

Przedsiębiorczość w sieci

Historia e-biznesu od powstania sieci

Początki Internetu sięgają końca lat 60. XX w., kiedy powstał projekt o nazwie ARPANET. Projekt finansowany przez Agencję Zaawansowanych Projektów Badawczych Obrony Stanów Zjednoczonych (Defence Advanced Research Projects Agency – DARPA) miał służyć stworzeniu sieci komputerowej, która mogłaby przetrwać atak nuklearny, co wiązało się głównie z jej niezawodnością. Działanie sieci polegało przede wszystkim na możliwości przesyłania danych w przypadku ataku raketowego, poprzez rozgałęzienie jej połączeń między komputerami; miała ona funkcjonować nawet mimo uszkodzenia jednej z jej części. Sukces projektu spowodował, że w 1975 r. sieć o nazwie ARPANET zaczęto stosować jako operacyjną, a nie eksperymentalną. Zanim to jednak nastąpiło, miały miejsce dwa godne uwagi wydarzenia w dziejach Internetu. Pierwsze z nich nastąpiło w 1971 r., kiedy to amerykański inżynier i programista Raymond S. Tomlinson, uczestniczący w budowaniu ARPANET, zastosował po raz pierwszy znak „@” do oddzielania nazwy odbiorcy od docelowego adresu. Pierwszy e-mail wysłany przez Tomlinsona „brzmiał”: QWERTY¹. Jak utrzymywał sam autor, tekst pionierskiej wiadomości przesłanej drogą elektroniczną był zupełnie przypadkowy. Drugie wydarzenie nastąpiło w 1973 r. Wówczas to po raz pierwszy zostało zainicjowane międzynarodowe połączenie między Wielką Brytanią a Norwegią. W 1980 r. sieć ARPANET obejmowała już ponad 400 serwerów w Stanach Zjednoczonych (w tym serwery rządu, armii i uniwersytetów). W 1981 r. powstała CSNET, sieć przeznaczona dla naukowców niemających połączenia z ARPANET. W 1983 r. ARPA zdecydowała się oddzielić część wojskową MILNET od części cywilnej ARPANET, która od tej pory zaczęła działać samodzielnie, pod nazwą Internet. Sieć o nazwie Internet nie mogła jednak być używana do celów komercyjnych z uwagi na zakaz National Science Foundation. Prezydent Stanów Zjednoczonych George H.W. Bush zgodził się znieść ten zakaz dopiero w 1991 r. Rok wcześniej działalność zakończyła ARPANET. Dla użytkowników chcących rozmawiać na żywo Fin Jarkko Oikarinen stworzył w 1988 r. pierwszy internetowy czat o nazwie IRC (Internet Relay Chat), a w 1991 r. Timothy Berners-Lee z genewskiego laboratorium CERN stworzył podstawy HTML (HyperText Markup). Dnia 22 kwietnia 1993 r. powstała pierwsza graficzna przeglądarka o nazwie Mosaic. Osiem dni później CERN udostępnił bezpłatnie technologię Web. W 1994 r. powstała Yahoo, którą stworzyli David Filo i Jerry Yang. Twórca Mosaic, Marc Andreessen, w 1995 r. wprowadził kolejny program o nazwie Netscape Navigator. Warto również wspomnieć o pierwszym programie, który umożliwił porozumiewanie się poprzez sieć za pomocą głosu – Skype. Został wymyślony przez dwóch skandynawskich informatyków Niklasa Zennstroma i Janusa Friisa. Od razu zdobył popularność. W 2003 r. pojawiła się pierwsza publiczna wersja beta programu, który w pierwszym tygodniu ściągnęło 60 tys. użytkowników. Jak wynika z danych z sierpnia 2007 r.,

¹ http://pl.wikipedia.org/wiki/Ray_Tomlinson

Skype ma ponad 220 mln² zarejestrowanych użytkowników na całym świecie, w tym ponad 7 mln w Polsce, dzięki czemu Polska zajmuje trzecie miejsce po Stanach Zjednoczonych i Chinach, a w Europie miejsce pierwsze.

Rozwój Internetu w Polsce nastąpił dopiero pod koniec lat 80. XX w. Było to spowodowane przede wszystkim objęciem krajów z tzw. bloku wschodniego programem COCOM (Coordinating Committee for Multilateral Export Controls). Komitet, który skupiał 17 państw zachodnich, w tym Stany Zjednoczone i Japonię, miał za zadanie nie dopuścić, aby kraje bloku wschodniego miały dostęp do nowoczesnych technologii. Dopiero po upadku bloku komunistycznego po 1989 r. i odzyskaniu przez Polskę niepodległości, ograniczenia COCOM wobec Polski zostały zniesione. Dzięki temu Polska w 1990 r. uzyskała członkostwo w EARN (European Academic Research Network), europejskiej sieci łączącej ośrodki akademickie. W tym samym roku Uniwersytet Warszawski połączył sieć komputerów krajowych z siecią zagraniczną Uniwersytetu w Kopenhadze. W 1992 r. Telekomunikacja Polska udostępniła użytkownikom sieć pakietową POLPAK, a w 1993 r. na Wydziale Fizyki Uniwersytetu Warszawskiego został uruchomiony pierwszy polski serwer www. W tym samym roku przy Uniwersytecie Warszawskim powstała Naukowa Akademska Sieć Komputerowa (NASK), która stała się monopolistą w dostępie do internetu i rejestracji domen internetowych. Jest ona nadal wiodącym operatorem sieci transmisji danych. W 1995 r. powstał pierwszy w Polsce portal internetowy o nazwie Wirtualna Polska, utworzyła się również Polska Społeczność Internetu, której zadaniem było propagowanie rozwoju internetu. Rok później internetową działalność rozpoczęło jedno z najbardziej popularnych obecnie multimedium w Polsce – portal Onet.pl.

Biznes w sieci zaczął rozkwitać od 1993 r., kiedy zaczęto przyjmować zamówienia na pizzę przez internet. Taką usługę jako pierwsza wprowadziła firma Pizza Hut. Powstał także pierwszy bank on-line. Dwa lata później Jeff Bezos założył Amazon.com. Początkowo była to księgarnia, której asortyment poszerzał się w miarę zapotrzebowania o inne towary, do których można zaliczyć przede wszystkim sprzęt komputerowy, DVD, sprzęt elektroniczny, żywność i meble. Bezos stworzył także internetowe radio o nazwie Radio HK. W 1995 r. powstał jeden z najpopularniejszych serwisów aukcji internetowych eBay. Dziesięć lat później firma zaczęła zdobywać polski rynek. W 1999 r., cztery lata po zniesieniu bezpłatnej rejestracji domen, za 7,5 mln dolarów sprzedano (kupioną w 1997 r. za 150 tys. USD) domenę business.com.

W Polsce biznes elektroniczny zaczął się rodzić w latach 90. XX w. Przedsiębiorcy tworzyli swoje pierwsze strony internetowe, traktując je jako wizytówki. Według źródeł, pierwszy sklep internetowy powstał już w 1996 r.; uruchomiła go firma Ternet³ z Warszawy, ale sklep szybko zakończył działalność. W sieci można jednak znaleźć firmy, które rozpoczęły działalność internetową wcześniej. Księgarnia nepo.pl na swojej stronie internetowej informuje, że sprzedaje swoje produkty w sieci od 1994 r. Według tygodnika „Time” pierwszy supermarket internetowy o nazwie ToTu⁴ do zamieszczania ofert stron internetowych i sklepów został założony w Polsce w 1997 r.

Handel internetowy staje się w Polsce coraz bardziej popularny również dzięki aukcjom internetowym. W 1999 r. Arjan Bakker stworzył Allegro – pioniera polskich aukcji, który jest wzorowany na amerykańskim e-Bay. Początkowo aukcje były bezpłatne, ale po pewnym czasie firma zdecydowała się wprowadzić opłaty za wystawianie przedmiotów, nie tracąc przy tym klientów. Jak wynika z danych firmy, Allegro liczy obecnie 6 mln użytkowników, a co 17 sekund rejestruje się nowe konto.

² <http://skype.wiadomosc.info/index.php?s=&mod=arts&rid=4409>

³ http://sklepy-internetowe.cogdziekupic.pl/historia_powstania

⁴ http://pl.wikipedia.org/wiki/Sklep_internetowy

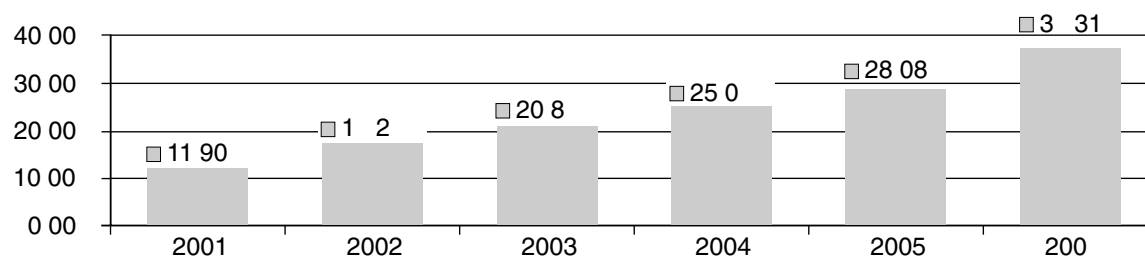
Internet w Polsce ma już ponad 15 lat. Patrząc na wirtualny świat, można pomyśleć, że powstało w nim już wszystko i nic więcej się nie zmieści. Nie można jednak myśleć jak Charles H. Duell, który – pracując w biurze patentowym – stwierdził, że: „Wszystko, co było do wynalezienia, zostało już wynalezione”.⁵ Było to w 1899 r., a od tej myśli minęło już 107 lat. W międzyczasie świat zmienił się o 180 stopni i zapewne będzie się zmieniał nadal.

Internet w liczbach

Według badań Millward Brown Group of Companies⁶, w Polsce z dostępu do internetu korzysta 51,9% mężczyzn i 48,1% kobiet. Najwięcej użytkowników ma wykształcenie średnie (42,6%). W strukturze wiekowej przeważa młodzież (15–24 lat; 37,9%). Internauci najczęściej korzystają z sieci w domu (73,4%); praca jest na drugim miejscu (30,8%). Według raportu Głównego Urzędu Statystycznego: *Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w 2005 r.*, większość internautów korzysta z sieci w celu komunikowania się (30% badanych) oraz wyszukiwania informacji o towarach i usługach (18%). Czyta i pobiera czasopisma on-line, a także gra, pobiera gry i muzykę 14% internautów.

Z raportu Money.pl wynika, że łączna liczba internautów w Polsce wynosi 11 mln, z czego 3 mln robi zakupy w sieci. Poniższy wykres wskazuje, że użytkowników internetu z roku na rok przybywa.

Tab. 1. Odsetek Polaków korzystających z internetu



Źródło: Money.pl

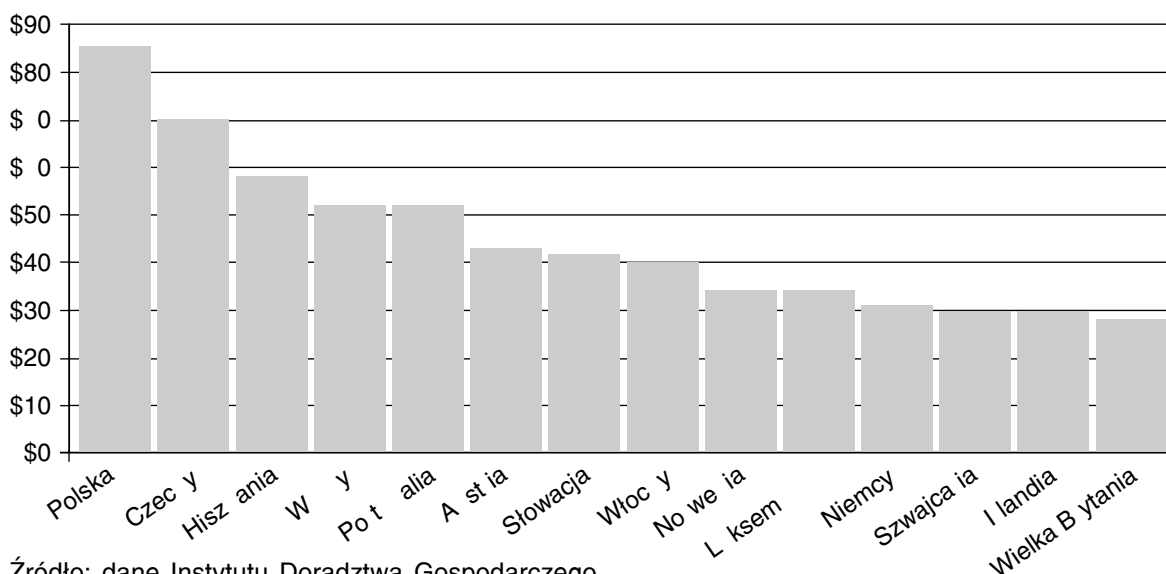
Mimo wzrostu grupy internautów, dostęp do internetu jest ograniczony. Dlaczego? Jak wynika z badań Głównego Urzędu Statystycznego z kwietnia 2005 r., większość ankietowanych (39%) odpowiedziała, że nie ma potrzeby korzystania z internetu, na drugim miejscu znalazły się zbyt wysokie koszty sprzętu, a na trzecim – zbyt wysokie koszty dostępu. Najbardziej zaskakuje wynik trzeciej grupy, ponieważ wskazuje, że Polska jest państwem, w którym dostęp do internetu jest jednym z najdroższych w Europie. Potwierdza to raport Centrum im. Adama Smitha: *Ceny dostępu do Internetu w Polsce na tle wybranej grupy krajów europejskich III, IV kwartał 2005 i I kwartał 2006*. Raport został podzielony na trzy grupy tzw. koszyków: LOW (użytkownicy początkujący lub mniej korzystający z internetu), MEDIUM (użytkownicy częściej korzystający) oraz HIGH (użytkownicy intensywnie korzystający z internetu). Przedstawiony wykres przekonuje o cenie, jaką płaci grupa użytkowników średnio intensywnie korzystających z dostępu do sieci.

Jak wynika z tego wykresu, najtańszy dostęp do internetu mają Wielka Brytania i Irlandia. Polska w tym zestawieniu znajduje się najwyżej, z ceną dochodzącą do 90 USD. Sytuacja ta wynika głównie z monopolu Telekomunikacji Polskiej, która poprzez reklamy zachęca do zakładania Neostrady już od kilkunastu złotych. Są to jednak najwolniejsze łącza, o małej przepustowości.

⁵ Cytat pochodzi ze strony: <http://www.cs.put.poznan.pl/mmasewicz/>

⁶ Dane z okresu czerwiec – sierpień 2006 r.

Tab. 2. Zestawienie cen według parytetu siły nabywczej wyrażonej w USD w I kwartale 2006 r. (w koszyku MEDIUM)



Źródło: dane Instytutu Doradztwa Gospodarczego

Biznes z www, czyli e-commerce

W 1997 r. handel elektroniczny został określony terminem e-commerce. „Według Światowej Organizacji Handlu (WTO) przez e-commerce należy rozumieć produkcję, reklamę, sprzedaż i dystrybucję produktów poprzez sieci teleinformatyczne. Instrumentami gospodarki elektronicznej są: telefon, telefaks, telewizja, Elektroniczna Wymiana Danych (EDI) oraz Internet – najważniejszy i coraz częściej używany”.⁷

W Polsce coraz więcej przedsiębiorstw korzysta z internetu. W kwietniu 2005 r. GUS po raz pierwszy przeprowadził serię badań dotyczących wykorzystania technologii informacyjno-telekomunikacyjnych (ICT) na grupie 14 000 przedsiębiorstw oraz badanie pilotażowe wykorzystania ICT w przedsiębiorstwach sektora finansowego na grupie 1500 przedsiębiorstw. Liczba pracujących w sektorach wyniosła od 10 do więcej osób. Jak wynika z raportu GUS: *Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w 2005 r.*, w Polsce 92% firm posiada komputer, a dostęp do internetu ma 87% firm. Najwięcej z internetu korzystają przedsiębiorstwa zajmujące się na co dzień informatyką (99%), działalnością filmową, radiową i telewizyjną (98%), obsługą nieruchomości i nauką (94%), transportem, magazynowaniem i łącznością (91%), handlem i naprawami (87%), a także hotelarstwem, budownictwem i przetwórstwem przemysłowym (85%). Firmy wykorzystują internet również do celów szkoleniowych (23% badanych przedsiębiorstw) oraz do zamawiania towarów, płacenia za pomocą internetowych kont bankowych i porozumiewania się za pomocą e-maili.

Jak rodziły się i rodzą fortuny e-biznesmenów

Potentaci internetu znajdują się na listach najbogatszych ludzi świata. Wystarczy spojrzeć na najnowszy ranking magazynu „Forbes”, aby się o tym przekonać. Założyciele firmy Google, Sergey Brin i Larry Page, zajmują 12 i 13 pozycję na tej liście i są na niej najmłodszymi najbogatszymi ludźmi. W pierwszym kwartale 2006 r. obroty Google wzrosły o 25%. W 2005 r. przychody firmy wyniosły 6,1 mld USD, a zysk – 2 mld USD. Majątek każdego z twórców Google szacuje się na około 12 mld USD. Twórca Amazon.com Jeffrey Bezos w najnowszym rankingu z 2006 r. znalazł się na 70 pozycji.

⁷ www.mgip.gov.pl

W Polsce również nie brak sieciowych gigantów. Można wymienić chociażby twórcę Allegro – Arjana Bakker, Holendra, którego majątek szacowany jest na 220 mln zł. Na swój e-biznes Bekker wydał 30 tys. zł, a zaczynał w małym, dwupokojowym mieszkaniu. Obecnie firma zatrudnia kilkadziesiąt osób odpowiedzialnych za handel, marketing, bezpieczeństwo i obsługę klienta. Do Allegro należy 90% rynku aukcji internetowych.

Twórcy jednego z najbardziej popularnych portali internetowych onet.pl, Tomasz Kolbusz i Piotr Wilam, to pionierzy polskiego internetu, których majątek wyceniany jest na 200 mln zł. W 2001 r. sprzedali oni swoje akcje koncernowi ITI za 100 mln zł.

W Polsce, podobnie jak w Stanach Zjednoczonych, nie brak młodych i zdolnych. Przykładem są twórcy o2.pl – Jacek Świdorski, Michał Brański i Krzysztof Sierota. W 2005 r. firma przyniosła im 11 mln przychodu i 4 mln zysku, a majątek założycieli wyniósł 60 mln zł.

Firma Merlin.pl należy do najszybciej rozwijających się firm branży IT w Europie Środkowej. Założycielem i pomysłodawcą (na wzór amerykańskiego Amazon.com) jest Zbigniew Sykulski, którego majątek szacuje się na 40 mln zł.

Warto również wspomnieć o innowacyjnych stronach internetowych, które często powstawały po to, aby można je było sprzedać z zyskiem. Jedną z nich jest tzw. serwis społecznościowy MySpace, stworzony w 2004 r. Pomysłodawcy MySpace stworzyli coś na miarę społeczności, której dali możliwość tworzenia swoich profili. Na stronie każdy może publikować, oceniać, komentować zamieszczone materiały, wymieniać się zdjęciami i adresami. Serwis od razu zyskał ogromną popularność. „MySpace.com ma ponad 140 mln użytkowników miesięcznie, którzy generują nawet 4,3 mld odsłon dziennie”.⁸ Większość osób nie wyobraża sobie życia bez My-Space. Serwis został sprzedany za 580 mln dolarów koncernowi News Corp. W 2008 r. spółka prognozuje przychody na poziomie 800 mln USD.

Podobnie przedstawia się sytuacja serwisu YouTube, umożliwiającego publikację filmów w sieci, który został kupiony przez Google w 2006 r. za 1,6 mld USD. W Polsce za kilkanaście tysięcy złotych powstał serwis Patrz.pl, który stanowi kopię amerykańskiego YouTube. Miesięcznie serwis notuje 15 mln odwiedzin, a jego twórcy przewidują wzrost liczby wizyt. Jak informuje jeden z założycieli Patrz.pl, właściciele Gadu-Gadu oferowali za serwis pół miliona złotych. Jednak to za mało, ponieważ – jak mówi – potencjał zawarty w tym biznesie jest wart o wiele więcej.⁹

Sklep internetowy

Sklep internetowy to najczęściej spotykana forma e-commerce. Handel w sieci daje możliwość zakupu towarów o każdej porze dnia i nocy, a także w innym państwie, bez wychodzenia z domu. Sklepy internetowe oferują bogaty asortyment towarów, często w promocyjnych cenach, dogodnie formy płatności oraz wizualne „dotknięcie” każdej rzeczy za pomocą zdjęć. Dzięki łatwej dostępności towarów w sklepach internetowych i możliwości ich zakupu poprzez sieć rodzi się nowy typ handlu elektronicznego, zwany Nową Ekonomią, która w handlu nie zna granic. Wystarczy wpisać przedmiot, który nas interesuje, w dowolnie wybranej wyszukiwarce, i czekać na rezultat. Tylko od nas zależy, czy wybierzemy sklep z Polski, czy zainteresuje nas oferta innego sklepu poza jej granicami.

Jak tworzyć sklep internetowy?

Sklep internetowy można stworzyć za pomocą szablonów, ale można również opracować własną aplikację. Przy tworzeniu sklepu należy przemyśleć pierwsze podstawowe kroki:

⁸ <http://www.internetstandard.pl/news/119543.html>

⁹ *Trzech zwykłych studentów i ich niezwykły serwis*, „Rzeczpospolita”, gazeta/Ekonomia, 240/2006.

1. Nazwa witryny – należy zastanowić się nad dobrze brzmiącą nazwą; najlepiej, by z czymś się kojarzyła.
2. Hasło – można wymyślić hasło reklamowe, które może zostać łatwo zapamiętane przez klientów, dzięki czemu przy skojarzeniu wrócą do nas przy następnych zakupach.
3. Misja witryny – co będziemy sprzedawać i w jaki sposób.
4. Cele witryny – co jest naszym celem, np.:
 - zwiększenie sprzedaży,
 - reklama i wyszukiwanie nowych kontaktów,
 - przedstawienie aktualnej promocji i oferty,
 - udzielenie pełnej informacji o oferowanych produktach.
5. Kto stanowi konkurencję – warto się zastanowić, jakich konkurentów mamy w sieci, i przygotować strategię działania.
6. Promocja witryny – witrynę możemy reklamować poprzez np.:
 - pozycjonowanie,
 - zgłoszenie w katalogach tematycznych (Onet, WP, Interna itd.),
 - zgłoszenie w wyszukiwarkach (Google, Szukacz, Gooru),
 - banery reklamowe.
7. Ustalamy nawigację serwisu – nawigacja jest jedną z najważniejszych rzeczy; należy się nad nią dobrze zastanowić. Jeżeli jest dobrze zaprojektowana, klient nie zniechęci się przy zakupie, ponieważ nie będzie musiał długo szukać interesującego go towaru. Jeżeli jest źle zrobiona, można się pożegnać z szybkim zyskiem ze sprzedaży.
8. Grafika – wygląd strony.

Opinie internautów

„Budując” sklep internetowy, warto się zastanowić nad możliwością wpisywania opinii kupujących. Według „nowego raportu Jupiter Research, opinie o produktach czyta aż 77% kupujących, a osoby, które opiniują produkty (pozytywnie lub negatywnie) na forach, wydają średnio o 22% więcej od tych, którzy tego nie robią. Według BizRate 57% kupujących ceni sobie wyżej opinie innych kupujących niż opinie ekspertów”.¹⁰ Dlatego ważne jest to, aby na stronie znalazły się nie tylko informacje o produktach, ale i o sklepie. Dzięki temu zdobywamy zaufanie klientów, którzy – opierając się na opinii innych – wybierają nasz sklep. Opinia działa jak dobra reklama, którą należy wykorzystać. Rodzi się jednak pytanie: Czy należy umieszczać negatywne opinie? Według Wojciecha Kryciaka, autora książki: „Jak założyć skuteczny i dochodowy sklep internetowy”, powinno się moderować i usuwać opinie wulgarne bądź niezwiązane z produktem. Natomiast opinie, które odnoszą się krytycznie do danego produktu, powinny zostać zachowane. Autor uważa, że dzięki temu możemy zyskać szacunek klientów. Zaufanie możemy także zdobyć, podając nie tylko numer komórkowy w kontakcie ze sklepem, ale także dokładny adres i telefon stacjonarny. Przy zakupach w sieci jest to bardzo ważne; dzięki temu klienci mogą nawiązać z nami nie tylko wirtualny, ale także rzeczywisty kontakt.

Na co zwracają uwagę klienci

Można by sądzić, że klienci w pierwszej kolejności zwracają uwagę na cenę. Jednak w przypadku sklepów internetowych według raportu Money.pl więcej niż połowa kupujących (prawie 57%) zwraca uwagę na szybką realizację przesyłki. Nie ma mowy o długim oczekiwaniu na zamówiony towar. Im krócej, tym lepiej. Byłoby najlepiej, gdyby przesyłka mogła się znaleźć u klienta następnego dnia po zamówieniu. Na drugim miejscu (33,9%) znalazły się miła obsługa i profesjonalizm, dopiero na trzecim – cena (24,8%).

¹⁰<http://ecommerce.blox.pl/html/1310721,262146,21.html?63116>

Komunikacja

Ważną rolę w komunikowaniu wirtualnym odgrywają telefon stacjonarny i adres firmy. Komunikować się z klientami można także za pomocą e-maili, komunikatorów (Gadu-Gadu, Tlen.pl) czy „dwóch w jednym”, czyli telefonu i komunikatora o nazwie Skype (warto w tym miejscu dodać, że 30% użytkowników Skypa to firmy¹¹). Coraz częściej sklepy decydują się na ten krok, ponieważ rozmowy są tańsze i nie narażają klientów i sklepu na dodatkowe koszty związane z transakcją. Skype wychodzi naprzeciw przedsiębiorcom, rozszerzając ofertę¹² o:

- stronę internetową Skype dla Biznesu, przeznaczoną dla rozwoju przedsiębiorstwa;
- nowy certyfikowany sprzęt Skype firmy Plantronics;
- nowe cechy w panelu Skype for Business Control Panel (wcześniej Skype Groups), ułatwiające zarządzanie zgrupowanymi użytkownikami i usługami pre-paid.

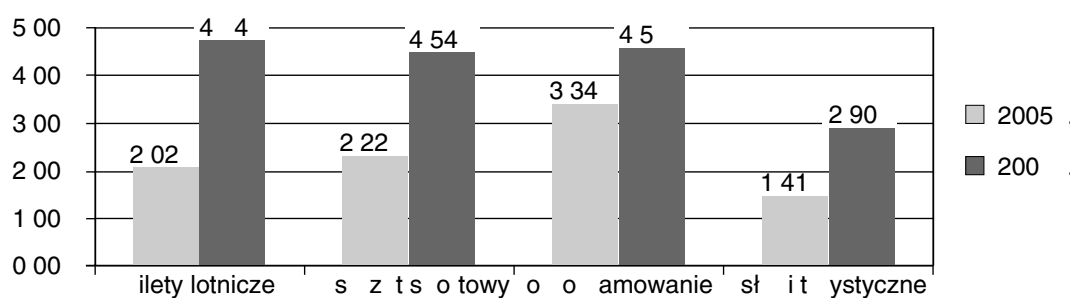
Skype dla Biznesu jest dostępny w 18 językach, w tym oczywiście w języku polskim.

Sprzedaż przez internet

Spośród 11 mln użytkowników internetu w Polsce, 4 mln robi zakupy w sieci. W 2006 r. po raz drugi, we współpracy „Wprost” i Money.pl, powstał ranking sklepów internetowych i najlepiej sprzedających się produktów. Aby raport mógł powstać, wybrano i zbadano 15 kategorii towarów, do których zaliczono m.in.: muzykę, elektronikę użytkową, sport i turystykę, odzież dla dziecka, komputery i oprogramowanie, a także militaria. Sklepy internetowe były oceniane według dwóch kategorii: funkcjonalności i ergonomii. Za funkcjonalność sklep mógł otrzymać 75% punktów. Składały się na nią następujące podkategorie: asortyment i ceny – 18 pkt, informacje o produkcie – 18 pkt, biuletyn informacji, newsletter – 8 pkt, sposoby dostawy produktu – 8 pkt, warunki dostawy produktu – 8 pkt, dostępne sposoby płatności – 10 pkt, metody interakcji z klientem – 10 pkt, mapa serwisu, bonusy, komentarze – 20 pkt. Za ergonomię sklep mógł otrzymać 25% punktów. Łatwość dotarcia do informacji była traktowana jak jedna z podstawowych kwestii, dlatego można było za nią dostać największą liczbę punktów, aż 50, poziom graficzny strony to kolejne 30 pkt, współpraca z przeglądarkami – 10 pkt, a obsługa rozdzielczości – również 10 pkt.

Według raportu, największy odsetek internautów kupił w sieci książki (14,23% ogólnej liczby sprzedanych produktów). Na drugim miejscu znalazły się odzież i buty (12,39%), trzecie miejsce zajęły telefony komórkowe oraz akcesoria. Zauważono, że rośnie zainteresowanie wszystkimi kategoriami produktów. Ryc. 3 ilustruje stopę wzrostu sprzedaży niektórych niszowych towarów w 2006 r. w porównaniu z 2005 r.

Ryc. 3. Porównanie sprzedaży produktów w latach 2005 i 2006



Źródło: opracowanie autorki na podstawie danych z raportu Money.pl

¹¹ <http://www.skyper.pl/nawosc/skype-30-proc-uzytownikow-to-firmy>

¹² http://www.e-biznes.pl/inf/2006/16409_Skype_dla_malych_przedsiębiorstw.php

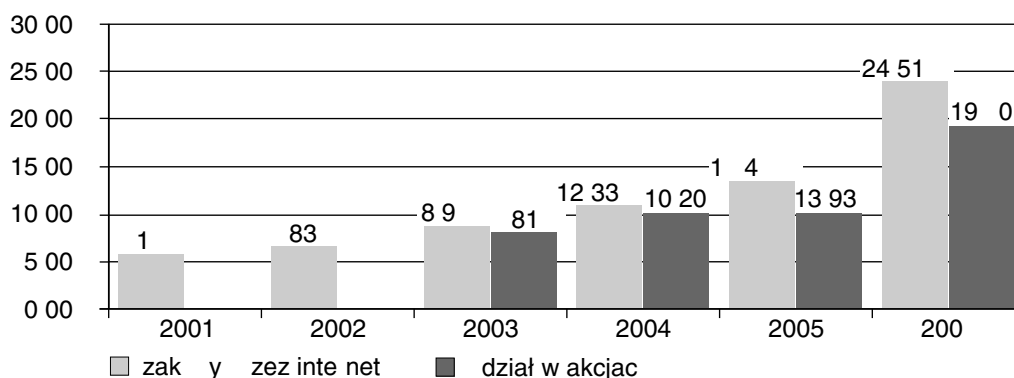
Jak pokazuje wykres, sprzedaż w niektórych przypadkach wzrosła aż dwukrotnie, co świadczy o coraz większym zapotrzebowaniu na pożądane dobra i o łatwości dostępu do nich. Jest to o tyle dobry wynik, że według tygodnika „Wprost” Polacy są najwybredniejszymi klientami spośród dziesięciu narodów przebadanych przez Visa Europe. Są oszczędni, porównują ceny w różnych sklepach, kontrolują się podczas zakupów, zapoznają się z właściwościami produktów przed ich zakupem i są otwarci na nowe marki. Drugie miejsce w rankingu zajęli Francuzi”.¹³ Coraz większą popularnością cieszą się porównywarki cenowe, które ułatwiają przeszukiwanie zasobów sklepowych w poszukiwaniu najtańszej oferty. Dzięki temu Polacy oszczędzają czas i pieniądze.

Jak wynika z danych tygodnika „Wprost”¹⁴, sprzedaż internetowa w Polsce w ostatnim roku wzrosła o 100% (do 3,1 mld zł), o 100% zwiększyła się także sprzedaż w sklepach internetowych (z 1 do 2 tys.). Nie przodujemy w dostępie do internetu, ale zakupy w sieci robimy już chętniej i znajdujemy się wśród krajów przodujących w tej dziedzinie w Europie. Częściej od nas zakupy robią tylko Brytyjczycy, Szwedzi i Niemcy.

W 2005 r. procent internautów wśród Polaków wynosił 17,5; w 2006 r. wzrósł do 25%. Optymistyczna prognoza jest bardzo korzystna dla właścicieli sklepów internetowych, którzy ze swoim asortymentem mogą dotrzeć do prawie każdego internauty. To „prawie” wydobywa różnicę między miastem a wsią w dostępie do sieci. Różnica jest istotna, wynosi aż 60%. Inwestorom telekomunikacyjnym nie opłaca się inwestować w małych miasteczkach i na wsiach z uwagi na wysokie koszty inwestycyjne i niskie przychody. Według raportu „ePolska” Ministerstwa Gospodarki za lata 2001–2006, ma się to zmienić. Jednym z planowanych kluczowych działań jest cel numer 4: „Teleinformatyka na obszarach wiejskich”, który ma się przyczynić do wzrostu liczby przedsięwzięć umożliwiających rozwój telekomunikacji na wsi oraz wspierania rozwoju społeczeństwa informacyjnego na terenach wiejskich. Już niedługo mieszkańcy wsi będą mogli swobodnie robić zakupy w sieci.

W Polsce zdecydowaną większość internetowych klientów stanowią mężczyźni, ale różnica w tej dziedzinie między mężczyznami a kobietami powoli zaczyna się zacierać. Wynika ona głównie z potrzeby dotknięcia i przymierzenia towaru, przez co kobiety na zakup decydują się rzadziej.

Ryc. 4. Porównanie sprzedaży produktów w latach 2005 i 2006



Źródło: Money.pl

Jedną z najpopularniejszych aukcji internetowych w Polsce jest Allegro. Według badań Megapanel Gemius/PBI, w sierpniu 2006 r. serwis miał jedną z największych liczb odwiedzin, a liczba użytkowników wyniosła 6 944 907. Allegro znalazło się na czwartej pozycji, po takich gigantach jak Google, Onet i Wirtualna Polska. Warto również wspomnieć, że za pośrednictwem Allegro w 2005 r. dokonano transakcji za ponad 1,5 mld zł.

¹³ <http://www.wprost.pl/ar/?O=95333&C=57>

¹⁴ <http://www.wprost.pl/ar/?O=95640>

Z raportu Money.pl i analizy 1172 opinii specjalistów z Ceneo.pl wynika, że z zakupów przez internet zadowolonych jest aż 82% internautów i tylko co 6 osoba ma problemy w sieci. To dobry i zachęcający wynik dla tych, którzy jeszcze nie robili zakupów w wirtualnym świecie.

Bezpieczeństwo w sieci

Bezpieczeństwo w sieci stało się istotne w 1988 r., w momencie zarażenia 6 tys. komputerów przez internetowego robaka (Internet Worm). Twórcą niebezpiecznego programu komputerowego był Robert Morris. Stworzył on samopowielający się kod, którego celem było wykazanie słabości systemów. W związku z tym wydarzeniem powstała organizacja CERT (Computer Emergency Response Team), która miała odpowiadać za bezpieczeństwo w sieci. Za straty wynoszące 10 mln USD Morris został skazany na 3 lata obserwacji sądowej, 400 godzin pracy społecznej i grzywnę w wysokości 10 tys. USD.¹⁵

W Polsce instytucją odpowiedzialną za bezpieczeństwo w sieci jest CERT (Computer Emergency Response Team).¹⁶ CERT Polska jest zespołem powołanym do reagowania na zdarzenia naruszające bezpieczeństwo w sieci internetowej. CERT Polska działa od 1996 r. (do końca 2000 r. pod nazwą CERT NASK), a od 1997 r. jest członkiem FIRST (Forum of Incidents Response and Security Teams). W ramach tej organizacji współpracuje z podobnymi zespołami na całym świecie. Zespół CERT Polska działa w strukturach Naukowej i Akademickiej Sieci Komputerowej. Działalność zespołu jest finansowana przez NASK. Do głównych zadań zespołu należą:

- rejestrowanie i obsługa zdarzeń naruszających bezpieczeństwo sieci,
- alarmowanie użytkowników o wystąpieniu bezpośrednich dla nich zagrożeń, współpraca z innymi zespołami IRT (Incidents Response Team) w ramach FIRST,
- działania zmierzające do wzrostu świadomości dotyczącej bezpieczeństwa teleinformatycznego,
- badania i przygotowanie raportów dotyczących bezpieczeństwa polskich zasobów internetu,
- niezależne testowanie produktów i rozwiązań z dziedziny bezpieczeństwa teleinformatycznego,
- prace w dziedzinie tworzenia wzorców obsługi i rejestracji incydentów, a także klasyfikacji i tworzenia statystyk.

Do głównych zagrożeń w sieci należy zaliczyć:¹⁷

- uzyskanie przez osoby niepowołane dostępu do danych transmitowanych przez sieć lub przechowywanych w komputerach dołączonych do sieci,
- uzyskanie przez osoby niepowołane dostępu do innych zasobów (moc obliczeniowa komputerów itd.),
- utrata danych na skutek złośliwej ingerencji z zewnątrz,
- fałszerstwo danych (dotyczy zwłaszcza poczty elektronicznej, w której jest m.in. możliwość podszycia się pod innego nadawcę).

8 listopada 2001 r. Komitet Ministrów Rady Europy przyjął konwencję o cyberprzestępczości (ETS No. 185). 27 września 2006 r. konwencja została podpisana przez 43 sygnatariuszy, a 15 państw ją ratyfikowało. Polska podpisała konwencję 23 listopada 2001 r., ale dotychczas jej nie ratyfikowała. Konwencja zobowiązuje państwa-strony do zharmonizowania swoich przepisów karnych z przepisami konwencji w celu ujednolicenia zasad ścigania przestępstw komputerowych w skali ponadnarodowej oraz umożliwienia międzynarodowej współpracy krajowych organów ścigania.¹⁸

¹⁵ http://pl.wikipedia.org/wiki/Robak_Morrisa

¹⁶ <http://www.cert.pl/index3.html?id=10>

¹⁷ <http://galaxy.uci.agh.edu.pl/~szymon/artykuly/iwp.html>

¹⁸ <http://www.pb.pl/content.aspx?sid=2284&guid=80D20E88-CEA7-4027-B7FF-E139ABAF0B0B>

Przedsiębiorcy mogą spotkać się z łamaniem ich praw w internecie poprzez sprzedaż podrabianych towarów ze znakiem firmy, rejestrację domeny internetowej z zastrzeżonym znakiem firmy czy naruszeniem autorskich praw majątkowych. Internauci kupujący w sklepach internetowych czy na aukcjach obawiają się o bezpieczeństwo zawieranych transakcji, o brak przesyłki, brak zwrotu pieniędzy za zakupiony towar. Chociaż w większości klienci sieci są zadowoleni z zakupów, to jednak bywają ostrożni.

Popular Mechanics w 1949 r. stwierdził: „Już wkrótce komputery mogą ważyć nie więcej niż 1,5 tony”.¹⁹ Czy ktoś, biorąc laptop do ręki, może sobie wyobrazić, jaki to musiał być komputer? Dzisiaj nikt się nad tym nie zastanawia. Komputer, internet to codzienna praca wielu z nas. Jeszcze 50 lat temu nikt nie zdawał sobie sprawy, że światem może zawładnąć siła internetu, że będzie można tak łatwo porozumiewać się z przyjaciółmi, wysyłać listy pocztą elektroniczną, nie używając papeterii, sprawdzać poranną prasę, nie wychodząc z domu po gazety, czy robić zakupy. Obecnie świat rzeczywisty nie wyobraża sobie życia bez świata wirtualnego i nie mógłby już tak funkcjonować jak 50 lat temu. Internet to źródło informacji i otwarty rynek dla wszystkich firm. Wystarczy wpisać hasło, a z jego zasobów „wyskakuje” kilka tysięcy podstron na dany temat. Sam Bill Gates nie spodziewał się, że internet i komputery zawładną naszym życiem. Jeszcze w 1981 r. mówił: „640K powinno wystarczyć każdemu”.

Każda szanująca się firma ma już swój adres internetowy. Jest to najlepsza reklama, jaką firma może sobie sama zapewnić. Dzięki takim rozwiązaniom zyskuje możliwość globalnego rozwoju i pozyskiwania klientów z całego świata. Dlatego warto jest się rozwijać właśnie w sieci, budować swój wirtualny świat, który może przynieść zyski znacznie szybciej, niż świat rzeczywisty.

Literatura

1. Barrow C., 2006, *Biznes w sieci*, Felberg SJA, Warszawa
2. *Ceny dostępu do Internetu w Polsce na tle wybranej grupy krajów europejskich III, IV kwartał 2005 i I kwartał 2006*, Centrum im. Adama Smitha, Warszawa
3. *Elektroniczna Gospodarka w Polsce*, 2004, Raport przygotowany na zlecenie Ministerstwa Gospodarki i Pracy, Instytut Logistyki i Magazynowania, Poznań
4. Kociak W., Przeliorz K., 2006, *Jak założyć skuteczny i dochodowy sklep internetowy*, Helion, Gliwice
5. *Raport „E-Polska” za lata 2001–2006*, Ministerstwo Gospodarki
6. *Trzech zwykłych studentów i ich niezwykły serwis*, „Rzeczpospolita”, gazeta/Ekonomia, 240/2006
7. *Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnej w 2005 r.*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2006

Adresy internetowe

1. http://pl.wikipedia.org/wiki/Ray_Tomlinson
2. http://pl.wikipedia.org/wiki/Sklep_internetowy
3. http://pl.wikipedia.org/wiki/Robak_Morrisa
4. http://sklepy-internetowe.cogdziekupic.pl/historia_powstania
5. <http://www.cs.put.poznan.pl/mmasewicz/>
6. www.mgip.gov.pl/NR/rdonlyres/EC031149-D29D-477A-B6F2-8E96763BECE...
7. <http://ecommerce.blox.pl/html/1310721,262146,21.html?63116>
8. http://www.e-biznes.pl/inf/2006/16409,Skype_dla_malych_przedsiębiorstw.php
9. <http://www.wprost.pl/ar/?O=95640>

¹⁹ Cytat pochodzi ze strony: <http://www.cs.put.poznan.pl/mmasewicz/>.

10. <http://www.cert.pl/index3.html?id=10>
11. <http://galaxy.uci.agh.edu.pl/~szymon/artykuly/iwp.html>
12. <http://www.pb.pl/content.aspx?sid=2284&guid=80D20E88-CEA7-4027-B7FF-E139ABAF0B0B>
13. <http://skype.wiadomosc.info/index.php?s=&mod=arts&rid=4409>
14. <http://www.skyper.pl/nawosc/skype-30-proc-uzytownikow-to-firmy>
15. <http://www.internetstandard.pl/news/119543.html>
16. www.idg.pl
17. <http://www.wprost.pl/ar/?O=95333&C=57>
18. <http://www.wprost.pl/ar/?O=95640>
19. www.money.pl

Entrepreneurship on the Internet

Entrepreneurship on the net makes the expansion possible in fields where in the real world very often it would be unworkable because of many obstacles and limiting factors like costs – which are quite simply to overcome on the net.

It is easy to set up a web site available to millions of people in the world who type the web site address or find what they are looking for in Google or via another search engine.

The Internet market is open to all ideas and hence we should take advantage thereof. The number of internet shops has increased by 100% against the numbers from last year. The number of buyers has increased as well. Thanks to the World Wide Web, e-mails and communicators, entrepreneurs have a chance to communicate with clients on a global scale.

It was merely not so long ago in 1977, when Ken Olson, the president and founder of the Digital Equipment Corp. Company stated, “there is no reason as to why anyone should want to have a computer at home”. Today, most businesses, including most of us cannot imagine a life without a computer or the Internet that in the age of advanced technology has become a common work tool.

The work above presents the history of the Internet and the most important elements which have influenced its development and without which the virtual world would not have existed.

The thesis will present an in-depth look at the Internet’s range and capacity, possibilities it creates, and also challenges the safety features Internet consumers face. Additionally it will provide explanations of the most important definitions used in the world of e-business.