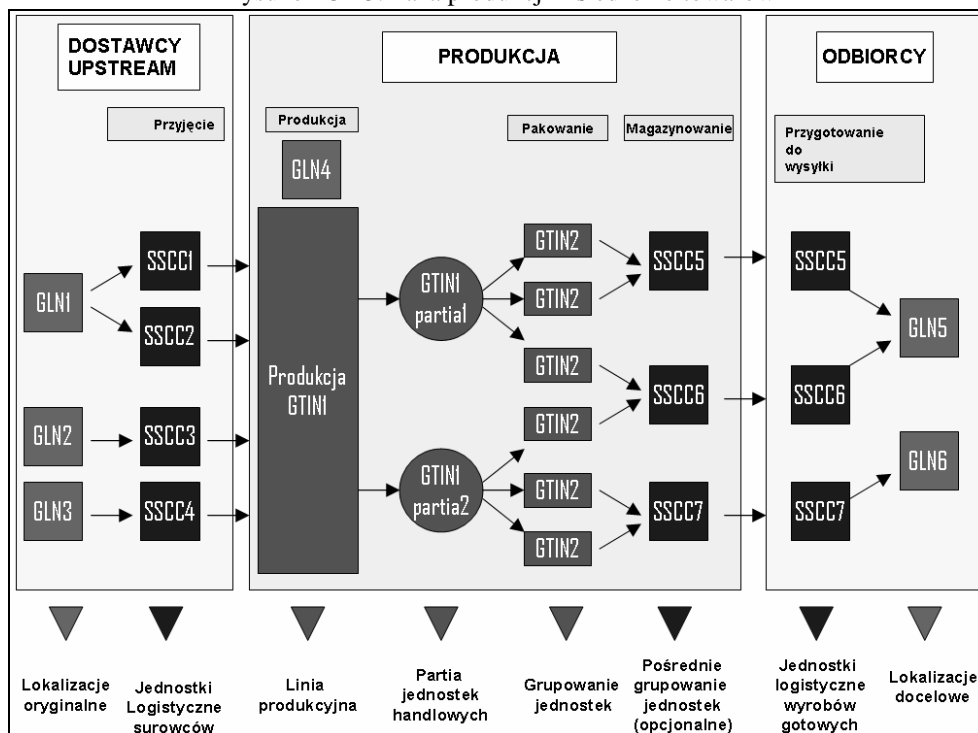
C2.3. Przechwytywanie i przechowywanie danych

Przechwytywanie danych dotyczących produktów, standardowych opakowań zbiorczych i palet identyfikowanych z wykorzystaniem standardów GS1 (Global Trade Item Number - GTIN, Serial Shipping Container Code - SSCC, Application Identifier - AI) odbywa się za pomocą kodów kreskowych. Antycypując dalszy rozwój standardu i rzeczywistości biznesowej można przypuszczać integrację technologii RFID (Radio Frequency Identification) i zastosowanie zamiast zwykłych kodów kreskowych, elektronicznych kodów produktów zamieszczanych w tagach radiowych.

C2.4. Zarządzanie połączeniami

W większości łańcuchów dostaw, śledzenie produktów jest zapewnione przez numer partii produkcyjnej, która jest poddawana tej samej transformacji produkcyjnej (procesowi produkcji) oraz dodatkowo poprzez ścieżkę transportu i magazynowania (proces dystrybucji). Rysunek C.2-3 przedstawia wykorzystanie standardów GS1 dla identyfikacji lokalizacji (GLN), jednostek logistycznych (SSCC), partii produkcyjnych (AI 10) i jednostek konsumenckich (GTIN) w środowisku produkcyjnym.

Rysunek C2-3. Faza produkcji – śledzenie towarów



Źródło: Opracowanie własne ILiM na podstawie
<http://www.gs1.org/productssolutions/traceability/>

Zarządzanie identyfikacją produktów w środowisku produkcyjnym przebiega w następującej sekwencji zdarzeń:

1. Istnieje kilka lokalizacji dostawców (GLN 1-3), którzy wysyłają palety materiałów (SSCC 1-4).
2. Przy przyjęciu materiały są przechowywane i/lub przekazywane do procesu produkcji.
3. W miejscu produkcji (GLN 4), jednostki konsumenckie (GTIN 1) zostają wytworzone w odrębnych partiach (każda jest identyfikowana odrębnym numerem partii)
4. W procesie pakowania, jednostki konsumenckie (GTIN 1 w połączeniu z numerem partii) są pakowane w standardowe opakowania zbiorcze (GTIN 2)

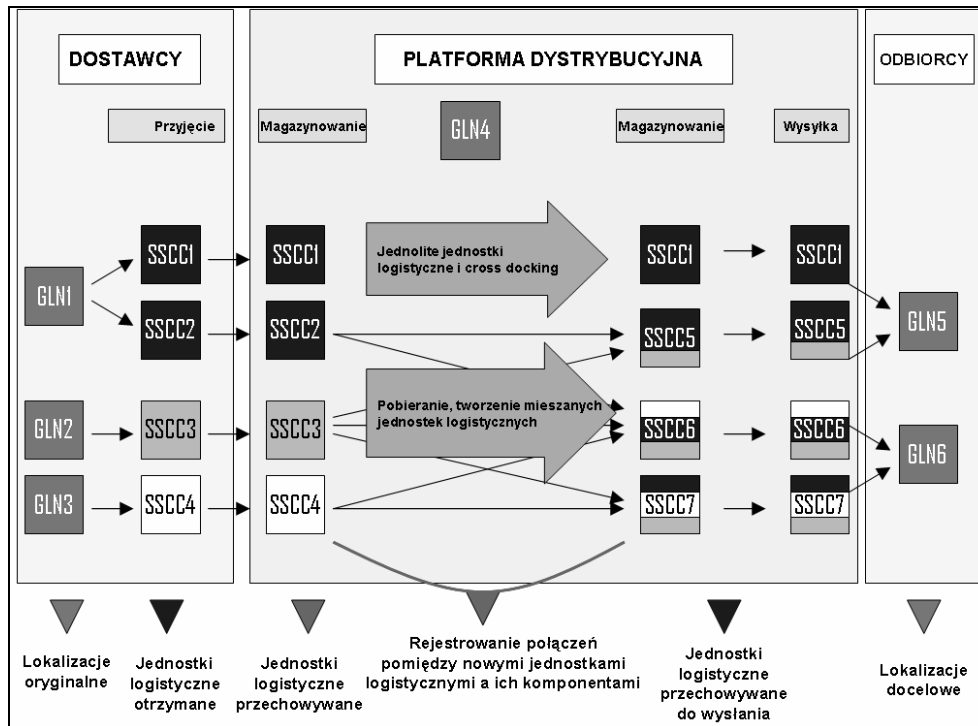
5. W kolejnych dwóch krokach następuje przechowywanie i przygotowanie do wysyłki, utworzone zostają palety (SSCC 5-7), które następnie zostają wysłane do klientów (GLN 5-6).

Aby zachować ciągłość informacyjną i biznesową opracowane zostały kluczowe zasady biznesowe w środowisku produkcyjnym pozwalające na wdrożenie traceability. Do zasad tych należą:

1. Przyjęcie – numery SSCC przychodzących palet są zapisywane i łączone z numerem GLN dostawcy. Jeżeli paleta zmienia lokalizację jej numer SSCC jest zapisywany i łączony z nowym numerem GLN lokalizacji, do której paleta została przeniesiona (np. magazynowanie czy produkcja).
2. Produkcja – w przypadku idealnym numer SSCC palety i/lub numer GTIN połączony z numerem partii materiałów wykorzystanych w procesie produkcyjnym są zapisywane i łączone z numerem GTIN wytworzonego produktu i jego numerem partii produkcyjnej. Na zakończenie procesu produkcyjnego powstają standardowe opakowania zbiorcze, którym przypisywane są nowe numery GTIN łączone z numerami partii produkcyjnych.
3. Pakowanie, magazynowanie i wysyłka – numer GTIN standardowego opakowania zbiorczego jest łączony z numerem SSCC palety, na którą spakowane zostaje to opakowanie. Numer palety SSCC jest łączony poprzez skanowanie z numerem GLN miejsca, do którego paleta jest wysyłana. GLN miejsca wysyłki nie musi być drukowany na etykiecie.

Oprócz zapewnienia powiązania pomiędzy surowcami, materiałami wykorzystanymi do produkcji i produktami gotowymi, bardzo ważnym elementem traceability jest zapewnienie informacji związanej z dystrybucją towarów. Zjawisko dystrybucji, a zwłaszcza dystrybucji niejednorodnych jednostek logistycznych powoduje powstanie wielu nowych połączeń pomiędzy towarami, a co za tym idzie należy monitorować większą liczbę danych dla zapewnienia traceability. Rysunek C2-4 przedstawia wykorzystanie standardów GS1 związanych z identyfikowaniem lokalizacji (GLN) i jednostek logistycznych (SSCC) w środowisku dystrybucji.

Rysunek C2-4. Faza dystrybucji – śledzenie towarów



Źródło: Opracowanie własne ILiM na podstawie <http://www.gs1.org/productssolutions/traceability/>

Zarządzanie informacją i śledzenie towarów odbywa się w procesie dystrybucji w następujący sposób:

1. Istnieje kilka lokalizacji dostawców (GLN 1-3), którzy wysyłają palety materiałów (SSCC 1-4).
2. W centrum dystrybucyjnym (GLN 4) palety są przechowywane i wysyłane do procesu realizacji zamówień.
3. Realizacja zamówień odbywa się poprzez wysłanie palet, cross docking lub utworzenie palet mieszanych. Palety jednolite przesyłane są dalej bez zmian (SSCC1) lub następuje utworzenie palet mieszanych (SSCC 5-7) z produktami pochodzącymi z innych palet (SSCC 2-4).
4. W ostatnich dwóch krokach – magazynowanie i przygotowanie do wysyłki, zarówno palety niezmienione (SSCC 1) jak i mieszane (SSCC 5-7) są wysyłane do klienta lub punktu sprzedaży (identyfikowane za pomocą GLN 5-6).

Również dla zapewnienia ciągłości informacji i zachowania danych wymaganych w procesach śledzenia opracowane zostały kluczowe zasady biznesowe w środowisku dystrybucyjnym, będące uzupełnieniem stosowanych narzędzi. Do zasad tych należą:

1. Przyjęcie – numery SSCC palet przychodzących palet zostają zapisane i połączone z numerami GLN dostawców. Za każdym razem kiedy paleta jest przenoszona jej numer SSCC jest zapisywany i łączony z numerem GLN nowej lokalizacji (magazynowanie, realizacja zamówień czy dystrybucja).
2. Realizacja zamówień i dystrybucja:
 - a. Numery SSCC palet jednolitych przeznaczonych do dystrybucji z obszaru magazynowego lub palet cross-dockigowych bez etapu magazynowania są zapisywane i łączone z numerami GLN ich miejsca przeznaczenia.
 - b. Nowo skonstruowana paleta zawiera standardowe opakowania zbiorcze powstałe w wyniku połączenia różnych palet. W takim wypadku nowy numer SSCC jest przypisywany do nowej palety i łączony z numerami SSCC innych palet wykorzystanych do złożenia palety mieszanej oraz (jeśli wymagane) łączony z numerami GTIN i numerami partii każdego towaru w jednostkach konsumenckich, który został wykorzystany do złożenia palety. Takie działanie może stworzyć poważne problemy ze względu na ilość danych wymagających skojarzenia. Rozwiązaniem może być wykorzystanie strategii nazywanej „oknem czasowym”, którą można zaadaptować w przedsiębiorstwie podczas pakowania produktów na palety. Nowo stworzone palety w trakcie zdefiniowanego „okna czasowego” łączone są z paletami wykorzystanymi w tym samym czasie. Numery SSCC są łączone z numerami GLN miejsca przeznaczenia.

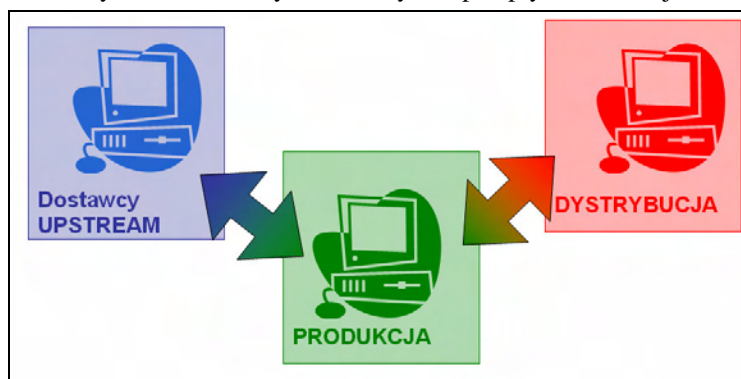
Zdolność do uzyskiwania danych służących traceability w sposób szybki i dokładny wzdłuż całego łańcucha dostaw jest krytycznym aspektem dla przedsiębiorstw. Wymaga to adaptacji mechanizmów zarządzania narastającymi połączeniami pomiędzy surowcami, produktami, opakowaniami, miejscami magazynowania i wysyłkami w całym łańcuchu dostaw. Jeśli jeden z partnerów w łańcuchu nie zachowa historii połączeń nastąpi strata danych traceability i przerwanie łańcucha informacyjnego.

C2.5. Wymiana danych

System traceability i jego wdrożenie wymaga skojarzenia fizycznego przepływu produktów z przepływem informacji związanych z tymi produktami. Aby zapewnić kontynuację łańcucha informacyjnego, każdy z uczestników łańcucha dostaw musi zapewnić przepływ danych związanych z traceability do sąsiadujących ogniw umożliwiając tym samym wdrożenie zasad traceability.

Z pomocą przychodzą standardy GS1 również w tym obszarze. Wykorzystanie standardu eCom jest rekomendowane dla zapewnienia szybkiego, dokładnego i efektywnego kosztowo systemu komunikacji transferującego dane związane z traceability. Standard eCom zawiera dwa standardy przesyłania wiadomości biznesowych: GS1 EANCOM i GS1 XML.

Rysunek C2-5. Wymiana danych – przepływ informacji



Źródło: Opracowanie własne ILiM na podstawie <http://www.gs1.org/productsolutions/traceability/>

C2.6. Podsumowanie

Systemy traceability i ich wdrażenia wymaga skojarzenia fizycznego przepływu produktów z przepływem informacji związanych z tymi produktami. Często jest to zjawisko generujące dużą liczbę danych, a co za tym idzie powstawanie wielu miejsc, w których mogą być generowane błędy. Dzięki wykorzystaniu standardów GS1, a przede wszystkim globalnej identyfikacji lokalizacji i jednostek konsumenckich oraz automatycznej identyfikacji produktów, zredukowany jest udział ludzi w procesie pozyskiwania i przekazywania informacji. Korzyścią z takiego podejścia jest niewątpliwie redukcja możliwości popełniania błędów. Standard GS1 nie zapewnia jednak śledzenia wewnętrznego towarów w

przedsiębiorstwie. W związku z tym jeżeli nie jest wdrożony system HACCP¹⁷¹, przedsiębiorstwa mogą stracić ważne informacje związane z traceability wewnętrznym. Pozostaje oczekiwać udoskonalenia standardu GS1 i zintegrowania go z najnowszymi technologiami RFID, jak standard EPC, o którym pisano w poprzedniej edycji Raportu¹⁷² oraz wdrożenia mechanizmów śledzenia wewnątrz przedsiębiorstw dla zachowania pełnego łańcucha informacyjnego.

¹⁷¹ Hazard Analysis and Critical Control Point - Analiza Zagrożeń i Krytyczne Punkty Kontroli

¹⁷² *Elektroniczna Gospodarka w Polsce – Raport 2005*, pod red. Dr. Marcina Kraski, Ministerstwo Gospodarki

C3. Prawo

Niniejszy rozdział stanowi opis zmian dokonanych przez ustawodawcę w 2006 roku w zakresie dotyczącym elektronicznej gospodarki. Przedstawione zostały akty prawne nowelizujące obowiązujące przepisy oraz wprowadzające nowe regulacje.

Omówione zostały także – w oparciu o aktualne orzecznictwo sądowe i piśmiennictwo – wybrane problemy prawne związane z rozwojem e-gospodarki.

C3.1. Wokół Informatyzacji

C3.1.1. Plan Informatyzacji Państwa na rok 2006.

Rok 2006 przyniósł zmiany organizacyjne w administracji publicznej, które pozwoliły na lepsze zarządzanie procesem informatyzacji administracji publicznej, zgodnie z założeniami zaprezentowanymi w Planie Informatyzacji Państwa. W dniu 31 sierpnia 2006 r. Wiceprezes Rady Ministrów, Minister Spraw Wewnętrznych i Administracji, Ludwik Dorn, otrzymał kompetencje do koordynowania w imieniu Prezesa Rady Ministrów wszelkich prac w tym zakresie. Ponadto w dniu 12 września 2006 r. zarządzeniem Prezesa Rady Ministrów został powołany Międzyresortowy Zespół do spraw Informatyzacji – organ pomocniczy Rady Ministrów w zakresie informatyzacji administracji publicznej, rozwoju społeczeństwa informacyjnego, infrastruktury sieci teleinformatycznych oraz zastosowań technologii teleinformatycznych (TTI) w budowie gospodarki opartej na wiedzy. Decyzje te po raz pierwszy otworzyły realną możliwość skutecznego ponadresortowego zarządzania procesem rozwoju społeczeństwa informacyjnego w Polsce¹⁷³.

W dniu 1 sierpnia 2006 r. Rada Ministrów wydała rozporządzenie w sprawie Planu Informatyzacji Państwa na rok 2006 (Dz. U. z 2006 r., Nr 147, poz. 1064). Okres obowiązywania pierwszego Planu Informatyzacji Państwa ograniczony do roku 2006 wynika z horyzontu obowiązywania innych dokumentów strategicznych, w tym Strategii Informatyzacji Rzeczypospolitej Polskiej – ePolska na lata 2004–2006, Planu działań na rzecz rozwoju elektronicznej administracji –

¹⁷³ *Plan Informatyzacji Państwa na lata 2007-2010*, Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji, 22.01.2007 r., eGov.pl – Forum Nowoczesnej Administracji Publicznej

eGovernment na lata 2005-2006 oraz okresu programowania funduszy strukturalnych na lata 2004-2006.

Plan Informatyzacji Państwa na rok 2006 ustanowił – obok programu działań w zakresie rozwoju społeczeństwa informacyjnego - dwa następujące priorytety rozwoju systemów teleinformatycznych:

- 1) racjonalizację wydatków publicznych w dziedzinie informatyzacji,
- 2) tworzenie państwa nowoczesnego i przyjaznego dla obywateli.

Do każdego priorytetu zostały przyporządkowane cele i działania. Działania zmierzające do wypracowania standardów powinny wyprzedzać działania zmierzające do wdrożenia systemów informatycznych.

W ramach priorytetu 1 „*Racjonalizacja wydatków publicznych administracji w dziedzinie informatyzacji*” wyróżnione zostały dwa cele:

- 1) integracja i usprawnienie działalności administracji publicznej,
- 2) zapobieganie zbędnemu powielaniu działań administracji publicznej.

Priorytet 2 „*Tworzenie państwa nowoczesnego i przyjaznego dla obywateli*” zdefiniował następujące cele:

- 1) wprowadzenie i upowszechnienie świadczenia usług administracji publicznej drogą elektroniczną w celu ułatwienia mieszkańcom i firmom prowadzenia spraw urzędowych bez konieczności osobistego stawienia się w urzędzie,
- 2) podniesienie zaufania środowisk biznesowych i ogółu społeczeństwa do elektronicznej drogi informowania i prowadzenia spraw urzędowych, przede wszystkim poprzez konsekwentne ustalanie i wdrażanie polityki bezpieczeństwa teleinformatycznego administracji publicznej,
- 3) usprawnienie dostępu do informacji publicznej,
- 4) stymulowanie rozwoju nowych technologii w Rzeczypospolitej Polskiej (m.in. poprzez wspieranie badań i innowacyjności) w celu wzmocnienia jej rynkowej pozycji.

„*Program działań w zakresie społeczeństwa informacyjnego*” objął następujące cele:

- 1) powszechność i łatwość dostępu do technologii teleinformatycznej oraz szerokopasmowego dostępu do Internetu,
- 2) rozwój usług społeczeństwa informacyjnego,
- 3) rozwój umiejętności wykorzystania technologii teleinformatycznych w życiu codziennym obywatela i przedsiębiorcy,

- 4) wprowadzenie narzędzi informatycznych usprawniających komunikację społeczną, umożliwiających pełniejsze korzystanie z rozwiązań Konsultacji oraz e-Demokracji,
- 5) wspieranie budowy zasobów i udostępniania polskich treści z wykorzystaniem Internetu oraz multimedialnych.

W Planie zawarty został m.in. wykaz usług publicznych, które mogą być realizowane drogą elektroniczną, takich jak: umawianie wizyt lekarskich, pośrednictwo pracy, głosowanie przez portal internetowy, przekazywanie danych statystycznych, rozliczanie podatku dochodowego od osób prawnych itd. Zaplanowane zostało w szczególności uproszczenie procedur administracyjnych, opracowanie wspólnych standardów komunikacji i wymiany danych, a także wprowadzenie systemów ponadresortowych w postaci np. centralnego repozytorium dokumentów (elektroniczne archiwum).

Jako kluczowe, wymienione zostały następujące projekty:

- 1) E-PUAP – Elektroniczna Platforma Usług Administracji Publicznej,
- 2) STAP – Sieć Teleinformatyczna Administracji Publicznej,
- 3) E-DEKLARACJE – rozliczenia podatkowe dla podmiotów gospodarczych,
- 4) PESEL2 – przebudowa rejestrów państwowych,
- 5) CEPIK – Centralna Ewidencja Pojazdów i Kierowców,
- 6) E-PORTAL – dostęp do Krajowego Rejestru Sądowego.

W Ministerstwie Spraw Wewnętrznych i Administracji trwają obecnie prace nad ustanowieniem Planu Informatyzacji Państwa na lata 2007-2010. Projekt tego Planu utrzymuje priorytety przyjęte w Planie Informatyzacji Państwa na rok 2006 i zakłada kontynuację ujętych w nim zadań.

W przeciwieństwie do Planu na rok 2006, projekt Plan nie podaje rozbudowanych opisów planowanych do osiągnięcia celów, w zamian prezentując konkretne zamierzenia co do programów i dokumentów ustanawiających ramy ich realizacji.

C3.1.2. Ustawa o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne

Ustawa z dnia 17 lutego 2005 r. o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne (Dz. U. z 2005 r., Nr 64, poz. 65 z późniejszymi zmianami), która obowiązuje od dnia 21 lipca 2005 r. (z wyjątkami) była w roku 2006 dwukrotnie nowelizowana:

- 1) ustawą z dnia 16 grudnia 2005 r. o zmianie ustawy o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne (Dz. U. z 2006r., Nr 12, poz. 65), która weszła w życie w dniu 25 stycznia 2006 r. Ustawa ta ma na celu uporządkowanie przepisów zmienianej ustawy oraz umożliwienie jej prawidłowego stosowania. Wprowadza ona zasadę, że Radę Informatyzacji obsługuje urząd obsługujący ministra właściwego do spraw informatyzacji. Kolejna zmiana przedłużyła termin przedstawienia Radzie Ministrów – do dnia 31 marca 2006 r. – Planu Informatyzacji Państwa. Doprecyzowany został zakres danych, do przekazywania których zobowiązane są podmioty publiczne realizujące zadania publiczne oraz urealniony został termin wykonania obowiązku. Na mocy ostatniej zmiany, wydłużony został okres, w którym obowiązują przepisy wydane na podstawie zmienionych ustawą o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne upoważnień do 18 miesięcy, oraz:
- 2) ustawą z dnia 10 marca 2006 r. o zmianie ustawy o wydawaniu Monitora Sądowego i Gospodarczego oraz o zmianie niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2006 r., Nr 73, poz. 501), która – w zakresie dotyczących ustawy o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne - weszła w życie w dniu 28 kwietnia 2006 r.

C3.1.3. Rozporządzenie Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji w sprawie kryteriów i trybu przeznaczania oraz rozliczania środków finansowych na informatyzację

W dniu 15 kwietnia 2006 r. weszło w życie Rozporządzenie Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 14 marca 2006 r. w sprawie kryteriów i trybu przeznaczania oraz rozliczania środków finansowych na informatyzację (Dz. U. z 2006 r., Nr 53, poz. 388), wydane na podstawie ustawy o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne.

Określono w tym akcie wykonawczym kryteria i tryb przeznaczania oraz rozliczania środków finansowych przeznaczonych na dofinansowanie przygotowania lub realizacji projektów informatycznych, oprogramowania interfejsowego, a także kodów źródłowych tego oprogramowania lub innych przedsięwzięć wspierających rozwój społeczeństwa informatycznego. Zgodnie z przepisami rozporządzenia, przyznanie środków na cele związane z informatyzacją zadań publicznych następuje na podstawie oceny wniosku złożonego przez

podmiot publiczny lub przez podmiot upoważniony do występowania w imieniu konsorcjum podmiotów publicznych.

C3.2. E-deklaracje

Na wstępie należy wyjaśnić, że pojęcie: „e-deklaracje” stanowiące jedną z głównych idei informatyzacji administracji podatkowej, potocznie używane jako określenie możliwości przesyłania deklaracji podatkowych drogą elektroniczną, formalnie oznacza *projekt e-Deklaracje* – współfinansowany z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach działania 1.5 Sektorowego Programu Operacyjnego Wzrost Konkurencyjności Przedsiębiorstw. Projekt ten zakłada stworzenie docelowego systemu bezpośredniej komunikacji elektronicznej pomiędzy podmiotami zewnętrznymi (przedsiębiorcami), a administracją podatkową, umożliwiającą wymianę wszelkich przewidzianych przepisami dokumentów w formie elektronicznej. Ministerstwo Finansów planuje, że system tworzony w ramach projektu e-Deklaracje zacznie działać dopiero na początku 2008 r. Uruchomiony od 16 sierpnia 2006 r. system e-Poltax ma za zadanie zaktualizowanie i zweryfikowanie wymagań funkcjonalnych, prawnych i organizacyjnych, pomocnych w wyborze docelowego rozwiązania.

C3.2.1. Ustawa zmieniająca ustawę o zmianie ustawy – Ordynacja podatkowa oraz o zmianie niektórych innych ustaw

W ramach pierwszej fazy projektu nowych usług elektronicznych e-Poltax - 13 lipca 2006 r. została uchwalona ustawa zmieniająca ustawę o zmianie ustawy – Ordynacja podatkowa oraz o zmianie niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2006 r., Nr 143, poz. 1031), która weszła w życie w dniu 10 sierpnia 2006 r.

Pierwotnie przesyłanie deklaracji drogą elektroniczną miało być dla podatników obsługiwanych przez wyspecjalizowane urzędy skarbowe, sądów, notariuszy, komorników sądowych oraz innych organizacji administracji publicznej obowiązkiem, a nie uprawnieniem. W projektach przedmiotowej ustawy zakładano, że od 16 sierpnia 2006 r. możliwość przesyłania w formie elektronicznej dotyczyć będzie wszystkich deklaracji PIT, CIT, VAT, NIP, PCC oraz podań.

Ostatecznie, nowelizacja wprowadziła zasadę, że w okresie od 16 sierpnia 2006r. do 31 grudnia 2006 r. – podatnicy (tylko osoby prawne lub jednostki organizacyjne nie posiadające osobowości prawnej, które w ostatnim roku podatkowym osiągnęły przychód netto [w rozumieniu przepisów o

rachunkowości], ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług o równoważności co najmniej 5 mln euro według kursu średniego NBP na koniec roku podatkowego) będą mogli składać w formie elektronicznej w systemie e-POLTAX dwa rodzaje deklaracji:

- 1) PIT-4 (deklaracja dla pracodawcy odprowadzającego zaliczkę miesięczną na podatek dochodowy od łącznej kwoty dokonanych wypłat), oraz:
- 2) PIT-8A (deklaracja o zryczałtowanym podatku dochodowym).

W ustawie określona została także procedura przesyłania formularzy, tj. wprowadzono wymóg, iż podatnik lub płatnik zamierzający składać deklarację w formie elektronicznej zawiadamia o tym naczelnika urzędu skarbowego właściwego w sprawie ewidencji podatników i płatników, a także wskazując osobę lub osoby upoważnione do składania deklaracji w tej formie i podpisywania deklaracji podpisem elektronicznym. Następnie podatnik (lub osoba upoważniona) składa za pomocą środków komunikacji elektronicznej zgłoszenie upoważnienia.

Deklaracje mogą być składane za pomocą środków komunikacji elektronicznej po potwierdzeniu zgodności danych zawartych w zawiadomieniu z danymi podanymi w zgłoszeniu. Potwierdzenie następuje w formie zaświadczenia wydanego przez naczelnika urzędu skarbowego w terminie miesiąca od dnia złożenia zgłoszenia. Zaświadczenie takie może być wydane w formie elektronicznej.

Ustawodawca stopniowo rozszerzał liczbę deklaracji, ustalał zasady, procedury i terminy ich przesyłania w formie elektronicznej – poprzez wydanie (na podstawie ustawy – Ordynacja podatkowa) rozporządzeń wykonawczych, które przedstawione zostały w punktach C3.2.2. do C3.2.6. niniejszego rozdziału.

C3.2.2. Rozporządzenie w sprawie określenia rodzajów deklaracji, które mogą być składane za pomocą środków komunikacji elektronicznej

Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 11 sierpnia 2006 r. w sprawie określenia rodzajów deklaracji, które mogą być składane za pomocą środków komunikacji elektronicznej (Dz. U. z 2006 r., Nr 146, poz. 1060), wydane zostało na podstawie ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. – Ordynacja podatkowa (Dz. U. z 2005 r., Nr 8, poz. 60 z późniejszymi zmianami). W Rozporządzeniu, które weszło

w życie 16 sierpnia 2006 r., przyjęty został następujący harmonogram¹⁷⁴ wprowadzenia dalszych e-deklaracji:

- 1) od 1 października 2006 r. – można przysyłać deklarację VAT-7 [deklaracja podatkowa dla podatku od towarów i usług], VAT-7K [deklaracja podatkowa dla podatku od towarów i usług], VAT-8 [deklaracja podatkowa dla podatku od towarów i usług], VAT-9 [deklaracja podatkowa dla podatku od towarów i usług od importu usług lub dostawy, dla której podatnikiem jest nabywca],
- 2) od 1 grudnia 2006 r. – można przysyłać kolejnych osiem deklaracji: CIT-2 [deklaracja o wysokości osiągniętego dochodu/poniesionej straty przez podatnika podatku dochodowego od osób prawnych], CIT-2/0 [informacja o odliczeniach od dochodu i od podatku oraz o dochodach wolnych i zwolnionych od podatku – załącznik do CIT-2], CIT-6 [deklaracja o wysokości pobranego podatku dochodowego od dochodów z dywidend oraz innych przychodów z tytułu udziału w zyskach osób prawnych], CIT-8 [zeznanie o wysokości osiągniętego dochodu/poniesionej straty przez podatnika podatku dochodowego od osób prawnych za rok podatkowy], CIT-8/0 [informacja o odliczeniach od dochodu i od podatku oraz o dochodach wolnych i zwolnionych od podatku – załącznik do CIT-8], CIT-D [informacja podatnika podatku dochodowego od osób prawnych o otrzymanych/przekazanych darowiznach], oraz VAT-23 [informacja o wewnątrzspółnotowym nabyciu środków transportu], VAT-24 [wniosek o wydanie zaświadczenia potwierdzającego brak obowiązku uiszczenia podatku od towarów i usług z tytułu przywozu z innego państwa członkowskiego środka transportu],
- 3) od 1 lutego 2007 r. – elektroniczny sposób przesyłania będzie miał zastosowanie do: VAT-10, VAT-11, VAT-12, VAT-Z, VAT-R, VAT-R/UE, VAT-UE, VAT-UE/A, VAT-UE/B, VAT-UEK, WZP-1M, WZP-1K, WZP-1R, WZS-1M, WZS-1K, WZS-1R, POG-3A, ORD-U, ORD-TK, ORD-W1,

¹⁷⁴ Harmonogram uwzględnia zmiany wprowadzone rozporządzeniami Ministra Finansów wydanymi na podstawie ustawy – Ordynacja podatkowa, przedstawionymi w niniejszym rozdziale. Należy jednak zwrócić uwagę, że harmonogram sporządzony został w oparciu o stan prawny na dzień 31 grudnia 2006 r. i może ulec zmianie w związku z projektowaną przez Ministerstwo Finansów likwidacją niektórych zeznań podatkowych,

- 4) od 1 stycznia 2008 r. – będzie można przysyłać deklarację PIT-4R i PIT-8AR.

C3.2.3. Rozporządzenie w sprawie trybu składania i wzoru zawiadomienia o zamiarze składania deklaracji w formie elektronicznej

Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 11 sierpnia 2006 r. w sprawie trybu składania i wzoru zawiadomienia o zamiarze składania deklaracji w formie elektronicznej (Dz. U. z 2006 r., Nr 146, poz. 1061), wydane zostało na podstawie ustawy – Ordynacja podatkowa, a weszło w życie w dniu 16 sierpnia 2006 r.

Rozporządzenie to precyzuje (wprowadzone ustawą opisaną w punkcie C3.2.1.) obowiązki, które musi spełnić podatnik lub płatnik pragnący rozliczać się z urzędem skarbowym drogą elektroniczną. Podatnik będzie musiał wysłać do urzędu specjalne zawiadomienie według wzoru ZAW-E1, który minister finansów określił w załączniku do zawiadomienia.

C3.2.4. Rozporządzenie zmieniające rozporządzenie w sprawie zaświadczeń wydawanych przez organy podatkowe

Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 11 sierpnia 2006 r. w sprawie zaświadczeń wydawanych przez organy podatkowe (Dz. U. z 2006 r., Nr 146, poz. 1062), wydane zostało na podstawie ustawy – Ordynacja podatkowa, a weszło w życie w dniu 16 sierpnia 2006 r.

Rozporządzenie – zgodnie z ustawą opisaną w punkcie C3.2.1. - wprowadziło wzór zaświadczenia: *ZAS-E potwierdzającego zgodność danych zawartych w zawiadomieniu o zamiarze składania deklaracji w formie elektronicznej z danymi podanymi w zgłoszeniu złożonym przez osobę upoważnioną*. Urząd skarbowy powinien je wydać podatnikowi lub płatnikowi w ciągu miesiąca. Dopiero po jego uzyskaniu podatnicy lub płatnicy będą mogli rozliczać się drogą elektroniczną.

C3.2.5. Rozporządzenie w sprawie trybu składania oraz struktury logicznej zgłoszenia upoważnienia podatnika lub osoby upoważnionej przez podatnika do składania deklaracji w formie elektronicznej i podpisywania deklaracji podpisem elektronicznym

Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 11 września 2006 r. w sprawie trybu składania oraz struktury logicznej zgłoszenia upoważnienia podatnika lub osoby upoważnionej przez podatnika do składania deklaracji w formie elektronicznej i podpisywania deklaracji podpisem elektronicznym (Dz. U. z 2006 r., Nr 168, poz.

1196), które weszło w życie 20 września 2006 r. wydane zostało na podstawie ustawy – Ordynacja podatkowa.

Kolejne rozporządzenie wykonawcze do ustawy opisanej w punkcie C3.2.1. - określiło tryb składania zgłoszenia, oraz strukturę logiczną zgłoszenia upoważnienia podatnika lub osoby upoważnionej przez podatnika do składania deklaracji w formie elektronicznej. Wprowadziło obowiązek opatrywania zgłoszenia bezpiecznym podpisem elektronicznym weryfikowanym za pomocą kwalifikowanego certyfikatu w rozumieniu ustawy z dnia 18 września 2001 r. o podpisie elektronicznym (Dz. U. z 2001 r., Nr 130, poz. 1450 z późniejszymi zmianami).

W praktyce procedura zgłoszenia do urzędu przedstawia się następująco: podatnicy, którzy chcą wysłać e-deklaracje i podania, muszą pobrać ze strony Ministerstwa Finansów (WWW.mf.gov.pl) formularz ZAW-E1, wypełnić go oraz złożyć we właściwym urzędzie skarbowym. Następnie, za pomocą specjalnego portalu (e-Poltax) należy złożyć zgłoszenie ZAW-E2, w którym osoba upoważniona posiadająca podpis elektroniczny i wskazana w zawiadomieniu ZAW-E1 potwierdzi chęć składania deklaracji w imieniu podatnika. Dane z obu zawiadomień muszą się zgadzać. Po otrzymaniu zawiadomień i weryfikacji ich poprawności urząd skarbowy wyda podatnikowi zaświadczenie ZAS-E1, w którym potwierdzi poprawność danych w zawiadomieniu i zgłoszeniu. Po otrzymaniu zaświadczenia podatnik może składać e-deklaracje.

C3.2.6. Rozporządzenie w sprawie struktury logicznej deklaracji i podań, sposobu ich przesyłania oraz rodzajów podpisu elektronicznego, którymi powinny być opatrzone

Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 11 września 2006 r. w sprawie trybu struktury logicznej deklaracji i podań, sposobu ich przesyłania oraz rodzajów podpisu elektronicznego, którymi powinny być opatrzone (Dz. U. z 2006 r., Nr 168, poz. 1197), które weszło w życie 20 września 2006 r. wydane zostało na podstawie ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. – Ordynacja podatkowa.

Rozporządzenie określa:

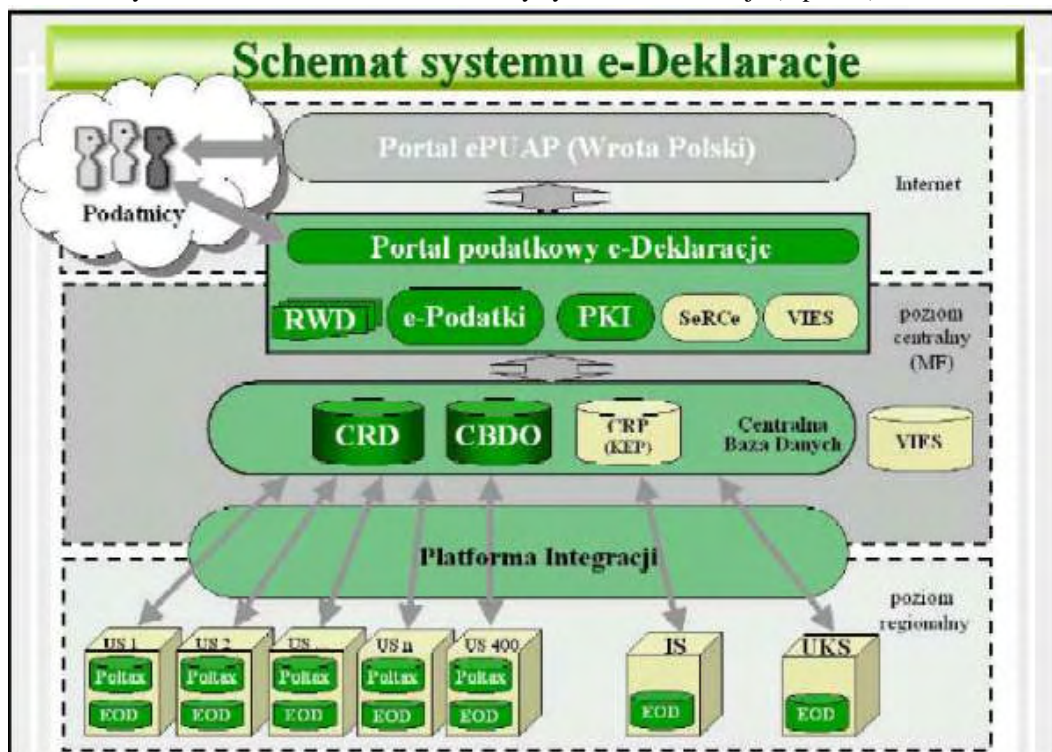
- 1) strukturę logiczną deklaracji i podań składanych za pomocą środków komunikacji elektronicznej;
- 2) sposób przesyłania deklaracji i podań za pomocą środków komunikacji elektronicznej,
- 3) rodzaje podpisu elektronicznego, którymi powinny być opatrzone poszczególne typy deklaracji lub podań.

Zgodnie z § 4 Rozporządzenia, deklaracje mogą być przesyłane za pośrednictwem:

- 1) strony internetowej, której adres podany jest na stronie Biuletynu Informacji Publicznej Ministerstwa Finansów, za pomocą protokołu komunikacyjnego sieci WWW (HTTP) szyfrowanego przy użyciu protokołu szyfrującego dla sieci (SSL); przesłanie deklaracji wymaga wypełnienia formularza umieszczonego na stronie internetowej, wygenerowania na jego podstawie dokumentu w formacie XML i podpisania go bezpiecznym podpisem elektronicznym;
- 2) programu udostępnionego do pobrania za pomocą szyfrowanego przy użyciu SSL protokołu HTTP pod adresem udostępnionym na stronie Biuletynu informacji Publicznej Ministerstwa Finansów; deklarację podatkową przesyła się przez wprowadzenie pliku do programu; przesłanie odbywa się przez szyfrowany przy użyciu protokołu szyfrującego dla sieci (SSL) protokół komunikacyjny sieci WWW (HTTP);
- 3) niewizualnego interfejsu dostępnego na stronie, której adres podany jest na stronie Biuletynu Informacji Publicznej Ministerstwa Finansów, poprzez zastosowanie protokołu wywoływania zdalnego dostępu do obiektów (SOAP), opisanego językiem opisu usług sieciowych (WSDL), dostępnego przez sieć WWW (HTTP), szyfrowanego przy użyciu protokołu szyfrującego dla sieci (SSL).

Akt ten określa także zasady opatrywania deklaracji bezpiecznym podpisem elektronicznym weryfikowanym za pomocą ważnego kwalifikowanego certyfikatu.

Rysunek C3.2 -1 Schemat architektury systemu e-deklaracje (e-poltax)



Źródło: Ministerstwo Finansów

Analizowane Rozporządzenie w 2006 roku było dwukrotnie nowelizowane:

- 1) Rozporządzeniem Ministra Finansów z dnia 02 października 2006 r. zmieniającym rozporządzenie w sprawie struktury logicznej deklaracji, sposobu ich przesyłania oraz rodzajów podpisu elektronicznego, którymi powinny być opatrzone (Dz. U. z 2006 r., Nr 179, poz. 1323), które weszło w życie 03 października 2006 r.,
- 2) Rozporządzeniem Ministra Finansów z dnia 29 listopada 2006 r. zmieniającym rozporządzenie w sprawie struktury logicznej deklaracji i podań, sposobu ich przesyłania oraz rodzajów podpisu elektronicznego, którymi powinny być opatrzone (Dz. U. z 2006 r., Nr 219, poz. 1599), które weszło w życie w dniu 01 grudnia 2006 r.

C3.3. Inne ważne nowelizacje

C3.3.1. Ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną

Ustawa z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. z 2002 r., Nr 144, poz. 1204 z późniejszymi zmianami) w roku 2006 nie była nowelizowana.

C3.3.2. Ustawa o elektronicznych instrumentach płatniczych

Ustawa z dnia 12 września 2002 r. o elektronicznych instrumentach płatniczych (Dz. U. z 2002 r., Nr 169, poz. 1385 z późniejszymi zmianami) nie była nowelizowana w roku 2006.

C3.3.3. Ustawa o podpisie elektronicznym

Ustawa z dnia 18 września 2001 r. o podpisie elektronicznym (Dz. U. z 2001 r., Nr 130, poz. 1450 z późniejszymi zmianami) została znowelizowana ustawą z dnia 21 lipca 2006 r. o zmianie ustawy o ogłaszaniu aktów normatywnych i niektórych innych aktów prawnych oraz ustawy o podpisie elektronicznym (Dz. U. z 2006 r., Nr 145, poz. 1050), która – w zakresie dotyczącym ustawy o podpisie elektronicznym - weszła w życie 15 sierpnia 2006 r.

Na podstawie tej nowelizacji o rok została przesunięta możliwość wnoszenia podań i wniosków w postaci elektronicznej, w przypadkach, gdy przepisy prawa wymagają składania ich w określonej formie lub według określonego wzoru.

Pierwotnie administracja publiczna miała obowiązek od połowy sierpnia 2006r. przyjmować bezpiecznie podpisane dokumenty elektroniczne - deklaracje podatkowe, podania, wnioski. Z uwagi jednak na opóźnienia w wykonaniu obowiązków nałożonych na ustawą termin wejścia w życie elektronicznego obiegu dokumentów opartego na bezpiecznym podpisie elektronicznym został przesunięty do 1 maja 2008 r.

Data 1 maja 2008 r. jest także początkowym terminem wydawania dzienników urzędowych w formie elektronicznej.

C3.3.4. Zmiana ustawy – Prawo zamówień publicznych

Ustawa z dnia 7 kwietnia 2006 r. o zmianie ustawy – Prawo zamówień publicznych oraz ustawy o odpowiedzialności za naruszenie dyscypliny finansów publicznych (Dz. U. z 2006 r., Nr 79, poz. 551), która została sprostowana

Obwieszczeniem Marszałka Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 24 maja 2006r. (Dz. U. z 2006 r., Nr 106, poz. 719) weszła w życie w dniu 25 maja 2006 r.

Z uwagi na fakt, że w ubiegłorocznym Raporcie został szeroko omówiony projekt tej ustawy, wystarczy przypomnieć, że na szeroką skalę został zrealizowany postulat upowszechnienia instrumentów elektronicznych, w szczególności poprzez:

- 1) wprowadzenie aukcji elektronicznej jako sposobu wyboru najkorzystniejszej oferty w postępowaniu prowadzonym w trybie przetargu nieograniczonego, ograniczonego i negocjacji z ogłoszeniem,
- 2) modyfikacje przepisów dotyczących zasad wymiany w postępowaniu o udzielenie zamówienia m.in. informacji, oświadczeń, wniosków, zawiadomień. Mogą one być przekazywane pisemnie, faksem lub drogą elektroniczną, niezależnie od wartości zamówienia, a zatem również w postępowaniach powyżej 60.000 euro. Przy komunikacji drogą elektroniczną nie jest już konieczne potwierdzenie pisemne,
- 3) dynamiczny system zakupów, będący elektronicznym procesem udzielania zamówień. W postępowaniu prowadzonym w celu ustanowienia dynamicznego systemu zakupów, jak i w postępowaniach o udzielenie zamówień objętych tym systemem, zamawiający i wykonawcy komunikują się wyłącznie drogą elektroniczną. Także oferty w tych postępowaniach są składane tylko w postaci elektronicznej, opatrzone bezpiecznym podpisem elektronicznym weryfikowanym przy pomocy ważnego kwalifikowanego certyfikatu,
- 4) regulacje, zgodnie z którymi w przypadku przekazania do publikacji ogłoszenia o zamówieniu za pomocą formularza umieszczonego na stronie internetowej właściwego organu publikacyjnego, zamawiający będzie mógł wyznaczyć krótszy termin składania ofert. Skrócenie terminu składania ofert będzie możliwe także w przypadku udostępniania specyfikacji istotnych warunków zamówienia na stronie internetowej zamawiającego.

C3.4. Elektroniczny katalog w KRS

C3.4.1. Ustawa o zmianie ustawy o Krajowym Rejestrze Sądowym oraz niektórych innych ustaw

Ustawa z dnia 18 października 2006 r. o zmianie ustawy o Krajowym Rejestrze Sądowym oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2006 r., Nr 208, poz. 1540), wejdzie w życie w dniu 01 stycznia 2007 r.

Genezą nowelizacji tej ustawy są zmiany (dokonane dyrektywą 2003/58/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 15 czerwca 2003 r.) Pierwszej Dyrektywy Rady z dnia 9 marca 1968 r. w sprawie koordynacji gwarancji, jakie są wymagane w Państwach Członkowskich od spółek (...), w celu uzyskania ich równoważności w całej Wspólnocie, dla zapewnienia ochrony interesów zarówno wspólników, jak i osób trzecich.

Nowelizacja uwzględni również wymóg art. 58 ustawy o podpisie elektronicznym, zgodnie z którym, w terminie 4 lat od wejścia w życie ustawy, organy władzy publicznej umożliwią odbiorcom usług certyfikacyjnych elektroniczny dostęp do sądów, w przypadkach gdy przepisy wymagają składania ich w określonej formie lub według określonego wzoru.

Na mocy ustawy, Krajowy Rejestr Sądowy od 01 stycznia 2007 r. rozpocznie prowadzenie katalogu dokumentów spółek z ograniczoną odpowiedzialnością, akcyjnych, komandytowo-akcyjnych i europejskich. Katalog umożliwi przedsiębiorcom przeglądanie akt w Internecie. Zawierać on będzie akty założycielskie, umowy i statutu, jeżeli są oddzielnymi aktami. Jeżeli były zmieniane, w katalogu znajdować się będą także uchwały podjęte w sprawie zmiany oraz teksty jednolite tych dokumentów. W katalogu umieszczane będą uchwały o zmianie wysokości kapitału zakładowego, o ile nie wymagały zmiany umowy lub statutu, uchwały o powołaniu i odwołaniu członków organów spółek oraz sprawozdania finansowe spółek: roczne i skonsolidowane roczne grup kapitałowych. Katalog obejmie odpisy uchwał o zatwierdzeniu rocznych sprawozdań finansowych i o podziale zysku lub pokryciu straty, a także dokumenty pochodzące od biegłych rewidentów.

Dokumenty dotychczas złożone w formie papierowej – nim zostaną przekazane do katalogu – będą przetwarzane na formę elektroniczną.

Poświadczone kopie dokumentów złożonych w katalogu (z wyłączeniem dokumentów złożonych do katalogu przed 01.01.2007 r., jeżeli między złożeniem a wnioskiem o udostępnienie upłynęło 10 lat) każdy wnioskodawca otrzyma drogą elektroniczną. W formie elektronicznej przedsiębiorcy otrzymają też wyciągi,

odpisy, zaświadczenia i informacje. Dokumenty te wydaje Centralna Informacja drogą elektroniczną oraz w formie papierowej. Należy podkreślić, że moc urzędową posiadają jedynie dokumenty (wyciągi, odpisy, zaświadczenia i informacje) wydane w formie papierowej.

Wnioski składane do Krajowego Rejestru Sądowego w formie elektronicznej powinny zostać opatrzone bezpiecznym podpisem elektronicznym weryfikowanym za pomocą ważnego kwalifikowanego certyfikatu. Gdy, na skutek braków wniosków zostanie zwrócony, można go złożyć ponownie w ciągu 7 dni od doręczenia zarządzenia o zwrocie. Jeżeli tym razem pismo nie będzie dotknięte brakami, to wywoła ono skutek od daty pierwotnego wniesienia. Gdyby natomiast sąd znów wniosek zwrócił, składany po raz trzeci nie będzie wywoływał skutków od pierwotnej daty. Wyjątek miałby miejsce wówczas, gdyby sąd zwrócił pismo z powodu braków, które wcześniej nie zostały wskazane.

Także od 01 stycznia 2007 r. spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, komandytowo-akcyjne, akcyjne oraz europejskie mogą ogłaszać informacje o wpisach do Krajowego Rejestru Sądowego w Monitorze Sądowym i Gospodarczym w jakimkolwiek języku urzędowym Unii Europejskiej. Ogłoszenie to jest dobrowolne i powinno obejmować również tłumaczenie przysięgłe tej informacji na język polski.

Spółki te mogą również złożyć do akt rejestrowych dokumenty (takie jak: akty założycielskie, umowy, statuty i ich teksty jednolite, uchwały o zmianie wysokości kapitału zakładowego, o powołaniu i odwołaniu członków organów spółek oraz roczne sprawozdania finansowe), sporządzone w jakimkolwiek języku urzędowym Unii Europejskiej z tłumaczeniem na język polski poświadczonym przez tłumacza przysięgłego.

Jednocześnie dokumenty te spółki mogą dobrowolnie ogłaszać w Dzienniku Urzędowym Rzeczypospolitej Polskiej Monitor Polski B.

W przypadku wystąpienia różnic pomiędzy wpisem ogłoszonym w języku polskim a dobrowolnie ogłoszonymi informacjami w którymś z języków urzędowych Unii Europejskiej – osoby trzecie powoływać się mogą na treść dobrowolnych ogłoszeń. Spółka może jedynie udowodniać, że osoba ta wiedziała o treści ogłoszenia w języku polskim.

Omawiana ustawa znowelizowała także:

- 1) ustawę z dnia 17 listopada 1964 r. (Dz. U. z 1964 r., Nr 43, poz. 296 z późniejszymi zmianami) Kodeks postępowania cywilnego. Dodane w art. 694³ nowe przepisy stanowią o możliwości złożenia wniosku do sądu rejestrowego drogą elektroniczną stosownie do wymogów ustawy o

podpisie elektronicznym (regulacja ta ma także zastosowanie w odniesieniu do wniosków w sprawach dotyczących rejestru zastawów). Każdy wniosek rejestrowy przesyłany drogą elektroniczną powinien być opatrzony bezpiecznym podpisem elektronicznym weryfikowanym przy pomocy kwalifikowanego certyfikatu. Złożenie wniosku rejestrowego z wykorzystaniem drogi elektronicznej i ujawnienie adresu elektronicznego, z którego wniosek został wysłany, pozwala na dalszą wymianę korespondencji z wnioskodawcą taką samą drogą. Elektroniczne potwierdzenie odbioru korespondencji, pozostawionej w skrzynce wnioskodawcy, wraca do sądu (nie zostaje po adresie wnioskodawcy) i ponowne jej przesyłanie jest zbędne. Ministerstwo Sprawiedliwości posiada wszelkie instrumenty umożliwiające kontrolę umieszczenia i dalszego pozostawiania przesyłki pod danym adresem elektronicznym. W wypadku braku potwierdzenia odbioru korespondencji (z przyczyn obiektywnych, niezależnych od wnioskodawcy, np. awarii sieci przesyłowej) i dla ułatwienia zakończenia postępowania doręczeniowego, wprowadza się 14-dniowy termin na przyjęcie skuteczności doręczenia. Przy takim rozwiązaniu nie ma znaczenia, czy wnioskodawca rzeczywiście przeczyta treść pliku. Analogiczne rozwiązanie stosowane jest przy tradycyjnym doręczeniu korespondencji "przez awizo". System będzie uniemożliwiał zniknięcie elektronicznej korespondencji bez odnotowania tego faktu. Zmiany w art. 694⁴ były niezbędne z uwagi na różne rodzaje dokumentów składanych w postępowaniu rejestrowym; dopuszczona została mianowicie – dla dokumentów urzędowych sporządzonych wyłącznie w formie papierowej (warunkiem ich sporządzenia jest opatrzenie urzędową pieczęcią) – możliwość ich przetworzenia, (np. przy użyciu skanera), na odpis możliwy do przesłania drogą elektroniczną. Taki odpis dokumentu może być przesłany do sądu, po opatrzeniu bezpiecznym podpisem elektronicznym notariusza weryfikowanym przy pomocy ważnego kwalifikowanego certyfikatu. W ten sam sposób mogą być poświadczane przez notariusza inne dokumenty w formie papierowej (których sam nie sporządzał) oraz wzory podpisów, w celu ich przesłania drogą elektroniczną.

- 2) ustawę z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz.U. z 2002r., Nr 76, poz. 694 z późniejszymi zmianami). Wprowadzona zmiana ma na celu doprecyzowanie przepisu karnego w zakresie objęcia sankcjami; niepoddania badaniu, niezłożeni do ogłoszenia a także niezłożeni w

rejestrze sądowym wszelkich sprawozdań finansowych wymaganych przez ustawę o rachunkowości,

- 3) ustawę z dnia 22 grudnia 1995 r. o wydawaniu Monitora Sądowego i Gospodarczego (Dz. U. z 1996 r., Nr 6, poz. 42 z późniejszymi zmianami). Zmiana wprowadza zasadę, że tylko obwieszczenia i ogłoszenia wymagane przez ustawy ogłasza się w Monitorze Sądowym i Gospodarczym,
- 4) ustawę z dnia 15 września 2000 r. – Kodeks spółek handlowych (Dz. U. z 2000 r., Nr 94, poz. 1037 z późniejszymi zmianami). Zmiana polega na zobowiązaniu spółek z ograniczoną odpowiedzialnością, spółek komandytowo-akcyjnych i spółek akcyjnych (tym samym także spółek europejskich), aby we wszystkich składanych pismach i zamówieniach handlowych, a także na swoich stronach internetowych wskazywała dodatkowo nowe informacje, tj. oznaczenie sądu rejestrowego, w którym przechowywana jest dokumentacja spółki oraz numer rejestru, pod którym spółka jest zarejestrowana, a ponadto dane o wysokości kapitału zakładowego i kapitału faktycznie wpłaconego (te ostatnie dane nie dotyczą spółek z o.o., które pokrywają kapitał zakładowy w całości).

C3.4.2. Akty wykonawcze do ustawy zmieniającej ustawę o Krajowym Rejestrze Sądowym

W celu sprecyzowania zasad funkcjonowania elektronicznego katalogu dokumentów spółek przyjętych omówioną powyżej ustawą, uchwalone zostały następujące akty wykonawcze:

1. Rozporządzenie Ministra Sprawiedliwości z dnia 19 grudnia 2006 r. w sprawie ustroju i organizacji Centralnej Informacji Krajowego Rejestru Sądowego oraz szczegółowych zasad udzielania informacji z Rejestru i udostępniania kopii dokumentów z katalogu (Dz. U. z 2006 r., Nr 247, poz. 1811) wydane zostało na podstawie art. 6 pkt 1 ustawy z dnia 20 sierpnia 1997 r. o Krajowym Rejestrze Sądowym. Wejdzie w życie w dniu 01 stycznia 2007 r.,
2. Rozporządzenie Ministra Sprawiedliwości z dnia 19 grudnia 2006 r. w sprawie określenia wysokości opłat za udzielanie informacji, wydawanie odpisów, wyciągów i zaświadczeń z Krajowego Rejestru Sądowego oraz za udostępnianie kopii dokumentów z elektronicznego katalogu dokumentów spółek (Dz. U. z 2006 r., Nr 247, poz. 1812) wydane zostało

na podstawie art. 6 pkt 2 ustawy z dnia 20 sierpnia 1997 r. o Krajowym Rejestrze Sądowym. Wejdzie w życie w dniu 01 stycznia 2007 r.,

3. Rozporządzenie Ministra Sprawiedliwości z dnia 20 grudnia 2006 r. w sprawie warunków organizacyjno-technicznych dotyczących formy wniosków i dokumentów oraz ich składania do sądów rejestrowych i Centralnej Informacji Krajowego Rejestru Sądowego drogą elektroniczną, a także orzeczeń, odpisów, wyciągów, zaświadczeń, informacji i kopii dokumentów doręczanych wnioskodawcom drogą elektroniczną przez sądy rejestrowe i Centralną Informację (Dz. U. z 2006 r., Nr 247, poz. 1813) wydane zostało na podstawie art. 6 pkt 3 ustawy o Krajowym Rejestrze Sądowym. Wejdzie w życie w dniu 01 stycznia 2007 r.

C3.5. Inne akty prawne

C3.5.1. Rozporządzenie w sprawie kas rejestrujących

Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 28 marca 2006 r. w sprawie kas rejestrujących (Dz. U. z 2006 r., Nr 51, poz. 375 z późniejszymi zmianami) zostało sprostowane Obwieszczeniem Prezesa Rady Ministrów z dnia 26 kwietnia 2006 r. (Dz. U. z 2006 r. Nr 60, poz. 431) oraz znowelizowane rozporządzeniem Ministra Finansów z dnia 22 grudnia 2006 r. (Dz. U. z 2006 r., Nr 243, poz. 1768). Na mocy niniejszego rozporządzenia, od 1 września 2006 r. wprowadzono obowiązek zainstalowania urządzeń rejestrujących dla podmiotów dokonujących sprzedaży wysyłkowej za pośrednictwem sklepów internetowych lub serwisów aukcyjnych. Wymóg ten dotyczy m.in. sprzętu RTV, płyt CD i DVD czy wyrobów z metali szlachetnych; nie ma natomiast obowiązku ewidencjonowania sprzedaży nośników z oprogramowaniem, jeżeli nośnik taki jest dodatkiem do podstawowego towaru (CD z oprogramowaniem do drukarki). Także sprzedaż pustych płyt CD i DVD nie zobowiązuje do instalacji kas.

C3.5.2. Rozporządzenie w sprawie formatu i trybu przekazywania przez banki i spółdzielcze kasy oszczędnościowo-kredytowe comiesięcznych informacji o założonych i zlikwidowanych rachunkach związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej

Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 4 grudnia 2006 r. w sprawie formatu i trybu przekazywania przez banki i spółdzielcze kasy oszczędnościowo-kredytowe comiesięcznych informacji o założonych i zlikwidowanych rachunkach

związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej (Dz. U. z 2006 r., Nr 225, poz. 1641) wydane zostało na podstawie ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. – Ordynacja podatkowa. Wejdzie w życie w dniu 01 stycznia 2007 r.

Zgodnie z tym aktem, banki oraz spółdzielcze kasy oszczędnościowo-kredytowe zostały zobowiązane do sporządzania i przekazywania ministrowi w formie dokumentu elektronicznego comiesięcznych informacji o założonych i zlikwidowanych rachunkach bankowych związanych z prowadzeniem działalności w terminie do 7 dnia następnego miesiąca.

Rozporządzenie określa format i tryb przekazywania dokumentu elektronicznego, wzór informacji o założonych i zlikwidowanych rachunkach bankowych oraz rachunkach w spółdzielczych kasach oszczędnościowo-kredytowych, uwzględniając numer rachunku, datę jego założenia albo likwidacji, dane identyfikujące posiadacza rachunku, w tym nazwisko i imię lub nazwę posiadacza, miejsce zamieszkania lub adres siedziby, rodzaj i numer identyfikatora posiadacza rachunku, kod kraju posiadacza rachunku, numer identyfikacji podatkowej, wzór informacji o otwartych rachunkach bankowych związanych z prowadzoną firmą.

C3.5.3. Rozporządzenie w sprawie niezbędnych elementów struktury dokumentów elektronicznych

Rozporządzenie Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 30 października 2006 r. w sprawie niezbędnych elementów struktury dokumentów elektronicznych (Dz. U. z 2006 r., Nr 206, poz. 1517) wydane zostało na podstawie ustawy z dnia 14 lipca 1983 r. o narodowym zasobie archiwalnym i archiwach. Wejdzie w życie w dniu 18 maja 2007 r.

Rozporządzenie to określa niezbędne elementy struktury dokumentów elektronicznych powstałych i gromadzonych w organach państwowych i państwowych jednostkach organizacyjnych, w organach jednostek samorządu terytorialnego i samorządowych jednostkach organizacyjnych.

C3.5.4. Rozporządzenie w sprawie szczegółowego sposobu postępowania z dokumentami elektronicznymi

Rozporządzenie Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 30 października 2006 r. w sprawie szczegółowego sposobu postępowania z dokumentami elektronicznymi (Dz. U. z 2006 r., Nr 206, poz. 1518) także wydane zostało na podstawie ustawy o narodowym zasobie archiwalnym i archiwach. Ono także wejdzie w życie w dniu 18 maja 2007 r.

Rozporządzenie to określa:

1. sposób postępowania z dokumentami elektronicznymi powstającymi w organach państwowych i państwowych jednostkach organizacyjnych, w organach jednostek samorządu terytorialnego i samorządowych jednostkach organizacyjnych, zwanych dalej "podmiotami", oraz napływającymi do nich,
2. zasady ewidencjonowania, przechowywania, klasyfikowania i kwalifikowania dokumentów elektronicznych oraz ich zabezpieczenia przed utratą i nieuprawnionymi zmianami,
3. zasady i tryb brakowania dokumentacji niearchiwalnej oraz zasady i tryb przekazywania materiałów archiwalnych do archiwów państwowych.

C3.5.5. Rozporządzenie w sprawie wymagań technicznych formatów zapisu i informatycznych nośników danych, na których utrwalono materiały archiwalne przekazywane do archiwów państwowych

Rozporządzenie Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 2 listopada 2006 r. w sprawie wymagań technicznych formatów zapisu i informatycznych nośników danych, na których utrwalono materiały archiwalne przekazywane do archiwów państwowych w sprawie szczegółowego sposobu postępowania z dokumentami elektronicznymi (Dz. U. z 2006 r., Nr 206, poz. 1519) także wydane zostało na podstawie ustawy o narodowym zasobie archiwalnym i archiwach. Ono także wejdzie w życie w dniu 18 maja 2007 r.

Rozporządzenie definiuje wymagania techniczne, jakim powinny odpowiadać formaty zapisu i informatyczne nośniki danych w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 17 lutego 2005 r. o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne (Dz. U. Nr 64, poz. 565 oraz z 2006 r. Nr 12, poz. 65 i Nr 73, poz. 501), przekazywanych do archiwów państwowych materiałów archiwalnych utrwalonych na informatycznych nośnikach danych.

C3.5.6. Rozporządzenie w sprawie sporządzania i doręczania pism w formie dokumentów elektronicznych

Rozporządzenie Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 27 listopada 2006 r. w sprawie sporządzania i doręczania pism w formie dokumentów elektronicznych (Dz. U. z 2006 r., Nr 227, poz. 1664) wydane zostało na podstawie ustawy z dnia 14 czerwca 1960 – Kodeks postępowania administracyjnego. Wejdzie w życie w dniu 12 czerwca 2007 r.

Rozporządzenie określa:

1. strukturę i sposób sporządzania pism w formie dokumentów elektronicznych,
2. warunki organizacyjno-techniczne doręczania pism w formie dokumentów elektronicznych, w tym formę urzędowego poświadczania odbioru tych pism przez ich adresata,
3. sposób udostępniania kopii dokumentów elektronicznych.

C3.5.7. Projekt ustawy o zmianie ustawy – Prawo własności przemysłowej

Projekt ustawy o zmianie ustawy z dnia 30 czerwca 2000 r. – Prawo własności przemysłowej (t.j.: Dz. U. z 2003 r., Nr 119, poz. 1117 z późniejszymi zmianami) wprowadza podstawę do przyjmowania zgłoszeń przedmiotów własności przemysłowej w postaci elektronicznej, precyzując przy tym warunki, które muszą być zachowane. Pozwoli to dostosować standardy krajowe do tych, które obowiązują w Europejskim Urzędzie Patentowym (EPO), Urzędzie Harmonizacji Rynku Wewnętrznego (OHIM), a także Układzie o współpracy patentowej (PCT).

W związku z projektowaną zmianą; zgłoszenie dokonane w postaci elektronicznej może korzystać z daty pierwszeństwa. W projekcie zawarta jest regulacja określająca stronę techniczną wykorzystywania współczesnych technik przekazu, dostosowująca ją do specyfiki postępowania przed Urzędem Patentowym i standardów międzynarodowej wymiany informacji. Przewidziane zostało, że wprowadzenie do ustawy – Prawo własności przemysłowej możliwości dokonania zgłoszenia w postaci elektronicznej będzie wymagało wydania rozporządzenia wykonawczego w tej sprawie.

C3.6. Wybrane zagadnienia

C3.6.1. E-apteki

Faktem jest, iż w Polsce działają internetowe apteki, mimo że obowiązujące przepisy prawa farmaceutycznego zakazują prowadzenia wysyłkowej sprzedaży produktów leczniczych w ramach obrotu detalicznego.

Podobna sytuacja jest w niektórych państwach członkowskich Unii Europejskiej, gdzie przepisy prawa krajowego również nie zezwalają na wysyłkową sprzedaż leków. Ale praktyka taka zyskała prawne umocowanie w orzeczeniu Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości (ETS) z 11 grudnia 2003 r.

(C-322/01). Orzeczenie to było przyczyną zmiany podejścia resortu zdrowia do sprzedaży leków zamawianych przez Internet¹⁷⁵.

Rządowy projekt nowelizacji prawa farmaceutycznego przewiduje zniesienie zakazu wysyłkowej sprzedaży leków przez wprowadzenie zapisu zezwalającego na prowadzenie przez apteki ogólnodostępne i punkty apteczne wysyłkowej sprzedaży produktów leczniczych wydawanych bez przepisu lekarza. Sprzedaż leków będzie mogła prowadzić wyłącznie apteka lub punkt dysponujący zezwoleniem — niedopuszczalna będzie sprzedaż leków przez Internet przez podmioty niespełniające wymogów prawa farmaceutycznego w zakresie kwalifikacji personelu oraz warunków technicznych i sanitarnych prowadzenia obrotu detalicznego lekami. Nadzór nad internetową sprzedażą leków będzie sprawowany w ramach nadzoru nad warunkami prowadzenia obrotu produktami leczniczymi przez apteki ogólnodostępne lub punkty apteczne. Projekt przewiduje ograniczenie zakresu legalnej sprzedaży internetowej wyłącznie do leków OTC. Warunki wysyłkowej sprzedaży oraz sposób dostarczania produktów do odbiorców mają zostać doprecyzowane w rozporządzeniu Ministra Zdrowia.

C3.6.2. Podpis elektroniczny w zamówieniach publicznych

Po półrocznym okresie obowiązywania nowej wersji ustawy, można stwierdzić z pewnością, że pozwoliła na większe niż do tej pory wykorzystanie Internetu i niektórych form handlu elektronicznego w procedurach przetargowych. Nadal jednak powstają problemy związane z zakresem korzystania z e-podpisu.

Generalnie – zgodnie z art. 27 ustawy Prawo zamówień publicznych – zamawiający może ustanowić elektroniczny sposób komunikacji, nie może jednak zakazać wykonawcy korzystania z komunikacji tradycyjnej (papierowej). Wykonawca może np. skorzystać z formy papierowej, gdy zamawiający – w oparciu o przepis art. 27 ust. 4 ustawy Prawo zamówień publicznych – zażąda, aby wnioski o dopuszczenie do udziału w postępowaniu przekazane drogą elektroniczną opatrzone były bezpiecznym podpisem elektronicznym weryfikowanym za pomocą ważnego kwalifikowanego certyfikatu.

Wyjątkiem od zakazu narzucenia wykonawcy sposobu komunikacji elektronicznej i korzystania z bezpiecznego podpisu elektronicznego są aukcja i licytacja elektroniczna; co więcej – w tych postępowaniach zamawiający nie może zwolnić wykonawcy ze stosowania e-podpisu pod rygorem nieważności postępowania. Należy jednak zaznaczyć, że podpis elektroniczny stosuje się

¹⁷⁵ Sroka M., *E-apteki z receptą*, „Puls Biznesu” 31 października 2006 r., nr 212, dod. Farmacja, s. 16.

dopiero od momentu otwarcia aukcji lub licytacji i to przy składaniu ofert. Czynności przygotowawcze nie muszą być dokonywane przy użyciu e-podpisu.¹⁷⁶

W postępowaniu prowadzonym w celu ustanowienia dynamicznego systemu zakupów oraz w postępowaniu o udzielenie zamówienia objętego dynamicznym systemem zakupów – na podstawie art. 103 ustawy Prawo zamówień publicznych - zamawiający i wykonawcy przekazują oświadczenia, dokumenty, wnioski, zawiadomienia, zaproszenia i inne informacje drogą elektroniczną. W postępowaniach tych, oferty składa się, pod rygorem nieważności, w postaci elektronicznej, opatrzone bezpiecznym podpisem elektronicznym weryfikowanym za pomocą ważnego kwalifikowanego certyfikatu.

Inaczej niż w dyrektywie unijnej – ustawodawca nie przewidział możliwości składania niektórych dokumentów w postaci innej niż elektroniczna – w dynamicznym systemie zakupów nie jest dopuszczalne składanie dokumentów w wersji papierowej.

Nawet pełnomocnik wykonawcy w dynamicznym systemie zakupów musi posiadać e-podpis; należy pamiętać, że samo udzielenie pełnomocnictwa do występowania w postępowaniu nie jest równoznaczne z udzieleniem pełnomocnictwa do korzystania z podpisu elektronicznego wykonawcy. Ustawa o podpisie elektronicznym – w art. 47 – zastrzega, że może się nim posługiwać wyłącznie podmiot, do którego podpis jest przyporządkowany i to pod groźbą kary, dlatego też upoważniony pełnomocnik musi mieć własny podpis elektroniczny. Oznacza to w praktyce, że pełnomocnictwo powinno być udzielone w postaci elektronicznej z właściwym e-podpisem, gdyż należy je przekazać zamawiającemu, a nie można tego uczynić w formie papierowej.

Także protest składany w procesie dynamicznego systemu zakupów musi być – tak ja cały proces – składany w formie elektronicznej z wykorzystaniem podpisu elektronicznego.

Na zakończenie należy zaznaczyć, że zamawiający nie może narzucić wykonawcy obowiązku korzystania z podpisu elektronicznego weryfikowanego wyłącznie przez określoną firmę.

¹⁷⁶ Butkiewicz M., „Czasami wykonawca nie obejdzie się bez e-podpisu”, Rzeczypospolita 14 listopada 2006 r., nr 265, dod. Dobra firma, s.4.

C3.7. Podsumowanie

Przedstawiony powyżej skrótowy przegląd nowych, zmienionych lub projektowanych przepisów prawnych dotyczących elektronicznej gospodarki oraz piśmiennictwa pozwala stwierdzić, że ustawodawca dokłada wszelkich starań w celu wprowadzenia w życie idei zawartych w Planie Informatyzacji Państwa.

Świadczy o tym uchwalenie szeregu aktów prawnych dopuszczających możliwość składania deklaracji za pośrednictwem poczty elektronicznej oraz określających zakres, terminy i zasady realizacji tego uprawnienia przez podatnika. Rozwój i krąg podmiotów mogących skorzystać z e-deklaracji napotyka na wiele przeszkód, przede wszystkim związanych z małą dostępnością tzw. bezpiecznego podpisu elektronicznego, wprowadzonego ustawą o podpisie elektronicznym.

Ustawa ta została uchwalona przed pięcioma laty, w praktyce jednak z bezpiecznego podpisu korzysta niewielu przedsiębiorców. Głównymi przyczynami są: niekompatybilność (dostarczanych przez czterech polskich wystawców certyfikatu kwalifikowanego) aplikacji zapisujących podpis w czterech formatach oraz ciągle wysokie koszty¹⁷⁷. Wyżej wymienione okoliczności oraz nieprzygotowanie urzędów, zwłaszcza samorządowych (spowodowane brakiem komputerów oraz ograniczonym dostępem do szerokopasmowego Internetu) wpłynęły na konieczność przesunięcia – na dzień 1 maja 2008 r. – terminu umożliwienia osobom, które korzystają z e-podpisu, składania podań i wniosków w formie elektronicznej (nowelizacja ustawy o podpisie elektronicznym z dnia 21 lipca 2006 r. – pkt C.3.3.3. niniejszego rozdziału).

Bezsporne są natomiast korzyści wynikające z nowelizacji ustawy o zamówieniach publicznych; wielu zamawiających podkreśla, że aukcje elektroniczne oraz możliwość komunikowania się drogą elektroniczną pozwala na oszczędniejsze wydawanie publicznych pieniędzy.

Jako bardzo ważną należy także wskazać zmianę ustawy o Krajowym Rejestrze Sądowym. Od 01 stycznia 2007 r. KRS ma udostępniać zainteresowanym poświadczony odpisy, wyciągi, zaświadczenia oraz informacje również drogą elektroniczną.

Przejawem informatyzacji sądownictwa jest opracowana przez Sąd Okręgowy we Wrocławiu koncepcja wokandy elektronicznej i internetowej, realizowana w ramach programu Ministerstwa Sprawiedliwości System Wspomagania Organizacji Rozpraw (SWOR), stanowiący część koncepcji teoretycznej Sąd XXI wieku. E-wokanda obejmuje: moduł Wokanda w intranetowym portalu

¹⁷⁷ Wikariat S., „Podania przez Internet dopiero za dwa lata”, Rzeczypospolita 22-23 lipca 2007 r., nr 170, dod. Prawo co dnia, s.1.

informacyjnym Iudex; program do kontrolowania czasu trwania rozprawy; tablice ogłoszeń przed salami rozpraw oraz wyświetlacz prezentujący wybrane elementy z wokandy z danego dnia.

Popularne staje się także korzystanie z porad prawnych udzielanych przez Internet. W wirtualnej przestrzeni działają także w pełni profesjonalne kancelarie prawne.

Funkcjonowanie e-deklaracji oraz elektronicznego katalogu w Krajowym Rejestrze Sądowym – ocenić będzie można dopiero w przyszłym roku.

C4. Inicjatywy

C4.1. Safer Internet w Polsce¹⁷⁸

Fundacja „Dzieci Niczyje” oraz NASK rozpoczęły na początku października 2006 roku kolejny etap programu „Safer Internet Plus”, zainicjowanego przez Komisję Europejską. W dwuletniej genezie programu, Polska jako pierwsze państwo wśród nowych członków Unii, promowała idee bezpiecznego Internetu dla najmłodszych Internautów. Tym samym dołączyła do czołówki zachodnich krajów europejskich, które podobne zadania prowadziły już od kilku lat. Na projekt Safer Internet składa się projekt Awareness, zapoczątkowany w 2005 roku oraz projekt Dyżurnet. W ramach Safer Internet obie organizacje chcą uruchomić punkt pomocy dla dzieci, które doświadczyły przemocy poprzez Internet czy telefon komórkowy, przeprowadzić badania stanu bezpieczeństwa w popularnych kawiarenkach internetowych, przeprowadzić liczne testy programów filtrujących, z uwzględnieniem ich dostosowania do potrzeb naszego rynku także promować zespół Dyżurnet.pl - lokalny punkt zajmujący się zwalczaniem nielegalnych treści w Internecie. Celem prowadzonego projektu jest zwiększanie społecznej świadomości na temat zagrożeń, jakie niosą ze sobą najnowsze techniki komunikacji, w tym głównie Internet, poprzez edukację dzieci i rodziców oraz podnoszenie kompetencji profesjonalistów w zakresie bezpiecznego korzystania z Internetu. W ramach projektu rozpoczęto prowadzenie badań wśród dzieci i rodziców, dotyczących niebezpiecznych zachowań i doświadczeń dzieci korzystających z Internetu i telefonów komórkowych. Dodatkowo podczas realizacji kampanii społecznej „Dziecko w sieci” zorganizowano 16 wojewódzkich konferencji „Bezpieczny Internet” i szkoleń, a także prowadzono tzw. Dni Bezpiecznego Internetu (www.dbi.pl). Jednym z najważniejszych efektów programu jest powstanie i rozwój Ogólnopolskiej Koalicji na rzecz Bezpieczeństwa w Internecie (OKBI) oraz kampania edukacyjna poprzez serwisy internetowe dla rodziców i nauczycieli: www.saferinternet.pl, www.dzieckowsieci.pl, www.dbi.pl i dzieci: www.sieciaki.pl, www.strefawiedzy.polska.pl.

¹⁷⁸ Podrozdział został napisany na podstawie materiałów informacyjnych projektu Safer Internet (www.saferinternet.pl)

C4.2. Web 2.0¹⁷⁹

Pojęcie Web 2,0, chociaż w roku 2006 zdobyło ogromną popularność w branży internetowej, to jednak nie doczekało się jednej, uznanej za standard definicji. Można jednak Web 2,0 określić ogólnie jako koncepcję tworzenia stron internetowych zrywającą z tradycyjnym podziałem na twórców i odbiorców komunikatu, eksponując jednocześnie zaangażowanie użytkowników w wygląd, funkcjonalność oraz zawartość odwiedzanych serwisów. Klasycznym przykładem witryny ilustrującej ten nowy trend na rynku internetowym jest encyklopedia Wikipedia. W ramy Web 2.0 wpisują się także doskonale blogi, serwisy społecznościowe, witryny umożliwiające oglądanie i publikowanie plików audio-wideo, a także serwisy dziennikarstwa obywatelskiego. Internet jest narzędziem komunikacji, źródłem informacji oraz rozrywki. Wraz z rozwojem sieci zmieniają się obyczaje internautów. Publikując, komentując i wchodząc w interakcje z innymi użytkownikami sieci, internauci coraz częściej stają się aktywnymi twórcami cyberprzestrzeni.

C4.3. Ucz się przez całe życie¹⁸⁰

„Uczenie się przez całe życie” to program edukacyjny, który został przyjęty przez Parlament Europejski 15 listopada 2006 r. decyzją nr 1720/2006/WE. Swoje uczestnictwo w nim zgłosiło 31 państw: 27 krajów Unii Europejskiej, kraje EFTA i EOG - Islandia, Norwegia i Lichtenstein oraz Turcja jako kraj kandydujący. Głównym zadaniem programu jest wspieranie realizacji Strategii lizbońskiej, a więc stymulowanie rozwoju gospodarczego w państwach członkowskich poprzez edukowanie i rozwój różnych dyscyplin naukowych. Program wspiera działania, które mają na celu promowanie i zrealizowanie koncepcji uczenia się przez całe życie i przyjęte strategie jej wdrażania w krajach uczestniczących w programie. W przyjętych założeniach program odwołuje się także do dotychczasowych doświadczeń z realizacji takich programów jak: Socrates, Leonardo da Vinci, Program Ramowy Badań i Rozwoju Technicznego, Program e-learning czy Młodzież. Oprócz standardowych form nauczania w programie „Uczenie się przez całe życie” znajdują swoje miejsce również działania realizujące projekty edukacyjne w oparciu o nowoczesne technologie informacyjno-komunikacyjne: W czterech

¹⁷⁹ Podrozdział został napisany na podstawie: Gemius SA, Raport *Internet 2006*

¹⁸⁰ Podrozdział został napisany na podstawie: Klimowicz G., *Program Uczenie się przez całe życie(...)*, e-Mentor (http://www.e-mentor.edu.pl/artypkul_v2.php?numer=18&id=385) oraz materiałów informacyjnych programu Socrates, Fundacji Rozwoju Systemu Edukacji oraz Dziennika Urzędowego Unii Europejskiej C 313/42, 20.12.2006

podprogramach: Comenius, Erasmus, Leonardo da Vinci i Grundtvig wykorzystanie tych technologii wpisane jest niemal we wszystkie oferowane działania jako obszar priorytetowy. W programie podkreśla się konieczność wykorzystywania nowoczesnych technologii w nauczaniu języków obcych. Promowane i wspierane będą również inicjatywy zachęcające nauczycieli i uczniów wszystkich poziomów edukacji do korzystania z wirtualnych baz danych, serwisów i usług. Poza tym, inicjatywy adresowane do różnych grup odbiorców, które będą miały na celu wspieranie innowacyjnych programów i treści nauczania, tworzenie usług edukacyjnych, innowacyjnych metod pedagogicznych wykorzystujących nowoczesne technologie będą mogły być realizowane w programie przekrojowym (transversal programme).

C4.4. E-centrum telepracy w Garwolinie¹⁸¹

W Garwolinie rozpoczęto przygotowania do uruchomienia E-Centrum Telepracy. Będzie ono wyposażone w 12 stanowisk komputerowych z najnowocześniejszym oprogramowaniem, stałym łączem internetowym i niezbędnym sprzętem biurowym. Pracodawcy z powiatu garwolińskiego będą mogli delegować do E-Centrum swoich pracowników, by ci na miejscu wykonywali powierzone im zadania. Pomysł ma na celu zwiększenie konkurencyjności przedsiębiorców z powiatu garwolińskiego. E-Centrum Telepracy wpłynie na obniżenie kosztów prowadzenia firm, ponieważ dzięki niemu przedsiębiorcy nie będą musieli tworzyć stanowisk pracy w swoich biurach. E-Centrum powstanie w ramach projektu ElaStan – Promocja Elastycznych Form Zatrudnienia. Jest to projekt finansowany ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, w ramach Inicjatywy Wspólnotowej Equal. Jest on realizowany na terenie powiatów: garwolińskiego, radomskiego i pułuskiego.

C4.5. Open Office w każdej szkole¹⁸²

UX Systems wystartował z nowym programem edukacyjnym pt. „OpenOffice w każdej szkole”. Jego głównym zadaniem jest wspieranie i rozwój informatyzacji szkół i uczelni wyższych poprzez udzielenie im preferencyjnych warunków na wielostanowiskową edukacyjną licencję OpenOffice.ux.pl. Najważniejszym elementem projektu „OpenOffice w każdej szkole” jest bezpłatne wsparcie

¹⁸¹ Podrozdział został napisany na podstawie materiałów informacyjnych projektu ElaStan.

¹⁸² Podrozdział został napisany na podstawie materiałów informacyjnych firmy UX Systems.

techniczne, które stanowi doskonałą pomoc dla nauczycieli informatyki, którzy zdecydują się na prowadzenie zajęć w oparciu o OpenOffice. Edukacyjna licencja OpenOffice.ux.pl umożliwia zainstalowanie oprogramowania na wszystkich komputerach zlokalizowanych w szkole, a całkowity jej koszt wynosi 99,00 złotych brutto. Open Office to pakiet oprogramowania biurowego, zbudowany w oparciu o idee Open Source. Stanowi obecnie najlepszą alternatywę wobec popularnego Microsoft Office.

C4.6. E-urząd w Bydgoszczy¹⁸³

Urząd Miasta Bydgoszczy oficjalnie udostępnił pod koniec kwietnia 2006 roku Elektroniczne Biuro Obsługi Klientów EBOK. Przetarg na nowy serwis został rozstrzygnięty w grudniu 2005 roku, a wygrała go firma BSB sp. z o.o. Gotowa platforma pozwala nie tylko na załatwienie kilkudziesięciu spraw, które do tej pory wymagały osobistej wizyty w urzędzie, ale również umożliwia udział on-line w przetargach publicznych i dostosowuje urząd do odbioru e-faktur i e-podatków. Aby skorzystać z portalu EBOK wystarczy zwykła przeglądarka internetowa. System pozwala na obsługę podpisu kwalifikowanego i wykorzystanie go do uwierzytelniania dokumentów, np. formularzy, do których użytkownik otrzyma dostęp po zarejestrowaniu się. Korespondencja wysyłana przez portal do Urzędu posiada nadany numer, status postępu realizacji, poza tym jest znakowana znacznikiem czasu. Dodatkowo portal pozwala na prowadzenie aukcji internetowych, wykorzystywany do realizacji przetargów ogłaszanych przez urząd. Wraz ze Specyfikacją Istotnych Warunków Zamówienia (SIWZ) podmiot otrzymuje login i hasło dostępu do systemu. Dzięki zastosowanym technologiom wprowadzanie treści na portalu nie wymaga zaplecza w postaci wyspecjalizowanego działu informatyki. Po przejściu krótkiego szkolenia każdy pracownik urzędu, będzie sam wprowadzał informacje na portalu. System został zrealizowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego (ZPORR).

¹⁸³ Podrozdział został napisany na podstawie: Kujawa J., *Wirtualny Urząd Miasta w Bydgoszczy*, <http://www.egospodarka.pl/>

C4.7. Beniamin cenzuruje Internet¹⁸⁴

Minister Edukacji Narodowej podpisał umowę z Katolickim Centrum Kultury na bezpłatne udostępnianie programu Beniamin, służącego do cenzurowania treści internetowych. Ideą umowy jest ograniczenie dostępu w szkołach do pornografii, przemocy i innych treści, które budzą kontrowersje. Zgodnie z umową Beniamin jest bezpłatny dla szkół i innych jednostek organizacyjnych systemu oświaty oraz do niekomercyjnego użytku domowego. Program ogranicza dostęp do stron internetowych, komunikatorów, forów dyskusyjnych, blokuje pobieranie plików – zgodnie z ustawieniami osoby nadzorującej komputer. Dodatkowo Beniamin zapisuje historię odwiedzonych stron internetowych. Program został zbudowany w celu ochrony najmłodszych użytkowników Internetu, jednak jego rozbudowana wersja nadaje się także do wykorzystania w szkołach, firmach i instytucjach publicznych.

C4.8. Utworzenie Departamentu Społeczeństwa Informacyjnego w Poznaniu¹⁸⁵

Departament Społeczeństwa Informacyjnego utworzony w Urzędzie Marszałkowskim województwa Wielkopolskiego obsługuje bieżące działania Urzędu Marszałkowskiego, dostęp do zasobów urzędu, kontroluje politykę bezpieczeństwa, serwisowania czy obsługi Biuletynu Informacji Publicznej wraz z wdrażaniem nowych systemów Elektronicznego Obiegu Dokumentów, a także wszystkich systemów wspomagających pracę urzędu czy rozliczeń czasu pracy. Z drugiej zaś strony zajmuje się szeroko pojętym wdrażaniem w Wielkopolsce idei społeczeństwa informacyjnego, społeczeństwa opartego na wiedzy. Inicjatywa ma na celu podniesienie świadomości Wielkopolan na temat korzyści, jakie przynosi używanie nowoczesnych technologii, wykorzystania sieci szerokopasmowej i usług e-administracji. W 2006 roku DSI wykonał szereg czynności, których celem było stworzenie dobrych podstaw do dalszej pracy w kolejnych latach i przygotowanie techniczne do wdrażania usług e-administracji: uruchomiono serwer programu Statlook, wdrożono system monitoringu na stacjach roboczych umożliwiającą zdalną diagnostykę sprzętu oraz kontrolę efektywności wykorzystania go przez

¹⁸⁴ Podrozdział został napisany na podstawie: Ścisłowski R., *Beniaminek Romana Giertycha*, PC World Komputer Online, <http://www.pcworld.pl/news/95042/100.html>

¹⁸⁵ Podrozdział napisany na podstawie: Koralewski M., *Budowanie Społeczeństwa Informacyjnego*, e-Fakty nr 5/2006, str. 27

pracowników. Dzięki bogatym możliwościom, m.in. rozbudowanym funkcjom statystycznym, możliwa będzie dokładna analiza i dysponowanie sprzętem w sposób zgodny z rzeczywistymi potrzebami. Przeprowadzono modernizację sieci szkieletowej Urzędu Marszałkowskiego. Położone zostały m.in. nowe piony światłowodowe w budynku przy ulicy Piekary oraz połączono wszystkie lokalizacje Urzędu w jedną sieć logiczną. Zakupiono szereg nowych urządzeń aktywnych, niezbędnych do sprawnego funkcjonowania sieci oraz serwery wydruku. Wszystkie te działania przygotowują sieć urzędu do realizacji nowych zadań nakładanych na Urząd przez ustawodawcę, m.in. do wdrożenia elektronicznego obiegu dokumentów. Rozpoczęto przygotowania do przeprowadzenia w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Wielkopolskiego audytu bezpieczeństwa systemów komputerowych oraz eksploatowanej infrastruktury IT. Audyt ma na celu zachowanie pełnej zgodności z istniejącym stanem prawnym.

C4.9. Internetowa Giełda Używanych Podręczników¹⁸⁶

W maju na stronach Poznańskiego Serwisu Oświatowego uruchomiono nową usługę - Internetową Giełdę Używanych Podręczników. Usługa adresowana jest przede wszystkim do uczniów, nauczycieli, rodziców i innych osób, które mogą być zainteresowane kupnem lub sprzedażą używanych podręczników. Oferty zamieszczane są na stronach Giełdy bezpłatnie i aktualizowane są kilka razy dziennie w dni robocze. Głównym celem uruchomienia Giełdy jest stworzenie ogólnodostępnego miejsca wymiany informacji o używanych podręcznikach, zmniejszenie dodatkowych kosztów edukacji oraz umożliwienie zdobycia pomocy naukowych mieszkańcom miasta. Obsługą systemu zajmują się pracownicy Wydziału Oświaty Urzędu Miasta Poznania. Podobnie jak pozostałe miejskie e-usługi, również giełda podręczników została wykonana i wdrożona przez Poznańskie Centrum Superkomputerowo-Sieciowe.

C4.10. Poznańska Dolina Krzemowa¹⁸⁷

Jedną z najważniejszych inicjatyw w ramach Planu Rozwoju Miasta Poznania na lata 2005-2010 (promowanie terenie miasta innowacyjnych gałęzi gospodarki)

¹⁸⁶ Podrozdział został napisany na podstawie materiałów informacyjnych Poznańskiego Serwisu Oświatowego.

¹⁸⁷ Podrozdział został napisany na podstawie: Jęczkowski K., *Poznański Park Technologiczno-Przemysłowy*, Gazeta Poznańska, 30.06.2006

było utworzenie koncepcji tzw. Poznańskiego Parku Technologiczno-Przemysłowego (PPTP), który ma być uzupełnieniem dla Parku Naukowo-Technologicznego Fundacji UAM. PPTP będzie sprzyjał efektywnemu transferowi innowacji i technologii do gospodarki poprzez budowanie więzi korporacyjnych pomiędzy firmami a sektorem naukowo-badawczym oraz centrami nowoczesnych technologii. PPTP będzie powstawał w trzech fazach, a jego funkcjonowanie ma podnieść atrakcyjność Poznania i całego regionu dla inwestorów krajowych i zagranicznych. W maju 2006 r. Rada Miasta Poznania zapoznała się ze zgłoszoną przez Prezydenta Miasta ideą utworzenia PPTP, a na pierwszej czerwcowej sesji przyjęła dwie pierwsze uchwałę przybliżającą realizację tego pomysłu: wniesienie przez Miasto wkładu w postaci wartości niematerialnych i prawnych oraz nieruchomości zabudowanych do miejskiej spółki Wielkopolskie Centrum Wspierania Inwestycji Sp. z o.o., której zamierza się powierzyć zarządzanie Parkiem. Poznański Park Technologiczno-Przemysłowy to także, obok odpowiedniego wizerunku marketingowego, konkretne korzyści dla działających w przyszłości na jego terenie przedsiębiorstw. Zyskają one m.in. na obniżce kosztów użytkowania infrastruktury oraz eksploatacji majątku, na realizacji ewentualnych wspólnych przedsięwzięć i tworzeniu sieci przedsiębiorców świadczących usługi kooperacyjne i komplementarne a także na możliwości korzystania na miejscu z usług pomocniczych, w tym z doradztwa biznesowego i wymiany doświadczeń.

C5. Kalendarium – najważniejsze wydarzenia w 2006 roku

C5.1. Pierwszy sklep z Euro-Label (23.02.2006)

W lutym 2006 roku pierwszy polski sklep internetowy otrzymał prestiżowy certyfikat Euro-Label, przyznawany wyłącznie najlepszym sklepom wirtualnym, które spełniają wymagania stawiane przez Unię Europejską w przypadku transakcji zawieranych przez Internet. Znakiem Euro-Label mogą posługiwać się wyłącznie Ci sprzedawcy, którzy wypełniają wymagania Europejskiego Kodeksu Postępowania w Handlu Elektronicznym, dzięki czemu konsument może być pewien, że otrzyma solidne i godne zaufania usługi oraz że warunki sprzedaży są zrozumiałe i szczegółowo opisane na witrynie, sklep respektuje przepisy o ochronie danych osobowych, produkt będzie dostarczony zgodnie z zamówieniem, a w przypadku nieprawidłowości transakcji będzie zastosowana procedura rozpatrywania skargi. Certyfikaty Euro-Label otrzymują najlepsze sklepy elektroniczne z Niemiec, Austrii, Francji, Włoch i Hiszpanii. W lutym dołączył do nich – jako pierwszy w Polsce – sklep Cyfrowe.pl. Na koniec 2006 roku już 8 polskich sklepów internetowych posiadało certyfikaty Euro-Label. Oprócz sklepu Cyfrowe.pl były to: Asport.pl, AudioBook.pl, Foto-Net, JAZZYBABY, Skateshop.pl, Lniane.pl oraz SportZakupy. Krajową organizacją certyfikującą wg kryteriów organizacji Euro-Label na terenie RP jest Instytut Logistyki i Magazynowania.

C5.2. Inicjatywa dla bezrobotnych w Łodzi (27.02.2006)

Łódzki Urząd Pracy udostępnił bezrobotnym osiemnaście stanowisk komputerowych, gdzie osoby poszukujące pracy mogą za darmo skorzystać z Internetu, aby poszukać pracy lub przygotować sobie odpowiednie dokumenty. Na sali jest obecny instruktor, który pomaga mniej zaawansowanym użytkownikom. Informatycy łódzkiego Urzędu Pracy zadbali o to, aby pracownia nie stała się darmową kawiarenką internetową. Można się z niej połączyć ze stronami, na których są ogłoszenia o pracy, można też korzystać tylko z wybranych programów.

C5.3. Dzień Bezpiecznego Internetu (7.03.2006)¹⁸⁸

Jest to unijna inicjatywa, której celem jest propagowanie działań na rzecz bezpiecznego korzystania przez dzieci i młodzież z zasobów światowej sieci WWW. Organizatorami DBI są w Polsce Fundacja Dzieci Niczyje oraz Naukowa i Akademicka Sieć Komputerowa. W 2006 roku Dzień Bezpiecznego Internetu obchodzony był po raz drugi. Organizatorzy mają za sobą udane akcje edukacyjne podejmowane w ciągu roku, w tym pięć konferencji w miastach wojewódzkich, w których wzięło udział ponad 1000 nauczycieli, przedstawiciele policji zaangażowanej w ściganie przestępczości internetowej i prokuratury. Inicjatywa ma poparcie ze strony tak ważnych instytucji, jak Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji, Ministerstwo Sprawiedliwości, UNESCO, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Rzecznik Praw Dziecka oraz Komenda Główna Policji. Obchody Dnia Bezpiecznego Internetu to nie tylko akcje przygotowane centralnie, przez głównych organizatorów, ale także inicjatywy lokalne, organizowane przez szkoły, firmy lub prywatne osoby zainteresowane propagowaniem bezpieczeństwa dzieci w Internecie.

C5.4. I Kongres Gospodarki Elektronicznej (23.03 i 23.11.2006)¹⁸⁹

I Kongres Gospodarki Elektronicznej to idea stworzenia ponadorganizacyjnego forum wymiany myśli na temat kierunku rozwoju gospodarki elektronicznej w Polsce. Próba koordynacji rozwoju e-gospodarki w sposób zapewniający efektywne wykorzystanie tego co już zostało osiągnięte i jednocześnie wykreowania jednolitej wizji jej dalszych zmian w sposób skoordynowany. Podczas I Części, zainicjowanej przez Związek Banków Polskich, p.t. "Wpływ instytucji finansowych na rozwój gospodarki elektronicznej" prezentowane były wyniki badań, analizy, tezy i postulaty dotyczące priorytetowych obszarów gospodarki elektronicznej, mające wpływ na kierunki strategii rozwoju e-administracji, e-finansów, bezpieczeństwa obrotu gospodarczego i prawa regulującego gospodarkę elektroniczną. Dla tych właśnie obszarów budowane są programy rządowe, samorządowe i biznesowe. Ich racjonalne wdrożenie i efektywne wykorzystanie może przynieść wiele korzyści dla całego kraju. Kongres ma wskazać sukcesy jakie zostały osiągnięte, ale też bariery które uniemożliwiają

¹⁸⁸ Podrozdział napisany na podstawie materiałów informacyjnych projektu Safer Internet.

¹⁸⁹ Podrozdział napisany na podstawie: Koralewski M., *I Kongres Gospodarki Elektronicznej*, e-Fakty nr 6/2006, s. 24 oraz materiałów informacyjnych Kongresu.

zwiększenie dynamiki jej rozwoju, w szczególności organizacyjne i prawne. II część, zorganizowana w listopadzie przez Ministerstwo Gospodarki i Instytut Logistyki i Magazynowania, poświęcona została w głównej mierze aktualnemu stanowi e-gospodarki w Polsce, zrealizowanym pracom i planom związanym z rozwojem elektronicznej administracji rządowej i samorządowej. Przedstawiciele rządu przyznali, że stan dotychczasowych prac jest niesatysfakcjonujący i wiele projektów zostało odłożonych w czasie, bądź zupełnie zamkniętych. Jednocześnie zapowiedziano, że rok 2006 był ostatnim, w którym niepowodzenia przewyższyły osiągnięte korzyści. Zarówno I jak i II część kongresu cieszyła się dużym zainteresowaniem, ponieważ umożliwił spotkanie i dyskusję najważniejszych przedstawicieli administracji rządowej, sfery finansowej, środowisk zaangażowanych w rozwój e-gospodarki oraz przedsiębiorców.

C5.5. Wyróżnienie dla projektu eSłupsk (12.04.2006)¹⁹⁰

Projekt eSłupsk, zrealizowany przez Cisco Systems, został wyróżniony w raporcie Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Jury konkursu doceniło zakres oraz cel inicjatywy, którym było wsparcie lokalnej społeczności w rozwiązywaniu problemów będących wynikiem recesji gospodarczej. Cisco Systems sfinansowało 75 proc. kosztów budowy nowoczesnej sieci teleinformatycznej, która połączyła blisko 30 lokalizacji, w tym urzędy miejskie, inne jednostki administracyjne, szkoły oraz posterunki policji. Projekt wyróżniono w kategorii „Społeczeństwo – programy zaangażowania społecznego”. Projekt zyskał aprobatę Ministerstwa Gospodarki, stając się bazą modelowego programu „Gminna Informatyczna Sieć Edukacyjna”.

C5.6. EBOK w Bydgoszczy (25.04.2006)¹⁹¹

25 kwietnia Urząd Miasta Bydgoszczy oficjalnie udostępnił Elektroniczne Biuro Obsługi Klientów EBOK. Przetarg na nowy serwis został rozstrzygnięty w grudniu 2005 roku, a wygrała go firma BSB sp. z o.o. Gotowa platforma pozwala nie tylko na załatwienie kilkudziesięciu spraw, które do tej pory wymagały osobistej wizyty w urzędzie, ale również umożliwia udział on-line w przetargach publicznych i dostosowuje urząd do odbioru e-faktur i e-podatków. Dzięki

¹⁹⁰ Podrozdział napisany na podstawie materiałów prasowych firmy Cisco.

¹⁹¹ Podrozdział został napisany na podstawie: Kujawa J., *Wirtualny Urząd Miasta w Bydgoszczy*, <http://www.egospodarka.pl/>

zastosowanym technologiom wprowadzanie treści na portalu nie wymaga zaplecza w postaci wyspecjalizowanego działu informatyki. Po przejściu krótkiego szkolenia każdy pracownik urzędu, będzie sam wprowadzał informacje na portalu. System został zrealizowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego (ZPORR).

C5.7. Jednolity standard e-faktury (11.05.2006)

Z inicjatywy Polskiej Wytwórni Papierów Wartościowych SA, Unizeto Technologies SA, Krajowej Izby Rozliczeniowej SA oraz Instytutu Logistyki i Magazynowania opracowano standardowy wzorzec faktury elektronicznej, dostosowany do wymagań i warunków polskich. Projekt rozpoczął się w lutym szczegółową analizą i rozpoznaniem istniejących standardów oraz uwarunkowań prawnych polskich i europejskich. Wybrano standard EDI-XML GS1, jako ten najbardziej odpowiadający potrzebom oraz najbardziej zbliżony do polskich wymagań. Ostateczna wersja standardu została opublikowana w maju na stronie www.e-gospodarka.net.pl oraz poddana konsultacjom społecznym. Dzięki stworzeniu standardu e-faktury będzie możliwe uzyskanie jednolitej postaci faktury elektronicznej. Opracowany przez ILiM standard jest dostępny na stronie <http://www.e-gospodarka.net.pl/crwde/efaktura.htm>.

C5.8. Fuzja Computerland i Emax (30.05.2006)¹⁹²

ComputerLand kupił akcje firmy Emax. Po tej transakcji obie firmy zostały połączone w jedną spółkę. Fuzja miała posłużyć wzmocnieniu pozycji rynkowej w wybranych sektorach, szczególnie w energetyce, sektorze publicznym i bankowości i usługach takich jak obsługa rynku energii, logistyka, Business Process Outsourcing, archiwizacja i przetwarzanie dokumentów. Połączenie obydwu firm ma też doprowadzić w ocenie ComputerLandu do dalszej poprawy efektywności operacyjnej spółki i osiągnięcia konkretnych synergii przychodowych poprzez tzw. cross-selling usług oraz synergii kosztowych i wreszcie dzięki wymienionym korzyściom oraz wzrostowi liczby akcji ComputerLandu w obrocie zwiększyć atrakcyjność inwestycyjną spółki. W marcu 2007 roku Nadzwyczajne Walne Zgromadzenia Akcjonariuszy obu spółek zatwierdziły ostatecznie ich fuzję, rozpoczynając tym samym ich działanie pod jedną nazwą - „Sygnity”.

¹⁹² Podrozdział napisany na podstawie materiałów prasowych firmy Sygnity.

C5.9. Pierwsze polskie Centrum Innowacji Microsoft (01.06.2006)¹⁹³

1 czerwca w Poznaniu odbyło się otwarcie pierwszego w Polsce Centrum Innowacji Microsoft. Projekt, współtworzony przez Poznańskie Centrum Superkomputerowo Sieciowe oraz Politechnikę Poznańską, wspiera nowatorskie rozwiązania i technologie w zakresie bezpieczeństwa informatycznego i usług outsourcingowych. Na otwarciu obecni byli m.in. Tomasz Bochenek, Dyrektor generalny ds. sprzedaży i marketingu na region Europy Środkowo-Wschodniej; Marek Roter, Dyrektor Generalny polskiego oddziału Microsoft; Grzegorz Bliźniuk, Podsekretarz Stanu w Ministerstwie Spraw Wewnętrznych i Administracji; prof. dr Wojciech Markiewicz z Instytutu Chemii Bioorganicznej PAN; dr Maciej Stroiński z PCSSu i wielu innych przedstawicieli świata nauki i biznesu. Poznańskie Centrum Innowacji pełni funkcję ośrodka współpracy w dziedzinie badań naukowych oraz rozwiązań informatycznych pomiędzy instytucjami rządowymi, samorządowymi, uczelniami wyższymi i przedsiębiorstwami. Do głównych zadań Centrum należy udostępnianie aplikacji Microsoft szkołom i uczelniom wyższym, doradztwo w zakresie podnoszenia poziomu bezpieczeństwa teleinformatycznego usług, poprawa jakości opieki medycznej w Wielkopolsce poprzez udoskonalanie systemu telekonsultacji przez Internet, oferowanie łatwego dostępu do usług elektronicznych oferowanych przez samorządy lokalne. Na początku w Centrum znalazło pracę dwadzieścia osób - głównie związanych z PCSSem i wydziałem informatycznym Politechniki Poznańskiej.

C5.10. Test telewizji mobilnej (05.06.2006)¹⁹⁴

Firma TP EmiTel rozpoczęła test cyfrowej emisji programów TV przeznaczonych do odbioru za pomocą telefonów komórkowych, smartfonów i palmtopów. Test ma pomóc firmie określić zasięg stacji nadawczej, pojemność systemu oraz zweryfikować jakość przesyłanych programów w zależności od zmieniających się parametrów transmisji. Test standardu DVB-H rozpoczęto od nadawania dwóch programów: Polsat i TVN. Emisja prowadzona jest na kanale 21 (474 MHz) z mocą promieniowaną wynoszącą 0,7 kW. Niska moc ERP ogranicza

¹⁹³ Podrozdział został napisany na podstawie materiałów informacyjnych firmy Microsoft Polska, Poznańskiego Centrum Superkomputerowo-Sieciowego i materiałów własnych

¹⁹⁴ Podrozdział został napisany na podstawie: Niedzialewski D., *Testy telewizji mobilnej w Polsce*, Computerworld Mobile, <http://mobile.computerworld.pl/news/94299.html>

zasięg sygnału do kilku kilometrów, zależnie od warunków atmosferycznych i ukształtowania terenu. „W transmisji wykorzystano modulację QPSK (kwadraturowe kluczkowanie fazy sygnału), za kompresję obrazu wideo odpowiada standard MPEG-4 (H.264), dane audio przesyłane są w formatach MP3 oraz HE-AAC (High Efficiency Advanced Audio Coding)”.

C5.11. Uwolnione komórki (08.06.2006)

W telefonii komórkowej nastąpił przełom. Po wielomiesięcznych negocjacjach operatorzy sieci Plus GSM i Era zdecydowali się udostępnić swoją infrastrukturę firmom P4 i „Polsat Cyfrowy”. Po raz pierwszy firmy telekomunikacyjne udostępniają sieć innemu operatorowi na zasadzie sprzedaży ruchu hurtowego. W kolejce czeka dalszych 50 firm, które chcą działać jako operatorzy telefonii komórkowej, bez konieczności budowania własnej sieci.

C5.12. Polkomtel podpisuje umowę przez Internet (22.06.2006)¹⁹⁵

Kontrakt firmy Polkomtel z firmą PGF to pierwsza duża umowa biznesowa zawarta w Polsce przez Internet za pomocą podpisu elektronicznego. Teraz operator Plus GSM chce przyjmować zamówienia od kolejnych klientów. Zarząd PGF pierwszy wsunął karty chipowe do czytników. Kontrakt w wersji elektronicznej został opatrzony podpisem elektronicznym i został przesłany e-mailem do Polkomtela. Za chwilę w ten sam sposób swoje e-podpisy złożyło na dokumencie kierownictwo Polkomtela. Polkomtel wprowadzi funkcje związane z e-podpisem do swojej aplikacji Asystent, z której korzystają najważniejsi klienci sieci Plus GSM. Pozwala ona przez internet np. składać zamówienia na telefony czy usługi. Teraz umożliwi także podpisywanie umów bezpiecznym e-podpisem.

C5.13. Pierwszy polski e-kiosk (24.07.2006)¹⁹⁶

Ruszył w całości zrealizowany w Polsce system sprzedaży e-wydań e-Kiosk.pl firmy Digital Content Sp. z o.o. Składa się on z dwóch zasadniczych elementów: serwisu internetowego www.e-kiosk.pl oraz e-Kiosk Readera – darmowego

¹⁹⁵ Podrozdział napisany na podstawie: Domaszewski Z., *Polkomtel liczy na podpis elektroniczny*, Gazeta Wyborcza nr 145, str. 32

¹⁹⁶ Podrozdział napisany na podstawie materiałów informacyjnych e-kiosk.pl

czytnika e-wydań. Serwis www.e-kiosk.pl to internetowy kiosk z prasą cyfrową. Do czytania e-wydań w systemie e-Kiosk.pl służy darmowy czytnik, e-Kiosk Reader. Zadaniem tego programu jest pobieranie zamówionych e-wydań na dysk użytkownika oraz wygodne czytanie publikacji na ekranie komputera. – *Startujemy z ofertą dziesięciu tytułów publikowanych przez trzech wydawców – Motor-Press, IDG i Magnum-X, przeznaczonych przede wszystkim dla mężczyzn – mówi Piotr Kubiszewski, prezes Digital Content sp. z o.o. – W ofercie e-Kiosk.pl znajdują się takie tytuły, jak „Men's Health”, „Auto, Motor i Sport”, „PC World Komputer”, „Nowa Technika Wojskowa” itd. Z kolejnymi wydawcami prowadzimy rozmowy, z czego w kilku przypadkach są one bardzo zaawansowane.*

C5.14. Polacy najlepsi na Imagine Cup 2006 (11.08.2006)¹⁹⁷

Piotr Mikulski i Przemysław Dębiak z Uniwersytetu Warszawskiego oraz Tomasz Błajek z Politechniki Poznańskiej zajęli kolejno wszystkie trzy miejsca na podium w kategorii Algorytm w czwartej edycji Imagine Cup. W konkursie wzięło udział 181 studentów z 42 krajów, którzy rywalizowali między sobą w sześciu kategoriach finałowych: Projektowanie Oprogramowania, Algorytm, Film Krótkometrażowy, Technologie Informatyczne, Projekt Hoshimi - Bitwa Programistyczna oraz Projekt Interfejsu. Zadaniem każdej z drużyn było rozwiązanie postawionych problemów z zakresu technologii i multimediiów, związanych z zaprezentowanymi wcześniej aplikacjami. Stawką tegorocznych rozgrywek były nagrody warte ok. 125 tys. USD. - *Zwycięskie projekty pokazują, jak wielki potencjał tkwi w oprogramowaniu komputerowym, które może stać się efektywnym narzędziem w walce z problemami współczesnego świata. Jestem pod ogromnym wrażeniem młodych ludzi, którzy są finalistami tegorocznej edycji Imagine Cup. Ich wielki wkład pracy, kreatywność i pasja, a także niezwykła umiejętność innowacyjnego patrzenia na świat, napawa mnie optymizmem na przyszłość. Nie zapominajmy, że to właśnie oni reprezentują nowe pokolenie liderów biznesu i technologii – powiedział Bill Gates. Do światowych finałów konkursu Imagine Cup 2006 zakwalifikowało się 11 uczestników z Polski. Wśród nich znalazło się 6 studentów z Politechniki Poznańskiej, 3 studentów z Uniwersytetu Warszawskiego oraz po jednej osobie z Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego i Wojskowej Akademii Technicznej.*

¹⁹⁷ Podrozdział został napisany na podstawie informacji prasowej firmy Microsoft Polska.

C5.15. Elektroniczny PIT (16.08.2006)¹⁹⁸

Od 16 sierpnia można przysyłać deklaracje PIT drogą elektroniczną. W pierwszej kolejności taką możliwość otrzymało 7,5 tys. dużych przedsiębiorstw. Projekt e-Deklaracje, zainicjowany przez Ministerstwo Finansów, ma na celu rozbudowę infrastruktury społeczeństwa informacyjnego w Polsce do poziomu umożliwiającego przedsiębiorcom (a docelowo wszystkim obywatelom) efektywne korzystanie z Internetu i elektronicznych usług publicznych. W ramach systemu zostanie uruchomiony kanał bezpośredniej komunikacji pomiędzy podmiotami zewnętrznymi i administracją podatkową. Przedsiębiorcy będą mogli dostarczać do administracji skarbowej wszelkie przewidziane prawem dokumenty w formie elektronicznej oraz otrzymywać z administracji skarbowej informacje i dokumenty również w taki sposób. Podstawowym i priorytetowym zadaniem systemu jest elektroniczna obsługa deklaracji podatkowych PIT, CIT, VAT, NIP i PCC. Przedsiębiorcy będą mogli składać deklaracje zarówno w trybie on-line (formularze elektroniczne) jak i off-line (aplikacje klienckie). Ze względu na swój innowacyjny charakter projekt e-Deklaracje przyczyni się do powstania zaawansowanych usług online dla praktycznie wszystkich podatników posiadających dostęp do Internetu w kontaktach z administracją skarbową. System przyczyni się również do poprawienia jakości kontaktów administracji z podatnikami.

C5.16. 15 lat polskiego Internetu (17.08.2006)¹⁹⁹

15 lat temu po raz pierwszy nawiązano w Polsce łączność w protokole IP. 17 sierpnia 1991 roku fizyk z Uniwersytetu Warszawskiego – Rafał Pietrak - nawiązał łączność w oparciu o protokół IP z Janem Sorensenem z Uniwersytetu w Kopenhadze. To pierwsze połączenie uważa się za początek Internetu w naszym kraju. Bardzo ważnym momentem w historii rozwoju Internetu w Polsce było powstanie w tym samym roku Zespołu Koordynacyjnego Naukowej i Akademickiej Sieci Komputerowej przy Uniwersytecie Warszawskim (później znanego pod nazwą NASK). Zespół miał za zadanie zbudowanie łączności komputerowej dla polskiego środowiska naukowego i akademickiego. Cztery lata później na zlecenie NASK zostało przeprowadzone pierwsze badanie społeczności

¹⁹⁸ Podrozdział został napisany na podstawie: Szetyński T., *System e-Poltax – portal dla podatnika... czyli jak wysłać deklarację drogą elektroniczną*, e-Fakty nr 6/2006, str. 18 oraz materiałów informacyjnych Ministerstwa Finansów

¹⁹⁹ Podrozdział napisany na podstawie artykułu NASK: <http://nask.pl/wydarzeniaID/id/342>

internautów. Według wyników sondażu z Internetu korzystali głównie mężczyźni z wyższym wykształceniem, w większości pracownicy naukowi. Te wyniki badań przez bardzo długi czas były jedynym wyznacznikiem i źródłem wiedzy o polskich Internautach.

C5.17. E-odpis aktu stanu cywilnego (21.08.2006)²⁰⁰

W drugiej połowie sierpnia w Poznaniu ruszyła pierwsza w Polsce w pełni elektroniczna usługa administracyjna. Uruchomiona e-usługa to nowa jakość w obsłudze mieszkańców i unikatowe rozwiązanie w skali kraju. - *To przykład, jak z wielkim pożytkiem dla mieszkańców można wykorzystać fundusze Unii Europejskiej* - mówi Maciej Stroiński z Poznańskiego Centrum Superkomputerowo-Sieciowego. Za pośrednictwem komputera podłączonego do sieci Internet mieszkańcy Poznania mogą zamówić do domu odpis aktu stanu cywilnego - czyli akt urodzenia, ślubu czy zgonu. Zamawiający ma również możliwość uiszczenia opłaty skarbowej w formie elektronicznej za pomocą karty płatniczej lub przelewem z elektronicznego konta. Dokument zostanie dostarczony w ciągu czterech dni przez gońca. Projekt powstał przy współpracy władz miasta z Poznańskim Centrum Superkomputerowo-Sieciowym i przy wykorzystaniu PIAP-ów, czyli publicznych punktów dostępu do Internetu, w których mieszkańcy mogą nieodpłatnie korzystać z szerokopasmowego dostępu do Sieci.

C5.18. Pełny PayPal wreszcie w Polsce (11.10.2006)²⁰¹

System płatności online PayPal rozpoczął od pełne działanie w naszym kraju. Do tej pory można było jedynie wysyłać pieniądze, od września natomiast można już także przyjmować wpłaty. [System](#) PayPal pozwala na dokonywanie transferów pieniężnych zarejestrowanym użytkownikom, którzy posiadają konto poczty elektronicznej. System jest bardzo popularny na całym świecie (zwłaszcza w Stanach Zjednoczonych), w jego powstanie miało znaczący wpływ na przyspieszenie rozwoju handlu elektronicznego i aukcji internetowych. Transfer pieniędzy na konto założone w polskim banku trwa od pięciu do siedmiu dni roboczych. Dokonanie zapłaty w PayPal jest bezpłatne, a jeżeli transakcja odbywa się w różnych walutach, system pobiera 2,5% za wymianę.

²⁰⁰ Podrozdział napisany na podstawie materiałów informacyjnych Poznańskiego Centrum Superkomputerowo-Sieciowego.

²⁰¹ Podrozdział napisany na podstawie materiałów informacyjnych PayPal.

C5.19. Medal Europejski dla Unizeto (06.11.2006)²⁰²

Unizeto Technologies SA zdobyła kolejny Medal Europejski przyznany przez Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny oraz Business Centre Club. Nagrodzonym produktem jest system komputerowy „Elektroniczny Urząd Podawczy”, który spełnia wymogi ustawy o informatyzacji podmiotów realizujących zadania publiczne. System służy do przekazywania informacji w formie elektronicznej do podmiotu publicznego przy wykorzystaniu powszechnie dostępnej sieci teleinformatycznej. Głównym elementem systemu jest Elektroniczna Skrzynka Podawcza, czyli dostępny publicznie środek komunikacji elektronicznej generujący urzędowe poświadczenia odbioru przyjętych e-dokumentów. Do podstawowych funkcji EUP zaliczyć należy oznaczanie dokumentów datą i czasem, obsługę aktywnych formularzy www, weryfikację podpisów elektronicznych oraz archiwizację dokumentów w formie elektronicznej z zachowaniem mocy dowodowej.

C5.20 Sinfos w Polsce (15.11.2006)²⁰³

Katalog SINFOS, będący największym katalogiem w Europie, rozpoczyna swoją działalność w Polsce. Spółka została powołana do życia w listopadzie 2006 r., jako Joint Venture firm SINFOS GmbH z siedzibą w Kolonii oraz Instytutu Logistyki i Magazynowania z Poznania. Działający na polskim rynku pod nazwą Katalog SINFOS zawierał będzie ponad 200 atrybutów opisujących produkt, co pozwala na zaspokojenie „apetytu na informację” wszystkich sieci handlowych. Dane o produktach znajdują się w jednym miejscu, co zapewnia ich szybkość i prostą aktualizację, automatyczną dystrybucję danych do odbiorców i pełną synchronizację między systemami dostawcy i odbiorcy. Za tym idzie eliminacja błędów na dokumentach, minimalizacja liczby zwrotów towarów, eliminacja ręcznej aktualizacji danych, odbiorcy natomiast otrzymują automatyczne powiadomienia o zmianach dotyczących produktów, promocjach, datach dostępności produktu. SINFOS Polska nie startuje od zera. Komentując powstanie wspólnego przedsięwzięcia Grzegorz Szyszka, Dyrektor Instytutu Logistyki i Magazynowania, Prezes GS1 Polska, powiedział: - *Dla naszych aktualnych klientów jest szczególnie istotne, że dane z działającego już w Instytucie katalogu EANIC mogą zostać zintegrowane z Katalogiem SINFOS. To duża oszczędność czasu i pieniędzy. Stawką jest jeszcze coś innego – z punktu widzenia dostawców*

²⁰² Podrozdział został napisany na podstawie informacji prasowej firmy Unizeto Technologies.

²⁰³ Podrozdział został napisany na podstawie informacji prasowej firmy Sinfos Polska.

Katalog SINFOS może być furtką do wejścia na nowe rynki i szybkie zwiększenie przychodów, sieci natomiast zyskują bogatą bazę potencjalnych nowych dostawców. Wszystko to bez wielkich nakładów – wejście do Katalogu SINFOS otwiera przed każdą firmą automatycznie całe spektrum możliwości oferowanych przez system. Dodatkowo Katalog SINFOS posiada certyfikat GDSN (Sieć Globalnej Synchronizacji Danych), dzięki czemu uczestnicy łańcucha dostaw mają pewność, że poprzez katalog będą mieli możliwość synchronizacji aktualnych danych o produkcie w skali całego świata. W ten sposób wszyscy partnerzy handlowi będą posiadali w swoich systemach spójne dane o konkretnej jednostce w tym samym czasie.

C5.21. E-portfel po polsku (29.11.2006)²⁰⁴

Portal Onet.pl oraz międzynarodowy dostawca usług płatności online podpisał umowę, dzięki której Polacy będą mogli korzystać z usług finansowych, oferowanych w ramach tzw. e-portfela. W ich skład wchodzi płatności online w kraju i za granicą oraz przelewy międzynarodowe. Do wykonania płatności wystarczy tylko adres e-mailowy, nie potrzeba karty kredytowej, jak to ma miejsce w przypadku wielu innych systemów płatności online. Usługa Moneybookers charakteryzuje się niskimi opłatami, wynoszącymi 1% kwoty przelewu, ale nie więcej niż 0,50 EUR.

C5.22. Powstało Supercentrum Danych (08.12.2006)²⁰⁵

W Szczecinie wybudowano wyjątkowe Centrum Danych Unizeto Technologies. W ramach projektu powstał supernowoczesny budynek o powierzchni 2350 m kw., w którym na czterech piętrach znajdują się centra wydruków i korespondencji masowej, digitalizacji, certyfikacji klucza publicznego, przetwarzania danych i archiwizacji elektronicznej. Ponadto świadczone tam są usługi kolokacji, hostingu i ASP (Application Service Provider). Centrum posiada certyfikaty Systemu Zarządzania Jakością ISO 9001:2001, Systemu Jakości AQAP 2110:2003, Systemu Zarządzania Bezpieczeństwem Informacji PN-I-07799-2:2005, Świadectwaz Bezpieczeństwa Przemysłowego oraz Świadectwo

²⁰⁴ Podrozdział napisano na podstawie materiałów informacyjnych portalu Onet oraz firmy Moneybookers.

²⁰⁵ Podrozdział napisano na podstawie informacji prasowych Unizeto Technologies.

Wiarygodności Krajowego Dyrektra ds. Uzbrojenia, a także towarzyszące głównemu – oddalone o 12 kilometrów zapasowe Centrum Danych.

C5.23. Google potwierdza chęć budowy Centrum Badań i Rozwoju w Polsce (04.12.2006)²⁰⁶

Firma Google potwierdziła, że planuje uruchomienie w Krakowie centrum badań i rozwoju. Powodem takiej decyzji jest rosnące znaczenie dla firmy polskiego rynku oraz regionu Europy Środkowej i Wschodniej. Nowe centrum będzie współtworzyć nowoczesne mechanizmy wyszukiwania i inne produkty dla wyszukiwarki przeznaczone zarówno na rynek polski, jak i światowy. Będzie to pierwsze centrum badań i rozwoju w Europie Środkowej, dziesiąta placówka w Europie i trzydziesta pierwsza na świecie. Polska znana jest z utalentowanej i wykształconej kadry inżynierów. - *Krakowska inwestycja świadczy o zaangażowaniu firmy Google oraz istotnej roli Polski jako rynku i kraju, w którym można znaleźć wyjątkowo utalentowanych pracowników* — powiedział Alan Eustace, wiceprezes działu badań i inżynierii w firmie Google. - *W naszym przedsiębiorstwie zajmujemy się najwyższej klasy technologią informatyczną, jesteśmy bardzo zadowoleni, że będziemy mogli wspólnie z nowym zespołem z Krakowa opracowywać produkty Google dla naszych użytkowników.*

C5.24. mBank wchodzi na rynek telefonii komórkowej (13.12.2006)²⁰⁷

W połowie grudnia mBank, bankowość detaliczna BRE Banku, uruchomił oficjalnie usługi telefonii komórkowej. Bank nie ma własnej sieci telefonicznej, ale współpracuje na tym polu z firmą Polkomtel. Klienci mBanku otrzymują kartę telefoniczną za pośrednictwem poczty. Usługa jest bezabonamentowa, a konto można doładować tylko elektronicznie. mBank kieruje swoją ofertę komórkową przede wszystkim do użytkowników usług bankowych - korzystanie przez nich z kart płatniczych jest premiowane dodatkowymi minutami na połączenia. To samo dotyczy kredytów hipotecznych, których przyznanie związane jest z dużymi pakietami minut. Bank udziela też kredytów na zakup telefonów komórkowych. Bank planuje pozyskać 162 tysiące klientów w 2007 roku oraz 315 tysięcy w 2008

²⁰⁶ Podrozdział napisano na podstawie materiałów informacyjnych Google.com

²⁰⁷ Podrozdział napisano na podstawie: Dec Ł., *Czwarty operator komórkowy już jest*, Rzeczpospolita nr 291, dod. Ekonomia i Rynek, str. 5

Kalendarium – najważniejsze wydarzenia w 2006 roku

i 450 tysięcy w 2009 roku. Wprowadzając usługi telefonii komórkowej mBank stał się pierwszym polskim wirtualnym operatorem sieci komórkowej (MVNO). Do końca roku operator miał 150 tys. klientów, zaś w I kw. 2007 roku chce uruchomić usługę szerokopasmowego dostępu do Internetu. mBank mobile korzysta z sieci Polkomtela, odkupując od niego minuty w cenie hurtowej. Polkomtel oferuje mBank mobile także dodatkowe usługi związane z m.in. dostarczaniem kart SIM, obsługą klienta i billingiem.

Podsumowanie

Przedstawione wyniki badań za rok 2006 dowodzą, że gospodarka elektroniczna w Polsce wkroczyła w fazę dojrzałego rozwoju. Poziom wykorzystania transakcji elektronicznych w praktyce gospodarczej i w funkcjonowaniu społeczeństwa informacyjnego, dynamika i jakość rozwoju e-usług, wymagania kierowane pod adresem e-administracji, potrzeby dostosowania regulacji prawnych do wymagań e-rynku, ukierunkowanie rozwoju infrastruktury teleinformatycznej w ramach inicjatyw i projektów ICT oraz wiele innych symptomów – wskazuje na celowe i świadome działania ukierunkowane na osiągnięcie wartości z wykorzystania narzędzi e-gospodarki. Przedstawione w raporcie 2006 działania są ważnym etapem na drodze do poprawy warunków życia Polaków i wyników ekonomicznych polskiej gospodarki. Długofalowe plany i programy potwierdzone Planem Informatyzacji Państwa i Programem Operacyjnym Innowacyjna Gospodarka 2007-2013 są ukierunkowane na obniżenie kosztów funkcjonowania społeczeństwa i ciężaru codziennego życia, eliminowanie barier rozwoju społeczeństwa informacyjnego, a także na wspomaganie wzrostu efektywności gospodarki i konkurencyjności polskich przedsiębiorstw. Przedstawione w raporcie 2006 wyniki badań obejmują pomiar zarówno działań na etapie kreowania i rozwoju środowiska e-gospodarki, jak i osiągniętych dotychczas wyników funkcjonowania elektronicznej gospodarki w Polsce.

Wzrost wartości realizowanych transakcji on-line w 2006 roku o 50% w stosunku do roku 2005 jest sumarycznym i złożonym wynikiem sumowania wielu wzajemnie powiązanych czynników składowych – zaufania do elektronicznych transakcji, poziomu wiedzy i kwalifikacji społeczeństwa, stopnia gotowości infrastruktury e-gospodarki i e-usług oraz dostosowania przepisów prawa. Z badań wynika, że głównie wzrost liczby użytecznych dla Polaków usług elektronicznych, związanych z ich codziennym życiem i obowiązkami w pracy oraz wymaganiami działalności gospodarczej, może zapewnić wzrost wskaźników ilości i struktury wykorzystania narzędzi e-gospodarki w Polsce.

Przedstawiona w tabeli analiza słabych i mocnych stron gospodarki elektronicznej prezentuje w sposób syntetyczny wnioski i uogólnienia wynikające z analizy wyników badań zamieszczonych w raporcie 2006.

Słabe strony e-gospodarki	Mocne strony e-gospodarki
Społeczeństwo informacyjne	
<ul style="list-style-type: none"> - Niewielka liczba usług elektronicznych administracji publicznej, ochrony zdrowia i słabe tempo ich wzrostu - Niski stopień nasycenia gospodarstw domowych komputerami i brak dofinansowania oraz udogodnień podatkowych przy zakupie komputera - Wysoki koszt dostępu do Internetu (w stosunku do średnich przychodów Polaków); Monopolistyczna pozycja TP SA i brak konkurencji, podtrzymuje wysokie ceny - Wysoki koszt zaprojektowania i wdrożenia platform elektronicznych i systemów szkieletowych e-gospodarki - Mały udział gospodarstw połączonych do Internetu (3%) w stosunku do gospodarstw ogółem; słabo rozwinięta infrastruktura sieci szkieletowej Internet na wsi (ok. 18% gospodarstw wiejskich) - Słaba struktura potrzeb wykorzystania Internetu, głównie do komunikacji, gier i rozrywki oraz poszukiwania informacji (3% wzrost aktywności zamawiania i sprzedaży oraz korzystania z usług bankowych) - Brak zaufania oraz brak poczucia bezpieczeństwa powodują zahamowanie sprzedaży przez Internet i niską dynamikę jej wzrostu; obawa o bezpieczeństwo przekazywanych danych (23,1%) - Brak zaufania do usług e-zdrowia i telemedycyny, - Kwestionowanie przez policję ważność wydruku komputerowego polis OC jako dokumentu potwierdzającego zawarcie umowy ubezpieczenia i opłacenia składki drogą elektroniczną - Brak wsparcia rozwoju polskiego e-learningu uczelnianego przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego (dopuszczono tylko 70% zajęć przez Internet) - Niewielka aktywność uczelni w zakresie zakładania kont internetowych i stron WWW dla kadry dydaktycznej i naukowo-badawczej - Niedostosowanie programów nauczania i trudna adaptacja materiałów dydaktycznych do zdalnego nauczania (konieczność pozyskania wiedzy od ekspertów danej dziedziny i przekształcenia jej w interaktywny system nauczania) 	<ul style="list-style-type: none"> - Duża dynamika wzrostu liczby łączy stałych do Internetu (28,5%) - Duża liczba internautów (14,1 mln co stanowi 47,9% Polaków w wieku od 16-74 lat) - Wzrost częstotliwości korzystania z Internetu (25,4% korzysta z Internetu codziennie) - Zapal, innowacyjność i kreatywność młodych Polaków; wzrost umiejętności korzystania z Internetu - Wzrastające przyzwyczajenie i nawyk korzystania z usług elektronicznych i portali WWW; wzrost wykorzystania Internetu w codziennych czynnościach (kupno i sprzedaż, pozyskiwanie informacji, poszukiwanie pracy, sprawdzanie towaru w marketach, itp.) - Wysoki - 71% przyrost liczby osób kupujących w sieci Internet - Rosnący zakres usług i wzbogacanie oferty oraz funkcjonalności portali obsługowych, - Malejące koszty elektronicznych usług (np. finansowych, bankowych (wzrost o z 16,8% do 22,7% internautów korzystających z usług bankowych); duża liczba rachunków bankowych dostępnych przez Internet (8,6 mln) - Wzrastająca świadomość korzyści z szybkich, wygodnych i tanich transakcji elektronicznych na rynkach finansowych - inwestycyjnych i kapitałowych - Finansowanie z funduszy UE może być w części przeznaczone na rozwój technologii informatycznych na terenach wiejskich - Poprzez usługi e-gospodarki ułatwiony jest dostęp do wiedzy, usług medycznych i e-administracji na terenach wiejskich, odległych od ośrodków miejskich i naukowych - Plany wdrożenia e-recept przez NFZ - Duży i rosnący udział uczelni świadczących usługi elektronicznej biblioteki i elektronicznego dziekanatu

Elektroniczna Gospodarka w Polsce – Raport 2006

Slabe strony e-gospodarki	Mocne strony e-gospodarki
E-biznes	
<ul style="list-style-type: none"> - Brak szerokiej oferty użytecznych usług B2B i B2C na e-ryнку - Niewielka ilość udostępionych witryn sprzedaży w wersjach językowych innych niż polska (tylko 7% dwujęzycznych) - Niski poziom upowszechnienia podpisu elektronicznego uwierzytelniającego transakcję - Niski poziom kompleksowej obsługi transakcji gospodarczych (synchronizacji o produktach, wzorów dokumentów, bazy podmiotów, ofert, itd..) - Mała ilość i częstość elektronicznej współpracy pomiotów w łańcuchach dostaw - Wzrost problemów z bezpieczeństwem o 4% do poziomu 28% w 2006 r. ; ryzyko fałszowania i kradzieży oraz świadomość niebezpieczeństw w sieci – włamań i zawirusowania - Ryzyko kontroli transakcji przez konkurencję - Brak integracji procesów informacyjnych wewnątrz firmy z elektroniczną wymianą danych pomiędzy partnerami na rynku - Brak powszechnego dostępu do narzędzi i infrastruktury e-gospodarki w Polsce; brak publicznie dostępnych platform e-biznesu dla sektora MSP - Wysokie koszty sprzętu i infrastruktury softwarowej (np. EDI), koszty transmisji i połączeń; świadomość rozwoju kosztów; brak zaufania w zwrot z inwestycji w narzędzi e-gospodarki - Wysoki koszt pozyskania wiedzy o sposobach wykorzystania narzędzi e-gospodarki w działalności gospodarczej - Trudności e-obsługi produktu ubezpieczeniowego i problemy w dostarczaniu usługi ubezpieczeniowej; niestałość przepisów prawnych - Brak wiedzy nt. dochodzenia winy i arbitrażu gospodarczego w transakcjach elektronicznych 	<ul style="list-style-type: none"> - Rosnący stopień komputeryzacji przedsiębiorstw i dostępu do Internetu (100% dużych i średnich, 88% małych przedsiębiorstw) - Wzrost ilości i jakości łączy szerokopasmowych - Ułatwienie relacji z klientami i partnerami biznesowymi poprzez strony WWW (53%) - Maleje poziom reklamacji i zwrotów w sklepach internetowych - Maleje koszt systemów i narzędzi współpracy w łańcuchu dostaw (z dostawcą, odbiorcą) - Wzrost zakresu i wielkości dofinansowania z funduszy UE w rozwój narzędzi e-gospodarki wspomagających konkurencyjność i efektywność przedsiębiorstw - Świadomość korzyści z wpływu e-gospodarki na poprawę wizerunku firmy (90%), obniżenie kosztów sprzedaży i zakupu (68%), przyspieszenie transakcji handlowej (84%), pozyskanie nowych klientów (87%), oprawę jakości świadczonych usług (68%), a także wzrost zasięgu sprzedaży i zaopatrzenia, wzrost szybkości realizacji procesów gospodarczych i poziomu obsługi klienta, - Wzrost liczby adresów WWW dla jednego sklepu on-line czy punktu sprzedaży w sieci - Dywersyfikacja ryzyka niepowodzenia - zmniejszenie dysproporcji pomiędzy równoczesnym prowadzenie działalności handlowej tradycyjnej (52%) i on-line (47%) - Rosnąca atrakcyjność polskiego rynku sprzedaży (mniejsza niepewność, niższe koszty opracowania wersji językowej serwisów WWW) - Atrakcyjność inwestycyjna polskiej Giełdy Papierów Wartościowych i dynamiczny rozwój usług e-inwestycyjnych i obsługi transakcji kapitałowych; rozwój usług domów maklerskich - Wysoki poziom informatyzacji bankowości, rozwój oferty banków; wzrost bezpieczeństwa systemów bankowych i popularności elektronicznych form płatności oraz elektronicznych transakcji finansowo-bankowych w działalności gospodarczej - Wzrost o 50% popularności systemu telepracy - Wzrost świadomości korzyści i popularności usług e-learning i zdalnego nauczania w działalności przedsiębiorstw

Podsumowanie

Słabe strony e-gospodarki	Mocne strony e-gospodarki
E-administracja	
<ul style="list-style-type: none"> - Mała liczba usług e-urzędu w stosunku do potrzeb społeczeństwa, mała liczba usług transakcyjnych i brak integracji procesów informacyjnych wewnątrz urzędu z elektroniczną wymianą danych pomiędzy urzędami - Nierównomierny przydział środków na informatyzację urzędów regionalnych i centralnych - Niejednorodność sposobów komunikacji oraz brak standardów informacyjnych i technologicznych - Bardzo niska dynamika wzrostu wykorzystania nowych technologii i platform e-usług - Konieczność zmian organizacji procesów i procedur funkcjonowania urzędów - Brak publicznie dostępnych systemów szkieletowych i platform e-administracji - Nadmiarowość i powtarzalność baz danych, rozproszenie środków finansowych i kompetencji pomiędzy wiele urzędów centralnych - Ograniczony dostęp obywateli do Internetu i niski poziom edukacji obywateli w zakresie nowoczesnych technologii informatycznych - Małe upowszechnianie podpisu elektronicznego w administracji publicznej 	<ul style="list-style-type: none"> - Przyjęcie Planu Informatyzacji Państwa na lata 2007-2010 i jasno postawione cele; powołanie Międzyresortowego Zespołu do Spraw Informatyzacji w celu pomocy i koordynacji - Wzrost wydatków na administrację; wzrost zakresu i wielkości dofinansowania administracji publicznej z funduszy UE; udział jednostek administracji w wielu projektach i programach UE - Realizacja projektu elektronicznej platformy administracji publicznej e-PUAP, e-Delaracje, e-Podatki, STAP, PESEL-2, CEPiK i wielu innych projektów na szczeblu administracji centralnej i regionalnej - Redukowanie kosztów funkcjonowania administracji publicznej poprzez zastosowanie efektywnych technik informatycznych - Wprowadzanie dokumentów biometrycznych (paszport, dowód osobisty) - Coraz częstsze wprowadzanie w urzędach e-usługi klienta i świadczenie usług w pełni transakcyjnych; wysoki stopień komputeryzacji urzędów - Zwiększona aktywność samorządów w zakresie rozwoju e-administracji; powszechne utrzymywanie stron internetowych i obsługa BIP
E-usługi	
<ul style="list-style-type: none"> - Brak zaufania i poczucia bezpieczeństwa przekazywanych danych 	<ul style="list-style-type: none"> - Wdrożenie elektronicznej obsługi podatków PIT, CIT, VAT – e-Deklaracje - Rozwój usług i zapotrzebowania na usługi infobrokerów - Rozwój prasy elektronicznej i portali dostępowych - Dynamiczny rozwój wielu inicjatyw e-usług wychodzących naprzeciw potrzebom społeczeństwa informacyjnego
Standardy	
<ul style="list-style-type: none"> - Brak świadomości potrzeby wdrażania i uzgadniania standardów; brak wiedzy i upowszechniania wielu standardów - Wysoki koszt wdrożenia standardów podpisu elektronicznego, - Brak szczegółowej dokumentacji wdrożenia i wykorzystania standardów - Niejednorodność sposobów i systemów komunikacji; duża heterogeniczność systemów informatycznych 	<ul style="list-style-type: none"> - Rozwój i popularyzacja standardów stosowanych w łańcuchach dostaw i systemach traceability - Rosnące potrzeby wykorzystania standardów w kooperacji przedsiębiorstw na rynku międzynarodowym i krajowym (zwłaszcza, gdy jest obcy kapitał) - Tworzenie grup ustalania lub opracowywania standardów w administracji publicznej - Wymagania międzynarodowe i warunki interoperacyjności w projektach finansowanych z UE; znaczna ilość projektów związanych ze

Elektroniczna Gospodarka w Polsce – Raport 2006

Slabe strony e-gospodarki	Mocne strony e-gospodarki
	standardami w 6PR i 7PR – Szczegółowa specyfikacja standardów GS1, EPC, RFID, ebXML
Prawo	
<ul style="list-style-type: none"> – Brak przejrzystości przepisów prawa i wysoki stopień skomplikowania przepisów wzajemnie zależnych – Brak aktów wykonawczych do ustaw lub nieterminowości ich uchwalania – Brak jasnych reguł zastosowania przepisów prawa (np. e-Faktura) – Konieczność pełnego, precyzyjnego i zgodnego z dyrektywami europejskimi uregulowania sfery e-gospodarki 	<ul style="list-style-type: none"> – Coraz większa ilość przepisów regulujących coraz więcej obszarów funkcjonowania e-gospodarki, powodując wzrost poczucia bezpieczeństwa i niezaprzeczalności transakcji elektronicznych – Staranne wprowadzenia w życie idei zawartych w Planie Informatyzacji Państwa – Konsultacje społeczne i środowiskowe poprzedzające wprowadzenie aktów prawnych – Uchwalanie przepisów istotnie oddziałujących na zakres i zasięg wykorzystania narzędzi e-gospodarki – np. nowelizacja ustawy o zamówieniach publicznych, ustawa o Krajowym Rejestrze Sądowym – Ukierunkowanie w zmianach prawnych na ciągłą obsługę obywatela przez urząd administracji (e-urząd dostępny przez 24 godziny na dobę)

Intencją autorów Raportu 2006 było dostarczenie obiektywnych i potwierdzonych wynikami badań informacji, pomocnych w podejmowaniu decyzji, o strategicznych kierunkach rozwoju elektronicznej gospodarki w Polsce, wspomagających główne kierunki rozwoju gospodarczego kraju i rozwój polskiego społeczeństwa informacyjnego.

Zdaniem wielu ekspertów biorących udział w I Kongresie Gospodarki Elektronicznej, analiza obecnego modelu e-gospodarki w Polsce wskazuje na konieczność budowy obok szkieletowych systemów teleinformatycznych i platform usług elektronicznych dla e-Administracji, także platformy usług dla e-biznes, ukierunkowane na wspomaganie wykorzystania technologii teleinformatycznych głównie przez małe i średnie przedsiębiorstwa. Na konieczność realizacji takich zintegrowanych rozwiązań systemowych dla przedsiębiorstw, wskazują wyniki badań, z których wynika opóźnienie sektora MSP w wykorzystywaniu narzędzi e-gospodarki, w stosunku do dużych przedsiębiorstw i świata bankowości elektronicznej. Analiza mechanizmów gospodarczych w krajach rozwiniętych dowodzi, że rozwój e-gospodarki w sektorze MSP wspierany jest polityką rządową, wyznaczającą priorytety rozwojowe i przyspieszającą procesy wdrażania narzędzi i kultury organizacyjnej gospodarki elektronicznej do praktyki gospodarczej. W Polsce takie priorytety wyznaczył Program Operacyjny ‘Innowacyjna Gospodarka’ 2007-2013 opracowany na podstawie Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia 2007-2013. Ponadto wyniki badań pokazują, że mechanizmy wolnego rynku nie są w

Podsumowanie

tym przypadku wystarczająco skuteczne, a nasze przedsiębiorstwa oczekują na dojrzałe i sprawdzone rozwiązania.

Słownik pojęć e-gospodarki

ADC (Automatic Data Capture)

Automatyczne identyfikowanie i gromadzenie danych w systemach logistycznych.

ADSL (Asynchronous Digital Subscriber Line)

Asynchroniczne Linie Cyfrowe – połączenia wykorzystujące istniejącą sieć dwuprzewodowych miedzianych łączy telefonicznych, umożliwiają one przepływ informacji w kierunku abonenta z prędkościami od 16kb/s do 8Mb/s.

ALERT

Specjalistyczny wewnętrzny system analizy kryminalnej.

Analyst's Notebook

Oprogramowanie stanowiące podsystem systemu ALERT; zestaw programów komputerowych mających za zadanie zapewnienie pomocy analitykom przy tworzeniu graficznej prezentacji informacji.

ASP (Application Software Provider)

Nowe możliwości zastosowania outsourcingu informatycznego po stronie odbiorców usług internetowych oraz oferowania tychże usług przez operatorów internetowych w ramach nowych technologii teleinformatycznych.

audiokonferencja

System dyskusyjny składający się z zespołu połączonych paneli mikrofonowo-głośnikowych, w które wyposażeni są wszyscy uczestnicy dyskusji; szczególną rolę pełni wyróżniony panel przewodniczącego umożliwiający sterowanie porządkiem dyskusji.

bank internetowy

Wirtualny bank, który nie prowadzi tradycyjnej obsługi klientów poprzez wykorzystanie fizycznych placówek. Usługi i produkty oferowane są jedynie przez Internet.

bankowość elektroniczna (e-banking)

System udostępnienia wszystkich usług informacji instytucji finansowych w Internecie;

usługi finansowe mogą być dostępne przez zwykłą przeglądarkę WWW, a także przez inne elektroniczne kanały jak: WAP, SMS i e-mail, IVR, call center, kioski transakcyjne.

bezpieczna poczta

Usługa, dzięki której użytkownik może zwerifikować tożsamość nadawcy, sprawdzać i potwierdzać integralność danych przy zapewnionej poufności przesyłanych wiadomości.

bezpieczny podpis elektroniczny

Podpis elektroniczny, który umożliwia identyfikację osoby podpisującej, może być utworzony tylko dzięki danym do składania podpisu elektronicznego i zabezpiecza podpisywane dane tak, że gdy wprowadzane są zmiany w podpisanych danych, weryfikacja podpisu jest negatywna.

B2B Business-to-Business

Model internetowych relacji biznesowych polegających na zawieraniu transakcji drogą elektroniczną pomiędzy podmiotami gospodarczymi. Najczęściej stosowane jest dla handlu internetowego.

B2C Business-to-Consumer

Model internetowych relacji polegających na zawieraniu transakcji drogą elektroniczną między klientem będącym ostatecznym użytkownikiem lub konsumentem a podmiotem gospodarczym. Najczęściej stosowane jest dla handlu internetowego. Inaczej mówiąc jest to relacja biznesowa, w której sprzedawca (firma) kieruje swoją ofertą do klienta końcowego.

B2E Business-to-Employee

Coraz częściej stosowana relacja pomiędzy firmą będącą zakładem pracy a jej pracownikami.

B2G Business-to-Government

Model relacji internetowych dotyczący współpracy podmiotu gospodarczego i administracji publicznej.

centrum certyfikacyjne

Zaufana trzecia strona, podmiot uprawniony do wydawania certyfikatów i świadczenia usług związanych z podpisem elektronicznym. Centrum certyfikacyjne gwarantuje, że klucz publiczny zawarty w certyfikacie odpowiada osobie lub instytucji wskazanej w certyfikacie. Urząd Certyfikacji jest składnikiem Infrastruktury Klucza Publicznego. Działa zgodnie z opracowaną polityką certyfikacji, kodeksem postępowania certyfikacyjnego i polityką bezpieczeństwa.

centrum pracy zdalnej

Rodzaj telecentrum, komercyjny ośrodek przeznaczony dla ludzi pracujących poza siedzibą pracodawcy (telepraca), dzięki któremu można wykonywać czynności poza biurem.

certyfikat

Elektroniczne zaświadczenie, które umożliwia sprawdzenie autentyczności e-podpisu. Wydaje go centrum certyfikacyjne, przypisując do konkretnej osoby. Certyfikat może być kwalifikowany (umożliwia składanie bezpiecznego podpisu) i niekwalifikowany (zwykły e-podpis).

certyfikat kwalifikowany

Certyfikat, który służy do weryfikacji podpisów elektronicznych, które wywołują skutki prawne równoważne podpisowi własnoręcznemu.

CRM (Customer Relationship Management)

Komputerowy sposób zarządzania kontaktami z wieloma klientami jednocześnie, wspomagany przez oprogramowanie zorientowane na personalizację sprzedaży, marketingu i ofertę usług dla klientów.

C2C Customer-to-Customer

Określenie dotyczące handlu pomiędzy konsumentami z ominięciem firmy. Inaczej mówiąc, jest to relacja zachodząca pomiędzy końcowymi klientami, zazwyczaj ustalana w trakcie aukcji.

domena internetowa (Internet domain)

Domena komunikacyjna będąca elementem architektury sieci Internet; słowny zapis internetowego adresu komputera; internetowa przestrzeń nazw domen jest podzielona za-

równo pod względem instytucjonalnym, jak i ze względu na położenie geograficzne.

dostawca w Internecie

Przedsiębiorstwo lub osoba fizyczna, które korzystają z platformy handlu elektronicznego do sprzedaży swoich produktów lub usług.

DSL (Digital Subscriber Line)

Technologia cyfrowego dostępu abonenckiego funkcjonująca na najniższym szczeblu sieci telekomunikacyjnej – tzw. ostatniej mili, czyli zapewniającej przesyłanie sygnałów cyfrowych za pośrednictwem tradycyjnego kabla miedzianego.

EANCOM

Podręcznik wdrażania międzynarodowego standardu UN/EDIFACT dla handlu i przemysłu, wykorzystujący standardy EAN.UCC (GS1) i przeznaczony do realizacji wymiany handlowej w środowisku elektronicznym.

EAN Polska

Od 2005 roku obowiązuje nazwa GS1 Polska.

e-commerce (handel elektroniczny)

Proces sprzedawania i kupowania produktów i usług, a więc zawierania transakcji handlowych z wykorzystaniem środków elektronicznych, prowadzony za pośrednictwem Internetu (często pomocne są także narzędzia tradycyjne – faks czy telefon).

eContent

Program będący częścią inicjatywy *eEurope 2002 – An Information Society for All*, jego celem jest popieranie i stymulowanie korzystania z zasobów cyfrowych oraz promowanie różnorodności językowej i kulturowej w sieci, inicjatywa ta skupia się na polepszeniu jakości informacji w Internecie oraz rozpowszechnianiu tych treści w wielokulturowym i wielojęzycznym środowisku.

EDI (Electronic Data Interchange)

Jest jednym z najważniejszych elementów gospodarki elektronicznej. Będąc jej rdzeniem, staje się dla wielu firm punktem wyjścia dla rozpoczęcia działalności na tym polu. EDI to bezpośrednia (z aplikacji do aplikacji) wymiana informacji – dokumentów handlowych w postaci powszechnie akceptowanych standardowych elektronicznych komunikatów,

między różnymi partnerami: producentami, dostawcami, odbiorcami, bankami, firmami ubezpieczeniowymi, agencjami rządowymi itp.

edukacja informacyjna

Edukacja z zakresu wykorzystania technologii informacyjnych i komunikacyjnych.

eEurope 2002

Pełna nazwa: eEurope 2002 – Społeczeństwo Informacyjne dla Wszystkich (*eEurope 2002 – An Information Society for All*); inicjatywa Komisji Europejskiej i państw członkowskich, której celem jest modernizacja i umocnienie europejskiej gospodarki informacyjnej w krajach Unii Europejskiej.

eEurope+

Inicjatywa krajów kandydujących do Unii Europejskiej, wzorowana na eEurope, mająca na celu rzeczywistą integrację ze strukturami unijnymi i rozwój gospodarczy państw kandydujących.

e-government

Elektroniczna współpraca na linii „urząd – obywatel”, obszar elektronicznej gospodarki zarezerwowany dla realizowania związków pomiędzy firmą a administracją publiczną, na ogół na bazie standardowych dokumentów (np. PIT).

elektroniczne instrumenty płatnicze

Instrumenty pieniądza elektronicznego oraz inne instrumenty umożliwiające ich posiadaczowi dostęp do środków pieniężnych na odległość i dokonywanie operacji przy użyciu elektronicznych nośników informacji.

ELIXIR

System rozliczeń międzybankowych, w których wyeliminowano przesyłanie dokumentów papierowych między bankami. Wszystkie informacje potrzebne dla prawidłowego opracowania i zaksięgowania zlecenia klienta przekształcane są w zapis elektroniczny przesyłany do banku odbiorcy zlecenia. ELIXIR jest systemem rozrachunku netto, w którym zlecenia wystawiane do zaksięgowania na rachunkach banków są rezultatem kompensaty wzajemnych należności i zobowiązań banków, wynikających z indywidualnych zleceń klientów.

ePolska

Plan działań na rzecz rozwoju społeczeństwa informacyjnego w Polsce na lata 2001–2006.

e-praca (telepraca)

Każda działalność w firmie, która wymaga przetwarzania danych i przesyłania ich za pomocą łączy telekomunikacyjnych. Cechą charakterystyczną telepracy jest wykonywanie jej poza siedzibą pracodawcy przy użyciu nowoczesnej technologii elektronicznej – najczęściej Internetu.

e-procurement

Elektroniczne zaopatrywanie się.

ERP (Enterprise Resource Planning)

Zintegrowany informatyczny system zarządzania przedsiębiorstwem.

Ethernet

Standard sieci komputerowej w sieci magistralnej, czyli sieci z szyną wielodostępną, w której wszystkie stanowiska przyłączone są do wspólnego ośrodka. Techniczna nazwa sieci lokalnej wprowadzonej przez Xerox Corp. i rozwiniętej przy udziale firm Intel i DEC.

extranet

Rozszerzenie aplikacji intranetowych firmy oraz jej partnerów, klientów, dostawców. Extranet to zespół sieci korporacyjnych wykorzystujących technologie internetowe, połączone w taki sposób, aby możliwa między nimi była efektywna współpraca (wzajemne udostępnianie danych przez podmioty współpracujące).

firewall

Zapora sieciowa, system zaporowy – sposób zabezpieczania komputera lub sieci. Oznacza sprzęt komputerowy ze specjalnym oprogramowaniem lub samo oprogramowanie blokujące nieuprawniony dostęp.

FreeBSD

zaawansowany system operacyjny typu OpenSource

FMCG (Fast Moving Consumer Goods)

Artykuły powszechnego użytku (artykuły spożywcze i napoje, chemikalia i wyroby chemiczne, wyroby z gumy i tworzyw sztucz-

nych, odzież i wyroby futrzarskie, tkaniny, wyroby tytoniowe).

FTP (*File Transfer Protocol*)

Protokół przesyłania plików w sieciach. Najważniejszą właściwością protokołu FTP jest obustronna komunikacja, a więc przesyłanie danych zarówno z serwera, jak i na serwer. FTP jest najpopularniejszą metodą kopiowania plików z odległego komputera do lokalnego lub odwrotnie, zwłaszcza w sieci Internet.

GLN (*Global Location Number*)

Globalny Numer Lokalizacyjny; nadawany w ramach systemu EAN.UCC. Identyfikator przedsiębiorstwa lub organizacji funkcjonującej jako jednostka prawna. Jednoznaczne w skali świata oznaczenie kodowe lokalizacji formalnoprawnej i fizycznej, wykorzystywane jako jednoznaczny identyfikator podmiotu w gospodarce elektronicznej.

gospodarka elektroniczna (*e-economy*)

Wykorzystanie technologii informatycznych w procesach gospodarki rynkowej; produkcja, reklama, sprzedaż i dystrybucja produktów poprzez sieci teleinformatyczne.

gospodarka oparta na wiedzy (*knowledge-based economy*)

Gospodarka, w której wiedza jest głównym czynnikiem produktywności i wzrostu gospodarczego (przed pracą i kapitałem, surowcami i energią); zasadniczą rolę w gospodarce opartej na wiedzy odgrywa informacja, edukacja i technologie, w szczególności technologie informacyjne i komunikacyjne.

GPRS (*General Packet Radio Service*)

Rozwinięcie systemu komunikacji GSM, które umożliwia bezprzewodową transmisję danych z wykorzystaniem protokołu IP oraz przesyłanie plików i korzystanie z sieci Internet za pośrednictwem telefonu komórkowego.

GPS (*Global Positioning System*)

System pozycjonowania globalnego; satelitarny system do identyfikacji położenia obiektów na kuli ziemskiej.

GS1 Polska

Polska organizacja GS1, której podstawowym profilem działalności jest wdrażanie standardów EAN•UCC (GS1); organizacja będą-

ca administratorem funkcjonowania systemu EAN•UCC (GS1) w Polsce zgodnie z międzynarodowymi wytycznymi GS1, doradza w zakresie stosowania standardów EAN•UCC (GS1) i opracowuje rozwiązania krajowe. Jej funkcje w Polsce pełni Instytut Logistyki i Magazynowania.

GSM (*Global System for Mobile Telecommunication*)

Globalny System dla Komunikacji Ruchomej; cyfrowy system radiotelefonii używany przez operatorów telefonii komórkowej; wykorzystuje pasma 900 MHz i 1800 MHz.

GSM-R (*GSM-Railway*)

Wersja GSM, radiowy system łączności dla potrzeb kolei.

GTIN (*Global Trade Item Identification Number*)

Globalny Numer Jednostki Handlowej – określenie jednoznaczne w skali świata oznaczenia kodowego jednostki handlowej, surowca lub wyrobu gotowego, w dowolnej formie opakowaniowej.

handel elektroniczny (*e-commerce*)

Zob. e-commerce.

homebanking

Elektroniczny system obsługi klienta, instalowany w komputerze klienta, umożliwiającą przeprowadzenie wielu operacji bankowych oraz uzyskiwanie różnych informacji bankowych i finansowych bezpośrednio z siedziby firmy czy miejsca zamieszkania.

hosting

Odpłatne udostępnianie klientowi sprzętu informatycznego za pośrednictwem łącz dzierżawionych. W zależności od swoich potrzeb klient może skorzystać z usługi hostingu dedykowanego – dzierżawa klientowi całych urządzeń lub hostingu wirtualnego.

ICT (*Information and Communication Technology*)

Technologie informacyjne i komunikacyjne obejmujące intranet – sieć wewnętrzną, łączącą np. komputery w jednym przedsiębiorstwie i jego oddziałach oraz extranet – podłączenie do wewnętrznego intranetu firmy, który poz-

wala użytkownikowi zewnętrznemu na korzystanie z części zasobów wewnętrznych sieci.

IDA (*Interchange of Data between Administrations*)

Ogólnoeuropejska sieć teleinformatyczna dla administracji.

informatyzacja

Zastosowanie systemów informatycznych w organizacji (gospodarce, administracji, instytucjach).

Infrastruktura Klucza Publicznego

System tworzący do zapewnienia funkcjonowania podpisów elektronicznych. Jego głównym zadaniem jest zarządzanie w wiarygodny sposób kluczami publicznymi i tworzenie dzięki temu możliwości weryfikacji podpisu elektronicznego. Na Infrastrukturę Klucza Publicznego składają się: infrastruktura sprzętowa, programowa, bazy danych, sieci, procedury bezpieczeństwa oraz obowiązki prawne instytucji oferujących usługi certyfikacyjne oraz stosowne zasady postępowania.

infrastruktura telekomunikacyjna

Podstawowe urządzenia i instytucje, niezbędne do świadczenia usług w zakresie telekomunikacji.

interfejs

Sprzęg lub złącze umożliwiające wymianę danych lub wgląd w dane (interfejs użytkownika).

Internet

Informatyczna globalna sieć komputerowa oparta na protokole komunikacyjnym TCP/IP (*Transfer Control Protocol/Internet Protocol*) – największa sieć komputerowa na świecie, złożona z tysięcy mniejszych sieci, łączy ośrodki akademickie, instytucje edukacyjne i rządowe, laboratoria badawcze, organizacje itp.

intranet

Wydzielona, wewnętrzna sieć o ograniczonym dostępie, oparta na standardach komunikacyjnych Internetu: tych samych standardach, protokołach i programach.

INTRASTAT

System statystyki obrotów handlowych pomiędzy państwami członkowskimi Unii Europejskiej. W Polsce funkcjonuje od 1 maja 2004 r.

IP (*Internet Protocol*)

Protokół komunikacyjny, na którym opiera się wymiana danych w sieci Internet.

ISDN (*Integrated Services Digital Network*)

Sieć Cyfrowa z Integracją Usług; zintegrowana telekomunikacyjna sieć cyfrowa, w której wykorzystuje się te same centrale i łączy do świadczenia różnych usług telekomunikacyjnych; może współpracować z innymi sieciami użytku publicznego.

ITS (*Intelligent Transport Systems*)

Inteligentne Systemy Transportowe; systemy wspomagające transport poprzez liczne zastosowanie zaawansowanych technologii informacyjnych i komunikacyjnych celem podniesienia jego efektywności; technologie te służą najczęściej do zdalnego zbierania, przetwarzania, przechowywania i przesyłania danych głównie poprzez urządzenia zainstalowane w pojazdach lub w otoczeniu drogi.

IVR (*Interactive Voice Response*)

technologia telefoniczna pozwalająca użytkownikowi na porozumiewanie się z bazą danych poprzez telefon z funkcją wybierania tonowego. Użytkownik może w ten sposób otrzymać żądane informacje z bazy, bądź zasilić bazę odpowiednimi danymi.

karta chipowa

Podobna do karty kredytowej, zawiera zakodowany w mikroprocesorze (chip) podpis elektroniczny użytkownika.

karta mikroprocesorowa, karta inteligentna (*smart card*)

Uniwersalny nośnik danych wzbogacony o bardzo rozbudowaną strukturę zabezpieczeń; umieszczony bezpośrednio na karcie mikroprocesor kryptograficzny pozwala wykonywać krytyczne operacje (na przykład podpis cyfrowy); podstawowe zastosowania kart to: ochrona procesu logowania użytkowników, kontrola dostępu, zapewnienie niezaprzeczalności (podpis cyfrowy), systemy lojalności, systemy kart płatniczych, systemy wykorzystujące

limitowany dostęp do usług i informacji; obecnie coraz więcej produktów oferuje bezpośredni styk do kart (Windows 2000, przeglądarki WWW), inne mogą zostać łatwo przystosowane.

katalog elektroniczny

Baza danych, tematycznie powiązanych informacji o odpowiednim systemie przeszukiwania, dostępna drogą elektroniczną. Często katalog produktów lub usług oferowanych przez dostawcę przygotowany w formie elektronicznej, udostępniany kupującym na platformie handlowej. Katalog zawiera wówczas opisy towarów lub usług wraz z ich cenami.

KIR

Krajowa Izba Rozliczeniowa SA, która świadczy usługi rozliczeniowe w ramach systemu rozliczeń międzybankowych, obejmującego wymianę zleceń płatniczych, ich rejestrację i ustalanie wzajemnych zobowiązań, a także przedstawianie NBP wyników rozliczeń banków prowadzących swoją działalność na obszarze kraju.

kolokacja

Odpłatne udostępnianie klientom odpowiednio wyposażonego, przygotowanego i zabezpieczonego miejsca do umieszczania w nim składników infrastruktury informatycznej klienta, np. serwerów itp. Dla klienta jest to forma outsourcingu, gdyż przenosi on na usługodawcę ciężar zapewnienia odpowiednich warunków i zapewnienia bezpieczeństwa pracy znajdujących się w kolokacji urządzeń.

komunikacja multimedialna (multimedia communication)

Komunikacja przy pomocy wszystkich lub kilku z poniższych środków: tekstu pisanego, głosu, obrazu statycznego, obrazu ruchomego.

konwergencja

Łączenie wielu funkcji w jednym urządzeniu, np. umieszczenie przeglądarki internetowej w telefonie komórkowym.

kupujący w Internecie

Przedsiębiorstwo lub osoba fizyczna, które korzystają z platformy handlu elektronicznego do realizacji zakupów.

kryptografia symetryczna

Zasada szyfrowania i deszyfrowania danych oparta na używaniu jednego cyfrowego klucza tajnego.

kryptografia asymetryczna

Zasada szyfrowania i deszyfrowania danych oparta na używaniu cyfrowego klucza prywatnego (tajnego) i cyfrowego klucza publicznego.

LAN (Local Area Network)

Sieć lokalna, łącząca komputery znajdujące się w niewielkiej odległości od siebie, najczęściej pozostające w obrębie jednego budynku.

LMDS (Local Multipoint Distribution Service)

Bezprzewodowa technologia szerokopasmowej łączności radiowej, umożliwiająca dostęp do przekazów głosu i obrazu z przepływnością do 1 Gb/s.

LMS (Learning Management System)

System Zarządzania Szkoleniami, platforma zbudowana z wykorzystaniem nowoczesnych technologii informatycznych, służąca zautomatyzowaniu administracji e-szkoleniami, umożliwiająca dostęp do nich oraz monitorującą postępy w nauce uczestników e-szkoleń.

MAN (Metropolitan Area Network)

Sieć komputerowa łącząca sieci lokalne LAN na obszarze miasta; oparta jest zazwyczaj na łączu o dużej przepustowości, do którego podłączani są klienci, sieci miejskie tworzą sieć o zasięgu krajowym – WAN.

modem (MODulation DEModulation)

Urządzenie elektroniczne złożone z modulatora i demodulatora, przekształcające dane cyfrowe na sygnały analogowe i sygnały analogowe na dane cyfrowe; umożliwia przesyłanie danych komputerowych za pośrednictwem sieci telefonicznych.

multipleks

Kombinacja kilku programów telewizyjnych oraz różnych usług dodatkowych przesyłanych w jednym kanale telewizyjnym. Programy i usługi dodatkowe (np. elektroniczny informator o programach tzw. EPG – *Electronic Programme Guide*) mają postać opatrzonych

identyfikacją, przesyłanych sekwencyjnie pakietów wydzielanych z całego przesyłanego strumienia danych i dekodowanych.

moduł kryptograficzny

Implementacja systemu kryptograficznego, która wykonuje operacje szyfrowania i deszyfrowania.

narodowa architektura ITS

Opracowana w danym kraju wzorcowa architektura Inteligentnych Systemów Transportowych; różni się m.in. architekturą funkcjonalną (funkcje, jakie spełnia system ITS i powiązania pomiędzy nimi), architekturą fizyczną, architekturą telekomunikacyjną itd. – jej tworzenie poprzedza analiza potrzeb użytkowników, następnie określenie funkcji, które ma spełniać; system ten pozwala zachować interoperacyjność pracy różnych podsystemów funkcjonalnych ITS w danym kraju.

NCTS

Nowy Skomputeryzowany System Tranzytowy (*New Computerised Transit System*), system informatyczny dla obsługi wspólnotowej procedury tranzytowej, stosowanej w krajach UE oraz wspólnej procedury tranzytowej WPT na dokumencie SAD, głównie w transporcie drogowym.

numer dostępowy (*access number*)

Numer telefoniczny umożliwiający dostęp do Internetu poprzez modem po cenie rozmowy lokalnej; powszechny numer dostępowy wprowadzony przez Telekomunikację Polską SA to (020) 2122.

ODETTE

Standard elektronicznej wymiany danych używany w branży motoryzacyjnej, który łączy zasady EDI i system etykiet transportowych z kodami kreskowymi.

OECD (*Organization for Economic Cooperation and Development*)

Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju utworzona 30 IX 1961 r. w Paryżu na mocy konwencji z 14 XII 1960 r., która dotyczyła przekształcenia powstałej w związku z planem Marshalla OEEC (Organizacji Europejskiej Współpracy Gospodarczej).

OpenBSD

wieloplatformowy system operacyjny typu Open Source

Open Source

Oprogramowanie z udostępnionym kodem źródłowym. Licencja „open source” pozwala na legalne i nieodpłatne kopiowanie, zarówno kodu wynikowego jak i źródłowego oraz na dowolne modyfikacje kodu źródłowego.

partnerstwo publiczno-prywatne

Wspólna realizacja projektów inwestycyjnych, w której wykorzystywane są środki finansowe publiczne i prywatne.

PEAR

Poczta Elektroniczna Administracji Rządowej.

PHARE (*Poland and Hungary: Action for the Restructuring of the Economy*)

Program pomocy finansowej Unii Europejskiej dla krajów Europy Środkowo-Wschodniej, którego zasady uregulowane zostały w układach stowarzyszeniowych zawartych pomiędzy poszczególnymi państwami Europy Środkowo-Wschodniej oraz Wspólnotami Europejskimi.

phonebanking

Usługi bankowe, do których dostęp jest możliwy dzięki wykorzystaniu telefonu z wybieraniem tonowym.

platforma elektroniczna

Rozproszone systemy lub narzędzia informatyczne umożliwiające komunikację z ich najbliższym i dalszym otoczeniem poprzez Internet.

platforma handlu elektronicznego

Jest to rozbudowany system informatyczny, który umożliwia firmom przeprowadzanie między sobą transakcji kupna – sprzedaży za pośrednictwem Internetu. Biorą w nich udział zarówno kupujący, jak i sprzedający. Poza pośrednictwem pomiędzy tymi podmiotami w wymianie handlowej platforma może świadczyć jeszcze usługi dodatkowe (m.in. serwis aukcyjny, usługi finansowe, logistyczne, doradcze) adresowane do podmiotów znajdujących się na platformie.

**podpis cyfrowy wg PN-I-02000
(Polska Norma)**

Przekształcenie kryptograficzne danych umożliwiające odbiorcy danych sprawdzenie autentyczności i integralności danych oraz zapewniające nadawcy ochronę przed sfałszowaniem danych przez odbiorcę.

podpis elektroniczny (*digital signature*)

Dane w formie elektronicznej, które wraz z innymi danymi, do których zostały dołączone lub logicznie z nimi powiązane, umożliwiają identyfikację osoby fizycznej składającej podpis oraz upewnienie się, co do integralności dokumentu (czyli tego, że po podpisaniu i wysłaniu przez nadawcę nie został przez nikogo zmodyfikowany przed dotarciem do adresata).

POL-34

Krajowa Szerokopasmowa Sieć Naukowa ATM, która łączy akademickich operatorów sieci MAN (obecnie 22), utworzona w porozumieniu z Tel-Energo.

POLWAN

Cyfrowa sieć regionalna; ogólnopolski policyjny system teleinformatyczny łączący wszystkie miasta wojewódzkie.

POMOST

System informatyczny, którego zadaniem jest wspomaganie działalności Systemu Pomocy Społecznej w realizacji ustawowych zadań – gromadzi i przetwarza informacje o działaniach podejmowanych na wszystkich poziomach organizacyjnych SPS w celu właściwego planowania i realizacji polityki społecznej państwa.

portal

Wielotematyczny serwis internetowy; poprzez portal użytkownicy sieci mają dostęp do najnowszych informacji z różnych dziedzin i mechanizmu wyszukiwania zasobów w Internecie.

P2P Private-to-Private

Określenie dotyczące handlu pomiędzy konsumentami z ominięciem podmiotu gospodarczego. Jest to relacja zachodząca pomiędzy końcowymi klientami, zazwyczaj w systemie aukcyjnym.

Protokół SSL (*Secure Sockets Layer*)

Internetowy protokół bezpiecznej komunikacji między klientem a serwerem, stworzony przez Netscape jako standard szyfrowania wszystkich danych przesyłanych pomiędzy komputerami w Internecie. Protokół SSL umożliwia bezpieczne połączenie pomiędzy komputerem użytkownika a serwerami internetowymi poprzez szyfrowanie wszystkich przesyłanych w obu kierunkach danych. Dzięki temu postronni użytkownicy Internetu nie mogą podejrzec przesyłanych informacji, takich jak dane osobowe, numery kart płatniczych itp.

przepływność

Ilość przesyłanych informacji mierzonych w formacie transmisji danych elektronicznych – w bitach na sekundę.

przepustowość (*channel capacity*)

Wielkość charakteryzująca ilość informacji, która może być przesłana w jednostce czasu przez system telekomunikacyjny – maksymalna liczba bitów, które mogą być przesyłane połączeniem sieciowym w jednostce czasu, mierzona w bitach na sekundę (b/s, Kb/s, Mb/s i Gb/s) i wynosząca od kilkudziesięciu Kb/s przy użyciu modemu do Gb/s – w sieci ATM opartej na światłowodach.

przestępstwo elektroniczne (*cyber crime*)

Czyn zabroniony przez prawo karne, którego ściganie wymaga od powołanych do tego organów uzyskania dostępu do informacji przechowywanych w systemach komputerowych lub przesyłanych sieciami teleinformatycznymi; projekt Konwencji Rady Europy dotyczący przestępstw w sieciach komputerowych (*Draft Convention on Cyber-crime*) rozróżnia cztery rodzaje przestępstw: (1) przeciwko poufności, integralności i dostępności danych i systemów komputerowych, (2) związane z użyciem komputera, (3) związane z rozpowszechnianiem nielegalnych treści oraz (4) przeciwko własności intelektualnej.

radiodostęp (*radio access*)

Połączenie radiowe oferowane klientom, którzy chcą połączyć rozproszone sieci komputerowe odległych biur własnych lub współpracujących firm, a także wszędzie tam, gdzie

niemożliwe jest połączenie kablowe, w tym także do Internetu.

RDS/TMC (*Radio Data System – Traffic Message Channel*)

Kanał cyfrowy radiowej transmisji komunikatów do kierowców.

router

Urządzenie sieci komputerowej, specjalnie wyznaczone do wytyczania tras pakietów przesyłanych danych na podstawie przechowywanej tablicy wyboru tras (*routing table*), informującej o możliwych połączeniach z sąsiednimi sieciami informatycznymi; urządzenie znajdujące następny optymalny węzeł sieci informatycznej, do którego zostanie przekazany pakiet po drodze do miejsca przeznaczenia; łączy daną sieć z innymi, najczęściej rozległymi sieciami WAN w sieci Internet.

RUM

Elektroniczny Rejestr Usług Medycznych.

SAD

Dokument odprawy celnej

Schengen Information System (*NSIS – National Schengen Information System*)

Węzeł Informacyjny Schengen, system utworzony dla zapewnienia bezpieczeństwa wewnętrznego i porządku publicznego po zniesieniu kontroli na granicach w krajach Unii Europejskiej; dane rejestrowane w SIS dotyczą m.in. osób i rzeczy; na ich podstawie będzie można dokonać selekcji osób pod względem ewentualnego zagrożenia dla bezpieczeństwa lub otrzymać policyjne wskazówki w celu prowadzenia niejawnego nadzoru; jak do tej pory NSIS służy jako narzędzie w walce z tzw. nielegalną imigracją i pomaga w skuteczniejszym przeprowadzaniu akcji deportacyjnych.

SCM (*Supply Chain Management*)

Zarządzanie łańcuchem dostaw. Systemy SCM umożliwiają kompleksowe wsparcie informatyczne zarządzania produktem i związaną z jego przepływem działalnością operacyjną od źródła pozyskania materiałów do dostarczenia produktu ostatecznemu odbiorcy.

SDI (*Szybki Dostęp do Internetu*)

Stały dostęp do Internetu oferowany przez TP SA poprzez tradycyjne łącza telefoniczne.

SET

Protokół szyfrowania danych do przesyłania w sieci Internet transakcji dokonywanych przy użyciu kart płatniczych w sposób bezpieczny i uniemożliwiający ich odczytanie. Jednocześnie zapewnia on weryfikację wszystkich uczestników transakcji. Protokół SET został wspólnie stworzony przez Visa Int. oraz MasterCard Int.

serwis aukcyjny

Oparte na technologii internetowej narzędzie do przeprowadzania przetargów na dostawy i wyprzedaże, pozwalające na kształtowanie cen transakcyjnych w czasie rzeczywistym, przy zapewnieniu elementu uczciwej rywalizacji pomiędzy oferentami.

sieć lokalna (*LAN – Local Area Network*)

Sieć, na którą składa się grupa komputerów i urządzeń peryferyjnych rozmieszczonych w niewielkiej odległości od siebie, np. na tym samym piętrze lub w jednym budynku; umożliwia użytkownikom wszystkich stanowisk roboczych wspólny dostęp do danych oraz podłączonych urządzeń; przepustowość sieci lokalnych sięga 100 Mb/s.

sieć pakietowa

Sieć o charakterze korporacyjnym lub publicznym, tworzona z nowoczesnych systemów komutacji, w tym również routerów, które organizują przesyłanie pakietów informacji do miejsca przeznaczenia. Podstawową usługą sieci jest przesyłanie pakietów danych (usługa bezpołączeniowa). Istnieją dwa podstawowe typy sieci pakietowych: starsza X.25, o niewielkich wymaganiach co do jakości łączy, oraz bardziej współczesna sieć *Frame Relay*, tworzona w oparciu o sieci światłowodowe.

sieć szkieletowa (*backbone network*)

Sieć głównych połączeń intersieci, sieć routerów; w skali kraju sieć szkieletowa może być siecią rozległą, w instytucji – lokalną. Całokształt infrastruktury technicznej służącej połączeniu poszczególnych sieci lokalnych (LAN) pomiędzy sobą oraz z operatorami zewnętrznymi (np. z Internetem).

sieć telematyczna (telematics network)

Szeroki system komunikowania danych, zawierający nie tylko fizyczną infrastrukturę i połączenia, ale także usługi i zastosowania, które wprowadzone są do tej infrastruktury, ułatwiając wymianę informacji elektronicznych pomiędzy organizacjami i osobami prywatnymi.

SIP

System Informatyzacji Prokuratur.

SMS (Short Message System)

Usługa pozwalająca na wysyłanie i odbieranie krótkich wiadomości tekstowych.

SMS banking

Usługi bankowe, do których dostęp jest możliwy dzięki wykorzystaniu komórkowego kanału telefonicznego, polegające na dostarczaniu użytkownikowi komunikatów tekstowych po wysłaniu SMS o ustalonej treści albo w określonym terminie lub po wystąpieniu określonego zdarzenia. Wśród podstawowych informacji, jakie można uzyskać dzięki SMS banking wyróżnia się saldo rachunku, operacje archiwalne, dokonywanie przelewów, dostarczanie informacji gospodarczo-finansowych, zmiana hasła dostępu itp.

Solaris

system operacyjny stosowany jako platforma dla rozwiązań serwerowych i stacji roboczych

spam

Niezamawiana i wysyłana masowo korespondencja elektroniczna, często mająca charakter promocyjny.

splitter

Rozdzielacz; urządzenie, które służy do rozdzielenia pasma telefonicznego od pasma przeznaczonego do transmisji danych, sygnał o niskiej częstotliwości jest kierowany do portu abonenta w centrali telefonicznej, natomiast sygnał o wysokiej częstotliwości jest kierowany do modemu ADSL.

Spółczesność informacyjna (information society)

Nowy system społeczeństwa kształtujący się w krajach o wysokim stopniu rozwoju technologicznego, gdzie zarządzanie informacją wymaga stosowania nowych technik groma-

dzenia, przetwarzania, przekazywania i użytkowania informacji.

SSCC (Serial Shipping Container Code)

Seryjny Numer Jednostki Logistycznej – określenie jednoznaczne w skali świata oznaczenia kodowego jednostki logistycznej; używany do celów jednoznacznego identyfikowania zamawianego elektronicznie podmiotu logistycznego.

SSL (Secure Socket Layer)

Protokół zabezpieczeń wykorzystywany podczas elektronicznych kontaktów biznesowych, opracowany przez firmę Netscape i powszechnie przyjęty jako standard szyfrowania dla stron wymieniających dane w sieci.

SYBIR

System Bankowych Izb Rozliczeniowych.

system dostępu warunkowego (conditional access system)

Wszelkie środki techniczne lub rozwiązania pozwalające na dostęp do usług podlegający uprzedniej indywidualnej autoryzacji.

System EAN.UCC (system GS1)

Międzynarodowy i międzybranżowy zestaw standardów umożliwiających efektywne zarządzanie globalnymi łańcuchami dostaw dla wielu branż, poprzez unikalną identyfikację produktów, jednostek wysyłkowych, zasobów, lokalizacji i usług; umożliwia usprawnienie procesów w gospodarce elektronicznej, łącznie z możliwością pełnego śledzenia przepływu materiałów.

system obsługi elektronicznych zakupów

Aplikacja pozwalająca zarządzać całym procesem zakupów w przedsiębiorstwie i dokonywać ich za pośrednictwem platformy handlu elektronicznego.

szyfrowanie danych

Przekształcenie danych, zwanych tekstem jawnym, w zaszyfrowany tekst, niemożliwy do odczytania bez znajomości odpowiedniego klucza.

telecentrum

Powszechnie dostępna wielofunkcyjna placówka teleinformacyjna, z pracownią multimedialną wyposażona w stanowiska komputerowe z dostępem do Internetu.

telefonía komórkowa

Odmiana mikrofalowej łączności radiowej, wykorzystująca podział obszaru działania na komórki, z których każda zawiera przekaźnik radiowy niewielkiej mocy obsługujący jedynie użytkowników w swoim zasięgu – mimo ograniczonego pasma wykorzystywanych częstotliwości umożliwia to pomnożenie liczby jednocześnie prowadzonych rozmów przez liczbę komórek.

telefonía satelitarna

System realizacji połączeń telefonicznych wykorzystujący łączność satelitarną; niezależny od czynników atmosferycznych i stanu naziemnej infrastruktury telekomunikacyjnej, przez co gwarantuje dużą szybkość oraz niezawodność przesyłania wiadomości, informacji i połączeń telefonicznych z każdego i do każdego miejsca na świecie.

teleinformatyka

Wykorzystanie rozwiązań telekomunikacji w informatyce oraz techniki informatycznej w telekomunikacji.

telekonferencja (teleconference)

Usługa telekomunikacyjna polegająca na wykorzystaniu urządzeń telekomunikacyjnych do prowadzenia rozmowy (konferencji) między co najmniej 3 rozmówcami znajdującymi się w 2 lub więcej miejscach.

telematyka (telematics)

Dział telekomunikacji zajmujący się zagadnieniami związanymi z przekazywaniem wiadomości w postaci statycznego obrazu (tekstu alfanumerycznego, znaków graficznych, fotografii i innych); usługi telematyczne: poczta elektroniczna, teletekst, telefaks, wideotekst.

telemedycyna (telemedicine)

Dziedzina wykorzystująca usługi telematyczne do przesyłania danych medycznych i obrazów do centrów konsultacyjnych w celu uzyskania porady (m.in. przy wykonywaniu zabiegów chirurgicznych) oraz szkolenia personelu medycznego.

telepraca (telework)

System organizacji pracy wykonywanej na odległość przy użyciu technologii informacyj-

nych zapewniających łączność pracownika z pracodawcą.

telewizja interaktywna

Telewizja, która umożliwi tworzenie programu „na żądanie”. Program będzie „układał” użytkownik, wybierając np. z archiwum taśm wideo stacji nadawczej.

token

Niewielkich rozmiarów urządzenie elektroniczne służące do uwierzytelniania użytkownika, zawiera wbudowane klucze oraz algorytmy kryptograficzne, generowane przez token ciągi cyfr pozwalają na bezpieczne potwierdzenie operacji wykonywanych przez użytkownika.

Trade Point

Punkt światowej sieci centrów wspierania handlu *Global Trade Point* ukierunkowanych na potrzeby sektora MSP, globalnego, w pełni zorganizowanego internetowego systemu wymiany informacji handlowych, budowanego z inicjatywy ONZ.

Triple play

Technologia umożliwiająca dostarczanie trzech mediów – Internetu, telefonu i telewizji za pomocą jednego łącza.

TV banking

Usługi bankowe, do których dostęp jest możliwy dzięki wykorzystaniu TV za pomocą satelity lub modemu.

UKSP

Uniwersalne Komputerowe Stanowiska Pracy – zmodyfikowane komputery PC z podniesionym poziomem bezpieczeństwa, w tym ze sprzętem autoryzacji użytkownika.

UML (Unified Modeling Language)

Notacja służąca do wyrażania związków między klasami w projektowaniu obiektowym. Jest standardem przemysłowym dla modelowania procesów.

UMTS (Universal Mobile Telecommunications System)

System bezprzewodowej telefonii trzeciej generacji (tzw. 3G), rozwijany na bazie GSM i oferujący transmisję danych do 2 Mb/s, wykorzystujący spektrum w obrębie pasm

1900–1980 MHz, 2010–2025 MHz, 2110–2170 MHz.

UN/CEFACT (*United Nations / Centre for Trade Facilitation and Electronic Business*)
Centrum ONZ ds. Ułatwiania Handlu i Elektronicznego Biznesu.

UN/EDIFACT (*United Nations Rules for Electronic Data Interchange for Administration, Commerce and Transport*)
Określone przez ONZ zasady stosowania ujednoczonych standardów dla Elektronicznej Wymiany Danych w Administracji, Handlu i Transporcie.

UNTDID (*United Nations Trade Data Interchange Directory*)
Katalog ONZ Wymiany Danych Handlowych zawierający zasady składni i bazę normatywną EDI dla Administracji, Handlu i Transportu (UN/EDIFACT).

usługa świadczona drogą elektroniczną
Usługa, której wykonanie następuje przez wysyłanie i odbieranie danych transmitowane za pośrednictwem sieci publicznych w systemach teleinformatycznych na indywidualne żądanie usługobiorcy (klienta), bez jednoczesnej obecności stron.

usługi telekomunikacyjne (*telecommunication services*)
Usługi polegające na transmisji lub kierowaniu sygnałów w sieciach telekomunikacyjnych za pomocą przewodów, fal radiowych, optycznych lub innych mediów wykorzystujących energię elektromagnetyczną.

WAN (*Wide Area Network*)
Sieć teleinformatyczna pokrywająca duży geograficznie obszar: region lub państwo; sieć rozległa łącząca sieci lokalne LAN i miejskie MAN, składają się na nią komputery znajdujące się w dużych odległościach od siebie (np. na terenie kraju, regionu); połączenia w obrębie WAN angażują zwykle publiczną sieć telekomunikacyjną.

WAP (*Wireless Application Protocol*)
Protokół komunikacji bezprzewodowej, międzynarodowy standard dostarczania komunikatów internetowych; świadczenie zaawansowanych usług telefonicznych poprzez telefo-

ny komórkowe, pagery oraz inne terminale cyfrowe.

WAP banking
Usługi bankowe, do których dostęp jest możliwy dzięki wykorzystaniu telefonu komórkowego zdolnego do obsługi protokołu WAP.

wertykalna platforma handlu
Elektroniczna platforma handlowa obejmująca zasięgiem swojej działalności jedną branżę (np. przemysł motoryzacyjny). Przedmiotem handlu w modelu wertykalnym są dobra związane bezpośrednio z produkcją.

wideokonferencja (*videoconference*)
Audiowizualne połączenie telekomunikacyjne, umożliwiające jednoczesne przekazywanie w czasie rzeczywistym głosu i ruchomych obrazów pomiędzy grupami użytkowników znajdującymi się w różnych lokalizacjach, pozwala nie tylko słyszeć, ale również widzieć rozmówcę; do przeprowadzenia wideokonferencji niezbędne jest specjalne zakończenie łącza telekomunikacyjnego nazywane wideoterminalem.

WiFi (*Wireless Fidelity*)
WiFi jest zestawem standardów stworzonych do budowy bezprzewodowych sieci komputerowych. Szczególnym zastosowaniem WiFi jest budowanie sieci lokalnych opartych na komunikacji radiowej, czyli WLAN (*Wireless Local Area Network*). Produkty zgodne z WiFi mają na sobie odpowiednie oznaczenie świadczące o zdolności współpracy z innymi produktami tego typu²⁰⁸.

witryna internetowa
Dokument hipertekstowy opracowany w języku programowania HTML, udostępniony na widok publiczny w sieci Internet w celach informacyjnych, handlowych, propagandowych itp.

Wolne Oprogramowanie (*Open Source*)
Znacząca i powszechnie przyjęta nazwa nieodpłatnego oprogramowania powszechnie dostępnego (dostępnego bez jakichkolwiek opłat) rozprowadzanego z kodem źródłowym i licencją uprawniającą do modyfikowania tego kodu.

²⁰⁸ *WiFi*, [@:] <http://www.wikipedia.org>

wortal

Tematyczny serwis internetowy gromadzący wiedzę i nowości z określonej dziedziny.

WWW (World Wide Web)

Hipertekstowy, multimedialny, sieciowy (TCP/IP) system informacyjny oparty na publicznie dostępnych, otwartych standardach IETF, W3C i ISO.

XML (Extensible Markup Language)

Język definiowania struktury i formatu dokumentów za pomocą znaczników.

zamówienie elektroniczne

Dokument zewnętrzny wyszczególniający zamawiane produkty lub usługi, przesyłany drogą elektroniczną.

zarządzanie wiedzą

(knowledge management)

System zdobywania, analizowania i wykorzystywania wiedzy w celu sprawnego i celowego podejmowania decyzji.

zdalna edukacja (distance learning)

Sposób organizacji edukacji na odległość realizowany za pomocą technik społeczeństwa informacyjnego.

ZSI

Zintegrowane Systemy Informatyczne.

Bibliografia

1. Birchall J., Optymalny sposób odbioru towaru, Rzeczpospolita, nr 156, 6.07.2006, dod. Financial Times
2. Biuletyn Roczny. Rynek ubezpieczeń 2005 (dane zweryfikowane), KNUiFE, tabl. D7.
3. Bliźniuk G., Informacja na temat strategii informatyzacji RP, Warszawa 2005-2006, www.mswia.gov.pl
4. Błaszczak A., Realna walka o wirtualne zakupy, Rzeczpospolita, nr 159, 10.07.2006, dod. Ekonomia i rynek,
5. Butkiewicz M., „Czasami wykonawca nie obejdzie się bez e-podpisu”, Rzeczpospolita 14 listopada 2006 r., nr 265, dod. Dobra firma
6. Cabaj J., Handel lekami w Internecie będzie wreszcie legalny, Rzeczpospolita, nr 217, 16-17.09.2006, dod. Ekonomia i rynek
7. Cellary W., Po co nam informatyzacja państwa, Gazeta Wyborcza nr 85, 10.04.2006
8. Chmielarz W., Europa popiera e-społeczeństwo, Puls Biznesu nr 105, dod. Biznes i technologia, 31.05.2006
9. Cieślak D., Startuje filmowa wypożyczalnia TP, Kino Polska Online oraz materiałów informacyjnych Telekomunikacji Polskiej SA.
10. Dec Ł., Czwararty operator komórkowy już jest, Rzeczpospolita nr 291, dod. Ekonomia i Rynek,
11. Dec Ł., W mBanku dzwoni 15 tysięcy telefonów, Rzeczpospolita, nr 43, 20.02.2007, dod. Ekonomia i rynek
12. Domaszewicz Z., Certyfikaty zwiększą wiarygodność e-sklepów, Gazeta Wyborcza, nr 63, 15.03.2006
13. Domaszewicz Zb., Rożyński P., Vivid.pl sprzedany za ponad 2 mln zł, Gazeta Wyborcza, nr 248, 23.10.2006
14. Domaszewski Z., Polkomtel liczy na podpis elektroniczny, Gazeta Wyborcza nr 145
15. EGovernment In the Member States of the European Union, ID ABC, 11.2005,
16. E-government today and tomorrow, Public Sector Technology & Management, Vol.3.1, 01.2006
17. E-Inclusion, United Nations, 2005,
18. Elektroniczna Gospodarka w Polsce – Raport 2005, pod red. Kraska M., Biblioteka Logistyka, Poznań 2006
19. Elektroniczny dostęp do Krajowego Rejestru Sądowego, [w:] <http://www.ms.gov.pl>
20. Fura M., Czas na wielką obniżkę, Gazeta Prawna, nr 79, 21.04.2006
21. Gąsiorowski D., Domów maklerskich wojna o klienta, www.money.pl, 13.12.2006
22. Global E-Government Readiness Report 2005. From E-Government to E-Inclusion United Nations, 2005,
23. Głomb Krz., Głomb Kon, Musiejewski W., Stan wdrażania polityki strukturalnej w zakresie budowy infrastruktury społeczeństwa informacyjnego w województwach w latach 2004-2006 (Działanie 1.5 ZPORR) – Raport, Stowarzyszenie Miasta w Internecie, Tarnów-Warszawa, wrzesień 2006
24. Góra J., Szkolnictwo wyższe, projekt rozporządzenia o warunkach kształcenia na odległość, Gazeta Prawna nr 213, str. 12, 02.11.2006

25. Górak M., Jarosz P., E-commerce 2006. Badanie polskich sklepów internetowych, Internet Standard, Sklepy24.pl,
26. Inicjatywa i2010. Europejskie społeczeństwo informacyjne na rzecz wzrostu i zatrudnienia, przyjęta przez Komisję Wspólnot Europejskich 1.06.2006,
27. Jabłońska I., Korzystanie z konta bankowego w Internecie jest bezpieczne, [w:] <http://www.gazetaprawna.pl>, 30.11.2006
28. Jaworski M., Komputerowy wydruk komunikacyjnej polisy OC powinien wystarczyć policji, Gazeta prawna nr 65, 02.04.2007.
29. Jęczkowski K., Poznański Park Technologiczno-Przemysłowy, Gazeta Poznańska, 30.06.2006
30. Kaliński J., Tradycyjna telefonia zmienia oblicze, Puls Biznesu nr 188/2006, dodatek Telekomunikacja
31. Klimowicz G., Program Uczenie się przez całe życie(...), e-Mentor (http://www.e-mentor.edu.pl/artukul_v2.php?numer=18&id=385)
32. Konferencja na temat informatyzacji Państwa 25.01.2007, <http://www.mswia.gov.pl/portal/pl/2/4407/>,
33. Koralewski M., Budowanie Społeczeństwa Informacyjnego, e-Fakty nr 5/2006
34. Koralewski M., I Kongres Gospodarki Elektronicznej, e-Fakty nr 6/2006
35. Kosacka-Łędzewicz D., Jaki podatek od sprzedaży przez Internet, Rzeczpospolita, nr 197, 24.08.2006, dod. Dobra firma
36. Kosiarski M., Sklepy internetowe łamią prawa konsumentów, Rzeczpospolita nr 269, 18-19.11.2006, dod. Prawo co dnia
37. Kosiarski M., Trybunał ułatwia handel lekami, Rzeczpospolita nr 117, dod. Prawo co dnia, str. 3, 20-21.05.2006
38. Kozińska K., Sprawa handlu lekami przez Internet trafi do sądu, Gazeta Prawna nr 120, str.7, 22.06.2006
39. Krajowy Program Reform na lata 2005-2008 na rzecz realizacji strategii Lizbońskiej, przyjęty przez Radę Ministrów 27.12. 2005,
40. Kujawa J., Wirtualny Urząd Miasta w Bydgoszczy, <http://www.egospodarka.pl/>
41. Leadership in Customer Service: New Expectations, New Experiences, The Government Executive Series, Accenture, 2005,
42. Lemańska M. Era e-gazet dopiero nadejdzie, Rzeczpospolita nr 244, dod. Ekonomia i rynek, str. 3, 18.10.2006
43. Lemańska M., Nachodzą e-gazety, Rzeczpospolita nr 244, dodatek Ekonomia i Rynek
44. Łacińska-Szewczak A., Okrasiński A., Wspieranie rozwoju województwa przez regionalną infrastrukturę społeczeństwa informacyjnego, Gazeta Prawna nr 68, dod. Urząd i finanse, 05.04.2006
45. Łuczak J. Światłowod w każdej gminie, Gazeta Wyborcza nr 228, dod. Poznań, str. 3, 29.06.2006
46. Maciejewski A., Wszystkie gminy w Internecie, Computerworld, Nr 7-2007, 13.02.2007,
47. Majewska-Grabowska M., Polisa on-line coraz szybciej, Gazeta Prawna nr 64, 30.03.2007
48. Mazurkiewicz P., Jak kupić najtaniej, Rzeczpospolita, nr 50, 28.02.2007, dod. Teleinformatyka w Polsce

49. Miączyński P., Domaszewicz Zb., I po aptekach (internetowych), [w:] <http://gospodarka.gazeta.pl>, 16.02.2007
50. Miączyński P., Domaszewicz Zb., NFZ chce wprowadzić elektroniczne recepty, *Gazeta Wyborcza* nr 153, 03.07.2006
51. Morawski I., Teraz czas na wieś i sieci, *Rzeczpospolita*, dod. *Ekonomia i rynek*, 28.08.2007
52. Muciński E., Inwestowanie przez sieć, *Rzeczpospolita*, 292/2006
53. Niedziewski D., Testy telewizji mobilnej w Polsce, *Computerworld Mobile*, <http://mobile.computerworld.pl/news/94299.html>
54. OECD Annual Theme Reports; Public Affairs and Communications Directorate;
55. OECD Government Studies. Denmark, 01.2006,
56. Ogórek S., Chcesz wiedzieć, lej olej przez komputerową sieć, *Puls Biznesu* nr 240, 11.12.2006
57. Paperless Trading: Benefits to APEC, Ministry of Foreign Trade And Economic Cooperation, 2001, Badania przeprowadzone przez IBM Corporation,
58. Pietryga T., Kozyra P.A., Handel poza prawem, *Gazeta Prawna*, nr 145, 27.07.2007
59. Plan finansowy Narodowego Funduszu Zdrowia na 2007 rok, [w:] <http://www.nfz.gov.pl>, 16.10.2006
60. Plan Informatyzacji Państwa na lata 2007-2010, Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji, 22.01.2007 r., eGov.pl – Forum Nowoczesnej Administracji Publicznej
61. Polak K., Banki są głównymi klientami dostawców zabezpieczeń, *Gazeta Prawna*, nr 74, 13.04.2006, Dod. *Innowacyjna firma*
62. Polski e-handel w rozkwicie, *Rzeczpospolita* nr 258, 04.11.2006, dod. *Ekonomia i rynek*
63. Public Sector, Technology & Management, Vol. 2.2, 03/04 2005
64. Raport Internet 2006, Gemius SA
65. Rozporządzenie Komisji UE 178/2002 definiuje wymagania w zakresie traceability.
66. Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 1 sierpnia 2006 r. w sprawie Planu Informatyzacji Państwa na rok 2006 (Dz. U. Z dnia 18 sierpnia 2006 r.),
67. Rubinowska A., Ochrona zdrowia, dostępność do usług medycznych, *Gazeta Prawna* nr 144, 26.07.2006
68. Rybiński K., III rewolucja przemysłowa, czyli rzeczy jakich jeszcze nie robiliśmy, *Logistyka* 3/2006
69. Samcik M., E-konta. Test bezpieczeństwa, *Gazeta Wyborcza*, nr 270, 20.11.2006
70. Samcik M., Internetowe konta bardziej bezpieczne, *Gazeta Wyborcza*, nr 277, 28.11.2006
71. Simpson G., Partnership Working & Social Inclusion through ICT. Transforming Public Services, materiał z Forum dyskusyjnego e-government zorganizowanego przez Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego, przy współpracy z Ambasadą Brytyjską, Poznań marzec 2007
72. Słojewska A., Sieć sprzyja gospodarce, *Rzeczpospolita* nr 69, dod. *Ekonomia i rynek* str. 1, 22.03.2006
73. Smaga M., Jak płacimy w Internecie? – raport Money.pl i eCard SA, Money.pl, Wrocław, luty 2007
74. Sroka M., E-apteki z receptą, „Puls Biznesu” 31 października 2006 r., nr 212, dod. *Farmacja*

75. Stan infrastruktury Teleinformatycznej państwa. Podłączenie do Internetu Urzędów gmin w Polsce- Analiza wyników, Warszawa, 01.2007, www.pesel2.mswia.gov.pl,
76. Szerzej np. Kaczała M., Modele internetowe a wsparcie klienta w procesie zakupu ubezpieczenia, w: Inwestycje finansowe i ubezpieczenia – tendencje światowe a polski rynek, W. Ronka-Chmielowiec, K. Jajuga (red.), Prace Naukowe AE we Wrocławiu nr 1088, t.1., Wydawnictwo AE we Wrocławiu, Wrocław 2005
77. Szetyński T. System PESEL2, e-Fakty 5/2006
78. Szetyński T., System e-Poltax – portal dla podatnika... czyli jak wysłać deklarację drogą elektroniczną, e-Fakty nr 6/2006, str. 18 oraz materiałów informacyjnych Ministerstwa Finansów
79. Szetyński T., System PESEL2, e-Fakty nr 5/2006
80. Szkodzin B., Rządowy plan informatyzacji, eGospodarka.pl, 02.08.2006,
81. Ścisłowski R., Beniaminek Romana Giertycha, PC World Komputer Online, <http://www.pcworld.pl/news/95042/100.html>
82. Świderek T., Liczba łączy wzrosła o 70%, Gazeta Prawna nr 228,23.11.2006
83. Świderek T., Na świecie przybywa tygodniowo milion użytkowników Internetu, Gazeta Prawna nr 246,19.12.2006
84. Świderek T., Najtańszy Internet oferują GTS Energis, Dialog i Netia - raport Gazety prawnej i Radia PIN, Gazeta Prawna, 12.03.2007
85. Świderek T., Teleinformatyka. MSWiA przedstawiło plany informatyzacji Państwa, Gazeta Prawna, nr 244, 15-17.12.2006,
86. The European e-Business Report 2006/07 edition, e-Business W@tch January 2007
87. The GS1 Traceability Standard: What you need to know, GS1, 2007
88. The Network Readiness Index Rankings, World Economic Forum 2004,
89. Top of the Web. User Satisfaction and Usage survey of eGovernment services, 12.2004,
90. U.S. Census Bureau QUARTERLY RETAIL E-COMMERCE SALES 4th QUARTER 2006 - <http://www.census.gov/mrts/www/data/pdf/06Q4.pdf>;
91. Urbański K., Czytelnia w światowej sieci, Rzeczpospolita nr 202, str. 10, 30.08.2006
92. Ustawa budżetowa na rok 2007, [w:] <http://mf.gov.pl>, 25.01.2007
93. Ustawa z dnia 29 lipca 2005 o zużyciu prądu elektrycznego i elektronicznym, Dz. U. nr 180, Poz. 1494 i 1495, Art. 42
94. Walczak A., Dane z ZUS dostępne dla płatników, [w:] <http://www.egospodarka.pl>, 27.09.2006
95. Wielicka I., Łowcy wiedzy, e-Fakty nr 6/2006
96. Wikariat S., „Podania przez Internet dopiero za dwa lata”, Rzeczpospolita 22-23 lipca 2007 r., nr 170, dod. Prawo co dnia
97. Wirtualne konta. Korzystanie z bankowości internetowej, [w:] <http://www.tns-global.pl>, 03.10.2006,
98. Wojciechowska-Szac M., Bojarska I., Białobłocki T., Rozwój społeczeństwa informacyjnego szansą na rozwój własnego regionu, [w:] <http://www.serwissamorzadowy.pl>
99. Wojewódzki T., Co to jest infobrokerstwo?, <http://www.infobrokerstwo.pl/>
100. Z.Z., Kolejny milion klientów e-sklepów, Rzeczpospolita nr 237, dod. Ekonomia i rynek, 10.10.2006

101. Zalewski Ł., Do urzędów trafią kolejne e-deklaracje, Gazeta Prawna, nr 234, 31.12.2006
102. Zamów mszę przez Internet, [w:] <http://www.katolicki.net>, 20.09.2006
103. Zielke M., Rząd przygotowuje się do e-rewolucji, Puls Biznesu nr 128, 04.07.2006
104. Zmiana planu finansowego - 23.09.2006 r, [w:] <http://www.nfz.gov.pl>, 05.10.2006
105. Zwierzchowski Z., Ten rok nie przyniesie zasadniczych zmian w informatyzacji administracji publicznej, Rzeczpospolita, nr 228, 29.09.2006, dod. Teleinformatyka w Polsce

Strony www:

1. <http://www.polona.pl>
2. <http://www.ms.gov.pl>
3. <http://www.mf.gov.pl/>
4. <http://www.mycitizen.sg/ec/index.jsp>,
5. <http://pesel2.mswia.gov.pl>,
6. <http://www.e-puap.mswia.gov.pl>,
7. <http://www.mswia.gov.pl/>,
8. <http://www.wikipedia.org>.
9. <http://www.pstm.net/article/indeks.php?articleid=707>,
10. <http://nask.pl/wydarzeniaID/id/342>

Spis tabel, rysunków i wykresów

Tabele

Tabela B1.1-1. Kryteria analizy badań społeczeństwa informacyjnego	26
Tabela B1.6-1. Przykłady polskich uczelni realizujących studia w trybie zdalnego nauczania.....	72
Tabela B2.1.2-1. Kierunki wykorzystania Internetu przez przedsiębiorstwa w styczniu 2006 roku w układzie branżowym.....	101
Tabela B2.2-1 Definicja sklepu internetowego.....	116
Tabela B2.2.3-1 Funkcjonalność systemu e-fulfilment	143
Tabela B2.2.3-2. Funkcjonalność systemu e-fulfilment (usługi).....	144
Tabela B2.3.1-1. Zakres usług e-bankowości dla klienta detalicznego świadczonych przez banki komercyjne w 2006 r.	192
Tabela B2.3.1-2. Zakres usług e-bankowości dla przedsiębiorstw świadczonych przez banki komercyjne w 2006 r.	196
Tabela B2.3.2-1. Wytwarzanie własnego oprogramowania przez przedsiębiorstwa pośrednictwa pieniężnego i kredytowego oraz zakłady ubezpieczeń w 2005 r.	215
Tabela B2.3.3-1. Udział Internetu w obrotach giełdowych – inwestorzy indywidualni (%)	241
Tabela B2.3.3-2. Udział zleceń złożonych za pośrednictwem Internetu w ogólnej liczbie zleceń – wszystkie grupy inwestorów (%)	241
Tabela B2.3.3-3. Udział członków giełdy w obrotach - październik 2006.....	243
Tabela B2.3.3-4. Ranking domów maklerskich (fragment).....	243
Tabela B2.3.3-5. Funkcjonalności rachunku maklerskiego dostępne przy użyciu Internetu wśród polskich domów maklerskich	245
Tabela B2.3.3-6. Usługi elektroniczne nie występujące w ofercie domów maklerskich.....	248
Tabela B2.3.3-7. Biura maklerskie oferujące usługi w Internecie.....	253
Tabela B 4.2-1 Zestawienie i charakterystyka ponadsektorowych projektów teleinformatycznych, Plan Informatyzacji Państwa na lata 2007-2010	264
Tabela B 4.2-2 Zestawienie i charakterystyka sektorowych projektów teleinformatycznych, Plan Informatyzacji Państwa na lata 2007-2010	265
Tabela 4.3-1 Dostawcy Internetu do urzędów gmin według województw	271
Tabela B4.4-1 ONZ-owski wskaźnik gotowości do e-administracji, 2005 (fragment)	275
Tabela C1-1. Harmonogram wprowadzania formatów deklaracji.....	279
Tabela C1.9-1 Opłaty za otrzymanie płatności krajowych	286
Tabela C1-9-2 Opłaty za odbiór płatności spoza Polski	286

Rysunki

Rysunek 1. Struktura raportu Elektroniczna Gospodarka w Polsce – Raport 2006	13
Rysunek B2.2.1-1 Mapa rejestracji sklepów internetowych w Polsce	118
Rysunek C2-1. Proces Traceability.....	289
Rysunek C2-2. Połączenie narzędzi GS1 z technologiami i zasadami Traceability	290
Rysunek C2-3. Faza produkcji – śledzenie towarów	293
Rysunek C2-4. Faza dystrybucji – śledzenie towarów	295
Rysunek C2-5. Wymiana danych – przepływ informacji	297
Rysunek C3.2 -1 Schemat architektury systemu e-deklaracje (e-poltax)	309

Wykresy

Wykres B1.1-1. Struktura wiekowa osób korzystających z komputerów w okresie styczeń-marzec 2006.....	27
Wykres B1.1-2. Struktura wiekowa osób korzystających z Internetu w okresie styczeń-marzec 2006.....	27
Wykres B1.1-3. Dostęp do komputerów i Internetu w podziale na wiek, wykształcenie i miejsce zamieszkania	28
Wykres B1.1-4. Wyposażenie gospodarstw domowych w urządzenia informacyjno-telekomunikacyjne w latach 2005-2006.....	31
Wykres B1.1-5. Wyposażenie gospodarstw domowych w urządzenia informacyjno-telekomunikacyjne w zależności od uzyskiwanego miesięcznego dochodu.....	31
Wykres B1.1-6. Wyposażenie gospodarstw domowych w sprzęt ICT w zależności od miejsca zamieszkania.....	32
Wykres B1.1-7. Wyposażenie gospodarstw domowych w komputer oraz dostęp do Internetu wg dochodu i obszaru	33
Wykres B1.1-8. Miejsce korzystania z komputerów lub Internetu wg miejsca zamieszkania przez osoby w wieku 16-74 lat	34
Wykres B1.1-9. Miejsce korzystania z komputerów lub Internetu w zależności od wykształcenia osób w wieku 16-74 lat	35
Wykres B1.1-10. Częstotliwość korzystania z komputera i Internetu	36
Wykres B1.1-11. Częstotliwość korzystania z komputera i Internetu w zależności od poziomu wykształcenia	37
Wykres B1.1-12. Częstotliwość korzystania z komputera i Internetu w zależności od miejsca zamieszkania.....	38
Wykres B1.1-13. Powody korzystania z Internetu.....	39
Wykres B1.1-14. Powody korzystania z Internetu w zależności od wykształcenia i miejsca zamieszkania.....	40

Wykres B1.1-15. Powody korzystania z Internetu w zależności od wieku Internauty	41
Wykres B1.1-16. Potrzeby internautów w zakresie korzystania z usług administracji publicznej z wykorzystaniem Internetu.....	42
Wykres B1.2-1. Liczba klientów największych dostawców Internetu w 2006 r. ...	45
Wykres B1.2-2. Odsetek polskich gospodarstw domowych z dostępem do Internetu na tle wybranych krajów.....	45
Wykres B1.2-3. Wzrost dostępu polskich gospodarstw domowych do Internetu na tle wybranych krajów.....	46
Wykres B1.2-5. Rodzaje łączy internetowych w gospodarstwach w zależności od miejsca zamieszkania.....	47
Wykres B1.2-6. Przyczyny braku dostępu do Internetu w gospodarstwach domowych w zależności od miejsca zamieszkania.....	48
Wykres B1.3-1. Udział Internautów dokonujących zakupów w sklepach internetowych i w serwisach aukcyjnych w latach 2001-2006	50
Wykres B1.3-2. Udział osób kupujących w Internecie w pierwszym kwartale 2006 roku wg poziomu wykształcenia.....	51
Wykres B1.3-3. Ilość i wartość transakcji internetowych przy użyciu karty obsługowanych przez eCard w latach 2004-2006.....	52
Wykres B1.3-4. Wartość sumarycznych zakupów dokonanych w sieci przez Internautów w czasie 12 miesięcy poprzedzających badanie w zależności od płci kupującego	53
Wykres B1.3-5. Zróźnicowanie aktywności poszczególnych grup internautów dokonujących zakupów w sieci wraz z wskazaniem średniej wartości zakupów...	54
Wykres B1.3-6. Rodzaje zakupów internautów w okresie 12 miesięcy poprzedzających badanie	55
Wykres B1.3-7. Wzrost zainteresowania zakupem wybranych grup towarów w latach 2006 i 2005	56
Wykres B1.3-8. Powody powstrzymania się od dokonania zakupu w Internecie w latach 2005 i 2006	58
Wykres B1.3-9. Kłopoty związane z dokonywaniem zakupów w Internecie.....	59
Wykres B1.3-10. Zestawienie grup internautów dokonujących zakupów u sprzedawców znanych spoza Internetu oraz poznanych w Internecie	60
Wykres B1.4-1. Odsetek internautów korzystających z e-bankowości w latach 2002-2006	61
Wykres B1.4-2. Internauci korzystający z usług bankowych w Internecie w czasie ostatnich 3 miesięcy – wg grup wykształcenia	63
Wykres B1.4-3. Internauci korzystający z usług bankowych w Internecie w czasie ostatnich 3 miesięcy – wg miejsca zamieszkania	64
Wykres B1.4-4. Internauci korzystający z usług bankowych w Internecie w czasie ostatnich 3 miesięcy – wg grup wiekowych	65

Wykres B1.5-1. Zamawianie przez Internet publicznych usług zdrowotnych w 2006 r.	69
Wykres B1.7-1. Czynności wykonywane podczas pracy z komputerem	74
Wykres B1.7-2. Czynności wykonywane podczas pracy z komputerem wg poziomu wykształcenia.....	75
Wykres B1.7-3. Czynności wykonywane podczas pracy z komputerem wg miejsca zamieszkania	76
Wykres B1.7-4. Czynności wykonywane podczas korzystania z Internetu w zależności od płci internauty	77
Wykres B1.7-5. Czynności wykonywane podczas korzystania z Internetu wg poziomu wykształcenia.....	78
Wykres B1.7-6. Udział w szkoleniach informatycznych.....	79
Wykres B1.7-7. Udział w szkoleniach informatycznych osób w poszczególnych grupach wiekowych, niezależnie od terminu udziału w szkoleniu,	80
Wykres B1.7-8. Udział w szkoleniach informatycznych poszczególnych grup aktywności zawodowej	81
Wykres B1.7-9. Zdobywanie umiejętności w dziedzinie informatyki poprzez samodzielną praktykę.....	82
Wykres B1.7-10. Zdobywanie umiejętności w dziedzinie informatyki poprzez system edukacji.....	83
Wykres B1.7-11. Zdobywanie umiejętności w dziedzinie informatyki na kursach zawodowych organizowanych przez zakłady pracy	84
Wykres B2.1.1-1. Korzystanie z komputerów w przedsiębiorstwach w Polsce w latach 2004-06.....	88
Wykres B2.1.1-2. Korzystanie z komputerów, dostęp do Internetu i korzystanie z telepracy w przedsiębiorstwach w latach 2005-06.....	89
Wykres B2.1.1-3. Wykorzystanie technologii bezprzewodowych do budowy sieci LAN	90
Wykres B2.1.1-4. Dostęp do sieci Internet	91
Wykres B2.1.1- 5. Dostęp przedsiębiorstw do Internetu w wybranych krajach Europy.....	92
Wykres B2.1.1-6. Rodzaje połączeń z Internetem wśród przedsiębiorstw posiadających dostęp do Internetu	93
Wykres B2.1.1-7. Rodzaje połączeń z Internetem wg wielkości przedsiębiorstwa	93
Wykres B2.1.1- 8. Wykorzystanie łączy szerokopasmowych wśród przedsiębiorstw mających dostęp do Internetu w UE	94
Wykres B2.1.1-9. Występowanie problemów z utrzymaniem bezpieczeństwa wśród przedsiębiorstw wykorzystujących komputery	95
Wykres B2.1.1-10. Rodzaje stosowanych zabezpieczeń przez przedsiębiorstwa wykorzystujące komputery	95
Wykres B2.1.1-11. Wykorzystywanie systemu do obsługi zamówień w przedsiębiorstwach.....	96

Wykres B2.1.1-12. Wykorzystywanie systemu obsługi zamówień w przedsiębiorstwach według branż	97
Wykres B2.1.1-13. Integracja systemu obsługi zamówień z innymi systemami w przedsiębiorstwie	98
Wykres B2.1.1-14. Integracja systemu obsługi zamówień z innymi systemami wg wielkości przedsiębiorstwa	99
Wykres B2.1.2-1. Wykorzystanie Internetu przez przedsiębiorstwa	100
Wykres B2.1.2-2. Przedsiębiorstwo jako odbiorca usług internetowych (styczeń 2006)	101
Wykres B2.1.2-3. Korzystanie z usług administracji publicznej on-line przez przedsiębiorstwa mające dostęp do Internetu w 2005 r.	103
Wykres B2.1.2-4. Posiadanie przez przedsiębiorstwa strony WWW i jej przeznaczenie	104
Wykres B2.1.2-5. Posiadanie przez przedsiębiorstwa strony WWW w UE.....	104
Wykres B2.1.2-6. Składanie zamówień online w ciągu ostatniego roku kalendarzowego wśród przedsiębiorstw wykorzystujących komputer (dla zakupów online przekraczających 1% wartości netto zakupów)	105
Wykres B2.1.2-7. Składanie zamówień przez Internet w latach 2003/05 wśród przedsiębiorstw mających dostęp do Internetu	106
Wykres B2.1.2-8. Składanie zamówień przez zewnętrzne sieci inne niż Internet wśród firm wykorzystujących komputery.....	106
Wykres B2.1.2-9. Składanie zamówień przez Internet w 2005 r. wśród przedsiębiorstw mających dostęp do Internetu wg przynależności branżowej....	107
Wykres B2.1.2-10. Podział przedsiębiorstw ze względu na procentowy udział zakupów przez Internet (x) w ogólnej wartości netto zakupów w latach 2004/05	107
Wykres B2.1.2-11. Podział przedsiębiorstw ze względu na procentowy udział zakupów przez sieci inne niż Internet (x) w ogólnej wartości netto zakupów w 2005 roku	108
Wykres B2.1.2-12. Sprzedaż online wśród państw europejskich (wzięto pod uwagę tylko przedsiębiorstwa osiągające co najmniej 1% przychodów z tego kanału sprzedaży).....	109
Wykres B2.1.2-13. Sprzedaż przez Internet wśród państw europejskich	109
Wykres B2.1.2-14. Udział przedsiębiorstw otrzymujących zamówienia przez Internet w latach 2003/05 wśród firm posiadających dostęp do Internetu.....	110
Wykres B2.1.2-15. Udział przedsiębiorstw otrzymujących zamówienia przez zewnętrzne sieci inne niż Internet w latach 2004/05 (wśród firm wykorzystujących komputer).....	111
Wykres B2.1.2-16. Przychody ze sprzedaży online w 2005 roku.....	111
Wykres B2.1.2-17. Udział rynków B2B i B2G oraz B2C w generowaniu przychodów ze sprzedaży przez Internet (układ branżowy)	112
Wykres B2.1.2-18. Podział przychodów ze sprzedaży przez Internet w układzie geograficznym.....	113

Wykres B2.2.1-1 Kanały sprzedaży.....	119
Wykres B2.2.1-2 Kanały sprzedaży (usługi)	120
Wykres B2.2.1-3 Wykorzystanie stron WWW innych podmiotów do sprzedaży	121
Wykres B2.2.1-4 Wykorzystanie stron WWW innych podmiotów do sprzedaży (usługi)	121
Wykres B2.2.1-5 Liczba adresów internetowych, pod którymi udostępniany jest ten sam lub zbliżony sklep tej samej branży.....	122
Wykres B2.2.1-6 Liczba adresów internetowych, pod którymi udostępniany jest ten sam lub zbliżony sklep tej samej branży (usługi)	123
Wykres B2.2.1-7 Okres sprzedaży w Internecie w latach.	124
Wykres B2.2.1-8 Okres sprzedaży w Internecie w latach (usługi)	124
Wykres B2.2.1-9 Obszar pochodzenia klienta, do którego skierowana była oferta w 2006 roku	125
Wykres B2.2.1-10 Obszar pochodzenia klienta, do którego skierowana była oferta w 2006 roku (usługi).....	125
Wykres B2.2.1-11 Liczba pracowników.....	126
Wykres B2.2.1-12 Liczba pracowników (usługi)	126
Wykres B2.2.2-1 Szacowana sprzedaż netto za rok 2006 (w tys. zł)	127
Wykres B2.2.2-2 Szacowana sprzedaż netto za rok 2006 (w tys. zł) (usługi).....	127
Wykres B2.2.2-3 Struktura sprzedaży w sklepach internetowych w grupie produktów	128
Wykres B2.2.2-4 Rodzaj asortymentów sklepów internetowych w Polsce.....	129
Wykres B2.2.2-5 Średnia ilość produktów w ofercie sklepu w 2006 roku.....	130
Wykres B2.2.2-6 Liczba dostawców z jakimi utrzymywano współpracę w 2006 roku?	130
Wykres B2.2.2-7 Liczba dostawców z jakimi utrzymywano współpracę w 2006 roku? (usługi).....	131
Wykres B2.2.2-8 Średnia liczba realizowanych zamówień w ciągu dnia w 2006 roku?	131
Wykres B2.2.2-9 Średnia liczba realizowanych zamówień w ciągu dnia w 2006 roku (usługi).....	132
Wykres B2.2.2-10 Odsetek reklamacji wśród wszystkich realizowanych zamówień w 2006 roku	133
Wykres B2.2.2-11 Odsetek (%) reklamacji wśród wszystkich realizowanych zamówień w 2006 roku (usługi).....	133
Wykres B2.2.2-12 Odsetek zwrotów wśród wszystkich realizowanych zamówień w 2006 roku	134
Wykres B2.2.2-13 Odsetek zwrotów wśród wszystkich realizowanych zamówień w 2006 roku (usługi).....	134
Wykres B2.2.2-14 Główne przyczyny reklamacji w 2006 roku	135
Wykres B2.2.2-15 Główne przyczyny reklamacji w 2006 roku (usługi).....	135
Wykres B2.2.2-16 Główne przyczyny zwrotów w 2006 roku.....	136

Wykres B2.2.2-17 Główne przyczyny zwrotów w 2006 roku (usługi)	136
Wykres B2.2.2-18 Sposoby płatności za produkty obsługiwane w sklepie	137
Wykres B2.2.2-19 Sposoby płatności za usługi obsługiwane przez serwisy WWW (usługi)	137
Wykres B2.2.2-20 Udział % wykorzystania poszczególnych form płatności	138
Wykres B2.2.2-21 Udział % wykorzystania poszczególnych form płatności (Usługi)	139
Wykres B2.2.3-1 Funkcjonalność oprogramowania sklepu internetowego	140
Wykres B2.2.3-2 Funkcjonalność oprogramowania sklepu internetowego (usługi)	140
Wykres B2.2.3-3 Własność systemu klientowskiego (front-office) wykorzystywanego do sprzedaży on-line	141
Wykres B2.2.3-4 Własność systemu klientowskiego (front-office) wykorzystywanego do sprzedaży on-line (usługi)	141
Wykres B2.2.3-5 Wykorzystanie systemu e-fulfilment w latach 2004-2006	142
Wykres B2.2.3-6 Wykorzystanie systemu e-fulfilment w 2006 roku (usługi)	142
Wykres B2.2.3-7 Zalety wykorzystania systemu e-fulfilment	145
Wykres B2.2.3-8 Zalety wykorzystania systemu e-fulfilment (usługi)	145
Wykres B2.2.4-1 Informacje dotyczące sklepu internetowego dostępne na stronie www	146
Wykres B2.2.4-2 Informacje dotyczące sklepu internetowego dostępne na stronie www(usługi)	147
Wykres B2.2.4-3 Zawartość informacyjna stron www dotycząca produktów	147
Wykres B2.2.4-4 Zawartość informacyjna stron www dotycząca produktów (usługi)	148
Wykres B2.2.4-5 Informacje o kosztach wysyłki	148
Wykres B2.2.4-6 Informacje o kosztach wysyłki (usługi)	149
Wykres B2.2.4-7 Informacje o możliwości odstąpienia od umowy	149
Wykres B2.2.4-8 Informacje o możliwości odstąpienia od umowy (usługi)	150
Wykres B2.2.4-9 Okres, w trakcie którego jest możliwość odstąpienia od umowy	150
Wykres B2.2.4-10 Okres, w trakcie którego jest możliwość odstąpienia od umowy (usługi)	151
Wykres B2.2.4-11 Czas zwrotu towaru przez nabywcę bez podania przyczyny akceptowany przez sprzedawcę (odstąpienie od umowy - nie reklamacja)	151
Wykres B2.2.4-12 Czas zwrotu towaru przez nabywcę bez podania przyczyny akceptowany przez sprzedawcę (odstąpienie od umowy - nie reklamacja) (usługi)	152
Wykres B2.2.4-13 Możliwość zamiany towaru na inny przy odstąpieniu od umowy - nie reklamacji	152
Wykres B2.2.4-14 Możliwość zamiany towaru na inny przy odstąpieniu od umowy – nie reklamacji (usługi)	153

Wykres B2.2.4-15 Informacje dotyczące reklamacji.....	153
Wykres B2.2.4-16 Informacje dotyczące reklamacji (usługi)	154
Wykres B2.2.4-17 Informacje dotyczące kosztów przy obsłudze reklamacji	154
Wykres B2.2.4-18 Informacje dotyczące kosztów przy obsłudze reklamacji (usługi)	155
Wykres B2.2.4-19 Elementy zwracane przez sprzedawcę klientowi w przypadku braku możliwości dostarczenia towaru wolnego od wad.....	155
Wykres B2.2.4-20 Elementy zwracane przez sprzedawcę klientowi w przypadku braku możliwości dostarczenia towaru wolnego od wad (usługi)	156
Wykres B2.2.4-21 Czas zwrotu płatności przez sprzedawcę w przypadku przekroczenia z winy sprzedawcy wymaganego czasu umowy.....	156
Wykres B2.2.4-22 Czas zwrotu płatności przez sprzedawcę w przypadku przekroczenia z winy sprzedawcy wymaganego czasu umowy (usługi)	157
Wykres B2.2.4-23 Czas dostawy	157
Wykres B2.2.4-24 Czas dostawy (usługi).....	158
Wykres B2.2.4-25 Czas realizacji zamówienia	158
Wykres B2.2.4-26 Czas realizacji zamówienia (usługi)	159
Wykres B2.2.4-27 Informacje o możliwości zarządzania danymi osobowymi przez klientów w ramach serwisów internetowych	159
Wykres B2.2.4-28 Informacje o możliwości zarządzania danymi osobowymi przez klientów w ramach serwisów internetowych (usługi).....	160
Wykres B2.2.4-29 Specjalne warunki sprzedaży.....	161
Wykres B2.2.5-1 Przyczyny rozpoczęcia sprzedaży on-line	162
Wykres B2.2.5-2 Przyczyny rozpoczęcia sprzedaży on-line (usługi).....	162
Wykres B2.2.5-3. Fakt posiadania problemów przy prowadzeniu sprzedaży on-line	163
Wykres B2.2.5-4 Fakt posiadania problemów przy prowadzeniu sprzedaży on-line (usługi).....	163
Wykres B2.2.5-5 Problemy pojawiające się przy prowadzeniu sprzedaży on-line w 2006 roku	163
Wykres B2.2.5-6 Problemy pojawiające się przy prowadzeniu sprzedaży on-line w 2006 roku? (usługi).....	164
Wykres B2.3.1-1. Wykorzystanie komputerów przez pracowników (styczeń 2006 r.).....	169
Wykres B2.3.1-2. Zatrudnienie pracowników w systemie telepracy (styczeń 2006)	170
Wykres B2.3.1-3. Miejsce dostępu do systemu informatycznego przedsiębiorstwa wśród osób pracujących w systemie telepracy (styczeń 2006 r.).....	170
Wykres B2.3.1-4. Fakt posiadania trudności w pozyskiwaniu pracowników z umiejętnościami w zakresie ICT w 2005 r.....	171
Wykres B2.3.1-5. Rodzaje problemów w trakcie poszukiwania pracowników z umiejętnościami w zakresie ICT w 2005 r.....	171

Wykres B2.3.1-6. Wykorzystanie Internetu w celach szkoleniowych lub edukacyjnych (styczeń 2006 r.)	172
Wykres B2.3.1-7. Stosowana technologia informacyjno-telekomunikacyjna (styczeń 2006 r.).....	173
Wykres B2.3.1-8. Technologia połączeń z Internetem (styczeń 2006 r.)	173
Wykres B2.3.1-9. Maksymalna szybkość ściągania danych gwarantowana przez dostawcę Internetu dla najszybszego łącza, jakim dysponowało przedsiębiorstwo (styczeń 2006 r.).....	174
Wykres B2.3.1-10. Budowa własnego oprogramowania w 2005 roku.....	174
Wykres B2.3.1-11. Stopień zastąpienia tradycyjnej poczty przez elektroniczne środki komunikacji w okresie 01.2002-01.2006	175
Wykres B2.3.1-12. Rodzaj stosowanego zabezpieczenia systemów informatycznych (styczeń 2006 r.).....	176
Wykres B2.3.1-13. Rodzaj zabezpieczeń z jakim można było korzystać komunikując się z bankiem (styczeń 2006 r.).....	177
Wykres B2.3.1-14. Udział % banków, w których wystąpiły problemy z bezpieczeństwem sieci lub danych w 2005 r.	178
Wykres B2.3.1-15. Posiadanie strony internetowej przez banki w Polsce (styczeń 2006 r.).....	178
Wykres B2.3.1-17. Rodzaj informacji o banku komercyjnym dostępnych na stronach www w 2006 r. (1/4)	179
Wykres B2.3.1-18. Rodzaj informacji o banku komercyjnym dostępnych na stronach www w 2006 r. (2/4)	180
Wykres B2.3.1-19. Rodzaj informacji o banku komercyjnym dostępnych na stronach www w 2006 r. (3/4)	180
Wykres B2.3.1-20. Rodzaj informacji o banku komercyjnym dostępnych na stronach www w 2006 r. (4/4)	181
Wykres B2.3.1-21. % przedsiębiorstw świadczących usługi finansowe przez Internet w 2005 roku	182
Wykres B2.3.1-22. Rodzaj usług (produktów), na które zamówienia od klientów przedsiębiorstwo otrzymywało przez Internet w 2005 roku	182
Wykres B2.3.1-23. Świadczenie usług bankowych przez Internet w 2005 r.....	183
Wykres B2.3.1-24. Wartość usług bankowych przez Internet w 2005 r.....	184
Wykres B2.3.1-25. Świadczenie usług ubezpieczeniowych przez Internet w 2005 r.	185
Wykres B2.3.1-26. Podział łącznej wartości netto sprzedaży przez Internet wg rodzaju rynku w 2005 r.	185
Wykres B2.3.1-27. Udział sprzedaży przez Internet na poszczególnym rodzaju rynku w 2005 r.	186
Wykres B2.3.1-28. % przedsiębiorstw otrzymujących zamówienia przez zewnętrzne sieci inne niż Internet w 2005 roku	186
Wykres B2.3.1-29. Rodzaj wykorzystywanych sieci innych niż Internet	187

Wykres B2.3.1-30. Struktura banków komercyjnych w Polsce (2006)	187
Wykres B2.3.1-31. Segmenty klientów, do których skierowana była oferta e-bankowości wśród banków komercyjnych w Polsce obsługujących poszczególne grupy klientów (2006).....	188
Wykres B2.3.1-32. Segmenty klientów, do których skierowana jest usługa e-bankowości wśród banków komercyjnych w Polsce świadczących tą usługę (2006)	188
Wykres B2.3.1-33. Struktura banków według rodzaju klientów, którym świadczone są usługi e-bankowości (2006).....	189
Wykres B2.3.1-34. Kanały dostępu do usług e-bankowości udostępniane przez banki komercyjne.....	190
Wykres B2.3.1-35. Kanały dostępu do usług e-bankowości udostępniane przez banki komercyjne dla poszczególnych grup klientów	191
Wykres B2.3.1-36. Przedsiębiorstwa korzystające z Internetu w kontaktach z organami administracji publicznej w 2005 roku.....	205
Wykres B2.3.1-37. Cele wykorzystywania Internetu przez banki w kontaktach z organami administracji publicznej w 2005 roku.....	206
Wykres B2.3.2-1. Wyposażenie zakładów ubezpieczeń w technologie informacyjno-telekomunikacyjne w styczniu 2006 r.....	208
Wykres B2.3.2-2. Wykorzystywanie przez zakłady ubezpieczeń sieci innych niż Internet w styczniu 2006 r.....	209
Wykres B2.3.2-3. Systemy informatyczne do obsługi zamówień w zakładach ubezpieczeń w styczniu 2006 r.	210
Wykres B2.3.2-4. Rodzaje połączeń z Internetem w zakładach ubezpieczeń w styczniu 2006 r.....	211
Wykres B2.3.2-5. Maksymalna szybkość ściągania danych z Internetu w zakładach ubezpieczeń w styczniu 2006 r.	212
Wykres B2.3.2-6. Wykorzystywanie komputerów przez pracowników zakładów ubezpieczeń w styczniu 2006 r. (w %)	213
Wykres B2.3.2-7. Pozyskiwanie przez zakłady ubezpieczeń pracowników z umiejętnościami w zakresie ICT w 2005 r.....	213
Wykres B2.3.2-8. Rodzaje trudności w pozyskiwaniu przez zakłady ubezpieczeń pracowników z umiejętnościami w zakresie ICT w 2005 r.	214
Wykres B2.3.2-9. Cele wykorzystywania Internetu przez zakłady ubezpieczeń w styczniu 2006 r. (w %).....	216
Wykres B2.3.2-10. Zastąpienie poczty tradycyjnej przez elektroniczną w zakładach ubezpieczeń w ciągu ostatnich 5 lat. (% zakładów ubezpieczeń).....	216
Wykres B2.3.2-11. Telepraca w zakładach ubezpieczeń w styczniu 2006 r.	217
Wykres B2.3.2-12. Zabezpieczenia stosowane przez zakłady ubezpieczeń w styczniu 2006 r. (w %).....	218
Wykres B2.3.2-13. Korzystanie z usług administracji publicznej on-line przez zakłady ubezpieczeń w 2005 r. (w %)	219

Wykres B2.3.2-14. Strony WWW zakładów ubezpieczeń w grudniu 2006 r.(w %)	220
Wykres B2.3.2-15. Opcje oferowane przez zakłady ubezpieczeń na stronach internetowych w grudniu 2006 r.– etap przedstawienie zakładu.	220
Wykres B2.3.2-16. Opcje oferowane przez zakłady ubezpieczeń na stronach www w 2006r.– doradztwo	221
Wykres B2.3.2-17. Opcje oferowane przez zakłady ubezpieczeń na stronach www – informacje formalne dotyczące zawierania umowy	222
Wykres B2.3.2-18. Opcje oferowane przez zakłady ubezpieczeń na stronach www – informacje formalne dotyczące zawierania umowy	222
Wykres B2.3.2-19. Opcje oferowane przez zakłady ubezpieczeń na stronach WWW w 2006r. – obsługa po sprzedaży	223
Wykres B2.3.2-20. Świadczenie usług finansowych przez przedsiębiorstwa pośrednictwa finansowego i kredytowego oraz zakłady ubezpieczeń w sposób tradycyjny i przez Internet w 2005 r.	224
Wykres B2.3.2-21. Świadczenie usług ubezpieczeniowych przez Internet w odniesieniu do zakładów ubezpieczeń w 2005 r.	225
Wykres B2.3.2-22. Usługi ubezpieczeniowe świadczone przez zakłady ubezpieczeń przez Internet w 2005 r. w podziale na działy	225
Wykres B2.3.2-23. Wnioski ubezpieczeniowe złożone do zakładów ubezpieczeń przez Internet przez klientów instytucjonalnych i indywidualnych w 2005 r.	227
Wykres B2.3.2-24. Średni procentowy udział poszczególnych rynków w łącznej wartości netto sprzedaży zakładów ubezpieczeń za pośrednictwem Internetu w 2005 r.	228
Wykres B2.3.2-25. Podział wartości sprzedaży przez Internet uzyskiwanej przez zakłady ubezpieczeń wg rodzaju rynku w 2005 r.	229
Wykres B2.3.2-26. Rodzaje usług świadczonych on-line	230
Wykres B2.3.2-27. Rodzaje ubezpieczeń możliwych do zakupu drogą elektroniczną w 2006r.	231
Wykres B2.3.2-28. Adresaci oferty sprzedaży usług drogą elektroniczną	232
Wykres B2.3.2-29. Plany dotyczące sprzedaży usług ubezpieczeniowych drogą elektroniczną w najbliższych 12 miesiącach (kategoria TAK) i rodzaje planowanych usług	233
Wykres B2.3.2-30. Znaczenie faktu świadczenia usług drogą elektroniczną dla osiągnięcia wymienionych korzyści (wagi dla kategorii: nieistotna, średnia, duża)	234
Wykres B2.3.2-31. Wpływ świadczenia usług ubezpieczeniowych drogą elektroniczną na wybrane elementy biznesowe	234
Wykres B2.3.2-32. Główne bariery w sprzedaży usług ubezpieczeniowych drogą elektroniczną (kategorie wpływu: niska, średnia, duża)	235
Wykres B2.3.3-1. Struktura domów maklerskich w Polsce w 2006 roku	239

Spis tabel, rysunków i wykresów

Wykres B2.3.3-2. Udział maklerskich rachunków internetowych w ogólnej liczbie rachunków	240
Wykres B2.3.3-3. Adresaci oferty elektronicznych biur maklerskich	244
Wykres B2.3.3-4. Kanały dostępu do elektronicznego rachunku maklerskiego ..	245
Wykres B2.3.3-5. Utrzymywanie strony internetowej przez domy maklerskie w Polsce w 2006 roku	249
Wykres B2.3.3-6. Kategorie informacji dotyczące domów maklerskich dostępnych na stronach WWW w 2006 r.	250
Wykres B2.3.3-7. Rodzaj informacji o domach maklerskich dostępnych na stronach WWW w 2006 r.	251
Wykres B2.3.3-8. Rodzaj informacji o domach maklerskich dostępnych na stronach WWW w 2006 r.	252
Wykres B 4.3 -1 Rodzaj łącza internetowego wykorzystywanego przez gminy ..	270
Wykres B 4.3 -2 Przepustowość łącza w urzędach gminnych.....	270

Instytut Logistyki i Magazynowania - rynkowo zorientowana jednostka badawczo-rozwojowa, działając jako centrum kompetencji w logistyce i e-gospodarce rozwija, wdraża i promuje nowoczesne rozwiązania w kluczowych procesach gospodarczych. Instytut realizuje prace badawcze-rozwojowe oraz profesjonalne usługi konsultingowe podnosząc efektywność funkcjonowania przedsiębiorstw i całych łańcuchów dostaw zgodnie z obecnymi na rynku trendami.

Oferta Instytutu obejmuje usługi w zakresie zarządzania łańcuchem dostaw oraz wszelkich aspektów logistyki przedsiębiorstw, magazynowania i dystrybucji. Ponadto adoptuje i wdraża międzynarodowe standardy w zakresie identyfikacji m.in. towarów, lokalizacji, jednostek logistycznych oraz promuje i wdraża nowoczesne rozwiązania dla biznesu w zakresie elektronicznej gospodarki.

Osiągnięcia lat ubiegłych stworzyły stabilne podstawy dla dynamicznego rozwoju działalności w kraju oraz w ramach europejskiej przestrzeni badawczej. Aktywna postawa na arenie europejskiej zaowocowała w ostatnich latach podpisaniem kilkunastu kontraktów na realizację prac badawczo-rozwojowych finansowanych z funduszy UE. Konsekwentnie rozwijane kompetencje w zakresie e-gospodarki zaskutkowały powierzeniem Instytutowi przez Ministerstwo Gospodarki roli głównego wykonawcy programu rządowego na lata 2003-2006 „*Tworzenie mechanizmów i struktur rozwoju handlu elektronicznego w Polsce*”.

Dużą wagę Instytut przywiązuje do upowszechniania pozyskanej wiedzy poprzez nowoczesne media w formie portali internetowych, platformę e-learningową i tradycyjnie poprzez książki, czasopisma i konferencje. Instytut umożliwia swoim partnerom dostęp do najnowszych rozwiązań z zakresu logistyki i e-gospodarki.

Instytut Logistyki i Magazynowania

ul. Estkowskiego 6

61-755 Poznań

Tel. +48/61/8504890

Fax: +48/61/8526376

www.ilim.poznan.pl



Instytut Logistyki i Magazynowania