

# **Internetowy portal aukcyjny jako forma handlu elektronicznego**

Wstęp.....3

## **Rozdział I.**

### **Zagadnienia metodologiczne**

1.1. Cele i hipotezy badan.....5

1.2. Metody, techniki i narzędzia badawcze.....6

1.3. Charakterystyka badanej populacji.....9

## **Rozdział II.**

### **Internet jako globalna siec komputerowa**

2.1. Charakterystyka Internetu.....11

2.2. Historia i rozwój Internetu.....18

2.3. Internet w Polsce.....23

## **Rozdział III.**

### **Charakterystyka handlu elektronicznego**

3.1. Istota handlu elektronicznego.....28

3.2. Przyczyny i korzyści z rozwoju handlu elektronicznego.....34

3.3. Prawne aspekty działalności polskiego handlu elektronicznego.....36

## **Rozdział IV.**

### **Allegro jako lider aukcji internetowych w Polsce**

4.1. Charakterystyka aukcji.....44

4.2. Porównanie Allegro do innych aukcji.....52

|                                                                                          |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.3. Zasady i bezpieczeństwo dokonywania zakupów na Allegro.....                         | 53        |
| 4.4. Zachowania nabywcze respondentów związane z korzystaniem z serwisów aukcyjnych..... | 60        |
| <b>Podsumowanie i wnioski.....</b>                                                       | <b>66</b> |
| <b>Bibliografia.....</b>                                                                 | <b>68</b> |
| <b>Wykaz tabel, wykresów, rysunków.....</b>                                              | <b>72</b> |