

POI / eaaaa

EXPOSE.....	2
1. Dotychczasowy sposób zbierania informacji w Internecie	7
2. Znajdywanie Informacji w POI i poprzez POI	7
3. Cele, użyteczności POI	11
Rozwiązywane problemy i przeszkody przepływu Informacji.....	15
Problem dostępności dzieci do niewskazanej Informacji.....	17
Problem niedostępności Internetu dla ludzi starszych	17
4. Grupa użytkowników	19
4.1 Aktywny użytkownik – Opiekun Parku.....	19
4.2 Zakres prac i umiejętności Opiekuna	20
4.3 Przewidywane korzyści i gratyfikacje dla użytkownika aktywnego	22
4.4 Użytkownik końcowy – powszechny.....	23
4.5 Planowane korzyści dla użytkowników, ile zarobią?	24
4.6 Użytkownik biznesowy	26
4.7 Nasi początkowi klienci.....	27
5. Analiza SWOT.....	28
6. Konkurencja	31
6.1 Nasza konkurencyjność względem przedsięwzięć biznesowych.	33
6.2 Nasza konkurencyjność względem innych portali.	33
7. Budowa struktury POI /eaaaa i Standardu PARK NAZWY	34
7.2 Struktura Projektu.....	35
7.3 Standard PARKu NAZWY.....	36
7.4 Programowanie.....	38
7.5 Modułowa budowa PARKu NAZWY	38
7.6 Zestawienie typów modułów:	39
7.7 PARK NAZWY rozproszone w sieci.	43
7.8 Interfejs użytkownika	44
7.9 Opiekun PARKu NAZWY	47
7.10 Katalog ABCDE	47
7.11 Centrala projektu	48
7.12 Cechy szczególne portalu.....	48
8. Funkcjonowanie projektu, E-usługi.....	52
9. Harmonogram realizacji projektu	57
9.1. Rodzaje strategii realizacji, 5 atutów	59
10. Model finansowy	62
10.1 Założenia	62
10.2 Mechanizmy	63
10.3 Źródła dochodu	65
10.4 Analiza przychodów i wydatków	68
11. Przychody	73
12. Wydatki	75
13. Ludzie - opis grupy inicjującej	77
14. Struktura organizacyjna.....	78
14.1 Autorzy pomysłu / info dla Inwestora.....	78
14.2 CENTRALA Przedsięwzięcia	79
14.3 Statut Stowarzyszenia. Cele i zadania.	80
15. Resume	83
15.1 Odpowiedzi na pytania, wycinki z gazet, analiza Internetu	85
15.3 Załączniki na CD, Adres, Stosowane skróty	89

EXPOSE

PORTAL OTWARTEJ INFORMACJI eaaaa.info / Ea / eaaaa

Internauto, weź w opiekę kawałek Internetu i zarabiaj

Słowo wstępne:

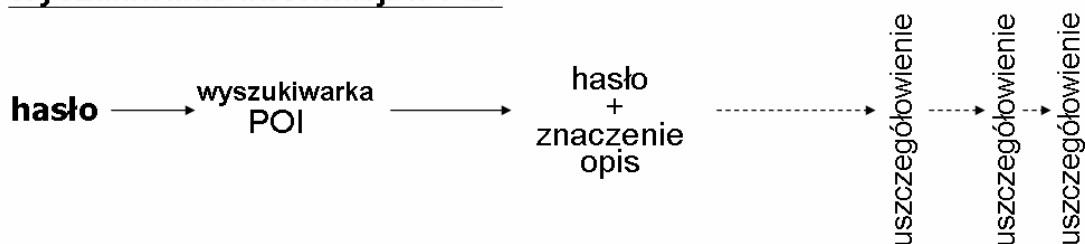
Na biznes plan składają się teksty pochodzące z różnych okresów i pisane przez różne osoby. Teksty bardziej ogólne są pisane większą czcionką i zazwyczaj są starsze, czyli napisane przed wykonaniem prototypu.

Teksty bardziej szczegółowe i techniczne są pisane czcionką mniejszą i utworzone po wykonaniu prototypu w grudniu 2008 (pkt 7.8. i 9) dostępnym pod adresem eaaaa.info.

1. Idea

Ideą projektu jest **usystematyzowanie i skatalogowanie informacji** w Internecie za pomocą **jednolitego szablonu informacyjnego PN** w taki sposób, by dla **konkretnego słowa** lub tematu przyporządkowany był tylko **jeden adres = jedna strona**, a poszukujący informacji o słowie otrzymał satysfakcjonujące rezultaty, a nie szereg adresów stron internetowych, z których każda zbudowana jest na innej zasadzie, z inną strukturą logiczną i niewiadomą zawartością.

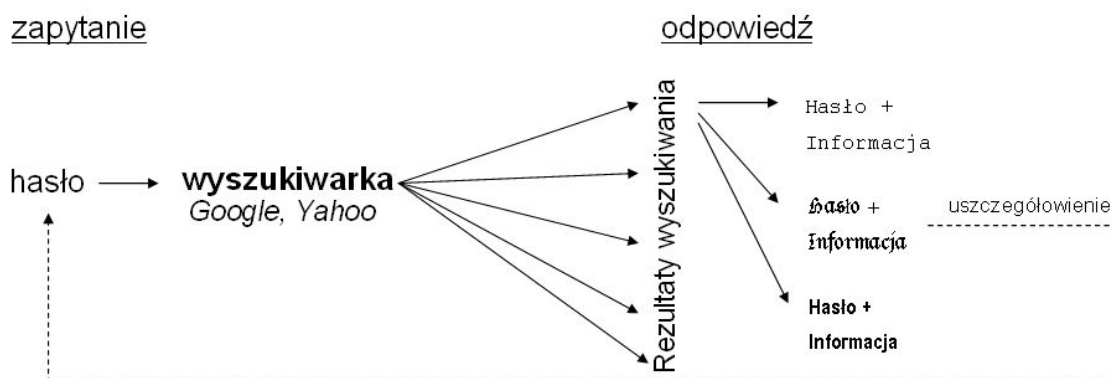
Wyszukiwanie Informacji w POI



Rys.1. Proponowana metoda dostępu do Informacji (**praktyczny przykład w załączniku nr.3**)

Chcemy zapobiec przeglądaniu szeregu stron internetowych niekoniecznie przydatnych w poszukiwaniu danej informacji, jak to w wielu sytuacjach obecnie funkcjonuje poprzez mechanizmy wyszukiwarek i co jest powszechnie akceptowanym faktem.

Wyszukiwanie Informacji dzisiaj



My taki sposób funkcjonowania Internetu kwestionujemy i uważamy, że można stosunkowo łatwo zbudować w nim content logicznie posegregowany, a taka budowa pozwoli na szybkie znajdowanie informacji i przy okazji zrewolucjonizuje sposób użytkowania Internetu.

Idea portalu , jak każde społeczne przedsięwzięcie portal Ea ma swoją ideę wiodącą:

Każdy człowiek, który świadomie uczestniczy w życiu społeczeństwa i orientuje się w relacjach między wytworami człowieka a ich użytkowaniem, jest w stanie zauważyć, że nie zawsze wszystko to funkcjonuje tak, jak powinno. **Przykładem takiego wytworu, który pogrąża się w coraz większym chaosie jest właśnie Internet.**

EAAAA jest portalem, który zrodził się w głowach ludzi chcących zorganizować Internet w ten sposób, by służył on rozwijaniu sieci i rozpowszechnianiu dorobku ludzkości. Od wieków korzystamy z wynalazków i odkryć naukowych, które kiedyś zdumiewały, a teraz są powszechnie używane. Korzystamy z wiedzy na temat świata i człowieka, która rewolucjonizowała ustalone porządki, a teraz jest elementem współorganizującym życie każdego z nas. Właśnie Internet umożliwia nam bezpośredni dostęp do dorobku ludzkości, który jest dalej rozpowszechniany i bez względu na to, w jakim państwie mieszkasz możesz z niego korzystać. **EAAAA łączy więc w sobie ideę powszechności dostępu do informacji i wiedzy z ideą wspólnoty i korzyści ludzi zamieszkujących kontynenty świata.**



Chcemy skrócić czas szukania!

EAAAA

„poczwórnice” wobec dzisiejszych systemów



- nie trzeba przeglądać wyników !



- nie trzeba szukać na stronie wyniku !



- nie trzeba ponownie uściślać zapytania !



- po wpisaniu nie trzeba czekać
na zindeksowanie przez robota

Skrót.

- Jest to portal-narzędzie Internetowe którego rozmach startu może być przyrównany do Facebook.
- Projekt w ciągu 2-3 lat może być warty **1 mld Eur** a później może i kilkadziesiąt razy więcej.
- charakterem portal-narzędzie jest połączeniem książki telefonicznej, panoramy firm, wikipedii, forum.
- Grupa odbiorców: **przeciętny Internauta, biznes, administracja, III sektor, reklamodawcy, MSP**
- projekt jest **skalowalny** i praktycznością porównywalny do Google lub Wikipedii.
- Zbudowaliśmy funkcjonujący **on-line prototyp** narzędzia aby przedstawić korzyści dla różnych odbiorców a więc coś czego jeszcze nie widać - tutaj konieczna jest prezentacja.
- pozyskaliśmy **kilkuset zarejestrowanych** użytkowników (przez 3 mce), praktycznie bez reklamy.
- mamy siedzibę i zespół ok. 20 ludzi
- osoba zarządzająca oraz 2 wspólników w wieku 42 lat. Zorganizowani w **spółka komandytowa** z Poznania.
- historia idei sięga 11 lat, projekt dojrzewał i czekał na dojrzewanie Internetu.
- generalnie **prosta** konstrukcja, **łatwe** zaprogramowanie i **wdrożenie**, bardzo **trudne wyartykułowanie**. (mimo prezentacji, prototypu, kalkulacji i biznesplanu - wymagamy do 5h wykładu)
- korzystamy z Inkubatora Łódzkiego
- w czerwcu sięgamy po fundusze EU IG 8.1.
- pokazaliśmy się w Mediach m.in.: Gazeta Wyborcza, Radio Eska, TV Biznes.
- wydaliśmy 70 000 zł na ponad półroczną działalność spółki sp.k.
- projekt jest wysoce dochodowy ale też silnie prospołeczny, konieczna możliwość wyjścia z inwestycji.
- Inwestor niezależnie ile zainwestuje powinien określić ile chce uzyskać **w kwocie** (nie w %.),
- Możliwość wejścia i wyjścia z i do spółki oraz objęcie pełnego kierownictwa.
- weszliśmy w lukę kapitałową co oznacza dla nas zagrożenie m.in **zamknięcia siedziby** i inne.

Skróty używane w tekście i w załącznikach:

POI - Portal Otwartej Informacji = POI = nazwa funkcjonalna polskiego przedsięwzięcia, pkt.14.

eaaaa - globalna struktura przedsięwzięcia podzielona na wersje językowe

-> ze względu na wielowątkowość projektu nazywamy go zamiennie **systemem, portalem, strukturą, platformą przedsięwzięciem, POI, eaaaa, Ea**

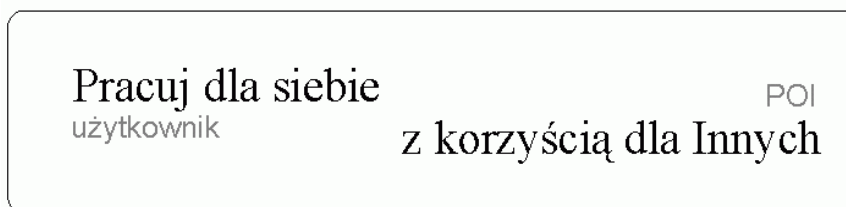
Centrala – jednostka zarządzająca całym portalem o dużym stopniu interaktywności pkt. 14

PN - Pierwsza Strona Nazwy – cegiełka portalu – **również PARK NAZWY** (w tekstach po 12.2008), pkt. 7

ADMI - Opiekun, **opiekun PARKU NAZWY** i Informacji – aktywny użytkownik, również pracownik Centrali; pkt. 4

2. Metoda

Aby sprostać temu zadaniu, potrzeba **współpracy** rzeszy **Internautów** z całego spektrum społeczeństwa. Społeczeństwo jest więc naszym odbiorcą, do którego kierujemy naszą usługę. Aby pozyskać jego przychylność, projekt wychodzi naprzeciw licznym jego **realnym potrzebom**, w tym zarabiania, zaspokajają je oraz udostępnia narzędzia do rozwiązywania problemów. W myśl Motta:



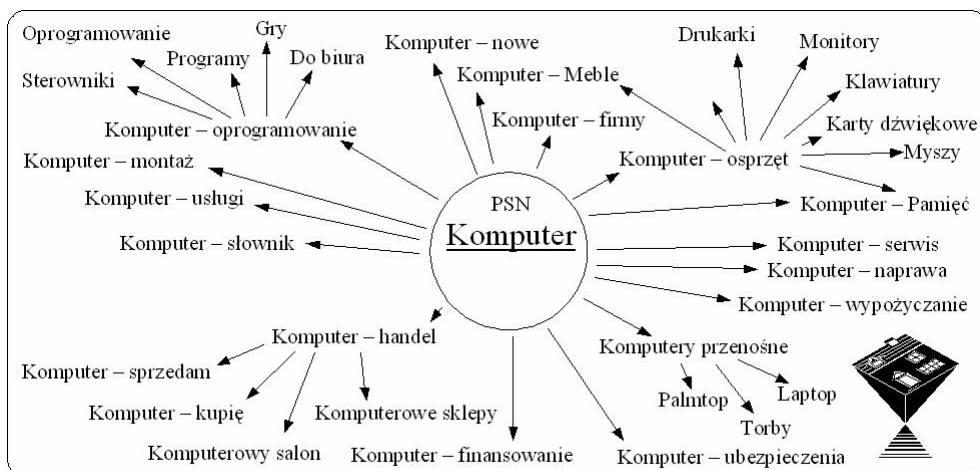
Rys. 3. Zadaniem POI jest koordynowanie efektów działania użytkowników na rzecz ich samych a w porównaniu z dzisiejszymi portalami *społecznościowymi*: POI sprzyja również tym, którzy jeszcze nie mają dostępu do Internetu.

Użytkownik otrzymuje od nas **proste narzędzie** (dużo prostsze, niż edycja w Wikipedii), którym samodzielnie formatuje wstępnie informację, udoskonala ją w współpracy z innymi, zaspokajając przy tym swoje potrzeby a System przetwarza i pomnaża tę wartość (m.in. w celu łatwego dostępu do informacji w Systemie i Internecie.)

3. Na początku zawsze jest słowo.

Słowo w naszym projekcie jest unikalną nazwą usługi, produktu, Firmy itd. Jest dla nas podstawową materią, która daje się w odpowiedni sposób systematyzować za pomocą struktury w postaci drzewa logicznego, gdzie każde słowo pochodzi od innego słowa o szerszym zakresie znaczeniowym i jest podstawą do tworzenia innego słowa lub związku frazeologicznego, którego zakres znaczeniowy jest węższy.

Tym samym struktura szukania informacji zawiera się w najprostszym schemacie logicznym „**od ogółu do szczegółu**”.



Rys. 4. Struktura logiczna każdego pojedynczego słowa w systemie. Każde pokrewieństwo ma swoją własną stronę www. Budowanie kontentu, nawet w rywalizacji, to świetna zabawa dla naszych użytkowników i wcale nie taka trudna, jeśli się zauważy, że mogą sobie wzajemnie pomagać i wzorować się na sobie.

4. Od czego wychodzimy

Sposób zamieszczania informacji w Internecie poprzez strony internetowe jest chaotyczny, nieuporządkowany, dotarcie do szczegółowych informacji jest utrudnione.

Jesteśmy przekonani, jak już wspomnieliśmy iż możliwym jest zbudowanie takiego modelu zamieszczania informacji w sieci, aby były one posegregowane **w postaci drzewa logicznego** (rys.4), gdzie dojście do interesującej informacji nie wiązałoby się, z wielogodzinnym czasem, przeglądaniem kontentu wyszukiwanych za pomocą przeglądarek stron www, który jest porozmieszczany czasami na kilkunastu do kilkudziesięciu odrębnych i niepowiązanych ze sobą stronach internetowych.

Jesteśmy przekonani, iż kontent zawarty w sieci da się w odpowiedni sposób uporządkować, co **spowoduje zdecydowaną łatwość** w dochodzeniu do poszukiwanej informacji i publikowaniu jej w najbardziej odpowiednim miejscu w całym Internecie, co z kolei wiąże się z dużą odwiedzalnością budowanej przez nas struktury.

5. Dokąd zmierzamy?

Wszyscy znają portale społecznościowe typu *Wikipedia* lub *Secondlife*. Są to przykłady budowania swojego środowiska w Internecie przez samych użytkowników - **za darmo**. Wystarczy użytkownikom zaproponować odpowiednią strukturę logiczną, która poparta zostanie intuicyjnymi narzędziami, aby w zamian za przewidzianą w tym projekcie gratyfikację **pieniężną** a przede wszystkim **osobistą** - otrzymać ich zaangażowanie.

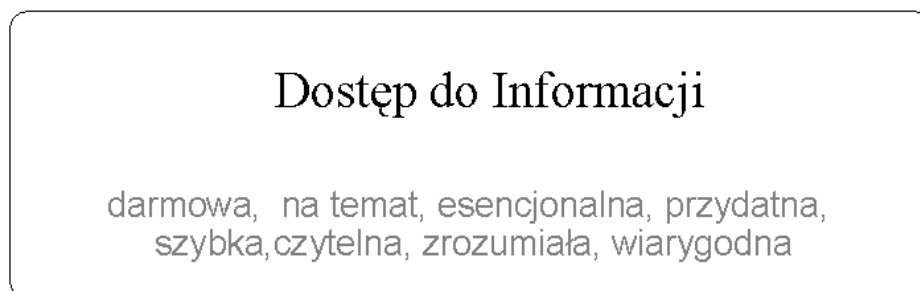
To, co dają tego typu projekty, to nie tylko finanse, to także spełnienie potrzeb w zakresie wartości pozaekonomicznych typu budowania miejsca, zarządzania treścią i ludźmi, poczucia wyróżnienia i sukcesu ze względu na udział w danym przedsięwzięciu. Czynienia dobra dla siebie i innych. Przedsięwzięcie daje po temu narzędzia.

**Użytkownik Portalu
jest dla nas najważniejszym punktem odniesienia całej koncepcji !**

Jest to budowniczy, pomysłodawca, strażnik, zarządca i właściciel odpowiedniego słowa / miejsca w naszej strukturze.

6. Konkretna komórka informacji w POI

Każda strona słowa/(konkretny adres) w naszej strukturze wygląda tak samo. Korzystanie ze struktury POI jest intuicyjne tzn. informacje są podawane na każdej stronie **w taki sam sposób**, łatwo przyswajalny i uporządkowany dla odbiorcy.



Rys. 5. Cel projektu w zakresie Informacji.

Informacja w Portalu jest kształtowana w kierunku:

- **Darmowa**, zawsze dostępna i zawsze możliwa do opublikowania nieodpłatnie. Nie dotyczy to różnych form reklamy wizualnej.
- **Na temat**, ponieważ nagłówek strony odnosi się do treści całej strony.
- **Esencjonalna i zwięzła** gdyż reguły edycji informacji będą jasno określone i przez innych użytkowników oceniane,
- **Przydatna i praktyczna**, oprócz powyższych cech reguły edycji Informacji w portalu będą promowały tę jej cechę a opiekunowie Informacji będą żywym czynnikiem wsparcia w celu właściwego zrozumienia informacji i jej właściwego zastosowania.
- **Szybka**, prosta i intuicyjna nawigacja w portalu umożliwi szybkie dotarcie do informacji, a lekka konstrukcja informatyczna sprzyja szybkiemu pobieraniu Informacji z miejsca lokalizacji.
- **Czytelna**, ponieważ szybko można się zorientować w zawartości strony, a styl jej treści będzie ulegał ciągłemu udoskonalaniu możliwemu dzięki specjalizacji opiekuna Informacji.
- **Zrozumiała** oznacza możliwość jej szybkiego przyswojenia poprzez dużą ilość perspektyw jej opisu i możliwość korzystania z obcojęzycznych źródeł.
- **Wiarygodna**, ponieważ jest weryfikowana przez tysiące użytkowników i moderatorów.

7. Dlaczego nam się uda?

Od strony koncepcyjnej rozwijamy projekt od prawie 11 lat. Jeżeli wtedy byliśmy przekonani o jego słuszności, to teraz, u schyłku WEB 2.0 jeszcze pewniej widzimy możliwości i sens realizacji projektu. Określenia Web 3.0. są bliższe naszemu projektowi.

Przed 11 laty idea nasza była zbyt odkrywczą, (rys. 31, str. 75.) jednak teraz jest odpowiedni **potencjał ludzki** – w postaci użytkowników i pasjonatów Internetu, jest odpowiednia **infrastruktura** przyłączeniowa, doświadczony **kapitał ludzki** do współpracy i **narzędzia** programistyczne w pełni doceniane przez profesjonalistów oraz Ci, którzy są skłonni **płacić** za obecność w sieci. Istnieją również rozwinięte **zasoby Internetu**, bez których ten projekt nie byłby możliwy.

Jako społeczeństwo według socjologów wchodzimy w tzw. etap **Spółczeństwa**

Informacyjnego a my poprzez nasz projekt **regulujemy** ostatecznie **Informację**.

Wikipedia:

Społeczeństwo informacyjne – terminem tym określa się społeczeństwo, w którym towarem staje się [informacja](#) traktowana jako szczególne dobro niematerialne, równoważne lub cenniejsze nawet od dóbr materialnych. Przewiduje się rozwój usług związanych z 3P (**przechowywanie, przesyłanie, przetwarzanie** informacji).

Termin został wprowadzony w [1963](#) roku przez Japończyka T. Umesao (wersja oryginalna "jōhōka shakai")... W [Japonii](#) powstał również "Plan utworzenia społeczeństwa informacyjnego, jako cel narodowy na rok [2000](#)". Była to realna strategia zakładająca informatyzację kraju, prowadzącą do **rozwoju intelektualnego** kraju oraz **tworzenia wiedzy**, a nie dalsze uprzemysławianie kraju i wzrost dóbr materialnych.

1. Dotychczasowy sposób zbierania informacji w Internecie

Dotychczasowy sposób funkcjonowania Internetu wyczerpał swoje możliwości poprzez swoją entropię. Miliony stron, a za chwilę będą ich miliardy spowodowały to co ładnych kilka lat temu przewidywał **Stanisław Lem** tzw. **natłok komunikacyjny zwany bombą megabitową** gdzie, aby dotrzeć do właściwej informacji trzeba bardzo długo brnąć poprzez setki stron z informacjami zupełnie nieprzydatnymi. Zaproponowana przez nas struktura w logiczny sposób **segreguje informacje** powodując **łatwą ścieżkę dostępu** do informacji pożądaných, ograniczając entropię (rozproszenie) systemu - powodując mniejszą stochastyczność (losowy wybór) dochodzenia do informacji. A więc mniejszą latentność (za każdym razem inaczej) zdobywania informacji.

Dotychczasowy schemat zdobywania informacji (rys.2) opiera się na zasadzie poznawania oddzielnych, zatomizowanych struktur w postaci stron www, z których każda zbudowana jest na innej zasadzie. Aby dotrzeć do pożądanej informacji, wybieramy w wynikach wyszukiwania (*np. Google*) jeden z wyników i dochodzimy do strony, na której spodziewamy się uzyskać informację.

Otwieramy ją, nie wiedząc, czy zakres tematyczny strony pokrywa się z naszymi oczekiwaniami. Najpierw musimy się zorientować w jej budowie poznając strukturę logiczną a następnie, po przeanalizowaniu zasady podziału kontentu na mniejsze jednostki, przechodzimy do wybranego przez nas działu.

Czynności te wykonujemy intuicyjnie, gdyż nie mamy pewności, czy budowniczy kontentu strony posługuje się takim samym zakresem znaczeniowym słów, które znamionują poszczególne mniejsze jednostki działowe.

Jeżeli poszukiwanej informacji nie znajdziemy na odpowiedniej stronie, jesteśmy zmuszeni poznawać kolejne zatomizowane struktury, i tak aż do skutku.

2. Znajdywanie Informacji w POI i poprzez POI

(patrz załącznik nr.3)

Ideą uporządkowania zasobów informacyjnych Internetu jest uporządkowanie ich według **słów** a więc **według ich znaczeń**.

W POI:

- dochodzimy do **jedynego miejsca** (rys. 1.) zawierającego informację, której

szukamy – to **miejsce nazywa się** tak, jak **informacja**, której szukamy. (Do tego miejsca jest to podobne Wikipedii)
I tutaj zawężamy szukanie poprzez wybór miejsca, w którym jest ona opisana bardziej szczegółowo. Odbyna się to w identyczny sposób jak powyżej opisano.

- publikujemy informację w miejscu, gdzie wszyscy będą jej szukać.
- **wyszukiwanie i publikowanie** informacji odbywa się w **jednym** i tym samym **miejscu** lub poprzez jedno miejsce.

Mogłoby tak być i w Internecie, gdyby nie fakt, że ktoś nie ustalił reguły, aby za nazwą domeny kryła się stosowna informacja.

Niestety, umieszczenie właściwej informacji za właściwą nazwą domeny było w czasie tworzenia się Internetu przedsięwzięciem niemożliwym. I tak pozostało do dziś.

POI rozwiązuje tę niedogodność wprowadzając **Standard Prezentacji Informacji** nazywany tutaj **PARK NAZWY**. (budowa PN pkt. 7.)

Ze względu **na uniwersalność projektu: POI/eaaaa** jako struktura informatyczna jest i musi być prosta w budowie i obsłudze. Dlatego praktycznie cały system zbudowany jest w oparciu o ten jeden **Standard PARK NAZWY** = konstrukcyjnie jeden typ strony www wraz ze swoim użytkownikiem ją obsługującym i to bez specjalnych umiejętności.

Cegielką budulcową jest wspomniana już strona **PARK NAZWY** (*pierwsza lub podstawowa* Strona Nazwy). Miliony takich stron PN tworzą **eaaaa**; są porzucane po całej sieci Internetu, w różnych językach i wzajemnie połączone. Docelowo strony PN są załączkiem mikroportali tematycznych i pamiętajmy w tym miejscu o **użytkowniku**, który jest tutaj najważniejszą postacią jako użytkownik to oczywiście ale przede wszystkim jako budowniczy i zarządca.

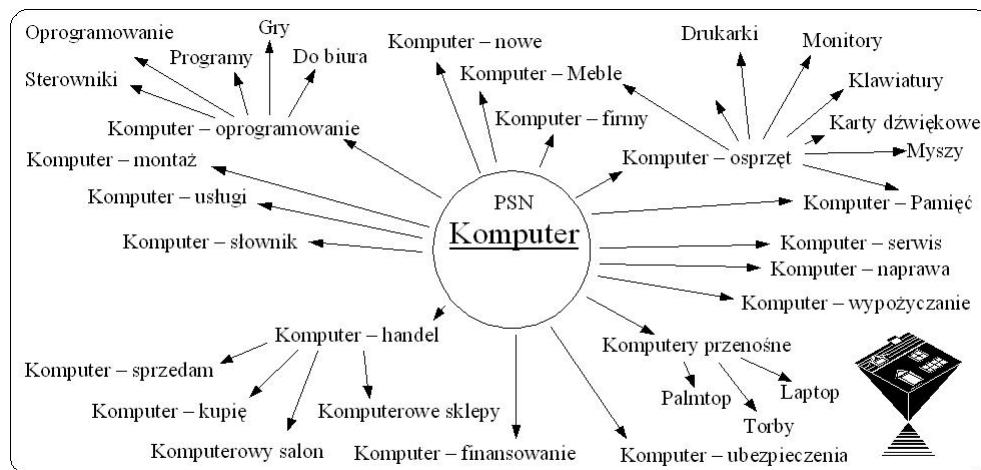
Gogle, Yahoo, Netsprint – a POI

Park Nazwy nie stoi w bezpośredniej opozycji do dzisiejszego sposobu szukania informacji. W wyszukiwarce szukamy informacji w POI bardziej ją znajdujemy. Wpisując szukane słowo od razu lądujemy na stronie opisującej to właśnie szukane słowo.

W Parku Nazwy przejście do wyników wyszukiwarek odbywa się w odpowiednim boxie.

Kluczem rozwiązania jest technologia zarządzania słowami kolejno wg kryteriów:

- 1. **Język**
- 2. **Słowo**
- 3. **Zawężanie szukania** w obrębie pokrewieństwa słowa/tematu



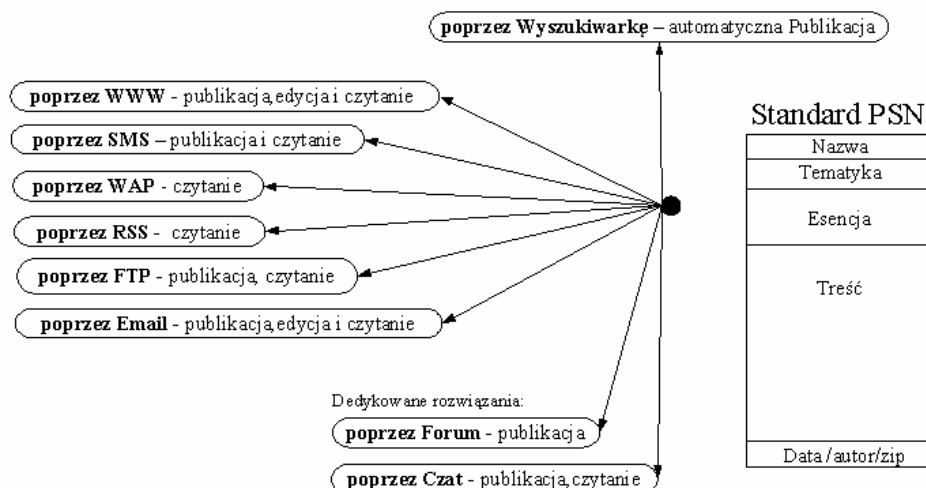
Rys.6. PN, których NAZWA to jedno słowo, stanowią wierzchołek piramidy a jej podstawą są pokrewieństwa odsłowne i tematyczne.

Każdemu korzystającemu z rozwiązania klientowi potrzebne są tylko 2 kroki, aby dotrzeć do początku interesującej go informacji!!! (1. Język; 2. Słowo)

Po 2 kroku klient otrzymuje już tylko **informacje** z dziedziny, która go interesuje: Biznes, Produkt, Usługa, Rozrywka lub interesującą go **szczegółową informację** np. „Pendrive, 1GB, za 10zł”(rys.8). W tym miejscu może on skorzystać z już istniejących informacji lub zamieścić swoją np.: o swojej firmie czy usłudze, zadać pytanie, a nawet dać ogłoszenie o sprzedaży czy, zakupić produkt.

W POI/eaaaa nie mamy więc do czynienia z przesiewaniem „wyników wyszukiwania” wyszukiwarek liczonych w milionach. W POI docieramy do informacji poprzez wpisanie **ogólnego hasła** a następnie je **zawężamy** wg **ścieżek dostępu** na otwartej stronie PARK NAZWY – tylko poprzez klikanie.

Dostęp do informacji zawartej w PSN



Rys 9. Dostęp (i częściowo także publikacja) do Informacji zawartej bezpośrednio na PARK NAZWY

3. Cele, użyteczności POI

Esencja:

Stosowanym narzędziem przy szukaniu informacji są wyszukiwarki Google, Yahoo, Wikipedia różne katalogi i portale informacyjne. Tych miejsc z których regularnie korzystamy jest przynajmniej kilkanaście – my proponujemy „nakładkę tematyczną” zarówno na wyszukiwarki jak i wikipedię, oraz różne portale. Nakładka umożliwi niewielki wgląd w każde z tych najbardziej popularnych miejsc oraz ma jeszcze przydatne nowe pola umożliwiające dotarcie do pojedynczych mniej znanych portali lub nawet na pojedynczą stronę w szukanym temacie (na 100%). Nakładka więc umożliwi szybkie zorientowanie się gdzie jest poszukiwana informacja. Nakładka jest też interaktywna i umożliwi nie tylko wklejenie linku do nowo utworzonej informacji na zewnątrz nakładki (gdzieś w Internecie) ale publikowanie jej wewnątrz oraz komentowanie, ocenę, punktację – są to walory użyteczności z których będą korzystali aktywni użytkownicy.

3.1 Zdobycie Informacji

Ponieważ obecnie poszukujemy informacji w Internecie poprzez strony internetowe, z których każda złożona jest w inny sposób, każda z nich ma własną strukturę logiczną, często niezbyt zrozumiałą, stąd poszukiwanie informacji szczegółowych w Internecie bywa trudne, a na pewno czasochłonne – stąd sposób usprawnienia znajdowania Informacji leży w **polu dużego zainteresowania**.

Stworzenie **jednolitego szablonu** prezentacji Informacji w Internecie spowoduje przyspieszenie jej poszukiwania i sprawi, iż to poszukiwanie jest łatwiejsze, a więc szybsze - Informacja zostanie **sprawniej znaleziona**.

Na obecnym etapie rozwoju Internetu ważnym czynnikiem ograniczającym jego wzrost użyteczności jest przerost informacji, zamieszczanie w nim treści nieużytecznych lub niemoralnych. W przypadku naszego szablonu w oczywisty sposób zostanie to zmienione (rys. 5).

Struktura budowy poszczególnej strony typu PARK NAZWY pozwoli ocenić, jaka informacja w sieci już **jest**, a jaka jeszcze **nie jest** w niej dostępna, ponieważ bardzo ważną zaletą

naszej struktury jest **brak dublowania** się stron, jak ma to miejsce teraz. Wchodząc do naszej struktury logicznej od razu można się zorientować, **gdzie jestem** i **gdzie mam podążać**, aby pozyskać odpowiednią informację.

Przewidujemy następujące funkcje użyteczności naszej struktury dla użytkowników (dla Informacji) :

- szybkie **zdobywanie informacji**
- łatwe **zorientowanie się w zasobie informacyjnym w POI** – wiem, co jeszcze znajdę, wiem, czy coś, czego szukam, znajduje się w POI
- szybkie **dochodzenie do** żądanej **informacji** – z jednego do drugiego miejsca przechodzę bardzo szybko, idę jak po sznurku poprzez kolejne strony do celu, łatwo się orientuję , gdzie jestem i dokąd zmierzam
- nie muszę poznawać struktury kolejnych stron, ponieważ szablon informacyjny jest zawsze taki sam
- brak chaosu informacyjnego
- brak **natłoku** niechcianych **informacji** poprzez odpowiednie ich uszeregowanie i nie wchodzenie na strony, które tylko wydają się odpowiednie w danym temacie.

Tim Berners-Lee, **twórca fundamentów światowej pajęczyny** tak widzi wymagania dla przyszłej struktury zarządzania informacją, (które już leżą w możliwościach POI):

„W swoich założeniach Semantic Web ma korzystać z istniejącego protokołu komunikacyjnego, na którym bazuje dzisiejszy Internet. Różnica miałaby polegać na tym, że przesyłane dane mogłyby być 'rozumiane' także przez maszyny.”

Według Wikipedii, informacje przekazywane w ramach Semantic Web to:

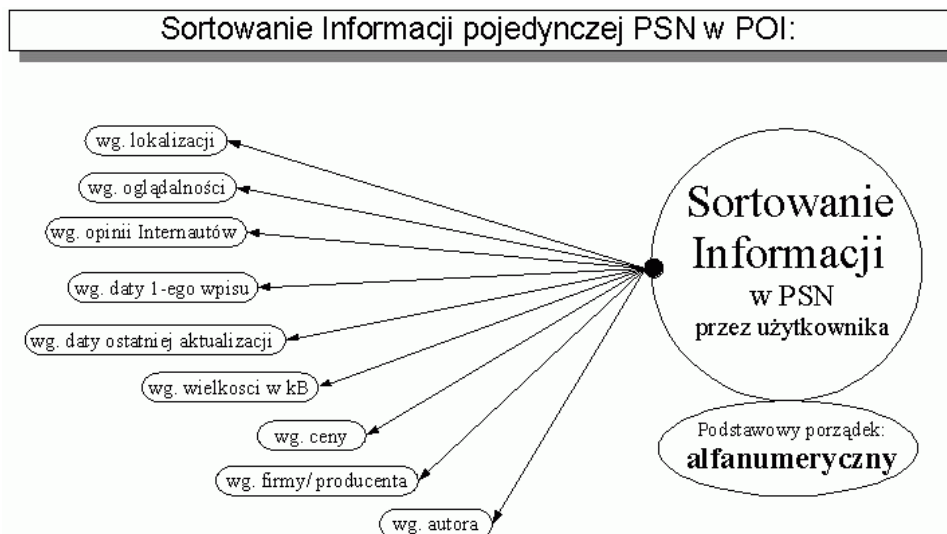
- **powiązanie różnych danych** znajdujących się w Internecie w ramach wspólnych jednostek znaczeniowych (np. strony dotyczące filmów, dziedzin nauki, kuchni francuskiej, etc.).
- **rozdzielanie danych, które dla maszyn są w tej chwili nierozróżnialne** ze względu na identyczny zapis tekstowy (np. zamek - urządzenie do zamykania drzwi; urządzenie do łączenia w ustalonym położeniu elementów ubrania; okazała budowla mieszkalno-obronna).
- **przeprowadzanie na tychże danych wnioskowania** , tzn. otrzymywanie informacji na ich temat, które nie są zawarte 'explicite' (np. na podstawie danej "Ewa jest żoną Adama", możemy też dowiedzieć się, że Ewa jest kobietą, Adam mężczyzną, Adam jest mężem Ewy, żaden inny mężczyzna nie jest mężem Ewy, etc.).

POI umożliwia zarządzanie Informacją w różnych ludzkich kontekstach, również **bez** zastosowania **maszyn**, które długo jeszcze nie sprostają **możliwościom tworzenia skojarzeń** przez **człowieka**, którego **świadomość nieustannie wzrasta**.

3.2 Tworzenie Informacji – umieszczanie jej w strukturze

Stworzenie szablonu przekazywania informacji implikuje zaprojektowanie odpowiedniego jej segregowania i umieszczania jej w taki sposób w strukturze POI.

Dlatego tak, jak łatwo można ją odszukać, tak łatwo można ją także w naszej strukturze utworzyć, czyli zamieszczać - także za pomocą szablonu.



Rys.10. Szablona struktura umożliwi łatwe zaprogramowanie ogólnych i indywidualnych metod segregowania i filtrowania Informacji zapisanej w PN (zobacz rys. 22.)

3.3 Tworzenie społeczności

Struktura taka, jak nasza, oparta na zaangażowaniu osób, które chcą w niej uczestniczyć, już przez sam ten mechanizm tworzy społeczność wokół niej. Oczywiście oprócz samego tworzenia informacji zostały wprowadzone takie mechanizmy, które tę wspólnotę będą budowały, jak chociażby możliwość przeprowadzania czatów, głosowań, zadawania pytań i udzielania odpowiedzi trwale zapisanych w treści PARK NAZWY, wprowadzania komentarzy do tworzonych stron PN, a więc swobodnej wymiany komunikatów pomiędzy uczestnikami w strukturze a szczególnie tych skupionych **wokół jednego bloku tematycznego** (rys. 4 i 13).

Budowa ponadnarodowej i ponadjęzykowej społeczności skupionej w sposób nie tylko rozrywkowy ale przede wszystkim użyteczny wokół bloków tematycznych jest zjawiskiem nowym.

3.4 Lokalizowanie informacji

Przeoglądając obecnie strony www nie jesteśmy pewni, czy znajdując informacje pokrewną dojdziemy do tej przez nas oczekiwanej. Oraz czy zakres tematyczny strony, którą właśnie przeglądamy, nie skończy się na bliskiej i pokrewnej informacji, ale jednak nie na tej, do której chcieliśmy dojść.

W strukturze POI bardzo szybko dochodzi się do pożądaných **informacji, jak po sznurku**. Co więcej mając już wprawę w poruszaniu się po strukturze, bardzo łatwo można **przeskoczyć** w **poblize** interesującej nas informacji bez niepotrzebnego i żmudnego przeglądania stron www, o których de facto nie wiemy, jaki mają kontent.

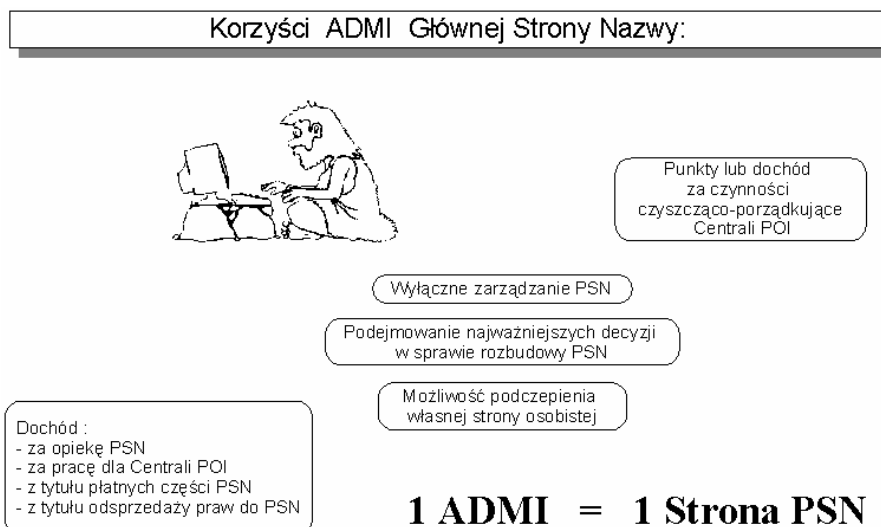
3.5 Odpłatność za współpracę

Ponieważ przewidujemy uzyskanie zaangażowania internautów w tworzenie struktury (rys 13.) za pomocą gratyfikacji finansowej, dlatego nasz projekt ma realne podstawy do rozpowszechnienia się w świadomości odbiorców i użytkowników nie tylko jako struktura daleko bardziej użyteczna od obecnych metod znajdowania Informacji, ale

i również jako taka, w której bez posiadania specjalistycznej wiedzy programistycznej poprzez przyczynienie się do kształtowania informacji - można otrzymać gratyfikację.

Gratyfikacja użytkowników jest również związana z samą aktywnością użytkownika: udzielanymi komentarzami, udziałem w ankietach i sondach, odpowiedzią na pytania i oceną różnych elementów systemu oraz jego pracy.

W związku z konstrukcją portalu udzielana gratyfikacja finansowa nie przekracza **1000zł/ miesiąc** (docelowo skłaniamy się jednak do ujednoczenia opłaty globalnie niezależnie od narodowości i języka co znacznie ułatwi nam zarządzanie finansami a społecznie przyczyni się do globalnego zrównania dochodu).



Rys.11. Niektóre z korzyści opiekuna strony PN = Opiekuna, (więcej pkt. 4.)

3.6 Rozrywka za pomocą informacji

Ponieważ informacja jest także rozrywką, zaprojektowaliśmy wstępnie możliwość gry w naszej strukturze. Robimy to, zdając sobie sprawę, jak duża część internautów oprócz informacji **poszukuje** w sieci także **rozrywki**. Te dwie sfery są w dużej mierze ze sobą powiązane także na stronach www, a nawet przenikają się, powodując stały wzrost korzystania z Internetu zarówno w sensie ilościowym, jak i jakościowym – wydłużanie się czasu korzystania z sieci przez statystycznego użytkownika.

Opis gry jest osobnym tematem. W skrócie polega on na tym, że świat gry utworzony w oparciu o strukturę, w której wzajemna współpraca gracza i OPIEKUN **obydwójgu** przynosi **korzyści**.

3.7 Wymienianie się Informacją

Opierając się na trendach panujących w Internecie chcemy zapewnić użytkownikom POI pełną użyteczność struktury, a więc także możliwość swobodnej wymiany plików. Jest to szczególnie ważne obecnie w dobie silnych trendów odśrodkowych i samorządnego tworzenia się społeczności w Internecie, spowodowanych zwiększoną aktywnością użytkowników Internetu. Wiemy, iż taka możliwość jest konieczna, aby uznać strukturę za w pełni użyteczną.

Rozwiązywane problemy i przeszkody przepływu Informacji

➤ 1. **Problem nieuporządkowanej informacji - PROBLEM nr. 1A**

Nasza cywilizacja (w tym Internet) zbudowana jest m.in. na alfabecie, z alfabetu tworzymy słowa, hasła, tematy itd.

Internet będący wspólnym narzędziem bazującym na przekazie informacji słownej - zagubił słowa i często również ich znaczenie.

W związku z zaistnieniem projektu w sieci zostaną w znacznym stopniu rozwiązane problemy wyszukiwania, przeglądania, sortowania nieuporządkowanej informacji znajdującej się obecnie w Sieci. Rozwiązanie problemu to **uporządkowanie słów według ich znaczeń**. Jest to zadanie dla Portalu Otwartej Informacji - eaaaa.info

➤ 2. **Problem łatwej publikacji** Informacji w Internecie.

Np.: Klient wprowadza Informację. Ale jak ją zaraz znaleźć i gdzie?

Przez wyszukiwarkę?

POI/eaaaa umożliwia łatwą publikację Informacji z możliwością jej natychmiastowego odnalezienia przez zainteresowanych ponieważ miejsce publikacji jest tym miejscem, na którym również się szuka informacji.

➤ 3. **Problem pracochłonnego sortowania rezultatów wyszukiwarek Informacji** – duża ilość marnej jakości informacji lub nie na temat. Nie znajdujemy szukanej informacji, lecz **wyniki wyszukiwania**.

POI/eaaaa eliminuje w dużym stopniu konieczność korzystania z wyszukiwarek. Dotyczy to w pierwszym rzędzie wszystkich popularnych tematów i zagadnień. POI/eaaaa umożliwia zlokalizowanie m.in. Informacji handlowej i biznesowej w formie do łatwiejszej analizy biznesowej.

➤ 4. **Problem pozycjonowania** swojej witryny, nazwy, produktu w monopolu wyszukiwarek. Średni miesięczny koszt dla większej firmy 1500,-zł (za miejsce w pierwszej dziesiątce Google), przy założeniu, że słowa są mało popularne. Żadnych szans natomiast nie ma mała firma chcąca wyzycjonować siebie lub swój produkt, gdy dotyczy to popularnych słów. Nadmienić tutaj należy, że mimo doskonałości wyszukiwarki Google i im podobnych jedno zostało przeoczone: **człowiek** stał się **niewolnikiem robotów** – setki tysięcy młodych kreatywnych ludzi para się pozycjonowaniem: nudną, żmudną, jeszcze na razie opłacalną pracą, wykonywaną pod algorytm robotów-programów.

POI/eaaaa całkowicie znosi potrzebę pozycjonowania, *(ale jej nie wyklucza)*, co przyczyni się do zmniejszenia kosztów obecności klienta w Internecie i ułatwi mu dodatkowo ekspansję międzynarodową. Powoli zwolni również pozycjonerów z ich bezsensownej pracy dla monopolistów dostępu do Informacji, dając im zupełnie nowe i samodzielne stanowiska on-line np. wykonywania usługi prowadzenia i opieki tematu PARK NAZWY, która to praca **czyni** ich jednocześnie **specjalistami**

w dziedzinie informacji na dany temat. (Rys. 12)

➤ 5. **Problem adresu www** dobrze brzmiącego i krótkiego.

Kto nie zdążył, lub zbyt „późno” wchodzi ze swoją ofertą do Internetu, ten na starcie już traci. Zostaje mu tylko długi lub wymyślny adres:

np.: www.stolarstwo.cc.pl , www.stolarstwo.ovh.org ,
www.stolarstwonowak.republika.pl , www.classicmeble.pl

POI/eaaaa uniezależnia klientów od adresu www. Zainteresowani otrzymują miejsce i tym samym **nowy adres** w **eaaaa**, do odnalezienia również poprzez wyszukiwarke.

np.: stolarstwo23, stolarstwo89.

Najważniejszą funkcją tychże adresów jest pierwszy kontakt. Należy również dodać, że adresu można użyć zarówno poprzez nawiązanie połączenia z główną stroną portalu i wpisanie tam jego w polu wyszukiwarki jak i każdą z wielu stron PN rozmieszczonych w sieci.

- **6. Problem przymusu technologii.** Klient chce się pojawić w Internecie, przedstawić swoją ofertę, umieścić reklamę bannerową, szuka inwestora, itd. Aby zaistnieć w I., trzeba inwestować w grafików, agencje reklamowe, pozycjonerów, adminów własnej witryny, itp.

POI/eaaaa umożliwia klientowi i jego produktom pełnoprawne, proste zaistnienie w I., umożliwia przeprowadzenie własnej strategii marketingowej, ułatwia znalezienie partnerów biznesowych z pominięciem pośredników, programistów czy niepotrzebnej biurokracji.

- **7. Problem weryfikacji wiarygodności klienta** biznesowego, jakości produktu, opinii o produkcie, ważnej informacji w Internecie, numeru telefonu, adresu internetowego. Dla B2B i C2B.

POI/eaaaa oferuje usługę weryfikacji nieodpłatnie gdyż jest to związane z jego konstrukcją funkcjonalną. Narzędziem jest tutaj system komentarzy, głosowań, punktacji a miejscem strona PN.

- **8. Problem podziału Internetu na wersje językowe** – trudno jest trafić do tych samych informacji w różnych językach i korzystać z nich w przystępny sposób nawet przy znajomości języka obcego.

POI/eaaaa umożliwia łatwe trafienie do analogicznej informacji **w innych językach** i to nawet ze słabą znajomością języka. A ponieważ projekt sugeruje zapis wszelkiej informacji w jednakowym standardzie, istnieje też możliwość automatycznego tłumaczenia przez programy tłumaczące.

- **9. Problem rozproszonej informacji.** Informację na jeden temat zbiera się z wielu miejsc – serwisy informacyjne dublują się, choć pobierają informację często z jednego miejsca,

POI/eaaaa ustala **miejsce źródłowe** dla informacji. Oznacza to, że każdy zainteresowany łatwo trafi do źródła informacji i wie, że takie źródło jest jedno jedyne i może sprawdzić jak naprawdę brzmi informacja ze źródła.

- **10. Problem zaniku znaczenia zwykłego użytkownika.** Zwykli użytkownicy Internetu są niewidoczni – mimo równości w Sieci zaczyna się

tworzyć hierarchia na polu możliwości inwestycyjnych w sieć, prezentowane serwisy i strony www.

POI/eaaaa jako projekt jest w pewien sposób odpowiedzią na aktualne inwestycje w Internet. Główną walutą jest **liczba uczestników** projektu. Projekt może stać się gigantycznym wielojęzycznym "portalem" działającym na rzecz **Internautów**. Na **pierwszym miejscu** w projekcie są zwykli Internauci. To od nich "zaczyna się" w eaaaa Internet. Jest jasne, że to Oni ostatecznie tworzą Sieć.

Oznacza to powstanie nieistniejącego dzisiaj rynku "własności" pojedynczych słów, haseł, tematów, których właścicielami są ich Opiekunów Parków Nazw, czyli współpracujący przy projekcie. Może to trochę i zabawa, ale ludzie lubią rozrywkę a szczególnie tę budującą relacje i **wspomagającą własny rozwój**. A o to nam przecież wszystkim chodzi.

- **11. Problem manipulacji Informacją** – mimo otwartości i rozproszenia sieci nie istnieją miejsca, gdzie można w prosty sposób zabrać głos w interesujących sprawach. Informacja jest podawana przez serwisy informacyjne a w niewielkim stopniu gromadzona i przyjmowana.

POI/eaaaa umożliwia wyrażenie opinii praktycznie na każdy temat, z tą różnicą (do chwili obecnej w sieci), że taka opinia jest starannie archiwizowana i łatwa do odnalezienia. Oznacza to, że innym użytkownikom łatwo jest sprawdzić, czy na dany temat została wyrażona jakaś opinia czy jeszcze nie. Taką opinię można również ocenić co jest zapisywane na konto jej autora. Ważnym aspektem tego rozwiązania jest również możliwość wypowiedzenia się w formie głosowania i w ten sposób przyczynienia się do konkretnej zmiany, którą wspiera centrala projektu.

- **12. Problem dostępności dla dzieci (! społecznie bardzo ważny problem)**

Internet jest miejscami szkodliwy dla rozwoju dzieci – do dzisiaj **nie istnieją skuteczne i bezwzględne** metody zaporowe dla informacji szkodliwych lub niewskazanych dla dzieci.

POI/eaaaa umożliwia prawie całkowite rozwiązanie tego problemu w taki sposób, że do miejsc "niewskazanych" można dostać się tylko poprzez autoryzowane wcześniej logowanie (pkt. 7.10.2. i 4.). Takie rozwiązanie możliwe jest właśnie z tego powodu, że projektu jeszcze nie ma w sieci i to, że dane hasło istnieje tylko raz w projekcie, (np.: przemoc, sex, gwałt, okultyzm, rasizm) i łatwiej jest uregulować do niego dostęp. Struktura więc **uniemożliwia** dotarcie do Informacji niewskazanych dla dzieci zarówno w niej samej jak i na zewnątrz do Internetu pod warunkiem wejścia w sieć poprzez POI/eaaaa.

- **13. Problem dostępności Internetu dla ludzi starszych i telewidzów (! społecznie bardzo ważny problem).**

W dzisiejszym Internecie **nic** (!!!) praktycznie nie wskazuje na to że się coś zmieni – ponieważ Internet został zaprojektowany i rozbudowany przez ludzi młodych i dla młodych. Trzeba stwierdzić, że **zapomnieliśmy trochę** o niedołążności ruchowej i percepcyjnej naszych rodziców i dziadków w zetknięciu z nowoczesnymi narzędziami pracy i techniką. Ludzie starsi

nie korzystający z komputera i z nowego medium Internetu **mogliby nie mieć** już okazji w życiu podzielenia się swoim **doświadczeniem, wiedzą i mądrością** wynikającą z wieku z wnukami. A młodzi coraz bardziej kierują wzrok na Internet jako skarbnicy wiedzy. Oznacza to, że jako społeczeństwo odcinamy się od starszych i serwujemy sobie przyszłość wyrosłą bez korzeni naszych rodziców i dziadków. Na taki etap społeczność Internetu jako całość w skali globu, czyli docelowo ludzkość jeszcze się nie ważyła, czego świadomie na dodatek oczywiście nie czynimy.

POI/eaaaa **aktywizuje tę grupę** poprzez jednolity sposób zapisu informacji do standardu a elastyczny interfejs jej prezentacji umożliwia szybkie przyuczenie korzystania zarówno z samej struktury POI jaki i zasobów Internetu.

- 14. **Problem komercjalizacji Sieci** – reklamy, ankiety - portale zabiegają o klientów na wszelkie sposoby. **Liczy się** bowiem **odwiedzalność!** – jedyny wskaźnik sukcesu w Internecie, (z początku również dla nas). Budowane są więc serwisy i usługi mające na celu przyciągnięcie jak największej rzeszy Internautów bez względu na sposób funkcjonowania i cel samego przedsięwzięcia. Ponadto dublują się one wielokrotnie w swoich zamierzeniach. Ostatecznie zwycięża mit i design danego przedsięwzięcia.

POI/eaaaa skupia się na zwykłym użytkowniku i wykorzystuje jego naturalną chęć do polepszenia swoich warunków życiowych a przekładając tę tendencję na masy internautów, mamy tutaj do czynienia z strukturą świadomie dążącą do zmiany na najniższym konsumenckim poziomie - na lepsze.

Możliwość zmiany jest ogromną siłą przyciągającą, która użyta dla pomnożenia dochodu całego przedsięwzięcia przynosi bezpośrednio **korzyść** dla samego **pojedynczego użytkownika** i sprawia, że jego zaangażowanie rośnie, potrzeby są zaspokajane a jego problemy się zmniejszają. Przekładając to ostatnie na rzeszę Internautów możemy spodziewać się korzystnych rozwojowo skutków dla całego społeczeństwa.

Jednakowoż mamy także świadomość, iż struktura eaaaa przede wszystkim zaspokaja potrzeby informacyjne społeczeństwa mniej dbając o stronę rozrywkową, prognozujemy więc współistnienie dwóch rodzajów struktur obok siebie: dotychczasowej www i nowej opartej na szablonie informacyjnym PARK NAZWY...może wwo – Word Wide Open? ☺

4. Grupa użytkowników

Charakterystyka użytkowników:

1. **Użytkownik aktywny** – Opiekun NAZWY (opiekun Parku Nazwy)
2. **Użytkownik końcowy** - Użytkownicy Internetu – Internauci
podzieleni na:
 - a) Użytkownicy **powszechni, prywatni**
 - b) Użytkownicy **biznesowi**

„Powiedz mi, a zapomnę. Pokaż – zapamiętam.
Pozwól wziąć udział, a... wzbudzisz we mnie pragnienie”.

Pragnienie przynależności, wspólnoty, interakcji, a w końcu – no cóż, zakupu.
Tak oto, obrazowo rzecz ujmując, pragmatyczny świat reklamy adaptuje dziś
na swe potrzeby słynną maksymę mistrza Konfucjusza. *(cytat: www.marketing-news.pl)*

POI na tej maksymie rozwija współpracę zarówno z użytkownikiem prywatnym jak i biznesowym.

4.1 Aktywny użytkownik - Opiekun (opiekun Parku)

Aktywne uczestnictwo jest związane z opieką nad wybraną przez siebie unikalną w systemie NAZWĄ Parku (PARK NAZWY).

- **Opiekun NAZWY** nosi w projekcie miano: **Opiekun Parku Nazwy**
- *I odwrotnie:*

Sama **NAZWA** i cała PARK NAZWY **jest przyporządkowana** do unikalnego Opiekuna.

Co ważne: **NAZWA nie musi posiadać opiekuna** – jej strona PN działa i funkcjonuje również **półautomatycznie**.

Jeśli jednak jest opiekun, to OPIEKUN zarządza tym, co dzieje się na jego PARK NAZWY.

Kontent PN jest jednak dodatkowo uzupełniany i modelowany zarówno przez innych użytkowników PN, jak i przez automatyczne regulacje sortowania treści.

Z początku projekt jest kierowany do młodych twórczych Internautów. System nie stawia praktycznie żadnych ograniczeń. Przygotowane przez nas narzędzie dla ich pracy, jakim to narzędziem jest strona PARK NAZWY (Pierwsza Strona Nazwy), zakłada jej użytkowanie przez osoby z minimalną znajomością technik komputerowych i Internetu.

Konkretnie zakładamy, że osoba dotychczas **niekorzystająca z komputera** może **aktywnie korzystać** z systemu **po 10 minutach** wprowadzenia np. przez pracownika kafejki internetowej.

Grupa docelowa Opiekunów

Przyszli Opiekunowie pochodzący będą z całego przekroju społeczeństwa (15-99 lat), ale można podzielić ich na następujące grupy:

- fani, hobbyści i osoby z dużym doświadczeniem lub specjalizacją
- uczniowie i studenci, naukowcy,
- programiści i informatycy
- biznes, handel, menagerowie, działy marketingu
- grupy zorientowane zawodowo, z tytułu zlecenia pracodawcy, w tym wybrani urzędnicy
- niepełnosprawni
- ludzie starsi, dla których projekt jest pomostem w Internet
- osoby pracujące w domu przy dzieciach, głównie kobiety

Opiekunem może zostać **tylko osoba fizyczna**, nie robot, nie firma, nie urząd. Oznacza to, że wyżej wymienione podmioty aby zarządzać stroną PN powinny wydelegować swojego pracownika, który osobiście jest odpowiedzialny za administrowanie PN i aktywnie uczestniczy w jej życiu.

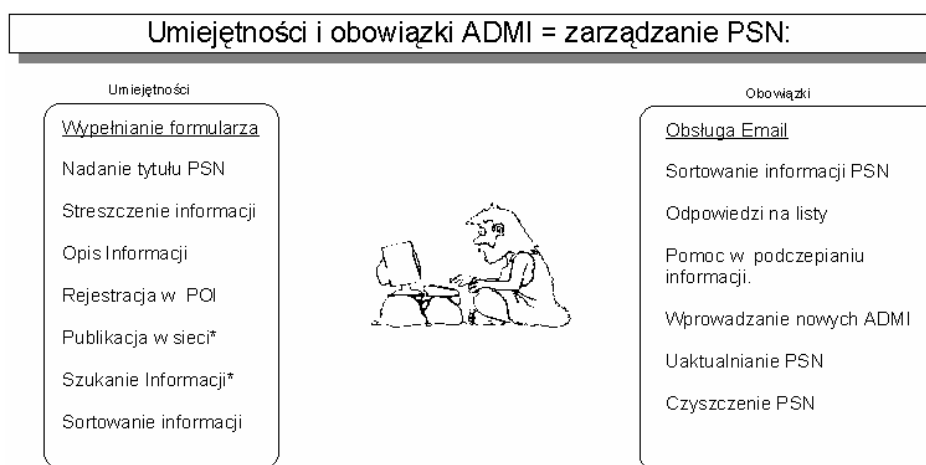
W tym miejscu wyjaśnimy, że administrowanie strony przez firmy nie wpływa na jej stroniczość a jeśli tak będzie się działo to podmiot taki może stronę utracić.

4.2 Zakres prac i umiejętności Opiekuna:

Za poszczególne Nazwy (stron PN – zobacz pkt.8. Budowa) odpowiedzialne są osoby, które je definiują, rozwijają, łączą z innymi słowami, odnajdują relacje między nimi, itd. Jest to świetna zabawa, która na dodatek jest praktyczna i może komuś przynieść ułatwienie w poszukiwaniu i zrozumieniu Informacji.

Funkcje obsługi i edycji PN są intuicyjne i proste. Instrukcje obsługi w postaci zaledwie okienek pop-up oraz filmy instruktażowe są wystarczające, aby przyszły OPIEKUN, czyli opiekun strony PN mógł rozpocząć i kontynuować pracę.

Również przykładowa galeria wypełnionych już stron PN wystarczy w zupełności na wskazanie Opiekunom kierunku ich działania.



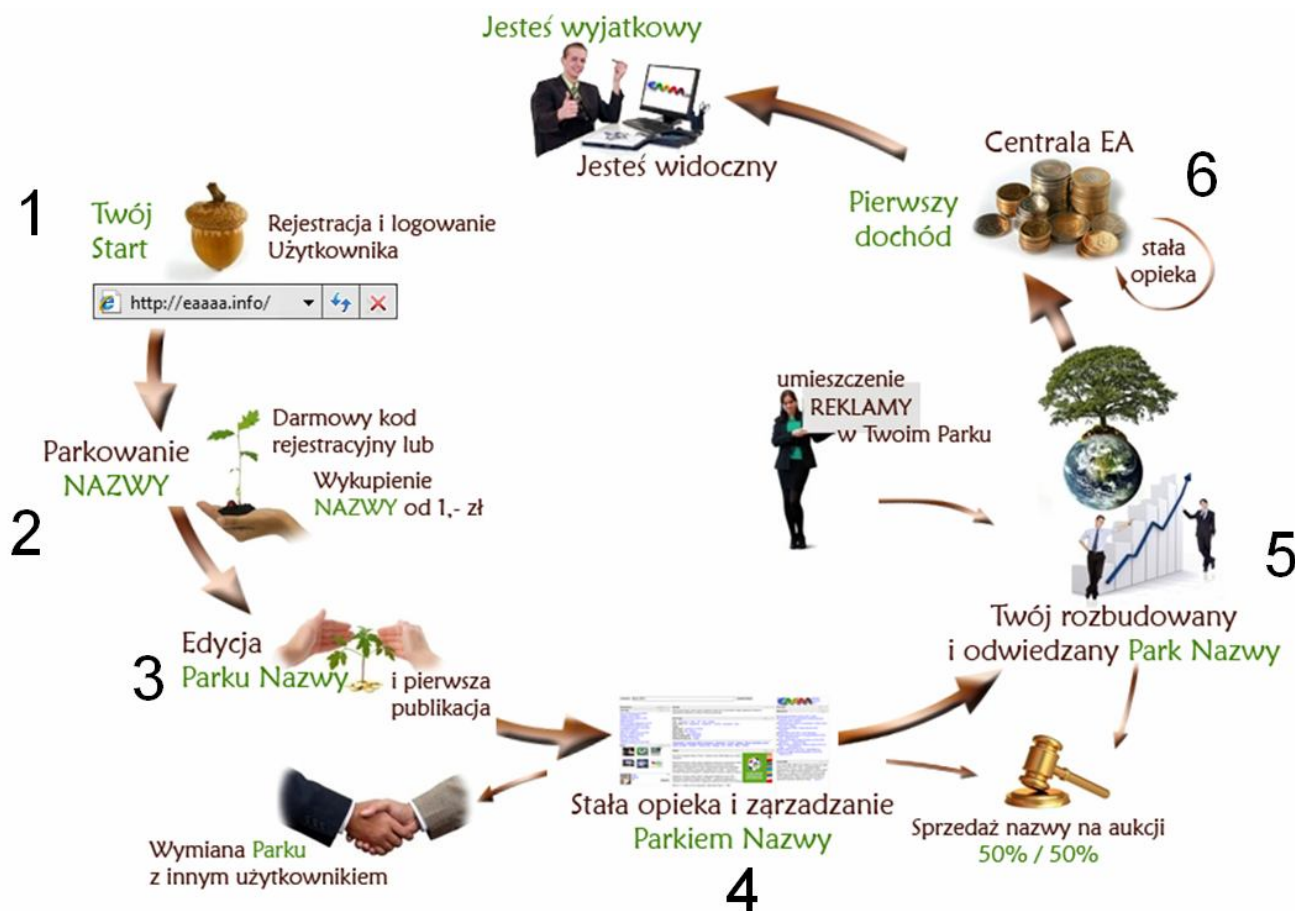
Rys 12. Pracy Opiekun może mieć sporo, jeśli się do tego przyłoży. Jest to spokojna praca na lata.

Dla programistów, uczniów i studentów obsługa PN nie stanowi żadnego problemu.

Dla ludzi z mniejszym wykształceniem nauka obsługi PN może wymagać wprowadzenia podczas jednej godziny lekcyjnej (45 min).

Mimo powyższego, przeciętnego Opiekuna PN powinny cechować następujące umiejętności:

- **komunikatywność** wyrażająca się odpisywaniem na listy, gdyż to właśnie ta umiejętność pozwoli mu sukcesywnie zwiększać jakość swojej PN. Pisać będą do niego wszyscy zainteresowani tematem, jak i inni Opiekunowie, którzy tworzą razem grupę tematyczną (rys 6).
- **umiejętność przeglądania wyników wyszukiwania** wyszukiwarek, wybierania i wklejania tych adresów www, opisów, fotek, które pozwalają na możliwie szerokie opisanie tematu PN.
- **sprawdzanie zawartości witryn** na podstawie linków nadesłanych przez użytkowników i podczepionych w module FREE i umieszczanie ich w TOP
- **kierowanie zapytań** do fachowców i innych specjalistów w sieci celem wyjaśniania różnych szczegółów tematu PN
- **porządkowanie** PN polega na usuwaniu błędnych wpisów, kryptoreklamy, spamu i bzdur mogących się pojawić w następstwie wielotysięcznych odwiedzin przez użytkowników.
- **posiada czas** potrzebny na zbudowanie strony PN. Budowa jednej przeciętnej strony PN zabiera **około 4-5 godzin**, obsługa codziennie średnio 0,5 godziny.



Rys 13. Najpopularniejsza forma aktywnego uczestnictwa w POI.

Pierwszy raz wykonany PN będzie kwalifikował się do oceny i zostanie zatwierdzona i **dopuszczona do publikacji**. Wypłatę wynagrodzenia (25-100 zł) w momencie spełnienia przez nią różnych warunków, m.in. poziomu oglądalności (co może być już wiadome przy wyborze NAZWY dla PN gdyż liczba wywołań tej nazwy w wyszukiwarce POI jest jawna)

4.3 Przewidywane korzyści i gratyfikacje dla Opiekuna

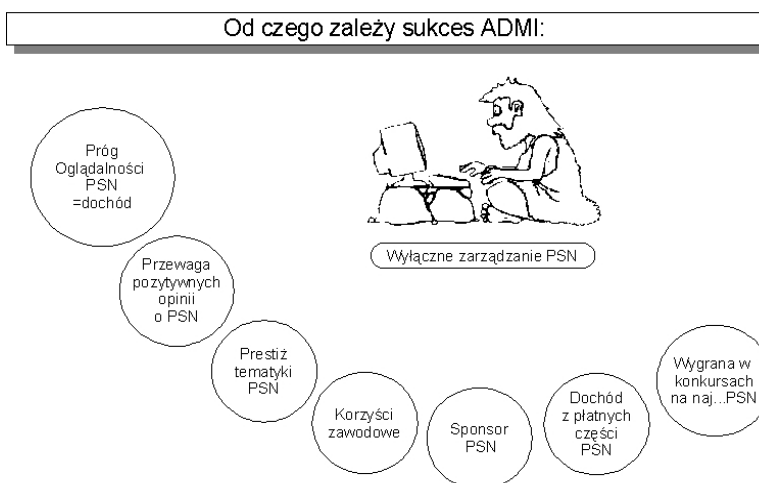
- **otrzymanie własności** w Internecie, jaką jest strona tematyczna PN
- otrzymanie **miejsca**, gdzie może się wykazać wobec otoczenia, opierając się na woli i pracy – a mniej na specjalistycznych umiejętnościach.
- otrzymanie **tożsamości**, jaką jest reprezentowanie nazwy/tematu PN i związanej z tym osobistej **widoczności** w sieci.
- **zarobkowanie**, górna granica: 1000,-zł brutto miesięcznie. W Polsce szacujemy możliwość utworzenia się takich płatnych miejsc w liczbie 15 000 – 50 000 w miarę dojrzewania projektu. (zobacz kalkulacja projektu)
- **zarządzanie** tematem i grupą on-line. Opiekunowie stron dotyczących pojedynczego słowa (np. Komputer rys.6) zarządzają całą ich rodziną, pokrewieństwami tematycznymi, a w związku z tym przewodniczą również ich Opiekunom. Dla centrali są **ambasadorami tematu** pojedynczego słowa.
- **doskonalenie** się w temacie, stawanie się sieciowym specjalistą może nawet czasami doradcą.
- korzyści dla użytkownika końcowego, wymienione w pkt 4.5 i dalej:

Czy można mieć kilkuset znajomych? Może kiedyś dopracowanie się takiego ich grona było dość trudne, dziś jednak taki rezultat nie jest wyjątkową rewelacją. Dzięki portalom społecznościowym można mieć wokół siebie licznych znajomych i w dodatku ważnych może być wśród nich np. ceniony artysta czy rekin biznesu. (cytat: www.marketing-news.pl)

POI umożliwia tworzenie się ponadnarodowych tematycznych społeczności.

- możliwość **odniesienia sukcesu**, uzyskanie nagród, konkursy
- **rywalizacja** – Opiekunowie spokrewnionych tematów rywalizują ze sobą używając tych samych narzędzi. Wiele jednak zależy od ich inwencji twórczej, co będą ostatecznie oceniać Internauci a poprzez konkursy - również jury.
- **wyróżnienie i prestiż** w grupie, szkole, uczelni, miejscu pracy i zamieszkania
- **kontakt** – z grupą zainteresowanych tym samym tematem, co ja.
- **przynależność** - strona PN jest elementem szerszego tematu, do którego przynależą inni Internauci i większe grupy skupione wokół tematu.

- Stały **kontakt z wielkim przedsiębiorciem** i Centralą portalu oraz współdecydowanie o losach projektu. Centrala kładzie nacisk na intensywną wymianę korespondencji z użytkownikami.
- **korzyści zawodowe** z tytułu pracy przy projekcie i inne.



Rys.14. Opiekun ma duże pole do samodzielnego działania – wolność działania.

4.4 Użytkownik końcowy – powszechny

Sprawa najważniejsza: **Dostęp dzieci do Informacji w systemie**

Generalnie nie stawiamy żadnych ograniczeń wiekowych, poza:

Bez hasła, bez logowania i rejestracji

- a) Dostęp do całych zasobów **dla każdego**.
(z wyłączeniem informacji nieodpowiedniej dla dzieci i młodzieży: punkt b-d)

Na hasło, po rejestracji i logowaniu

- b) Dostęp dla dzieci **od lat 7** (ustalany przez rodziców)
- c) Dostęp dla dzieci **od lat 12** (ustalany przez rodziców)
- d) Dostęp **od lat 18**, czyli dostęp **nieograniczony**,
- tak jak punkt a), ale po zalogowaniu

Ogólna charakterystyka powszechnego użytkownika.

Oczywiście w początkowym okresie funkcjonowania portalu na pewno będą to tzw. innowatorzy rynkowi - **ludzie**, którzy **lubią poznawać nowe techniki**, możliwości komunikowania się, którzy nad TV lub inne sposoby spędzania czasu przedkładają obecność w sieci.

Po około dwóch – trzech latach upowszechniania się portalu przyjdzie czas na **skokowy wzrost świadomości** użytkowości proponowanych przez naszą strukturę i dlatego liczba użytkowników w tym okresie znacząco wzrośnie.

Jest to także związane ze znacznym przeniesieniem aktywności do sieci związanym z obniżeniem cen na dostęp do szerokopasmowych łączy i rozpowszechnieniem się usług typowych obecnie dla lifebox TP, czyli np. wprowadzenia tzw. TV interaktywnej, co wymusi na osobach do tej pory biernych większą aktywność w korzystaniu z sieci.

4.5 Planowane korzyści dla użytkownika powszechnego

i umożliwienie mu zaspokojenia potrzeb:

- **ułatwione szukanie** informacji – wyraźne ułatwienia w stosunku do dzisiejszych sposobów wyszukiwania w Internecie. Możliwość znalezienia informacji natychmiast po jej opublikowaniu.
- **publikowanie** informacji z możliwością jej natychmiastowego znalezienia przez zainteresowanych.
- dodatkowe **opcje interaktywne** na stronach projektu, służące wyrażaniu opinii, ocenie, głosowaniu na opcje zmian.
- otrzymywanie **reklam kontekstowych** związanych z przeglądaną treścią i możliwość ich częściowego i całkowitego wyłączenia.
- **doinformowanie** - Strony PN ułatwiają znalezienie i wymianę informacji. Na stronach mieszczą się informacje wprowadzające dla początkujących aż po zaawansowane, łatwiej jest zrozumieć i przyswoić sobie materiał.
- **wypowiedzenia się** - Strony PN umożliwiają wyrażenie opinii, osądu, krytyki, skargi. Również reakcja na powyższe znajduje się na tej samej stronie.
- **edukacja** – Masowy użytkownik pracuje z treścią. Strony PN i sam projekt umożliwiają wymianę poglądów oraz stanowią bazę wyjściową dla nowej formy edukacji dla szkół. W odróżnieniu do *Wikipedii* są tu miejsca wydzielone dla wypowiedzi naukowców, specjalistów i fachowców (czyli podobnie jak *Knol*) z tą różnicą, że na PN istnieją wszystkie formy wypowiedzi, w tym również dla różnej maści nauczycieli potrafiących nie tyle pokazać wiedzę co ją pedagogicznie przekazać i nauczyć.
- **bezpieczeństwo** - charakter i przeznaczenie projektu **budzi zaufanie**. Dane będą archiwizowane. Za Opiekunami w POI stoją gotowi moderatorzy, redaktorzy służący pomocą. Sam portal wraz z jego użytkownikami **nie jest na sprzedaż**.
- **komunikacja** - Tematyka strony PN ułatwia i wymaga nawiązania kontaktu z innymi OPIEKUNnami PN w celu opracowywania własnej strony. Powstaną tysiące grup związanych z określoną tematyką
- **Pomysły** – POI zabezpiecza pomysły Internautów i pomaga je zrealizować. Jest swoistym bankiem pomysłów i jego wylęgarnią. Ten niewielki element jest bardzo przydatnym narzędziem rozwoju projektu.
- Liczne a nawet bardzo **liczne konkursy** organizowane nie tylko przez Centralę ale również przez Opiekunów przy wsparciu Centrali.

4.5.1 Formy współpracy z użytkownikiem:

Platforma eaaaa w pewien sposób może być przyrównana do gry *SecondLife*, w której gracze otrzymują, kupują lub wypracowują swoje własne miejsce i uzyskują w związku z tym różne wirtualne korzyści. W eaaaa jednak te korzyści są dużo bardziej realne, ponieważ ta platforma **całkowicie** jest **sprzężona** z **realnym życiem**, gospodarką, **biznesem**, kulturą itd. Mimo, że rzecz eaaaa odbywa się w wirtualnej przestrzeni Internetu, korzyści dla użytkownika mogą mieć dużo bardziej pozytywny oddźwięk w realu niż w.w. grze, a **to przeniesie się** na **sukces** tutaj opisywanej platformy.

- ✓ Formy i zakres współpracy Internautów przy projekcie decydują już przed startem o przyszłej wartości projektu.
- ✓ Projekt umożliwia współpracę praktycznie każdemu zainteresowanemu na miarę jego możliwości czasowych i wiedzy.
- ✓ Istnieją stałe formy współpracy:
 - budowa **własnej witryny** tematycznej PN wykonanej w prostym standardzie projektu i sprawowanie administracji (OPIEKUN pkt.4.1).
 - zakładanie i **wstępna edycja** stron PN - bez administracji
 - udział w **pracach Centrali** i Zarządu Projektu w wolontariacie. Istnieje wiele funkcji operatywnych: moderator różnych stopni i branż, czyściciele nieprawidłowości, moderatorzy for, redaktorzy tekstów, tłumacze i inne
 - **wypełnianie ankiet** pomagających w sterowaniu projektem.
 - udział w **wewnętrznych dyskusjach Centrali** i głosowanie na różne elementy projektu **w celu nawigacji** rozwojem projektu.
 - uzupełnianie zasobów projektu przez **linkowanie informacji** zawartych w sieci na PN.
 - praca etatowa w centrali – jako **praca on-line**
 - wiele innych rozwojowych form.

4.5.2 Ile zarobią użytkownicy?

Maksymalna kwota dochodu **to 1000zł** / miesiąc (wyjątkowo 2000zł) – za maksymalną liczbę punktów na tle innych użytkowników – uzyskana kwota jest zmienna i dostępna w profilu użytkownika – użytkownik ma swobodny dostęp do statystyk portalu. Najniższy zarobek to 100zł /miesiąc. Zebrane punkty kumulują się do kolejnego miesiąca

Opiekun Parku zarabia:

- za regularną i częstą edycję Parku
- za sumę oglądalności Parku Nazwy lub Parków w miesiącu – wg. statystyk
- za zebraną liczbą punktów z tytułu oceny Parku, Treści, Opiekuna
- za stałą obecność reklamy w Parku.
- wyjątkowo do 2000zł za pozyskanie pierwszego reklamodawcy za pierwszy miesiąc (podział wpłaty za reklamę 50% na 50% dla użyt. i Ea patrz regulamin) i dalej 1000zł za drugi, 500zł za trzeci i 250zł za czwarty miesiąc reklamy. Jest to opłata sumaryczna z innymi dochodami.
- dodatkowy **nielimitowany dochód** opiekun uzyskuje za inne usługi w Parku.

Użytkownik i opiekun zarabiają:

- za wklejanie treści: linki, komentarze, fotki i inne
- za punktowanie Parków
- za wystawianie oceny i komentarzy do treści, opiekunom, dla nazwy i dla reklamy.
- za zgłaszanie adekwatnych nieprawidłowości
- za inne punktowane czynności.
- za wygrane w licznych konkursach. Również nagrody rzeczowe.

4.6 Użytkownik biznesowy

Wśród tej grupy największy ruch będą generowali **pracownicy firm**, którzy na zlecenie szefa oprócz zwykłego ściągnięcia Informacji i obserwacji stron konkurencyjnych będą wykonywać na zlecenie różne operacje dostępne jako usługi w portalu.

Szczególnym zainteresowaniem będą obdarowywane usługi umieszczania **samodzielnie tekstów reklamowych** i reklamy wizualnej (bannery itp.) na stronach związanych tematycznie z działalnością danego podmiotu. Ta usługa umożliwia przez klienta budowanie specyficznej dla niego kampanii reklamowej również z pominięciem pośrednictwa Agencji Reklamowych i Domów Medialnych.

Dla Średnich Przedsiębiorstw oznacza to **znaczne obniżenie kosztów** dla tego typu przedsięwzięć a **dla Małych i Mikro** Przedsiębiorstw już **możliwość zaistnienia** ze swoją reklamą w Internecie, co wcześniej było blokowane przez ceny rynkowe, wynikające z dotychczasowej struktury portali internetowych, Domów Medialnych i AR.

Inną opcją jest monitorowanie różnymi narzędziami ruchu użytkowników, jaki odbywa się na wybranych stronach tematycznych. Monitoring zachowania użytkowników i wpływające z tego mechanizmy jego zachowania jest jawny również dla zwykłego użytkownika, ale oczywiście nie dla wszystkich, (tak jak dla biznesu), leży on w polu bezpośredniego zainteresowania.



Jakie potrzeby ma Biznes w sieci?



- Posiadać własne miejsce,
- Być widocznym dla klienta,
- Móc dotrzeć do zainteresowanego klienta,
- Móc budować związek z klientem, mieć stałych klientów,
- Móc budować wiarygodność: firmy, marki, produktu.
- Samodzielnie uruchomić kampanię reklamową,
- Marketing bezpośredni, realne targetowanie,
- Samodzielnie wejść na rynki obcojęzyczne.
- Mieć możliwość rywalizacji i odnoszenia sukcesu,
- Być dobrze poinformowanym,
- Móc zarobić pieniądze,

eaaaa

wychodzimy

naprzeciw potrzebom biznesu

eaaaa.info
Stowarzyszenie POI
SIP Sp.k.

Biznes też ma swoje potrzeby i jest bardzo ważne aby je spełniać.

rys. Dzisiaj szczególnie ważnym dla mądrego biznesu jest móc budować stałe relacje z konsumentem w poszukiwaniu lojalności klienta.

Oferty współpracy i obopólnych korzyści:

- Dla Internautów (od ok. 7 lat)
- Dla osób niepełnosprawnych (wymóg: obsługa komputera),
- Dla Webmasterów,
- Dla małych i dużych firm Internetowych,
- Dla agencji reklamowych,
- Dla kafejek Internetowych,
- Dla innych firm z i bez dostępu do Internetu,
- Dla lokalnych Sklepów, Usług, Gastronomii, Producentów,
- Dla Szkół i Uczelni,
- Dla Instytutów i Urzędów,
- Dla Operatorów telefonii komórkowej,
- Dla Banków,

Rys. 15. Potencjalni odbiorcy naszej oferty współpracy przy tworzeniu oprogramowania peryferyjnego, klienckiego i uzupełniania treści stron portalu.

4.7 Nasi początkowi klienci:

1. Docelowym klientem (grupą klientów) bezpośrednio zainteresowanym zakupem usług i produktów eaaaa będą klienci, których dobra kondycja **zależy od ich wizerunku** i działań PR. Tam, gdzie wpływ na sprzedaż ma siła marki produktu lub aktualny trend – tacy klienci będą zainteresowani zakupem.

Można przypuszczać, że następujący klienci **dokonają zakupu** naszej usługi **od zaraz**:

- banki i ubezpieczalnie, 20 podmiotów
- markowy przemysł odzieżowy i obuwniczy, 30 podmiotów
- operatorzy telefonii komórkowych, 5 podm.
- producenci kosmetyków, przemysł farmaceutyczny, 30
- producenci i dealerzy samochodów, 20
- pośrednicy nieruchomości i deweloperzy mieszkań, 30
- markowi producenci sprzętu komputerowego, AGD, 40
- sieci handlowe i hipermarketów, 10
- prywatne zakłady medyczne, szpitale, stomatolodzy, apteki, 40
- liczni markowi producenci dóbr konsumenckich, 50
- wielkie korporacje i koncerny giełdowe, 350
- sieci hoteli, restauracje, biura podróży, atrakcje turystyczne, 100
- prywatne szkoły, płatne placówki państwowe, 20
- wszystkie nowo wchodzące oferty, promocje, produkty, usługi, inwestycje, akcje, koncerty, książki, filmy, muzyka, 50

(razem około 800)

2. Drugą bardzo ważną grupą skłoną do zakupu naszej usługi będą klienci biznesowi i prywatni starający się **sprzedać** swój **produkt** lub usługę **bezpośrednio** poprzez **eaaaa**. Obecność produktu klienta w eaaaa wiąże się z bezpośrednim kontaktem z **docelowym odbiorcą** w jego **środowisku**. Docelowo produkty oferowane przez eaaaa będą podlegać najwyższym standardom kontroli jakości i opinii

publicznej, producent dobrego wyrobu będzie **szczególnie zadowolony z naszej struktury**.

5. Analiza SWOT - rozbudowana i z perspektywy funkcjonującego już portalu

Mocne strony

- ✓ prosta **intuicyjna nawigacja** i **funkcjonowanie** strony i całego systemu – szybkie wejście w korzystanie z projektu.
- ✓ **Prosta programistycznie** modułowa konstrukcja, wygodna do udoskonalania.
- ✓ zaproponowanie prekursorskiej metody odnajdowania informacji w zupełnie nowej strukturze logicznej, czyli:
 - ✓ **szybki** dostęp do informacji
 - ✓ **prosty** dostęp do informacji
- ✓ zaprojektowanie wielu ważnych użyteczności w jednym szablonie
- ✓ oferowanie uczestnikom gratyfikacji **finansowej**, HIT!
- ✓ oferowanie uczestnikom **tożsamości** w Internecie, HIT!
- ✓ oferowanie uczestnikom unikalnej **własności** do części projektu a tym samym kawałka Internetu. HIT!
- ✓ zaspokajanie wielu ważnych ambicji użytkowników dzięki zaangażowaniu w projekt: potrzeba tworzenia, bycia zauważonym, zarobkowania, prestiżu, dowodzenia tematem, przewodnictwa grupie, przynależności do innowatorów, użytkownika najnowszych technologii
- ✓ znacznie **wyższa** niż obecnie **interaktywność** systemu z użytkownikiem – systemy punktacji, oceny i komentarzy w danym temacie. HIT!
- ✓ zaufanie Internautów do projektu ze względu na stojące za nim **Stowarzyszenie i Firmę** działającą w nowej formule - w duecie. HIT!
- ✓ **otwarta i rozproszona** struktura - podobnie jak www, na wielu serwerach
- ✓ **kilkadziesiąt wersji językowych**, brak ograniczeń terytorialnych.
- ✓ jawność Centrali - dochody i plany – w tym również umowy z inwestorami i podwykonawcami. Docelowo ta forma jawności ma zapobiegać korupcji i próby naciągnięcia podwykonawców na nie do końca przemyślane przedsięwzięcie, być może biznesowo korzystne, ale mniej społecznie. Jawność spowoduje, że wszyscy zainteresowani będą mogli zaopiniować i zgłaszać na jakąś planowaną opcję lub inwestycję.
- ✓ bezpośredni wpływ użytkowników na rozwój projektu – zwiększa zaangażowanie. Odbywa się to na stronach Centrali, gdzie po zapoznaniu się z różnymi ofertami zewnętrznymi i decyzjami Zarządu Centrali można zgłaszać.
- ✓ **niskie koszty** zainicjowania struktury
- ✓ szybki wzrost popularności przy zachowaniu stabilności struktury.
- ✓ ciekawy temat dla mediów, prospołeczność,
- ✓ projekt jest kierowany do ludzi potrafiących czytać w jakimkolwiek znanym języku i może stanowić dla nich wirtualne medium do przechowywania informacji.

Słabe strony:

- potrzeba rozpoznania, nauczenia korzystania ze struktury
- brak znanego sposobu poruszania się po strukturze, to, co proponujemy, jest **zupełnie innym podejściem** do zawartości **Internetu**. Aby wprowadzić na rynek nową jakość, należy ją najpierw dokładnie użytkownikowi pokazać – tak, jak z zakupami w Internecie, (wystarczy 10 minut na wprowadzenie)
- brak znanej marki
- brak podobnej struktury opartej na tych samych założeniach, a więc brak prostego odniesienia porównania z czymś innym - prekursor
- potrzeba szybkiego rozwoju struktury organizacyjnej obsługującej użytkowników, telepracowników i wolontariuszy: programistów, redaktorów, moderatorów, porządkowych, tłumaczy, sekretarzy oraz, co się z tym wiąże, należy zatrudnić sprawny i doświadczony zespół Centrali projektu.

Możliwości:

- ✓ zdominowanie **pozyskiwania** informacji w sieci (90% udziału)
- ✓ zdominowanie **publikowania** informacji w sieci (40%)
- ✓ zdominowanie **rynku reklamy** internetowej (do 30%)
- ✓ własna platforma e-handlu
- ✓ bardzo duże **potencjalne możliwości przychodów finansowych** porównywalne z *Google Inc, Microsoft*
- ✓ zdominowanie **współpracy z internautami** w skali globu i bez względu na zainteresowania osobiste, orientację polityczną, zawodową.
- ✓ tworzenie się skupionych i silnych międzynarodowych społeczności tematycznych i zawodowych posiadających narzędzia do rozwijania treści jak i samych siebie oraz rozwiązywania swoich problemów.
- ✓ projekt ma potencjał do rozwiązania kilka ważnych problemów naszych klientów, Internetu, użytkowników oraz społeczeństwa. Spodziewamy się z tego powodu **korzystnej opinii w mediach**.
- ✓ szybkie przełączanie się pomiędzy stronami za pomocą myszki, pełnej klawiatury i klawiatury numerycznej. Standard strony umożliwia też przygotowanie interfejsów 3D.
- ✓ dojrzewające dzisiaj projekty wykorzystania mowy do poruszania się po stronach internetowych szczególnie na tym portalu umożliwiają szybkie ich zastosowanie.
- ✓ gotowe systemy automatycznego tłumaczenia są idealnym rozwiązaniem w niniejszym portalu do korzystania z obcojęzycznych treści.
- ✓ W związku z powszechnym i rozproszonym charakterem przedsięwzięcia możliwe jest przydzielenie adresu: zamiast **www** będzie **aaa, wwo**. Innym rozwiązaniem jest zaprojektowanie aplikacji, czy dodatku do przeglądarki umożliwiającej wykorzystanie dalszych innowacji projektu.
- ✓ projekt ma charakter społeczny, stąd istnieje możliwość redakcji **własnego czasopisma**. Treścią mogłyby być szerokie komentarze i rozważania na temat zjawisk i tendencji społecznych wynikłych z analizy danych statystycznych portalu.
- ✓ Popularność projektu może sprawić, że społeczność portalu zainwestuje w dodatkowe rozwiązania komunikacyjne np. sieć telefonów satelitarnych i innych komórkowych w przypadku, gdy istniejący operatorzy będą się opóźniali w konkurencyjności swoich usług względem „naszych” jawnych analiz i planów.

Zagrożenia:

- o zbyt szybkie upowszechnienie się portalu w świadomości użytkowników po pozytywnej reakcji mediów i związana z tym lawinowa rejestracja Parków Nazw oraz korzystanie z różnych usług interaktywnych portalu = niewydolność systemu.
- o nienadążanie z oczyszczaniem portalu z zabrudzeń mało przydatnymi lub błędnymi informacjami i spamem, co może spowodować obniżenie jego jakości.
- o szybkie zawładnięcie częścią pomysłu przez kogoś innego
- o rozpracowanie pomysłu przez *Google Inc.* lub *Wiki, Mahalo* i zaproponowanie „kopii” mogącej przedłużyć realizację POI (szczerze odradzamy z tego miejsca)
- o zrażenie potencjalnych użytkowników inną strukturą logiczną POI, różniącą się od dotychczasowych stron www, niepodobną do niczego innego
- o ze względu na zbyt gwałtowny własny rozwój możemy być z byle powodu posądzeni o jakieś praktyki monopolistyczne i mimo otwartości działalności i prospołecznego charakteru przedsięwzięcia Prawo może być przez kogoś niewłaściwie zastosowane, co przyczyni się do trudno przewidywalnych opóźnień w realizacji naszego przedsięwzięcia.

Jak łatwo zauważyć, **nie bierzemy pod uwagę** możliwości, że **pomysł się nie przyjmie**. Wszystkie dotychczasowe trendy rozwoju Internetu i dogłębna analiza użytkowania sieci, a także powolne zapychanie się informacyjnej sieci, a co za tym idzie trudność osiągnięcia informacji, wskazuje, iż w najbliższej przyszłości ktoś na pewno pójdzie **w kierunku uporządkowania** - posegregowania treści (poprzez znaczenie słowa) w Internecie i połączy to z uruchomieniem serwisu społecznościowego.

Pytanie brzmi tylko: **kto będzie pierwszy, w jakiej formie** tego dokona?

Naszym życzeniem jest uruchomić przedsięwzięcie w Polsce, zaczynając w Poznaniu.

6. Konkurencja

POI proponuje internautom zupełnie nowy sposób budowy stron, pozyskiwania i dochodzenia do informacji, dlatego jako taki **nie ma konkurenta**, z którym mógłby się równać. Jest to niewątpliwa zaleta, ale i trudność w oszacowaniu ewentualnych kosztów przebijania się struktury POI do świadomości internautów.

Przypominamy jednak, że struktura jest niezwykle prosta i przejrzysta dla użytkownika... *może dlatego można o niej tyle pisać*

Konstatując ten fakt możemy jednak odnieść się do inicjatyw, które tak, jak POI wprowadzały nowe prekursorskie użyteczności w Internecie, dlatego podane w nagłówku przykłady będą dla nas wskazówkami, jaki czas jest potrzebny i jakie nakłady finansowe, aby w satysfakcjonujący sposób wprowadzić strukturę do świadomości użytkowników w taki sposób, aby zechcieli się jej nauczyć i w masowy sposób z niej korzystać.

Analizując strategie i sposób wejścia na rynek warto posłużyć się firmami prekursorami, które pokażą jak długi czas należy zakładać na przebicie się do szerokiej świadomości internautów ze świadomością funkcjonowania nowej użyteczności/ struktury logicznej w Internecie, która proponuje nowe użyteczności.

Wybrane przykłady, to prekursorzy tak, jak POI/ eaaaa:

Wikipedia – budowanie kontentu i zaangażowania internatów w tworzenie aplikacji nie stricte rozrywkowej - od 1997, (Wikipedia jest częścią modułu OPIS strony PN) Gdyby Wikipedia wprowadziła reklamy to by mogła się rozwinąć do naszego portalu. Niestety poziom merytoryczny blokuje udział większej grupy docelowej. Wysoka wartość merytoryczna artykułów jest mało praktyczna w biznesie, zakupach, pracy. Brak odpłatności blokuje tworzenie treści i zaangażowanie. Tworzenie przez wszystkich zabija indywidualizm, który w Ea jest uwydatniony.

Mahalo.com - budowa wyszukiwarki uzupełnianej przez przyjętych w poczet telepracowników, kontentem są odnośniki. Gratyfikacja finansowa za współpracę. Istnieje od wiosny 2007 (Mahalo jest częścią modułu TOP strony PN) MAhala nie wykorzystuje elementarnej twórczości Internauty określając, kto może a kto nie może zostać aktywnym użytkownikiem i tym samym wymagając od wszystkich podobnego udziału w tworzeniu a tym samym do merytorycznego poziomu.

Shvoong.com – prekursor, portal streszczeń i recenzji, za których umieszczenie można otrzymać gratyfikację finansową. Istnieje kilka lat. (Shvoong jest częścią modułu OPIS strony PN) Niszowy portal.

Google – Knol – (jak Shvoong.com) usługa kierowana do specjalistów z intencją powstania bazy danych artykułów podobnych do Wikipedii.2008? (Knol będzie częścią modułu OPIS strony PN) Niszowy portal. Brak specjalizacji w obrębie tematu blokuje praktyczność. Znowu mamy listę do wyboru. Jest to tylko lżejsza forma wikipedii.

Myspace – budowanie społeczności internetowej wokół tych samych zainteresowań, blogi, wymiana myśli (MySpace jest częścią modułu OPIS strony PN)

Secondlife – budowa wirtualnego świata 3D oparta na aktywności non-profit użytkowników - 2005

Ebay – serwis aukcyjny – od 1996
(Ebay jest częścią modułu SKLEP)

amazon – sklep internetowy – 1996
(Ebay jest częścią modułu SKLEP)

youtube – wymienianie się plikami video – własne serwery - 2004

(YouTube jest częścią modułu OPIS strony PN)

napster – wymienianie się plikami muzycznymi peer to peer – sieć rozproszona – od 1998

skype – telefonia VoIP – 2004 rok

Linux – system operacyjny rozwijany w systemie rozproszonym, aplikacja non profit, wysoko zaawansowana – od 1997

Oczywiście przykłady te należy analizować w kontekście wchodzenia na rynek tych inicjatyw przy **zdecydowanie gorzej rozwiniętej** infrastrukturze dostępowej do sieci. Wymienione inicjatywy nie oferowały też wspomnianych powyżej **tak wysokich i różnorodnych gratyfikacji** dla użytkownika, jak z tytułu użytkowania naszej struktury, lub oferują ją **tylko** wybranej **elitarniej grupie** osób tworzących treść. Inne znów projekty, szczególnie non-profit, zyskały sporą popularność i są **produktami przyszłościowymi** o wysokim stopniu zaawansowania technologii OpenSource.

Biorąc pod uwagę, iż za kilka lat Sieć zastąpi połączenia telefonii analogowej, przekazy TV itp., które właśnie w niej będą realizowane, a przynajmniej za pomocą tej infrastruktury - spowoduje to jeszcze większy ruch w sieci, co z kolei wydatnie przyspieszy wzrost i użytkowanie proponowanej przez nas struktury.

Analizując użyteczność i sposób rozpoczęcia funkcjonowania podanych projektów w sieci stwierdzić należy, iż każdy z nich **był pomysłem**, który na ówczesnym etapie rozwoju Internetu **był prekursorski**, gdyż łamał dotychczasowe schematy dotyczące sieci. W przypadku Internetu, jak nigdzie indziej sprawdzają się **najodważniejsze i najbardziej wizjonerskie idee** łamiące **dotychczasowe schematy** dotyczące sieci. Te projekty przyniosły największe zyski i zarówno rozwój sieci jako taki.

Dokładnie taki sam efekt przyniesie wdrożenie naszego pomysłu – **rozwój sieci**, oraz Organizację działającą **globalnie na rzecz ludzkości**, za pomocą lokalnych krajowych i językowych oddziałów.

Uważamy, iż dogłębne rozważania dotyczące skali nakładów i szybkości zwrotu kapitału, zupełnie inne w przypadku każdej z tych inicjatyw, **nie wniosą** wiele do naszego biznesplanu, a jedynie mogą zakłócić obraz na tle szybko zmieniających się warunków zewnętrznych, które powodują, iż każde **półrocze** rozwoju sieci stwarza zdecydowanie inne czynniki rozwojowe, ale też przyspiesza niebezpieczeństwo rozwinięcia podobnego pomysłu przez inną grupę inicjatywną.

Chcąc przewidywać otoczenie konkurencyjne w przypadku idei takiej, jak tutaj opisywana, trzeba sobie uzmysłwić myśl następującą: żadna z wymienionych inicjatyw prekursorskich na początkowym etapie rozwoju **nie miała prostej konkurencji**, gdyż była **pomysłem nowatorskim**, wyprzedzającym poprzez odkrywczość wszystko to, co funkcjonowało do tej pory.

Dokładnie z takim samym pomysłem mamy do czynienia w przypadku POI, dlatego próby analizy przychodów w następnych działach tego opracowania mogą być obarczone **dużym błędem** (i na załączonej na CD kalkulacji_poi Excel)

6.1 Nasza konkurencyjność względem przedsięwzięć biznesowych.

(Google, Yahoo, Onet, Wp, Amazon)

Eaaaa jako całość tworzy **rynki działania** i **platformy integracyjne** dla **biznesu** i tym samym ma potencjał do uzyskania znacznego udziału w dzisiejszych rynkach biznesowych, a nawet przewagi, przykłady:

- ✓ Platforma **kontakt z konsumentem** poszukującym źródła sprzedaży: wg miejsca, ceny, terminu, jakości, wiarygodności, (szacowane **80%** udziału w Internecie)
- ✓ Platforma **reklamy, promocji biznesowej** i działań marketingowych, (**50-80%** udział w Internecie)
- ✓ Platforma **marketingu bezpośredniego (90%)**
- ✓ Platforma **Prezentacji Małego Biznesu (98%)**
- ✓ Platforma **bezpośredniej sprzedaży** i zakupu on-line, (20-60%)
- ✓ Platforma **budowy wiarygodności** i opinii: wizerunku firmy, produktu, usługi, (**90%**)
- ✓ Platforma **Informacji Technicznej** o firmie, produkcie, usługach i inne (50%)

Eaaaa mająca charakter **powłoki** na **zasoby Internetu** jest po prostu - **poza konkurencją**. Mimo to, szczególnie na początku rozwoju portalu spostrzeżemy może opór niektórych wielkich graczy Internetu z powodu przejęcia niektórych rynków a szczególnie poprzez utworzenie nowego rynku, znacznie bardziej wszechstronnego i uniwersalnego.

Na naszą korzyść w sensie powodzenia projektu świadczy też samo środowisko Internetu pozwalające szybko **rozprzestrzenić się nowemu pomysłowi**. To samo środowisko może być natomiast **znacznie oporniejsze** w stosunku do ewentualnych ruchów istniejących, już zrealizowanych pomysłów konkurencji.

6.2 Nasza konkurencyjność względem innych portali.

(Wikipedia, Knol, Facebook, Mahalo, Grono, Nasza-klasa)

Nowa struktura, jaką stworzymy będzie funkcjonowała obok dotychczasowej struktury www. Oczywiście może się w nią wpasować, skorzystać z niej i być kompatybilna. Jednak jej docelowym założeniem jest nadrzędne (i równoległe) funkcjonowanie w stosunku do stron www. Ten fakt w naturalny sposób daje **przewagę eaaaa** i przyciąga użytkownika do naszych usług. Nie oznacza to jednak dla niego potrzeby rezygnacji z dotychczasowych.

Dla użytkownika idea POI jest **zupełnie nowym pojęciem**, które może stać się szybko zrozumiałe za pomocą różnych metod: przykładów stron PN, krótkiego wprowadzenia, krótkich prezentacji video. Jeśli użytkownik podczas prezentacji pojmie **istotę** projektu i jego znaczenie dla Niego – to będąc pod wrażeniem całościowego charakteru wizji i przyszłych możliwości tworzenia własnej przyszłości w oparciu i tę strukturę wykona prosty krok rezerwacji swojej NAZWY dla Parku. (zobacz również Planowane korzyści dla użytkowników pkt. 4.3 i 4.5)

7. Budowa struktury POI /eaaaa i Standardu PARK NAZWY

- jak zamierzamy to zrobić?

7.1 Nazwa Projektu:

PORTAL OTWARTEJ INFORMACJI „POI”

- oznacza przedsięwzięcie w Polsce, jest to jednak integralna część globalnej struktury pod nazwą **eaaaa.info**, gdyż każdy język uprawia swą własną część konstrukcji ale identyczną w budowie jak polska.

eaaaa – odnosi się do nazw kontynentów, **.info** do przeznaczenia struktury

inne nazwy:

Portal-internautow.pl

ParkNazwy.pl

Ea4you.com

Nazwa projektu i adres internetowy odnosi się jednoznacznie do jego funkcji i celu:

nieograniczonego dostępu do Informacji*

= nieograniczonego korzystania z dorobku ludzkości

Nazwa jest więc bezpośrednia i ostatecznie zrozumiała, bez zawiłości w stylu *Google, Wikipedia, Mahalo, Shvoong, Onet, Allegro, Świstak, Chomik, Papuga* © - po prostu brzmi to podobnie jak: książka telefoniczna, spis treści, katalog biblioteczny itp.

Długa nazwa mogłaby więc brzmieć:

Globalny Otwarty System Zarządzania Informacją

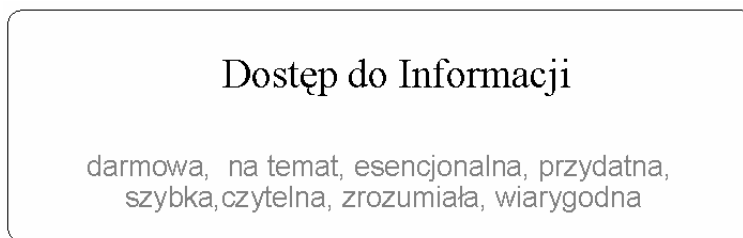
Uwaga: Nazwa projektu dla użytkownika jest obojętna ponieważ w swoim interfejsie może on zadeklarować w każdym jego miejscu dowolną grafikę i tekst. Ważny jest adres eaaaa.info

Prawo Autorskie w eaaaa.

Wszelkie informacje znajdujące się i umieszczane na stronach POI/ eaaaa i przygotowane przez POI/ eaaaa, można wykorzystywać w dowolny sposób, dowolnie je modyfikując (jeśli powołujemy się na autora to nie zniekształcamy ich znaczenia) i w dowolnych miejscach. Podobnie można traktować ilustracje, pliki video i audio.

Jest to regulacja zbliżona do Creative Commons CC. Taka otwartość jest możliwa dzięki innym, nowym regulacjom oceny i komentowania Informacji występującym w projekcie. Regulacje te preferują nie tyle autorstwo Informacji, co jej przydatność społeczną i czynią z Informacji elastyczną wielowymiarową materię dowolnego zastosowania.

Materiały pochodzące z innych źródeł można używać zgodnie z zasadami prawa prasowego.



Rys. 16. Cel przedsięwzięcia, jeśli chodzi o Informację.
(więcej: Cele Stowarzyszenia i Expose punkt 6.)

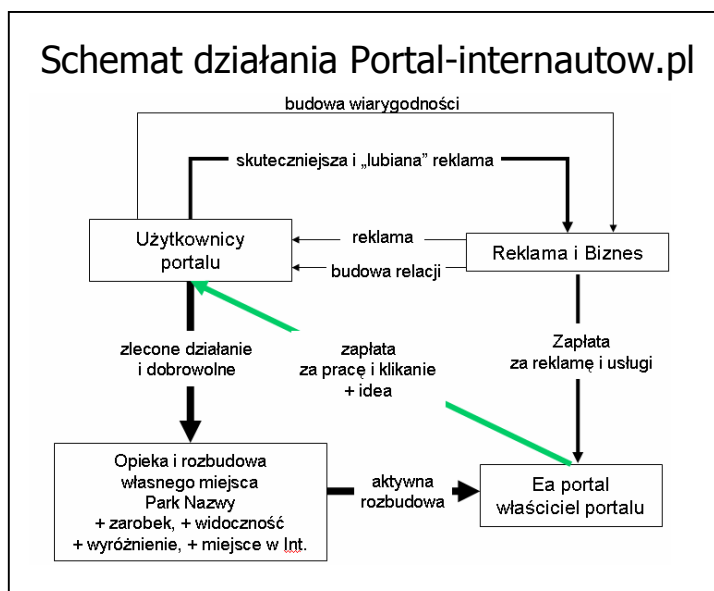
/* zobacz pkt 3.7 podpunkt: 1, 2, 8, 9, 11, 12, 13 na temat rozwiązywanych problemów i przeszkód w przepływie Informacji.

7.2 Struktura Projektu

Na budowę systemu składają się elementy:

- **Użytkownik i Opiekun - Opiekun** Parku tematu, (więcej w pkt. 4.)
- **Strony Parków Nazw (PN)** - strony tematyczne (więcej poniżej)
- **katalog ABCDE** - oś projektu, spis słów (więcej w pkt. 7.8)
- **Centrala projektu i filie językowe Centrali** (więcej w pkt. 7.9 i 14.)
- **Strona Główna portalu eaaaa.info**

System jest docelowo **w części rozproszony** jak WWW, a **w części centralizowany**, jak każdy portal. Część projektu użytkownik prywatny i biznesowy może umieścić na swoim serwerze w domu lub firmie.



Rys. Portal Ea dzieli się dochodem z użytkownikami i napędza tym tworzenie ukierunkowanej treści.

Dobra treść zwiększa oglądalność portalu co przyciąga reklamodawców i biznes.

W Ea występują obiegi zamknięte dla pracy użytkownika, oglądanej reklamy i budowy relacji użytkownika z biznesem.

Wzrasta wiarygodność biznesu i zacieśnia się współpraca z użytkownikiem.

Projekt jest i musi być **prosty** w **budowie** i **obsłudze**, aby był sprawnym i elastycznym narzędziem podlegającym dalszemu rozwojowi.

Środowiskiem, w którym jest on możliwy do uruchomienia są dzisiejsze „zasoby”

Internetu, czyli: www, użytkownik, biznes, oraz „moja” dzisiejsza wiedza i umiejętności.

Dlatego nie do końca można powiedzieć, że projekt ten można było uruchomić wcześniej (pewne zasoby jeszcze nie istniały lub nie były dojrzałe – był to okres poznawania Internetu). (zobacz również: Pkt. 6. Nasza konkurencyjność... oraz rys. 31).

System więc praktycznie zbudowany jest z **jednego** typu **strony www** i **użytkownika** i **działa** nawet gdy użytkownik nie posiada specjalnych umiejętności i wiedzy.

Cegielką budulcową jest tzw. strona **PARK NAZWY** (Pierwsza Strona Nazwy). Miliony takich stron PN tworzą **eaaaa**; są porozsiewane po całej sieci I. i wzajemnie połączone.

7.3 Standard PARK NAZWY

Strona informacyjna PARK NAZWY to **główny wynalazek**. Jej esencja tkwi w tym, że słowo lub temat ma swoją **niepowtarzalną** Stronę Informacyjną.

Określenie strony w projekcie: **PN** = Pierwsza Strona Nazwy
lub **IPS** = *Standard for Information's Presentation*

W grudniu 2008 przyjęliśmy nazwę dla PSN = Park Nazwy

PN ustanawia w ten sposób **Standard Prezentowania Informacji** we wszystkich językach. Standardowo określona struktura PN ułatwia naukę redagowania zmiennej tematycznie treści jej Opiekunowi i szybkiego poruszania się Użytkownika wśród i w kierunku do poszukiwanej przez niego informacji: zarówno w eaaaa jak i Internecie.

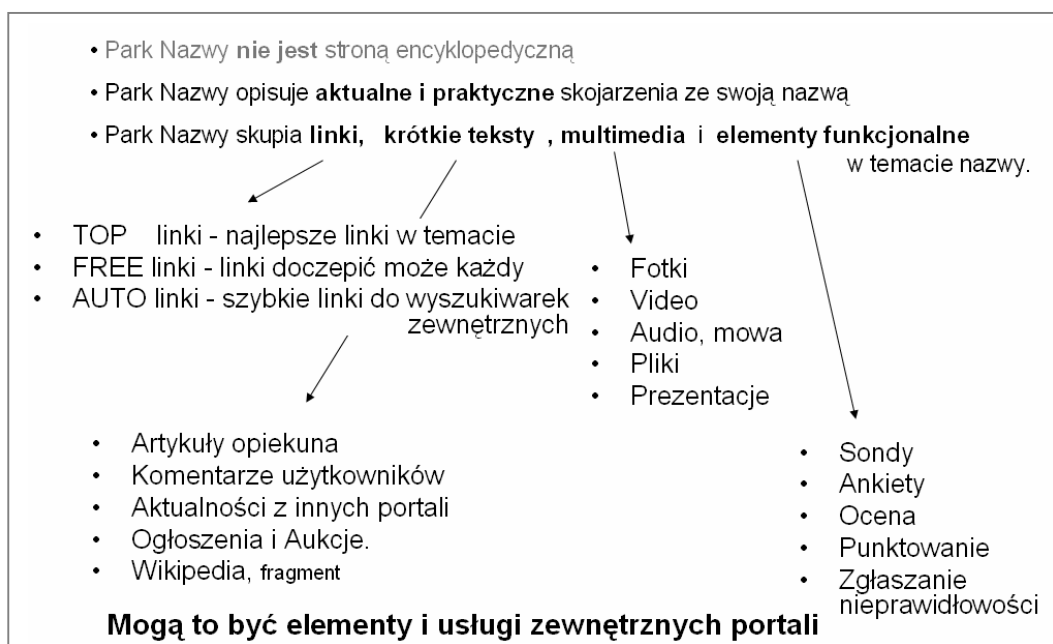
Dla systemu standard daje możliwości budowy nowych usług wymaganych przez biznes, ponadto umożliwia segregację i analizę zasobów **eaaaa**.

Budowa strony Parku Nazwy. (dawniej Pierwsza Strona Nazwy)

NAZWA strony, odróżnia stronę od każdej innej strony w systemie projektu.

Strona posiada **Tytuł** o tym samym brzmieniu co jej NAZWA.

NAZWA może być cokolwiek, co da się wyrazić: **literą, cyfrą i znakiem z klawiatury komputera.**



rys. 18. Porządek w Informacji, podstawa Społeczeństwa Informacyjnego

W skrócie: strona ujmuje treść związaną z NAZWA w obszarach:

- Nawa:** - wiodąca nazwa
Tematyka, - inaczej słowa kluczowe dotyczące nazwy, synonimy
Informacja - treść dłuższa: opis, ilustracje, odnośniki do innych źródeł.
Rodzina Nazwy - spis innych stron pokrewnych NAZWIE w systemie i po za nim,
Data publikacji - czas publikacji w systemie w celach porządkowych
Autor - podaje źródło i/lub autora informacji oraz podaje, kto jest opiekunem tej strony.

W praktyce część „**Informacja**” składa się z wielu części wewnętrznych. Poszczególne części opisują Informacje w różny sposób.

W PN mówimy o częściach = **Modułach PN**. Strona PN jest zbudowana z modułów i kiedy jest o nich mowa, dotyczy to wymienionych powyżej i opisanych w dalszej części modułów (Treść, Rodzina, TOP, FREE, Auto, Blog, Galeria...).

Ważne inne własności systemu:

1. Park Nazwy aby był widoczny – jest aktywowany przez pracownika Centrali lub przeszkolonego moderatora tematu → dla jakości treści.
2. Użytkownik jest pojedynczy- weryfikacja np: przy płatności
3. Użytkownik jest anonimowy – jeśli zapragnie i zależy dla kogo.
4. Płeć, wiek, lokalizacja użytkownika znana – dla praktyczności portalu narzędzia i bezpieczeństwa dzieci
5. Opiekunów wspierają liczni moderatorzy – przeszkoleni.
6. Nie jest tak łatwo utracić prawa do Parku Nazwy
7. Nazw Parków nie można blokować – 14+7+3 dni na zbudowanie Parku
8. Autor treści jest - ale udostępnia dzieło nieodpłatnie i każdemu.
9. Jest w 100% interaktywny – Zaczynając od punktowania, oceny, komentowania treści, użytkowników a kończąc na zarządzaniu Centralą portalu – jej finansami i działaniami.

7.4 Programowanie

Programistycznie, jak widać z powyższego, konstrukcja PN jest **przejrzysta**. Sama strona jest zbudowana z modułów, z których każdy działa **oddzielnie** i samodzielnie. W przypadku więc jakiegś usterki pozostałe moduły działają nadal. Każdy moduł jest programowany jako pojedynczy niezależny program i jako taki funkcjonuje w Internecie.

Osobny program (szablon, interfejs PN) jednoczy poszczególne **elementy** i wyświetla na ekranie użytkownika.

Sprawy rejestracji użytkowników oraz portal Centrali nie odbiegają od standardów i mogą być oparte o prawie już istniejące aplikacje. Osobnym tematem programowania jest system oceny, punktacji i komentarzy i aby to ułatwić docelowo oprzemy się na systemie mikropłatności.

Projekt jest rozwijany na zasadach zbliżonych do **OpenSource**.

Czy jednak może być rozwijany na typowych zasadach OpenSource, jeśli jego funkcją jest niepodzielność, praktyczność i dążność do uporządkowania zasobów Internetu?

TAK

Projekt i jego kod w najdrobniejszych swoich częściach powinien móc być udoskonalany przez **wolnych programistów**.

NIE

Z racji roli projektu nie powinno się dopuścić do **niekontrolowanego zdublowania** projektu tylko dlatego, że kod źródłowy może być dostępny w ramach OpenSource. Więc całościowy kod źródłowy nie powinien być udostępniony, nie ma takiej potrzeby. Byłoby to ze szkodą dla użytkowników.

W zamian za to „NIE”

Projekt jest otwarty pod względem: finanse, aktualne działania i plany, w tym również treść bieżących i planowanych umów współpracy - są to jawne sprawy. Dodatkowo projekt daje jego użytkownikom wpływ i moc decyzyjną na w.w. obszary. Pamiętać też trzeba o wszystkich korzyściach dla użytkowników (wymienionych w pkt. 4.).

Na koniec dodamy, że nasze rozwiązania programistyczne cechuje nie tyle wykorzystanie najnowszych technologii, co wykorzystanie tych najpopularniejszych i przez to najlepiej sprawdzonych. Dzięki temu uzyskujemy przewagę wobec konkurencji, stabilność systemu oraz wysoką kompatybilność z większością funkcjonujących platform Informacyjnych w Internecie i z przemysłowymi systemami off-line oraz możemy liczyć na pomoc w udoskonalaniu aplikacji przez najliczniejszą grupę programistów z sieci.

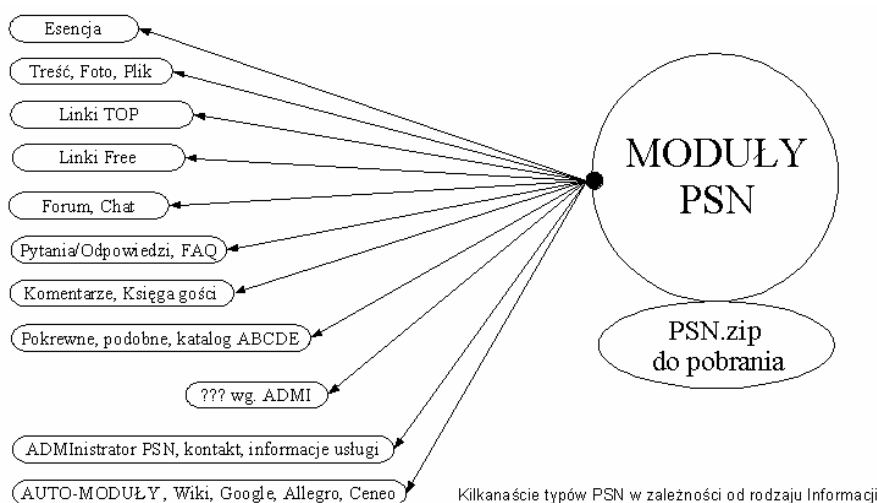
7.5 Modułowa budowa PN

Pojedyncza strona PN może się składać z różnej ilości modułów w zależności od swojej zawartości. A moduły jednej strony PN mogą być rozproszone po różnych serwerach.

Nazwę dla danego modułu użytkownik może ostatecznie sam ustalić. Cały szablon PN jest **w pełni konfigurowalny** (CSS2, zobacz przykłady w załączniku, pkt 8.) dla każdego użytkownika - niezmienna jest tylko treść, fotografie itp.

Szablon oglądanej strony = **interfejs użytkownika** „zagląda” do danych zgromadzonych gdzieś w sieci przez Opiekuna i formatuje (wlewa) je w interfejs użytkownika (dobrze pokazuje to rysunek 21.)

Zawartość poszczególnych modułów w wersjach językowych jest porównywalna. Nagłówki modułów osobistego Interfejsu podczas korzystania z obcojęzycznych zasobów nie zmieniają się, zmienna jest tylko treść.



Rys. 19. Moduły to integralna część PN.
Tak samo w każdym temacie, tak samo w każdym języku

Zadaniem modułu jest umożliwić użytkownikowi **przyporządkowanie treści**, której szuka lub chce opublikować do **bloku = modułu**, który ją, każdy z osobna, w **odmienny** sposób segreguje.

7.6 Zestawienie typów modułów:

Należy pamiętać, że najważniejsza jest funkcja modułu a nie jego nazwa, którą użytkownik może ustalić w swoim interfejsie samodzielnie.

NAZWA (nazwa treści)

TEMATYKA (tematyka treści)

SŁOWA KLUCZOWE (słowa kluczowe dotyczące treści)

ESENCJA (dodaj esencję treści)

- Skrót: ESENCJA, Wstęp, Wprowadzenie
- Krótko, o co chodzi. Moduł zazwyczaj związany z modułem TEMAT
- z przeznaczeniem również dla WAP i SMS, ograniczenie do 160-320 znaków
- moduł zarządzany przez Opiekun

TEMAT (dodaj treść: tekst, foto)

- Skrót: TEMAT, TREŚĆ, ZASÓB,
 - Opis Informacji redagowany przez dowolnego użytkownika,
 - oraz dostępny również w wersji opracowanej tylko przez Opiekuna
 - oraz przez określonego specjalistę, który przedstawia swój punkt widzenia, ten podmoduł może występować również w innych modułach.
 - moduł w części zarządzany przez Opiekuna
 - podmoduły: NOWOŚCI, Komentarze, Galeria Foto, VIDEO, pliki do pobrania
- Integracja zasobów: *Wikipedia, Shvoong, Knol, YouTube, Flickr, Fotka i inne.*

PYT./ODP. (zapytaj o treść / odpowiedź na pytanie w temacie treści)

- Skrót: PYT/ODP, FAQ, FORUM, DYSKUSJA,
- dyskusja w temacie. Docelowo może moderować Opiekun.
- moduł zarządzany przez Opiekuna
Integracja zasobów: *pytamy.interia.pl*

Nowości (dodaj aktualną treść)

- Skrót: NOW, Aktualności, Blog
- Aktualności najnowsze w temacie, z ostatniej chwili - nazwa mówi za siebie,
- może występować jako podmoduł w innych modułach.
- moduł zarządzany przez Opiekuna
Integracja zasobów: wybrani przez Opiekuna dostawcy treści w temacie

AUTOLinki (predefiniowane linki bezpośredniego dostępu do wyników wyszukiwania treści w znanych wyszukiwarkach)

- Skrót: AUTO, PREdefiniowane
- lista linków predefiniowanych do wyszukiwarek, rodzaj niezbędniaka
- lista jest oferowana za każdym razem na pierwszej stronie, gdy temat nie ma jeszcze swojego opiekuna.
- moduł zarządzany przez Centralę POI
Integracja zasobów: sformatowane linki do znanych wyszukiwarek

TOPlinki (pobieraj najciekawsze miejsca z treścią i udostępni je innym)

- Skrót: N_LINKI, TOP , NajLINKI
- spis najlepszych linków w temacie/nazwie PN. Edytuje Opiekun
- sortowanie wg odwiedzalności, opinii, uaktualnienia, wagi w kB
- moduł zarządzany przez Opiekuna
Integracja zasobów: moduł własny POI oraz *Mahalo.com*

OtwarteLINKI / FREE (dodaj swoje miejsce z treścią, aby inni mogli je znaleźć)

- Skrót: O_LINKI
- spis podczepianych linków przez użytkowników w temacie/nazwie PN.
- Nie edytuje Opiekun. Może co najwyżej je grupować.
- sortowanie wg odwiedzalności, opinii, uaktualnienia, wagi w kB
- z tego modułu nic nie może być wykluczane przez Opiekuna PN, czyszczenia modułu mogą być dokonywane tylko za pośrednictwem Centrali.
- moduł zarządzany przez Centralę POI
Integracja zasobów: moduł własny POI

RODZINA, PODOBNE, SŁOWNIK (pokrewieństwa odsłowne i tematyczne treści w systemie)

- Skrót: w zależności od tematyki: RODZINA, PODOBNE, POKREWNE, SŁOWNIK,
- łączy/linki do stron: pochodne, pokrewne, podobne, kojarzące się, zobacz też.
- z podziałem na strony www i PN
- tu należą strony ujednoznaczające
- moduł automatyczny tworzony na podstawie wpisów w katalogu ABCDE
- moduł zarządzany przez Centralę POI
Integracja zasobów: moduł własny POI

Księga Gości i Komentarze (podziękuj za otrzymaną treść, skomentuj)

- Skrót: KG, Komentarz
- wyrażanie dowolnych uwag bez oczekiwania reakcji innych
- jest to rozbudowany moduł do wyrażania opinii i
- jako uzupełnienie do wiodącego tematu, również Hyde park
- moduł zarządzany przez Opiekuna i Centralę
Integracja zasobów: wybrani dostawcy Książ Gości

Opiekun (skontaktuj się z autorem lub Opiekunem treści, oceń go, poradź mu, jak ma ją ulepszyć)

- Skrót: Opiekun, KONTAKT, o mnie, o Opiekunie
- moduł Opiekuna PN. Tu podczepia Opiekun stronę osobistą.
- statystyki strony
- wyrażanie i czytanie opinii i uwag o/do Opiekuna
- zamawianie specjalnych usług wykonywanych przez Opiekuna, jak mailing do grona zainteresowanych jego PN.
- zamawianie podglądu uaktualnień PN.
- moduł zarządzany przez Opiekuna
Integracja zasobów: moduł własny POI

??? (dowolne, co chcesz umieścić w temacie treści)

- Skrót: nadany przez Opiekuna
- dowolna rzecz/strona/link/usługa w temacie PN. Wybiera Opiekuna .
- jest to miejsce, w którym pomysł Opiekuna może być związany z dodatkową działalnością przynoszącą mu dochód. Pozostaje jeszcze do ustalenia sposób rozliczania się z POI. Jest to duża atrakcja dla Opiekuna i często szerokie pole manewru. Spodziewamy się, że w tym miejscu będą lokowane docelowo specjalistyczne serwisy dotyczące tematyki NAZWY
- moduł zarządzany przez Opiekuna
Integracja zasobów: moduł własny POI

SZTUKA (treść inaczej niż praktycznie, w bajce, humorze, religii)

- Skrót: SZTUKA, Z INNEJ STRONY, W PRZENOŚNI, INACZEJ
- ujęcie tematu PN w sztuce, religii, przerośni z wyraźnym rozróżnieniem.
- jeśli PN to przedmiot, to tutaj znajdziemy zabawkę z nim związaną.
- moduł zarządzany przez Opiekuna
Integracja zasobów: moduł własny POI

WERSJA (wersja treści przed ostatnim uaktualnieniem)

- WERSJA, HIST, HISTORIA, ARCH, ARCHIWUM, ARCHIW, POPRZEDNIE,
- poprzednie wersje: (jak "history": w stronach wiki)
- dotyczy prawie wszystkich tutaj wymienionych modułów PN
- moduł zarządzany przez Centralę POI.
Integracja zasobów: moduł własny POI

D o o M (treść widziana z perspektywy płci)

- Skrót: zależności od tematu: jak to widzi kobieta, mężczyzna, grupa.
- wersje PN ujęte przez kobietę, mężczyznę lub bez rozróżnienia, lub przez grupę, organizację
- jest to jedyna możliwa alternatywa do zbudowania drugiej i trzeciej PN o tym samym tytule.
- moduł zarządzany przez Centralę POI
Integracja zasobów: moduł własny POI

FTP1 i FTP2 (treść spakowana, wszystkie moduły)

- Skrót: FTP, ZIP, RAR -
 - pobieranie wszystkich modułów PN w spakowanym lub otwartym pliku lub tylko tego modułu, który się przegląda
 - moduł tworzony automatycznie.
 - moduł zarządzany przez Centralę POI
- Integracja zasobów: moduł własny POI + umowa z przechowalnią plików

Kafejka (pogadaj o treści na żywo)

- Skrót: CHAT, Cafe, Kontakt i inne
 - inaczej czat na żywo w temacie PN, może moderować Opiekun
 - opcjonalnie również rozmowy głosowe
 - moduł zarządzany przez Centralę POI i Opiekuna
- Integracja zasobów: umowa z zewnętrznym dostawcą

SKLEP (kup treść)

- Skrót: SKLEP, GIEŁDA, SPRZEDAŻ, HANDEL, AUKCJE, OFERTA
 - Jeśli nazwa PN jest artykułem handlowym, Opiekun lub Użytkownik umieszcza tutaj informacje, gdzie i za ile można to kupić.
 - Tu można wystawić w wewnętrznej Aukcji POI przedmiot lub w wewnętrznym sklepie POI sprzedawać przedmiot.
 - moduł zarządzany przez Centralę POI i zainteresowanego sprzedawcę
- Integracja zasobów: umowa z zewnętrznym dostawcą

Cena (cena treści)

- Skrót: CENA, WARTOŚĆ
 - (rozważany moduł) w celu gromadzenia i zarządzania bezpośrednio informacją liczbową ceny.
 - moduł zarządzany przez Centralę POI i Opiekuna
- Integracja zasobów: umowa z zewnętrznym dostawcą

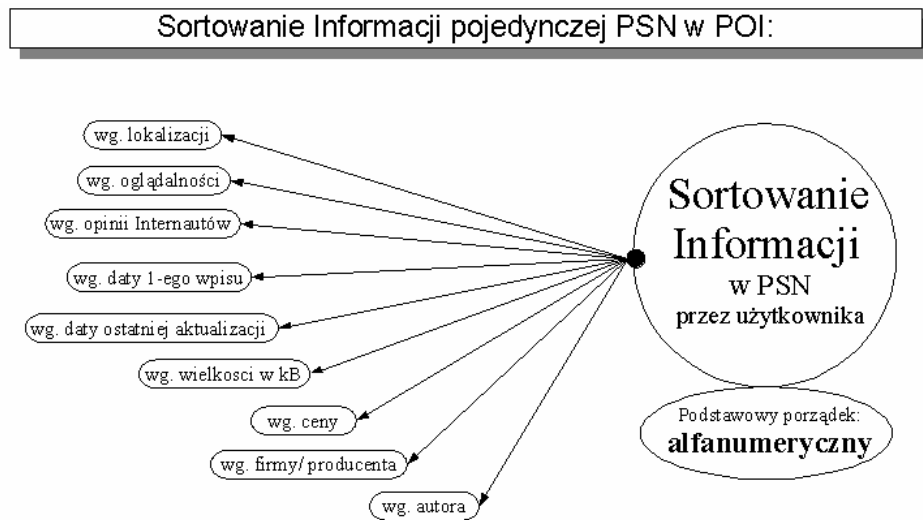
JĘZYK (język treści)

- Skrót: JĘZYK
 - umożliwia przejście do tego samego hasła w innym języku.
- moduł zarządzany przez Centralę POI i Opiekuna
- Integracja zasobów: moduł własny POI

MAPA witryny PN (spis treści)

- Skrót: MAPA, INDEKS, SPIS TREŚCI,
 - pokazane i zebrane są tutaj wszystkie tytuły i linki do wszystkich podstron pojedynczej strony PN w POI.
 - moduł zarządzany przez Centralę POI
- Integracja zasobów: moduł własny POI

Organizacja Informacji wewnątrz Modułów PN

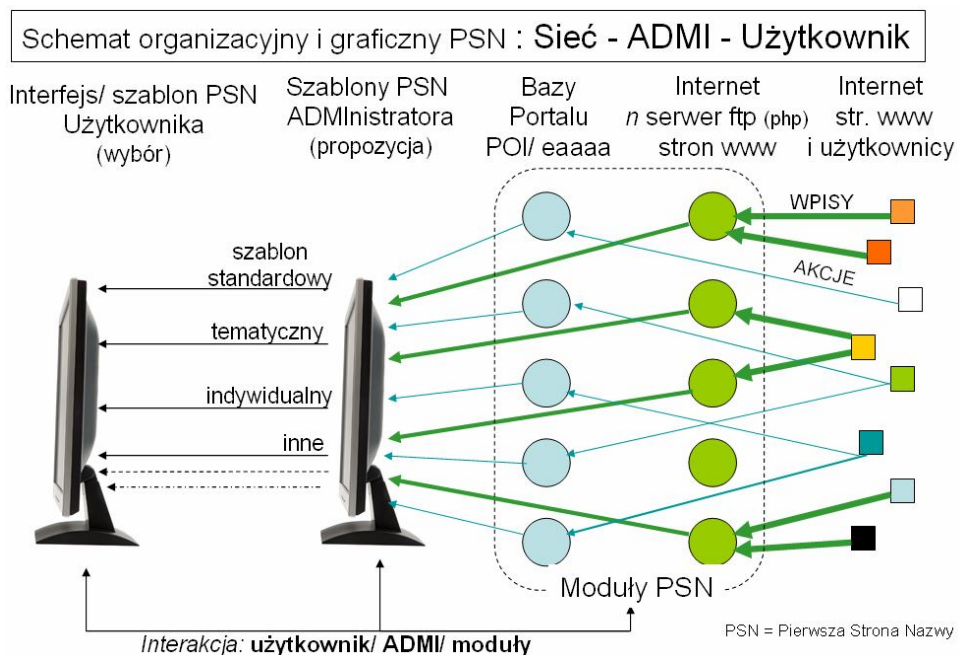


rys.20. Wszystko dla wygody użytkownika
kilka przykładów sortowania informacji wewnątrz modułu.

7.7 PN rozproszone w sieci.

Podobnie jak www, **PN** są (docelowo) **rozproszone w sieci**. Istnieje tutaj pewien kompromis pomiędzy serwisem umiejscowionym pod jednym adresem URL (np. *www.onet.pl*) a całkowitym rozproszeniem, jak wszystkie strony www. Mianowicie Informacja na stronach PN jest częściowo odkładana w bazie danych serwerów naszej centrali a częściowo w sieci na jakimkolwiek portalu oferującym hosting lub utrzymanie strony www.

Dodatkowo z tytułu pracy z podwykonawcami, niektóre z ich gotowych usług staną się modułami PN. Np.: sonda, blog, ogłoszenia, aukcje, księga gości, statystyka itp.



Rys.21. Informacja pochodząca z różnych miejsc w sieci, jest osadzana w modułach PN i przekazywana do Interfejsu użytkownika

Przy okazji należy wspomnieć, że *Microsoft i Google*, każde oddzielnie planują wprowadzić powszechną usługę wirtualnego przechowywania plików dla masowego odbiorcy, co idealnie pasuje do naszego portalu, ponieważ każdy umieszczony tam plik będzie posiadał swój adres url.

Rozproszony system portalu, docelowo funkcjonuje jak **system podobny do www** – rozproszony na setkach tysięcy serwerów a docelowo również na serwerze użytkownika. A więc jest to **coś nowego**, ale **i coś bardzo znanego**. Wyobrażenie, że eaaaa.info to struktura równoległa do www jest tylko przybliżeniem, ponieważ ta pierwsza nie może zaistnieć bez tej drugiej.

Wejście do *Wikipedia.pl, Google.pl* itd. następuje zwyczajowo poprzez wystukanie ich unikalnego adresu. Wejście do **eaaaa.info** następuje również w ten sposób, ale przede wszystkim poprzez wystukanie adresu strony PN (którą jest tylko jej NAZWA, np.: *kredyt, Chanel*), i która niekoniecznie musi być osiągnięta poprzez adres eaaaa.info.

Najczęstszą metodą wejścia na nowe strony portalu jest wejście poprzez stronę PN pokrewną tematycznie do tej, na której się właśnie użytkownik znajduje lub którą już zapisał w ulubionych. Dodatkowo na każdej stronie PN znajduje się pole do wpisu nazwy nowej strony PN.

Jednocześnie chcemy tutaj wyraźnie zaznaczyć, że system jest się w stanie utrzymać w okrojonej formie również **bez centralnego adresu** eaaaa.info.

7.8 Interfejs użytkownika

(Zobacz również akapit powyżej i kolorowe wkładki po tej stronie oraz rys 21.)

To, w jakich kolorach, z jaką czcionką oraz w jakim ułożeniu boksów strony PN oglądana jest informacja, **zależy od użytkownika**. Interfejs jest **indywidualny**.

To, co widzi użytkownik na ekranie, **jest tym, co wybrał z dostępnych szablonów/skórek** lub co sam ustawił **w pliku CSS**.

Reklama										Panel Centrali		
TOP linki			Unikalna Nawa Strony						FREE linki			
			tematyka									
			esencja									
RODZINA słownik			treść						GALERIA FOTO			
									Foto Foto			
									Foto Foto			
NEWSY aktualności									Download			
PYT./ ODP.			Auto	Temat	Top	Free	Rodzina	Pytam	Koment	Plik	Admi	Definicje Wikipedia
			Reklama				BLOG		Panel ADMI		treść	
							AUKCJE		Imię Nazwisko			
							Sprzedaż		Nick			
							Komentarze		Skype			
							VIDEO		Email			
SONDA							AUDIO		Subskr. RSS			
							! Oferta specjalna !		Kontkt		SMS	

Rys.22. Przykład Interfejsu PN. Rozmieszczenie, kształt i barwę elementów na swoim ekranie określa użytkownik i przez taki indywidualny Interfejs ogląda każdą ze stron systemu. Również w innym języku.

Przykładowe typy stron PN

Standard jest elastyczny i docelowo dopuszcza modyfikacje, ponieważ dla przykładu, inaczej jest opisywany produkt handlowy a inaczej miejsce geograficzne, muzyka, program, przepis kulinarny. Szczególnie na początku konieczna jest spójność standardu. Na ile to jest możliwe, będziemy starali się utrzymać spójność standardu bez względu na opisywaną treść. Spójność jest najważniejsza przy przechodzeniu w inny język.

The screenshot shows a web browser window with the URL http://eaaaa.info/psn.php?psn_id=Tatry Polskie. The page content includes:

- Header:** A large image of the Tatra mountains and the 'EAAAA' logo.
- Navigation:** A search bar with 'Tatry Polskie' entered, and a 'Znajdź/Publikuj' button. A sidebar contains links for 'eaaaa.info', 'O Portalu', 'Logowanie', 'ABCDE', 'Strategia', 'Rejestracja', 'Statystyka', and 'Pomoc'.
- Main Content:**
 - Komentarze:** A section for user comments.
 - TOP linki:** A list of top links including 'Morskie Oko', 'Jaskinie tatrzańskie', and 'Bezpieczeństwo w górach'.
 - FOTO:** A gallery of images showing various Tatra landscapes.
 - Opiekun:** A section for the page manager, showing a user profile for 'kijanka'.
 - Esencja:** A summary of the Tatra mountains, stating they cover 175 km² and are part of the Carpathian Mountains.
 - AUTO linki:** A section for automatic links.
 - Temat:** A detailed description of the Tatra mountains, including their geographical features, elevation, and the different parts of the range (Tatry Bielskie, Wysokie, Zachodnie, and Szwajcarskie).
 - Free linki:** A section for free links, including 'Wcześniej niż miesiąc temu', 'Zakopane - gastronomia', and 'Noclegi - Kwatery Zakopane'.
 - Aktualności:** A section for news, including 'Nowy prezes na ciężkie kryzysowe czasy - Dziennik Polski'.
 - Temat WIKI:** A section for a Wikipedia article on the topic.
 - AUDIO:** A section for audio content.
- Footer:** A source attribution: 'Źródła: www.tatry.gulip.pl'.

Rys. Jeden z kilkuset przykładowych Parków Nazw prototypu portalu Ea.

Możliwe jest istnienie następujących podstawowych typów PN, które ze względu na swój zakres tematyczny przyjąć mogą nieco odmienną formę Standardu PN:

- **Tematyka, branża** (nazwy jak: **pop, gry, Opel, komputer, skróty**) - jest to nazwa bardzo ogólna, ale umożliwi przejście do wielu tematów pokrewnych.
- **Produkt / nazwa przedmiotu** (nazwy jak: **drukarka laserowa - HP4L; Aspiryna, stół, masło śmietankowe Kościan, Passat 1,6 GL**) - nazwa skupiająca bezpośrednio wielu producentów i konsumentów.
- **pytanie - (jak dbać o twarz?, jak upiec...?)** - ogromna pula możliwości. Pytanie powinno być sformułowane jak najprościej.
- **Nazwa geograficzna** - strona skupiająca turystów i branżę turystyczną
- **Nazwa ulicy (ul. Marszałkowska)**- najlepiej wybierz tę, przy której mieszkasz.

Strony ulic będą stronami dochodowymi, gdyż będziesz pełnił rolę gospodarza ulicy nie tylko w Internecie. W tym celu planowany jest osobny serwis portalowy.

- **Strona osobistości** (Michel Jackson, Madonna)- piosenkarze, aktorzy, politycy, biznesmeni.
- **Zawód** (programista, murarz, urzędnik, myśliciel) - strona skupia poszukujących i oferujących pracę
- **Temat encyklopedyczny, tytuł pracy** (dyscypliny sportowe, ustrój państwowy, abstrakcja, sądownictwo, teksty artykułów opisowych)
- **Tytuł** (piosenki, książki, filmu, gry komputerowej) - nazwa skupia fanów.
- **Strona Firmowa (Batumex S.A., Coca-cola Ltd.)** - strony dedykowane administracji przez firmy. Jest to źródło dochodu projektu. Administrowanie stroną przez firmę nie ma złego wpływu na jej wiarygodność.
- **Tvoja Strona Osobista** (Jan Kowalski) - na nią zawsze będziesz miał czas, chyba że ... Pośpiesz się, to zostaniesz Kowalski Nr.1. Sprawa zaistnienia stron osobistych nie jest do końca zadecydowana, ponieważ mogłoby to szkodzić wolności osobistej osób np. jeszcze nigdy niekorzystających z Internetu.

Popularność słowa czyli liczba jego wywołań w wyszukiwarce POI przekłada się bezpośrednio na sukces Opiekuna. POI/eaaaa wspiera rozbudowę PN najpopularniejszych słów i nazw.

Rys. Jeden z kilkuset przykładowych Parków Nazw prototypu portalu Ea.

7.9 Opiekun Parku Nazwy – główny zarządca tematu

(Funkcja Opiekuna opisana jest szczegółowiej w punkcie 4.)

Park Nazwy może posiadać swojego **fizycznego** opiekuna-redaktora. W **eaaaa** nosi on miano Opiekuna. Zakres praw Opiekuna w zakresie edycji PN jest zależny od rodzaju edytowanej Informacji.

Opiekun posiada ponad to **prawo własności** do (docelowo) **jednej** wybranej przez siebie nazwy PN. Oczywiście PN (ich nazwy!) można wymieniać, podnajmować, sprzedawać na aukcji lub w sklepie. Aby móc nabyć prawo do edycji strony PN, trzeba ją kupić. W momencie rejestracji kosztuje to dla nazwy ogólnej **tylko 1 zł**.

Osobne szczegółowe regulaminy określają sposób pozyskiwania i zbywania stron PN.

7.10 Katalog ABCDE

Osią całego przedsięwzięcia POI/eaaaa jest główny katalog słów ABCDE. Przeznaczeniem katalogu ABCDE jest funkcja podobna do strony głównej *Google.com*. Po wejściu na stronę **eaaaa.info** albo wpisujemy szukane hasło, albo wpierw wybieramy język (lub system rozpoznaje język użytkownika) i może to być dla nas strona główna portalu. Oczywiście możemy zacząć od wybranej nazwy o ile znamy jej adres np.: **eaaaa.info/nokia**

Sam katalog ABCDE jest **spisem stron utworzonych** w standardzie PN lub/i wprowadzonych do systemu jako nazwy wolne a przyszłościowo do wykorzystania.

Katalog ABCDE jest związany bezpośrednio z następującymi elementami struktury:

- rejestracja i obsługa Opiekunów PN
- przechowywanie na serwerze Centrali tych modułów danej PN, które nie mogą być edytowane przez jej Opiekuna.
- system oceny, sondażu, ankiet i oceny dokonywanej na poszczególnych stronach PN i przechowywanie tych danych na serwerach Centrali
- Moduł Rodzina strony PN jest małym fragmentem Katalogu ABCDE.
- poprzez ABCDE można się dowiedzieć szybko, czy strona PN jest zajęta = czy posiada opiekuna, lub, jakie strony w pobliżu interesującego nas tematu są wolne.

7.11 Centrala projektu

(szerzej opisana w pkt. 14. Struktura Organizacyjna)

Centrala to zespół ludzi, fizyczne biuro z własnymi zasobami i wpływem na wszystko, co wiąże się z istnieniem portalu POI/eaaaa w sieci i jego oddziaływaniem poza siecią. Docelowo (po kilku latach) będzie skupiała się na koordynacji działań użytkowników portalu, którzy poprzez głosowanie i opiniowanie oraz własną pracę będą wywierali wpływ na Centralę projektu.

7.12 Cechy szczególne portalu

Poniżej podajemy, jako uzupełnienie kilka wybranych cech projektu z objaśnieniem. Cechy te oddziałują wielowątkowo: na użytkownika, biznes, funkcjonowanie struktury i na społeczeństwo.

Niektóre z cech mogą się wydawać z początku dziwne lub przesadzone. Nie wszystkie mogą znaleźć zwolenników, mogą też nie zostać w ogóle wprowadzone w życie. Zostaną jednak zaproponowane użytkownikom na odpowiednim etapie rozwoju struktury.

- **1. Nie ma klikania bez sensu** - zwykły link na stronie jest wielofunkcyjny. Jest to właściwie mały program uruchamiany w momencie najechania na link i/lub jego kliknięcia. Pokazują się pola, które umożliwiają ocenę, punktację itp. To cecha projektu dotycząca samego momentu przełączania (klikania linku) w celu przejścia na stronę w POI i na zewnątrz. Taki link służy oddawaniu głosu na właśnie **opuszczaną stronę**. Z pewnością spowalnia to korzystanie ze struktury ale fakt oddania głosu jest punktowany i może przyczynić się do zwiększenia gratyfikacji użytkownika.

Rezultatem jest odkładanie się informacji na temat zapotrzebowania strony, którą się opuszcza jako informację dla Internautów. Ponieważ opinię można wyrazić dopiero będąc na stronie, dlatego też głosowanie odbywa się przy opuszczaniu strony (lub poprzez kliknięcie takiego linku w nagłówku strony). Rezultat głosowania widoczny jest jednak przed wejściem na stronę.

- **2. Pojedynczość Użytkownika a rejestracja.** Jeśli portal ma być praktyczny, Internauta powinien być zalogowany **jednokrotnie**, aby mógł oddać tylko jeden głos.
 - Metodą jest albo rejestracja w autoryzowanej kafejce, urzędzie. Zaznaczamy od razu, że celem tutaj jest „pojedynczość” a nie inwigilacja.
 - z danych osobowych będą publikowane: **miejscowość**, gmina oraz **rok urodzenia i płeć**. Dotyczy to również płci pięknej z tym, że można zastosować dla Niej przedziały wiekowe.
 - To rozwiązanie jest również niezbędne wobec zabezpieczenia dostępu dla dzieci i młodzieży poniżej 18 roku życia oraz..
 - głosowania w POI i w Stowarzyszeniu POI oraz..
 - możliwości płatności POI względem użytkownika.

- **3. Anonimowość użytkownika** – dotyczy powyższego i polega na **zapewnieniu 100%** anonimowości Użytkownika przy zachowaniu kontroli jego "pojedynczości".
 - Anonimowość powinna zapewnić użytkownikom swobodne korzystanie z przestrzeni wirtualnego portalu eaaaa w celu zminimalizowania jego oddziaływania na osobiste życie pojedynczego użytkownika.
 - Natomiast inne regulacje opiniotwórcze i punktacji dają możliwość ukształtowania się „osoby” w systemie a co się z tym wiąże, również hierarchii między użytkownikami. Jak wskazano powyżej ważne jest tu zachowanie pojedynczości użytkownika.
 - Ze względu na powszechne przeznaczenie struktury anonimowość nie dotyczy spraw związanych z bezpieczeństwem Państwowym i działaniami antyterrorystycznymi.

- **4. Autoryzowane Kafejki Internetowe** i inne punkty autoryzowane CENTRALI.
Przeznaczenie:
 - **Rejestracja użytkowników** – jest docelowo **autoryzowana** przez przeszkolony personel wyznaczonych kafejek internetowych. Rejestracja wymaga czasowego odświeżania. Bardzo **nietypowym rozwiązaniem** dla środowiska Internetu jest rejestracja off-line. Jednak wszystkie podstawowe potrzebne do życia i pracy informacje w POI są dostępne bez rejestracji i logowania. Rejestracja jest potrzebna do głosowania, punktacji, dostępu do informacji **nie dla dzieci** oraz administrowania PN.
 - **Kafejki Internetowe** jako regularne **miejsca pracy** naszych **telepracowników**. Stałe gratyfikacje finansowe za pracę przy portalu będą wspierały częsty pobyt w kafejkach. Miejsce pracy dla osób w ruchu, w delegacji, szczególnie dla ludzi starszych i w uboższych regionach, gdzie zakup komputera i stałe łącze wiąże się z dużym wydatkiem. Tam Kafejki mogą zyskać nowych klientów. Prostota obsługi projektu jak i szybki dostęp do informacji w Internecie poprzez naszą strukturę mogą się przenieść na częstsze odwiedziny kafejek.
 - Praca w kafejkach wspiera też **anonimowość** Opiekuna PN.
 - Miejsca odbioru i nadawania przesyłek do i z Centrali – głównie dla Opiekuna.
Ponieważ Centrala wspiera Opiekuna również materiałowo.

- **5. Waluta i punktacja w POI**
Istnieje swoisty system wymiany punktów wewnątrz systemu pomiędzy użytkownikami i zasobami portalu.
Punkty służą do:
 - oceny, podziękowania,
 - mają wpływ na dochód Opiekuna i cenę reklamy, którą płaci zlecający reklamę.
 - waluta wewnętrzna systemu możliwa do wymiany na pieniądz lub towar.

- **6. Głosowanie w POI,**
 - może dotyczyć każdego aspektu przedsięwzięcia, już bez wylizania w tym miejscu, na co konkretnie.
 - Głosowanie umożliwia użytkownikom wspieranie zarządzania projektem przez Centralę.
 - Głosowanie w konkretnej sprawie może uruchomić użytkownik
 - Głosowanie w eaaaa to inaczej również pozyskiwanie zwolenników, a czym ich więcej, tym więcej szans ma powodzenie realizacji np. jakiegoś

pomysłu, który centrala wesprze swoimi funduszami.

- Głosowanie jest ściśle związane z rejestracją użytkownika i jego pojedynczością, itd.
(istnieje osobny dokument: regulamin głosowania)

• 7. Sekretarze Działów CENTRALI

- Ich zadaniem jest uczestniczyć w różnych wydarzeniach wewnątrz CENTRALI, aby na bieżąco relacjonować internautom, co się dzieje w CENTRALI. Można ich przyrównać do Komisji Rewizyjnej i „złotej rączki”.
- praktycznie każdy pracownik Centrali powinien mieć sekretarza, który z jednej strony asystuje i pomaga a z drugiej strony jest niezależny i opisuje swoje spostrzeżenia. Również Główny Manager projektu i jego sekretarka będą mieli swojego sekretarza tego typu.
- Wybierani przez Internautów lub na drodze konkursów i losowań.
- Ich obecność w dowolnym "miejscu działalności" CENTRALI jest bardzo ważna. Pracownicy on-line, których jest więcej nie posiadają sekretarzy.
- Istnieje Regulamin Sekretarzy POI

Należy sobie uświadomić, że na 300 pracowników fizycznej Centrali istnieje 300 sekretarzy, którzy wymieniać się będą co tydzień. Jest to ogromne przedsięwzięcie, ponieważ sekretarze będą mieli opłacony przyjazd, wyżywienie i zakwaterowanie. Jest to też ogromny mechanizm napędzający popularność przedsięwzięcia. Koszty organizacji tego mechanizmu są znikome w stosunku do dochodów POI jak i strategii działań wobec konkurencji. Pracownicy centrali on-line oczywiście nie będą mieli sekretarzy.

• 8. POI znika z Sieci raz w roku

POI raz na rok znika z sieci i to na okres 48 godzin, czyli na pełne 24 godziny dla całej Ziemi. Może to być termin ustalony głosowaniem lub wynikły z potrzeb technicznych, ustalony przez Centralę. Istotą zniknięcia jest przypomnienie o wirtualnym charakterze tego globalnego przedsięwzięcia i ostrożność w budowie zbyt trwałych relacji opartych o jego strukturę. Prawdopodobnie stanie się też doskonałym rozwiązaniem w celu wyczyszczenia systemu z różnych „zakłóceń”

• 9. Jawność CENTRALI

Działalność i organizacja Stowarzyszenia, spółki Planet i Centrali cechują się otwartością i jawnością. **Właściwe Informacje będą publikowane** na stronach internetowych oraz archiwizowane.

Jawność działań Portalu – łatwiej można przedstawić wypisując, co nie jest jawne. Są to loginy i hasła dostępu do kont, programów i serwerów Centrali, ewentualne dane personalne, zgłoszone prace na konkursy i przetargi.

Jawność faktów i działań dotyczy:

działalności finansowej C.	wydatków, przychodów, udziałów, zysków, oprocentowania, stan konta bankowego
księgowości C	rachunków - za co? na kogo? i w jakiej wysokości? bilans, zestawienia, raporty
kosztów zatrudnienia w C	Płace etatowe, prowizje dla Opiekuna - za co? dla kogo? i ile?
umów z podwykonawcami C.	Warunki umowy, terminy, zabezpieczenia - dla kogo? za co?
kosztów prowadzenia biura C.	czynsz, opłaty za prąd, sprzęt, telefon
korespondencji C.	Email i pocztowej wszystkich pracowników i działów Centrali C. m.in. korespondencja z inwestorami, z podwykonawcami, z urzędami, Opiekuna - zarówno na etapie zgłoszenia, jak i współpracy, za wyjątkiem działów: - zabezpieczeń Opiekuna i PN, - ewentualnych danych osobowych
rozmów telefonicznych w C.	wszystkich pracowników Centrali, wewnątrz i na zewnątrz docelowo będą nagrywane, z początku będą raportowane przez sekretarzy
zawartości dysków komputerów w C. .	wszystkich pracowników i działów Centrali za wyjątkiem działów: - serwerów SI i sieci lokalnej C., - zabezpieczeń Opiekuna i PN, - danych osobowych.
wyników głosowania C.	za: - etapami bieżącej działalności C. - propozycjami rozwoju C. - warunkami współpracy z podwykonawcami - stawkami wynagrodzeń, prowizji, udziałów
planowania i rozwoju C.	wszystkie propozycje współpracy, inwestycji, oferty od firm są jawne i publikowane w momencie ich składania.

- **Po co jawność?** – to dla użytkownika portalu, który powinien mieć do nas pełne zaufanie. Rzecz jasna, przy takim postawieniu sprawy odnośnie jawności nie ma już miejsca na „wolną” kapitalistyczną działalność, ale nie jest to jedynym celem projektu. Projekt na tym etapie realizacji będzie już ogólnodostępną, praktyczną platformą komunikacji.
- Jawność ułatwia również globalnie współpracę i ma **strategiczne znaczenie wobec konkurencji**.
- **Realizacja jawności** to wiele lat pracy a oddanie wszystkich sterów w ręce aktywnych Internautów będzie możliwe dopiero pod koniec 7-9 roku działalności. Skutkiem pełnej jawności jest przekształcenie funkcji Centrali z zarządzania na koordynację zamierzeń użytkowników.
- **Wszystkie umowy z podwykonawcami** są jawne i mogą podlegać ścisłej analizie przez zainteresowanych. Jawność i otwartość kontaktów, ofert, korespondencji ułatwia współpracę, ponieważ pomoc tutaj może głosowanie użytkowników, jak i przemyślenie oferty przez oferenta.

- 10. **95% interaktywności eaaaa z użytkownikiem** – eaaaa zmierza do pełnej Interaktywności z użytkownikiem. Jeśli już mamy pełną jawność Centrali, to w 95% interakcja użytkownika aktywnego z Centralą jest dużo łatwiejsza do urzeczywistnienia.
 - Interakcja dotyczy strony PN oraz działań Centrali
 - Ważnym elementem jest utrzymanie obszernego Działu Obsługi Klienta wewnątrz Centrali.
 - Ponieważ niemożliwe jest osiągnięcie 100% interaktywności, dlatego stopień realizacji Interakcji stopniowo wzrasta i będzie to stopień praktyczny. Najbardziej jednak zależy od aktywności samych zainteresowanych.
 - Im bardziej zaawansowany stopień aktywności użytkownika, tym większa interaktywność systemu. Związane jest to z budowaniem się hierarchii pomiędzy użytkownikami, co jest wspierane głosowaniami i systemami punktacji.

- 11. **Możesz sam wyłączyć POI**
 - Dotyczy zaawansowanego etapu realizacji POI/eaaaa po 5-8 latach.
 - Nazywane jest to "**resetem eaaaa**" i polega na takim sumarycznym rezultacie głosowań na różne opcje Centrali, które razem "skalkulowane" doprowadzają swoimi skutkami do przewidywalnego lub nieprzewidywalnego wyłączenia eaaaa lub jego części językowej w sieci.
 - Ponowne uruchomienie może nastąpić poprzez interwencję Centrali, po odbytych głosowaniu o przywrócenie działania eaaaa np. po upływie 24 godzin.
 - Reset wiąże się z zakładaną interaktywnością Portalu i jest jakby tego dowodem.
 - Reset przypomina użytkownikom, że choć Internet jest powszechny i globalny jest to tylko program, lub inaczej - Wirtualna Rzeczywistość jest cyfrowa i jest także programem jest więc ostatecznie złudzeniem. Świadomość tego faktu może być bardzo ważna dla dorastających dzieci.
 - Naszym zdaniem, bez funkcji „resetu eaaaa” to przedsięwzięcie byłoby warte dla społeczności portalu tylko **połowę**.

8. Funkcjonowanie projektu, E-usługi.

Jakkolwiek budowa i organizacja projektu jest prosta i przejrzysta, to funkcjonowanie **wnosi kilka nowości** wymagających od biernego i aktywnego użytkownika zrozumienia a właściwie **przyjęcia reguł** postępowania (ponieważ w WR jest to możliwe do zasymulowania). Jeśli chce on czegoś więcej od systemu, niż tylko przeglądanie kontentu, powinien się do tych reguł dostosować – i jeśli nie zależy mu na wykluczeniu ze społeczności.

Docelowo projekt rozwija się w takim kierunku, aby umożliwić osobie niestosowania się do żadnych reguł (co umożliwiał WR) z tym, że będą do tego celu przeznaczone osobne miejsca. Jest to podyktowane m.in. utrzymaniem praktyczności portalu oraz zachowaniem go, jako bezpiecznego miejsca dla dzieci.

Projekt ma swoje **przeznaczenie i cele** i to one **kształtują** jego **funkcjonowanie**. Większość podstawowych funkcji portalu jest intuicyjna i wypływa z samej jego wizualizacji, jednak inne możliwości są ukryte i trzeba je wyjaśnić.

Przewiduje się w tym celu filmy instruktażowe i wskazówki postępowania, wyjaśniane za pomocą multimediiów, oznakowanie hasłami (tytułami, czego dotyczą) i to za ich pomocą użytkownik rozpocznie współpracę.

Jednym z pierwszych haseł, z którym spotka się użytkownik, a które pokazuje funkcjonowanie portalu jest:

„Weź w opiekę kawałek Internetu”

- mowa tu o stronie PN, która jest własnością Opiekuna i jest pod jego opieką.

Inne hasło wspomniane już powyżej:

„Pracuj dla siebie z korzyścią dla Innych”

- to hasło objaśnia i uspokaja użytkownika po tym, jak **zdecydował** się on już zostać Opiekunem. W szczegółowych objaśnieniach użytkownik dowiadyuje się, jakie jego praca przyniesie mu **korzyści**, oraz że wykonana praca ma dodatkowo również społeczne cele i **wszyscy** na tym **skorzystają**.

Opisaliśmy tutaj podstawowy cel funkcjonowania POI, czyli uporządkowanie Wiedzy w Internecie.

W miarę rozwoju struktury informatycznej użytkownik będzie się zapoznawał w trakcie swojej pracy z innymi specyficznymi funkcjami projektu.

8.1 Główne elementy funkcjonalne wpływające na ogólne funkcjonowanie portalu:

- Rejestracja i zmiana Opiekunów i wybranych NAZW
- Dopisywanie kontentu przez użytkowników: komentarze, uwagi, linki, fotki
- Budowa stron PN przez Opiekunów, ale także automatyczna budowa PN poprzez moduły: FREE, Komentarze, Języki i inne
- Systemy oceny, punktacji (i komentarzy, jak w Allegro) dotyczącej kontentu tworzego przez Opiekuna
- Waluta wewnętrzna projektu w systemie punktacji docelowo częściowo wymiennej na realny pieniądz lub towar.
- Systemy statystyk i ich oddziaływanie na wszystkie elementy eaaaa i znaczenie dla marketingu biznesowego.
- Rejestracja użytkowników celem dostępu do kontentu niedostępnego dla dzieci i młodzieży na późniejszym etapie realizacji.

8.2. E-usługi portalu Ea:

Porównując dostępne e-usługi w Internecie stwierdzamy, że ciągle brak w nim jednej platformy odniesienia do treści w danym temacie. O ile w przypadku treści encyklopedycznej (Wiedzy, zarówno czytanie i publikowanie) już się to dokonało (Wikipedia) tak w odniesieniu do informacji **praktycznej i aktualnej** takiej platformy niema.

Informacji praktycznych i aktualnych szukamy zazwyczaj poprzez usługę wyszukiwarki Google i łądujemy ostatecznie i zależnie od tematu w dziesiątkach tysięcy różnie zbudowanych portali i innych stronach, w których zazwyczaj podobnie brzmiąca informacja się znajduje. W tych dziesiątkach miejsc internauci wprowadzają również treść, często dublując się. Przeszukujemy więc wyniki Google poszukiwaniu tej nas satysfakcjonującej informacji. O ile dla osób wykształconych i inteligentnych (10% Internautów) korzystanie z usługi Google nie stanowi problemu tak dla większości narzędzie to kojarzy się z wysiłkiem lub poświęceniem czasu.

Portal Ea spełnia oczekiwania tej licznej grupy odbiorców tworząc platformę odniesienia do wszystkich spraw człowieka dających się wyrazić **słowem**. Każde słowo lub temat (podobnie jak w Wikipedii) ma swoją reprezentatywną stronę - Park Nazwy - jednak charakter zgromadzonej treści jest ograniczony do krótkich informacji i tej najbardziej poszukiwanej; **praktycznej i aktualnej**. Słowa praktyczne i aktualne związane są z informacją o produktach, usługach, markach, firmach, wydarzeniach, lokalizacjach, ogłoszeniach itp.

Aby sprostać powstaniu takiej E-usługi mającej wymiar praktyczny i aktualny należało utworzyć na tyle dynamiczną strukturę opartą o technologicznie najnowsze rozwiązania i zmotywowaną pracę człowieka aby platforma ta była w stanie spełnić swoje zadanie i sprostać konkurencji dotychczasowych przyzwyczajień. Ostatecznie prezentujemy wielowątkową „e-usługę” mającą znamiona nowego medium i osadzoną w dynamicznym środowisku zmieniających się treści i ruchów użytkownika jakim jest Internet.

W ramach działania portalu EA planujemy uruchomienie różnych usług, które wzajemnie się zębiają w swoim działaniu:

Uwaga 1: dla jasności sytuacji udzielamy wyjaśnienia, że udział użytkownika jest anonimowy oraz kategorię pojedynczy, z określeniem wieku, płci, lokalizacji i zainteresowań.

Uwaga 2: Rozwój portalu Ea jest zbliżony do powstawania Wikipedii.

1. Portal jako całość jest e-usługą o walorach: edukacyjno-informacyjno-opiniotwórczo-zarobkowo-kontaktowych

2. Wyodrębniamy **e-usługi**:

- a. **Dziennik internetowy „Park Nazwy”** [PN]- gazetka z aktualnymi informacjami w określonym i precyzyjnym temacie, cegiełka portalu Ea, na której umieszczone są prawie wszystkie niżej wymienione e-usługi. Park Nazwy to strona tematyczna znajdująca się pod opieką określonego użytkownika. Podzielona jest na boxy skupiające różnie zagregowaną treść: automatycznie, półautomatycznie i ręcznie poprzez opiekuna PN i ręcznie poprzez innych użytkowników portalu Ea. Boxy zawierają w skrócie: linki, tekst, multimedia i elementy interaktywne jak: oceny, komentarze, sondy i ankiety, w tym kontakt z opiekunem – żywym znawcą tematu. Przykład 1. : „**Morze Bałtyckie**” – opisuje Morze od strony praktycznej, czego się spodziewać o danej porze roku, gdzie zacząć szukać noclegów i za jaką cenę, jakie atrakcje i gdzie są planowane, jak dojechać, na jaki sprzęt wodny można liczyć, gdzie można dobrze zjeść, wypocząć, potańczyć – słowem to wszystko czego użytkownik szuka zaczynając poszukiwania od najbardziej ogólnej myśli: „*wyjazd nad Morze*”. Przykład 2. : „**Pralka Amica, Linia Optima Digital, Model...**” – skupia linki do producentów części zamiennych, dealerów, serwisantów, komentarze i ocenę jej użytkowników tak jak fotki i instrukcje wideo, reklamę promocji w określonym miejscu i konkurentów podobnych produktów – wszystko czego potrzebuje klient pragnący zakupić lub używający pralkę.
- b. „**znajdź i publikuj w jednym miejscu**” – usługa docierania do informacji w nowy innowacyjny sposób poprzez zawężanie szukanego tematu (a nie przeszukiwanie wyników wyszukiwania). Usługa ta umożliwi również publikowanie informacji. Jednym miejscem tutaj również jest Park Nazwy.
- c. „**Użytkownik na medal**” – e-usługa budowy wiarygodności użytkownika (podobna w działaniu do usługi w Allegro) – działa w odniesieniu do akcji podejmowanych przez użytkownika (w tym reprezentującego biznes), które mogą oceniać inni użytkownicy. A więc wklejanych komentarzy, linków, fotek oraz zachowań wobec innych użytkowników w portalu. Uzyskiwanie pozytywnej oceny jest nagradzane w konkursach i gratyfikacją użytkownika a pojedynczemu użytkownikowi ułatwia nawiązywanie kontaktów.
- d. „**Firma na medal**” – e-usługa budowy wiarygodności biznesu w odniesieniu do Firm działających w Realu (nie wyłącznie będących użytkownikami Ea). W ramach tej usługi zintegrowane są sponsorowane sondy, ankiety i mechanizmy oceny dotyczące samej działalności firmy. Usługa ta umożliwi m.in. skojarzenie pracodawcy i przyszłego pracownika na równych warunkach przed i w trakcie wykonywanej pracy. Innym rezultatem tej e-usługi będzie powstawanie wizytówek firm interesujących przyszłych kontrahentów (MSP) danej firmy umożliwiających lepsze poznanie przyszłego partnera biznesowego.
- e. „**Produkt, usługa, marka na medal**” – e-usługa budowy jakości produktu, usługi marki. Usługa ta umożliwi budowę relacji biznesu z konsumentem na otwartym polu, bez zaciemnień, psychologicznych oddziaływań reklamy i strategii firmy. Również tutaj w ramach tej usługi zintegrowane są sponsorowane sondy, ankiety oraz mechanizmy oceny i komentarzy dotyczące produktów, usług i marek. Rezultatem tej e-usługi będzie pozyskanie przez biznes lojalnego klienta. Dla użytkownika i konsumenta będzie ta e-usługa umożliwiła trafniejszy wybór. Kolejnym rezultatem tej e-usługi będzie zmniejszenie się ilości buble wśród produktów i usług (również w

administracji, szkolnictwie, medycynie, prawie i polityce) na rynku gdyż opiniotwórczy charakter tej e-usługi będzie oddziaływał ujemnie na popyt tych produktów i usług.

- f. **„bezpieczny Portal”** e-usługa – umożliwiająca zapoznanie się z przeznaczeniem nowego portalu w sieci oraz komentarzami użytkowników, którzy już go odwiedzili. Rezultatem tej usługi jest zwiększenie bezpieczeństwa w sieci oraz zwiększenie użyteczności oferowanych usług w portalach. W portalu Ea, również domeny mają swoją reprezentację jako Park Nazwy.
- g. **„bezpieczny Internet”** e-usługa kierowana do najmłodszych i polegająca na bezpiecznym od strony sieci korzystaniu z zasobów Internetu. Jest możliwa do zrealizowania po 3-4 latach funkcjonowania portalu Ea. Każdy PN jest przyporządkowany do wieku użytkownika i wiek określa jego dostępność. Ograniczenie dostępności dotyczy zarówno PN jak i znajdujących się na nich linkach do zewnętrznych portali. Rezultatem tej e-usługi jest niemożność dotarcia przez dziecko do treści niewskazanych dla jego prawidłowego rozwoju; (tekstów, zdjęć i video o przemocy, wojnie, wulgarnych itp.)
- h. **„wprowadzenie do Internetu”** e-usługa oferująca zapoznawanie się z informacjami w sieci Internetu dla wszystkich początkujących Internautów, w tym dla osób starszych. Usługa polega na poznawaniu struktury Internetu nie poprzez surfowanie od portalu do portalu, które wywołuje u osób starszych irytację a poprzez odwiedzenie strony Parku Nazwy w interesującym użytkownika temacie i z tego miejsca zapoznawanie się z Internetem. Zawsze jednak użytkownik ma możliwość powrotu do znanej struktury Parków Nazw, umożliwiających poznanie wszystkich innych tematów. Park Nazwy dla tej usługi będzie przejrzystym własnym interfejsem a dla ludzi starszych o powiększonej, czytelnej czcionce.
- i. **„moja e-firma”**, e- usługa polegająca na utworzeniu z Parku Nazwy miejsca zarobkowania **dla aktywnych** (około 10-20%) **użytkowników** (= opiekun i redaktor dziennika „Parku Nazwy”). Portal Ea przeznacza część zysków jako odpłatność dla użytkowników najbardziej aktywnych w postaci nagród rzeczowych, doładowania telefonu lub kieszonkowego. Najbardziej intratne nazwy PN (np. finanse, nieruchomości, ogłoszenia, Iphone, Asus, Porsche, nazwy hitów muzycznych i filmowych) będące w posiadaniu użytkowników będą licznie odwiedzane. Ruch ten będzie generował pojawienie się reklamy i innych źródeł dochodu portalu Ea. Użytkownik będzie motywowany tym do promocji swojej strony i utrzymania jej w najlepszej jakości w czym będą mu pomocne systemy oceny i punktacji używane przez pasywnych użytkowników a nawet tymczasowe zatrudnienie copywritera . Rezultatem tej e-usługi poza materialną korzyścią dla użytkownika będzie otrzymanie przez niego **tożsamości** w Internecie (w połączeniu z unikalnym miejscem PN) oraz uzyskanie przez niego **wyróżnienia w Realu** (z tytułu redagowania ciekawej nazwy PN w portalu Ea) jak i możliwości odniesienia **sukcesu** na tle innych użytkowników Ea. Rezultatem tej e-usługi dla Ea jest powstanie jakościowo i ilościowo bazy praktycznej i aktualnej informacji poszukiwanej przez pasywnych użytkowników (80-90% wszystkich uż. Ea).
- j. **„nie ma klikania bez sensu”** – e-usługa dla pasywnych (80-90% wszystkich uż. Ea) użytkowników nie posiadających pod opieką Parku Nazwy. Praktycznie za każdą dodatkową czynność (oprócz przeglądania informacji) jak udzielanie oceny, komentarza, wypełnienie sponsorowanej ankiety i inne, użytkownik otrzymuje punkty. Punkty są wymieniane na nagrody rzeczowe i pieniężne kieszonkowe. Usługa ta oprócz korzyści materialnej dla użytkownika ma dwojakie znaczenie: utrzymuje treść informacji w przyzwoitej jakości oraz motywuje użytkownika do działania, na które by się za darmo nie zdecydował.
- k. **„Platforma reklamy kontekstowej i lubianej”** e-usługa polegająca na docieraniu z przekazem reklamowym (banery, linki i teksty sponsorowane) do użytkownika wyselekcjonowanego poprzez PN, który on odwiedza. Taka reklama będzie skuteczniejsza ponieważ jest ściśle pokazywana w miejscu i czasie kiedy użytkownik interesuje się daną informacją. Jeśli taka reklama będzie bardziej skuteczna to mimo utrzymania cen rynkowych za reklamę w Ea będzie też ekonomiczniejsza. W tym momencie może stać się na tyle opłacalna, że zainteresuje reklamodawcę dotychczas nie zainteresowanego umieszczeniem informacji w Internecie a mianowicie mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa. Rezultatem tej e-usługi będzie dochód portalu oraz zajęcie wolnej dotychczas niszy obsługi reklamowej dla MMSP.
- l. **„Realna reklama targetowana”** - typowa e-usługa wspierająca każdy przekaz reklamowy od strony właściciela portalu. Ważną cechą naszego targertowania tzw.: **„realne targetowanie”** w odróżnieniu do portali ogólnych, polega na tym, że targetowanie użytkownika jest realnie weryfikowane (podobnie jak to się dzieje w Allegro) poprzez kontakt bankowy lub pisemne potwierdzenie tożsamości. Jak już wcześniej wspomniano weryfikacja nie będzie zaburzała zachowania anonimowości użytkownika w portalu.
- m. **Zagubiono- znaleziono.pl** (wykonany prototyp) – E-usługa umożliwia nawiązanie kontaktu osoby gubiącej przedmiot z osobą, która znalazła zgubę: np. torebkę, komórkę, klucze, parasol itp. W treści zgłoszenia można przekazać tekst, w postaci słów kluczowych, fotkę, wymienić uwagi, określić znaleźne. Usługa może posłużyć do odnajdywania się osób poprzez słowa kluczowe cech spotkania (np.: po spotkaniu w takim a takim miejscu - zaginęły wizytówki lub ktoś zgubił telefon), które przynajmniej w części pamiętają obydwie osoby. E-usługa jest oparta o strukturę portalu Ea. Jej rezultatem będzie możliwość odnajdywania zagubionych przedmiotów i kontaktu do znanych osób .

- n. **StaryNumer.pl** (wykonany prototyp) – E-usługa umożliwi nawiązanie kontaktu z osobą, która z różnych przyczyn utraciła numer telefonu, lub uległ on zmianie. W portalu Ea osoba wpisuje numer starej komórki i w odpowiednim polu (np. komentarze tekstowe) informuje pod jakim nowym numerem lub adresem można nawiązać kontakt.
- o. **Bezpieczniej na drogach** – E-usługa polegająca na utworzeniu Parku Nazwy z numerem rejestracyjnym samochodu. O co chodzi? Jesteśmy świadkami brawurowej, stwarzającej niebezpieczeństwo jazdy na drodze. Widzimy jak ktoś wyrzuca śmieci w czasie jazdy z samochodu – możemy w utworzonym PN ocenić ten numer rejestracyjny (a tym i samochód i jego kierowcę) – zebrane w ten sposób dane (od wielu różnych użytkowników) mogą zmusić winnych do ograniczenia swoich niebezpiecznych zachowań.
- p. **„Domena alfanumeryczna”** – e-usługa polegająca na przyznaniu unikalnej nazwy lokalizacji w Internecie (podobnie jak domena) w obrębie portalu Ea . Jest to usługa docelowa dojrzałego portalu jako alternatywa do znikających ciekawych nazw domen internetowych, zablokowanych i nieużywanych nazw domen zbyt długich i dziwnych nazw domen. Nazwy domen alfanumerycznych odpowiadają ich znaczeniu, które jest weryfikowane. Zamiast domeny: www.stolarstwo-meblowe.pl, stolarstwokuchenne.pl i innych z członem głównym „stolarstwo” proponujemy spójny system nazw złożonych z członu tekstowego i: stolarstwo23, wymiana-opon567, spozyczy5678, pensjonat346., szkoła20902. lub jest to połączenie numeru telefonu i głównej działalności: apteka61-8761234. Taki adres wskazuje na dowolną lokalizację w Internecie (oraz stronę w Ea) a wpisany również w tradycyjnej wyszukiwarce umożliwi namierzenie właściwego adresata.
- q. **„bank pomysłów i realizacji”** – ważna e-usługa oparta o konkurs, polegająca na gromadzeniu pomysłów z możliwością ich urzeczywistnienia o i ile pomysłodawca zbiera zwolenników. Po zbieraniu właściwej ilościowo grupy, która osiągając liczbę zakwalifikuje się do finału konkursu portal Ea wesprze realizację pomysłu własnymi (lub innymi środkami sponsorów) o ile do jego realizacji znajdują się rzetelne podmioty gwarantujące prawidłowość wykonanych prac i na których będzie leżała odpowiedzialność wykonania wobec Ea. Ideą tej e-usługi jest wykorzystanie potencjału twórczego Internautów, którzy otrzymując narzędzie oraz fundusze jak i wsparcie w realizacji samą swoją ilością przyczynią się do zaistnienia pozytywnych działań w realu. Ponadto e-usługa umożliwi gromadzenie pomysłów bez ich publikowania co oznacza archiwizowanie daty i treści złożenia pomysłu. Rezultatem tej e-usługi będzie aktywność w Realu użytkowników Internetu ze wszystkich branż i tematów, gdzie tylko pojawi się dobry pomysł i wystarczająca ilość jego zwolenników.
- r. **„gospodarz ulicy, miasteczka, wsi”** – e-usługa, w której użytkownik portalu i mieszkańiec ulicy czy mniejszej miejscowości opiekuje się Parkiem Nazwy np.: ulicy na której mieszka. Do jego czynności należy opisanie ulicy, zrobieniu fotek z najważniejszych jej miejsc. Może on też odwiedzać sklepy, warsztaty i firmy, budować dla nich Parki Nazwy i proponować wykupienie lub stałą opiekę na zlecenie. Dla portalu tacy opiekunowie są osobami pracującymi i dla siebie i dla portalu gdyż przygotowanie reklamy przez dany podmiot może zacząć się od opiekuna ulicy. Rezultatem tej usługi będzie powstanie bazy danych i dużej grupy wolnych współpracowników portalu, których działalność może przyczynić się do promocji portalu i jego usług. Powstała i utrzymywana w aktualnym stanie baza może zostać sprzedawana do używania firmom od nawigacji satelitarnej w celu uzupełnienia ich oferty.

9. Harmonogram realizacji projektu i promocja

Esencja:

Popularność pojedynczych stron PN przekłada się na popularność całej platformy, która w stosunkowo krótkim czasie może stać się praktycznym narzędziem dla większości Internautów. Nie jest to encyklopedia - a krótkie wpisy, komentarze, linki, fotki, video, aktualności, ogłoszenia, reklama - masowy użytkownik **krótko czyta, krócej pisze, chętnie klika**. Ilość użytkowników, usługi i charakter portalu przyciąga biznes i reklamodawców. Dochody portalu są przeznaczane (po zobowiązaniach inwestycyjnych) dla użytkowników. Za **prawie wszystkie czynności** aktywny użytkownik zdobywa punkty przekładane na kieszonkowe. Bierny Użytkownik zbiera punkty za korzystanie z portalu. Możliwość zarabiania motywuje użytkownika do rozbudowy swojej strony a tym samym portalu i kółko się zamyka. (schemat działania portalu w pkt.7.2)

Bazujemy na wykonanych już pracach programistycznych i rozwijamy je. **Wykonaliśmy funkcjonujący prototyp** Parku Nazwy, który aktualnie działa i pozyskuje użytkowników.

The screenshot shows the EAAAAA.info website prototype. The header features the colorful 'EAAAAA.info' logo and the text 'Portal Otwartej Informacji'. Below the header is a navigation bar with a search box and a 'Znajdź / Publikuj' button. The main content area is divided into several sections: 'Witamy w Eaaaa.info - chcesz zarabiać?' with a description of the portal's purpose; 'Pierwszy raz?' with links for registration, portal overview, and examples; 'Logowanie' with a login form; 'Ostatnio opublikowane PARKI Ilazwy' and 'Ostatnio zaparkowane Ilazwy' with lists of recent content; and 'Najatrakcyjniejsze PARKI na sprzedaż' with a list of items for sale. At the bottom, there is a footer with navigation links, user statistics, and a row of category icons.

Strona główna prototypu portalu Ea. Na pierwszy rzut oka jest mało zrozumiała, odpychająca. Dlatego mamy bardzo wysoki wskaźnik odrzuceń, 60-90%. Jednak od momentu uruchomienia na początku grudnia 2008 pozyskaliśmy 358 użytkowników (8.kwiecień.09). Jest to niewiele ale liczba ta mimo wszystko bezustannie wzrasta. Użytkownicy są mało aktywni, to nie jest jednak portal a prototyp o czym ostrzegamy. (Strony Parków Nazw z prototypu prezentowane są w punkcie: 7.8) Przepuszczamy jednak, że użytkownik pragnie się zakotwiczyć.

Prototyp portalu jest przeznaczony do dalszego omawiania szczegółów funkcjonalności trudnych do wyartykułowania językiem opisowym. To co ważne w prototypie to funkcjonalności a nie grafika i teksty. **Można się zarejestrować i zbudować Park Nazwy.**

Aksjomatem naszego działania jest przyjęcie założenia, iż po roku do dwóch lat od rozpoczęcia działalności inicjatywa zacznie być rentowna i zacznie przynosić zyski.

Po pozyskaniu inwestora lub finansów i podpisaniu umowy – pierwszy rok działalności na bazie 300 000 zł.

Timing:

1 miesiąc

organizacja: wynajęcie siedziby, organizacja biura.

aplikacja: przygotowywanie wewnętrznych szkoleń dla personelu, zaliczka na programowanie dla profesjonalnej firmy programującej.

marketing: ukonstytuowanie się działu, napisanie planów marketingowych. Rejestracja użytkowników pragnących zarezerwować nazwę.

4 - 6 miesiąc

organizacja: rekrutacja programisty i obsługi klienta.

aplikacja: zakończenie I części programowania i wdrożenie aplikacji. projektu jako bazy do rozbudowy na zasadach OpenSource.

marketing: reklama oraz powiadomienie odbiorców zainteresowanych pracą w Internecie o nowym sposobie zarabiania

7-10 miesiąc

organizacja: rekrutacja wolontariuszy i telepracowników, pierwsze nawiązanie współpracy z podwykonawcami części projektu na bazie ich działających usług internetowych. Napisanie wewnętrznych regulaminów, opis i opracowanie wewnętrznych dokumentów i ich obiegu. Zdobywanie stałej relacji z opiekunami PN.

aplikacja: rozbudowa silnika i zakończenie programowania II część. Wkładanie treści przykładowego. Ewentualne tłumaczenia na inne języki i pierwsze testy aplikacji wielojęzycznej .

marketing: Marketing szeptany na bazie kilkuset do kilkutysięcy opiekunów o możliwości zarabiania i innych walorów portalu. Zaproszenie na polecenie.

11 -12 miesiąc

organizacja: dalsza rekrutacja, współpraca i wdrożenie usług podwykonawców w naszą strukturę.

aplikacja: dopracowanie aplikacji, zainwestowanie we własną strukturę serwerową związaną z przyrostem pierwszych zaangażowanych użytkowników. Tłumaczenie modułów i dostosowanie ich do innych wersji językowych, Ewentualnie implementacja do innych krajów

marketing: ciągle prezentacje dla szkół, dalsze działania nakierowane na PR i buzz marketing, zapoznanie obcokrajowców studiujących w Polsce z nową ideą pozyskiwania informacji w sieci.

Pierwsze rozmowy z użytkownikami biznesowymi i potencjalnymi reklamodawcami. Działania organizacyjne obejmujące PR dla krajów nowo wchodzących w struktury POI.

13-15 miesiąc

organizacja: pozyskanie dużego inwestora

aplikacja: dalsze dopracowywanie aplikacji, włączanie nowych użyteczności,

marketing: dalsze działania, kampania internetowa,

Szacujemy, że osiągnięcie 400.000 haseł PN będzie świadczyć o dojrzałości projektu

i nastąpi to **przed upływem 1 roku**. Struktura POI bazuje częściowo na zasobach zewnętrznych dlatego przyrost liczby haseł wzrasta szybciej.
(Wikipedia 570 000 haseł: luty 2009).

Spodziewamy się, że po 5-7 latach portal osiągnie ugruntowaną i stabilną pozycję na rynku światowym, ale przede wszystkim będzie dojrzewającą już platformą biznesową **nowej generacji**. W tym miejscu można przeinaczyć trochę Cel projektu: Eaaaa to platforma dla Biznesu a Internet jest dla ludzi.

Po czasie około 8-11 lat portal osiągnie pełną dojrzałość i stanowi w tym momencie punkt wyjścia do dalszych udoskonaleń i spodziewamy się, że już nie tylko samego Internetu, ale również **zdrowia, współpracy i pokoju** na świecie.

Dodatkowe formy promocji portalu

Przy promocji portalu pomogą sami zainteresowani – najliczniejsza grupa

- **Użytkownik promuje swój Park**, ponadto może wypromować Park (tym samym portal) za pomocą własnej domeny, liczy się liczba użytkowników (za punkty wymienne na pieniądze) + otrzyma możliwość budowy własnej strony głównej (intro flash, specjalna grafika.).
- **Opłacić zbudowanie treści przez użytkowników** koszt jednej strony to 3-4 zł (za punkty wymienne na pieniądze) + przybywa treści i użytkowników → zwiększa się oglądalność portalu + jeśli zatrzymuje Park dla siebie dostaje mniej. + autoryzacja użytkownika
- **Użytkownik otrzymuje punkty za pozyskanie kolejnego użytkownika.** + przybywa użytkowników z polecenia, + tworzy się siatka znajomych, (np. za zarejestrowanego 3,-zł) + darmowa reklama na forach, w mailach - poprzez linki polecające
- **Użytkownik otrzymuje 100 nalepek i rozkleja je** z nazwą swojego Parku lub bez. Użytkownik może je też sam wydrukować. Nalepki otrzymuje za punkty → zwiększa to odwiedzalność jego Parku i pozyskuje kolejnych poleconych użytkowników (punkty). + rozklejane ulotki to dla portalu reklama.
- **Użytkownik otrzymuje wizytówki** z nazwą swojego Parku. Wizytówki otrzymuje za punkty → prestiż dla użytkownika
- **Opiekunowie sprzedają Nazwy i Parki na aukcjach i składają oferty firmom.** Są wyposażeni w materiały reklamowe, prezentację, cennik dla biznesu, CD i wizytówki

9.1. Rodzaje strategii realizacji

Rozwój burzliwy spowodowany ogólnym zaakceptowaniem pomysłu i wynikających z niego możliwości i dla korzyści Internautów. Wiążą się z tym lawinowe (od wielu milionów użytkowników) rejestracje stron tematycznych, zapytania, opinie itd. Reakcja mediów jest sprzyjająca, budzi zainteresowanie, dzięki czemu projekt ugruntowuje swoją pozycję w świadomości i globalnym Internecie. Czas realizacji około 0.5 roku.

- (+) szybki i pewny start wymagający dobrego przygotowania merytorycznego i sprzętowego. Uprzedzenie działań konkurencji firm komercyjnych z powstaniem odmiennych obcojęzycznych standardów włącznie.
- (-) możliwość zablokowania się linii, serwerów. Zwiększone ryzyko zniechęcenia do projektu. Niemożność udzielenia odpowiedzi Internautom i właściwego zareagowania na słuszne opinie, reakcje i uwagi.

5 atutów realizacyjnych projektu

1. **Portal-Internautów.pl** – zainteresowanie najliczniejszej grupy
2. **Idea wychodzi od zwykłych ludzi** – nie firma, nie urząd, nie Megaportal. Walczyli o to 11 lat – to budzi zaufanie Internautów.
3. **Zaczynamy w Polsce** – od mniejszości językowej w Internecie, to wesprze współpracę mniejszych narodów. Centrala Ea planowana jest w Polsce.
4. **Prosta, przejrzysta i żywa struktura** – porządek wprowadzają ludzie a nie roboty. Niskie koszty realizacji.
Jedno hasło – jeden wynik
Szukanie i publikowanie uiop w jednym miejscu
5. **Cel** – uporządkowanie zasobów Internetu, bezpieczeństwo dla dzieci, dostęp ludzi starszych. Rozwiązywanie problemów lokalnych, krajowych i globalnych.

Rozwój spokojny wynikający z podejrzliwości Internautów do projektu, który jako taki w fazie wstępnej niewiele sobą reprezentuje. Korzyści są jasne, ale wymagają oswojenia, porównania się z innymi, obserwacji otoczenia. Reakcja mediów jest pozytywna, ale powściągliwa. Czas realizacji 3 lata.

- (+) możliwość sukcesywnego przeprowadzania ulepszeń projektu wynikających z sytuacji, opinii i reakcji Użytkowników.
- (-) możliwość reakcji konkurencji.

Naszą strategią jest utrzymanie **pod kontrolą „rozwoju burzliwego”** (taka jest natura Internetu). Chcemy pokazać Internaucie korzyści docelowe, przedstawić jemu dzisiejsze narzędzie oraz zachęcić go do nieznacznych ruchów współpracy a równolegle oferować mu **coraz to bardziej rozbudowane usługi i możliwości interakcji** z projektem i innymi użytkownikami. W ten sposób będziemy stopniowo pozyskiwać użytkowników i stopniowo korygować zamierzenia do realiów. Utrzymamy świeżość i nowość na niezmiennym poziomie.

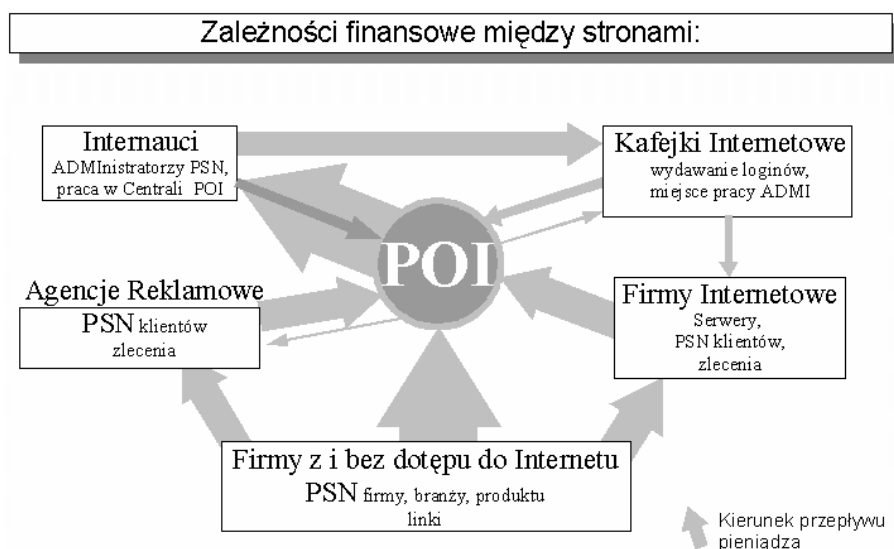
Dopiero wskaźniki oglądalności naszych stron będą magnesem dla pierwszych płatników-reklamodawców. Jest to początek zwrotu inwestycji.

10. Model finansowy

Wstęp

Trudno jest oddzielić docelowe rozmiary portalu od jego wpływu na globalne społeczeństwo, dlatego jego prospołeczny charakter stał się wymogiem i kierunkiem rozwoju struktury, w tym również jego strony finansowej.

Model finansowy portalu jest związany z jego konstrukcją informatyczną i strategiczną. Mimo jego osadzenia w realiach rynkowych, wprowadza on nowe rozwiązania i nowe narzędzia interaktywnego oddziaływania na wirtualną strukturę portalu. Jest on również związany ze społeczną odpowiedzialnością wobec rozpoczynającego się etapu Społeczeństwa Informacyjnego.



Rys.23. Regularne kierunki przepływu finansów

10.1 Założenia

W analizie źródeł dochodu należy przede wszystkim podkreślić, że są one ściśle związane z życiem i koncepcją portalu. W tym miejscu użyjemy nowej nazwy na uwypuklenie charakteru przedsięwzięcia – portal **superspołecznościowy** (jako odróżnienie od będącej w użyciu nazwy: portali społecznościowych WEB2.0, gdzie o kierunku rozwoju portalu, przeznaczeniu dochodów, sprzedaży portalu wraz z jego użytkownikami decyduje jego Zarząd).

W portalu superspołecznościowym jest inaczej. Portal jest „dostępny” dla jego użytkownika. Użytkownik może nim zarządzać, wpływać poprzez swoje masowe głosowania na kierunek jego rozwoju. Portal żyje interaktywnością i z niej czerpie (poza wysoką odwiedzalnością i atrakcyjnością, która jest tutaj drugorzędna) ekonomiczną **siłę przebicia** na rynku, przejmując w nim tym samym wiodącą rolę. Opinia publiczna, to inna nazwa dla tej siły.

Portal **superspołecznościowy** – oznacza inne spojrzenie na finanse i rolę, jaką pełnią firmy w portalu (jako płatnicy). Dlatego naszych klientów/płatników należy widzieć jako podmioty **aktywnie** zabiegające o **obecność** na naszym portalu = zapłata. O tym, że muszą zapłacić, to wiadomo każdemu, lecz pytaniem podstawowym jest: **ILE zapłacić ma moja firma?**

Wyjaśniamy dlatego w tym miejscu założenia i mechanizmy rządzące płatnościami w obszarze projektu, uwaga:

Założenie 1: Wszelka Informacja może być umieszczona w portalu bez wcześniejszej opłaty. Za informację biznesową powinno się uiścić opłatę.

Założenie 2.: Informacja biznesowa jest w projekcie odpłatna a jej uiszczenie:.

- dobrowolne (= DUO - wyjaśnione poniżej) - dotyczy około 20 % przychodów
- wymagane - inaczej usługa nie będzie wykonana (reklama wizualna)

Założenie 3: W każdym z powyższych dwóch przypadków informacja biznesowa zarówno w formie graficznej jak i tekstowej jest specjalnie oznaczona, co stanowi dla użytkownika informację, czy odpłatność została dokonana, czy też nie.

10.2 Mechanizmy opłat i płatności w POI.

Mechanizm finansowy 1: Głosowanie użytkowników (GU)

W portalu użytkownicy mogą w odpowiednich miejscach głosować na różne opcje portalu, w tym na wysokość opłat pobieranych przez niego za reklamę od określonego klienta. Stąd zdarzy się niejednokrotnie, że konkretny reklamodawca może mieć **podwyższone stawki opłat** (tutaj POISZ, wyjaśnienie patrz poniżej).

Konkretna stawka opłaty miesięcznej jest wyliczana na podstawie wzoru uwzględniającego parametry:

[przychód]

[zysk]

[ilość zatrudnionych]

[średni dochód pracownika]

[opinia wyrażana o płatniku na jego stronie PN]= POISZ = **POI Stawka i Zapłata**

[inne]

Stawki opłat są z góry ustalone, ale każda firma ma możliwość obliczenia dla siebie wiążącej przez rok - miesięcznej stawki POISZ.

Generalnie każdy użytkownik ma możliwość podniesienia lub obniżenia stawki POISZ reklamodawcy wg swojego uznania. To zapewnia jemu **wolność** tego **portalu** – tak są tu ustawione układy **Biznes-Użytkownik**. Jeden i drugi gracz ma te same szanse, podobne narzędzia a moc oddziaływania zależy od włożonej pracy i aktywności.

Wirtualna natura portalu i jego konstrukcja umożliwia jego ciągłą modyfikację. Istniejące zasady są zmienne, ale na początek są przez nas określone. I tak z jednej strony biznesowy gracz-użytkownik swoim kapitałem i poprzez reklamę **wpływa** na **zachowanie** jego przyszłych klientów (naszych użytkowników) a z drugiej strony **użytkownik w swojej liczbie podejmuje** decyzję głosując i wpływa tym na centralę określając warunki obecności biznesowego gracza w portalu.



Pamiętajmy akurat tutaj o prospołecznościowym charakterze tego portalu, o jego praktyczności w życiu codziennym.

Mechanizm finansowy 2: Dobrowolnie uiszczonej opłaty (**DUO**) (dot. założenie 3.)

Dobrowolnie uiszczona **opłata** – za samodzielne (przez firmę) umieszczanie wybranych elementów biznesowych w obszarze projektu, od których firma **powinna**, ale **nie musi** uiścić wyliczoną opłatę.

Oficjalna formuła „**powinna, ale nie musi zapłacić**”, wyróżni w obszarze projektu dwie grupy podmiotów:

- firmy, które **opłaciły** swoje należności! – szanujące się i klienta
- firmy, które **nie opłaciły** należności! – pozostałe i starupy

Odpowiednio pierwsza i druga grupa są oznaczone w projekcie graficzną ikonką  i , lub/i • **zielonym** i • **czzerwonym** punktem, które informują użytkownika. Znajdują się one przy wszystkich linkach i na stronach typu biznesowego.

Wymienione powyżej założenia i mechanizmy współpracują tak, że w naturalny sposób z upływem czasu eliminować będą uczestnictwo w projekcie tych podmiotów, które nie sprostają opłatom. Dzieje się tak dlatego, ponieważ użytkownik w sposób naturalny **wybiera** te **firmy**, które **uiściły opłatę**, gdyż leży to w jego własnym interesie czyli interesie społeczności.

Płacić będą duże firmy zainteresowane swoją reputacją i dlatego dokonywać będą opłat DUO, Suma opłat DUO z naszych wyliczeń nie stanowi większości dochodów POI. Jednak ta cecha związana z DUO jest strategiczną cechą projektu względem biznesu i udziału użytkownika. Dlatego system do jej obsługi musi być zaprojektowany i wdrożony. Spodziewamy się również, że w miarę rozwoju projektu forma DUO zapłaty przybierze dominującą pozycję w dochodach projektu, ponieważ system zakłada automatyzację umieszczania kontekstowej reklamy wizualnej i stopniowo te dwa obszary opłat za linki i reklamę wizualną się wyrównają.

10.3 Źródła dochodu

Podstawowe źródła przychodów są specyficzne dla projektu i mimo, że noszą one podobne nazwy znane z Internetu i Marketingu, nie są do końca tym samym.

Przedstawiamy źródła dochodu **I etapu realizacji**, obejmujące:

1. Główne źródła dochodów:
 - Reklama kontekstowa** – reklamodawca umieszcza reklamę tam gdzie znajduje się użytkownik przebywający akurat na stronie z treścią w temacie reklamy.
 - + więcej miejsca na reklamę - każda strona inny temat, podobnie jak Wikipedii.
 - + banery i własne „Adwords”
 - + artykuły sponsorowane – odkryte!
 - + linki, fotki produktów itp.
 Wysokość: stała rynkowa lub obliczana w zależności od zysków i ilości pracowników firmy.
 - 2. **Oплата wiarygodności** (nowość), którą wnosi firma dobrowolnie /samoistnie chcąc przed użytkownikami wykazać się przychylnością dla platformy EA co jest uwidocznione kolorem lub ikonką. Należy pamiętać, że użytkownik wie, że i ta opłata jest źródłem jego dochodu.
 - + za **strony wizytówki**: dla produktów, usług, marek i firm oraz
 - + za **linki** do tych stron.
 - + za **zlecane** ankiety i sondy temacie.
 - + za **ogłoszenia biznesowe**, oferty
 Wysokość: stała lub obliczana w zależności od zysków i ilości pracowników firmy.
 - 3. **Oплата 50% ceny sprzedaży Nazwy** lub Parku na aukcji w odsprzedaży pomiędzy uczestnikami i firmami. Aby odprzedać Nazwę lub cały aktywny Park należy to zgłosić w systemie. Sprzedaż jest umieszczana na aukcji wewnątrz PN'. Jest to rynek porównywalny do odsprzedawania nazw domen tyle tylko, że w mniejszych kwotach ale przy szerokim udziale przeciętnego użytkownika Internetu. Do dyspozycji jest też większy zasób słów. (np. nazwy trendowych produktów, gwiazd, osobistości, polityków)
 - 4. **Oплата parkowania Nazwy**. W celu zmniejszenia wpisywania bzdurnych nazw jak i parkowania nazw w celu ich komercjalizacji lub dalszej odsprzedaży pobierana jest opłata w wysokości 1-10 zł za kod parkowania.
 - 1 zł - za hasło ogólne,
 - 3-10 zł - za nazwę produktu, usługi, marki (z prawem pierwokupu przez właściciela - powiadomienie)
 - 10-20 zł - za nazwę firmy, domenę firmy (z prawem pierwokupu przez firmę – powiadomienie)
 - 5. **Oплата za korzystanie z logo portalu do celów komercyjnych** – ponieważ w Parkach Nazw mogą być oceniane produkty, marki, usługi przez ich użytkowników - EA będzie stopniowo uzyskiwał renomę platformy testowej produktów i usług. Z tego tytułu producenci będą zainteresowani umieszczeniem logo portalu na swoich produktach. Również portal będzie zainteresowany zainwestowaniem w przedsięwzięcie testujące produkty zanim one się dostaną na rynek.
 - 6. **Prowizja z tytułu pośrednictwa w e-handlu**. Firmy i użytkownicy mogą w specjalnym boksie wystawiać przedmioty na sprzedaż i w formie aukcji. Z tego tytułu Ea może pobierać prowizję.
 - 7. **Prowizja za przeniesienie loginu i kontynuację reklamy** (po 3-4 latach) umieszczanej na innych zewnętrznych i niezależnych portalach w zamian za płynne przejście (bez ponownej rejestracji i logowania) użytkownika do zewnętrznego portalu. Taka prowizja ma sens ponieważ nasz użytkownik będzie targetowany realnie. Realność jest związana z autoryzacją użytkownika, która może być raz dobrze wykonana w naszym portalu (np.: ze względu na płatność wobec użytkownika) oraz sukcesywnie odświeżana w przeciwieństwie do potrzeby wykonania tych samych procesów w dziesiątkach innych portali. Dodatkowym argumentem jest sytuacja w której znajduje się nasz użytkownik: w danym momencie znajduje się on na ściśle określonym temacie PN, opuszcza nasz portal z tego określonego tematu i przechodzi do jeszcze bardziej wyspecjalizowanego w określonym temacie zewnętrznego serwisu. Przeniesienie loginu może być też wymogiem reklamodawców chcących towarzyszyć użytkownikowi reklamą również w innych portalach. W ten sposób Ea może partycypować w zyskach

w reklamie (ponieważ ją wnosi do innego portalu wraz z użytkownikiem) w obcym portalu. Odbywać się to będzie z obopólną korzyścią: więcej użytkowników przychodzących z Ea do obcego portalu (większa interaktywność) i więcej reklamy z własnych źródeł. Opłaty kontrahentów korzystających biznesowo z informacji i struktury EA i inne.

8. **Opłata za wdrożenie i dystrybucję komercyjnego Interfejsu Parku Nazwy.** Po stabilizacji portalu w Sieci (i ewentualnie planowanej lub osiągniętej przez decyzję użytkowników możliwości odłączenia oglądania reklamy) jedną z form subtelnej reklamy dla zamożniejszych firm lub firm z zapleczem informatycznym będzie budowa i ulepszanie firmowego interfejsu Parku Nazwy. Taki interfejs będzie budowany w kolorach firmowych i zawierał będzie różne elementy nawiązujące do działalności firmy, jej marki, produktu lub usługi. Oddziaływanie takiego interfejsu szczególnie pokrywać się będzie z działaniami Public Relations danej firmy.
9. Inne opłaty kontrahentów korzystających biznesowo z treści i struktury EA.

II etap realizacji (nieporuszany w tym Biznesplanie):

- e) system eaaaa **dla telefonii komórkowej** i systemów mobile. System gromadzenia informacji przez eaaaa.info posiada doskonałe właściwości do obsługi aplikacji telefonów komórkowych i mobilnych systemów dostępu do Internetu.
- f) przedsięwzięcia towarzyszące eaaaa oparte o jej strukturę – wielki obszar inwestycyjny dla biznesu sektora informatyczno- telekomunikacyjnego.
- g) własne przedsięwzięcia eaaaa on-line i off-line bazujące na pomysłach i pracy tysięcy użytkowników eaaaa i oparte o strukturę eaaaa. Wiąże się to z faktem, że użytkownicy drogą głosowania mogą wybierać najlepsze pomysły i ludzi do ich realizacji a sama centrala POI wspiera ich finansowo i organizacyjne. Przewidujemy powstanie rynku tzw. **on-line-firm o wspólnym sieciowym zarządzaniu**. Mówić dzisiaj o rezultatach jest za wcześnie, najważniejszą trudnością do pokonania będzie niewątpliwie organizacja i oprogramowanie takiego przedsięwzięcia. *(czekamy na pomysły ☺)*
- h) inne liczne usługi dla biznesu nie opisane tutaj.

10.4 Analiza przychodów i wydatków - 2 lata (rynek polskojęzyczny)

Poniższa tabela opiera się na minimalnej kwocie inwestycji w wysokości 300 000 zł dla obszaru j.polski i jest kwotą zainicjowania systemu, który dopiero z własnych dochodów może ekspandować na inne obszary językowe.

PORTAL OTWARTEJ INFORMACJI eaaaa.info

Wydatki

	1 rok				2 rok			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8
Pensje brutto	3 750	18 000	43 500	126 000	323 250	456 750	681 750	1 215 000
Liczba pracowników	1	2	8	18	37	65	106	184
Wyjazdy	0	0	0	0	52 440	104 440	111 340	184 260
Inwestycje zagraniczne	0	0	0	0	0	0	0	0
Opiekunowie PN 50% zysku	0	0	10 000	20 000	85 000	280 000	1 600 000	2 000 000
Inwestycje portalu 50% zysku	0	0	0	0	0	0	1 600 000	2 000 000
Reklama	0	0	10 000	3 000	3 000	3 000	0	0
Biuro, czynsz	2 500	2 500	3 000	5 000	8 000	15 000	20 000	30 000
Usługi konsultingowe, prawne i inne	1 600	1 700	2 500	3 000	3 000	4 000	8 000	12 000
Rozwój produktu, Sprzęt	0	76 250	4 949	5 648	19 445	24 591	36 538	65 137
Serwery i utrzymanie strony	200	500	3 000	6 000	12 000	17 000	30 000	50 000
inne	2 000	2 000	2 000	4 000	0	0	0	0
Razem	10 050	100 950	78 949	172 648	506 135	904 781	4 087 628	5 556 397

oraz:

Zwrot inwestycji Inwestora na uruchomienie portalu.

Przychody

Przychody własne portalu

					69 449	1 242 714	4 019 282	5 956 908
Transze wpłat Inwestora	20 050	100 950	59 767	115 078	zł			
Inwestor razem:				295 845	zł			

Tab. Na podstawie kalkulacji w okresie 1-3 lat.

Optymalna kwota inwestycji dla j.polskiego wynosi około 600 000 zł.

Analiza udziałowa

Przychody w pierwszym okresie.

Nasze przychody związane są z następującymi źródłami biznesowymi (udział w %):

A. Nasi klienci {80%} udziału w dochodzie

- 1) reklama ogólna [30%]
- 2) reklama kontekstowa [70%]
 - a) reklama graficzna (80%)
 - b) reklama tekstowa i inna (20%)

B. Nasi podwykonawcy {20%}

ad A. Naszymi klientami są firmy, których opłaty związane są z dwoma obszarami:

1) Reklama wizualna ogólna - bannery i pop-upy, [30%].

Tradycyjna reklama wizualna Internetowa to pierwsza część podstawy dochodu projektu. Tego typu reklama jest kierowana do wszystkich użytkowników a jej dostawcą jest np. telefonia komórkowa, oferty finansowe, ubezpieczenia, motoryzacja, kosmetyka, farmacja. Jej zaistnienie w naszym projekcie związane jest z następującymi parametrami:

- ✓ oglądalność projektu w sieci jako całości – ten parametr bezpośrednio związany jest z zainteresowaniem naszym projektem przez naszego masowego odbiorcę. (Korzyści dla użytkownika i Opiekuna portalu wymieniono w pkt. 4.)
- ✓ czas przebywania na stronach portalu
- ✓ ilość powrotów na strony portalu w czasie jednej sesji on-line.
- ✓ liczbę odwiedzonych stron.

CENA: stawki rynkowe + GU Mechanizm(głosowanie użytkowników)

2) Reklama kontekstowa, [70%]:

a) Kontekstowa reklama graficzna, (80%)

Reklama wizualna – typu bannery i pop-upy (podobna do dzisiejszej), ale w ujęciu kontekstowym wobec przeglądanej przez użytkownika treści. Jest to druga część podstawy dochodu projektu.

Jej zaistnienie związane jest z następującymi parametrami:

- ✓ oglądalność pojedynczych stron tematycznych PN
- ✓ czas przebywania na stronie PN
- ✓ ilość powrotów na stronę PN w czasie jednej sesji on-line.
- ✓ ilość opracowanych pokrewnych tematycznie stron PN w stosunku do wiodącej.

CENA: stawki rynkowe + GU

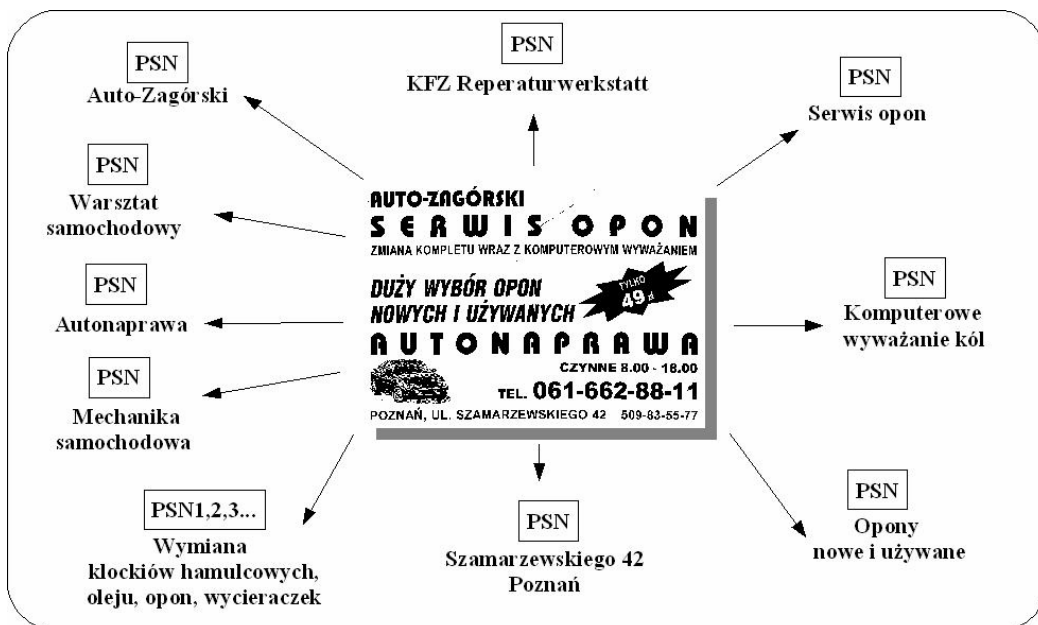
b) Kontekstowa reklama tekstowa, (20%)

wyjście na zewnątrz POI do sfery www, (10%)

- linki do stron firmowych i ich produktów i usług, CENA: 1zł/link/mc + GU
- pośrednictwo w handlu poprzez własną strukturę, (1-3% udziału)

w obrębie POI (10%)

- linki do stron firmowych i ich produktów i usług, CENA: 1zł/link/mc +GU (zależy od parametru POISZ)
- artykuły sponsorowane i takie, w których wymieniane są nazwy firm, ich produktów i usług, CENA: 100-200zł/za 10 000 emisji + GU
- wizytówki firmowe, i ich produktów i usług CENA: stawki POI + GU



Rys.25. Obrazek w środku symbolizuje stronę firmową www warsztatu samochodowego. Właściciel warsztatu, aby zaistnieć w Internecie, powinien w sposób widoczny dopisać swój link do wszystkich słów (PN), które kojarzą się z usługami, jakie wykonuje.

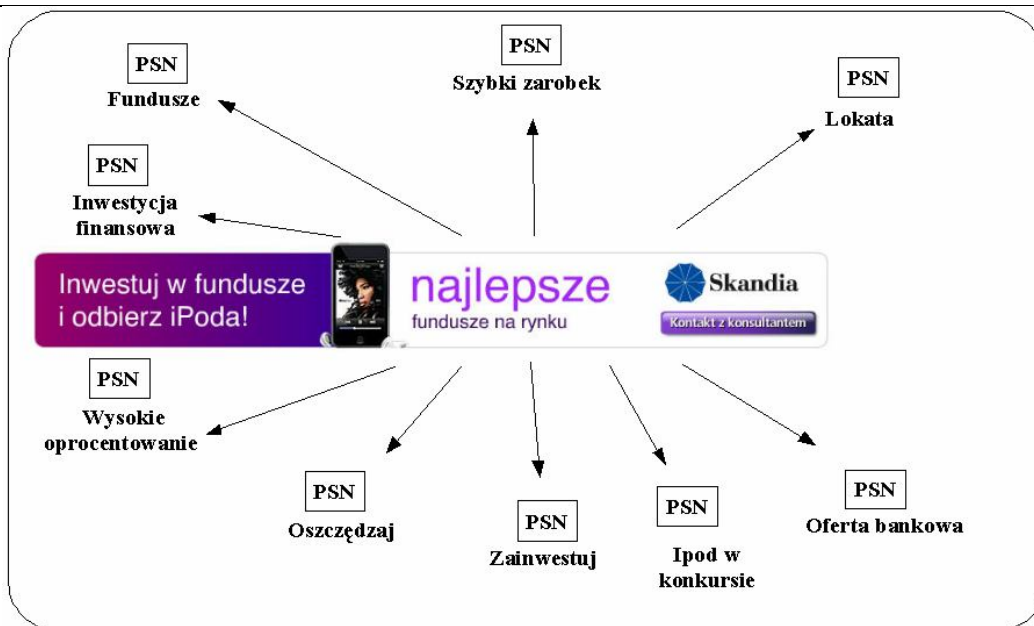
W raporcie "Marketing & Media Ecosystem 2010" czytamy:

82% respondentów odpowiedziało, że **zależy im na większej interakcji z klientami,**
a **80%** na **targetowaniu behawioralnym.**

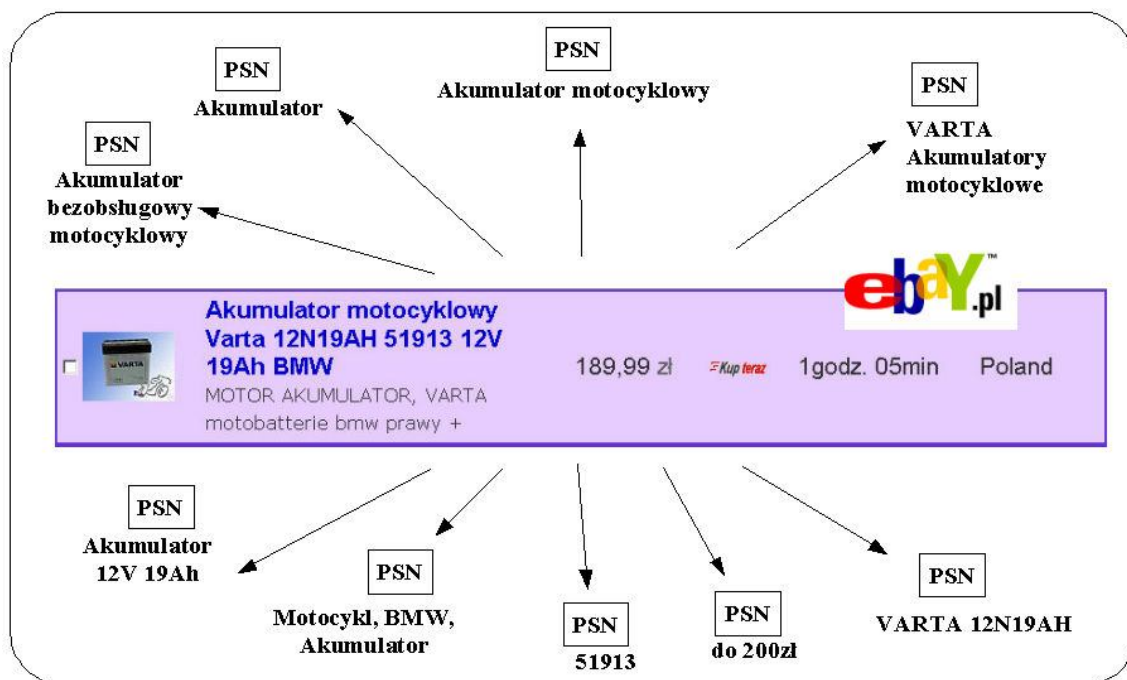
Raport pokazuje to, o czym w IAB mówimy od dawna: coraz więcej i więcej reklamodawców oraz agencji reklamowych w całym kraju zdaje sobie sprawę, że interaktywność jest istotą nowej strategii reklamowej- mówi Randall Rothenberg, prezes IAB.

Raport powstał w oparciu o badania ponad 250 reklamodawców oraz 75 przedstawicieli agencji reklamowych i największych korporacji medialnych w Stanach Zjednoczonych.

źródło 26.10.2007 Internet Standard.



Rys.26. Reklama wizualna natomiast odwołuje się do swojego poszukującego odpowiedzi odbiorcy i może być umieszczana na tych PN, po których najprawdopodobniej się porusza się ich odbiorca.



Rys. 27. Nawet zwykłe ogłoszenie o sprzedaży w serwisie aukcyjnym może dotrzeć do większej ilości potencjalnych klientów, którzy jeszcze nie wiedzą o wystawionym na sprzedaż produkcie w Internecie a zaczynają szukać poprzez POI od najbardziej odpowiedniej wg nich nazwy PN.

ad B. Nasi podwykonawcy to firmy specjalizujące się w obsłudze części projektu. {20%}

Projekt jest rozległy i szybko mógłby osiągnąć pozycję monopolisty. Chcemy uniknąć tego „etapu”, więc rozdzielamy pewne zadania na inne podmioty. Wiąże się to z przekierowaniem do ich usługi i często na ich strony.

Ten rozdział jest konieczny, aby sprostać ewentualnym zapędom ku wzbudzeniu się konkurencji i utrzymania wiodącej roli projektu. Świadomość ta towarzyszy nam i jesteśmy w stanie wziąć za rozwój struktury odpowiedzialność o tyle, że może ona zostać **uznana za nowe medium** – odseparowaną w części wirtualną przestrzeń z własnym rodzajem zasobów i specyficzną (nastawioną na praktyczność) formą komunikacji jej użytkowników.

Wiemy już dzisiaj i taka jest strategia projektu, że poszczególne firmy z sektora WWW i Reklamy będą **ściśle współpracowały w obsłudze projektu** pod kątem reklamy i specyficznych rozwiązań dla swoich klientów w branży motoryzacyjnej, farmaceutycznej, telekomunikacji, finansowej, ekologicznej itd. To właśnie ich pośrednictwo jest źródłem dodatkowego dochodu dla projektu.

Inne znów firmy będą obsługiwały części funkcjonalne projektu dla zwykłego użytkownika. Są to systemy statystyk, ankiet, głosowań, liczników, punktacji, przechowywania stron, plików, czaty, blogi, księgi gości, systemy powiadomień, mikropłatności, i wiele innych.

11. PRZYCHODY kalkulacja

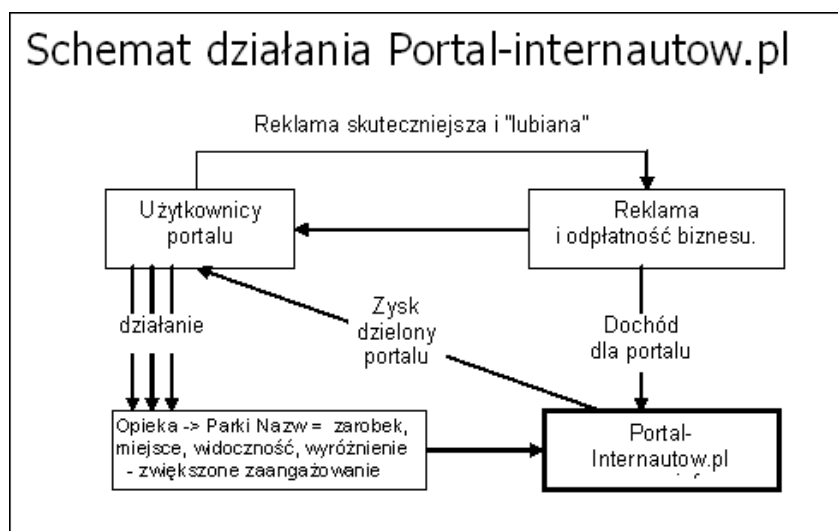
11.1 Przychody zakładane w czasie

Ewaluacja przychodów w czasie - rok, drugi i trzeci rok, kiedy program osiągnie pełną rentowność. (Liczbowo przedstawiona w załączonej kalkulacji Excel na CD)

Internet to szybkie środowisko i szybkie kontakty. Nasz portal jako absolutna nowość wraz z wysoką interaktywnością oraz spełnianą gratyfikacją dla aktywnych użytkowników (Opiekun) w bardzo krótkim czasie może się okazać **hitem rynkowym**. Spodziewamy się znacznego rozwoju na polskojęzycznym rynku i pragniemy temu dopomóc i skorzystać z dostępnych narzędzi marketingu.

Wraz z rozwojem pozycji na rynku i idącą w parze wysoką oglądalnością rośnie zainteresowanie oferowanymi przez nas usługami. Ponad to proces ten napędza mechanizm, który praktycznie nie występuje w Internecie - „**dzielenia się pieniędzmi z użytkownikami**”.

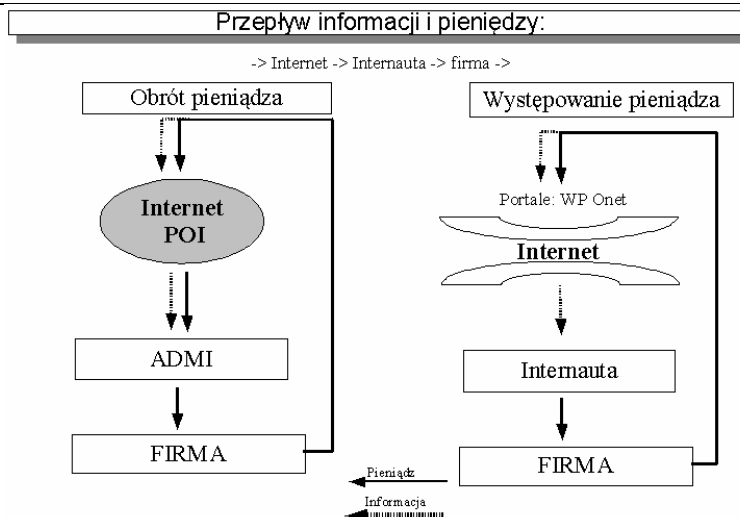
Mechanizm ten jednak występuje powszechnie w Rzeczywistości = każda firma chcąc być sprawna, konkurencyjna i silna musi zatrudnić pracowników, którym zapłaci za pracę.



Nie wiemy, dlaczego nikt praktycznie nie stosuje tej zasady w Internecie? Zamierzamy to zmienić, odprowadzając część pozyskanego kapitału do masowego użytkownika „za jego pracę”. Praca ta jest w takim wypadku zdecydowanie bardziej doceniana przez użytkowników, a zarazem wspiera dodatkowe zaangażowanie Opiekuna, biorąc pod uwagę, iż własność PN nie jest dożywotnia ponieważ można ją utracić.

Argument społeczny:

Skoro pozwalamy (*bez wyboru*), aby firmy zasypywały nas reklamami, zmieniając wygląd miast, zapychając skrzynki na listy, przerywając audycję telewizyjną i radiową, zasłaniając nam treść stron www wyskakującymi pop-up’ami, to pozwólmy **rzeszy internautów** za pomocą tego systemu wziąć udział w dochodach z reklamy. Fakt ten może napędzić dodatkową chęć zakupów tych, do których jest kierowany przekaz reklamowy (a nie tylko do właścicieli agencji reklamowych i mediów). (rys.28)



Rys.28. Dzisiaj przepływ finansowy jest zablokowany w miejscu umieszczenia reklamy, my chcemy to miejsce udrożnić dla sukcesu portalu

11.2 Kalkulacja przychodów

Szacowana kwota przychodów z działalności on-line przekraczać może w przyszłości przychody dzisiejszych gigantów. Planowane miliardowe przychody są przekonującym **dowodem przewagi**, stabilności i powagi przedsięwzięcia. Jest to jednak warunek konieczny, aby **zapanować nad chaosem** Informacji i wprowadzić większą przejrzystość w Wiedzy.

Podane poniżej kwoty bazują na obliczonej na 3-lata kalkulacji kosztów i przychodów. Jesteśmy jednak przygotowani na znacznie szybszy przebieg wydarzeń.

Kalkulacja jest opracowana do około 1,5 roku od pierwszej inwestycji. Pozostałe liczby są **wyprowadzone liniowo**. Mimo to w arkuszu Sprzedaż liczba osiąganych płatnych stron może być większa z tytułu większego udziału reklamodawców z powodu większej skuteczności reklamy.

Polska - kalkulacja:

wkład początkowy	1 rok	2 rok	3 rok
300 000,- zł	615,-zł	6 090 000,-zł	56 000 000,- zł

Należy pamiętać, że 90% zysków jest odprowadzane do Użytkowników portalu

Ponadto nasze Kalkulacje wykazały, że niższa inwestycja początkowa jest stosunkowo bardziej korzystna, ale **nie wyczerpuje wszystkich możliwości projektu**, które można by wykorzystać dla zwiększenia przychodów z samego polskiego rynku.

Pełnej zyskowności portalu (którą dałoby się obliczyć) kalkulacja nie pokaże, ponieważ przedsięwzięcie jest strukturą otwartą a nie zamkniętym modelem biznesowym.

Na czym się opierają rezultaty kalkulacji przychodów?

Przychody są związane ze strukturą projektu i jej konkurencyjnością wobec istniejących platform reklamowych. Główne przychody w pierwszym okresie rozliczeniowym **3 lat** pochodzą z tradycyjnej **reklamy wizualnej**. Na naszej platformie

reklamodawca znajduje się w bezpośrednim kontakcie z **zainteresowanym** lub **poszukującym klientem**, (w przeciwieństwie do dziś występującego „potencjalnego klienta” na multi-tematycznym portalu). To jest nowość, a tę sytuację zapewnia reklamodawcy zakres tematyczny obszaru (PN), w którym umieścił on swoją reklamę i w którym pojawia się „jego” klient.

Np. jeśli jesteś producentem monitorów LCD, to miejscem na umieszczenie Twojej reklamy o nowym modelu **monitora LCD** będzie jako pierwsze PN o nazwie: „**Monitor LCD**”, lub nawet samo „**LCD**”, następnie będą to PN **sklepy sprzętu komputerowego**, PN **aukcje monitorów LCD**, PN „**porównywarka cen**” (Rys. 25, 26, 27) .

Reklamodawca teoretycznie ma możliwość - przez cały czas poszukiwania przez klienta swojego optymalnego rozwiązania - **towarzyszyć** mu swoją **reklamą**, a docelowo nawet „pertraktować” z nim cenę lub warunki sprzedaży, (podając mu różne możliwości) w zależności od wybieranego kontentu istniejącego na kolejnych stronach PN, po których surfuje zainteresowany klient.

12. WYDATKI kalkulacja

Jak już wspomniano, zarówno przychody jak i wydatki są nieco odmienne od tych standardowo analizowanych w przedsiębiorstwach biznesowych on-line.

Wydatki mają za zadanie wspierać przychody.

POLSKA kalkulacja wydatków, (okres 3 letni opisany jest w osobnej kalkulacji Excel na CD lub on-line)

Na koszty składają się (orientacyjny udział w %):

1. Opłaty na utrzymanie centrali projektu i serwerów 30%
2. Należności dla inwestorów.15%
3. Koszty zatrudnienia Opiekunów PN 25%
4. Własne przedsięwzięcia portalu 15% (pkt 10.4.f)
5. Własne inwestycje portalu 15% (pkt 10.4.f)
6. z czasem koszty centrali będą maleć na korzyść użytkowników.

Koszty szczegółowo - przygotowań i uruchomienia POI podane są w załączonej na CD kalkulacji Excel. („kalkulacja_poi” plik Excel – przedstawione są finanse w planie 3 letnim)

12.1 Koszty poglądowo na sam start działalności 1-12 m-cy:

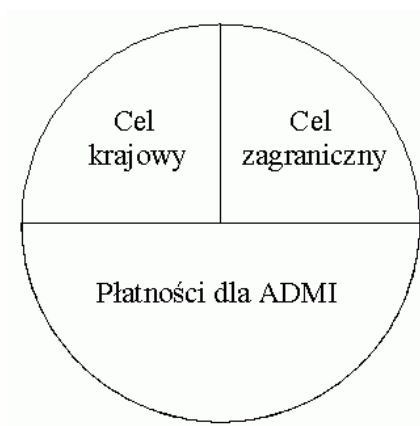
Większość inwestycji opiera się na podwykonawstwie:

1. Programowanie aplikacji i grafika – podwykonawca 1.
 2. Teksty wprowadzające i reklamowe – podwykonawca 2.
 3. Szkolenia moderatorów – podwykonawca 3.
 4. Księgowość – podwykonawca 4.
 5. Hosting – podwykonawca 5.
 6. Zarządzanie projektem wspólnie z – podwykonawca 6.
 7. + Utrzymanie siedziby dla 10 osób z komputerami do obsługi użytkowników.
- Itd.

12.2 Koszty zatrudnienia Opiekunów oraz **własne Inwestycje** portalu.
(plan na okres poinwestycyjny)

Dochód po opłaceniu wszystkich należności związanych z działaniem struktury (zysk) jest dzielony na dwie części:

1. Koszty zatrudnienia Opiekuna – {50% kwoty}
2. Własne cele {50% kwoty}
 - a) cel krajowy [25%]
 - b) cel zagraniczny [25%]
 - wg. głosowania krajowego (12,5%)
 - wg. głosowania globalnego (12,5%)



Rys. 29. O wysokości poszczególnych części składowych w ramach powyższego diagramu decydują wszyscy aktywni użytkownicy portalu.

13. Ludzie - opis grupy inicjującej

*Nie wymagaj od projektanta domu postawienia muru i przykrycia dachem.
Ale może się on przydać na koniec do drzwi lub do furtki..."*

Członkowie Zespołu zaangażują się w działalność w spółce obejmując w niej udziały i rezygnując z dotychczasowych posad.

Szczegóły na stronie eaaaa.info

ZARZĄD SIP sp.k

- ❖ Edward Soliński - Inwestor prywatny (70), 50 000 zł
- ❖ Ziemowit Gólski (42) – pomysłodawca, od 1998, Uniwersytet AM Poznań, współwłaściciel firmy PLANet Sp. z o.o., w której narodził się pomysł w 1997-98. – wykształcenie wyższe niepełne, 10 letnia praca naukowa, majsterkowicz, prace budowlane. Były właściciel i współwłaściciel kilku małych przedsiębiorstw, przewodnik wycieczek przyrodniczych i turystycznych, były prezes fundacji. Jako pracownik: kierownik działu marketingu i reklamy Centra/Exide Poznań, praca w trzech agencjach reklamowych, dział zakupów: Quelle i LIDL Polska, samodzielne przedstawicielstwo firmy TUNKERS - częsta praca w spawalni Volkswagen Poznań. Firma Planet sp. z o.o. i Advis – działalność internetowo-programistyczna.

Dzisiaj: organizator prac przy obecnym portalu POI: Prezes Stowarzyszenia POI i komplementariusz SIP sp. komandytowa.

Rola w POI: Zarządzanie projektem, organizator pracy, Opiekun systemu, główny doradca.

- ❖ Bolesław Dębowski. (41) – Inwestor 30 000zł, pomysłodawca, wsparcie negocjacji, animator. Rola w POI: dział personalny
- ❖ Adam Alagierski (42)– pomysłodawca, szeroka znajomość Internetu i wiedza interdyscyplinarna, doświadczenie w pracy z ludźmi, od 1999, j. angielski. Rola w POI: moderator zasobów ludzkich, główny doradca strategii i współpracy z podmiotami gospodarczymi i inwestorami.

+ Zespół studentów, freelanserów. (Zobacz zespół w prototypie Ea.)

Czy produkt stworzony po godzinach przez grupę ludzi pełnych pasji może być lepszy od produktu wielkiej korporacji? Przykład milionów użytkowników i rządów kolejnych państw przechodzących na oprogramowanie open source pokazuje, że tak. **Programiści są magami współczesnego świata** i przez Internet zmieniają cyfrową rzeczywistość.

Cytat <http://www.marketing-news.pl/theme.php?art=511>)

14. Struktura organizacyjna.

14.1 Autorzy pomysłu: formalnie Ziemowit Gólski, Adam Alagierski Bolesław Dębowski. nieformalnie: pomysł jest wynikiem burzy mózgów: w obecności inicjatora firmy, dzięki której pomysł miał warunki do powstania: Artura Nowaka, byłego pracownika SUN microsystems i jedyne wykształconego informatyka.

Podmioty prawne:

Stowarzyszenie PORTAL OTWARTEJ INFORMACJI „POI”

SPI Spółka komandytowa - działalność w branży hostingowej, informatycznej, komputerowej



Stowarzyszenie POI
(Stow. zarejestrowane w 2005r.)



Standard for Information Presentation
Ziemowit Gólski, Spółka komandytowa

Kontakt

www.eaaaa.info – główny adres projektu

Email: biuro@aaaaa.pl

Telefon: 061 -8433077

Adres:

Stowarzyszenie Portal Otwartej Informacji
Jackowskiego 30A / 6A, 60-512 Poznań

NIP 7811765148
Regon: 300060620
KRS 0000232152

PKO BP 95 10204027 0000 1902 0420 2065

Przewodniczący: Ziemowit Gólski

Email: biuro@aaaaa.pl

Telefon: 061 -8433077

Adres:

SIP sp.k.
Roosvelta 10/7, 60-829 Poznań

NIP 7811823271
Regon 300888335
KRS 0000310023

BZ WBK 67 1090 1346 0000 0001 0894 7458

Komplementariusz: Ziemowit Gólski

Zadania

Stowarzyszenie PORTAL OTWARTEJ INFORMACJI będzie posiadało prawa autorskie **do projektu** POI i zadanie **utrzymania i reprezentowania go** w sieci.

Spółka reprezentuje pomysłodawców i otrzyma zadanie **rozbudowy portalu od strony organizacyjnej i programistycznej**.

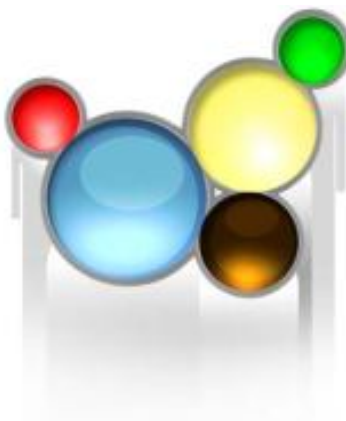
Info dla inwestora:

Nie stawiamy ograniczeń co do kwoty, którą pragnąby uzyskać Inwestor z tytułu inwestycji. Nie stawiamy też ograniczeń w udziałach w zarządzaniu projektem, czyli liczbie głosów. Ograniczeniu podlegają natomiast udziały procentowe w zyskach portalu gdyż dopuszczenie do takiego rozliczenia się z inwestycji mogłoby doprowadzić do załamania się konstrukcji tego biznesu.

14.2 CENTRALA Przedsięwzięcia

Wymagane jest powstanie CENTRALI eaaaa, która jest ośrodkiem centralnym pełniącym kontrolę nad strukturą informatyczną i doprowadzi projekt do funkcjonalnej dojrzałości oraz wprowadzi na międzynarodowy poziom. **Pełną dojrzałość przedsięwzięcia** zamierzamy osiągnąć **przed upływem 11 lat**.

Obydwa w.w. podmioty stanowią organizacyjnie trzon głównej **CENTRALI projektu** i działają w pełnym porozumieniu.

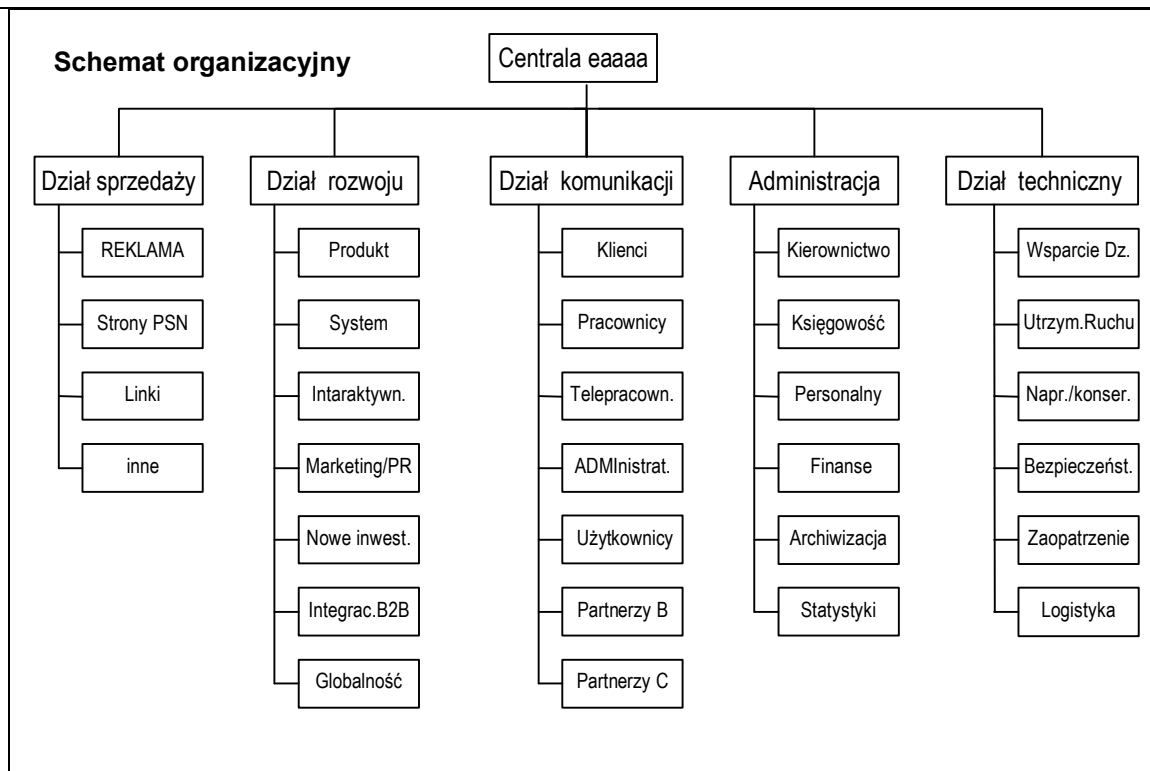


Logo POI / eaaaa.

Użytkownik sam zarządza swoim interfejsem
w tym również ustala, co ma się wyświetlać w miejscu logo POI/ eaaaa

Funkcją CENTRALI POI jest rozwój i utrzymanie projektu w Internecie i właśnie pod nazwą CENTRALA występuje ona wobec użytkowników, Opiekunów w sieci.

CENTRALA - to również lokalizacja w budynku, w którym pracują etatowi pracownicy oraz przedstawiciele Stowarzyszenia i Spółki. Po kilku latach przewidujemy zatrudnienie w Centrali Polskiej (jednocześnie światowej) około 1000 pracowników (w tym około 700 telepracowników) wliczając w to liczbę osób pracujących u podwykonawców.



Rys. 30 Schemat organizacyjny rozbudowanej Centrali POI i eaaaa, obsługującej rynek polski, podwykonawców i filie językowe centrali za granicą (partnerzy B,C)

Ponieważ Stowarzyszenie POI (na tym etapie) nie jest wiarygodną formą prawną dla instytucji finansowych wraz z inwestorem, spółka jest ramieniem wykonawczym do zrealizowania pomysłu.

Inwestor określi swoje oczekiwania i wyznaczy osoby do wspomaganie pracy zarządu i kontroli nad wydatkami, prowadząc księgowość. Będzie także wspierał stowarzyszenie w pracach konsultingowych i dołoży wszelkich starań w celu powodzenia przedsięwzięcia.

Stowarzyszenie i Firma jako posiadacze praw autorskich wyznaczą osoby ze swojego grona do prowadzenia działań programistycznych organizacyjnych i marketingowych dla POI.

Centrala projektu jest umiejscowiona w Polsce i zarządza kilkudziesięcioma Filiami Językowymi na całym świecie.

14.3 Statut Stowarzyszenia. Cele i zadania.

ROZDZIAŁ I

§ 1

1. Stowarzyszenie Portal Otwartej Informacji POI, zwane dalej Stowarzyszeniem, jest dobrowolnym, samorządnym, trwałym zrzeszeniem, mającym na celu prowadzenie zgodnej z prawem działalności na rzecz osób pragnących korzystać z zasobów Internetu w zakresie rzetelnej i darmowej **informacji służącej polepszeniu zdrowia, sytuacji zawodowej, rodzinnej, majątkowej, dotyczącej wychowania dzieci i własnego rozwoju, a także wygaszania źródeł problemów i napięć społecznych.**

.....

ROZDZIAŁ II

Cele i środki działania.

§ 9 Celem Stowarzyszenia jest gromadzenie i udostępnianie **rzetelnej, zdroworozsądkowej, esencjonalnej, uporządkowanej, najszybszej i darmowej informacji** a także **usuwanie blokad w przepływie, dostępie, zrozumieniu i zastosowaniu** informacji.

§ 10 Stowarzyszenie realizuje cele określone w § 9 niniejszego Statutu w szczególności poprzez:

1. W zakresie działania dotyczącego samej informacji:
 1. **Budowę Struktury Informatycznej w Internecie**, zwanej dalej „**SI**”, która jest głównym przedsięwzięciem Stowarzyszenia i poprzez które działa Stowarzyszenie..
 2. Propagowanie wspólnego dorobku społeczeństw....
2. W zakresie działania dotyczącego zastosowania informacji w życiu społecznym:
 1. Wzmacnianie więzi rodzinnych, przyjaźni i koleżeństwa.
 2. Ochrona i promocja zdrowia.
 3. Działania na rzecz osób niepełnosprawnych, których narzędziem pracy może być komputer.
 4. Promocja zatrudniania i aktywizacji zawodowej osób pozostających bez pracy i zagrożonych utratą pracy.
 - a) zarządzanie i utworzenie miejsc pracy dla bezrobotnych.
 - b) zarządzanie i utworzenie miejsc pracy dla niepełnosprawnych.
 - c) zarządzanie i utworzenie miejsc pracy jako zajęcie dodatkowe i uzupełniające do wykonywanej pracy oraz wsparcie dla posiadanych miejsc pracy
5. Wspomaganie rozwoju lokalnych wspólnot i społeczności oraz drobnej przedsiębiorczości.
6. Wspomaganie społecznie strategicznych przedsięwzięć w celu ich racjonalnego wykorzystania dla społeczeństwa, w szczególności w zakresie:
 - a) prawidłowego odżywiania, leczenia,
 - b) ochrony dzieci przed dostępem do niewskazanej informacji,
 - c) nauki, komunikacji międzyludzkiej,
 - d) problemów mieszkaniowych,
 - e) zastosowania osiągnięć naukowych dotyczących ekologii otoczenia,

§ 11

Stowarzyszenie z zachowaniem przepisów prawa realizuje swoje cele poprzez realizację zadań.

Do podstawowych zadań Stowarzyszenia należy w szczególności:

1. Koordynacja zamierzeń użytkowników SI i członków Stowarzyszenia.
2. Utrzymywanie „SI” Stowarzyszenia w Internecie.

3. Wszechstronne propagowanie „SI” Stowarzyszenia z uwzględnieniem metod i technik w nim stosowanych.
4. Inicjowanie i realizowanie projektów naukowych i badawczych, dotyczących Internetu i „SI” Stowarzyszenia.

Dlaczego Stowarzyszenie?

Stowarzyszenie POI swoim istnieniem daje **gwarancję i bezpieczeństwo** użytkownikom i zawartości oraz stabilności konstrukcji portalu.

- Utrzymania własności POI jako dobra ogólnego.
- Prawidłowości obrotu finansowego i materiałowego (jawność).
- Przeznaczenia zgromadzonego kapitału (sami decydujemy, dokąd).
- Własności Twojej wybranej PN, (jak działki gruntu).
- Autorstwa i zabezpieczenia pierwszeństwa nadesłanych pomysłów i Informacji.
- Korzystnego i przejrzystego uczestnictwa podmiotów gospodarczych w POI (firm i inwestorów).
- **Niemożliwości spieniężenia projektu**, ponieważ w momencie dojrzałości projektu po kilku latach będzie on sprzężony z funkcjonowaniem Stowarzyszenia.

Jak wygląda współpraca z innymi podmiotami?

CENTRALA oraz sama Struktura Informatyczna w celu utrzymania projektu opiera się na zewnętrznych **dostawcach specjalistycznych rozwiązań**. Docelowo będą to **dziesiątki firm** oferujących systemowi najróżniejsze jego funkcje, np.: rejestracja użytkowników, statystyki, konta pocztowe, zaawansowana obsługa bankowa, systemy mikropłatności, przechowywanie plików, zdjęć, danych personalnych, systemów powiadomień i innych.

15. Resume

Użyteczność:

Chcemy zaimplementować do sieci nowy rodzaj struktury informatycznej, która konkurować będzie z dotychczasowym funkcjonowaniem Internetu za pomocą stron www. Nasza struktura zapobiega entropii systemu poprzez zastosowanie szablonu informacyjnego, pozwalającego w łatwy sposób na dojście od pożądanej informacji, którą teraz zdobywa się poprzez selekcję stron WWW o nieprzewidywalnej treści, zbudowanych wg najróżniejszych schematów logicznych, selekcję dokonywaną na bazie dziesiątków wyników w wyszukiwarkach internetowych.

Społeczność

Nasza struktura rozwijana jest poprzez aktywność użytkowników i wolontariuszy, którzy za odpowiednie zaangażowanie zostaną wynagrodzeni. Ich praca polega na zagospodarowaniu odpowiedniej przestrzeni w strukturze, która jest podzielona za pomocą podstawowych stron zwanych PN (Podstawowa Strona Nazwy lub Pierwsza Strona Nazwy). Społeczność skupiona wokół naszej struktury ma wpływ nie tylko na budowę kontentu, ale także na dalszy jej rozwój, zawierane kontrakty i ocenę treści poszczególnych jednostek, z których składa się system, czyli PN.

Pro publico bono

Ponieważ system jest otwarty i zorientowany na jak najszersze uczestnictwo w nim właściwie wszystkich grup korzystających z Internetu oraz przyciągnięcie nowych, więc dostęp do niej jest bardzo ułatwiony i relatywnie tani dla firm. Co także jest głównym naszym założeniem. Poza tym naszą ideą jest stworzenie takiej platformy, aby komunikacja międzyludzka i zdobywanie informacji, czy to w postaci wiedzy, czy rozrywki było łatwiejsze, niż dotychczas, a przy tym, aby zachowane były standardy bezpieczeństwa dla małoletnich użytkowników oraz aby struktura była przystosowana do korzystania przez ludzi starszych i telewidzów. Stawiamy na informacje przydatne dla użytkowników. Odwracamy tendencję, gdzie Internet jest nazywany wielkim śmietnikiem a Internauta nic nie może w tym sensie zmienić.

Finanse

Całkowita jawność i otwartość Informacji, od której nazwę bierze nasza struktura: Portal Otwartej Informacji przełoży się także na finanse, które zapewnią funkcjonowanie Centrali i gratyfikacje dla aktywnych użytkowników. Ta forma ułatwi również radykalnie sposób współpracy z podwykonawcami i inwestorami.

Wielokulturowość

Ponieważ założeniem naszym jest stworzenie alternatywy dla dotychczasowego funkcjonowania sieci, dlatego przewidujemy rozciągnięcie naszej struktury na inne kraje i inne języki, a więc stworzenie światowej platformy łatwej wymiany Informacji.

Główny cel

Dostęp do Informacji poprzez zmianę dotychczasowego funkcjonowania w sieci ruchu Internautów za pomocą innego zbudowania w niej kontentu, ułożonego wg innych zasad, za pomocą jednego szablonu, przy pomocy społeczności skupionej wokół struktury POI.

Innowacyjność

polega na tym, że jest to główny punkt odniesienia przy znajdowaniu i publikowaniu informacji w Internecie.

Dla tego zadania jest to nakładka, powłoka na istniejące zasoby Internetu i jest stosunkowo bardzo łatwa do realizacji.

Przesłanie

Ponieważ niniejszy BiznesPlan został udostępniony publicznie, zwracamy się do wszystkich, którzy doceniają jego znaczenie dla społeczeństwa o udzielenie wsparcia dla zespołu inicjującego jego start i realizację. Dotyczy to również wielkich przedsięwzięć Internetowych: *Google, AOL, Ebay, Facebook, Onet, Wp, Interia, o2, Fotka* i wielu innych.

Zakończenie:

Głównym celem projektu eaaaa jest cel społeczny tak ogólnie, jak można to sobie wyobrazić. Ma to być sprawne narzędzie w rękach społeczeństwa przy uwzględnieniu wielojęzykowości, naturalnej hierarchii człowieka i demokracji, osobistych uzdolnień i aspiracji użytkownika.

Pragniemy z eaaaa uczynić sprawne i użyteczne narzędzie do radzenia sobie z różnymi problemami: od tych indywidualnych występujących w życiu codziennym do tych społecznych i światowych. Ostatecznie chcemy postawić przed eaaaa największe zadania: zakres dostępności I. dla dzieci, problem głodu, chorób, dysproporcji dochodu i pokoju na świecie. Z tego powodu niektóre regulacje dotyczące zachowania się w strukturze eaaaa są inne, niespodziewane, ale i interesujące, ponieważ perspektywa ich rozwoju jest ciekawa i uspokajająca. Dlatego też wprowadzamy je już na samym początku istnienia eaaaa.

Eaaaa nie jest kolejnym portalem internetowym i nie opiera się na pracy robotów - jest rozwiązaniem bazującym na istniejących usługach sieciowych i użytkownikach I. Jest wartością dodaną, jednoczącą i reorganizującą świadomie potencjał ludzi oraz zasobów I. w jednym ogólnym celu – dobra społeczeństwa.

Eaaaa to rzetelna, praktyczna i szybka Informacja, współpraca Internautów i biznesu. Jest to proces tworzenia globalnego przedsięwzięcia, w którym mogą wziąć udział praktycznie wszyscy użytkownicy Internetu.

Biznesplan opracowali:

Bolesław Dębowski

Ziemowit Gólski

Adam Bilewicz (były wspólnik SIP),

15.1 Odpowiedzi na pytania:

1. Dlaczego eaaaa.info?

– Europa, Afryka, Ameryki, Australia, Azja – nazwa nie odstrasza, ale jest bardzo poważna. W czasie dzisiejszego masowego „słowotwórstwa” internetowego nazwa wymaga tylko przyzwyczajenia. „Info” oznacza przeznaczenie i nadaje oficjalność nowej platformie. Podobnie już mamy z techniczną nazwą środowiska = Internet. Eaaaa jest konstrukcją pomostową w tymże środowisku. Eaaaa.info nie należy kojarzyć z nazwą firmy. Jest to nazwa raczej nowego medium (jak prasa, telefon, Internet).

2. Dlaczego 11 lat na dojrzewanie projektu?

Struktura Ea jest otwarta – wiąże się to z pełną interaktywnością projektu wyrażoną w jawności Centrali, wpływie użytkowników na jej działania poprzez udział w planowaniu następnych przedsięwzięć inwestycyjnych Centrali. Na to potrzeba czasu. Projekt jest dojrzały wtedy, kiedy narzędzia do zarządzania Centralą Portalu są gotowe a sama globalna struktura projektu jest nasycona Informacją i praktycznie sprzężona z życiem użytkowników. Dopiero wtedy można oddać stery Centrali ogółowi użytkowników Internautów w ramach powstałej do tego czasu naturalnej hierarchii aktywnych użytkowników wewnątrz projektu. Nie wspominając o udziale i integracji biznesu z Ea.

3. Dlaczego czekaliście 10 lat z realizacją pomysłu?

- sama wizja to mało. Ponieważ nie byliśmy ani my, jako pomysłodawcy ani Internet nie był przygotowany na zaimplementowanie takiej struktury - obydwie strony musiały dojrzeć i dorosnąć (i nauczyć pisać się na klawiaturze :-). Przez lata szukaliśmy odpowiedzi praktycznie zawsze na to samo pytanie: jak to zrealizować? Teraz jesteśmy gotowi zarówno my pomysłodawcy jak i Internet, który urósł i dojrzał wraz z swoimi użytkownikami.

Dlaczego 10 lat czekaliśmy na wdrożenie projektu ?

1998 rok



- ✓ skromne zasoby
- ✓ niewielki wybór usług gotowych i darmowych
- ✓ słabe łącza
- ✓ low usability
- ✓ niewielu użytkowników
- ✓ firmy mało liczne
- ✓ technologie i oprogramowanie sieciowe w rozwoju
- ✓ PHP, MySQL na serwerach za dopłatą
- ✓ CSS2 nie istniało, CSS mało stosowane
- ✓ pomysł zbyt nowatorski



2008 rok

- ✓ pierwsza prezentacja projektu eaaaa



Rys 31. Fragment aktualnej prezentacji PowerPoint.

4. Kto może zostać Opiekunem strony Parku Nazwy?

- może Nim zostać tylko osoba fizyczna, konkretny człowiek. A firma (podmiot prawny, gospodarczy) nie może być opiekunem PN – (*nie ma rąk i nóg, a robotów nie wpuszczamy!*). PN może funkcjonować natomiast z powodzeniem bez opiekuna. A w przypadku firmy, to ona wyznacza pracownika, który ją reprezentuje w strukturze.

5. Dlaczego Internauci się pojawią ?

ponieważ projekt:

- jest czymś nowym i ciekawym
- docelowo jest czymś prostym w obsłudze i budowie
- dotyczy werbalnie każdego aspektu Internetu i naszej rzeczywistości
- integruje istniejące rozwiązania i usługi Internetu
- uaktywni potencjał ukryty w zdrowym rozsądku ogółu Internautów
- utworzy globalny i spójny rynek ekonomiczny w przestrzeni Internetu
- zmierza do globalizacji edukacji
- oferuje nowe rozwiązania i usługi
- jest elastyczny wobec wymagań norm społecznych, religijnych, narodowościowych, językowych i kulturowych
- ma zasięg globalny i ponad-językowy i –narodowościowy,
- ponieważ rynek internetowy nie wystąpił dotychczas z taką lub podobną propozycją

Realizacji takiego przedsięwzięcia można najwyraźniej dokonać przy aktywnym i bezpośrednim współdziałaniu rzeszy Internautów i przy akceptacji Ich głównej korzyści.

6. Dlaczego redaktorzy (Opiekun PN) będą pisać i co będzie ich motywowało do pracy w eaaaa? (Pytanie P. Tadeusza Witkowicza)

Właściwie wiele z argumentów przytoczono już powyżej.

1. Ponieważ włożona praca nie idzie na marne.

- Opiekun jest właścicielem strony PN
 - Opiekun może otrzymać zarobek przy przekroczeniu limitów oglądalności.
 - Opiekun może odsprzedać nazwę na aukcji i zarobić
 - Strona PN daje mu możliwość uzyskania dochodu poza systemem Eaaaa.
- Wynika to z istnienia specyficznego modułu PN o dowolnym przeznaczeniu.

2. Ponieważ struktura Eaaaa jest i ma być stabilna. Eaaaa nie może być odsprzedana. A przejrzysta świadomość odnośnie finansów i celów przedsięwzięcia nie budzi wątpliwości.

3. Ponieważ Opiekunowie będą mogli wyrazić swoją opinię o firmie, pracodawcy, produkcie, usłudze a umieszczona informacja nie zaginie w chaosie Internetu i może zostać łatwo namierzona przez każdego zainteresowanego.

4. Ponieważ wnoszona praca (umieszczanie linków, tekstów, fotek nawet bez zapłaty) jest związane z korzyściami środowiskowymi czy społecznymi: prestiż, wyjątkowość, wyróżnienie, dostrzeżenie, własność, zarządzanie grupą a nawet **ratowanie świata** na swojej unikalnej „działce”, jaką jest własna PN

- dotyczy ich głównych budowniczych – przeciętnych Internautów, bez względu na wiek, płeć, zawód i wykształcenie.

5. Ponieważ praca jest ciekawa

Artykuły prasowe i inne dokumenty.

Weż w opiekę kawałek internetu!



Poznańscy informatycy wpadli na genialny pomysł i rozwijają go. Stworzyli pierwszą polską platformę o globalnym zasięgu. Co jest w niej ciekawe? Zamiast tysięcy wyników wyszukiwania otrzymujemy jeden! Rozwój portalu idzie w kierunku możliwości zarządzania atrakcyjnymi adresami stron internetowych, co w dzisiejszych czasach w Internecie staje się coraz trudniejsze.

Pomysł Portalu Otwartej Informacji narodził się w 1998 roku, od tamtej pory dojrzewał i był dopracowywany przez grupę pasjonatów skupionych dzisiaj w Stowarzyszeniu POI i Spółce SIP (skrót od ang. Standard for Information Presentation) – opowiada koordynator, Ziemowit Gólski z SIP Sp. k. - Udało nam się znaleźć istotną lukę w koncepcji informatycznego rynku, której wypełnienie okaże się wyzwaniem nie tylko dla informatyków, ale też dla biznesmenów i internetowych entuzjastów. To perspektywa dla tych, którzy chcą wyjść poza ramy popularnych wyszukiwarek i odkryć coś nowego, a co najważniejsze – własnego. Budujemy portal praktyczny, konkretny, interaktywny i dla wszystkich użytkowników Internetu. Znaleźliśmy bowiem klucz do uporządkowania zasobów sieci, radykalnie ułatwiając publikację i znajdowanie informacji. Osiągnęliśmy to poprzez zastosowanie jednolitego szablonu informacyjnego - tzw. Parku Nazwy - i aktywnego udziału tysięcy internautów (w odróżnieniu do pracy robotów wyszukiwarek).

Ta nowo odkryta przestrzeń, platforma nazwana eaaaa.info (skrót od nazw kontynentów, krótko EA), jest jeszcze niewypelniona, choć w ciągu ostatnich dwóch tygodni zadomowiło

się w niej już kilkadziesiąt osób. One już są zwycięzcami.

Kto pierwszy, ten lepszy - ten ma największe szanse na zarejestrowanie swojej intratnej Nazwy (funkcjonującej podobnie jak domena), a później np. na odsprzedanie jej z zyskiem zainteresowanej firmie – opowiada koordynator projektu. – Z tego powodu warto się pospieszyć, rejestrować samemu lub np. sprawić komuś wartościowy prezent na Gwiazdkę, parkując dla niego Nazwę i zakładając Park. Podkreślę, że zamierzamy stworzyć użytkownikom Internetu możliwość zarabiania dzięki opiekowaniu się Parkiem Nazwy w sieci. Taki prezent jest zatem bardzo dobrą inwestycją. Na razie do końca roku stosujemy zasady promocji, gdzie udział dla użytkownika prywatnego jest bezpłatny, a tylko za niektóre Nazwy trzeba zapłacić złotówkę czy dwa, trzy złote.

W ramach eaaaa.info pracują już pierwsze podprojekty StaryNumer.pl, a także ZAgubiono-znaleziono.pl, a do platformy można wejść przez poznajEA.pl lub ParkNazwy.pl. Z racji bardzo precyzyjnego określania stron i braku możliwości dublowania się ich nazw, odbiorcy nie będą błądzili, a od razu mają być nakierowani na takie informacje, jakich potrzebują. Jest to

też szansa dla reklamodawców, których anonse trafiają wyłącznie do odbiorców zainteresowanych ofertą.

Tym samym są duże szanse, że opiekun danego projektu, dysponujący prawami do konkretnej Nazwy, może w krótkim czasie zarobić całkiem spore pieniądze, dochodzące nawet do połowy stawki za reklamę – zapewnia Gólski. - W platformie EA znajdują świetne warunki do pracy on-line, bez ruszania się z domu, aktywni opiekunowie stron, moderatorzy opiekunów czy zdolni programiści, zainteresowani rozwijaniem projektu. W tym globalnym przedsięwzięciu niebawem będą uczestniczyli informatycy ze Stowacji, a po nich - przedstawiciele innych krajów.

Stowarzyszenie Portalu Otwartej Informacji zaprasza do zamieszczania reklam firm na promocyjnych warunkach, wykupienia unikalnej Nazwy Parku w EA (podobnie jak domena URL w Internecie), umieszczenia linku do Parku Nazwy firmy na stronie Przykładowych Parków Nazw, który posłuży użytkownikom jako wzorzec do tworzenia kolejnych stron. W ofercie EA istnieje także możliwość skorzystania z rabatu przy wykupieniu spotu reklamowego na ekranie diodowym na wrocławskim „Grunwaldzki Center”.

Portal Otwartej Informacji
SIP Sp.k
POI Stowarzyszenie

www.eaaaa.pl
biuro@eaaaa.info

Głos Wielkopolski 24.12.08

Krótką analiza sytuacji w Internecie

Co się dzieje z Informacją, Internautą, Biznesem?

Sytuacja rozproszenia Internetu powoduje, że indywidualnie mamy zero szans na pozyskanie grona stałych zwolenników naszego miejsca, czyli naszych odwiedzających użytkowników. Nasze strony i wpisy w Internecie są niczym zdźbła na łące. Czasami je ktoś odwiedzi, nadeptnie, nader rzadko zachwyci i poleci dalej. System, który pomoże użytkownikowi wpisać informację w widocznym dla innych miejscu będzie poszukiwanym narzędziem. Jeśli jeszcze łatwo ale anonimowo trafimy do autora Informacji to tym lepiej. Surfowanie tu i tam jest fajne na początku ale gdy trzeba żyć i pracować staje się czasochłonne i nieefektywne.

Trochę Google, trochę Wikipedia

•• Twórcy Wikipedii pracują za darmo, każdy internauta ma jakiś wkład w globalne zasoby internetu. Dlaczego nie mieliby na tym zarabiać? – pyta Ziemowit Gólski, współtwórca portalu Parknazwy.pl z poznańskiej firmy SIP. Na www.parknazwy.pl każdy z internautów może wziąć pod opiekę jedną nazwę: na przykład Morze Bałtyckie.

Za co dostaje pieniądze? Za administrowanie stroną, uzupełnianie treści. Czemu strona na Parknazwy.pl z hasłem Morze Bałtyckie różni się od strony z tym samym hasłem na np. Wikipedii? – Nasza strona jest bogatsza, a definicja hasła z encyklopedii stanowi tylko jeden z jej elementów – tłumaczy Gólski. Na Parknazwy.pl jest osobne okno z linkami do najciekawszych stron na dany temat, osobne okno ze zdjęciami, okno z linkami do najnowszych informacji na dany temat i okno z definicją z Wikipedii. Jest też miejsce na pliki dźwiękowe

i komentarze użytkowników. – Mogą na bieżąco komentować treści na danej stronie. To także forma kontroli, czy administrator strony dobrze wywiązuje się ze swoich obowiązków – mówi Gólski.

Administrator strony jest zobowiązany do doczepiania pokrewnych linków, aktualizowania informacji, musi dbać o to, by informacje na jego stronie były rzetelne, a także odpowiadać na pytania użytkowników. Zarabia na swojej stronie, jeśli będzie na nią wchodzić odpowiednio dużo internautów.

Na jego stronie może się także pojawić reklama. Także część pieniędzy za taki baner trafia do kieszeni administratora danej strony, a część do kieszeni właściciela portalu. – Nie chcemy, by była to praca, która zabiera naszym adminom cały dzień i cały wolny czas, dlatego ustaliliśmy limit zarobków na tysiąc złotych – mówi Gólski. Na razie Parknazwy.pl ma kilkaset haseł i tyłuż użytkowników. © LAMA

Gazeta Wyborcza, Poznań 16.03.09

Narzędzia dla biznesu są również rozproszone i odmienne dla każdej z branż. Dodatkowym utrudnieniem jest konieczność rejestracji aby mieć dostęp do całości dostępnych funkcji. W tym miejscu potrzeba praktycznej platformy do pracy i rozwiązywania problemów. Coś jak Telefon, Fax, Expres, Autostrada.

- Piszemy w jednym miejscu a szukamy w drugim. A przecież nie musi tak być. System który w jakiś sposób znosi to oddzielenie będzie praktyczny i wydajny.
- Internet jest zdobyty przez firmy (zespoły) mógłby jednak zostać bardziej demokratyczny. Zwykły Internauta, który jest siłą sprawczą sukcesu w Internecie jest obserwatorem. Jego potencjał jest wykorzystywany do prostych czynności: do klikania plotkowania, rzadko komentowania i oceny. System, który wyzwoli potencjał twórczy i opiniotwórczy przełoży się automatycznie na wzrost jakości biznesu i administracji. Dalej może mieć to przełożenie na rozwiązywanie realnych problemów i Ekologię. Dzisiaj już jesteśmy gotowi na przyjęcie takiego rozwiązania.
- Pojawiają się i zagrożenia w Internecie. Sytuacja zaczyna dopiero być wyraźna. Szczególnie niepokojący charakter ma cyberniewolnictwo (pozycjonerzy, pracują zarabiają i nikt o nich nie słyszy - są już na usługach robotów) i indeksowania indywidualnych poszukiwań Internautów aby potem zapodać im wyniki wyszukiwania. Statystycznie obserwując jest to ogrodzenie dla ludzkiej wyobraźni i twórczości. Jakakolwiek ingerencja zespołu firmy w tą sferę zostanie w końcu rozpoznana jako subtelne ograniczenie wolności. Internet nie powinien lansować rozwiązań globalnych, które w jakimkolwiek imieniu (po za przemocą) ograniczałyby wolność.
- Użytkownicy pragną większego wpływu na sieć. Chcą większej interaktywności i niezależności. Chcą również zarabiać. System, który umożliwi Internaucie swobodniejsze poruszanie się po sieci, możliwość oddziaływania na nią i to co się w niej dzieje, możliwość zarabiania - będzie poszukiwanym produktem.
- Reklamodawcy szukają bardziej kontekstowej reklamy. Chcą aby reklama była skuteczniejsza. Chcą widzieć i wiedzieć do kogo trafia ich reklama i w końcu rozumieć za co płać. Dzisiaj pozostaje im

zaufać, że zamówienie złożone w dużym portalu opiera się na skutecznych metodach pomiaru targetowania a do samego odbiorcy dostępu nie mają.

Reklamodawcy pragną również większej interaktywności z klientem aby w ten sposób budować z nim stałe relacje. System, który zapewni swoją strukturą przejrzystość i interaktywność udziału obu stron będzie poszukiwanym narzędziem

15.3 Załączniki na CD, Adres, Stosowane skróty

Załączniki na płycie CD:

To jest wersja on-line.

<http://eaaaa.poznet.pl/poi/pakietea.zip>

Adres

Kontakt www

www.eaaaa.info –adres portalu
lub
portal-internautow.pl

Email:

biuro@aaaaa.pl

Telefon: 061 -8433077

Telefon mobil: 791 414 625

Adres:

SIP sp.k.
Roosvelta 10/7, 60-829 Poznań

NIP 7811823271

Regon 300888335

KRS 0000310023

BZ WBK 67 1090 1346 0000 0001 0894 7458

Komplementariusz: Ziemowit Gólski

Stosowane Skróty

Skróty używane w tekście i w załącznikach:

POI - Portal Otwartej Informacji = POI = nazwa funkcjonalna polskiego przedsięwzięcia, pkt.14.

eaaaa - globalna struktura przedsięwzięcia podzielona na wersje językowe

-> ze względu na wielowątkowość projektu nazywamy go zamiennie **systemem, portalem, strukturą, platformą przedsięwzięciem, POI, eaaaa, Ea**

Centrala – jednostka zarządzająca całym portalem o dużym stopniu interaktywności pkt. 14

PN - Pierwsza Strona Nazwy – cegiełka portalu – **również PARK NAZWY** (w tekstach po 12.2008), pkt. 7

ADMI - Opiekun, **opiekun PARKu NAZWY** i Informacji – aktywny użytkownik, również pracownik Centrali; pkt. 4