

E-usługi – definicja i przykłady

Badanie zapotrzebowania na działania wspierające rozwój usług świadczonych elektronicznie (e-usług) przez przedsiębiorstwa mikro i małe



Radosław Flis
Jacek Szut
Beata Mazurek-Kucharska
Jacek Kuciński



Autorzy:

Radostaw Flis, Jacek Szut, Beata Mazurek-Kucharska, Jacek Kuciński

Wydawca:

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP)

ul. Pańska 81/83
00-834 Warszawa

www.parp.gov.pl

Skład:

Marcin May
PARP

Wydanie I

Publikacja bezpłatna

Publikacja powstała na podstawie „Badania zapotrzebowania na działania wspierające rozwój usług świadczonych elektronicznie (e-usług) przez przedsiębiorstwa mikro i małe” zrealizowanego dla Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości przez Pentor Research International S.A.

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego

Wspieramy e-biznes www.web.gov.pl

Copyright © by Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości Warszawa 2009, Wszelkie prawa zastrzeżone. Żaden fragment nie może być wykorzystywany w jakiegokolwiek formie ani przekładany na język mechaniczny bez zgody PARP.

Spis treści

1. Definicja e-usług	4
2. Problemy ze zrozumieniem definicji	8
3. Rodzaje e-usług z przykładami	10
4. Rodzaje e-usług i produktów cyfrowych według przedstawicieli przedsiębiorców oferujących e-usługi	12
5. Rodzaje e-usług i produktów cyfrowych według przedstawicieli instytucji branżowych, stowarzyszeń, fundacji, izb działających na rzecz e-usług	15
6. E-usługi w Polsce - Sytuacja bieżąca i perspektywy	17
7. Funkcjonowanie na rynku e-usług	19
8. Wnioski	20

1. Definicja e-usług

Autor: Radosław Flis

Według definicji „Regulamin przeprowadzania konkursu w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka Priorytet 8: Społeczeństwo informacyjne – zwiększanie innowacyjności gospodarki Działanie 8.1: Wspieranie działalności gospodarczej w dziedzinie gospodarki elektronicznej”, **e-usługi to takie usługi, których świadczenie odbywa się za pomocą Internetu, jest zautomatyzowane (może wymagać niewielkiego udziału człowieka) i zdalne¹. Od usługi w ujęciu tradycyjnym, e-usługę odróżnia brak udziału człowieka po drugiej stronie oraz świadczenie na odległość.**

E-usługa zapewnia usługobiorcy (klientowi) możliwie dużą indywidualność, jednak nie wymaga obecności obu stron w tym samym czasie i w tym samym miejscu. Usługa elektroniczna musi ponadto spełniać warunek udzielania konkretnej odpowiedzi na konkretnie postawione pytanie. E-usługę można prowadzić za pośrednictwem kilku kanałów, takich jak: Internet, urządzenia mobilne (telefon komórkowy i inne urządzenia przenośne) oraz telewizja cyfrowa i satelitarna².

Najbardziej szczegółową definicję e-usług podaje art. 11 w zw. z art. 12 Rozporządzenia Rady (WE) nr 1777/2005 z dnia 17.10.2005 r. ustanawiającego środki wykonawcze do dyrektywy 77/388/EWG w sprawie wspólnego systemu podatku od wartości dodanej oraz w załączniku nr 1 do Rozporządzenia³. W szczególności w/w artykuł 11 stanowi:

1. Do usług świadczonych drogą elektroniczną, o których mowa w art. 9 ust. 2 lit. e) tiret dwunaste i załączniku L dyrektywy 77/388/EWG, należą usługi świadczone za pomocą Internetu lub sieci elektronicznej, których świadczenie jest zautomatyzowane i które wymagają niewielkiego udziału człowieka, a ich wykonanie bez wykorzystania technologii informacyjnej jest niemożliwe.

2. Następujące usługi, w szczególności jeśli świadczone są przez Internet lub sieć elektroniczną, wchodzą w zakres ust. 1:

a) ogólnie produkty w formie cyfrowej łącznie z oprogramowaniem, jego modyfikacjami i nowszymi wersjami oprogramowania;

b) usługi umożliwiające lub wspomagające obecność przedsiębiorstw lub osób w sieci elektronicznej, takie jak witryna lub strona internetowa;

c) usługi generowane automatycznie przez komputer i przesyłane Internetem lub siecią elektroniczną w odpowiedzi na określone dane wprowadzone przez usługobiorcę;

d) odpłatne przekazywanie prawa do wystawiania na aukcji towaru lub usługi za pośrednictwem witryny internetowej działającej jako rynek on-line, na którym potencjalni kupcy przedstawiają swoje oferty przy wykorzystaniu automatycznych procedur oraz na którym strony są informowane o dokonaniu sprzedaży za pomocą poczty elektronicznej generowanej automatycznie przez komputer;

e) pakiety usług internetowych oferujących dostęp do informacji, w których aspekty telekomunikacyjne są natury pomocniczej lub drugorzędnej (czyli pakiety wykraczające poza oferowanie samego dostępu do Internetu i obejmujące inne elementy, takie jak strony, które umożliwiają dostęp do aktualnych wiadomości, informacji meteorologicznych lub turystycznych; gier; umożliwiają hosting witryn internetowych; dostęp do grup dyskusyjnych; etc.);

f) usługi wyszczególnione w załączniku nr 1, czyli:

1. Punkt 1 załącznika L do dyrektywy 77/388/EWG

a) Tworzenie i hosting witryn internetowych;

b) Automatyczna konserwacja oprogramowania, zdalnie i on-line;

c) Zdalne zarządzanie systemami;

¹ Strona www PARP, www.parp.gov.pl

² Rozporządzenie Rady (WE) nr 1777/2005 z dnia 17.10.2005 r. ustanawiające środki wykonawcze do dyrektywy 77/388/EWG w sprawie wspólnego systemu podatku od wartości dodanej, <http://www.przepisy.gofin.pl/5,274,73792,0.html>

³ Rozporządzenie Rady (WE) nr 1777/2005 z dnia 17.10.2005 r. ustanawiające środki wykonawcze do dyrektywy 77/388/EWG w sprawie wspólnego systemu podatku od wartości dodanej, <http://www.przepisy.gofin.pl/5,274,73792,0.html>

d) Hurtownie danych on-line, umożliwiające elektroniczne przechowywanie i wyszukiwanie konkretnych danych;

e) Dostarczanie on-line przestrzeni na dysku na żądanie;

2. Punkt 2 załącznika L do dyrektywy 77/388/EWG

a) Uzyskiwanie dostępu on-line i pobieranie oprogramowania (w szczególności programy w zakresie zamówień publicznych / księgowości, programy antywirusowe) oraz jego uaktualnień.

b) Oprogramowanie blokujące pojawianie się banerów reklamowych.

c) Sterowniki do pobierania, takie jak programy ustawiające interfejsy komputera i urządzeń peryferyjnych (np. drukarek).

d) Automatyczna instalacja on-line filtrów na witrynach internetowych.

e) Automatyczna instalacja on-line zabezpieczeń typu firewalls.

3. Punkt 3 załącznika L do dyrektywy 77/388/EWG

a) Uzyskiwanie dostępu i pobieranie motywów pulpitów.

b) Uzyskiwanie dostępu i pobieranie obrazów, fotografii i wygaszaczy ekranu.

c) Zawartość książek w formie cyfrowej i innych publikacji elektronicznych.

d) Prenumerata gazet i czasopism on-line.

e) Dzienniki logowania i statystyki odwiedzania stron internetowych.

f) Wiadomości, informacje o sytuacji na drogach oraz prognozy pogody on-line.

g) Informacje generowane automatycznie on-line przez oprogramowanie po wprowadzeniu przez klienta określonych danych, takich jak dane prawne lub finansowe (w szczególności stale uaktualniane kursy giełdowe).

h) Dostarczanie przestrzeni reklamowej, szczególnie banerów reklamowych na stronach lub witrynach internetowych.

i) Korzystanie z wyszukiwarek i katalogów internetowych.

4. Punkt 4 załącznika L do dyrektywy 77/388/EWG

a) Uzyskiwanie dostępu i pobieranie muzyki na komputery i telefony komórkowe.

b) Uzyskiwanie dostępu i pobieranie sygnałów dźwiękowych, urywków nagrań, dzwonków i innych dźwięków.

c) Uzyskiwanie dostępu i pobieranie filmów.

d) Pobieranie gier na komputery i telefony komórkowe.

e) Uzyskiwanie dostępu do automatycznych gier on-line, które wymagają użycia Internetu lub innych podobnych sieci elektronicznych, gdy gracze są od siebie oddaleni.

5. Punkt 5 załącznika L do dyrektywy 77/388/EWG

a) Automatyczne nauczanie na odległość, którego funkcjonowanie wymaga użycia Internetu lub podobnej sieci elektronicznej, wymagające niewielkiego bądź niewymagające żadnego udziału człowieka, łącznie z klasami wirtualnymi, z wyjątkiem sytuacji, gdzie Internet lub podobna sieć elektroniczna wykorzystywana jest jako proste narzędzie służące komunikowaniu się nauczyciela z uczniem.

b) Ćwiczenia wypełniane przez ucznia on-line i sprawdzane automatycznie, bez udziału

człowieka.

Istotne jest, iż Rozporządzenie podaje zarówno rodzaje usług, które można określić mianem e-usług, jak i te, które wg art. 12 Rozporządzenia do tego grona należeć nie mogą. W szczególności nie są e-usługami:

- 1) Usługi nadawcze radiowe i telewizyjne, o których mowa w art. 9 ust. 2 lit. e) tiret jedenaste dyrektywy 77/388/EWG;
- 2) Usługi telekomunikacyjne w rozumieniu art. 9 ust. 2 lit. e) tiret dziesiąte dyrektywy 77/388/EWG;
- 3) Dostawy następujących towarów i świadczenie następujących usług:
 - a) towary, w przypadku których zamawianie i obsługa zamówienia odbywa się elektronicznie;
 - b) płyty CD-ROM, dyskietki i podobne nośniki fizyczne;
 - c) materiały drukowane, takie jak książki, biuletyny, gazety i czasopisma;
 - d) płyty CD, kasyety magnetofonowe;
 - e) kasyety wideo, płyty DVD;
 - f) gry na płytach CD-ROM;
 - g) usługi świadczone przez osoby takie jak prawnicy lub doradcy finansowi, którzy udzielają swym klientom porad za pomocą poczty elektronicznej;
 - h) usługi edukacyjne, w ramach których treść kursu przekazywana jest przez nauczyciela za pomocą Internetu lub sieci elektronicznej (czyli poprzez zdalne połączenie);
 - i) usługi fizyczne off-line naprawy sprzętu komputerowego;
 - j) hurtownie danych off-line;
 - k) usługi reklamowe, w szczególności w gazetach, na plakatach i w telewizji;
 - l) centra wsparcia telefonicznego (ang. helpdesk);
 - m) usługi edukacyjne świadczone korespondencyjnie, zwłaszcza za pośrednictwem poczty;
 - n) konwencjonalne usługi aukcyjne, przy których niezbędny jest udział człowieka, niezależnie od sposobu składania ofert;
 - o) usługi telefoniczne z elementem wideo, znane też pod nazwą usług wideofonicznych;
 - p) dostęp do Internetu i stron World Wide Web;
 - q) usługi telefoniczne świadczone przez Internet.

Powyższy akt normatywny stanowi chyba najszerszą dostępną klasyfikację e-usług. Większość dostępnych podziałów e-usług właściwie mieści się w tej pojemnej normie prawnej.

Inne przykłady e-usług znaleźć można na portalu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości o nazwie "Wspieramy e-biznes", gdzie e-usługi to:

- e-zdrowie, które obejmuje wszystkie możliwe zastosowania nowoczesnych technologii informacyjnych i komunikacyjnych we wzajemnych relacjach lekarzy, instytucji ochrony zdrowia (szpitali, przychodni) i ich pacjentów, w tym konsultacje medyczne prowadzone przez Internet w sposób zautomatyzowany;
- e-praca, czyli działania oferowane w ramach rekrutacji pracowników, które obejmują wszelkie procedury wykorzystujące technologię Internetu i współpracujących z nią multimediów w celu – z jednej strony – poinformowania potencjalnych kandydatów o firmie, warunkach zatrudnienia, oczekiwaniach i wymaganiach stawianych kandydatom oraz kształtowaniu pozytywnych postaw i motywacji do zatrudnienia, z drugiej strony – publikację ofert osób i firm poszukujących odpłatnej lub nieodpłatnej formy zatrudnienia. E-praca obejmuje również branżowe e-oferty pracy;

- e-logistyka, czyli usługi wspomagające funkcjonowanie łańcuchów dostaw, nie mające nic wspólnego z fizycznym przemieszczaniem towarów, posiadaniem jakichkolwiek środków transportu bądź magazynów. Dostawcy usług e-logistycznych nie zajmują się dystrybucją czegokolwiek, ich obszarem działań jest realizacja wirtualnych procesów w środowisku rozległych sieci komputerowych (najczęściej platformą technologiczną jest Internet), mających na celu koordynację i integrację partnerów biznesowych w łańcuchu dostaw;
- e-finance, czyli ogół operacji dotyczących finansów wykonywanych za pośrednictwem mediów elektronicznych, w tym e-ubezpieczenia;
- e-handel, gdzie umowa zawierana jest poprzez Internet i zostaje całkowicie wykonana za jego pośrednictwem lub zawarcie umowy odbywa się przez Internet, ale jej wykonanie następuje już poza siecią, np. wysłanie towarów zakupionych poprzez Internet pocztą tradycyjną.

Do e-usług nie zalicza się następujących czynności:

- handlu przedmiotami poprzez serwis WWW (sklepy internetowe);
- usług krawieckich, kurierskich, restauracyjnych itp., które można zamówić poprzez e-mail lub stronę WWW;
- usług doradczych, porad prawnych itp., udzielanych za pośrednictwem e-maili, stron WWW, forów, itp.⁴

Należy w tym miejscu wyjaśnić rozbieżność występującą w w/w definicji. Otóż sprzedaż poprzez Internet nie jest sama w sobie e-usługą, ale mieści się w pojęciu e-handel. E-handel jest szerszym pojęciem, zawierającym w sobie e-usługi takie jak: serwisy aukcyjne, porównywarki cen, fora użytkowników zbudowane wokół sprzedawanych dóbr oraz automaty sugerujące klientom dobra zgodne z ich preferencjami.

Inną definicję e-usług proponują autorzy publikacji pt. „E-usługi a społeczeństwo informacyjne”, dla których e-usługi to:

- e-mail;
- e-rozmowy (czaty, komunikatory itp.);
- e-nauka (kursy językowe, zawodowe, profesjonalne kursy dla pracowników firm, studia licencjackie, magisterskie i uzupełniające, korepetycje bez udziału nauczyciela);
- e-book;
- e-administracja;
- e-bankowość;
- e-ubezpieczenia;
- e-kultura;
- e-turystyka⁵.

Konsekwencją zbyt płynnej i szerokiej definicji e-usługi jest mętlik pojęciowy i trudności w jednoznacznym określeniu, czy dana aktywność internetowa jest e-usługą, czy nie. Wydaje się wręcz niemożliwe jednoznacznie wyznaczenie granic e-usługi ze względu na dynamiczny charakter środowiska, w którym się ona tworzy i rozwija. (...)

⁴ Strona www PARP: www.web.gov.pl.

⁵ A. Dąbrowska, M. Janoś-Kreśło, A. Wódkowski, „E-usługi a społeczeństwo informacyjne”, Difin, Gdańsk, 2008.

2. Problemy ze zrozumieniem definicji

Autor: Radosław Flis

Z badań jakościowych wynika, iż przedsiębiorcy biorący w nich udział często sami nie potrafią, z całą pewnością, określić czy świadczą e-usługę:

„Dopóki nie próbowałem składać swojego projektu, to uważałem, że to co robię, to wcale nie są e-usługi. Natomiast kiedy przeczytałem 70 razy tę definicję, z myślą, że chyba chodzi o coś zupełnie innego, i dodatkowo zobaczyłem jakie projekty trafiły do PARP, to stwierdziłem, że ja na pewno świadczę e-usługę.”⁶

Zagadnieniem pojawiającym się podczas wszystkich wywiadów, jest definicja e-usługi. Istniejąca „urzędowa” definicja, używana również w ramach działania 8.1 PO IG – wspieranie działalności gospodarczej w dziedzinie gospodarki elektronicznej – okazuje się być dla respondentów dyskusyjna. Należy jednak wyjaśnić, że definicja e-usługi, z którą mamy do czynienia została stworzona wyłącznie dla celów programu 8.1 PO IG – wspieranie działalności gospodarczej w dziedzinie gospodarki elektronicznej. Opinie respondentów są w tej kwestii subiektywne i nie uwzględniają faktu, że urzędowa klasyfikacja nie obejmuje wszystkich rodzajów e-usług, a jedynie te, które objęte zostały dofinansowaniem. Nie jest wykluczone, że w ramach przyszłych programów unijnych inne rodzaje e-usług zostaną włączone do dofinansowania.

Zdaniem dyskutantów, w niektórych wypadkach definicja taka może powodować trudności w uzyskaniu dofinansowania z środków UE w ramach działania 8.1 PO IG, a to ze względu na preferowanie pewnych przedsięwzięć internetowych i wykluczanie innych. Omawiana definicja powinna być zdaniem dyskutantów bardziej otwarta, albowiem nowe rodzaje e-usług powstają na bieżąco, a zjawisko świadczenia usług poprzez Internet jest bardzo dynamiczne.

Najczęściej pojawiającym się zarzutem wobec definicji e-usług był brak elastyczności i zawężający charakter ujawniający się zwłaszcza przy wykluczeniach. Definicja e-usługi powinna być, zdaniem dyskutantów, bardziej otwarta, by nadążać za rzeczywistością:

„Ta definicja musi być z zasady dosyć otwarta i elastyczna, tak jak Internet czy usługi świadczone przez Internet. Są różne rzeczy, których definicja mogłaby po prostu nie objąć. Ponieważ są usługi, o których osoby układające definicję nie mają świadomości, że mogą w ogóle istnieć.”⁷

„Ja mam zastrzeżenia co do „wykonywania w sposób automatyczny”, ponieważ w tym momencie odrzuca się wszelkie serwisy społecznościowe, opiniotwórcze.”⁸

Przedsiębiorcy sądzą, że problem ten można rozwiązać poprzez stworzenie bardziej otwartej definicji e-usługi. Pozwoliłoby to na dofinansowanie większej ilości projektów z programu 8.1 PO IG dla podmiotów prowadzących biznes za pośrednictwem Internetu. Zasadniczym kryterium dotacji, według przedsiębiorców świadczących e-usługi, powinna być „opłacalność przedsięwzięcia.”⁹

Sugestie przedsiębiorców są zbieżne z opiniami ekspertów, którzy uważają, że powinno się poszerzyć definicję e-usługi np. o sklepy internetowe czy telefonię internetową ze względu na korzyści zarówno dla e-usługodawców, jak i e-usługobiorców:

„Rozszerzyłbym przede wszystkim definicję e-usługi o klasyczne sklepy internetowe jako takie, bez względu na to czy one sprzedają produkty i usługi niematerialne, czy materialne. Niepotrzebne było też wykluczenie usług telefonii IP, bardzo rozkręcającego się rynku VOIP. Przez takie sformułowanie dostęp do Internetu i usługi telefoniczne świadczone przez Internet zostały zawężone. Tymczasem jest to rynek, który się rozwija.”¹⁰

Zdaniem autorów raportu, źródła krytycznych poglądów respondentów doszukiwać się należy w treści art. 12 Rozporządzenia Rady (WE) nr 1777/2005 z dnia 17.10.2005 r. ustanawiającego środki wykonawcze do dyrektywy 77/388/EWG, które wyłącza spod definicji e-usług m. in. następujące działania:

- 3) Dostawy następujących towarów i świadczenie następujących usług:

⁶ FGI z przedsiębiorcami.

⁷ FGI z przedsiębiorcami.

⁸ FGI z przedsiębiorcami.

⁹ FGI z przedsiębiorcami.

¹⁰ IDI z ekspertem.

- a) towary, w przypadku których zamawianie i obsługa zamówienia odbywa się elektronicznie (...);
- g) usługi świadczone przez osoby takie jak prawnicy lub doradcy finansowi, którzy udzielają swym klientom porad za pomocą poczty elektronicznej;
- h) usługi edukacyjne, w ramach których treść kursu przekazywana jest przez nauczyciela za pomocą Internetu lub sieci elektronicznej (czyli poprzez zdalne połączenie) (...);
- k) usługi reklamowe, w szczególności w gazetach, na plakatach i w telewizji;
- l) centra wsparcia telefonicznego (ang. helpdesk);
- m) usługi edukacyjne świadczone korespondencyjnie, zwłaszcza za pośrednictwem poczty;
- n) konwencjonalne usługi aukcyjne, przy których niezbędny jest udział człowieka, niezależnie od sposobu składania ofert;
- o) usługi telefoniczne z elementem wideo, znane też pod nazwą usług wideofonicznych;
- p) dostęp do Internetu i stron World Wide Web;
- q) usługi telefoniczne świadczone przez Internet (...).

Rozumienie e-usługi przez przedstawicieli firm i instytucji branżowych jest dużo szersze niż ustawowa definicja. Zdaniem autorów, jest to sygnał dla władz, by odpowiednie instytucje zajęły się tym problemem, ponieważ ma on znaczenie dla rozwoju sektora e-usług.

Problemy z definicją nastrożają trudności samym przedsiębiorcom w klasyfikowaniu e-usług. Jest to zadanie trudne również ze względu na bardzo duże zróżnicowanie aktywności ludzkiej w Internecie oraz z powodu rosnącej dynamiki przyrostu użytkowników Internetu¹¹.

Podstawowe źródło wiedzy o rodzajach e-usług świadczonych na rynku polskim, stanowią w niniejszym badaniu zogniskowane wywiady grupowe z przedstawicielami przedsiębiorców oferujących e-usługi.

¹¹ W Polsce dostęp do Internetu ma ok. 17,3 mln osób, co w porównaniu do roku 2006, gdy ok. 12 mln Polaków korzystało z Internetu daje roczny przyrost internautów wynoszący ok. 1,7 mln osób - Raport GfK, „Net Index” z marca 2009 i Raport Gemius S.A., „Internet 2006” z grudnia 2006.

3. Rodzaje e-usług z przykładami

Chcąc ukazać różnorodność e-usług świadczonych dziś w Internecie niezbędne będzie posłużenie się przykładami.

Przedstawione poniżej nazwy portali zostały wybrane losowo przez wykonawcę badania jako przykłady z dużego zbioru serwisów świadczących e-usługi. Podanie konkretnych przykładów jest konieczne dla zilustrowania bogactwa i różnorodności e-usług.

Najczęściej spotykanymi i najbardziej popularnymi e-usługami są:

- **Tworzenie witryn internetowych:** www.pakiety.pl, www.az.pl/kreator-stron-internetowych-www.html, www.webity.pl, www.site-builder.pl;
- **Zdalne dostarczanie oraz aktualizacja oprogramowania:** www.SoftMania.pl, www.dobreprogramy.pl, www.programosy.pl, www.eprogramy.org, www.pobieralnia.pl;
- **Zdalne zarządzanie systemami:** www.calltech.com.pl, www.elzab.com.pl, http://amazis.com;
- **Hurtownie danych on-line, umożliwiające elektroniczne przechowywanie i wyszukiwanie konkretnych danych:** www.bakk.com, www.c-systems.pl, www.chomik.pl;
- **Dostarczanie on-line przestrzeni na dysku na żądanie:** www.msejf.pl, www.bekaper.pl;
- **Zdalne testowanie i konserwacja hardware i oprogramowania:** www.hddlif.com, www.memtest86.com, www.crystalmark.info, www.zurawek.com, www.ccleaner.com;
- **Uzyskiwanie dostępu i pobieranie muzyki na komputery i telefony komórkowe:** www.emusic.com, www.mp3.pl, www.soho.pl, www.lastfm.com;
- **Uzyskiwanie dostępu i pobieranie sygnałów dźwiękowych, urywków nagrań, dzwonek i innych dźwięków:** www.papla.pl, www.dzwonki-na-telefon.pl, www.dzwonki.pl, www.wapster.pl;
- **Uzyskiwanie dostępu i pobieranie filmów:** www.kinomaniak.info, www.youtube.pl, www.watchdirect.tv, www.netmoviedownloads.com, www.videoworld.pl, www.itvp.pl;
- **Pobieranie gier na komputery i telefony komórkowe:** www.komorki.aeri.pl, www.gryzonie.pl, www.gryjava.e-gry.ne, www.mobilnehity.pl, www.pobieralnia.pl;
- **Uzyskiwanie dostępu do automatycznych gier on-line, które wymagają użycia Internetu lub innych podobnych sieci elektronicznych, gdy gracze są od siebie oddaleni:** www.gry-online.pl, www.gryonline.wp.pl, www.gryonline.boja.pl;
- **Uzyskiwanie dostępu i pobieranie motywów pulpitu:** www.eprogramy.org, www.bitfone.dmkhosting.com, www.tapety4U.webpark.pl;
- **Uzyskiwanie dostępu i pobieranie obrazów, fotografii i wygaszaczy ekranu:** www.fotosearch.pl, www.bew.com.pl, www.bank-zdjec.com, www.pikselstock.pl, www.theta.pl, www.domzdejec.pl, www.wygaszaczeekranu.com, www.galeria.com.pl, www.galeria.com.pl, www.kopytko.pl, www.galeria.com.pl, www.galeria.com.pl;
- **Dostarczanie książek w formie cyfrowej i innych publikacji elektronicznych:** www.ebook.pl, www.bookini.pl, www.iik.pl, www.ebook.kuponline.pl, www.audioteka.pl, www.ibuk.pl;
- **Prenumerata gazet i czasopism on-line:** www.witryna.czasopism.pl, www.top-kiosk.pl, www.prasa.partnerzy.netpress.pl;
- **Zdalne dzienniki logowania i statystyki odwiedzania stron internetowych:** www.home.pl, www.stat24.com, www.7point.pl, www.stat.4u.pl, www.linker.pl, www.freestat.pl, www.trafiq.pl;
- **Wiadomości, informacje o sytuacji na drogach oraz prognozy pogody on-line (także web-serwisy):** www.nadrogach.pap.pl, www.motofirma.pl, www.gddkia.gov.pl, www.pogoda.onet.pl, www.twojapogoda.pl, www.new.meteo.pl, www.pogodynka.pl, www.imgw.pl;
- **Informacje generowane automatycznie on-line przez oprogramowanie po wprowadzeniu przez klienta określonych danych, takich jak dane prawne lub finansowe (w szczególności stale uaktualniane kursy giełdowe):** www.inwestycje.pl, www.gpw.pl, www.pl.saxobank.com;
- **Dostarczanie przestrzeni reklamowej, szczególnie banerów reklamowych na stronach lub witrynach internetowych:** www.reklamania.pl, www.adwords.google.com, www.blogvertising.pl;
- **Wyszukiwarki i katalogi internetowe:** www.google.pl, www.ask.pl, www.netsprint.pl, www.szukacz.pl;
- **Automatyczna instalacja on-line zabezpieczeń typu firewall:** www.pctools.com, www.zonealarm.com, www.ashampoo.com;
- **Dostarczanie informacji politycznych, kulturalnych, artystycznych, sportowych, naukowych, rozrywkowych itp.:** www.se.pl, www.fakty.interia.pl, www.gazeta.pl, www.news.portalisko.pl, www.polityka.pl, www.lubin.on-line.pl, www.mmWarszawa.pl, www.cojestgrane.pl, www.labforculture.org, www.filmweb.pl, www.machina.pl, www.bulgaricus.com, www.sport.pl, www.sport.onet.pl, www.sports.pl, www.dzienniksport.com, www.nauka.hotnews.pl, www.nauka.gildia.pl, www.nauka.pl;
- **Systemy on-line ocen:** polityków, nauczycieli, lekarzy, filmów, książek: www.dobrzypolitycy.pl, www.sondawyborcza.pl, www.ocen.pl, www.obelfrach.pl, www.konsylium24.pl,

- www.rankinglekarzy.pl, www.filmweb.pl, www.filmus.pl, www.wik.com.pl;
- **Fora dyskusyjne:** www.forum.gazeta.pl, www.forumowisko.pl, www.tygodnikforum.pl;
- **Systemy generujące fora i sondy na stronie klienta:** www.fora.pl, www.pun.pl, www.iq24.pl, www.sonda.pl, www.99polls.com, www.polldaddy.com;
- **Automatyczne biura przyjmowania zamówień taksówek:** www.wawataxi.pl, www.onlinetaxi.eu;
- **Usługi dla nowożeńców:** www.netwesele.pl, www.slub.biznesport.pl;
- **Dostarczanie przepisów kulinarnych:** www.KochaniePrzezGotowanie.pl, www.unclebens.pl, www.smaczny.pl, www.dobrakuchnia.com, www.przepisy.org, www.cprzepis1.pl;
- **Porównywarki cenowe wraz z opiniami klientów:** www.skapiec.pl, www.nokaut.pl, www.cokupic.pl, www.poile.pl, www.cenohit.pl, www.ceneo.pl, www.oferciak.pl;
- **Porady w doborze ubezpieczenia** (kalkulatory, porównywarki): www.cuk.com.pl, www.ipolisa.pl, www.wygodnie.pl, www.auto-motor-i-sport.pl, www.ikonto.com.pl;
- **Sprzedż ubezpieczeń:** www.allianzdirect.pl, www.ubezpieczeniaonline.pl, www.wygodnie.pl;
- **Branżowe e-oferty pracy:** www.pracuj.pl, www.Praca.Allegro.pl, www.infopraca.pl, www.praca.monsterpolska.pl, www.jobs4it.pl, www.job.org.pl, www.job.com, www.jobpilot.pl;
- **E-zdrowie**, w tym e-konsultacje medyczne, e-opieka medyczna, elektroniczne recepty, informacje medyczne dla lekarzy i pacjentów, informatory o jednostkach medycznych, kontrola stanu zdrowia pacjenta, usługi skierowane bezpośrednio do pacjentów (elektroniczne konta zdrowotne, medyczne portale informacyjne i edukacyjne, apteki internetowe, BMI (Body Mass Index), rejestracja online: www.imed24.pl, www.e-manus.pl, www.doz.pl, www.fabrykadiet.pl, www.pulsmed.com.pl, www.bmi.pasiasty.pl, www.synaptis.eu, www.medicalonline.pl, www.pfm.pl, www.telemedycyna.krakow.pl, www.telemedycyna.wlkp.pl;
- **E-usługi związane z bankowością**, inwestowaniem elektronicznym (w tym papiery wartościowe, fundusze inwestycyjne), doradztwem finansowym (w tym oferty dotyczące kredytów, lokat, ubezpieczeń, inwestycji), aukcjami kredytowymi (kredytobiorca jest inicjatorem, a banki przedstawiają oferty), zarządzaniem własnymi finansami, dokonywaniem płatności elektronicznych: www.mBank.pl, www.Inteligo.pl, www.toyotabank.pl, www.kokos.pl, www.xelion.pl, www.opiekuninwestora.pl, www.inwestycje.pl, www.Investors.pl, www.przelewy24.pl, www.paypal.pl, www.openfinance.pl, www.invigo.pl;
- **E-learning**, czyli automatyczne nauczanie na odległość: www.prestin.pl, www.edulandia.pl, www.supermemo.net.pl, www.kursy-online.pl, www.kursy-online.4system.com, www.eskk.pl, www.Profeo.pl, www.menedzer.pl, www.szkola-online.pl, www.pou.pl, www.studioonline.info;
- **E-usługi związane z przemysłem turystycznym:** www.eturystyka.org, www.done.pl, www.Cosinus.pl/Turystyka, www.e-turystyka.net, www.bilety.eturystyka.org, www.cyberpodroze.pl, www.booking.com/Hotele, www.Hotels.com/PL, www.hotel.pl;
- **E-handel, w tym aukcje i sklepy:** www.fruli.pl, www.allegro.pl, www.swistak.pl, www.ebay.pl, www.aukcje.org, www.podbij.pl, www.sprzedam.pl, www.zakupy.pl, www.pinia.pl, www.zakupyprzezinternet.info;
- **E-logistyka:** www.e-logistyka.pl, www.lcs.pl, www.2msystem.pl, www.dcl.pl, www.exepol.eu;
- **E-radio:** www.tuba.fm, www.nadaje.com, www.dbbroadcast.com, www.live365.com, www.polskastacja.pl;
- **E-telewizja:** www.totaltv.biz, www.megawypas.pl, www.telewizja-przez-internet.pl;
- **Serwisy społecznościowe**, inaczej web. 2.0, w tym tematyczne i hobbystyczne: www.nasza-klasa.pl, www.tripy.pl, www.profeo.pl, www.szafa.pl, www.grono.net, www.wawka.pl, www.epuls.pl, www.wikipedia.pl, www.youtube.pl, www.facebook.pl; Kreatory serwisów społecznościowych: www.spaces.pl, www.mixxt.pl;
- **Serwisy randkowe:** www.sympatia.pl, www.fotoflirt.pl, www.moje-randki.pl;
- **Katalogi stron i portali:** www.kupwyras.pl, www.catalog.pl, www.webwweb.pl;
- **Ogłoszenia w Internecie:** www.olx.pl, www.Favore.pl, www.ojej.pl, www.i-Bazar.pl;
- **Baza filmów instruktażowych w stylu „zrób to sam”:** www.spryciarze.pl, www.instrukcja.pl;
- **Rozkłady jazdy:** www.ztm.waw.pl, www.rozklady.com.pl, www.rozklad.pkp.pl;
- **Wirtualne państwa:** www.scholandia.org, www.bochenia.pl, www.sarmacja.org, www.leblandia.republika.pl, www.samunda.only.pl, www.dreamland.net.pl;
- **Hazard internetowy:** www.bukmacherskie.com, www.e-bukmacher.com, www.bwin.com;
- **Pozycjonowanie oraz eliminowanie błędów stron i portali:** www.reportbell.com, www.entigra.pl, www.inetmedia.pl, www.artefakt.pl, www.4people.pl;
- **Komunikatory internetowe:** www.gadu-gadu.pl, www.tlen.pl, www.konnekt.info, www.miranda-im.pl, www.skype.pl, www.stefan.pl, www.interia.pl, www.jabberpl.org, www.icq.com;

Pamiętajmy jednak, że w Polsce powstaje tygodniowo kilkanaście nowych serwisów świadczących e-usługi. W związku z tym, trudno przyjąć jednolitą klasyfikację. Wiele e-usług wymienionych powyżej może w trakcie pisania niniejszego raportu już nie istnieć. Na pewno zaś powstały i powstają nowe pomysły, które mogą odnieść sukces i wykreować własny rodzaj e-usług.

Internet posiada tak dużą dynamikę rozwoju, że mówiąc o kategoriach czy rodzajach e-usług, należy posługiwać się raczej pojęciami związanymi z przyszłością tego rynku. Nowe pomysły mogą powstawać i powstają z dnia na dzień, ponieważ taka jest specyfika środowiska wirtualnego. Dla celów niniejszego badania warto sprawdzić, jakie są tendencje i spodziewane trendy rozwoju e-usług.

4. Rodzaje e-usług i produktów cyfrowych według przedstawicieli przedsiębiorców oferujących e-usługi

Autor: Radosław Flis

Na wstępie należy przypomnieć, że spotykane są różne sposoby podziału e-usług. Jednak ze względu na wyniki wywiadów z przedstawicielami przedsiębiorców oferujących e-usługi zastosowano podwójną klasyfikację.

Za podstawowe kryterium podziału przyjęto obszary zastosowania e-usług. Drugim wyznacznikiem uczyniono charakter podmiotów biorących udział w transakcji związanej ze świadczeniem e-usługi. Przy czym najczęściej wyróżnia się tu następujące modele e-usług: B2B – business to business (firma świadczy usługę dla innych firm), B2C – business to customer (firma świadczy usługę dla klientów indywidualnych), C2C – customer to customer (klient indywidualny świadczy usługę dla innych klientów indywidualnych), C2B – customer to business (klient indywidualny świadczy usługę dla firm).

W trakcie dyskusji uzyskano sporo informacji na temat rodzajów e-usług, które świadczone są przez respondentów, jak również e-usług, które dyskutanci wymienili jako ważne dla tego rynku. Główne obszary zastosowania e-usług wymienione są w punktach, a charakter e-usługi ze względu na uczestników transakcji podany jest w nawiasach z przykładami. Przy czym kolejność prezentowania klasyfikacji wynika z ilości wystąpień danego rodzaju e-usług w wypowiedziach dyskutantów¹².

Uzyskane w trakcie dyskusji klasyfikacje e-usług pokrywają się z wymienionymi w analizie *desk research*. Świadczy to o dużej świadomości przedsiębiorców i roli e-usług w ich działalności gospodarczej. Zbieżność obserwacji zebranych w trakcie badania jakościowego z analizą *desk research* potwierdza celowość wspierania działalności rynku e-usług z programu 8.1 PO IG. Nie wszystkie rodzaje e-usług wymieniane przez przedsiębiorców mieszczą się w oficjalnej definicji e-usługi, jednak dla przedstawienia pełnego obrazu krajowego rynku zdecydowano się na przedstawienie wszystkich przykładów wymienianych przez respondentów.

W szczególności respondenci wymieniają następujące obszary działalności e-usługowej:

I. E-usługi w obszarze biznes, gdzie jako przykłady wymienia się:

- portal wspomagający prowadzenie biznesu za pośrednictwem Internetu m.in. w e-handlu i e-usługach, będący odpowiedzią na rosnące zapotrzebowanie na usługi doradcze (model B2B);
- serwis zajmujący się digitalizacją i archiwizacją zasobów – coraz ważniejszą dziedziną prowadzenia działalności przedsiębiorstw (model B2B);
- sprzedaży audio i e-booków oraz czasopism w wersji elektronicznej wraz z wydawnictwem Internetowym, który wyrósł z klasycznego wydawnictwa (model B2C); serwis zajmujący się digitalizacją i archiwizacją zasobów – coraz ważniejszą dziedziną prowadzenia działalności przedsiębiorstw (model B2B);
- księgowość internetowa dla osób prowadzących własną działalność gospodarczą (model B2B);
- serwis służący do przeprowadzania badań on-line, które stają się coraz częstszą formą obserwacji zbiorowości (model B2B);
- portal promujący innowacyjne rozwiązania w branży kosmetycznej, stanowiący typowy przykład e-usługi opartej na wiedzy (model B2B);
- wyszukiwarka semantyczna, przy czym do wyszukiwarek semantycznych zalicza się przynajmniej dwa rodzaje wyszukiwarek: wyszukiwarki analizujące "znaczenie" indeksowanych dokumentów oraz wyszukiwarki przeszukujące zasoby sieci semantycznej¹³ (model mieszany B2C/B2B);
- portal ułatwiający tworzenie ankiet wraz z analizą wyników, pomocny w budowaniu serwisów umożliwiających porównywanie i ocenę produktów, usług, osób i zjawisk (model mieszany B2C/B2B);
- kreator ułatwiający tworzenie stron www – coraz bardziej niezbędne narzędzie internetowe, pozwalające na rozwój aktywności ludzkiej w Internecie (model mieszany B2C/B2B);
- serwis ułatwiający organizowanie konferencji, będący typowym portalem świadczącym usługi profesjonalne (model B2B);
- platforma pośrednictwa m. in. w cateringu, gdzie można oferować usługi dla pracodawców i dla pracowników (model B2B);

II. E-usługi w obszarach pracy i nauki, a w szczególności:

- portal dla osób powyżej 45. roku życia, ułatwiający poszukiwanie pracy osobom dyskryminowanym ze względu na wiek, stworzony ze względu na potrzebę rynku (model C2C);

¹² FGI przedsiębiorcami.

¹³ www.infopoint.pl

- klasyczny portal HR – pośredniczący w poszukiwaniu ofert pracy dla pracowników oraz poszukiwaniu fachowców dla pracodawców, zawierający aplikacje wspomagające proces rekrutacji (*model mieszany B2C/B2B*);
- videoportal, który publikuje filmy z miejsc pracy dla osób poszukujących ciekawego zatrudnienia, będący pierwszym tego typu projektem w kraju (*model B2C*);
- portal matematyczny (*model B2C*), o którym autorzy mówią:

„Zajmowaliśmy się popularyzacją nauki, potem przeczuciliśmy się na matematykę. Było to zgodne z naszymi zainteresowaniami. Ja byłem osobą zajmującą się zarządzaniem, pozostała grupa osób to studiujący, czy robiący doktorat z matematyki. Podjęliśmy się takiego zadania by rozwiązywać zadania za kogoś. Stworzyliśmy automat bez udziału człowieka, taki kalkulator krok po kroku, który rozwiązuje zadania.”¹⁴

III. E-usługi umożliwiające porównywanie i ocenę produktów, usług, osób i zjawisk, z następującymi przykładami:

- portal rankingowy, w którym użytkownicy i twórcy portalu tworzą rankingi na temat osób i zjawisk, a cała społeczność rozbudowuje bazy wiedzy (*model C2C*);
- porównywarka ofert telefonów komórkowych w abonamencie, dla klientów indywidualnych, ułatwiający poruszanie się w gąszczu ofert operatorów (*B2C*);
- serwis dla podróżnych, który porównuje usługi w dużych miastach w Polsce, pozwalający na optymalizację wydatków związanych z wyjazdami służbowymi i prywatnymi (*model mieszany B2B/B2C*);
- porównywarka cenowa – typowe i często spotykane narzędzie, które pozwala odnaleźć wybrany towar po korzystnej cenie i zapoznać się z opiniami innych nabywców (*model B2C*);
- serwis motoryzacyjny, gdzie między innymi można testować swój własny samochód i porównać go z innymi modelami (*model B2C*).

IV. E-usługi w obszarze ciekawostek, plotek i przepisów, w tym:

- serwis poświęcony domowym sposobom rozwiązywania codziennych problemów technicznych (*model C2C*);
- serwis z ciekawostkami dla ludzi, którzy lubią dowiadywać się nowych rzeczy i dzielić się nowościami z innymi (*model C2C*);
- serwis dla kobiet, które publikują zawartość swoich „szaf z ubraniami” i mogą wymieniać się ubraniami (*model C2C*);
- serwis poszerzający świadomość ludzi w sferze seksualnej (*model C2C*);
- serwis z przepisami kulinarnymi (*model C2C*).

V. E-usługi w obszarze z kultury i rozrywki, a w szczególności:

- portal zajmujący się organizowaniem życia towarzyskiego dla osób młodych duchem i myślących o optymalizacji wydatków (*model B2C*);
- portal z grami komputerowymi, oferujący użytkownikom gry na PC, jak i na telefony i urządzenia przenośne (*B2C*);
- portal Karaoke, umożliwiający użytkownikom śpiewanie i nagrywanie piosenek polskich i zagranicznych artystów oraz udostępnianie swoich wykonań innym internautom (*model mieszany B2C/C2C*);
- serwisy umożliwiające wypożyczenie filmów poprzez Internet (*model B2C*).

VI. E-usługi zaspokajające potrzebę przynależności i kontaktu – zwane serwisami społecznościowymi, których przykładami są:

- serwis umożliwiający publikowanie bieżących relacji z podróży, wraz z możliwością publikowania dokładnych tras oraz aktualnych zdjęć, będący odpowiedzią na potrzebę założyciela i jemu podobnych fascynatów podróży (*model C2C*);
- serwis społecznościowy oparty na wymianie zdjęć pomiędzy użytkownikami (*model C2C*);
- portal dla osób nieśmiałych, na którym można odszukać i nawiązać kontakt z osobą spotkaną w pociągu, autobusie lub w innym miejscu publicznym (*model C2C*);
- serwis społecznościowy dla użytkowników komórek (*model C2C*).

VII. E-usługi w obszarze turystyki i podróży, a w szczególności:

- internetowe biuro podróży, będące serwisem wyszukującym najlepsze oferty, wraz z automatyczną rezerwacją miejsc noclegowych, czy samochodów (*B2C*);
- serwis umożliwiający publikowanie bieżących relacji z podróży z możliwością publikowania dokładnych tras oraz aktualnych zdjęć, będący odpowiedzią na potrzebę założyciela i jemu podobnych fascynatów podróży (*model C2C*);
- serwis dla autostopowicza kojarzący kierowcę z pasażerem, będący odpowiedzią na potrzeby młodych ludzi, którzy chcą podróżować po niskich kosztach (*model C2C*);
- serwisy umożliwiające rezerwację i zakup biletów lotniczych, kolejowych i innych oraz zawierające informacje o rozkładach – coraz popularniejsza e-usługa (*model B2C*);

VIII. E-usługi w obszarze komunikacji internetowej, w tym:

- serwis umożliwiający komunikowanie się osób przez telefony komórkowe przy pomocy protokołu bluetooth – bezpłatna alternatywa komunikacji na bardzo bliską odległość (*model C2C*);
- usługi videostream, rozumiane jako usługi wideokonferencji albo telekonferencji lub transmisji on-line i wirtualne pokoje spotkań, gdzie można wymieniać się dokumentami (*model B2B*);
- wyszukiwarka osób w Internecie, pozwalająca ominąć gąszcz informacji poprzez filtrowanie niepotrzebnych danych (*model B2C*);
- serwisy ogłoszeniowe w Internecie, klasyczna forma kojarzenia nabywców i odbiorców dóbr materialnych i niematerialnych (*model mieszany B2B/B2C/C2C/C2B*).

IX. E-usługi w obszarach finansów i optymalizacji wydatków, a w szczególności:

- serwis pomagający optymalizować wydatki klienta w branżach takich jak telekomunikacja, telewizja cyfrowa, kredyty i GSM (*model B2C*);
- aukcje internetowe wraz z porównywarkami i wyszukiwarkami, gdzie sprzedający i kupujący to osoby prywatne i firmy (*model mieszany B2B/C2C/B2C/C2B*);
- portal, na którym można wywoływać zdjęcia za pośrednictwem Internetu, będący odpowiedzialnością na brak czasu klientów zakładów fotograficznych (*model B2C*).

Ciekawym faktem jest, że portalem, który cieszy się szczególną sympatią i uznaniem wśród badanych przedsiębiorców, jest strona „The Million Dollar Homepage”.

Prostota i niepowtarzalność pomysłu, dzięki któremu jego założyciel zarobił 1 mln dolarów, praktycznie bez nakładu finansowego, zdecydowała zdaniem badanych o sukcesie portalu:

„(...) chłopak właśnie wpadł na pomysł, jak zarobić szybko pieniądze i stworzył stronę 1000x1000 pikseli i każdy piksel sprzedał za dolara firmom, żeby umieścili tam reklamę. I to był pomysł, to był PR, poszło do TV, każdy wszedł na tą stronę i on zarobił 1 mln dolarów.”¹⁵

Dodatkowe źródło wiedzy o rodzajach e-usług świadczonych na rynku polskim, stanowią w niniejszym badaniu indywidualne wywiady pogłębione (IDI) z przedstawicielami instytucji branżowych, stowarzyszeń, fundacji, izb działających na rzecz e-usług.

¹⁵ FGI z przedsiębiorcami.

5. Rodzaje e-usług i produktów cyfrowych według przedstawicieli instytucji branżowych, stowarzyszeń, fundacji, izb działających na rzecz e-usług

Autor: Radosław Flis

Przedstawione poniżej rozważania, dotyczące rodzajów e-usług, zostały sformułowane na podstawie wywiadów z ekspertami, w przeciwieństwie do poprzedniego rozdziału, w którym prezentowano zdanie przedsiębiorców. Stosując kryterium podziału opisane w poprzednim rozdziale wyszczególniono poniżej grupy e-usług wraz z przykładami prezentowanymi przez respondentów. Tu również główne obszary zastosowania e-usług wymienione są w punktach, a charakter e-usługi – ze względu na uczestników transakcji – podany jest w nawiasach za przykładami. Przy czym kolejność prezentowania klasyfikacji wynika z ilości wystąpień danego rodzaju e-usług w wypowiedziach dyskutantów.

I. E-usługi w obszarach pracy i nauki, w tym:

- portale z bieżącymi informacjami, słowniki, encyklopedie, biblioteki cyfrowe, translatory językowe (*modele mieszane B2C/C2C*)¹⁶;
- e-recruitment, czyli te portale, które służą do poszukiwania pracy (*model B2C*)¹⁷;
- e-learning (*model B2C*)¹⁸;
- serwisy skupiające specjalistów z danej branży, czy z wielu branż – tzw. profesjonalistów (*praca i nauka, C2C*)¹⁹;
- portale publikujące kursy, szkolenia, filmy instruktażowe (*model B2C*)²⁰;
- banki kadry nauczycielskiej (*model B2C*)²¹.

II. E-usługi zaspokajające potrzebę przynależności i kontaktu zwane serwisami społecznościowymi, a w szczególności:

- serwisy społecznościowe (*model C2C*)²²;
- serwisy genealogiczne, pomagające zdobyć wiedzę o własnej rodzinie (*model C2C*)²³.

III. E-usługi w obszarze medycyna i zdrowie, w tym:

- portale medyczne, które umożliwiają rezerwację wizyt i wybór lekarza (*model B2C*)²⁴;
- usługi informacyjne, które powstają wokół aptek internetowych (*model B2C*)²⁵.

IV. E-usługi w obszarach finanse i optymalizacja wydatków, których przykładami są:

- serwisy aukcyjne (*model B2B/C2C/B2C/C2B*)²⁶;
- portale pośredniczące w sprzedaży nieruchomości czy samochodów (*model B2C/C2C*)²⁷;
- porównywarki cenowe, które pozwalają odnaleźć najkorzystniejszą cenę wybranego produktu (*model B2C*)²⁸;
- serwisy świadczące usługi z zakresu ubezpieczeń, wyszukujące najkorzystniejszą firmę ubezpieczeniową i oferujące możliwość obliczenia wysokości składki (*model B2C*)²⁹.

V. E-usługi w obszarze biznes, w tym:

- serwisy umożliwiające pobieranie oprogramowania typu open source jako istotne z powodu rozwijania idei społeczeństwa informacyjnego opartego na wiedzy (*model B2B/B2C*)³⁰;
- portale świadczące usługi księgowo, finansowe, marketingowe i podatkowe (*model B2B*)³¹;
- portale oferujące usługi e-marketingu szepowanego (*model B2B*)³².

VI. E-usługi w obszarze z kultury i rozrywki, a w szczególności:

- serwisy informacyjne on-line udostępniające kanały wideo i kanały radiowe (*model B2C*)³³.

¹⁶ IDI z ekspertem.

¹⁷ IDI z ekspertem.

¹⁸ IDI z ekspertem.

¹⁹ IDI z ekspertem.

²⁰ IDI z ekspertem.

²¹ IDI z ekspertem.

²² IDI z ekspertem.

²³ IDI z ekspertem.

²⁴ IDI z ekspertem.

²⁵ IDI z ekspertem.

²⁶ IDI z ekspertem.

²⁷ IDI z ekspertem.

²⁸ IDI z ekspertem.

²⁹ IDI z ekspertem.

³⁰ IDI z ekspertem.

³¹ IDI z ekspertem.

³² IDI z ekspertem.

³³ IDI z ekspertem.

VII. E-usługi w obszarze turystyki i podróży, w tym:

- usług turystycznych (*model B2C*)³⁴;
- auto mapy i lokalizatory miejsc (*model B2C*)³⁵.

VIII. E-usługi w obszarze komunikacji internetowej, a w szczególności:

- portal, który jest nowoczesnie zbudowaną platformą, dzięki której w momencie wybierania połączenia internetowego system robi aukcję operatora i wybiera całkowicie automatycznie aktualnie najniższą stawkę (*model B2C*)³⁶;
- komunikatory internetowe (*model C2C*)³⁷.

Wywiady z przedsiębiorcami i ekspertami stanowią bogate źródło wiedzy o rodzajach e-usług świadczonych obecnie na rynku polskim przez przedsiębiorstwa małe i mikro. Niemniej należy pamiętać, że katalog ten nie jest ani kompletny ani zamknięty, ponieważ w Polsce powstaje coraz więcej nowych portali, spośród których niemała ilość zamierza świadczyć e-usługi. Spora ich część to zupełnie nowe e-usługi, które być może wyznaczać będą nowe trendy w ramach sektora.

³⁴ IDI z ekspertem.

³⁵ IDI z ekspertem.

³⁶ IDI z ekspertem.

³⁷ IDI z ekspertem.

6. E-usługi w Polsce - Sytuacja bieżąca i perspektywy

Autor: Jacek Szut

Badani eksperci (członkowie Zespołu Ekspertów Zewnętrznych Narodowego Programu Foresight „Polska 2020” – Pole Badawcze ICT) niezbyt korzystnie ocenili obecny poziom rozwoju e-usług w Polsce, chociaż byli większymi optymistami jeśli chodzi o prognozy rozwoju w okresie najbliższych 5 lat³⁸.

Zaledwie według 11% ankietowanych dynamika rozwoju sektora e-usług jest większa (sektor rozwija się szybciej) niż w innych państwach należących do Unii Europejskiej, a ponad połowa badanych (59%) uznała, że rozwój sektora jest wolniejszy niż w innych państwach UE. Pozostali respondenci byli zdania, że pod względem rozwoju sektora e-usług nie odstawiamy od poziomu unijnego – rozwijamy się mniej więcej w takim samym tempie. Jednocześnie jednak okres najbliższych 5 lat ma przynieść pozytywne zmiany. Ponad połowa ankietowanych była przekonana, że sektor będzie rozwijał się w takim samym tempie jak w innych państwach członkowskich, 22% wyraziło opinię o szybszym rozwoju sektora, a „tylko” jeden na czterech ekspertów (24%) prognozował negatywny scenariusz rozwoju sektora – wolniej niż w innych państwach UE. Jak widać, w przypadku ocen sytuacji bieżącej ogólny bilans ocen³⁹ wyniósł aż -48 pkt., podczas gdy w kontekście przyszłości już tylko -2 pkt.

Oprócz pytania o ogólne perspektywy rozwoju sektora, badani zostali także poproszeni o wskazanie kierunków rozwoju e-usług (maksymalnie 5 spośród 12), które w przyszłości będą przeważały na rynku.

- **e-zdrowie:** obejmuje wszystkie możliwe zastosowania nowoczesnych technologii informacyjnych i komunikacyjnych we wzajemnych relacjach lekarzy, instytucji ochrony zdrowia (szpitali, przychodni) i ich pacjentów, w tym konsultacje medyczne prowadzone przez Internet w sposób zautomatyzowany.
- **e-praca:** działania oferowane w ramach rekrutacji pracowników, które obejmują wszelkie procedury wykorzystujące technologię Internetu i współpracujących z nią multimediów w celu – z jednej strony – poinformowania potencjalnych kandydatów o firmie, warunkach zatrudnienia, oczekiwaniach i wymaganiach stawianych kandydatom oraz kształtowaniu pozytywnych postaw i motywacji do zatrudnienia, z drugiej strony – publikację ofert osób i firm poszukujących odpłatnej lub nieodpłatnej formy zatrudnienia. E-praca obejmuje również branżowe e-oferty pracy.
- **e-logistyka:** usługi te są działaniami wspomagającymi funkcjonowanie łańcuchów dostaw, przy czym nie mają one nic wspólnego z fizycznym przemieszczaniem towarów, posiadaniem jakichkolwiek środków transportu bądź magazynów. Dostawcy usług e-logistycznych nie zajmują się dystrybucją czegokolwiek, ich obszarem działań jest realizacja wirtualnych procesów w środowisku rozległych sieci komputerowych (najczęściej platformą technologiczną jest Internet), mających na celu koordynację i integrację partnerów biznesowych w łańcuchu dostaw.
- **e-finance:** ogół operacji dotyczących finansów wykonywanych za pośrednictwem mediów elektronicznych, w tym e-bankowość.
- **e-handel:** umowa jest zawierana poprzez Internet i zostaje całkowicie wykonana za jego pośrednictwem lub zawarcie umowy odbywa się przez Internet, ale jej wykonanie następuje już poza siecią np. wysłanie towarów zakupionych poprzez Internet pocztą tradycyjną.
- **e-usługi w obszarze wspomaganie prowadzenia działalności gospodarczej:** wszelkiego rodzaju usługi księgowo i doradcze, ale także serwisy wspomagające tworzenie witryn internetowych, forów czy serwisów społecznościowych.
- **e-learning:** możliwość odbywania lekcji w dowolnym miejscu i czasie. Serwisy takie obniżają koszt nauki. Dla świadczących te usługi istotną rolę ma fakt, że koszt oprogramowania, materiałów szkoleniowych i obsługi tysiąca uczniów jest niewiele większy niż przy obsłudze setki słuchaczy.
- **e-turystyka:** wyszukiwanie miejsc noclegowych, wycieczek, połączeń lotniczych wraz z możliwością wyliczenia kosztów i rezerwacją oraz wirtualne zwiedzanie docelowych miejsc podróży.
- **e-komunikacja:** wywodzące się z usługi e-mail komunikatory internetowe, serwisy społecznościowe należące do zjawiska web 2.0 oraz wirtualne światy (przykład Second Life). Umożliwiają komunikację pomiędzy internautami skupionymi wokół pewnych tematów.
- **e-kultura:** portale dostarczające informacji dotyczących wydarzeń kulturalnych i osób związanych z kulturą i rozrywką. Serwisy te dają możliwość wyszukania seansów filmowych, teatralnych czy koncertów. Dostarczają informacje z życia gwiazd. Umożliwiają artystom prezentację swoich dzieł
- **e-ubezpieczenia:** serwisy świadczące usługi z zakresu ubezpieczeń, wyszukujące najkorzystniejszą firmę ubezpieczeniową i oferujące możliwość obliczenia wysokości składki.
- **e-porównywarki:** umożliwiają ocenę produktów i usług. Są to automatyczne wyszukiwarki najkorzystniejszych ofert cenowych ze wskazaniem miejsca zakupu wraz z opiniami konsumentów

38 Oceny były niezależne od płci, wieku, czy dziedziny pracy respondentów. W każdej z grup przeważały krytyczne opinie dot. sytuacji bieżącej i umiarkowany optymizm co do perspektyw rozwoju w okresie najbliższych 5 lat.

39 Bilans ocen – różnica pomiędzy odsetkiem odpowiedzi pozytywnych i negatywnych.

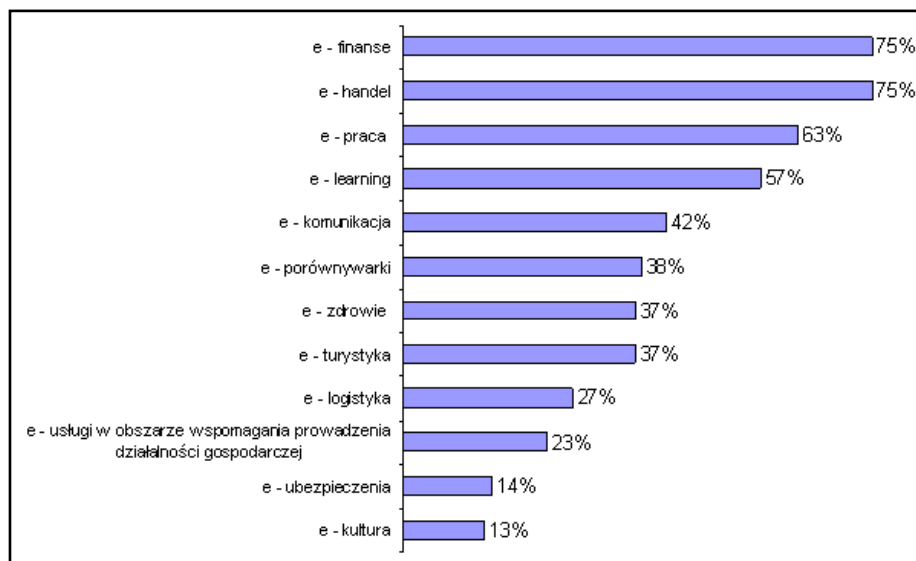
i ekspertów na temat towarów lub usług.

Na pierwszym miejscu (ex aequo), z 75% odsetkiem wskazań uplasowały się e-finance oraz e-handel.

Niemal dwie trzecie badanych (63%) uznało, że wśród przeważających na rynku kierunków będzie **e-praca**, a 57% ankietowanych ekspertów, iż będzie to również **e-learning**.

Wymienione powyżej kierunki były jedynymi, które uzyskały wskazania ponad połowy badanych, niemniej jednak warto zaznaczyć, że stosunkowo często wśród 5 najczęściej typowanych kierunków znajdowała się e-komunikacja (42%).

Stosunkowo rzadko wśród kierunków rozwoju sektora można było też znaleźć e-usługi w obszarze wspomagania prowadzenia działalności gospodarczej – 23% oraz e-logistykę (27%). Natomiast za kierunki niszowe zostały uznane e-kultura (13%) i e-ubezpieczenia (14%).



Wykres 1. W jakim kierunku będą się rozwijały e-usługi w Polsce? Proszę wskazać pięć najważniejszych kierunków z poniższej listy, które według Pana(i) będą przeważały na rynku e-usług.

Badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź, dlatego odpowiedzi nie sumują się do 100.

7. Funkcjonowanie na rynku e-usług

Autor: Jacek Szut

Tak jak każdy sektor gospodarki, również e-usługi mają swoją specyfikę, która determinuje możliwości rozwoju, wpływa na postrzeganie sektora oraz generalnie warunkuje funkcjonowanie podmiotów na rynku. Dlatego przedstawiliśmy badanym kilka stwierdzeń dotyczących funkcjonowania e-usług. W badaniu przeprowadzonym przez PENTOR⁴⁰ zadaniem ankietowanych ekspertów była ocena poszczególnych stwierdzeń za pomocą czterostopniowej skali ocen, gdzie 1 – oznaczało zdecydowanie się zgadzam, 2 – raczej się zgadzam, 3 – raczej się nie zgadzam, 4 – zdecydowanie się nie zgadzam. Badani oceniali następujące stwierdzenia:

- wejście na rynek e-usług wiąże się z bardzo niskimi kosztami;
- na rynku e-usług jest bardzo duża konkurencja i nowej firmie trudno na nim zaistnieć;
- banki niechętnie chcą finansować przedsięwzięcia związane ze świadczeniem e-usług;
- polskie regulacje dotyczące prawa autorskiego nie są dostosowane do specyfiki sektora e-usług;
- upowszechnienie podpisu elektronicznego korzystnie wpłynęłoby na rozwój e-usług;
- firmy obsługujące mikropłatności (niewielka opłata za np. ściągnięcie aplikacji do telefonu komórkowego) w dużej mierze mają wpływ na ceny e-usług w Polsce;
- niewielka liczba specjalistów w zakresie tworzenia i administrowania portalami internetowymi stanowi poważne utrudnienie dla rozwoju e-usług;
- w Polsce brakuje wyspecjalizowanych doradców biznesowych z zakresu e-biznesu.

Powyższe stwierdzenia można pogrupować na: bezpośrednio związane z rynkiem (konkurencja na rynku, działanie firm obsługujących mikropłatności) oraz stanowiące jego otoczenie (pozostałe stwierdzenia). W przypadku tych ostatnich można wyróżnić trzy kategorie: będące domeną państwa (regulacje prawne i upowszechnienie podpisu elektronicznego⁴¹), zasoby ludzkie (doradcy biznesowi i specjaliści z zakresu tworzenia i administrowania portalami), finanse (możliwość uzyskania kredytów, koszty wejścia na rynek).

Badani w największym stopniu byli zgodni, co do tego, że funkcjonowanie rynku może być utrudnione ze względu na problemy w obszarze silnie związanym z działaniami państwa. Zarówno stwierdzenie, że polskie regulacje prawne dotyczące prawa autorskiego nie są dostosowane do specyfiki sektora e-usług oraz, iż upowszechnienie podpisu elektronicznego korzystnie wpłynęłoby na rozwój e-usług uzyskały wysoki odsetek odpowiedzi „zdecydowanie się zgadzam” i „raczej się zgadzam” (pierwsze stwierdzenie 86%, drugie 85%).

Opisując funkcjonowanie rynku e-usług eksperci byli zgodni, co do deficytu zasobów ludzkich, przy czym w większym stopniu zgadzano się z tezą o braku wyspecjalizowanych doradców biznesowych (74%), niż specjalistów w zakresie tworzenia i administrowania portalami internetowymi (54%).

Natomiast w wyraźnie mniejszym stopniu podkreślano wpływ czynników finansowych. Co prawda 47% badanych zgodziło się ze stwierdzeniem, że banki niechętnie finansują przedsięwzięcia związane ze świadczeniem e-usług (27% nie zgodziło się z tym stwierdzeniem), ale bardzo wysoki odsetek respondentów udzieliło odpowiedzi „trudno powiedzieć”⁴². Większość (53%) ekspertów nie zgodziło się ze stwierdzeniem, że koszty wejścia na rynek są bardzo niskie, ale 41% wyraziło odmienną opinię.

W najmniejszym stopniu eksperci zgadzali się ze stwierdzeniami wskazującymi na bariery występujące na samym rynku. Teza o dużym wpływie firm obsługujących mikropłatności na kształtowanie się cen e-usług uzyskała akceptację 39% badanych, zaś teza o wysokim, blokującym wejście na rynek nowym podmiotom poziomie konkurencyjności, została poparta przez 22% respondentów.

40 „Badanie zapotrzebowania na działania wspierające rozwój usług świadczonych elektronicznie (e-usług) przez przedsiębiorstwa mikro i małe” zrealizowane dla Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości przez Pentor Research International S.A.

41 Upowszechnienie podpisu elektronicznego zostało przypisane do działań będących domeną państwa ze względu na potencjalny duży udział administracji w sektorze e-usług (e-administracja jako katalizator zmian).

42 W przypadku pozostałych stwierdzeń nie odnotowano tak wysokiego odsetka odpowiedzi „trudno powiedzieć”. Innymi słowy, polityka banków wobec przedsięwzięć z zakresu e-usług jest dla sporej grupy (26%) ekspertów nieznana, ale jeżeli pojawiała się wiedza na ten temat to częściej były to informacje negatywne, świadczące o problemach z uzyskaniem kredytów na działania w sektorze e-usług. Analizując postrzeganie banków, ich rolę w sektorze, trzeba jednak pamiętać o kontekście sytuacyjnym badania. Realizacja badania odbywała się w okresie często pojawiających się informacji o ograniczeniu akcji kredytowej dla przedsiębiorstw, co mogło się przełożyć na kształtowanie się opinii na temat polityki banków wobec przedsięwzięć związanych z e-usługami.

8. Wnioski

Autorzy: dr Beata Mazurek - Kucharska, dr Jacek Kuciński, Radosław Flis

Wnioskiem wstępnym jest istnienie problemu związanego z terminologią i definicją e-usługi. Z dyskusji wynika, iż przedsiębiorcy często sami nie potrafią, z całą pewnością, określić czy świadczą e-usługę. Istniejąca „urzędowa” definicja, używana również w ramach działania 8.1 PO IG – wspieranie działalności gospodarczej w dziedzinie gospodarki elektronicznej – okazuje się być dla respondentów dość dyskusyjna, zbyt wąska. Omawiana definicja wywołuje u wielu osób poczucie swego rodzaju nierówności i niesprawiedliwości. Rozumienie e-usługi przez przedstawicieli firm i instytucji branżowych jest dużo szersze niż ustawowa definicja.

Zarówno przedstawiciele przedsiębiorców, jak i przedstawiciele instytucji branżowych, stowarzyszeń, fundacji, izb działających na rzecz e-usług, wyróżniają następujące rodzaje e-usług świadczone obecnie przez przedsiębiorstwa małe (w tym mikro):

- e-usługi w obszarze biznesu;
- e-usługi w obszarach pracy i nauki;
- e-usługi umożliwiające porównywanie i ocenę produktów, usług, osób i zjawisk;
- e-usługi w obszarze ciekawostek, plotek i przepisów;
- e-usługi w obszarze kultury i rozrywki,
- e-usługi zaspokajające potrzebę przynależności i kontaktu, zwane serwisami społecznościowymi;
- e-usługi w obszarze turystyki i podróży;
- e-usługi w obszarze komunikacji internetowej;
- e-usługi w obszarach finansów i optymalizacji wydatków;
- e-usługi w obszarze medycyna i zdrowie.

Uzyskane w trakcie dyskusji klasyfikacje e-usług pokrywają się z wymienionymi w analizie desk research. Świadczy to o dużej świadomości przedsiębiorców i roli e-usług w ich działalności gospodarczej. Zbieżność obserwacji zebranych w trakcie badania jakościowego z analizą desk research potwierdza celowość wspierania działalności rynku e-usług z programu 8.1 PO IG.

Z badań ilościowych wynika, że w chwili obecnej sektor e-usług w Polsce odbiega poziomem rozwoju od poziomu notowanego w państwach należących do Unii Europejskiej, jednak zdaniem ankietowanych ekspertów sytuacja w okresie najbliższych 5 lat ma ulegać stopniowej poprawie.

