

SPOŁECZEŃSTWO INFORMACYJNE

Agata SZCZUKOCKA

Rozwój usług elektronicznych w Polsce

Sektor usług zarówno w Polsce, jak i na świecie jest najbardziej dynamicznie rozwijającym się działem gospodarki. Udział usług w tworzeniu PKB w państwach rozwiniętych przekracza 60—70%. Na podobnym poziomie kształtuje się także wielkość zatrudnionych w tym sektorze, która także określa poziom rozwoju usług. W naszym kraju liczba pracujących w usługach szacowana jest na 7,0—7,2 mln osób.

Tempo życia, potrzeby społeczne, ustawiczny rozwój gospodarki opartej na wiedzy oraz dostęp do Internetu wytworzyły nową formę działalności usługowej tzw. e-usługi. Są one wyrazem postępu i rozwoju społeczeństwa informacyjnego. Wiązana jest z nimi nadzieja na usprawnienie załatwiania codziennych spraw, oszczędność czasu i pieniędzy oraz na szybką wymianę informacji.

Celem artykułu jest zwrócenie uwagi na rozwój e-usług i jego bariery.

E-usługa¹ jest to usługa wykonywana za pośrednictwem mediów elektronicznych, świadczona na indywidualne życzenie usługobiorcy. Nie wymaga ona obecności stron w tym samym czasie i miejscu, jest to usługa wykonywana w sposób automatyczny za pośrednictwem systemu informatycznego.

W artykule opisano następujące rodzaje usług elektronicznych: e-administracja, e-zdrowie, e-bankowość, e-handel, e-ubezpieczenia, e-edukacja, e-kultura, e-turystyka. Wybór tych usług podyktowany został obserwacją rynku, z której wynika, że cieszą się one dużą popularnością i istnieje potrzeba ich szybkiego rozwoju.

E-administracja

Informatyzacja administracji publicznej jest tematem coraz częściej poruszanym, jest procesem nieodwracalnym i koniecznym ze względu na ogólny postęp techniczny. Komisja Europejska definiuje e-administrację jako wykorzystanie technologii informacyjnych i telekomunikacyjnych w administracji publicznej, w powiązaniu ze zmianami natury organizacyjnej i zdobywaniem nowych umiejętności w celu poprawienia jakości świadczonych przez administrację usług. E-administracja jest ciągłym doskonaleniem jakości rządzenia i świadczenia usług administracyjnych poprzez przekształcanie relacji wewnętrznych i zewnętrznych z wykorzystaniem Internetu i nowoczesnych środków komunikacji².

Nieco inną definicję podaje A. Dąbrowska³. W definicji tej zwraca uwagę na cele i korzyści. Autorka pisze, że e-administracja to zintegrowane działanie dążące do stworzenia tańszej, efektywniejszej administracji, jest to dążenie prowadzące do poprawy zarządzania państwem i obniżenia kosztów administracji. Celem tych dążeń jest także uproszczenie załatwiania spraw urzędowych oraz uzyskania informacji na ich temat. W celu umożliwienia zbadania stopnia rozwoju e-administracji zostały utworzone cztery poziomy pozwalające określić ich rozwój (Grodzka, 2007):

A. Stopień pierwszy (tzw. informacja *on-line*) jest to możliwość wyszukania informacji o danym urzędzie i świadczonych przez ten urząd usługach;

¹ Szczegółową definicję e-usług podaje art. 11 w związku z art. 12 rozporządzenia Rady (WE), nr 1777/2005 z 17.10.2005 r. ustanawiającego środki wykonawcze do dyrektywy 77/388/EWG w sprawie wspólnego systemu podatku od wartości dodanej. Wymieniony artykuł 11 przedstawia klasyfikację e-usług. Rozporządzenie podaje także rodzaje usług, które według wymienionego art. 12 nie są e-usługami.

² <http://pl.wikipedia.org/wiki/E-government>

³ A. Dąbrowska i in. (2009).

- B. Stopień drugi (tzw. interakcja jednokierunkowa) polega na możliwości wyszukania informacji oraz pobrania oficjalnych formularzy ze strony internetowej urzędu;
- C. Stopień trzeci (tzw. interakcja dwukierunkowa) daje możliwość wyszukania informacji, pobrania oraz odesłania wypełnionych formularzy za pomocą Internetu;
- D. Stopień czwarty (tzw. transakcja) stanowi pełną obsługę procesu. Do tego poziomu zaliczamy wszystkie czynności, które są niezbędne do załatwienia danej sprawy urzędowej drogą elektroniczną, począwszy od uzyskania informacji poprzez pobranie formularzy, odesłanie po wypełnieniu, złożenie podpisu elektronicznego (jeśli jest wymagany), wniesienie odpowiednich opłat aż do otrzymania odpowiedniego dokumentu, o który dana osoba występuje.

Umożniwiona jest przyjmowanie się, że wymienionym etapom rozwoju e-administracji odpowiadają wartości na skali procentowej (odpowiednio: pełna realizacja A=25%, B=50%, C=75%, D=100%). Stosowanie tej czterostopniowej skali pozwala na dokonanie oceny stopnia zaawansowania rozwoju e-administracji. Badania wykazują, że aktualnie e-usługi w Polsce osiągnęły drugi stopień rozwoju. Z badania realizowanego w 2010 r. wspólnie przez Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji oraz pięciu najpopularniejszych portali internetowych na próbie 3121 osób na temat *E-administracja w oczach internautów* wynika, że do najpopularniejszych spraw urzędowych, do których wykorzystujemy Internet zaliczamy: rozliczanie podatków, wyrobienie prawa jazdy, dowodu rejestracyjnego pojazdu, dowodu osobistego oraz paszportu. Załatwianie wymienionych spraw drogą tradycyjną jest bardzo czasochłonne i niejednokrotnie sprowadza się do odbycia kilku wizyt w danym urzędzie.

E-zdrowie

Termin e-zdrowie określa nowe podejście w dziedzinie zarządzania służbą zdrowia. Pojęcie to jest czasami także określane jako e-medycyna lub telemedycyna i oznacza wszelkie zastosowania technologii teleinformatycznych w zapobieganiu chorobom, diagnostyce, leczeniu oraz prowadzeniu zdrowego trybu życia. We wprowadzeniu technologii informatycznych w medycynie ma pomóc opracowana przez Ministerstwo Zdrowia *Strategia e-Zdrowie Polska 2009—2015*. Założeniem strategii jest pomoc pacjentom w dostępie do informacji o ochronie zdrowia oraz wzrost efektywności systemu opieki zdrowotnej przy wykorzystaniu elektronicznego obiegu dokumentacji medycznej.

E-bankowość

Bankowość elektroniczna (e-banking) jest to forma usług, jaką oferują banki swym klientom za pośrednictwem urządzeń elektronicznych i łącza telekomunikacyjnego w celu dostępu do rachunku bankowego. Pojęcie e-bankowości można

także określić jako *wszelkie rozwiązania biznesowe i technologiczne umożliwiające: interakcję banku i jego klientów przez urządzenia techniczne przekazujące dane za pomocą Internetu bądź przez inne kanały elektroniczne*⁴. Według B. Kosińskiego (2001) jest to *oparte na zastosowaniu elektronicznych urządzeń telekomunikacyjnych świadczenie usług bankowych na odległość, które pozwala klientowi na korzystanie z tych usług w siedzibie własnej firmy lub w miejscu zamieszkania*.

E-handel

Handel elektroniczny możemy określić jako szczególny rodzaj handlu wykorzystujący sieć internetową do zawarcia transakcji. Handel elektroniczny nie wymaga papierowej dokumentacji. Cechuje się przejrzystością i jawnością transakcji. W skład handlu elektronicznego wchodzi sprzedaż towarów i usług, przyjmowanie i potwierdzanie zamówień, promocja i marketing, obsługa płatności bezgotówkowych, a w przypadku produktów cyfrowych — dostawa.

Zasady rozwoju i funkcjonowania handlu elektronicznego określa dyrektywa 2000/31/WE. Podaje ona wymagane informacje na temat dostaw świadczonych usług *on-line*, umów elektronicznych i odpowiedzialności prawnej podmiotów pośredniczących w świadczeniu usług. W Polsce handel elektroniczny jest regulowany wieloma aktami prawnymi, m.in.: ustawą z 29 sierpnia 1997 r. — Prawo bankowe (Dz. U. Nr 140, poz. 939), ustawą z 6 czerwca 1997 r. — Kodeks karny (Dz. U. Nr 88, poz. 553), ustawą z 19 listopada 1999 r. — Prawo działalności gospodarczej (Dz. U. Nr 101, poz. 1178) oraz ustawami o ochronie praw konsumentów, baz danych, o podpisie elektronicznym, o świadczeniu usług drogą elektroniczną i innymi.

Do głównych form handlu elektronicznego zalicza się aukcje elektroniczne, sklepy internetowe, pasáže handlowe grupujące sklepy internetowe, platformy elektroniczne i katalogi elektroniczne. Najbardziej rozpowszechnioną formą handlu elektronicznego są jednak sklepy internetowe. Szacuje się, że sprzedaż elektroniczna w sektorze spożywczym w ciągu pięciu lat może wzrosnąć do 1,7 mld zł. Według danych firmy Kelkoo wartość polskiego e-ryнку w roku 2009 wynosiła 2,2 mld funtów brytyjskich, co stanowiło ok. 2% wartości całego rynku sprzedaży detalicznej.

Z raportu firmy Collin Stewart wynika, że do czołówki państw ze względu na największą liczbę transakcji sprzedaży internetowej należą państwa Europy Zachodniej, szczególnie W. Brytania, Niemcy, Francja oraz kraje Beneluksu.

E-ubezpieczenia

E-ubezpieczenia są niematerialną usługą, w ramach której ubezpieczający się wykupuje umowny obowiązek świadczenia ubezpieczyciela, jeśli w życiu, zdrowiu lub mieniu podmiotu ubezpieczającego pojawi się zdarzenie. Ubezpieczy-

⁴ J. Stryczyński, T. Zarzycki (2000).

ciel ma wówczas obowiązek wypłacić odszkodowanie z funduszu powstałego ze składek, jakie płacą ubezpieczający się⁵. W skład e-ubezpieczenia wchodzi: zakup ubezpieczenia, kontakt z agentem, zgłoszenie szkody, doradztwo ubezpieczeniowe, porady w doborze ubezpieczenia (kalkulatory, porównywarki), obliczanie wysokości składki oraz promocja usługi ubezpieczenia. E-ubezpieczenia są na gruncie polskim jeszcze mało popularne. Przyczyn takiego stanu rzeczy można szukać w silnym przyzwyczajeniu do tradycyjnych form ubezpieczeń.

E-edukacja

E-edukacja to usługa, technika szkolenia, dzięki której przy wykorzystaniu mediów elektronicznych możemy uzupełniać swoją wiedzę. O nauczaniu na odległość możemy mówić wówczas, gdy istnieje pewna odległość między nauczycielem a uczniami, odległość ta ma wymiar geograficzny (nauczyciel i uczniowie oddaleni są od siebie o setki kilometrów) oraz często wymiar czasowy. Nauczyciel i uczeń wykonują swoje zadania niezależnie, kontaktując się ze sobą w momencie powstania problemów, przy czym interakcja drugiej strony nie musi być natychmiastowa.

E-kultura

E-kultura są to usługi przekazywane drogą elektroniczną, mające w zdecydowanej mierze charakter informacyjny, dostarczają one informacji na temat wydarzeń kulturalnych i osób związanych z kulturą i rozrywką. Możemy do nich zaliczyć: czytanie *on-line*, pobieranie plików z gazetami i czasopismami, granie w gry komputerowe oraz pobieranie plików z gramami, z muzyką i filmami. Do elektronicznych usług kulturalnych zaliczamy także słuchanie radia i oglądanie telewizji przez Internet. E-kultura umożliwia nam także w dowolnym miejscu i czasie wirtualne podziwianie eksponatów muzealnych. Jest to branża o dużych możliwościach rozwoju.

E-turystyka

E-turystyka staje się coraz bardziej popularna na świecie. W Polsce ta forma usług również ma duże szanse na rozwój. Podstawową funkcją, jaką pełni jest informacja turystyczna, do której obok miejsca wyjazdu zaliczamy także środek transportu, rezerwację miejsca wyjazdu oraz sposób opłaty. Przez Internet kupować można wczasy, wycieczki, bilety autobusowe, kolejowe i lotnicze, zasięgać opinii na temat oferowanych usług oraz rezerwować hotele. Internet coraz częściej jest pierwszym źródłem informacji, daje nam możliwość porównywania cen z ofertami konkurencji i umożliwia podjęcie trafnej decyzji. Ze względu na duże zainteresowanie internetowymi usługami turystycznymi zwiększa się zakres oferowanych produktów turystycznych.

⁵ www.ipo.pl/ubezpieczenia

ANALIZA RYNKU USŁUG ELEKTRONICZNYCH

Problematyka badania koncentrowała się wokół zagadnień związanych z wykorzystywaniem Internetu w usługach świadczonych drogą elektroniczną. Szczególna uwaga została zwrócona na cele, motywy oraz bariery korzystania z usług internetowych typu: e-administracja, e-bankowość, e-ubezpieczenia, e-handel, e-edukacja, e-kultura, e-zdrowie oraz e-turystyka. Badanie zostało przeprowadzone za pomocą ankiety umieszczonej w Internecie. Respondenci to użytkownicy portali oraz for internetowych o największym zasięgu i liczbie użytkowników.

Zgodnie z przyjętym celem badawczym, zakres tematyczny ankiety obejmował:

- cele korzystania z Internetu,
- częstotliwość korzystania z usług internetowych,
- motywy korzystania z e-usług,
- przegląd wybranych rodzajów usług internetowych, częstotliwość korzystania z nich oraz ocenę poziomu świadczenia danego rodzaju e-usług,
- bariery korzystania z e-usług,
- ocenę tempa rozwoju poszczególnych e-usług w ostatnich latach,
- ocenę częstotliwości korzystania w ostatnich latach z e-usług.

Badanie przeprowadzono w 2010 r., wzięły w nim udział 304 osoby, w tym 49% kobiet. W badaniu uczestniczyły osoby w wieku od 16 do 64 i więcej lat (tabl. 1). Spośród badanych 53,95% stwierdziło, że korzysta z Internetu często.

TABL. 1. STRUKTURA WIEKU BADANYCH OSÓB

Grupy wiekowe	Liczba badanych	Udział w %
16—24 lata	171	56,25
25—34	84	27,63
35—44	26	8,55
45—54	10	3,29
55—64	7	2,30
powyżej 64 lat	6	1,97

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Poziom wykształcenia badanych usługobiorców przedstawia tabl. 2.

TABL. 2. STRUKTURA WYKSZTAŁCENIA BADANYCH OSÓB

Poziom wykształcenia	Liczba badanych	Udział w %
Podstawowe	16	5,26
Średnie	187	61,51
Wyższe	101	33,22

Źródło: jak przy tabl. 1.

Strukturę osób badanych ze względu na miejsce zamieszkania przedstawia tabl. 3.

TABL. 3. STRUKTURA ZAMIESZKANIA BADANYCH OSÓB

Miejsce zamieszkania	Liczba badanych	Udział w %
Wieś	45	14,80
Miasta: do 100 tys. mieszkańców	78	25,66
do 500 tys. mieszkańców	40	13,16
powyżej 500 tys. mieszkańców	138	45,39
Brak odpowiedzi	3	0,99

Źródło: jak przy tabl. 1.

Z otrzymanych danych wynika, że dominującą grupą osób korzystających z Internetu są ludzie młodzi w wieku 16—24 lata (56,25%), drugą grupę stanowią osoby w wieku 25—34 lata (27,63%). Są to osoby przede wszystkim z wykształceniem średnim (61,51%). Ankietowani w zdecydowanej mierze (89,47%) jako miejsce korzystania z Internetu podawali dom. Należy zauważyć, że badania *on-line* są coraz częstszym sposobem badania rynku. Na temat przeprowadzania badań sondażowych przez Internet wypowiadała się także M. Szpunar (2007), podając zarówno zalety, jak i wady tego typu badań.

W wyniku przeprowadzonego badania otrzymano dane, które zostały poddane analizie statystycznej pozwalającej na zaobserwowanie tendencji, jakie zachodzą w rozwoju usług elektronicznych. Ze względu na rozmiary otrzymanego materiału ograniczono się do przedstawienia najważniejszych spostrzeżeń (tabl. 4). Należy stwierdzić, że zdecydowana większość respondentów (63,82%) korzystała z Internetu przede wszystkim w celu wyszukiwania informacji oraz korzystania z portali internetowych. Niewiele mniej respondentów twierdziło, że najczęstszą formą spędzania czasu w Internecie jest komunikowanie się za pomocą wiadomości e-mail i komunikatorów (48,03% respondentów) oraz korzystanie z serwisów społecznościowych (facebook, grono, nasza-klasa itp.).

TABL. 4. CEL KORZYSTANIA Z INTERNETU

Cel korzystania z Internetu	Liczba badanych	Udział w %
Wyszukiwanie informacji oraz korzystanie z portali internetowych	194	63,82
Serwisy społecznościowe (np. facebook, grono, nasza-klasa itp.)	132	43,42
Komunikacja (e-mail, komunikatory itp.)	146	48,03
Usługi (bankowe, turystyczne, medyczne, kulturalne, zakupy itp.)	57	18,75
Rozrywka (muzyka, gry, wideo)	58	19,08

Źródło: jak przy tabl. 1.

Duża część respondentów (ponad 82%) korzystała z usług internetowych często bądź od czasu do czasu. Jedynie niespełna 5% badanych deklaroowało, że w ogóle nie korzystało z e-usług. Najważniejszymi motywami korzystania z e-usług były wygoda (wskazywana przez 66,78% respondentów) oraz oszczędność czasu (63,49%). Jako najmniej istotny czynnik postrzegano anonimowość, która była deklarowana jedynie przez 3,29% badanych (tabl. 5).

TABL. 5. MOTYWY KORZYSTANIA Z E-USŁUG

Motywy korzystania z e-usług	Liczba badanych	Udział w %
Oszczędność czasu	193	63,49
Wygoda	203	66,78
Oszczędność pieniędzy	45	14,80
Różnorodna oferta	66	21,71
Możliwość poznania opinii innych użytkowników	41	13,49
Anonimowość	10	3,29

Źródło: jak przy tabl. 1.

Respondenci zostali poproszeni również o odpowiedź na dwa pytania dotyczące każdego z ośmiu rodzajów e-usług. Dotyczyły one częstotliwości korzystania oraz oceny poziomu świadczenia poszczególnych e-usług w Polsce. Uzyskane odpowiedzi dostarczyły następujących wniosków:

Nieco ponad 40% badanych deklaroowało korzystanie z internetowych usług administracyjnych (np. pobieranie formularzy, wypełnianie ich itp.) co najmniej kilka razy w miesiącu. Ponad 47% badanych stwierdziło, że korzysta z podobnych usług kilka razy w roku lub rzadziej. Respondenci pytani o poziom świadczenia tych usług w Polsce twierdzili w ponad 46%, że poziom jest zdecydowanie lub raczej dobry. Jedynie co dziesiąty badany deklaroował, że ocenia je zdecydowanie bądź raczej źle.

Popularność bankowości elektronicznej kształtuje się zdecydowanie lepiej. Około 73% badanych deklaroowało korzystanie z tej usługi co najmniej kilka razy w miesiącu, natomiast nieco ponad 16% respondentów korzystało z usług bankowości elektronicznej kilka razy w roku bądź rzadziej. Bankowość elektroniczna, pod względem poziomu świadczenia usług, należała do czołówki najlepiej ocenianych e-usług. Prawie 80% badanych stwierdziło, że ocenia jej poziom zdecydowanie bądź raczej dobrze.

Internetowe usługi związane z ubezpieczeniami nie cieszą się popularnością. Jedynie 5,26% badanych deklaroowało korzystanie z nich co najmniej kilka razy w miesiącu, natomiast 87,5% respondentów twierdziło, że korzysta z nich kilka razy w roku bądź rzadziej. Zdecydowana większość respondentów (ok. 68%) pytanych o poziom internetowych usług ubezpieczeniowych twierdziło, że nie ma zdania na ten temat. Może to wynikać z faktu małej popularności tego rodzaju e-usług w Polsce. Zdecydowanie lub raczej dobrze oceniało tę usługę nieco ponad 20% badanych.

Z usług handlu elektronicznego kilka razy w miesiącu lub częściej korzystała prawie połowa badanych (48,68%), natomiast jedynie nieco ponad 26% korzystała z nich kilka razy w roku bądź rzadziej. E-commerce jest kolejną, obok bankowości elektronicznej, e-usługą, której poziom świadczonych usług w Polsce oceniany jest jako jeden z najlepszych. Prawie 82% badanych oceniało go zdecydowanie bądź raczej dobrze. Natomiast jedynie niecałe 3% respondentów twierdziło, że wypada on zdecydowanie bądź raczej źle.

Prawie połowa badanych (48,68%) korzystała z e-usług edukacyjnych (studia, e-learning, kursy, szkolenia itp.) kilka razy w miesiącu bądź częściej. Nieco ponad 26% respondentów korzystało z nich kilka razy w roku bądź rzadziej. Prawie 39% badanych oceniało poziom e-usług edukacyjnych jako zdecydowanie bądź raczej dobry. Prawie połowa badanych (47,7%) nie miała zdania na ten temat.

Prawie 30% badanych stwierdziło, że korzysta z internetowych usług kulturalnych kilka razy w miesiącu lub częściej. Znacznie więcej jednak (52,96%) korzystało z nich kilka razy w roku bądź rzadziej. E-usługi kulturalne są kolejnymi należącymi do czołówki pod względem oceny poziomu świadczenia usług w Polsce. Około 65% badanych oceniało ich poziom jako zdecydowanie bądź raczej dobry.

Internetowe usługi zdrowotne (apteki internetowe, konsultacje, portale poświęcone tematyce zdrowotnej itp.) to obok usług ubezpieczeniowych najmniej popularne e-usługi. Jedynie 12,49% respondentów korzystało z nich kilka razy w miesiącu bądź częściej, natomiast aż 72,37% badanych skorzystało z nich jedynie kilka razy w roku bądź rzadziej. Wciąż mała popularność e-usług zdrowotnych wpływa bezpośrednio na ilość osób mogących ocenić ich poziom.

Internetowe usługi turystyczne również nie należą do najbardziej popularnych wśród respondentów biorących udział w badaniu. Jedynie ok. 15% skorzystało z nich kilka razy w miesiącu bądź rzadziej, natomiast ok. 72% respondentów deklarowało korzystanie z nich kilka razy w roku bądź rzadziej. W tym przypadku jednak brak intensywnego korzystania z tego typu e-usług można argumentować dużą sezonowością produktu oraz wahaniem popytu wynikającymi ze specyfiki branży.

Badani byli też pytani o korzystanie z usług internetowych świadczonych przez usługodawców zagranicznych. W ponad 33% przypadków twierdzili, że korzystają z takich usług często bądź od czasu do czasu.

W tablicy 6 pokazano, które bariery korzystania z e-usług sprawiły największe trudności respondentom.

Kolejną kwestią poruszoną w badaniu była dynamika rozwoju poszczególnych e-usług w ostatnich latach w Polsce. Badani jako najprężniej rozwijające się rodzaje e-usług wskazali bankowość elektroniczną i handel elektroniczny. Najniżej, pod względem rozwoju, oceniane e-usługi to internetowe usługi ubezpieczeniowe, zdrowotne oraz e-administracja.

TABL. 6. BARIERY KORZYSTANIA Z E-USŁUG

Rodzaje napotykaných barier	Liczba badanych	Udział w %
Brak zaufania do sprzedawców	150	49,34
Brak możliwości obejrzenia towaru (dotyk, zapach, inne walory estetyczne)	249	81,91
Dodatkowe koszty (np. przesyłka)	138	45,39
Ryzyko związane z bezpieczeństwem danych osobowych	74	24,34
Spam, wirusy	58	19,08
Ograniczony dostęp do Internetu	11	3,62
Brak wystarczającej informacji o produkcie/usłudze	77	25,33
Brak biegłości w obsłudze komputera i wyszukiwaniu informacji	19	6,25
Niższa jakość e-usług w stosunku do usług świadczonych drogą tradycyjną	5	1,64
Inne	5	1,64

Źródło: jak przy tabl. 1.

Podobne wyniki uzyskano w pytaniu dotyczącym dynamiki korzystania z poszczególnych e-usług. W ostatnich latach respondenci coraz częściej korzystali z usług bankowości elektronicznej oraz handlu elektronicznego. Najmniejszą dynamiką zmian w częstotliwości użytkowania wykazały się e-usługi ubezpieczeniowe, zdrowotne oraz e-administracyjne.

Wnioski końcowe

Przeprowadzone badanie nie dostarczyło wyczerpującej wiedzy na temat rynku usług elektronicznych w Polsce, co dało jednak pewien obraz kierunków ich rozwoju, popularności i napotykaných barier. Do główných czynników mających wpływ na rozwój e-usług zalicza się czynniki ekonomiczne związane z kosztami korzystania z sieci, zakupem sprzętu, oprogramowania, brakiem dostosowania warunków prawnych oraz brakiem poczucia bezpieczeństwa szczególnie w sferze finansów i danych osobowych. Duże znaczenie miała także wiedza na temat możliwości, jakie dają usługi elektroniczne, chęć skorzystania z nich oraz pozbycie się lęku i obaw z tym związanych.

E-usługi w Polsce rozwijają się w szybkim tempie. Analiza rozwoju poszczególných rodzajów wskazuje, że w przyszłości zdecydowanie najszybciej będą rozwijać się e-usługi mobilne, które można będzie odbierać za pomocą telefonu komórkowego lub innego tego typu urządzenia. Przewiduje się intensywny rozwój usług elektronicznych w dziedzinie finansów i handlu. Należy pamiętać, że intensywny rozwój e-usług jest kreowany dużym i stabilnym popytem na nie. Podstawą tegoż popytu zaś jest zaufanie usługom elektronicznym. Analizując wyniki różnych badań należy stwierdzić, że rynek usług elektronicznych w Polsce rozwija się dynamicznie.

LITERATURA

- Grodzka D. (2007), *E-administracja w Polsce*, „Infos”, nr 18
- Dąbrowska A., Janoś-Kresło M., Wódkowski A. (2009), *E-usługi a społeczeństwo informacyjne*, Wydawnictwo Difin, Warszawa
- Kosiński B. (2001), *Zarządzanie bankiem*, [w:] W. L. Jaworski, Z. Zawadzka (red.), *Bankowość. Podręcznik akademicki*, Poltex, Warszawa
- Stryczyński J., Zarzycki T. (2000), *Bank ery gospodarki elektronicznej*, „Bank”, nr 9, NBP, Warszawa
- Szpunar M. (2007), *Realizacja badań drogą on-line na przykładzie Systemu Zarządzania Badaniami eBadania.pl*, [w:] A. Szewczyk (red.), *Problemy społeczeństwa informacyjnego*, Urząd Statystyczny w Szczecinie

SUMMARY

Increasing competition in services and the desire to save time, money and ensure the quality of life led to the emergence of electronic services. This market has created new jobs. The article analyzes the objectives and the motive underlying the people (consumers) who use this form of service. The barriers to using e-services were highlighted. Considerations focus on e-services, which enjoy the greatest interest of society: banking, commerce, government, health, insurance, tourism, education and culture. Furthermore, the findings are presented and problems concerning the development of electronic services, which as a result of the study appeared to be most important.

РЕЗЮМЕ

Усиление конкуренции на рынке услуг и стремление к экономии времени, денег и обеспечение качества жизни являются причиной появления электронных услуг. Этот рынок создал новые места труда.

В статье были анализированы цели и мотивы, которыми руководятся люди (потребители) использующие этот вид услуг. Было обращено внимание на барьеры для использования э-услуг. Обсуждение было сосредоточено на э-услугах пользующихся наибольшим интересом общества: банковском деле, торговле, администрации, здоровью, страховании, туризме, образовании и культуре. Кроме того в статье представляются наблюдения и проблемы касающиеся развития электронных услуг, которые в результате проведенного обследования казались наиболее важными.