




Język pracy: (Language of work)	polski [PL] <i>Polish</i>
Tytuł: (Title)	 Rezygnacja z handlu stacjonarnego na rzecz e-handlu - szanse i zagrożenia dla mikrofirm.  Cancellation of traditional trading for e-commerce - opportunities and risks for microenterprises.
Autorzy: (Authors)	Wojciech Różyński Elżbieta Różyńska
Promotor pracy: (Promoter of work)	dr Jan Waśkiewicz
Jedn. organizacyjna (organizational Unit)	Wyższa Szkoła Zarządzania Personelem <i>Academy of Personnel Management</i>
Streszczenie: (Summary)	 Intencją badania było poznanie opinii Polaków, na temat zakupów online oraz znajomości dostępnych w tym obszarze rozwiązań i praktyki. Opinie te mogą być pomocne mikrofirmom w sytuacji podejmowania decyzji o ewentualnej rezygnacji z handlu stacjonarnego na rzecz e-handlu. Dodatkowo obrazują szanse i zagrożenia takiej zmiany. Badanie zostało przeprowadzone na terenie Polski, za pomocą wystandaryzowanego kwestionariusza ankiety na losowo wybranych respondentach, z dwóch grup wiekowych - jednostki badane w wieku do 55 lat i druga grupa: powyżej 55 lat. Na obszar dystrybucji wybraliśmy miejsca o dużym natężeniu ludzi, Uniwersytety III wieku, Kluby Seniora, oraz internet. Praca ukazuje, że zakupy online są lubiane, coraz bardziej powszechne, niezbyt skomplikowane i w zasadzie dostępne dla każdego przez 7 dni w tygodniu, 24 godziny na dobę. Wyniki badania wskazują również, że istotna jest nie tylko cena, ale także jakość oferowanego towaru. Rynek e-commerce stwarza szerokie możliwości, ale ma również swoje wymagania, które muszą być spełnione jeśli chcemy utrzymać się na rynku, a nie tylko zaistnieć na chwilę.  <i>The intention of the study was to learn the opinion of Poles, concerning online purchases and knowledge of available solutions and practice. Those views may be helpful for micro companies in decision making situations about a possible resignation of traditional trading for e-commerce. Additionally, they illustrate opportunities and threats to this change</i> <i>The study was conducted in Poland, using a standardized questionnaire to randomly selected respondents, with two age groups - units tested under the age of 55 years and the second group: over 55 years. For the distribution area we chose heavily populated places with, Universities of the Third Age, Senior Clubs and internet.</i> <i>This work shows that online shopping is popular, more and more common, not very complicated and basically accessible to everyone, 7 days a week, 24 hours a day. The survey results also indicate that not only the price is important but also the quality of the goods offered. Very often companies that trade online forget about the appropriate contact with the customer. E-commerce market provides ample opportunities, but it also has its requirements that must be met if we want to stay on the market, and not just exist for a while.</i>
Słowa kluczowe: (Keywords)	 handel elektroniczny, urządzenia mobilne, Internet, e-commerce, m-commerce, sklep internetowy  <i>e-commerce, mobile devices, Internet, m-commerce, online shop</i>