

SPIS TREŚCI

WSTĘP (Regina Demianiuk)	5
ROZDZIAŁ I. Istota i rozwój handlu internetowego w Polsce (Bartłomiej Suchodolski)	
1.1. Pojęcie i zadania rynku.....	9
1.2. Pojęcie e-commerce i historia Internetu.....	10
1.3. Dostęp do Internetu w Polsce i na świecie na przestrzeni lat.....	13
1.4. Zakupy przez Internet w Polsce.....	16
1.5. Szczególne prawa konsumenta podczas zakupów przez Internet.....	19
ROZDZIAŁ II. Zachowania zakupowe e-konsumenta polskiego rynku e-commerce (Marcin Gomółka)	
2.1. E-konsument – definicja i cechy charakterystyczne	25
2.2. Prawidłowości towarzyszące zachowaniom e-konsumentów	27
2.3. Analiza zachowań zakupowych e-konsumentów polskiego rynku e-commerce w świetle raportu <i>E-commerce w Polsce 2022</i>	29
2.4. Wnioski z raportu	41
ROZDZIAŁ III. Modele biznesowe w handlu internetowym (Monika Ojdana-Kościuszko)	
3.1. Podstawowe modele biznesowe w handlu internetowym.....	43
3.2. Trendy i innowacje w modelach biznesowych.....	49
3.3. Wyzwania i ryzyka związane z modelami biznesowymi w handlu internetowym.....	53
3.4. Wpływ transformacji cyfrowej na modele biznesowe w handlu internetowym.....	56
ROZDZIAŁ IV. Uwarunkowania projektowania działalności e-commerce (Adam Marcysiak)	
4.1. Analiza rynku i konkurencji.....	61
4.2. Nisza rynkowa w handlu internetowym.....	65
4.3. Dropshipping jako sposób na rozpoczęcie działalności w handlu internetowym.....	66
4.4. Pozycjonowanie stron i konwersja w e-commerce.....	69

ROZDZIAŁ V. Outsourcing logistyczny w handlu internetowym

(Regina Demianiuk)

5.1.	Organizacja logistyki w handlu internetowym.....	73
5.2.	Korzyści z outsourcingu usług logistycznych dla e-commerce.....	79
5.3.	Rozwiązania logistyczne świadczone przez wybrane podmioty TSL w Polsce dla sektora e-commerce.....	83

ROZDZIAŁ VI. Logistyka ostatniej mili w obsłudze e-commerce

(Elżbieta Replińska)

6.1.	Geneza i rozwój handlu elektronicznego. E-commerce wyzwaniem dla KEP.....	89
6.2.	Pojęcie ostatniej mili i ostatnia mila w e-commerce jako wyzwanie dla logistyki.....	96
6.3.	Punkty dostaw OOH jako jeden z kluczowych trendów w logistyce ostatniej mili.....	99
6.4.	Innowacyjne rozwiązania w zakresie floty transportowej dostaw dla e-commerce.....	116
6.5.	Efektywne magazyny dla logistyki ostatniej mili e-commerce.....	118
6.6.	Kompleksowe rozwiązania logistyczne dla e-commerce.....	121

ROZDZIAŁ VII. Gospodarka opakowaniami w e-commerce

(Michał Klimek)

7.1.	Charakterystyka, funkcje, klasyfikacja opakowań.....	123
7.2.	Opakowania dla e-commerce i dobór opakowań na przykładzie InPost.....	126
7.3.	Zastosowanie proekologicznych rozwiązań w opakowaniach dla e-commerce.....	130

ROZDZIAŁ VIII. Systemy i metody płatności na rynku e-commerce w Polsce

(Jolanta Brodowska-Szewczuk)

8.1.	Zezwolenie na prowadzenie systemu płatności w Polsce.....	137
8.2.	Systemy i metody płatności w e-commerce w Polsce.....	140
8.3.	Globalne metody płatności w e-commerce.....	150

BIBLIOGRAFIA	152
---------------------------	-----

SPIS TABEL I RYSUNKÓW	163
------------------------------------	-----

STRESZCZENIE I ABSTRACT	165
--------------------------------------	-----