

Allegro, jako forma handlu elektronicznego

Wstęp..... 9

Rozdział I

Zagadnienia metodologiczne

1.1 Cele i założenia badawcze11

1.2 Metody i narzędzia pracy badawczej..... 12

1.3 Charakterystyka respondentów15

Rozdział II

Internet, jako powszechna sieć informatyczna

2.1 Charakterystyka Internetu..... 17

2.2 Historia Internetu..... 21

2.3 Rozwój Internetu w Polsce23

Rozdział III

Internet, jako narzędzie handlu elektronicznego

3.1 Charakterystyka handlu elektronicznego..... 26

3.2 Analiza SWOT e-commerce – szanse, zagrożenia, atuty i słabości..... 28

3.3 Pozycja sektora handlu elektronicznego i jego usług na rynku31

Rozdział IV

Allegro, jako portal przodujący w rankingach aukcji internetowych w Polsce

4.1 Istota i organizacja aukcji	34
4.2 Charakterystyka konkurencji	38
4.3 Bezpieczeństwo i przepisy handlu na portalu Allegro.....	39
4.4 Korzystanie z portali aukcyjnych w badanej grupie	42
Zakończenie	47
Bibliografia	49
Wykaz wykresów, tabel, rysunków.....	52
Załącznik nr 1.....	53