

Spis treści

Raport Monograficzny ITTI 2000/2 p.t. Internet w Polsce – technologie i rynek

Streszczenie raportu	1
1. Wprowadzenie	1-1
1.1. Ogólne znaczenie Internetu	1-3
1.2. Krótka historia Internetu	1-6
1.3. Zakres raportu	1-8
2. Aspekty regulacyjne	2-1
2.1. Regulacje międzynarodowe	2-3
2.1.1. Wstęp	2-3
2.1.2. Opodatkowanie <i>e-commerce</i>	2-3
2.1.3. Zagadnienia dotyczące odpowiedzialności podmiotów uczestniczących w wymianie elektronicznej	2-4
2.1.4. Infrastruktura Klucza Publicznego	2-12
2.1.5. Regulacje prawne w Unii Europejskiej dotyczące transakcji elektronicznych	2-15
2.1.6. Stanowisko Komisji Europejskiej w sprawie telefonii IP	2-18
2.1.7. Podsumowanie	2-20
2.2. Regulacje polskie	2-21
2.2.1. Wstęp	2-21
2.2.2. Uwierzytelnienie treści przesyłanych w Internecie	2-22
2.2.3. Przyznawanie koncesji	2-23
2.2.4. Prawo autorskie	2-25
2.2.5. Aspekt prawny telefonii IP	2-27
2.2.6. Porównanie z normami europejskimi i międzynarodowymi	2-28
2.2.7. Podsumowanie	2-29
3. Technologie i standardy	3-1
3.1. Wstęp	3-3
3.2. Podstawowe mechanizmy Internetu	3-5
3.2.1. Komutacja pakietów	3-5
3.2.2. Routing	3-6
3.2.3. Model klient-serwer	3-7
3.2.4. Przeglądarka WWW	3-8
3.2.5. Wyszukiwarka (<i>search engine</i>)	3-9
3.3. Prezentacja głównych protokołów	3-11
3.3.1. Opis głównych protokołów	3-13
3.4. Główne urządzenia w sieci Internet	3-25
3.4.1. Mosty (ang. <i>bridge</i>)	3-25
3.4.2. Huby i przełączniki	3-25
3.4.3. Routery	3-26
3.4.4. Serwery	3-28
3.4.5. Modemy	3-29
3.5. Techniki prezentacji informacji w Internecie	3-30
3.5.1. Język HTML	3-30
3.5.2. XHTML	3-31
3.5.3. XML – uniwersalna platforma wymiany informacji	3-31
3.5.4. Technologia Java	3-32
3.5.5. Platforma Java2	3-33
3.5.6. Skrypty CGI	3-34
3.5.7. Serwlety	3-34
3.5.8. JSP (<i>Java Server Pages</i>)	3-35
3.5.9. ActiveX	3-35

3.6.	Organizacje standaryzacyjne	3-37
3.7.	Zapewnianie jakości usług.....	3-39
3.8.	Standardy bezpieczeństwa i płatności w Internecie.....	3-42
3.8.1.	System ochrony informacji	3-42
3.8.2.	Ochrona dostępu do sieci	3-43
3.8.3.	Ochrona przesyłanych danych.....	3-46
3.8.4.	Ochrona zgromadzonych zasobów.....	3-49
3.8.5.	Standardy płatności	3-50
3.9.	Mechanizm <i>multicast</i>	3-53
3.10.	Mechanizmy dystrybucji informacji w Internecie (technologia firmy Akamai).....	3-56
4.	Łańcuchy wartości	4-1
4.1.	Łańcuch wartości – definicja głównych graczy na rynku internetowym.....	4-3
4.1.1.	Łańcuch według Fischer & Lorenz	4-3
4.1.2.	Łańcuch dostaw według EITO	4-7
4.1.3.	Łańcuch usług multimedialnych	4-8
4.1.4.	Podsumowanie	4-9
4.2.	Rynek internetowy w liczbach.....	4-13
5.	Usługi internetowe	5-1
5.1.	Wstęp.....	5-3
5.2.	Usługi dostępu	5-5
5.3.	Usługi aplikacyjne	5-8
5.3.1.	Usługi komunikacyjne.....	5-8
5.3.2.	Dostęp do informacji.....	5-10
5.3.3.	Usługi transakcyjne	5-12
5.4.	Usługi utrzymaniowe.....	5-14
6.	Model firmy internetowej	6-1
6.1.	Wstęp.....	6-3
6.2.	Rodzaje i rozwój stron WWW.....	6-4
6.3.	Modele biznesowe	6-6
6.3.1.	Model subskrypcji	6-6
6.3.2.	Model sprzedaży	6-7
6.3.3.	Model mediów	6-8
6.3.4.	Model synergii	6-8
6.3.5.	Zastosowanie modeli biznesowych	6-8
6.4.	Modele sprzedaży w sensie B2B i B2C.....	6-10
6.4.1.	E-commerce w sensie B2B	6-10
6.4.2.	Handel elektroniczny (B2C).....	6-12
6.4.3.	Bankowość elektroniczna.....	6-16
6.5.	Podsumowanie.....	6-18
7.	Porównania taryfowe w wybranych krajach OECD	7-1
7.1.	Wstęp.....	7-3
7.2.	Koszyki OECD.....	7-4
7.3.	Koszyk ITTI	7-10
7.4.	Podsumowanie.....	7-14
8.	Rynek internetowy w Polsce oraz oferowane na tym rynku usługi	8-1
8.1.	Wstęp.....	8-3
8.2.	Treść	8-5
8.3.	Konfekcjonowanie.....	8-6
8.3.1.	Portale ogólne.....	8-6
8.3.2.	Portale tematyczne (wertykalne).....	8-9
8.3.3.	Sklepy internetowe	8-10
8.3.4.	Domy aukcyjne	8-11
8.3.5.	Giełdy.....	8-12
8.3.6.	Bankowość elektroniczna i usługi finansowe.....	8-12
8.4.	Usługi dostępu do Internetu.....	8-18

8.4.1.	Rynek usług dostępu do Internetu.....	8-18
8.4.2.	Prezentacja głównych dostawców usług internetowych (ISP).....	8-21
8.5.	Usługi sieciowe	8-24
8.5.1.	Właściciele infrastruktury szkieletowej	8-24
8.5.2.	„Przewoźnicy”	8-25
8.5.3.	Dostawcy linii dostępowych	8-27
8.5.4.	Operatorzy telefonii komórkowej	8-31
8.6.	Dostawcy sprzętu i oprogramowania	8-34
8.7.	Rynek dostawców usług internetowych w Polsce w świetle badań ITTI.....	8-38
8.8.	Podsumowanie	8-45
9.	Rynek odbiorców usługi dostępu do Internetu	9-1
9.1.	Wstęp.....	9-3
9.2.	Badania statystyczne internautów	9-4
9.2.1.	NASK – Naukowa i Akademicka Sieć Komputerowa.....	9-4
9.2.2.	Polishword	9-5
9.2.3.	Miesięcznik Chip	9-5
9.2.4.	Firma Taylor Nelson Sofers	9-5
9.2.5.	CASE	9-6
9.2.6.	Katedra Marketingu Akademii Ekonomicznej w Krakowie	9-6
9.2.7.	SMG/KRC Poland	9-8
9.2.8.	Ośrodek Badania Opinii Publicznej	9-11
9.3.	Badania przeprowadzone wśród internautów przez ekspertów ITTI	9-12
9.4.	Wnioski	9-21
10.	Przegląd prasy polskiej dotyczącej faktów biznesowych na polskim rynku internetowym – od stycznia 1999	10-1
10.1.	Wprowadzenie.....	10-3
10.2.	Przegląd prasy	10-4
11.	Przykłady firm internetowych	11-1
11.1.	Akamai	11-3
11.2.	Amazon.com	11-5
11.3.	America Online	11-6
11.4.	Cisco.....	11-8
11.5.	eBay.....	11-10
11.6.	Yahoo	11-12
12.	Podsumowanie – wskazania dla strategii internetowej w Polsce.....	12-1
12.1.	Prognozy rozwoju Internetu	12-3
12.1.1.	Liczba użytkowników Internetu	12-3
12.1.2.	Wielkość rynku.....	12-11
12.1.3.	Dostęp do Internetu	12-13
12.1.4.	Nowa gospodarka	12-15
12.1.5.	Stan gospodarki internetowej w USA.....	12-17
12.2.	Bariery rozwoju.....	12-20
12.2.1.	Świat.....	12-20
12.2.2.	Polska	12-20
12.3.	Wskazania dla aktorów łańcucha wartości dodanej	12-22
12.3.1.	Społeczne implikacje Internetu.....	12-23
	Zestawienie ważniejszych skrótów.....	1