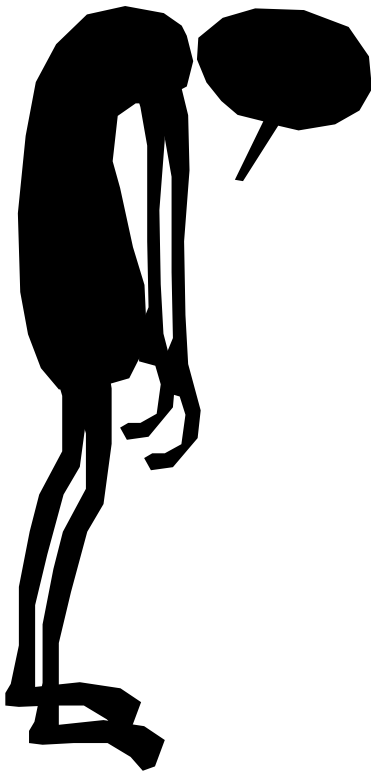


Biznes w Sieci



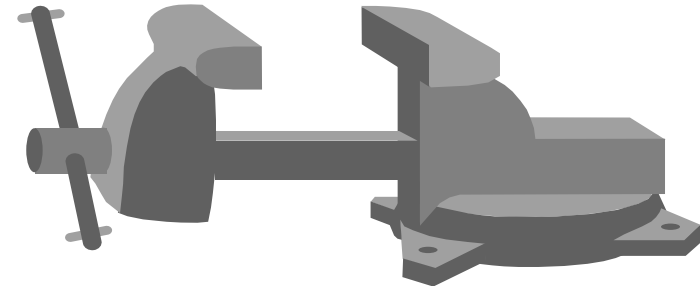
BIZNES W SIECI

**Motorem postępu
często bywa
lenistwo
lub pieniądze.**



**W przypadku sieci
mamy do czynienia
z jednym i z drugim.**

Gospodarka internetowa - warstwy



- **Narzędzia - Infrastruktura telekomunikacyjna** (ISP, producenci sprzętu),
- **Narzędzia - aplikacje** (oprogramowanie dla usług internetowych, np. szperacze, poczta, handel),
- **Pośrednicy, dystrybutorzy** usług i treści (portale),
- **Usługi, transakcje, komunikacja**, np.: handel, operacje bankowe, giełda, e-urzędy
- **Bezpieczeństwo** (*firewall, kryptografia*),

Uwarunkowania

50% wydatków na biznes = technologie informacyjne

- Today, purchases of computer hardware and software account for half of all capital spending by businesses.

Rola Internetu

Kupno wakacji	87
PC	80
Inwestycje, finansowe decyzje	73
Bilety kino/teatr	71
Dodatkowa edukacja	69
AGD	67
Komórka	66
TV, DVD	66
Dom	65
Samochód	63
Wybór szkoły dla dziecka	56
Lekarstwa	54
Medyczna pomoc innym	53

Uzależnienie firm od Internetu

- Szacuje się, że około milion firm na świecie zawdzięcza swoje wpływy w ponad 50% Internetowej ekonomii.
- Inwestycje na technologie komputerowe podnoszą produktywność od 3 do 5 razy.

Komercja - spoiwo aktywności medialnej, technologii, informacji

- Oczekiwanie na to, że „trzecia fala, która zaczyna podmywać struktury ery przemysłowej, otwiera fantastyczne możliwości odnowy społecznej i politycznej” wydaje się nazbyt optymistyczne i odnosi się tylko do stosunkowo niewielkiej części społeczeństwa – wszak tworzy ją zaledwie co szósty mieszkaniec Ziemi
- Mowa jest o tej części globalnej społeczności, która znajduje się lub znajdzie w najbliższym czasie po tej lepszej – „niewykluczonej” – stronie przepaści pomiędzy tymi, którzy potrafią, mogą i chcą korzystać z potencjału IT, a pozostałymi (większością), którzy (nie wszyscy) mają zaledwie uświadomione potrzeby w tym zakresie
- Owa przepaść zauważalna jest we wszelkich strefach geograficznych i branżach, także w nowych mediach, które choć tworzone są „z myślą o przeciętnym użytkowniku, są w działaniu i oferowanych możliwościach na tyle skomplikowane, iż tylko niektórzy potrafią z nich w pełni korzystać.
- Następuje zwiększanie różnic społecznych, w tym narastania różnic w stopniu poinformowania”

Spersonalizowane dobra

- w wirtualnym świecie mediów produkty informacyjne są niemal „szyte na miarę” i przesyłane elektronicznie bezpośrednio do odbiorcy. Następuje „odmasowienie środków przekazu”.
- Przykładami tego zjawiska są:
 - książki wydawane elektronicznie przez ich autorów (np. powieści S. Kinga),
 - Newslettery,
 - Podcasty,
 - Reklamy,
 - łatwość samodzielnego uruchamiania radiowych, a wkrótce telewizyjnych stacji nadawczych w Internecie.

„usieciowiona” ekonomia

- Jednym z podstawowych pryncypiów „sieciowej ekonomii” jest zasada nieustającego zwiększania wpływów.
- Wartość Sieci rośnie wraz z jej rozprzestrzenianiem się – Sieć dla dziesięciu osób stanowi większą wartość od Sieci dla dwóch osób.
- Wzrostowi Sieci (ponadnarodowej) nie towarzyszy konstruowanie stosownych regulacji

Dominacja silniejszych

- elektroniczny rynek doprowadzi do monopolizacji.
- Egzemplifikacją tego stanu jest rynek informacyjnego potencjału Sieci, w tym rynek mediów online, a w nim niespotykane w historii świata koncentracje w świecie biznesu medialnego.

Narzędzia, nie treści przejmują dominację w wirtualnym świecie

- Obecnie nadal informacja jest „królem”, ale koszt generowania nowych, oryginalnych informacji (doskonalenie istniejącego stanu) nie przynosi oczekiwanych zysków wobec ponoszonych nakładów.
- dobre zasoby informacyjne to tradycyjne zasoby, ale z nowymi narzędziami do ich udostępniania, przeglądania, wyszukiwania, także czasami do blokowania lub wręcz manipulowania.
- Precyzyjnie weryfikuje to rynek, a „konsument jest ostatecznym sądem”.
- Pogłębia się przepaść między tymi, którzy wiedzą i potrafią, a tymi, którzy nie nadążają z poznawaniem i wdrażaniem IT do codziennego życia.

Wymierne znaczenie Internetu we współczesnym życiu

- praktyczne zastosowania technologii informacyjnych wpłynęły na podniesienie średnio o 10% efektywności każdej przepracowanej godziny
- Świat coraz bardziej jest uwarunkowany stanem wykorzystania technologii informacyjnych nie tylko w sferze nauki, rozrywki, lecz przede wszystkim tam, gdzie mamy do czynienia z produkcją, przepływem pieniędzy i coraz większej masy towarów.
- Owe technologie czynią, że ludzkie wysiłki są bardziej produktywne
- IT tworzą nowe miejsca bardzo dobrze płatnej pracy, jednocześnie nieporównywalnie szybciej ograniczając zatrudnienie osób o słabszym przygotowaniu.

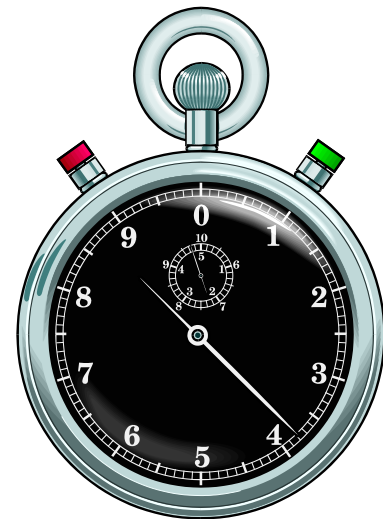
Zmiana modelu działalności komercyjnej wg Castelsa

- skalowalność (eliminacja ograniczeń geograficznych),
- interaktywność (łączność w ramach firmy, między producentem a klientem),
- elastyczność (nadzór i szybkie różnicowanie struktury firmy),
- zarządzanie marką (promocja marki),
- indywidualizacja (personalizacja) w sieciowym biznesie.

Dominacja komercji elektronicznej w relacjach między firmami

- B2B (*Business-to-Business*),
- B2C (*Business-to-Consumer*).
- ciągłe doskonalenie elektronicznego kanału łączności między firmami w zakresie poprawiania wzajemnych relacji oraz wzmocnienia łańcucha zaopatrzenia.
- powstają nowe globalne kanały sprzedaży i dystrybucji,
- następuje redukcja fizycznych zapasów, oszczędność kosztów produkcji, katalogów i ich dystrybucji.

„kompresja czasu”

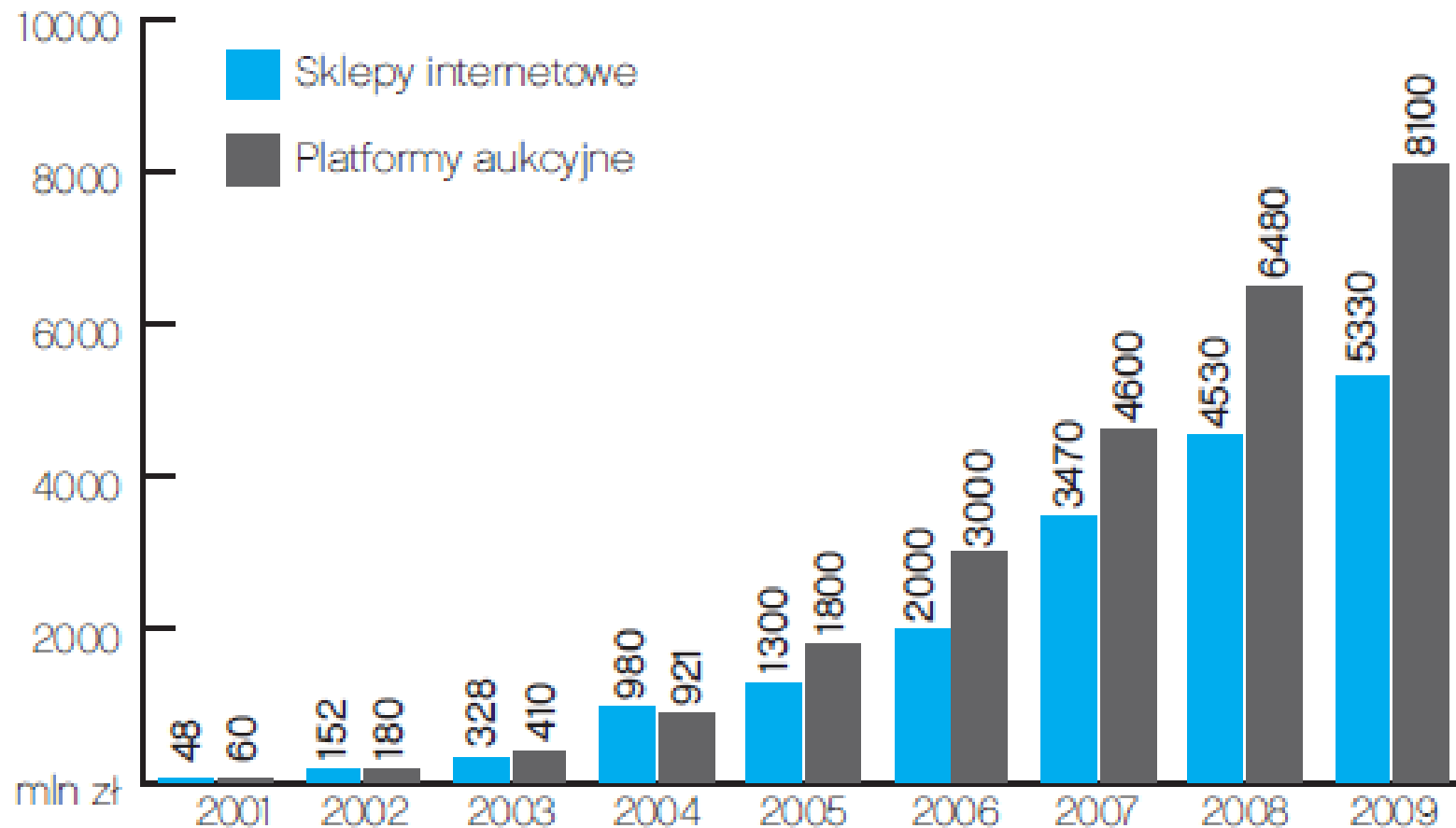


- Szybciej biegnie czas dla rynku,
- **Transakcja** - operacja polegająca na porozumieniu się dwóch lub większej liczby zainteresowanych stron za pośrednictwem Sieci.
- Przedmiotami owego porozumienia mogą być obrót pieniędzmi, sprzedaż, świadczenie usługi, także szukanie partnera lub inna forma wymiany informacji.
- **Personalizacja** - zbiór zabiegów i narzędzi umożliwiających sformalizowane, automatyczne wyróżnianie (indywidualne traktowanie) każdej osoby korzystającej z Sieci.

Rynek handlu elektronicznego

- W 2009 r. Polacy wydali na zakupy internetowe 13,43 mld zł.
Oznacza to wzrost o 22 proc. w stosunku do roku poprzedniego
(w 2008 r. była to kwota 11,01 mld zł, przyrost roczny +36,4 proc).

Wartość polskiego rynku e-commerce według SMB, dane w milionach złotych



Konstrukcja stron biznesowych

Misja stron biznesowych

- **Elektroniczna komercja (*E-commerce sites*).** Celami są: zwiększenie sprzedaży i zmniejszenie kosztów marketingowych. Za miary ich osiągnięcia najczęściej uznaje się wyniki pomiarów wielkości sprzedaży, liczby i cele wizyt na stronie (także trendy, satysfakcja klientów i inne).
- **Zawartość strony.** Decyduje ona o czytelności, poziomie zainteresowania, długości czasu spędzanego przez wizytujących na stronie. Ocenę tej składowej strony uzyskuje się poprzez pomiar długości czasu wizyt, ustalenie liczby przeglądanych stronic, liczby aktywnych i rezygnujących subskrybentów.
- **Wzbudzanie zainteresowania.** Celem jest zwiększenie zainteresowania stroną i wyróżnienie grup zainteresowanych jej treściami (czas spędzany na stronie, czytanie newsletterów, skorzystanie z kontaktu itp.).
- **Uniwersalność strony.** Polega na zwiększaniu satysfakcji konsumentów i zmniejszaniu angażowania administratorów strony.

Waga stron biznesowych

- Błędna aktywność informacyjna online może szybko obrócić się przeciw firmie.
- Najwyżej klasyfikowane są witryny będące własnością firm o wieloletnich tradycjach, a nie, jak można by oczekiwać, nowo powstałych, prężnych, nowoczesnych, dobrze się zapowiadających przedsiębiorstw.
- Zazwyczaj witryna – jej forma i zawarte w niej treści – odzwierciedla rzeczywistą kondycję firmy.
- Wraz z upływem czasu i krystalizowaniem się standardów konstrukcji stron następuje poprawa ich jakości, maleją różnice między firmowymi stronami w skali globalnej.

Składowe oceny podstawowych składowych firmowych witryn

- • dostępność lokalnego szperacza,
- • wygląd/czytelność, stosowany język,
- • dostępność (głównie czas odczytu),
- • nawigacja,
- • interaktywność (mail, subskrypcje, przypomnienia),
- • czas odpowiedzi na pytania online,
- • raporty funkcjonowania firmy,
- • kalendarz terminów związanych z branżą firmy,
- • informacje dla udziałowców,
- • ogólne informacje finansowe,
- • linki do związanych merytorycznie innych stron,
- • aktualność prezentowanych danych,
- • możliwość uzyskania formy do druku,
- • słownik stosowanych pojęć.

Najważniejsze elementy stron firmowych:

- **informacje adresowe** - adresy mailowe do kluczowych pracowników oraz adresy do powiązanych firm,
- **dane biznesowe o firmie** - historia firmy, misja, wizja, idea biznesu oraz dane finansowe

Podstawowe składowe jakości strony:

- techniczna jakość, na której ocenę składają się: rozmiar strony, złe (nieaktualne) linki, struktura strony, łatwość nawigowania (czas ładowania, głębokość stronic, procent złych stronic),
- jakość zarządzania stroną (ostatnia aktualizacja stronic, odwołania do nieistniejących stronic),
- użyteczność strony i architektura informacyjna (adresy, historyczne i bieżące informacje),
- dostępność (najlepiej gdy nazwa firmy jest w adresie WWW),
- nawigacja (łatwość znalezienia potrzebnych informacji liczona liczbą kliknięć),
- dynamiczna funkcjonalność (szczególne zapotrzebowania informacyjne inwestorów),
- dodatkowe informacje (dywidendy, płatności, prawo, rachunki i audyt), korporacyjna identyfikowalność (obraz firmy),
- mailowa skuteczność (odpowiedź – szybkość, format i treść).

Efektywna komunikacja

- 51 słów w modlitwie „Ojcze nasz”
- 50 słów w 10 Przykazaniach
- 232 słowa w preambule Konstytucji RP
- 2 890 słów w Ustawie o informacji publicznej

Ocena stron

- W: 4 Usługi....

Badania rynku internetowego

- NetTrack
- Alexa
- GemiusTraffic
- Google Analytics

Nieświadomi konsumenci bardziej zadowoleni ze swoich zakupów

Ignorant Customers Happier With Their Choices

Osoby, które mają mało informacji
o produkcie są bardziej
zadowolone z tego produktu
od osób, które mają więcej
informacji na jego temat –
„Blissful Ignorance Effect”

Dane poszukiwane w szperaczach przez liderów e-komercji

- Dane identyfikujące produkty i usługi poszukiwane przez konsumentów, które nie są oferowane
- Dane, które są oferowane ale konsumenci nie potrafią ich odszukać
- Trendy w identyfikacji, szczególnie u konkurencji:
- Słów stosowanych przez konsumentów dla promocji marki
- Identyfikowanie potrzeb konsumentów
- Ocena czy konsumenci uzyskują dostatecznie dużo informacji o ofercie
- Doskonalenie ofert – lepsza konwersja na większe zamówienia.

Problem zaufania do firm obecnych w Sieci

certyfiakat **Trust**, wydawany od 1996 roku przez organizację (Microsoft, Netscape, AOL, Excite, IBM i inni) o tej samej nazwie. Certyfiakat ten stanowi formę samokontroli w świecie online. Jest on potwierdzeniem wyniku ciągłej, regularnej weryfikacji przestrzegania zasad uczciwej obecności w Sieci.

Handel


[Katalog](#) [On Line Ordering](#) [Impega](#) [Usługi](#) [Jak zamówić](#)

Zaprenumeruj biuletyn!

KATALOG

Aktualności

Oferta

Serwis

Porady

O firmie

Tapety

Kontakt

Mapa serwisu

Lyreco zapewnia Ci szeroki wybór ponad 4.000 produktów, potrzebnych w każdym biurze.

Są to: [akcesoria komputerowe](#), [materiały eksploatacyjne do maszyn biurowych](#), [maszyny biurowe](#), [etykiety i znaki](#), [papier](#), [koperty i akcesoria do wysyłek](#), [zeszyty i bloki](#), [artykuły do pisania i korygowania](#), [akcesoria biurowe](#), [organizacja biura](#), [meble](#), [produkty konferencyjne](#), [prezentacja dokumentów](#), [archiwizacja](#), [żywność](#) i [artykuły higieniczne](#).

W naszej ofercie znajdziesz produkty znanych producentów, jak również produkty naszej prywatnej marki **IMPEGA**.

Nigdzie indziej, tylko u nas dzwoniąc do Centrum Obsługi Klienta możesz wziąć udział w wyjątkowych promocjach organizowanych tylko przez telefon. **Zadzwoń!**

Cały czas organizujemy również promocje, w których prezentujemy:

- nowości rynkowe,
- atrakcyjne zestawy, pakiety produktów po niższych cenach
- produkty z atrakcyjnymi prezentami



Pentel
wszystko do pisania!!!

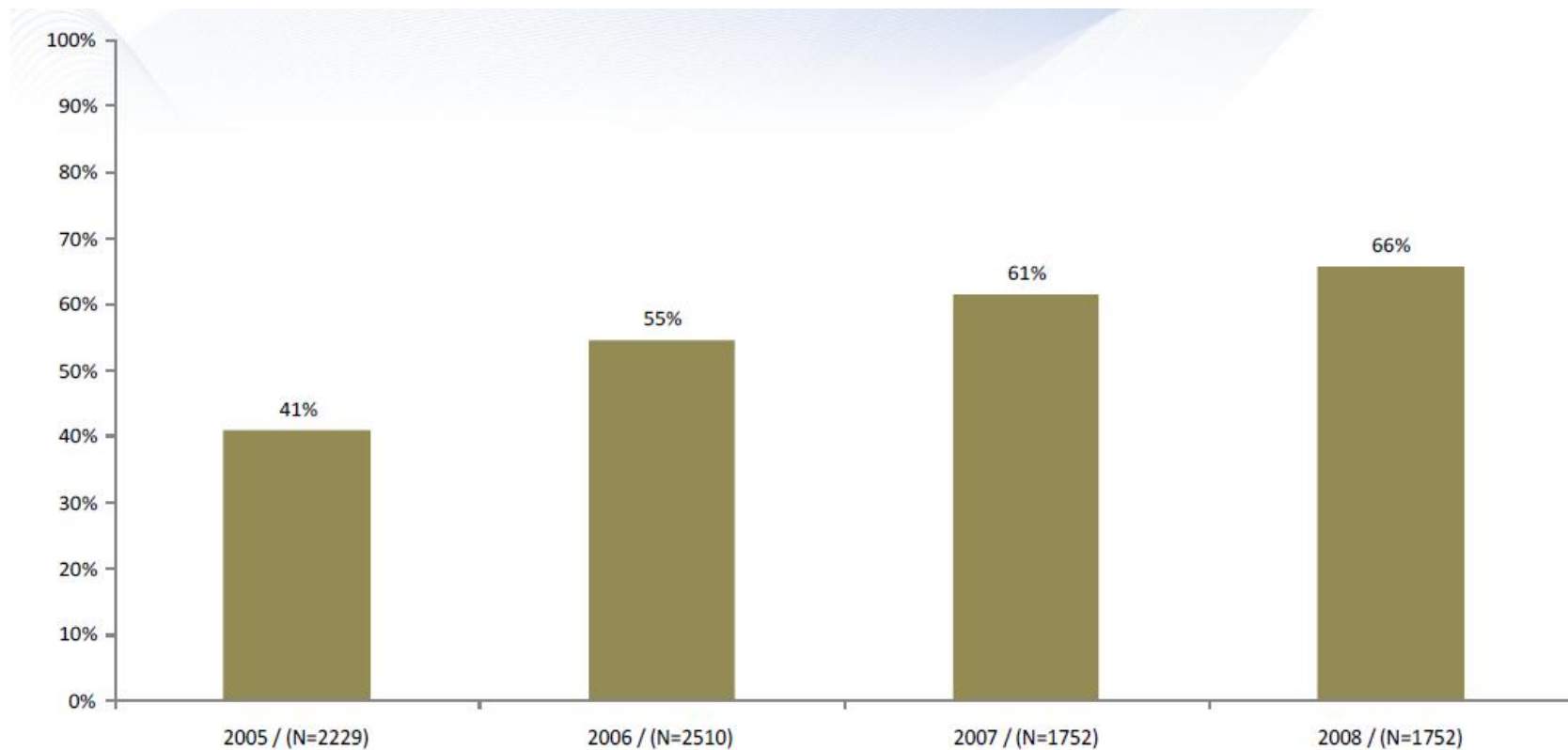
hp
invent

Więcej informacji na temat
współpracy LYRECO i HP

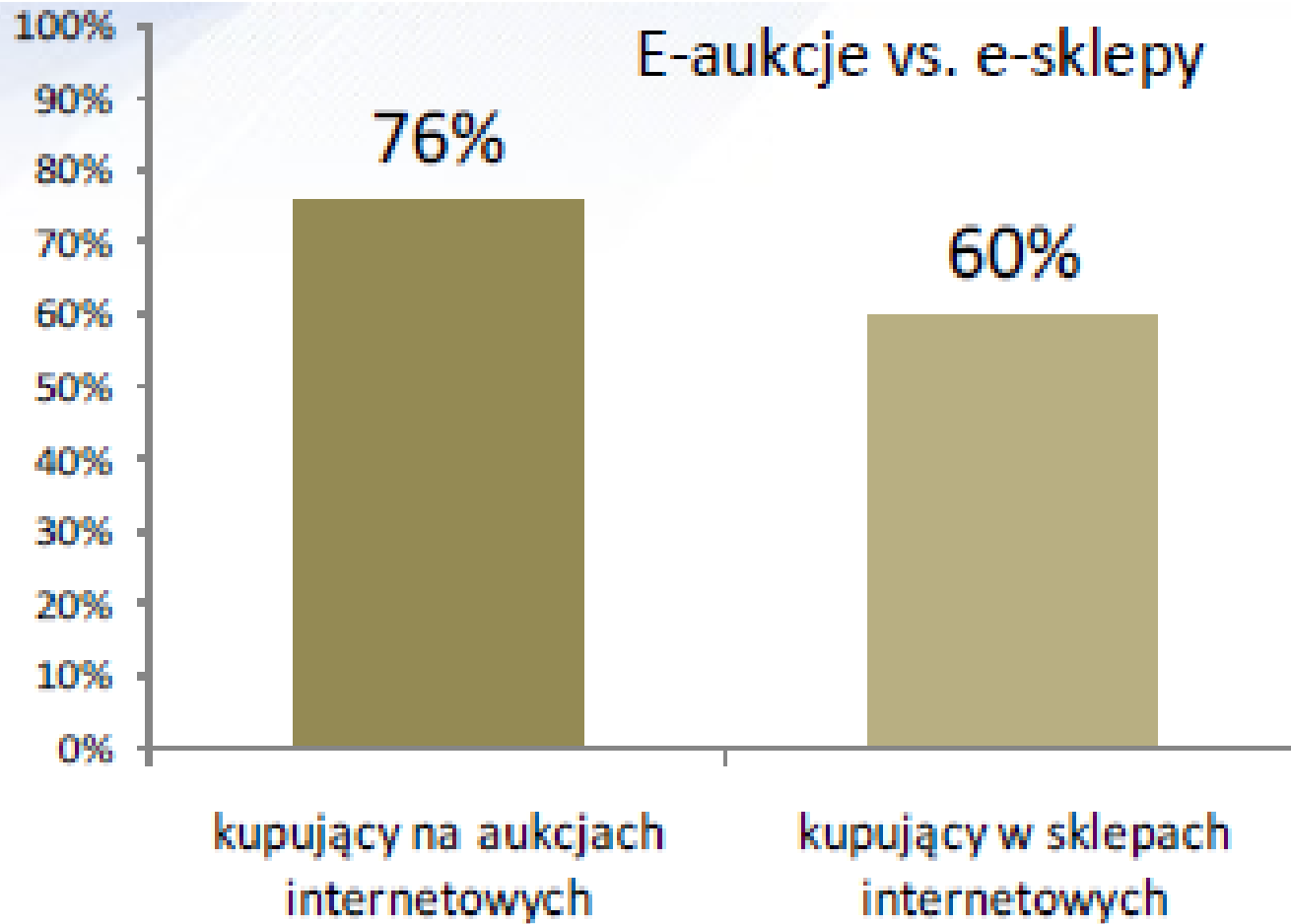


Kupowanie za pośrednictwem internetu

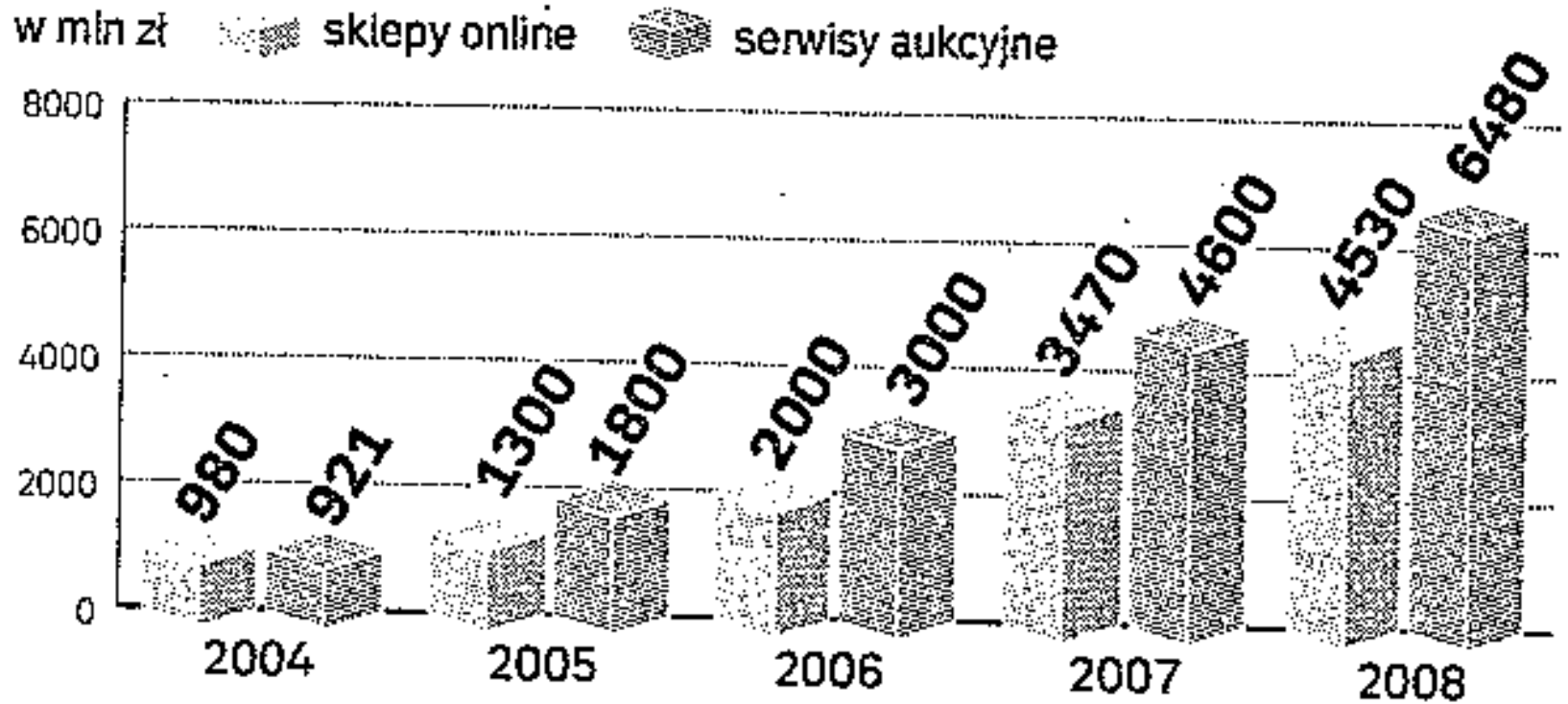
Czy kiedykolwiek robiłaś(eś) zakupy za pośrednictwem internetu?



E-aukcje vs. e-sklepy



Handel w Sieci



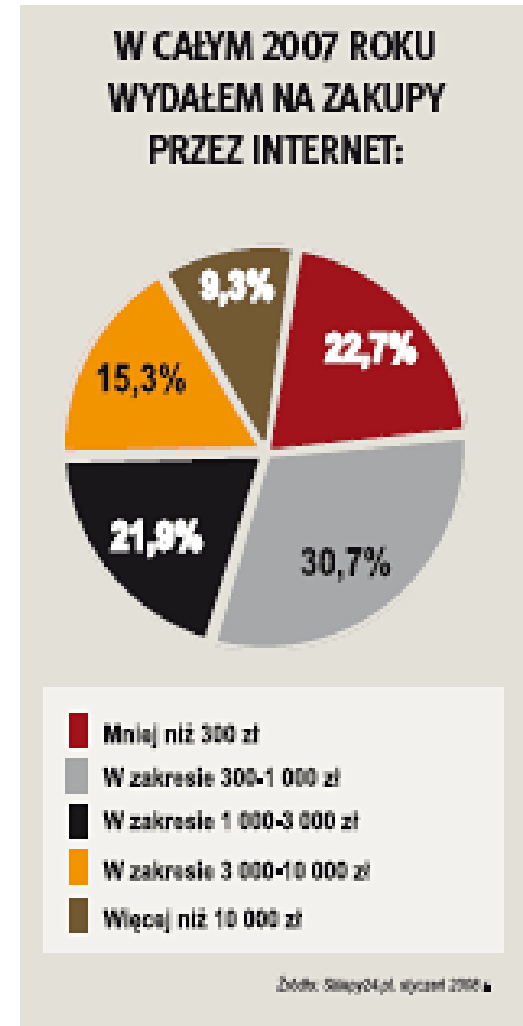
źródło: SMB

➔ **WARTOŚĆ POLSKIEGO RYNKU E-COMMERCE**

Za: Rzp, 2 IV.2009.

Wydatki online

- Trzej najwięksi gracze na polskim rynku e-commerce to Agito.pl, Komputronik.pl i Merlin.pl. Przychody dwóch pierwszych sklepów wzrosły w ubiegłym roku o ponad 100% i po raz pierwszy przekroczyły 100 mln zł.



E- zakupy PL

- 7 000 sklepów
- Opinie: sklepy 24.pl; www.opineo.pl
- Najlepsi:
- Komputronik
- Agito
- Morele
- 3kropki



Światowy handel w liczbach

Online Buyer Penetration among Internet Users Worldwide, by Region, October-November 2007 (% of respondents)



Note: n=26,312 ages 15+
Source: The Nielsen Company, "Global Online Survey" as cited in press release, January 28, 2008

091865

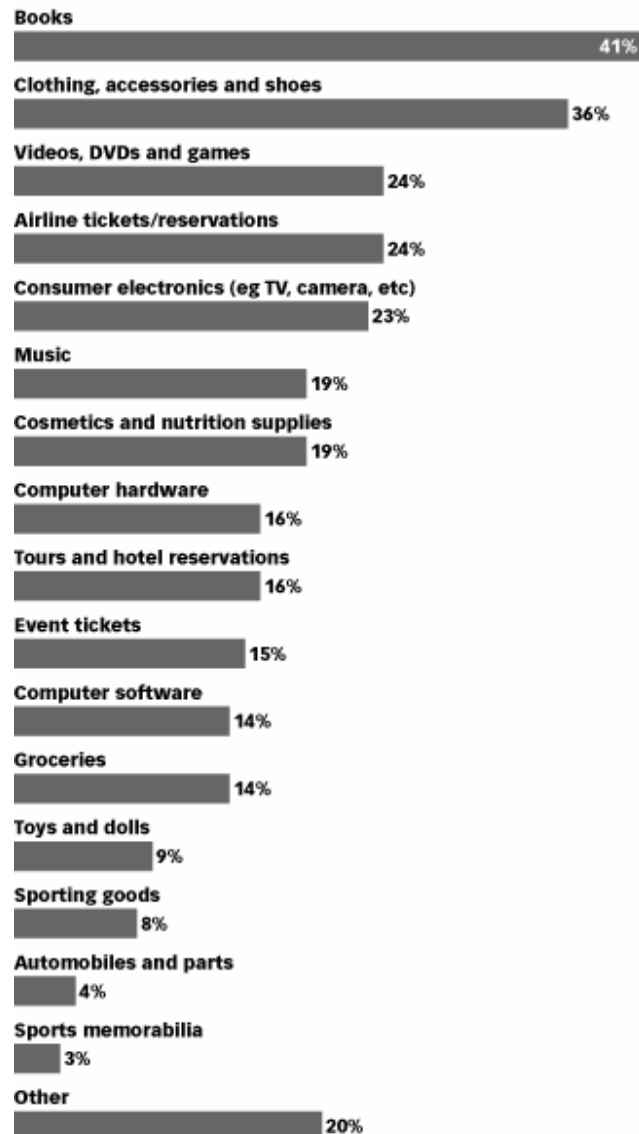
www.eMarketer.com

World's Web Users Are Shopping Online

FEBRUARY 1, 2008, eMarketer

E-commerce infrastructure still building.

Products Purchased by Online Buyers Worldwide in the Last Three Months, October-November 2007 (% of respondents)

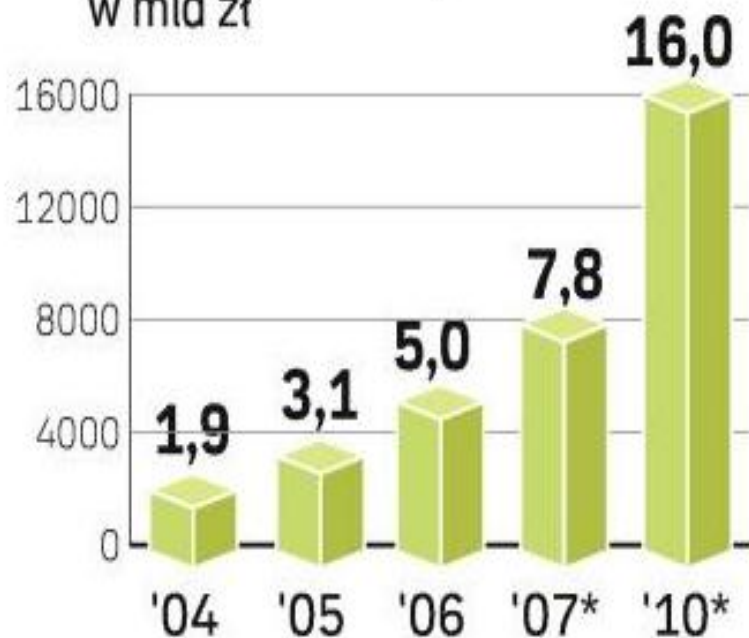


Note: ages 15+
Source: The Nielsen Company, "Global Online Survey" as cited in press release, January 28, 2008

091866

www.eMarketer.com

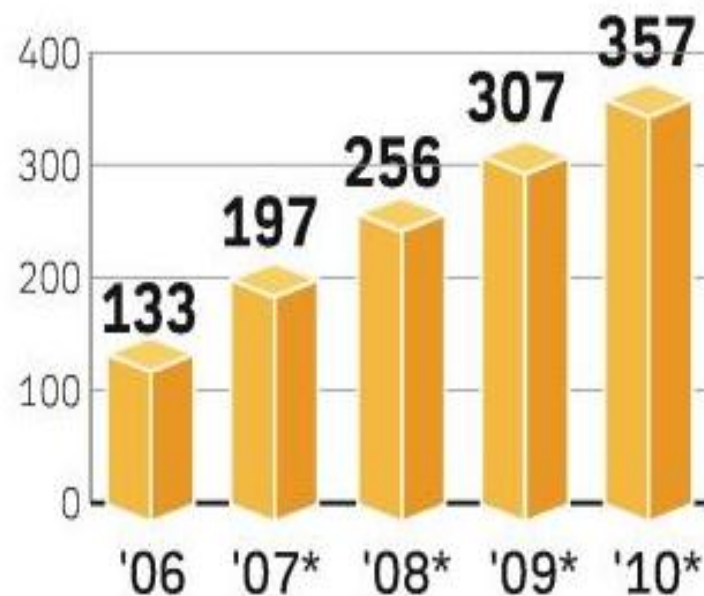
■ **Obroty internetowych sklepów i aukcji w Polsce w mld zł**



*prognoza

źródło: IAB, Gemius, Sklepy24

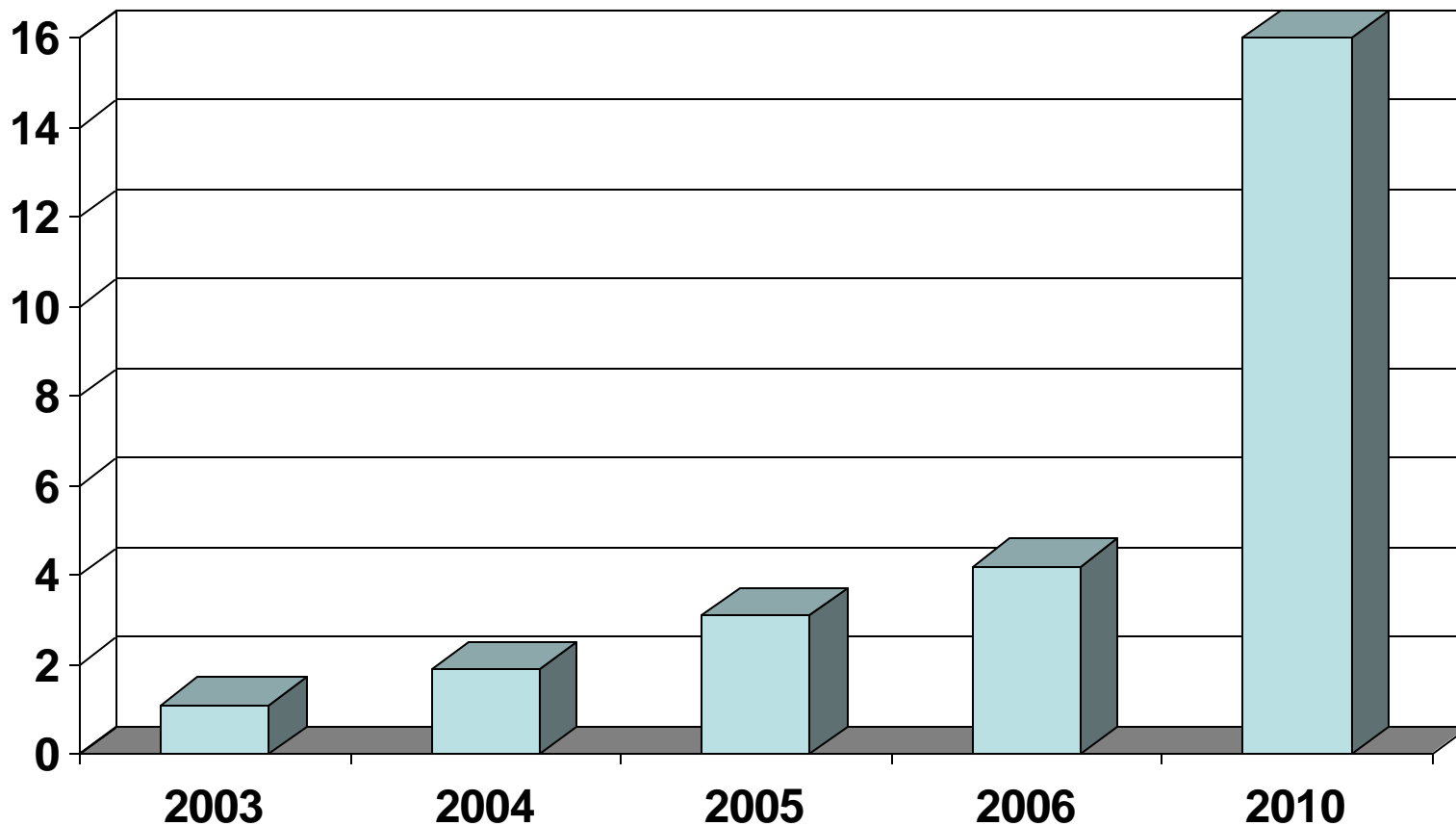
■ **E-handel detaliczny w Europie w mld dol.**



*prognoza

źródło: eMarketer

Handel w sieci .pl [mld zł]



Rzeczpospolita 28.II.2007.

B2C e-komercja w Europie

[mld, % wzrostu wobec poprzedniego roku]



Putting the 'E' in European Retail Sales, JULY 30, 2007, eMarketer, European B2C e-commerce is growing in waves.

Virtual Goods* Revenues Worldwide, 2008-2013 (millions and % change)

2008	\$1,325
2009	\$2,219 (67%)
2010	\$3,107 (40%)
2011	\$4,070 (31%)
2012	\$5,047 (24%)
2013	\$6,006 (19%)

*Note: *digital creations of some object that can be used to enhance one's online presence through style, function or self-expression*

Source: Piper Jaffray, "Pay to Play: Paid Internet Services," July 13, 2009

105947

www.eMarketer.com

Virtual Goods Mean Real Dollars

AUGUST 13, 2009

Is your avatar a big spender?

Personalizacja - efektywne wykorzystanie informacji o klientach

- **ile płać** za kupowane produkty online,
- ocena informacji demograficznych, miejsca zamieszkania, sytuacji rodzinnej, poziomu wykształcenia, poziomu dochodu klienta,
- **zachowania najlepszych klientów w Sieci** – czy wykorzystują stronę twojej firmy, jak znaleźli jej adres i adresy innych odwiedzanych stron, tytuły czytanych gazet i nazwy słuchanych stacji radiowych,
- **najczęściej kupowane produkty** przez najlepszych klientów i stosowna modyfikacja własnej oferty,
- **różnice między najlepszymi klientami a pozostałymi** – jakie są różnice w ich opisie, zachowaniach i kupowanych przez nich produktach,
- **identyfikacja najgorszych klientów** i ocena kosztów ich obsługi.

Efekt personalizacji 1/2

- Niemal połowa kupujących, chętniej robi zakupy w sklepach udzielających personalnych rekomendacji.
- Jest korelacja pomiędzy wielkością wydatków i oczekiwaniami personalizacji – większe wydatki – pełniejsza personalizacja.

Efekt personalizacji 2/2

- 56% konsumentów wraca do sklepu, który dostarcza spersonalizowane informacje o swoich usługach.
- 71% dużo wydających chętniej wraca do spersonalizowanych stron niż nie spersonalizowanych

Geolokalizacja

- Facebook Places
- Usługa geolokalizacji – znaczące narzędzie dla małego biznesu, szczególnie zależnego od ruchu klientów (restauracje, sklepy, bary)

Bądź w kontakcie ze znajomymi zameldowanymi w pobliżu



„Idę ulicą!”

Już nigdy nie stracisz okazji, by nawiązać kontakt, będąc w danej chwili w tej samej lokalizacji.

- 📍 Przeglądaj zmiany statusów znajomych, którzy zameldowali się w pobliżu.
- 📍 Po zameldowaniu się kliknij opcję „Teraz tutaj”, aby zobaczyć, kto jeszcze jest tu zameldowany.

Trójwymiarowy obraz sklepów

- 3-D spacery po ulicach i wewnątrz sklepów
- EveryScape (www.everyscape.com)



Komórki - zakupy

- ScanLife – technologia skanowania komórką kodu paskowego by uzyskać informacje, porównać ceny (RedLaser) lub (przez okno) skanować i zamówić towar
- Presence – usługa (IBM), za zgodą klienta, śledzenia zachowań w sklepie i onlinowego doradztwa w zakupach (co, gdzie)

Informacyjne zasoby sieciowe w handlu

- Ponad połowa internautów dokonując zakupów w tradycyjny sposób, wcześniej sprawdza przedmiot zakupu online.
- Najczęściej konsumenci decydują się na zakupy online ze względu na oszczędności czasu i pieniędzy, a także z uwagi na większą niż w tradycyjnych sklepach możliwość wyboru poszukiwanego towaru i dostępność informacji.
- Ważnym czynnikiem w wyborze e-sklepu jest jego nazwa, marka, która często jest uosabiana z zaufaniem.

Propozycja European Commission (27 państw)

- Sklepy online w ramach Unii
- Informacja dostępna przed sprzedażą,
- Gwarantowana dostawa 30 dni
- 14 dniowy okres możliwości zwrotu
- Zwrot kosztów w okresie 7 dni, jeśli towar nie zostanie dostarczony
- Na 150 milionów kupujących Europejczyków online co 15 kupuje poza granicami swojego kraju.

Gra ceną

- Wędrówki w wirtualnym świecie najczęściej odbywają się samotnie.
- Dokonywane tam zakupy są realizowane bez udziału osób trzecich.
- Kupujący w Sieci w zdecydowanej części nie wymieniają się poglądami na temat produktów i cen.
- „różne ceny za ten sam towar” – klient płaci proporcjonalnie do tego, ile wart jest dla niego towar, w tym także informacje.
- Dzięki temu zróżnicowaniu uzyskano znacznie lepsze kontakty z klientami oraz wzrost dochodów niemal o połowę.

Co jest ważne w decyzji o kupnie online?

- 81% - możliwość dokonania zakupu w dowolnym czasie
- 77% - oszczędność czasu
- 61% - porównywanie sklepów
- 56% - łatwe odnajdowanie towarów
- 46% - cena produktów decyduje o zakupie online, nie w sklepie
- 24% - niskie koszty wysyłki

Składowe skuteczności funkcjonowania e-sklepów

- jak najdokładniejsze spełnianie oczekiwań konsumentów,
- troska w łagodzeniu nieuniknionej utraty bezpośredniego kontaktu kupującego z osobą sprzedającą (głos, wyraz twarzy, tzw. język ciała),
- Następuje „humanizacja elektronicznego handlu”.

Uczciwość w Sieci

- Pomoc wyłącznie dla konsumentów kupujących na terenie Unii Europejskiej
- Kupujący w USA robią to na własną odpowiedzialność

Rekompensata ułomności wirtualnego świata

- duży wybór towarów, konkurencyjne ceny i wygoda robienia zakupów,
- pogawędki online – kupującego z przedstawicielem odwiedzanego sklepu – podobnie jak ma to miejsce w kawiarence online,
- operator obserwując zachowania (sposób wędrówki) klienta po e-sklepie, podpowiada mu skuteczny sposób wyszukania i zakupienia określonego towaru.

Rola młodych pokoleń

dla których korzystanie z Internetu jest naturalne. Dla nich jest to medium codziennego funkcjonowania – od pracy przez rozrywkę do wykonywania części czynności, także związanych z komercją w Sieci, a zwłaszcza z handlem.

Spełnianie przez e-sklep oczekiwań klienta

- tworzenie profili klienta – opisów jego wędrowek po wirtualnym sklepie, preferencji, zadawanych przez niego wcześniej pytań i dokonanych zakupów,
- stworzenie atmosfery specjalnego, indywidualnego traktowania klienta.
- najczęstszą przyczyną szybkiego opuszczania wirtualnego sklepu i nie wracania do niego jest nieumiejętne spełnianie oczekiwań klienta,

Inwestorzy - ocena firm handlowych w Internecie

- waga dwóch czynników:
 - zyski, jakie przynosi strona e-sklepu,
 - liczba wizytujących ją internautów,
- mniej istotny jest czas, jaki spędzają na stronie odwiedzający ją klienci.

Podstawowe funkcje wirtualnego sklepu

- śledzenie zamówień,
- kontrolowanie zwróconych produktów,
- analiza zachowań kupujących,
- zarządzanie wirtualną przestrzenią sklepu i jego wyglądem,
- bezpieczna obsługi płatności.

Kupujący w e-sklepach najbardziej doceniają dostępne informacje

- cena produktu (dla 93% badanych),
- wygląd produktu (85%),
- właściwości produktu (78%),
- warunki gwarancji (58%),
- producent (43%).

Wyrafinowana sprzedaż

- wirtualne przymierzanie. Służy temu laserowy opis sylwetki osoby na podstawie przesłanego zdjęcia – w efekcie można zamawiać online szycie ubrań na miarę.
- Dopasowywanie kosmetyków do swojej twarzy, oglądając przewidywane skutki stosowania kosmetyków/gadżetów na wcześniej przesłanym do sklepu obrazie własnej twarzy/głowy.
- Klienci elektronicznych sklepów oczekują jak najlepszej jakości zdjęć oferowanych towarów – porównywalnych z tymi, jakie są zamieszczane w katalogach.

Zasady sprzedaży online

- najlepsza technologia nie czyni sprzedaży
- konsument jest śledzony/identyfikowany jak nigdy wcześniej
- profesjonalnie lub wcale
- tradycyjne zasady handlu funkcjonują także online
- sieć dla klienta jest przezroczysta – porównanie cen u konkurencji trwa chwilę
- należy pamiętać o ograniczeniach e-handlu
- wygoda i oszczędność czasu pozwalają podnieść cenę, ale tylko do pewnej granicy
- mail nadal jest potęgą
- personalizacja jest na początku drogi
- niezbędny jest dobry wewnętrzny szperacz e-sklepu

Źródło: James Maguire, *E-Commerce Best Practices: Ten Rules of the Road*, www.ecommerce-guide.com/solutions/advertising/article.php/3457431 [Jan. 11, 2005].

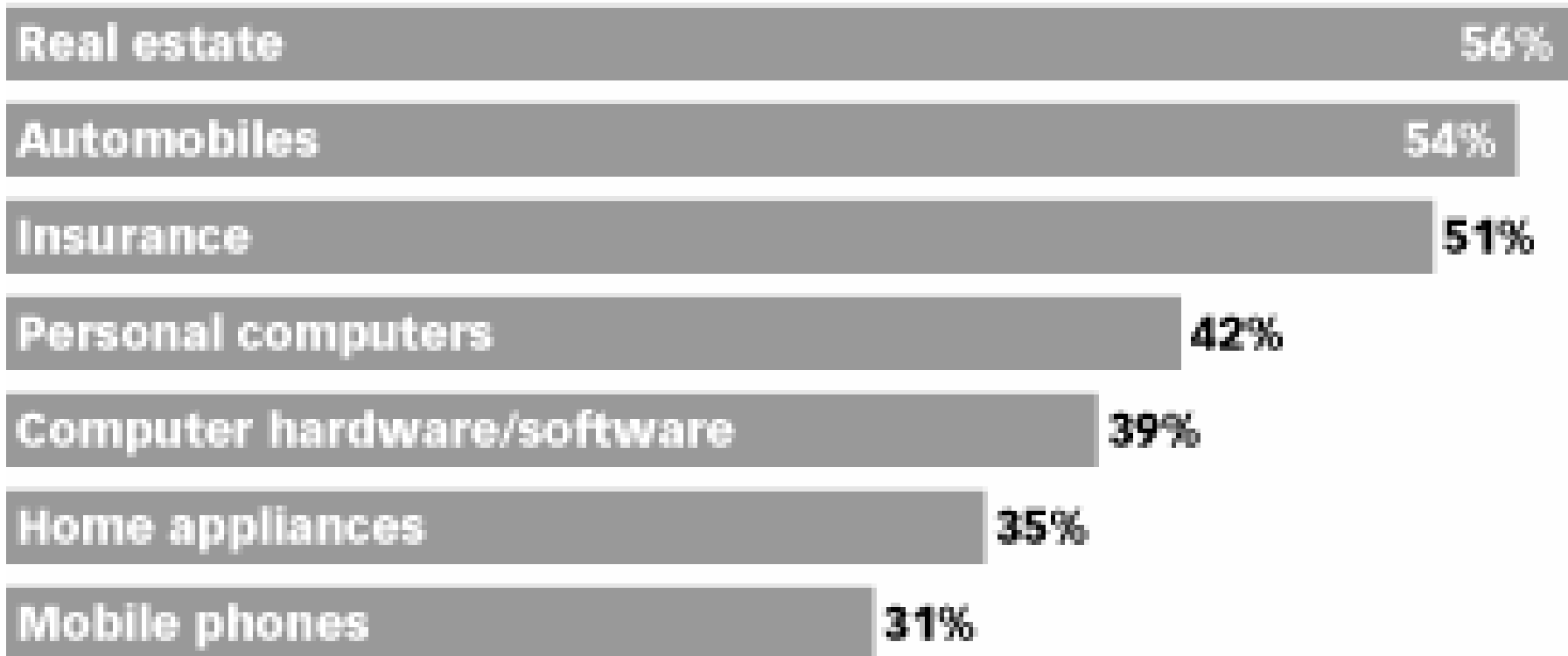
Wyróżniające się w Polsce portale handlowe

- Allegro
- Marketplanet
- i o wielokrotnie wyższych obrotach -
Warszawska Giełda Towarowa (WGT).
- Ponadto WGT jest miarodajnym źródłem informacji cenowej w Polsce. Najwięcej transakcji jest zawieranych tam na: zboża, mięso, masło, cukier, a także paliwa stałe, paliwa płynne, stal oraz inne surowce i niektóre produkty sektora walutowego.

Przeszkody w korzystaniu z zakupów w Sieci

ograniczony okres trwałości kupowanego
produktu i jego transport

Kupujący online chcą ludzkiej pomocnej ręki w:



Source: IMshopping survey conducted by Harris Interactive as cited in press release, August 25, 2009

Zakupy grupowe w Sieci

Oferowane zniżki wahają się od 50 do 80. a nawet 90 procent

- CitySniper - www.citysniper.pl
- FastDeal - www.fastdeal.pl
- Groupon - www.groupon.pl
- Gruper - www.gruper.pl
- Grupust - www.grupust.pl
- MyDeal - www.mydeal.pl

Groupon

- W 2010 liczba użytkowników serwisu wzrosła z 2 do 50 mln,
- na jego stronach udostępniono ponad 100 tys. ofert rabatowych 58 tys. firm,
- obecnie Groupon zatrudnia około 3 tys. pracowników.

Gry i erotyka

„Gra to maszyna, która może działać tylko wtedy, kiedy gracze zgodzą się przez jakiś czas występować w roli kukiełek”

- Uczestnicy gier, we własnej postaci lub jako wirtualne tożsamości, stają się po części marionetkami twórców tej formy zabawy.
- Niektóre z form gier wręcz wymuszają od ich uczestników tworzenie wirtualnych postaci (wirtualne tożsamości w aplikacjach typu MUD),
- Problem rozdwojenia osobowości doktora Jekylla i pana Hyde’a nabiera nowego, wirtualnego wymiaru w wyniku brutalności gier – bardzo zbliżonego do oryginału dzieła Roberta Stevenson.

Gry - J. Naisbitt: „technologie nie są neutralne”

- technologie mają wpływ na graczy – zwłaszcza dzieci.
- Ogromna siła perswazyjna gier komputerowych, o bardzo obiecujących możliwościach ich wykorzystania, np. w dystrybucji reklam oraz określonych informacji.
- Z drugiej strony wydają się nieopacznie otwartą puszką Pandory.
- Dowodzą tego tragedie, gdy dzieci mordują swoich rówieśników, strzelając do nich jak do figur pojawiających się podczas gry na ekranie komputera.

Gry

- Gry komputerowe stają się coraz bardziej zauważalnym medium informacyjnym wirtualnego świata.
- stają się nadzwyczaj skutecznym środkiem komunikacji jednostronnej, wcześniej zarezerwowanej dla mediów tradycyjnych.
- Grający poświęcają setki, nawet tysiące godzin na tę formę rozrywki, która staje się ich stylem życia, a nawet formą uzależnienia (np. od gier: *Worldcraft, Arkadia*).

Gry komputerowe "video gamer"

- Szeroki zakres platform i typów – PC, konsole, komórki i inne urządzenia
- Rynek gier onlinowych - fragmentacja.
- PC – podstawowa (90%) platforma gier online. 25% konsole i 3% komórki.

Online Gaming Platforms Used by US Online Gamers, 2008 (% of respondents)



Source: The NPD Group, "Online Gaming 2008" as cited in press release, April 2, 2008

093749

www.eMarketer.com

eMarketer, Video Gaming Audience Is Fragmented

APRIL 4, 2008

Diverse consumption patterns and different access devices, just like TV and the Web

Gry w mediach online

- Trion World Network – wspólna firma (Bertelsmann, NBC i [Time Warner](#)) produkująca multiplayer games granych online.
- Powód – gry skutecznie zwiększają liczbę czytelników
- *“People are spending a shocking amount of time in the multiplayer gaming world. That time is coming out of the hide of other media,” “We have to not only understand this phenomenon but maybe be a participant in it.”*

Hazard online

20 mld USD w 2008

- Karaiby: Sportingbed, Intertops, Microgaming, Starnet.
- W Polsce podatek – 45% od wygranej, Antigua i Barbuda – 3%

Komercja gier online

- Po dwóch latach World of Warcraft, generuje rocznie (2006) \$1 miliard wpływów
- 7 milionów subskrybentów
- Najbardziej lukratywne media rozrywkowe w ich historii
- Inne: EverQuest II, Star Wars: Galaxies

Wirtualne dobra

- W 2011 roku wielbiciele gier nabędą wirtualne przedmioty za ponad siedem miliardów dolarów.
- W roku 2007 kwota ta była mniejsza o przeszło dwa miliardy dolarów.
- 2015 – wirtualne przedmioty = 14 mld USD
- Statystyczny nabywca wydaje na nie 92 USD rocznie

World of Warcraft w liczbach

- 2009 - „World of Warcraft” 12 milionów graczy.
- 220 dolarów kosztuje postać na 80 poziomie, najdroższe kosztują nawet 3 tys. dolarów.
- 14 dolarów kosztuje PDF z instrukcjami,
- Za tysiąc sztuk złota płaci się na polskich aukcjach od 8 do 16 zł. W Europie kurs wynosi 3-5 euro, w Ameryce nawet 20 dolarów.
- Handel wirtualnym złotem w WOW wart nawet 10 mld dolarów rocznie.

Dwaj nastolatkowie

- z Littleton, naśladowując grę w Doom'a, dokonali masakry – zabili kilkunastu swoich kolegów. Użyty przez nich arsenał wyglądał jak skopiowany z podręcznika gry.
- Czternastolatek z Paducah oddał osiem strzałów „do ośmiorga różnych dzieci – pięcioro z nich zostało trafionych w głowę, pozostałych troje w górną część tułowia”. Lista naśladowców wśród młodych graczy szybko się powiększa.

Te zatrważające dramaty nie przeszkadzają

- by równocześnie ukazywały się reklamy; np. w piśmie „Next generation” reklama skierowana do dzieci od 13 lat „pokazuje nogi chłopca od kolan w dół, w tenisówkach i dżinsach, przy boku lufę strzelby, u stóp zaś dwóch martwych kolegów z klasy. Podpis głosił: To coś w sam raz dla ciebie”
- Adresowane do dzieci gry wojskowe, w znacznym stopniu finansowane z podatków, zawierają następujące slogany: „Totalne unicestwienie, nowy krajobraz wojny”, „Zapach napalmu”, „Wszystko jak w prawdziwej armii, z wyjątkiem syfilisu”.
- W znacznej części gry związane z przemocą wpajają graczom odporność na przemoc, kształtując pokolenie łączące przemoc z przyjemnością.

Komputerowi gracze – etos gier komputerowych inaczej?

- Uczy funkcjonowania w świecie cyfrowych strumieni informacyjnych
- Analiza danych i podejmowanie decyzji ma nowe znaczenie
- Popełnianie błędów staje się normą
- Grający jest bohaterem
- Nauka odbywa się mniej formalnie

Gry - pozytywy

- gry dydaktyczne i strategiczne
- Dotychczas nie przeprowadzono badań, których wyniki wskazywałyby jednoznacznie na negatywny wpływ gier komputerowych.

Profil demograficzny rodziców i dziadków przypadkowo grających online - świat

Gender	
Male	21%
Female	79%
Age	
<18	1%
18-21	1%
22-29	3%
30-39	21%
40-49	31%
50-59	27%
60+	16%
Education	
High school or less	26%
Some college or trade	37%
College graduate	22%
Some post-graduate	5%
Master's degree	7%
Doctorate or professional degree	3%

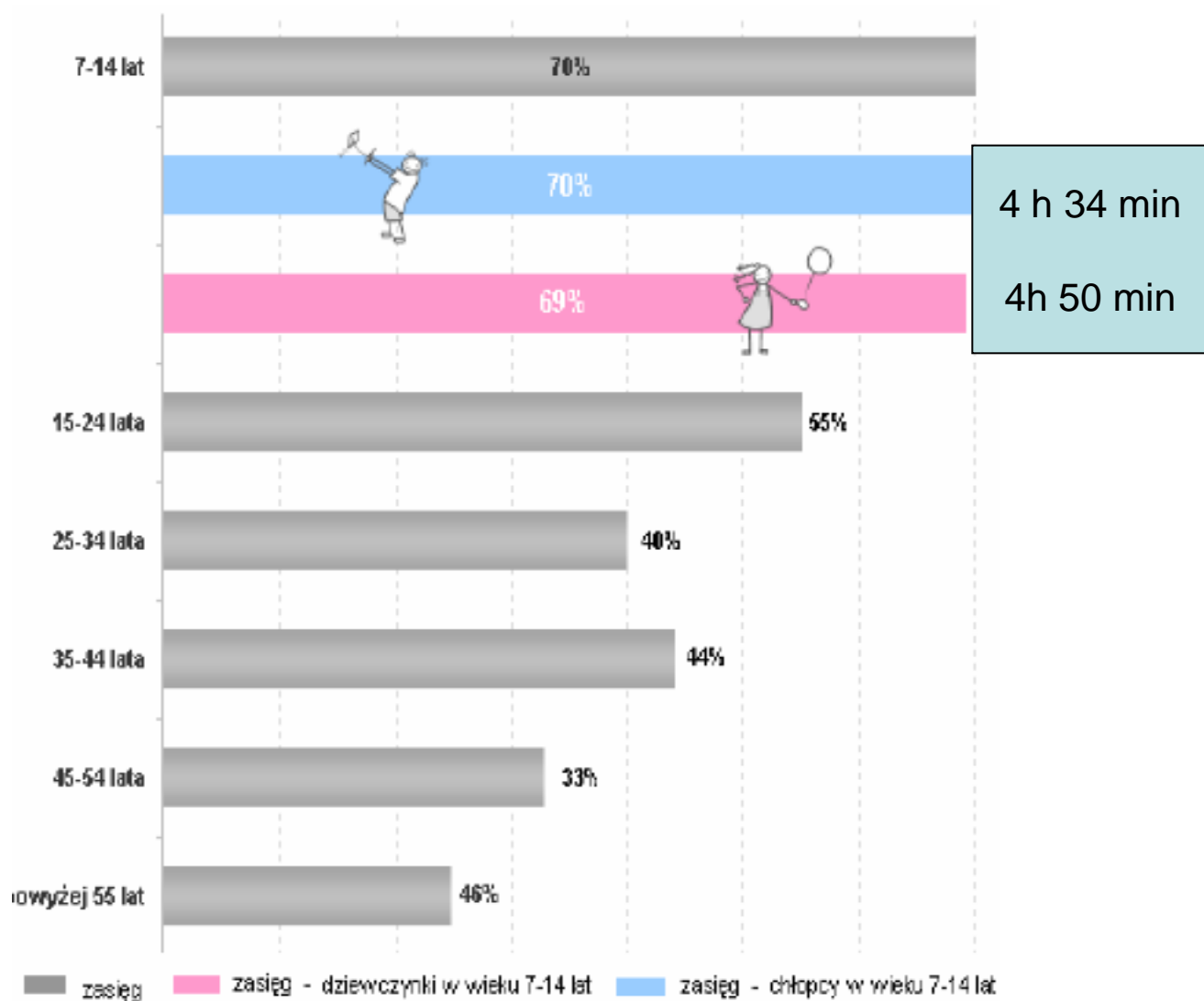
Casual Gamers Bring Family Along
SEPTEMBER 6, 2007, eMarketaer
"No dessert until you finish gaming, son."

Hazard online

- Początki - 1993 rok.
Aresztowanie (za nielegalne telefoniczne operacje związane z grami) Gary Kaplan'a - twórcy BetonSports
- Sporting Bet
- 888.com
- Ladbrokes
- PartyGaming
- Świat: 12 mld USD w tym 50% w USA (2500 stron)
- W 2003 EU 0,52% GDP, 0,69% USA



Granie online, za: Gemius VI.2007



Gry komputerowe

- 8.5 miliona osób gra płacąc średnio \$15 miesięcznie.
- Szczególnie szybko rosną wpływy z sektora: massively multiplayer online game (MMOG) - \$576 milionów w 2006 r. w USA ([Screen Digest](#)).

US In-Game Advertising Revenues, 2005-2010 (millions)

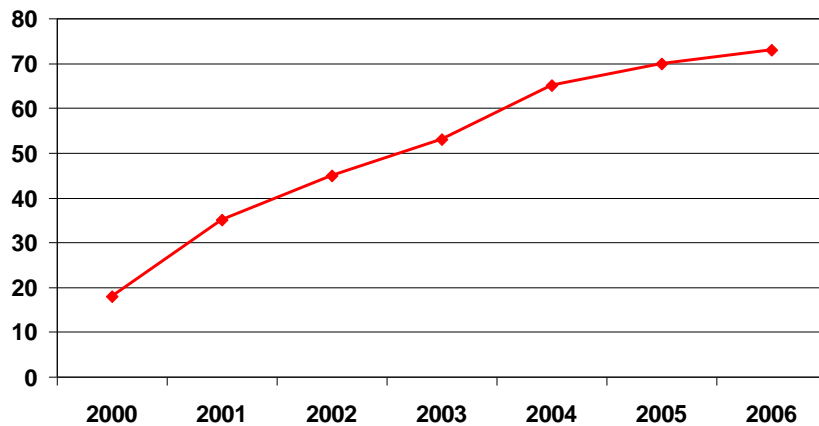


Note: compound annual growth rate (CAGR)=34.1%
Source: Oppenheimer & Co. Inc., International Data Corporation (IDC), Yankee Group and Parks Associates, January 2007

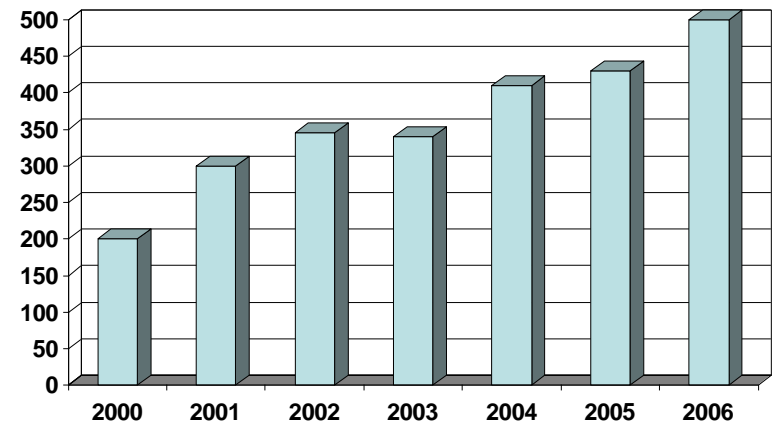
079977

www.eMarketer.com

Liczba państw uczestniczących w rozgrywkach



Pula nagród w finale [USDx1000]



Przykładowe ceny różnych wirtualnych dóbr na Allegro:

- 1000 sztuk złota w World of Warcraft – 230 zł
- Postać na 60 poziomie w WoW – 93 zł
- Bardzo dobry łuk w Lineage II – 400 zł
- Kompletna dobra zbroja w Lineage II – 100 zł
- Postać na 71 poziomie w Lineage II – 80 zł
- 1 000 000 sztuk złota w Lineage II – 1 zł

Przykładowe ceny różnych wirtualnych dóbr na *E-bay.com*:

- 1000 sztuk złota w World of Warcraft na europejskim serwerze – 58.99 euro
- 1000 sztuk złota w World of Warcraft na amerykańskim serwerze – 295 USD
- Postać powyżej 70 poziomu w Lineage II – 200-300 USD (w jednym z ogłoszeń 1100 USD!)

Światowe wydatki na reklamę w grach komputerowych



In-Game Ads Heat Up in UK MAY 7, 2007, eMarketer
Paul Verna - Senior Analyst

Branża gier komputerowych

Już w 2005 roku, przyniosła w USA niemal tyle dochodów co sprzedaż biletów do kin (8 do 9 mld USD) i więcej od wpływów wypożyczalni filmów (7 mld. USD)

Techniczne zaplecze

- jest sprzęt informatyczny, którym zazwyczaj dysponują gracze.
- Owo zaplecze to dobrej klasy komputery osobiste lub konsole gier komputerowych
- oraz szybkie łącza do Internetu.

Realizm gier

- Obraz, dźwięk, także wiatr i drżenie fotela



D-BOX GP-100



Turtle Beach's Ear Force HPA2

**Wii - Tennis, jazda rowerem
(cyberbike)**

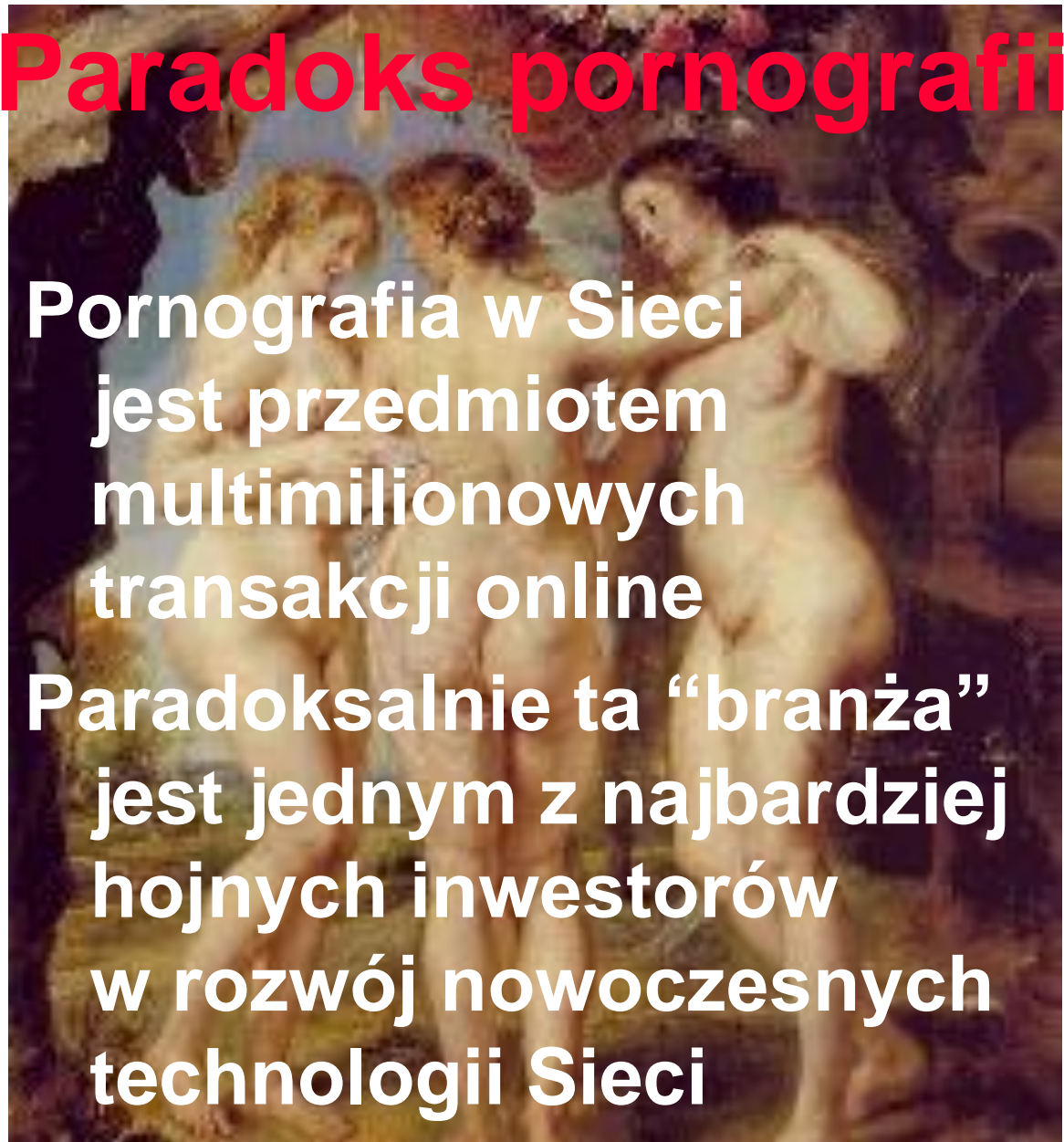


Rubens, Peter Paul
Andromeda

Paradoks pornografii

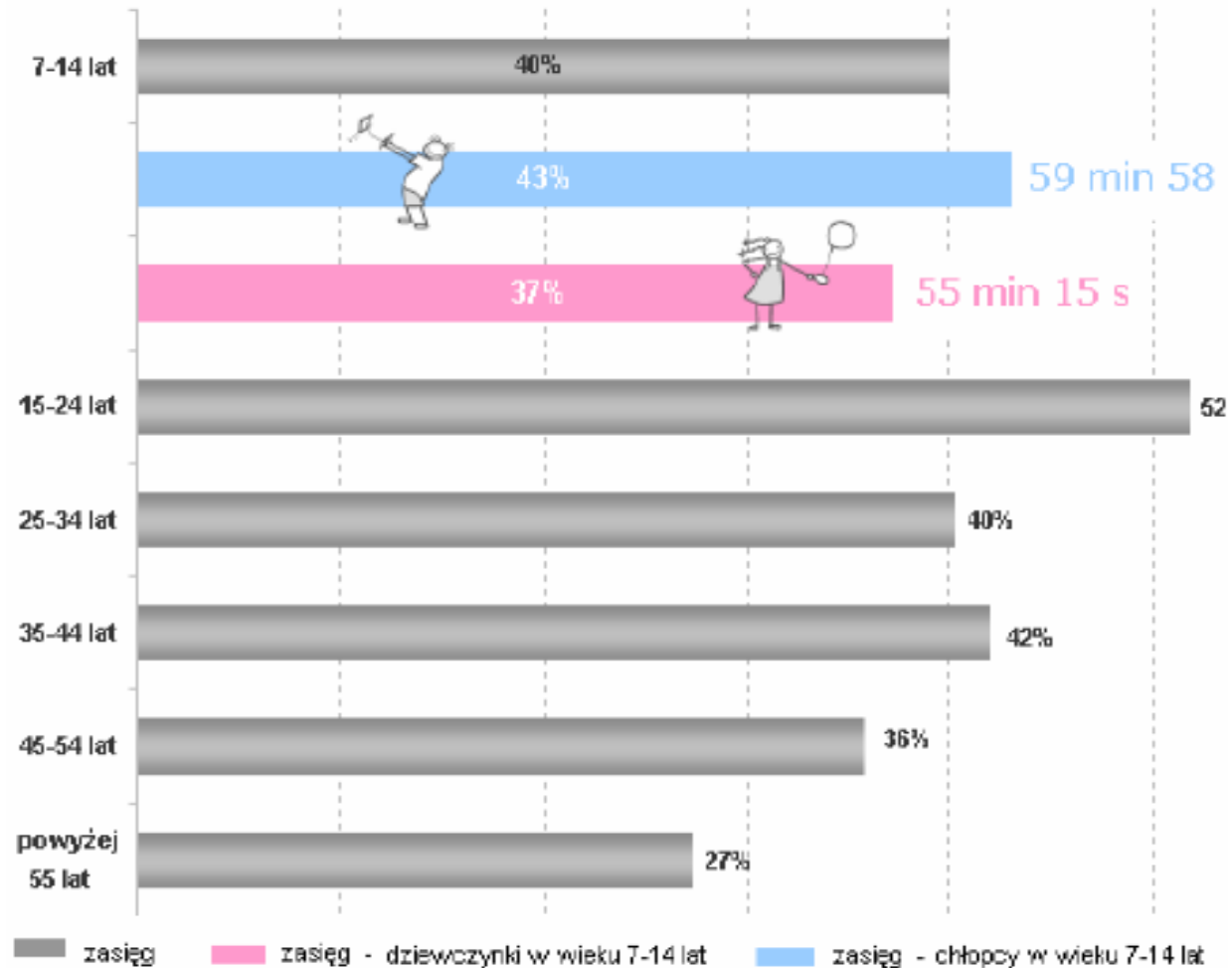
Pornografia w Sieci
jest przedmiotem
multimilionowych
transakcji online

Paradoksalnie ta “branża”
jest jednym z najbardziej
hojnych inwestorów
w rozwój nowoczesnych
technologii Sieci



Rubens, Peter Paul The Three Graces

Erotyka Pl, za: Gemius VI.2007



Internetowa branża erotyczna

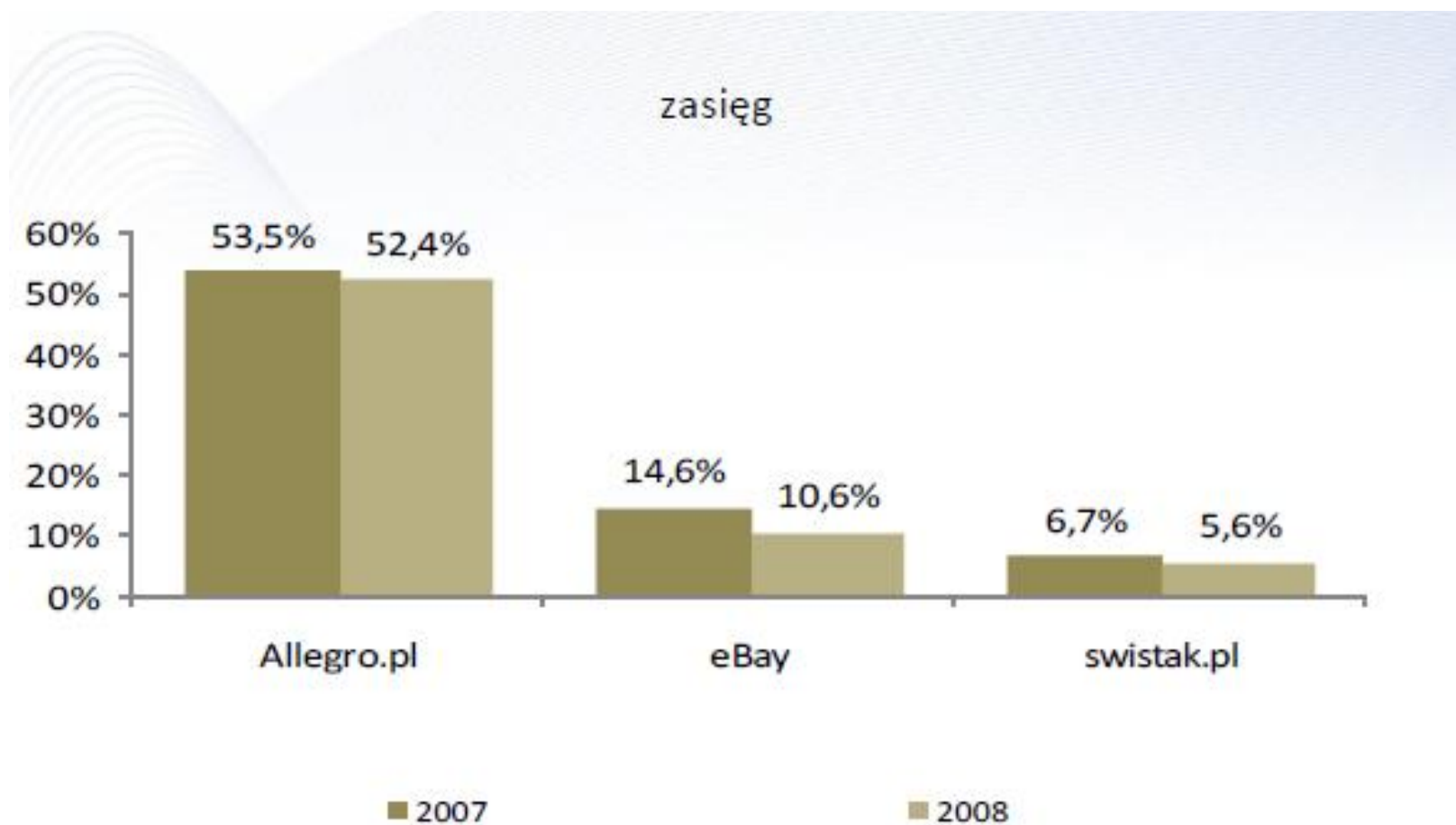
- 2006 – 5 mld USD
- Web 2.0 (na wzór YouTube, np.: YouPorn, PornTube)
- Najlepsze technologie

Aukcje, giełdy









Aukcje w Sieci

- jest to strona – „interaktywna tablica ogłoszeń/komis”, której lokalizacja nie ma znaczenia.
- O jej aktywności świadczy możliwość wprowadzania ciągłych aktualizacji, a także ciągłych, zdalnych – przez Sieć – transakcji kupna-sprzedaży.

Aukcje: zasięg, czas i liczba odstępów



Statystyki polskich serwisów aukcyjnych

L.p.	Serwis	Liczba aukcji ↑	Udział	Wykres	Aktualizacja
	(1) Allegro	↑ 7 258 299 (+20 203) (+0.28%)	91.05 %	Wykres	2009-03-21
	(2) Świstak	↑ 365 297 (+185) (+0.05%)	4.58 %	Wykres	2009-03-21
	(3) Subasta	● 194 849 (0) (0%)	2.44 %	Wykres	2009-03-21
	(4) eBay Poland	↑ 99 499 (+724) (+0.73%)	1.25 %	Wykres	2009-03-21
	(5) Kiermasz	↑ 42 878 (+7) (+0.02%)	0.54 %	Wykres	<i>2009-02-21</i>
	(6) Sprzedam	↑ 5 799 (+25) (+0.43%)	0.07 %	Wykres	2009-03-21
	(7) GoSale	↑ 4 389 (+43) (+0.98%)	0.06 %	Wykres	2009-03-21
	(8) Wszystko	● 995 (0) (0%)	0.01 %	Wykres	<i>2009-02-26</i>
	Suma	↑ 7 972 005 (+21 187) (+0.27%)	100%	Wykres	

eBay

- Dzieło Pierre Omidyara. Serwis ten od 1995 roku pośredniczy w sprzedaży/kupnie niemal wszystkiego, co można znaleźć podczas wędrówek po rzeczywistych sklepach i punktach usługowych.
- Ponadto znajduje się w nim wiele miejsc, gdzie zainteresowane osoby mogą się wymienić m.in. opiniami na temat przeprowadzanych transakcji.
- Z eBay'a korzysta sześć razy więcej internautów niż z największego rywala – Yahoo!
- W roku 2004 liczba oferowanych w nim towarów wzrosła z 19 mln do 25 mln. Na stronie rejestruje się codziennie 2–3 tys. nowych użytkowników.
- Dla niemal pół miliona osób eBay jest podstawowym źródłem zarobku – narzędziem pracy. Zauważalną tendencją zmian na tej aukcji jest rosnąca liczba związanych z nią sklepów o określonych cenach;

Pay- Pal i Skype

- nazwa firmy wykupionej w 2002 roku przez eBay'a i jednocześnie nazwa usługi – usługa polegająca na korzystaniu z pośredniego konta sprzedającego, na którym przetrzymuje się w depozycie wniesioną opłatę za towar do chwili potwierdzenia, że został on dostarczony kupującemu.
- eBay jako pierwszy wzbogacił swoją ofertę o możliwość prowadzenia rozmów telefonicznych via Internet z uczestnikami licytacji, łącznie z możliwością wzajemnego przesyłania materiałów wideo.
- eBay, dzięki wykorzystaniu funkcji Skype'a i PayPal'a stał się pionierem nowej strategii w Sieci – „**rynku konwersacyjnego**”.
- Wiarygodność strony eBay'a jest potwierdzona dwoma powszechnie akceptowanymi oznaczeniami, którym można ufać: TRUST i BBBOnline.

eBay wzorcem

- dla podobnych serwisów, także w Polsce, np. Allegro.pl (80% rynku aukcji w Polsce), Aukcje24.pl, Kiermasz.pl, Legano.pl, Polano.pl, Swistak.pl, Wszystko.pl, Vatera.pl i Xara.pl.
- Niemal wszystkie operacje związane z aukcją wyglądają podobnie, łącznie z płatnościami, które np. w Allegro wspomaga podobna do PayPal – usługa Escrow świadczona przez firmę PayU

Aukcje hazardowe

- Płatne licytacje
- Wygrywa jeden
- Wszyscy uczestnicy płacą, czy później wycofują się, tym więcej płacą
- uczestnicy przebijają oferty o drobną kwotę. Czas trwania aukcji (zazwyczaj od 30 sekund do 20 minut) liczony jest od nowa po każdym złożeniu oferty. Licytacja kończy się w razie braku kolejnych podbić.

Przykłady aukcji „za grosz”

- aukciamoda.pl,
- ww.dopnij.pl
- fruli.pl
- www.podbij.pl
- www.oliqoo.pl
- www.ustrzel.com
- www.taniepodbija nie.pl
- www.za10groszy.pl
- groszuj.pl
- klikomat.pl

Agenci

programowe twory zdolne samodzielnie
dokonać porównania cen w internetowych
sklepach

Agent komputerowy

- w 2001 roku IBM skonstruował, który – w zadanych ramach finansowych i czasowych – mógł samodzielnie grać na aukcjach, kupując towary po najkorzystniejszych cenach. Mimo iż narzędzie to jest nazywane „najgłupszym z graczy”, osiąga wyniki (licząc w czystej gotówce) ponad 10% lepsze od najlepszych graczy-ludzi.
- Agenci na pewno są szybsi od grających internautów i nie popełniają błędów (np. literówek) w chwili, gdy liczą się sekundy podczas przeprowadzania transakcji na internetowej giełdzie – często owa zaleta wystarcza.

Inni agenci

- **snip.pl** obsługujący Allegro i eBay'a. Automatyczne „strzelanie” – gratis 5 strzałów, następne po 60 groszy. „Snip to internetowy snajper aukcyjny. Pozwala śledzić aukcje w serwisach Allegro i eBay oraz automatycznie
- Inne znane snajpery aukcyjne to m.in.: eSnipe.com; AuctionSniper.com; EZ sniper., Asystent v3 (www.e-aukcje.pl).

Automatyczne handlowanie na giełdzie

- „autonomiczny agent handlowy”, „algorytmiczne handlowanie”, „**robo-trader**”.
- Robo-trader może samodzielnie podejmować decyzje o sprzedaży i kupowaniu akcji, zawsze ukrywając intencje klienta. Możliwe jest to między innymi dzięki stosowaniu zasady sprzedaży małych porcji akcji (“plasterki salami”), które są trudniejsze do zauważenia przez innych graczy i pozwalają poprawiać rezultaty gry na giełdzie.
- profesjonaliści podczas podejmowania decyzji biorą pod uwagę przeciętnie trzy, cztery zmienne, komputer – setki.
- komputerowi maklerzy uzyskują lepsze rezultaty od ludzi.

Cyfrowa muzyka

Cyfrowa muzyka

- Jedną z przełomowych technologii, jakie pozostawił wiek dwudziesty, jest cyfrowy zapis i elektroniczne wytwarzanie dźwięków.
- W latach dwudziestych i trzydziestych minionego wieku zbudowano pierwsze urządzenia do elektronicznego generowania dźwięków.

Światowa muzyka online

- Wzrost do \$2.9 mld w 2007 z \$2.1 mld w 2006 – 15%
- Spadek sprzedaży CD o 10% do \$17.6 mld,
- 2008 – z muzycznych e-sklepów pobrano 1,4 mld utworów, wzrost o 24% do 2007 roku (PcWorld maj 2009).
- Polskie sklepy: iplay.pl, OnetPlejer.

Wymiana DVD (moderowana)

- Np. **Peerflix**
- Kwestionariusze: „mam” i „poszukuję”
- Wymiana nie „osoba – osoba”, a „osoba – wszystkie oferty”
- Wspólny mianownik – kredyty (substytut pieniędzy) uzyskane za przekazane do wymiany płyty.
- Koszt operacji ok. 1 USD

Muzyka online

- medium szybkiej dystrybucji muzyki.
- warunki służące do szybkiego, bardziej obiektywnego oceniania muzyki.
- Wcześniej producenci inwestujący w wydawanie utworów grup muzycznych byli skazani na własną intuicję, rady ekspertów, a w końcu na efekty bardzo kosztownej promocji. Okazuje się, że na 30 tys. płyt kompaktowych publikowanych rocznie zaledwie 600 przynosi dochód.
- eliminowani są pośrednicy i tradycyjne nośniki

Promocja przez strony autorskie

- często oferują bezpłatnie niektóre utwory, np. gratisowa muzyka jest dostępna na stronach: www.bobdylan.com; www.yeahyeahyeahs.com.
- Dzięki temu powstaje nowa płaszczyzna wymiany opinii i ocen dzieł muzycznych, a słuchacze stają się promotorami najlepszych z nich.

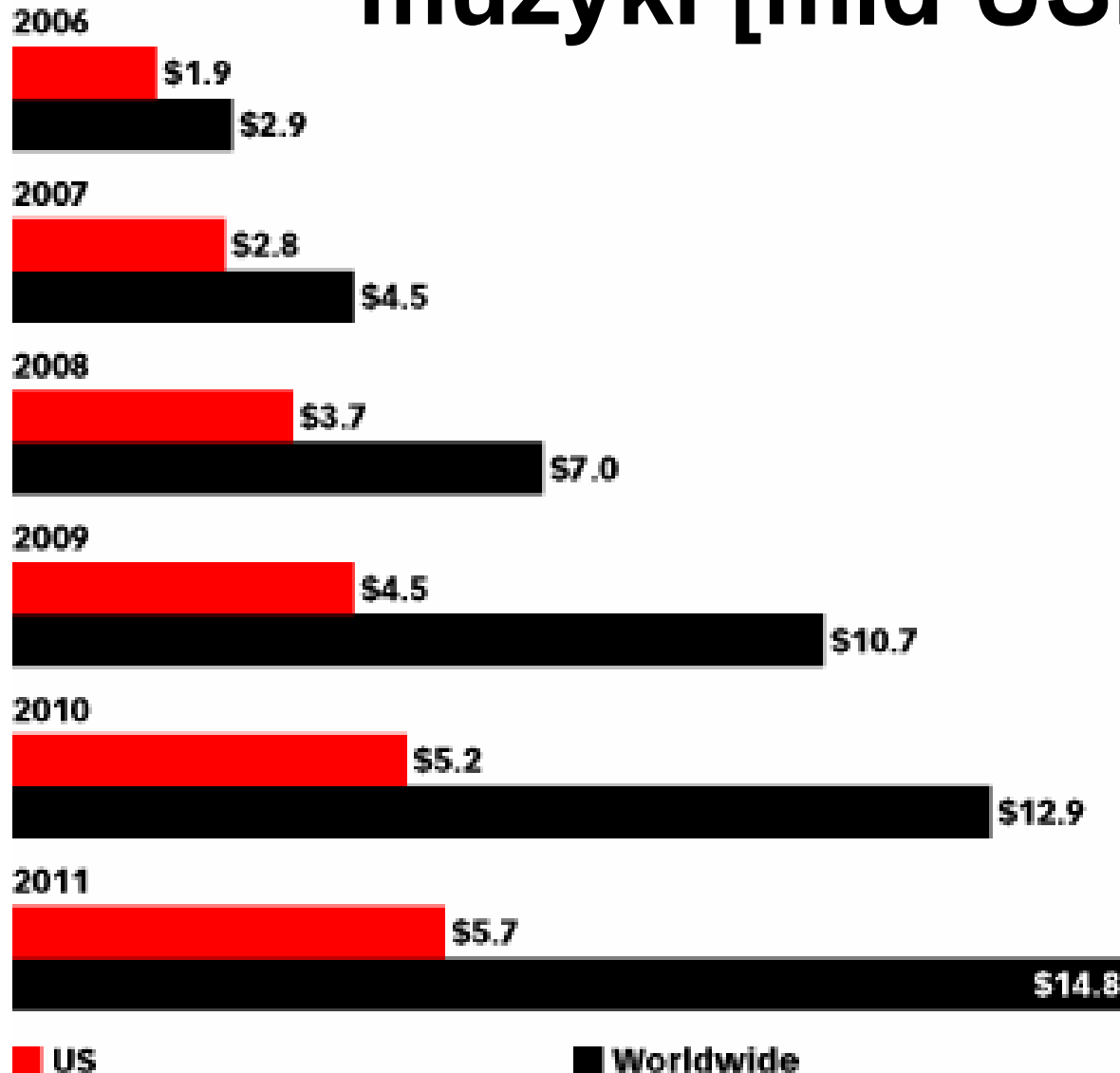
Przykładowe strony muzyki online:

- www.matadorrecords.com/music/mp3s.html;
Vagrant
(www.vagrant.com/vagrant/audio/audio.jsp);
Barsuk (www.barsuk.com); Saddle Creek
(www.saddle-creek.com); Tigerbeat6
(www.tigerbeat6.com/html/catalogue.htm).
- Powstały warunki do tego, by kompozytor mógł być jednocześnie producentem i dystrybutorem własnych utworów muzycznych,
- Następuje powrót do czasów Mozarta, Chopina i Bethovena, kiedy to oryginalne wykonania utworów były w rękach ich autorów.

Zakres internetowej dystrybucji i odtwarzania utworów muzycznych

- stacjonarne i przenośne odtwarzacze plików muzycznych
- handel muzyką w Europie osiągnął niemal 10% całego rynku muzycznego.
- Na przykład Apple – producent popularnego odtwarzacza muzyki i wideo iPoda – sprzedaje online ponad 2,5 mln utworów muzycznych tygodniowo.
- W 2005 roku nastąpił trzykrotny wzrost wartości rynku muzycznego na świecie.

Wpływy ze sprzedaży cyfrowej muzyki [mld USD]



The Music Industry Enters
Uncharted Territory, eMarketer
MAY 9, 2007
Dancing to a new beat.

Formy udostępniania muzyki online

- subskrypcja - wykupienie (5–15 USD) praw do miesięcznego odsłuchiwania muzyki wybranej z bogatych katalogów specjalizujących się w tym zakresie usług
- np. RealNetworks, Napster i Yahoo!
- W Polsce np.: iPlay, OnetPlejer, Melo, Soho, 3PM, mp3. com Wirtualnej Polski i Stereo.pl, bez możliwości subskrypcji.

Nowy model dystrybucji

- Przemysł muzyczny okazał się pierwszą branżą, która doświadczyła mocy dystrybucji online.
- Zamiast formalnych regulacji - eksponowanie niedostępnych wcześniej zalet dystrybucji – uzyskiwania zwiększenia wpływów przez dostarczanie produktów (np. utworów muzycznych) w stosunkowo niższej cenie, aby klienci chcieli i mogli je kupić.
- Abonament onetplejer'a – 20-40 zł/miesiąc. Jeden utwór (odsłuchanie) – 1 grosz.
- Główni gracze PL – onetplejer, melo.pl, iPlay.pl i mp3.pl. (RzP 4.VIII.2007).

„płyty znikną – przemysł muzyczny pozostanie nadal”

- W rezultacie następuje stopniowy nieuchronny proces zanikania tradycyjnych kanałów rozpowszechniania utworów muzycznych.
- Wzrost sprzedaży muzyki online (trzykrotny w latach 2004–2005) wydaje się wskazywać na zmierzch technologii płyt, wcześniej analogowych, obecnie CD (roczny spadek sprzedaży o 6%), jako nośnika tego typu informacji,

DRM

- DRM firmy Apple – FairPlay, minimum skuteczności (zhakowany w 2003 roku).
- Przewidywania – 2008, DRM pozostanie wspomnieniem

zabezpieczania

- technologia **DRM** (*Digital Rights Management*) – system do zabezpieczania komputerowych dokumentów, w tym muzyki, przesyłanych w Internecie.
- Umożliwia on przekazywanie osobom trzecim publikacji z ograniczonymi prawami (np. bez możliwości wydruku, edycji czy zrobienia kopii).
- DRM nie tylko zabezpiecza dane podczas transmisji kanałami publicznymi, lecz także kontroluje późniejsze ich wykorzystanie przez odbiorców (potwierdzając przez Internet ważność praw autorskich).
- DRM zabezpiecza prawa autorskie właścicieli dokumentów poprzez ich szyfrowanie i oznaczanie „cyfrowym znakiem wodnym” (wzór bitów wkomponowanych w oznaczany znakiem plik). Odczytanie takiego pliku wymaga posiadania odpowiedniego oprogramowania.

Trzy wersje DRM

1. Wersja pierwsza, pozwala na określenie:
 - a) czy plik można odtwarzać
 - b) czy plik można przegrać na urządzenia przenośne oraz CD
 - c) po jakim czasie ma się skończyć możliwość odtwarzania pliku
 - d) działa także na MAC OS-ie.
2. Wersja dziewiąta pozwala na określenie możliwości:
 - a) liczby odtworzeń
 - b) liczby nagrań na urządzenia przenośne
 - c) liczby nagrań na CD-Audio
 - d) ustawienia wielu opcji czasowych ważności licencji (od kiedy i do kiedy, jak długo po pierwszym odtworzeniu itp.)
 - e) usunięcia licencji na plik, gdy zostanie przestawiony zegar w komputerze.
3. Wersja dziesiąta. Pliki zabezpieczone tą wersją odtwarza tylko Windows Media Player 10, działający wyłącznie pod Windows XP.

Protected Media Path (PMP)

uniemożliwia nielegalne kopiowanie filmów i muzyki, materiały filmowe - (*Protected Video Path*) i audio - (*Protected User Media Path*).

MP3 bez zabezpieczeń

- Sklep, Amazon MP3, pozwala kupującym kopiowanie utworów i ich odtwarzanie na pecetach [iPodach](#) i [Microsoft Zune](#).
- Piosenka - 89 - 99 centów, cały album od \$5.99 do \$9.99.

Banki w Sieci



By JOHN R. QUAIN
Published: May 24, 2007

Bankowość internetowa PI

- Według danych Związku Banków Polskich (ZBP) podanych w połowie października ub.r., ponad 10,8 mln klientów miało dostęp w Polsce do bankowości internetowej, z czego aktywnych jest ok. 5 mln.
- Za konto aktywne uważane jest takie, na którym przeprowadzane są przynajmniej 4 transakcje miesięcznie.
- Na 2008 rok prognozy zakładają 13 mln kont z dostępem przez internet, a na 2010 - 15 mln.
- Liczba aktywnych użytkowników ma rosnąć do 7 mln w 2008 roku i 10 mln w 2010 roku.

Banki w Sieci

- Bankowość internetowa jest modelowym, najbardziej miarodajnym komercyjnym zastosowaniem Sieci, przede wszystkim dlatego, gdyż finanse stanowią wspólny mianownik wszystkich poczynąń w tym zakresie.
- Cechą charakterystyczną procesu efektywnego wprowadzania bankowości do Sieci, a wcześniej wdrażania komputerów do jej systemów jest względna prostota tego przedsięwzięcia.
- Bankowość stanowi przykład sukcesów i porażek zastosowań IT w firmie. Owe doświadczenia mogą być wprost wykorzystywane we wszystkich branżach, także w mediach.

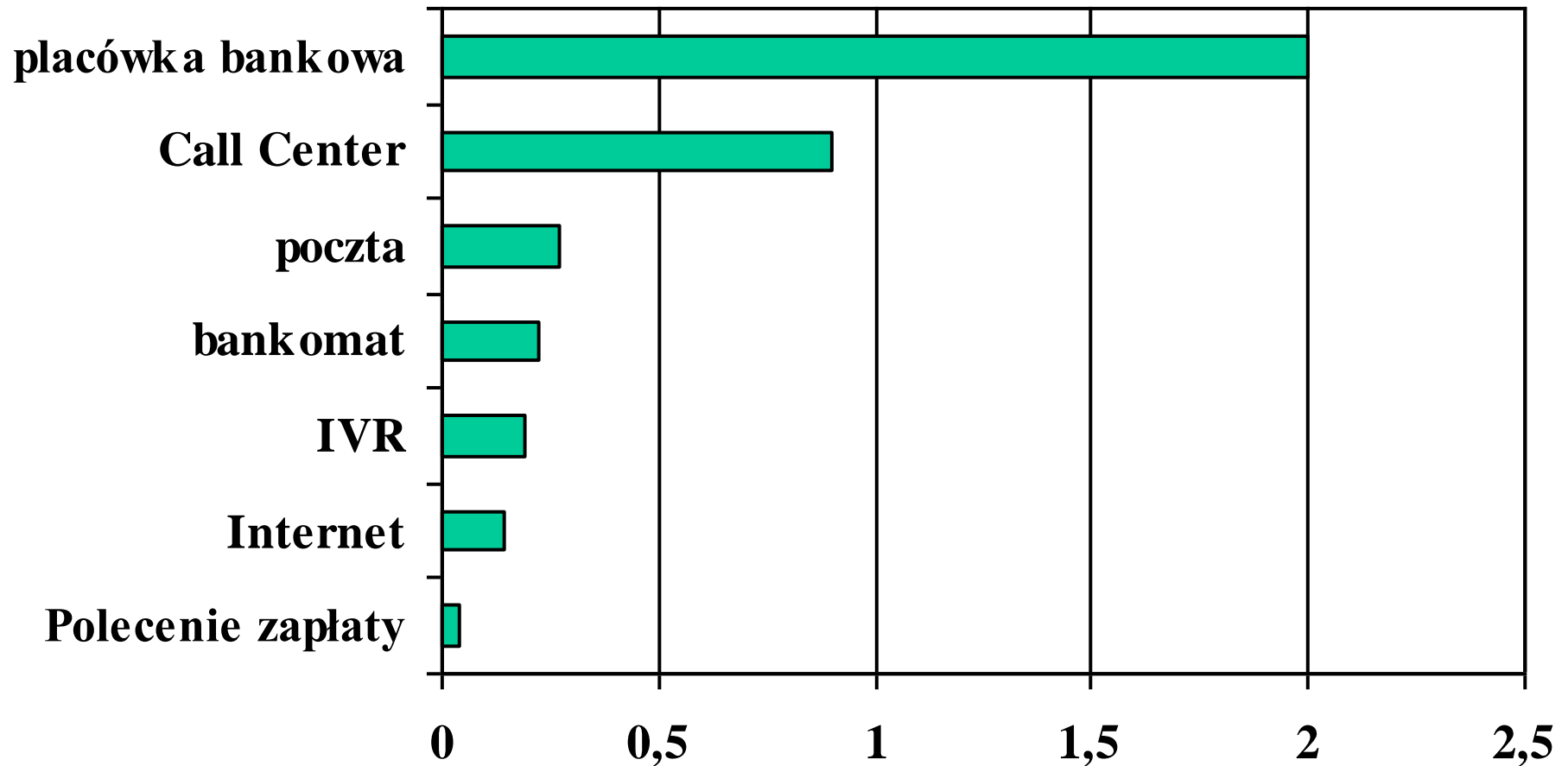
Bankowość online

- Milion dolarów w banknotach dwudziestodolarowych to walizka ważąca 50 kilogramów. Przeniesienie tego „bagażu” może (nawet właścicielowi) sprawić nie lada kłopot. Natomiast elektroniczny transport takiej fortuny to kwestia naciśnięcia kilku klawiszy na klawiaturze komputera i parę kliknięć myszką.
- Dotychczas podstawowym ograniczeniem tej formy przekazywania wartości pieniężnych między nadawcą a odbiorcą był brak odpowiednich gwarancji bezpieczeństwa. Obecnie problem ten staje się coraz mniej istotny – można nawet powiedzieć, stał się porównywalny z poziomem wiedzy (w zasadzie jej braku) o elektronicznym sposobie dokonywania operacji finansowych.

„za” wykonywaniem operacji finansowych online

- Interaktywność,
- Zmniejszenie kosztów tej czynności – nawet do stu razy. Szacuje się, iż jedna (dowolna) operacja przy tzw. ladzie w banku (okienku) kosztuje bank trzy złote. Ta sama operacja wykonana z domu za pośrednictwem Internetu – trzy grosze.
- Oczywiste oszczędności wynikające z ograniczenia konieczności osobistego udania się do siedziby banku i poświęcenia na tę wizytę cennego czasu.
- Szacuje się, że w 2005 roku dzięki elektronicznej formie opłat europejski biznes zaoszczędził 50 mld euro (papierowa faktura „kosztuje” 40 euro).

Koszty operacji bankowych (euro)



Źródło: M. Macierzyński, Wirtualne banki, wirtualne zyski, „Rzeczpospolita” z lutego 2004.

Bankowość elektroniczna

- obejmuje rozwiązania organizacyjne i technologiczne, które umożliwiają interakcję banku i jego klientów za pomocą urządzeń teleinformatycznych przekazujących dane kanałami elektronicznymi;
- są to m.in. SMS, telefony z obsługą WAP, call-center, interaktywna telewizja oraz Internet.

Formy świadczenia usług bankowości elektronicznej

- home-bankig,
- POS-y (points-of-sale w sklepach),
- bankomaty (ATM),
- bankowość telefoniczną, IVR
- m-banking (SMS, WAP),
- bankowość internetową,
- telegazetę, (Invest Bank – SMS, 15 operacji, 3 min),
- telewizję interaktywną,
- e-mail (informowanie o dokonanych na koncie operacjach).

Bankowość internetowa stanowi składową bankowości elektronicznej

- Zgodnie z definicją Rady Bankowości Elektronicznej przy Związku Banków Polskich bankowość internetową należy rozumieć jako bankowość umożliwiającą dostęp do rachunku bankowego przy wykorzystaniu technologii przeglądarek internetowych.
- Często bankowość internetowa jest utożsamiana z home-bankigiem, który historycznie był adresowany do klienta indywidualnego.

Od bankowości internetowej najczęściej oczekuje się korzyści w postaci:

- szybszego dostępu do informacji finansowej,
- ograniczenia konieczności osobistych, czasochłonnych kontaktów z bankiem,
- szybszego i sprawnego udostępniania nowych produktów bankowych,
- przyspieszenia operowania pieniędzmi,
- efektywniejszego gospodarowania pieniędzmi,
- poprawy bezpieczeństwa korzystania z posiadanych zasobów pieniężnych,
- ograniczenia liczby papierowych dokumentów.

Przykład systemowego podejścia do bezpieczeństwa teleinformatycznego w banku

- identyfikacja użytkownika za pomocą trzech różnych elementów:
 - unikalny identyfikator użytkownika
 - hasło dostępu
 - token
- szyfrowanie danych za pomocą złożonych technik kryptograficznych
- ponowna autoryzacja przy potwierdzaniu operacji finansowych
- możliwość ustalenia indywidualnych limitów kwotowych
- aktywna kontrola i wykrywanie prób nieudanego logowania
- monitoring nieaktywności klienta
- zastrzeżenie tokena z chwilą zgłoszenia
- certyfikat wydany przez uznaną firmę, np. VeriSign
- szybki i skuteczny system zmiany hasła i identyfikatora
- rygorystyczne wewnętrzne procedury bezpieczeństwa

W 2007 roku zacznie obowiązywać w sektorze bankowym Nowa Umowa Kapitałowa, tzw. Bazylea II

- Mówi ona o konieczności korzystania z systemów zarządzania ryzykiem – ryzykiem precyzyjnego identyfikowania zagrożeń związanych z wykorzystywaniem IT w bankach.
- Większe ryzyko wymusza tworzenie większych rezerw względem udzielanych kredytów. Stanowi to o randze troski o bezpieczeństwo w instytucjach finansowych.

Zasady, reguły, które zwiększają bezpieczeństwo transakcji dokonywanych online

- Stosowanie **identyfikatora** klienta, który najczęściej składa się z ośmiu znaków i łącznie z hasłem służy do identyfikacji użytkownika w procesie logowania. Używanie hasła zapewnia osobie je znającej wyłączność dostępu do wybranej usługi.
- **Podpis jednorazowy** (hasło jednorazowe – **TAN** (*Transactional Access Numbers*, token), który zapewnia autoryzację wszystkich lub wybranych operacji. Za każdym razem podpis jest inny.
- **Limity transakcji** – w trakcie aktywacji dostępu do usług banku jest określany dzienny limit dokonywanych transakcji. Dotyczy on przeważnie wszystkich kanałów dostępu do usług i jest wyznaczany indywidualnie dla użytkownika. Kwota limitu określa maksymalną wielkość środków, które mogą być przelane na zadeklarowane rachunki obce w ciągu jednego dnia.
- **Wygasanie sesji** – w przypadku gdy system stwierdzi brak aktywności przez określony czas (np. 5 minut), następuje automatyczne odłączenie klienta od serwisu.
- **Predefiniowanie odbiorców** – użytkownik konta może wykonywać przelewy tylko na wcześniej wskazane rachunki obcych odbiorców.

Zasady bezpiecznego korzystania z bankowości internetowej

- przed logowaniem upewnij się, że połączenie z serwisem banku jest szyfrowane ważnym certyfikatem wystawionym przez zaufane centrum certyfikacji, a ścieżka certyfikacji wygląda tak jak w oficjalnych materiałach informacyjnych banku
- nie otwieraj stron banku, korzystając z odsyłaczy otrzymanych mailem lub z odnośników na stronach internetowych
- zawsze loguj się do banku bezpośrednio z jego strony głównej
- nie korzystaj z elektronicznych usług bankowych w miejscach ogólnie dostępnych, np. w kawiarenkach internetowych
- nie odpowiadaj nigdy na maile dotyczące prośby o weryfikację danych
- nie podawaj nikomu swoich haseł i PIN-ów, nawet pracownikom banku
- kontroluj rejestr ostatnich operacji i ostatniego logowania
- korzystaj z limitów dla przelewów
- zmieniaj hasła co najmniej raz na miesiąc; dbaj o to, aby nie były łatwe do odgadnięcia i nie zapisuj ich – zwłaszcza na dysku
- w razie podejrzenia ujawnienia hasła natychmiast je zmień lub zablokuj usługę
- wyloguj się z systemu bankowego, kiedy kończysz pracę
- nie przesyłaj mailem swoich żadnych danych identyfikacyjnych (np. identyfikatora, hasła, numeru karty kredytowej, PIN-u)
- nie otwieraj i nie uruchamiaj żadnych plików i programów nieznanego pochodzenia
- używaj aktualnego programu antywirusowego i zawsze skanuj załączniki poczty
- używaj osobistego firewalla
- instaluj na bieżąco wszystkie poprawki do twojego oprogramowania
- zawsze informuj bank o podejrzanych sytuacjach

Źródła informacji związanych z bankowością i finansami w Polsce

- www.money.pl; www.bankier.pl;
www.expand.pl; www.infor.pl; www.pit.pl;
- www.nbp.com.pl; www.mf.gov.pl;
www.gpw.pl.

Płatności - składowa bankowości internetowej

- **mikropłatności**, najczęściej w ten sposób są opłacane produkty informacyjne (wiadomości) oraz gry online. Jednak szacuje się, iż obsługa mikropłatności <1,5 USD jest nieopłacalna
- **Escrow** jest jedną z form płatności w największej polskiej aukcji online – Allegro. W płatności za pomocą Escrow uczestniczy pośrednik, na konto którego płacący przelewa pieniądze. Pośrednik powiadamia sprzedającego o fakcie otrzymania płatności. Sprzedawca wysyła towar do kupującego, a po potwierdzeniu przez kupującego o nadejściu towaru płatność jest finalizowana. Dzięki Escrow obie strony, kupujący i sprzedający, mają pełną gwarancję pomyślnego sfinalizowania transakcji.
- **Najpopularniejsze: PayPal, Google Checkout i Bill Me Later,**

August 27, 2007

In Online World, Pocket Change Is Not Easily Spent

By DAN MITCHELL

Przelewy24

- Jej istota polega na szybkości transferu pieniędzy między płatnikiem a wierzycielem, np. podczas opłaty za bilety do kina.
- Płacący dokonuje przelewu (ze swojego konta internetowego) za zamówiony (przez Internet) bilet do kina. Kasa kina uzyskuje potwierdzenie tej płatności w ciągu kilku minut i w rezultacie, niemal w czasie rzeczywistym, bilet jest tworzony na drukarce płacącego.
- Podobnie procedura przebiega podczas zakupów w elektronicznych sklepach i innych punktach usługowych wymagających szybkiego potwierdzenia dokonania opłaty.
- Usługa ta charakteryzuje się odpowiednimi gwarancjami bezpieczeństwa i anonimowości dokonywanych transakcji.
- Dla osób, które nie dysponują kontem internetowym, jest możliwe dokonywanie płatności poprzez przedpłatę zrobioną w dowolnej formie na konto serwisu.
- Narzędzie to jest dostępne dla każdej osoby i firmy (np. sklepu elektronicznego).

dotpay

- Usługa polega na pełnej integracji zakupu dokonanego w sklepie internetowym z rachunkiem bankowym.
- Podczas finalizowania zakupu wszystkie szczegóły przelewu są wypełniane automatycznie.
- Kupujący nie musi ręcznie wprowadzać kwoty ani numeru zamówienia, numeru rachunku, nazwy sklepu ani innych danych niezbędnych do poprawnego wykonania wpłaty.

W Dotpay można dokonać transakcji następującymi przelewami transferowymi:

- mTransfer
- Płacę z Inteligo
- Przelew z BPH
- Przelew24
- MultiTransfer
- Płać z Nordea
- Płać z ING
- Millennium - Płatności internetowe
- Płacę z Alior Bankiem **Nowość!**

PayU

- [Rejestrujesz się.](#)
- Wybranej osobie, za pośrednictwem PayU, wpłacasz kwotę kartą kredytową, przelewem.
- PayU jak [najszybciej](#) potwierdza Twoją wpłatę wysyłając e-mail do Ciebie i odbiorcy pieniędzy (szybkość naszej reakcji zależy od wybranego przez Ciebie sposobu płatności).
- Odbiorca, aby móc zaakceptować wpłatę i zadysponować pieniędzmi musi być zarejestrowany w systemie PayU (pieniądze najpierw trafiają na konto odbiorcy w PayU; odbiorca sam decyduje co zrobić z wpłaconą kwotą).
- Odbiorca przelewa otrzymane środki na swoje konto bankowe lub adres zamieszkania.

Kiedy wpłacasz pieniądze za pomocą karty kredytowej, udzielamy Ci [krótkoterminowej pożyczki](#), dlatego odbiorca od razu może dysponować wpłaconą kwotą, zanim "prawdziwe" pieniądze dotrą na jego konto w PayU.

- Status agenta rozliczeniowego pod kontrolą NBP
- Składowe: PaU.pl i Platnosci.pl

Anonimowość płatności

- Próbą uniknięcia tego ograniczenia jest elektroniczna portmonetka – forma karty płatniczej, w której jest elektronicznie zapisana określona ilość pieniędzy (zazwyczaj od 10 do 100 USD).
- Podczas płacenia „portmonetką” z jej zawartości jest odejmowana stosowna kwota, bez autoryzacji, z jakiej (od kogo) karty jest realizowana płatność. Według tej procedury można także dokonywać płatności za pośrednictwem Internetu. Wymaga to dysponowania stosownym czytnikiem sprzężonym z komputerem. Sytuacja jest podobna do płatności za usługi telekomunikacyjne w telefonach komórkowych

Płatności anonimowe – przykłady

- firmy operują jednostkami pochodnymi od wartości złota. Przykładem tego typu usługodawcy jest e-Gold (w Polsce konto w e-Gold zasila się za pomocą strony //kantor.e-gold.com.pl), który dokonuje płatności w imieniu klienta bez żadnych autoryzacji. Rozliczenia oparte na złocie polegają na tym, iż suma płatności zostaje przeliczana na złoto i dalej zgodnie z notowaniami przekazywana wierzycielowi, np. via PayPal.

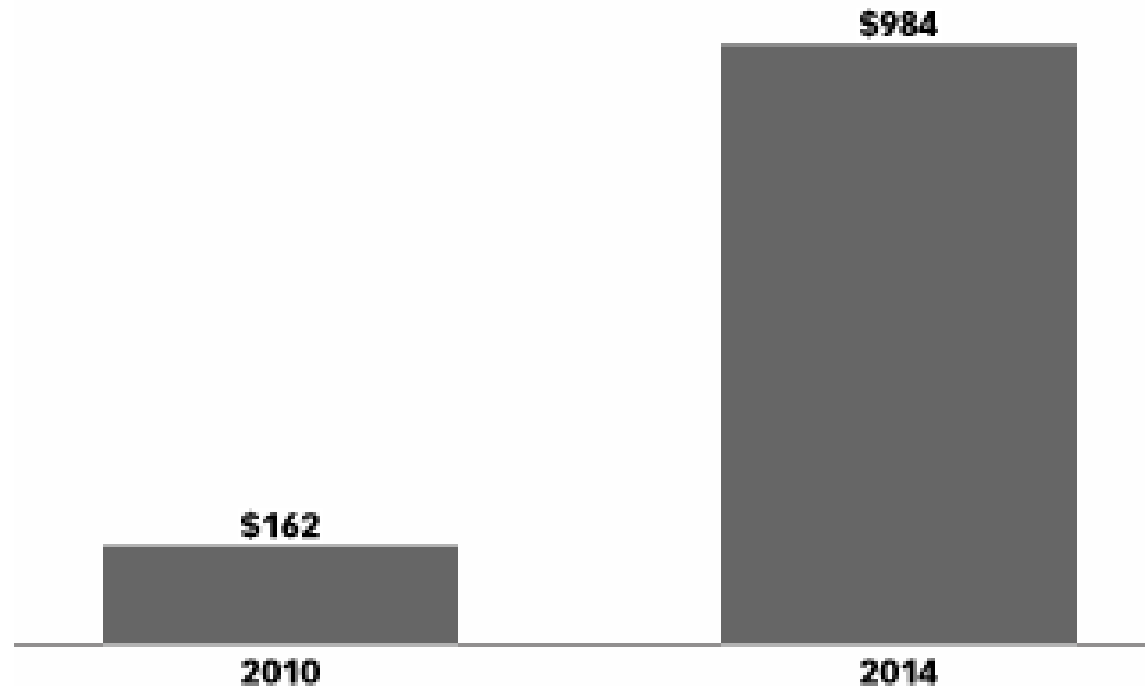
Konkurencja/lojalność online - „cherry picking”

- banki są od siebie odległe o „kliknięcie myszką”. Prosty dostęp do informacji o usługach i ich kosztach, łatwość założenia konta i przelewania pieniędzy między kontami zachwiało istniejące dotychczas zjawisko lojalności klienta do banku.
- Klienci internetowych banków mają obecnie nieograniczoną swobodę w wyborze banku świadczącego najkorzystniejsze dla nich, w danym momencie, usługi.

IT w bankowości

- nakłady na inwestycje IT wzrastają najszybciej w sektorze bankowym. Banki przeznaczają około 6,5% swych przychodów na IT, inne natomiast branże – 4%.
- Na świecie owe wydatki wynoszą około 250 mld USD, w Polsce 2,2 mld zł (2004 r.).
- Przewiduje się, że do 2010 roku co trzeci bank na świecie wymieni swój podstawowy sprzęt informatyczny.
- Efektem tego jest nie tylko zmniejszanie kosztów własnych banków, ale także możliwość koncentracji banków – co przynosi kolejne wymierne efekty finansowe.

Mobilne płatności – wartość światowych transakcji



Source: Yankee Group, "A View from the Trenches: What Consumers Think of Mobile Transactions" as cited in press release, Feb 14, 2011

125048

www.emarketer.com

Social lending

- Pożyczka za pośrednictwem Sieci
- Pożyczkodawcy – grupy społeczności internetowej
- Warunek – dokładna weryfikacja
- W Polsce: Kokos.pl, Finansowo.pl, Monetto.pl.

Medycyna

Motor: technologia – tanie
urządzenia komputerowe, cyfrowe
czujniki i Sieć

Kierunek: diagnostyka,
monitorowanie i zdalne leczenie

Mobile Healthcare Options About Which US Consumers Are Interested in Finding Out More, September 2009 (index*)



Note: ages 18+; responding for self; *relative appeal index base=100

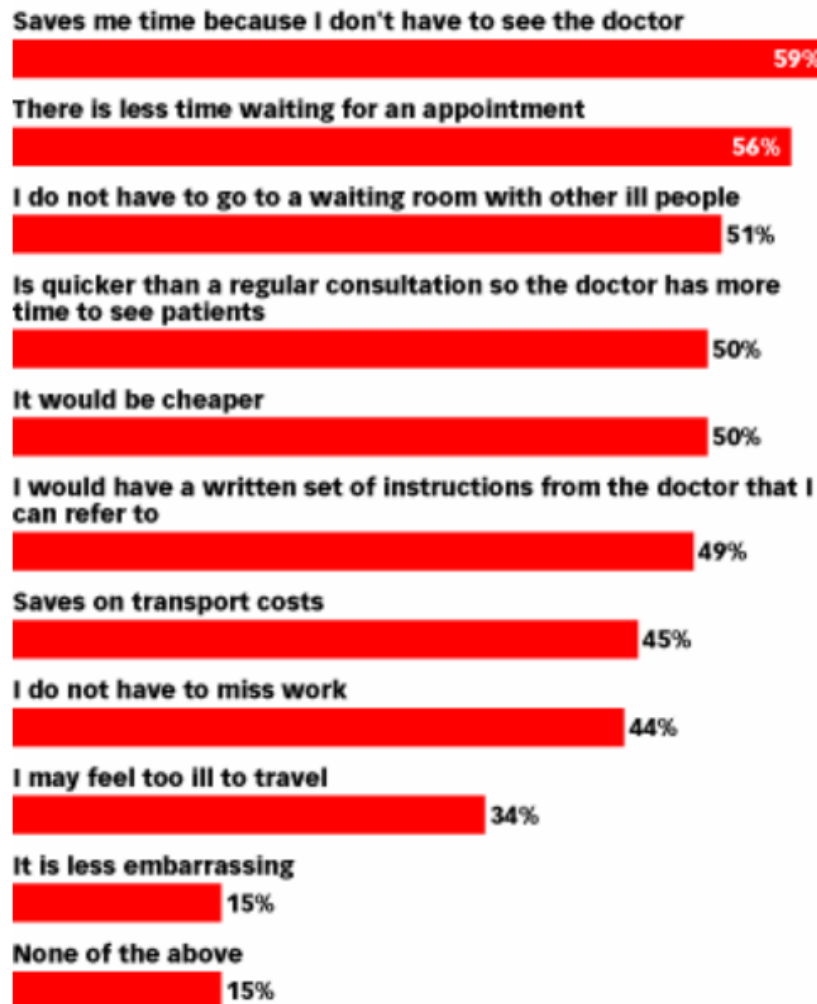
Source: CTIA-The Wireless Association survey conducted by Harris Interactive, provided to eMarketer, October 8, 2009

108216

www.eMarketer.com

Za: Hassle-Free Healthcare, Delivered Digitally, NOVEMBER 9, 2009 , Mobile, e-mail bring convenience

Advantages to E-Mailing Their Primary Care Physician/Family Doctor About an Illness or Condition According to US Consumers, August 2009 (% of respondents)



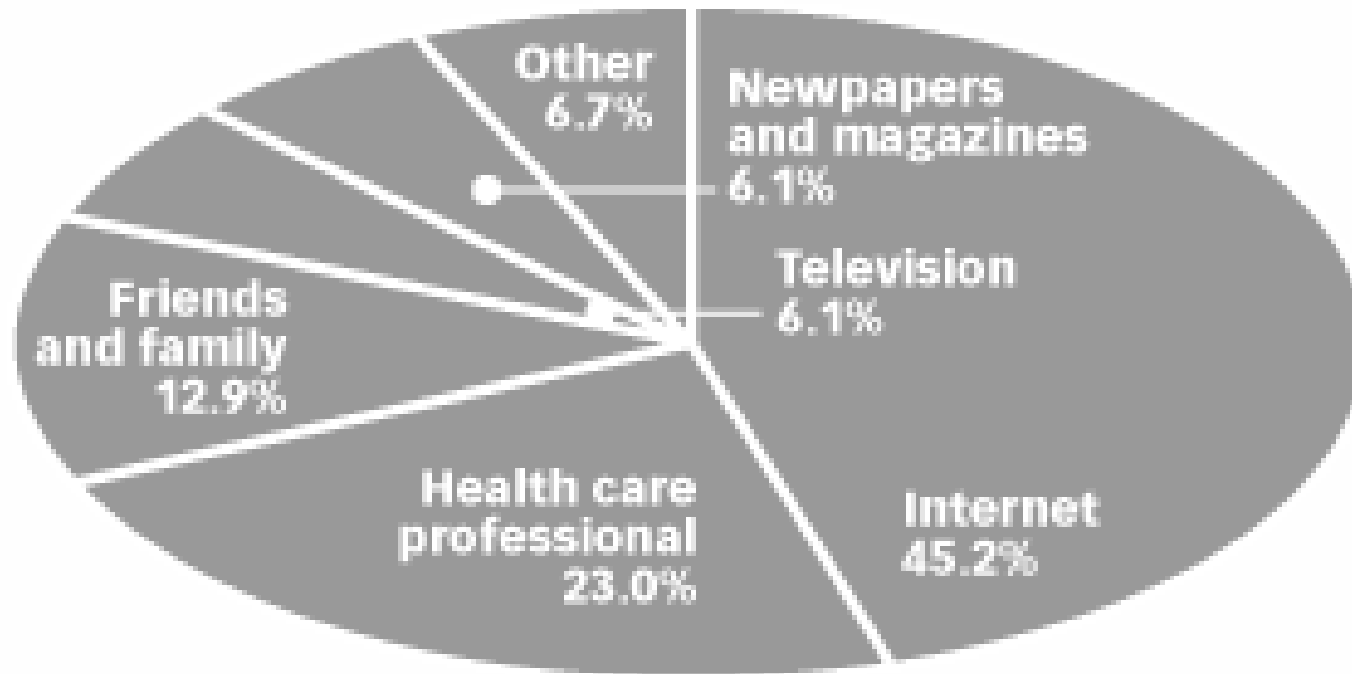
Note: n=1,000

Source: Lightspeed Research survey as cited in press release, September 29, 2009

Brak dostępu do IT

- okupowany tysiącami błędów lekarskich. W USA z powodu błędów lekarskich, począwszy od nieprzewidzianych interakcji leków, umiera rocznie od 44 000 do 98 000 ludzi. Jest to ósma przyczyna śmierci, przed wypadkami samochodowymi, rakiem płuc i AIDS.

Primary Health Information Resource Used by US Adult Internet Users, August 2007 (% of respondents)



Note: n=3,749

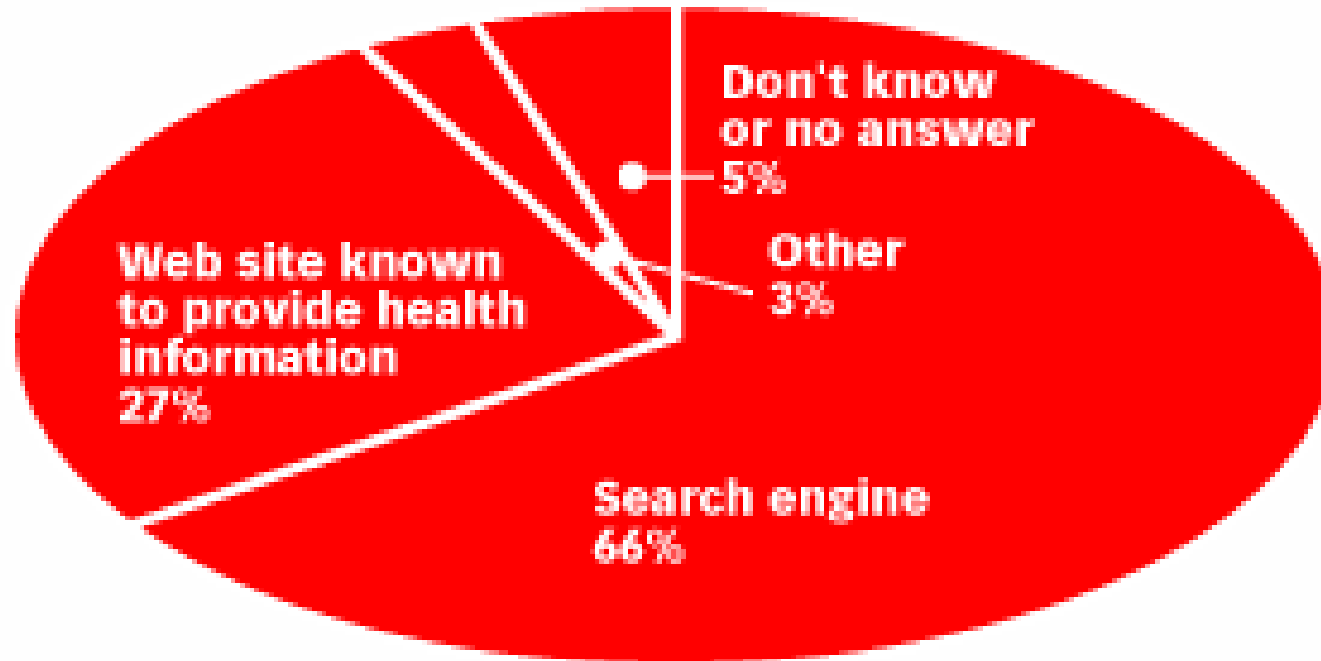
Source: Burst Media, "Online Insights," August 27, 2007

086873

www.eMarketer.com

Online Health Info Starts with Search
SEPTEMBER 13, 2007, eMarketer
Is TV or search the better pharma ad buy?

Method Used by US Internet Users to Begin an Online Health Information Search, August 2006 (% of respondents)



Note: n=1,990 ages 18+; numbers may not add up to 100% due to rounding

Source: Pew Internet & American Life Project, "Online Health Search 2006," October 2006

078140

www.eMarketer.com

Online Health Info Starts with Search
SEPTEMBER 13, 2007, eMarketer
Is TV or search the better pharma ad buy?

Strony medyczne

- strony poświęcone niezwykle rzadkim chorobom.
- Sieć stwarza pacjentom i lekarzom nigdy wcześniej niedostępne medium poszukiwania i wymiany informacji na temat wyjątkowych chorób.
- Profesjonalna informacja medyczna jest dostępna dla każdego (pozostaje kwestia umiejętności jej wyszukania i zrozumienia, leczenia)
- możliwość oglądania operacji na żywo (<http://www.or-live.com/>).
- relacja między pacjentem i lekarzem staje się partnerska, pacjenci są „twórczo sceptyczni”, potrafią bardziej dokładnie opisać swoje dolegliwości

Bardzo bogaty katalog list dyskusyjnych w skali świata

- *www.dejanews.com.*
- Można tam także osobiście uczestniczyć w liście dyskusyjnej (po prostej rejestracji).
- Dejanews oferuje m.in. narzędzie wyszukiwania tematycznych list lub korespondencji o interesującej pacjenta lub lekarza tematyce.

Pełna informacja medyczna o pacjencie oznacza życie lub śmierć

- system *FollowMe* umożliwia teoretycznie każdemu lekarzowi dostęp do tych strategicznych informacji o chorym. Ułatwia to leczenie chorych, śledzenie niepowodzeń medycznych, a także eliminowanie skandalicznych pomyłek lekarzy.
- Dzięki tego typu systemom lekarz może uzyskać dostęp do informacji, których potrzebuje, by pomóc każdemu pacjentowi w dowolnym czasie i w dowolnym miejscu. Dotychczas rozwiązanie to jest jednak jeszcze mało popularne i nadal lekarze w większości korzystają z „ołówków” (w Wielkiej Brytanii jedna trzecia lekarzy twierdzi, że wyłącznie korzysta z zapisów elektronicznych – „paper-less”, w USA 95% używa wyłącznie „ołówka”).

Farmacja online

- Znaczącą część medycznych zasobów stanowi „wirtualna apteka”. Praktycznie dostępne są informacje o wszystkich lekach, ich producentach, dozowaniu.
- Krajowe zasoby (w języku polskim np. www.pharmacy.pl) są nieco skromniejsze od anglojęzycznych.

Brak regulacji w zakresie medycyny i farmacji online

- nie przewidziano istnienia Internetu.
- wiele luk prawnych skrupulatnie wykorzystywanych przez zainteresowane osoby i firmy.
- pytania o etykę i prawo medycyny. Zdarza się, że lekarze przepisują recepty osobom, których nigdy nie widzieli. Podstawą dla wypisującego receptę lekarza jest wypełniony za pośrednictwem Internetu formularz. Zainteresowane strony – pacjent i lekarz – nigdy się nie spotykają, a miejsce produkcji zaordynowanych i wysłanych do pacjenta lekarstw często pozostaje tajemnicą.

Medycyna online

- HealthVault (Mikrosoft) – bezpłatne miejsce na osobiste zasoby informacyjne o zdrowiu
- Pełne bezpieczeństwo danych z możliwością dostępu lekarzy, szpitali do danych o zażywanych lekarstwach, ciśnieniu, cholesterol itp., - zdalna opieka
- Większa rola leczonych w zarządzaniu opieką własnym zdrowiem

Realne zyski w wirtualnym świecie

Wirtualne, syntetyczne towary

- Przedmiot handlu w realnym świecie. Chodzi tu o wszelkiego rodzaju akcesoria, wirtualną broń, wręcz wirtualne życia, które gracze sprzedają między sobą.
- Oznacza to, że wirtualne dobra uzyskały realną wartość przeliczaną na wszelkie waluty świata.
- Uczestnicy gry wirtualnego świata o nazwie „Ever-Quest” tworzą produkt narodowy na jednego mieszkańca w wysokości ponad 2000 USD, znacznie więcej niż osiągają to obywatele realnych państw, takich jak Indie czy Chiny. Przeciętny zarobek gracza, tak zwanego „farmera”, wynosi około 3,5 USD na godzinę.

Nie tylko „praca” w wirtualnym świecie

- kreowane są wirtualne lądy, które stają się obrotom handlu, np. za „wirtualną wyspę” w grze „Project Entropia” jeden z graczy zapłacił 26 500 USD. „Posiadając” taką wyspę, można odsprzedać prawa do prowadzenia na niej innych wirtualnych przedsięwzięć, osiągając z tego tytułu duże dochody. W sumie handel w wirtualnym świecie gier osiągnął, w skali globalnej, wartość 100 mln USD rocznie.

Wirtualny świat

- realny świat staje się miejscem spożywania posiłków i snu.
- W Sieci, poza pracą, gracze oczekują substytutów realnego świata: od zakupów, wzajemnej komunikacji, porady lekarskiej przez rozrywkę do pozyskiwania informacji (treści i reklamy) wcześniej dostępnych wyłącznie za pośrednictwem „starych mediów”.
- wirtualny świat - obowiązują w nim określone zasady wzajemnej komunikacji, konkutowania, także pomocy.

Medialna siła gier

- stałe, niczym nie zachwiane wzrastanie popularności gier komputerowych, liczby graczy, dla których wirtualny świat przestaje być sporadyczną formą rozrywki, a jawi się jako ważna część codziennego życia. W efekcie następuje wzmocnienie procesu przejmowania przez gry ważnych składowych funkcjonowania mediów – kształtowania poglądów, informowania oraz pośredniczenia w dystrybucji reklam

Mobilny biznes

Telefony komórkowe – wpływy świat [mln]

	2006	2011
Games	\$2,413.64	\$7,225.98
Music	\$7,391.48	\$13,626.75
Images	\$4,647.09	\$4,311.56
Video	\$2,286.68	\$6,542.43
TV	\$175.57	\$1,811.83
Adult	\$1,255.41	\$2,517.99
Gambling	\$665.15	\$2,088.02
Total	\$18.835.02	\$38.124.57

Komórkowe grupy społecznościowe

- Ponad połowa ludzi na świecie ma telefon komórkowy
- Telefony komórkowe – przedłużenie wirtualnego świata
- Czaty, wymiana wideo i foto.

Media/Entertainment Activities Initiated from Mobile Device, by Gender, Aug 2010

% of US mobile device users

	Male (n=487)	Female (n=713)	Total
Accessing social media (Facebook, Twitter, etc.)	70%	80%	76%
Accessing local information such as event times, weather, maps, establishment reviews, etc.	73%	74%	73%
Reading news (including entertainment, national, world news)	74%	64%	68%
Using your mobile phone as a music player (iTunes, MP3, etc.)	65%	61%	63%
Play games on your phone more than once per day	61%	60%	61%
Watch mobile video	60%	54%	56%
Regularly downloading music directly into your phone (i.e., through an app or browser)	48%	41%	44%
Getting sports feeds and scores, reading sports stories or managing fantasy leagues	55%	33%	42%
Reading or posting to blogs	41%	41%	41%
Reading or posting product reviews	39%	32%	34%
Subscribe to streaming music services (XM, Sirius, Pandora, etc.)	37%	32%	34%
I haven't done any of these in the past 6 months	4%	2%	3%

Note: in the past 6 months

Source: Adobe Systems Incorporated, "Adobe Mobile Experience Survey: What Users Want from Media, Finance, Travel & Shopping" conducted by Keynote Systems, Oct 13, 2010

Types of Consumer Goods Purchased via Mobile Devices, by Gender, Aug 2010

% of US mobile device users

	Male (n=487)	Female (n=713)	Total
Movies, music and games (excluding iTunes & mobile games)	50%	38%	43%
Clothing, shoes and jewelry	29%	31%	30%
Electronics	40%	20%	28%
Books, magazines and newspapers	30%	23%	26%
Grocery, health and beauty	20%	20%	20%
Computers and office	28%	14%	20%
Sports and outdoors	24%	11%	16%
Toys, babies and kids	15%	17%	16%
Home, garden and pets	14%	13%	13%
Tools, auto and industrial	19%	8%	13%
I haven't purchased any of these through my mobile device within the past 6 months	32%	43%	38%

Note: in the past 6 months

Source: Adobe Systems Incorporated, "Adobe Mobile Experience Survey: What Users Want from Media, Finance, Travel & Shopping" conducted by Keynote Systems, Oct 13, 2010

In Mobile Content World, Men Lead in Spending

NOVEMBER 3, 2010

Wirtualne wspomaganie administracji

E-urzędy

- Doręczanie pism urzędowych (art. 63 K.P.A.)
- Składanie podań za pośrednictwem interaktywnych formularzy, ale z bezpiecznym podpisem (art..57 § 5 k.p.a) tożsame z listem poleconym
- Składanie niektórych deklaracji podatkowych (DzU z 2006, nr 146, poz 1060). E-poltax.mf.gov.pl
- Elektroniczne faktury VAT (DzU z 2005, nr 133, poz. 1119)
- www.giodo.gov.pl – przeszukiwanie wg nazwy firmy, adresu, regon'u
- egiodo.giodo.gov.pl – zdalna rejestracja zbiorów danych
- Krajowy Rejestr Długów – www.krd.pl
- Raporty i wnioski ZUS (www.eup.zus.pl)
- Dzienniki urzędowe – isip.sejm.gov.pl/prawo/index.html

E – sąd – www.e-sad.gov.pl

- > pół miliona pozwów – 90% nakazy zapłaty
- Opłata sądowa 1,25% wartości sprawy
- Średni czas podejmowania decyzji 46 dni
- Po uzyskaniu nakazu można złożyć go do komornika też elektronicznie.

E-Deklaracje

www.e-deklaracje.gov.pl

- System umożliwiający składanie deklaracji podatkowych (od 1.01.2008) drogą elektroniczną jeśli podatnik:
 - Posiada osobiście bezpieczny podpis elektroniczny lub jego pośrednik
 - Zawiadomi odpowiedni urząd o takim zamiarze
 - Uzyska z urzędu potwierdzenie/zgodę

E-faktury

- Od 1.01.2004 (dyrektywa UE o fakturowaniu 2001/115/EC) obowiązek honorowania faktur przesyłanych drogą elektroniczną przez władze podatkowe państw UE
- Warunek – zagwarantowanie autentyczności i rzetelności informacji

GIODO

- Wyszukiwanie

Funkcja "Wyszukiwanie" umożliwia wyszukiwanie zbiorów w prowadzonym przez **GIODO** ogólnokrajowym rejestrze zbiorów danych osobowych, według kryteriów podstawowych do których należą: nazwa administratora danych, nazwa miejscowości, nazwa zgłoszonego zbioru, numer księgi rejestrowej oraz numer zgłoszenia.

- Wyszukiwanie zaawansowane

Funkcja "Wyszukiwanie zaawansowane" umożliwia przeszukiwanie rejestru według kryteriów rozszerzonych, do których należą: nazwa administratora danych, siedziba administratora (nazwa miejscowości, nazwa ulicy, kod pocztowy), REGON, nazwa zgłoszonego zbioru, numer księgi rejestrowej oraz numer zgłoszenia).

Praca

Praca a Sieć

- W erze informacyjnej nastąpiły radykalne zmiany w strukturach zatrudnienia w podstawowych sektorach gospodarczych: rolnictwie, przemyśle, usługach, a zwłaszcza szeroko pojętym sektorze związanym z informacją.
- W ostatnich dwóch wiekach czterdziestokrotnie zmalało zatrudnienie w rolnictwie, wzrosło natomiast aż dwieście pięćdziesiąt razy w branży związanej z informacją

Udział siły roboczej w USA w czterech sektorach w latach 1800 – 1980

Rok	Rolnictwo	Przemysł	Usługi	Informacja
1800	87,2%	1,4%	11,3%	0,2%
1850	49,5%	33,8%	12,5%	4,2%
1900	35,3%	26,8%	25,1%	12,8%
1950	11,9%	38,2%	19,0%	30,8%
1980	2,1%	22,5%	28,8%	46,6%

Praca - informacja

- Zdobywanie bogactwa w coraz większym stopniu jest uzależnione od wymiany danych, informacji, wiedzy.
- w bliskiej przyszłości zdecydowana większość pracy będzie związana z operowaniem informacją, a nie z pracą fizyczną,
- „działania w sferze informacji staną się najbardziej lukratywnym zajęciem, o które ludzie będą silnie rywalizować”.

**Siłą napędową państw staje się
produkcja i usługi w sferze informacyjnej**

Następuje „dematerializacja” –
produkcja informacji i jej
przetwarzanie przenosi niemal
wszelkie formy aktywności
ludzkiej do „cyberprzestrzeni”.

Praca maszyn - praca ludzi

- Już w 1980 roku zaledwie 10% społeczności USA produkowało wszystkie towary dla całej populacji tego państwa.
- „Sposób produkcji trzeciej fali powoduje redukcję [...] liczby robotników zajmujących się faktyczną obróbką lub obsługą przedmiotów fizycznych”

Praca maszyn stanowi poważną konkurencję dla ludzkiej pracy

Rosnąca rzesza osób, których praca była związana z dysponowaniem i umiejętnością przetwarzania określonych informacji staje się zbyteczna, ich funkcje zastępują maszyny

Postęp technologiczny zawsze przynosił zmiany w strukturze kwalifikacji

większość z 501 oficjalnych kategorii zawodów odnotowanych w 1990 roku w USA nie istniała pięćdziesiąt lat wcześniej

Wydajność pracy w USA

- W latach 1990 wzrost z 1,5 do 2,8%
- Początkowo w branży IT – 60%
- W latach 2001-2004 – tylko 30%

Praca w domu – korzyści dla pracownika

- wzrost produkcji i globalnej konkurencyjności
- wzmocnienie i odbudowa rodzin
- stworzenie warunków dla wzrostu komfortu życia osobistego i profesjonalnego
- praca dla niepełnosprawnych
- ograniczenie ruchu miejskiego (ekologia)
- możliwość skorzystania z kwalifikacji osób bez ograniczeń geograficznych

Praca w domu (*telecommuting*)

- zmniejszenie kosztów funkcjonowania firmy poprzez ograniczanie fizycznej liczby miejsc pracy w jej siedzibie.
- coraz większa liczba pracodawców udostępnia swoim pracownikom komputery w formie darowizny lub za symboliczną miesięczną opłatę. W efekcie okazuje się, iż domowi pracownicy są znacznie bardziej efektywni.
- Szerokie pasmo i specjalne oprogramowanie umożliwiają bezpieczną i efektywną zdalną pracę na domowym komputerze z odległej maszyny.



Konsekwencje pracy w domu

- ryzyko dostępu osób postronnych do poufnych danych firmy
- wykorzystywanie nielegalnego oprogramowania w domowych/służbowych komputerach, za co ostatecznie jest odpowiedzialny pracodawca.
- IT powoduje bezpowrotną likwidację coraz większej liczby miejsc pracy – komputery okazują się precyzyjniejsze, bardziej niezawodne od ludzi.
- Na przykład w drukarniach jeden kombajn do powielania, zszywania i oprawiania książek z łatwością wyręcza pracę kilkunastu osób.

Przykłady oprogramowania umożliwiającego zdalną pracę

- firmy Symantec – PCAnywhere;
GoToMyPC; MyWebEcPC; I'm inTouch

Praca w domu – korzyści dla pracodawcy

- redukcja kosztów wyposażenia – zazwyczaj pracujący sam ponosi koszt zakupu komputera i oprogramowania
- redukcja powierzchni biura
- zmniejszenie wynagrodzenia za godzinę pracy
- redukcja kosztów dojazdu do pracy
- zmniejszenie kosztów socjalnych

W Europie co trzeci pracownik jest przygotowany do korzystania z komputera w pracy

- Paradoksalnie, więcej, bo ponad połowa, ma dostęp do tego narzędzia. Sytuacja ta oraz zasygnalizowana tendencja do upowszechniania się zastosowań IT uwypukla nadzwyczaj istotny problem – **wszelkich form edukacji** w zakresie stosowania technologii informacyjnych.
- Ich potencjał znacznie szybciej rośnie od umiejętności jego efektywnego wykorzystania. Przyczynę tego stanu upatruje się głównie w uwarunkowaniach ekonomicznych, które decydują o zróżnicowaniu lokalnej infrastruktury teleinformatycznej i możliwościach jej wykorzystania.
- Próg kwalifikacji, które może spełnić maszyna, jest nieustannie podnoszony

Offshoring

Zdalna praca

- **Offshoring**
- Przewidywanie Tofflera o tym, że: „Coraz trudniejsze staje się zastępowanie jednych pracowników innymi” nie sprawdziło się. Sieć gwarantuje wyrównanie statusu jej użytkowników nie tylko w ramach firm, lecz także w skali globalnej.
- Liczą się coraz wyraźniej kompetencje – „ekspertyzm”, jak to nazywa P. Wallace – bez względu na lokalizację geograficzną pracownika, jego kolor skóry czy wiek.
- Offshoring, geograficznie przenosząc zatrudnienie, w swojej istocie nie likwiduje miejsc pracy w skali globalnej, odsuwa tylko w czasie nieuchronny proces zagrożenia wspomnianej konkurencyjności IT w walce o miejsca pracy.
- Wobec tego wyzwania kapitalna staje się świadomość szans (mniejsze koszty produkcji) i zagrożeń (konkurencja na rynku pracy), jakie niesie za sobą zdalna praca. Podkreśla to konieczność ciągłej troski o miejsca pracy i edukację – odpowiednią do rosnących wymagań rynku społeczeństwa informacyjnego.

Offshoring

- „zdalny outsourcing”, tzw. praca wykonywana za granicą – przede wszystkim w Indiach (57% rynku) i Rosji – na rzecz firm mieszczących się w USA i w państwach europejskich.
- Szacuje się, że rynek pracy związany z offshoringiem będzie wzrastać o 20% każdego roku.

Wynagrodzenie

- Początkujący programista może zarobić w USA 50–60 tys. USD rocznie. Za tę samą pracę chiński ekspert otrzymuje dziesięć razy mniej, w Indiach nieco więcej – od 8 do 10 tys. USD.

Offshoring w Polsce

- Polska jest jednym z pięciu krajów na świecie, obok Chin, Indii, Czech i Singapuru, uważanych za najlepsze miejsce offshoringowych centrów usług globalnych korporacji.

Przyczyny rozwoju offshoringu

- Cyfrowa tania łączność,
- regionalny brak kadry o odpowiednich kwalifikacjach
- niskie koszty wynagrodzenia za pracę.
- Prosta praca i dalej badania i rozwój.
- jedna czwarta tradycyjnych miejsc pracy w USA, które są związane z IT, zajmą fachowcy mieszkający za granicą

Przywilej pracy

Przywilej pracy

- Branża technologii informacyjnych związana z transmisją, gromadzeniem i przetwarzaniem szybko rosnących zasobów informacyjnych stała się realnym, skutecznym, wszechstronnym, często autonomicznym, ale nadzwyczaj konkurencyjnym dla ludzi narzędziem pracy. Dotyczy to metodologii, sprzętu komputerowego, oprogramowania i łączności cyfrowej, które efektywnie wspomagają wysiłki produkcyjne we wszystkich sferach ludzkiej aktywności.
- Rezultatem tego jest fakt, iż największy udział w zmianach ekonomii wysoko rozwiniętych państw mają technologie informacyjne.

Paradoks technologicznej pomocy

- narzędzie, które miało być pomocne człowiekowi, podobnie jak kiedyś maszyna parowa, z jednej strony wspomaga, lecz z drugiej wręcz efektywnie i skutecznie eliminuje ludzką pracę.
- „Wraz z nastaniem automatyzacji nowe wzorce układów między ludźmi prowadzą do likwidacji miejsc pracy”.
- Tymczasem zjawisko to nie wywołuje społecznych reakcji analogicznych do tych, jakie spowodowało zastosowanie maszyny parowej (luddyści niszczący maszyny).

Zmiany produktywności wobec dostępu do Internetu (USA, %)

	2000	2001	2002	2003	2005	2006	2007
Improved a lot	22%	29%	29%	32%	37%	31%	32%
Improved somewhat	35%	32%	35%	34%	29%	39%	39%
Stayed the same	39%	35%	31%	28%	29%	29%	24%
Worsened somewhat	4%	3%	5%	5%	4%	1%	5%
Worsened a lot	1%	1%	0%	1%	1%	0%	0%

Source: USC Annenberg School Center for the Digital Future, "The 2008 Digital Future Project-Year Seven" as cited in press release, March 2, 2009

102092

www.emarketer.com

<http://www.emarketer.com/Article.aspx?id=1006979>, marzec 2009

Produktywność

- w USA w latach 1985–1995 wzrastała rocznie średnio o 1,4%, w latach 1996–2000 była dwukrotnie większa, ale w roku (IV kwartał 1999–IV kwartał 2000) przypadającym na czas największych sukcesów zastosowań IT – produktywność wzrosła o 5,2%.
- W niektórych społecznościach widocznym objawem owej bezosobowej konkurencji jest wspomniana we wstępie „cyfrowa przepaść” między tymi, którzy wytrzymują konkurencję maszyn, i tymi, którzy nie dają sobie z nią rady.

Ograniczanie liczby miejsc pracy

- Już w 2000 roku „po raz piąty z rzędu brytyjska fabryka Nissana w Sunderland zajęła pierwsze miejsce w rankingu najbardziej wydajnych fabryk samochodów osobowych w Europie.
- Na jednego zatrudnionego przypadło tam 101 wyprodukowanych pojazdów.
- Zakłady Toyoty w brytyjskim Burnaston w Derbyshire zostały sklasyfikowane na drugim miejscu z produkcją 86 samochodów”. Podobnie problem wyręczania ludzkiej pracy wygląda w innych branżach.

Od 1985 roku, głównie ze

- względu na automatyzację operacji bankowych, liczba banków i lokalnych instytucji finansowych zmalała o 60%, dużych banków o jedną piątą, a instytucji finansowych o 30%.
- Na przykład w szwedzkim banku Handelsbanken narzędzia teleinformatyczne pozwoliły zautomatyzować 80% transakcji, pozostałą część zautomatyzuje Internet, w efekcie przewiduje się pięcioprocentową redukcję zatrudnienia w każdym roku.
- Już w 2000 roku zlikwidowano w tym banku co czwarty oddział – klienci „poszli do domów”, gdzie mają bezpośredni internetowy dostęp do swoich kont bankowych.
- Wcześniej obsługujący ich pracownicy musieli sobie poszukać innego zatrudnienia.

Ograniczania miejsc pracy

- dzięki zastosowaniom IT, które w podobnych okolicznościach Ned Ludda próbował rozwiązywać niszczeniem maszyn, pęcznieją, oczekując na stosowne, bardziej dojrzałe rozwiązania. Nadal pozostaje szansa dla ludzkiej pracy w wyścigu z wszechobecnymi technologiami informacyjnymi.
- „uwielbienie dla technologii oraz strach przed nią”
- by technologia nie „przygniotła cywilizacji.
- Wyzwaniem staje się intensywna edukacja, by jak najwięcej z ludzi mogło „konkurować z komputerami” w miejscu pracy i w walce o szansę na samodzielne podejmowanie decyzji, by praca nie stała się przywilejem.

Zatrudnienie stanie się

- przywilejem zarezerwowanym dla najlepszych – znajdujących się po lepszej stronie wspomnianej przepaści.

Luddyści

nazwa uczestników wystąpień w Anglii
w końcu XVIII i na początku XIX
wieku przeciw stosowaniu
w przemyśle pierwszych maszyn
parowych.

Co dalej z pracą?

Co pozostanie?

- wzajemna opieka, uczucia, twórczość, nauka i sztuka,
- Ale: komputerowa twórczość w zakresie prozy. Akst Daniel, *Computers as Authors? Literary Luddites Unite!*, „Barnes & Noble, computers have started writing without us scribes”, „The New York Times” 2004, Nov. 22.
- Chodzi tu o próbę zmiany ważkiego motywu ludzkich działań współczesnego obywatela demokratycznych krajów rozwiniętych, motywu, który w znacznej części jest związany z pogonią za „pieniądzem”. Wydaje się, że potwierdza to wyzwanie, przed jakim stawiana jest współczesna edukacja – wskazywanie innych, nie mniej cennych wartości od „pieniądza”.

Cyberslacking – prywatne w pracy

- Średnio, w skali świata poświęca 1/5 czasu pracy na swoje prywatne sprawy, głównie Internet.
- Australijscy pracownicy zaangażowani w Facebook powodują roczne straty pracodawcy 4 miliardy USD
- Co trzeci pełnoletni internauta uważa, że korzystanie z internetu w pracy w celach prywatnych jest nieuczciwe w stosunku do pracodawcy [Gemius 01/08]