

Spis treści

Wprowadzenie	5
---------------------------	----------

Rozdział 1

Charakterystyka usług jako przedmiotu badań	9
1.1. Istota i podział usług	9
1.2. Znaczenie usług dla współczesnej gospodarki	18
1.3. Znaczenie usług dla konsumentów	27

Rozdział 2

Wpływ nowych technologii informacyjnych na relacje konsument – usługodawca . . .	33
2.1. Wpływ nowych technologii na ewolucję przedsięwzięć biznesowych	33
2.2. Wpływ internetu na interakcje pomiędzy uczestnikami rynku	40
2.2.1. Oddziaływanie e-konsumentów na usługodawców – e-prosument	45
2.2.2. Możliwości oddziaływania usługodawców na e-konsumentów	50
2.3. Podpis elektroniczny	60
2.4. Problem płatności elektronicznych	63

Rozdział 3

Charakterystyka e-usług	69
3.1. Definicja e-usług	69
3.2. Znaczenie e-usług w zagospodarowaniu czasu wolnego	71
3.2.1. E-turystyka	71
3.2.2. E-handel	79
3.2.3. E-kultura	87
3.3. Korzystanie z usług finansowych świadczonych drogą elektroniczną	94
3.3.1. E-bankowość	94
3.3.2. E-ubezpieczenia	103
3.4. Korzystanie z e-usług związanych z kapitałem ludzkim	110
3.4.1. E-zdrowie	110
3.4.2. E-edukacja	118
3.5. Korzystanie z e-administracji jako usługi publicznej	124
3.6. Opinie dotyczące wybranych aspektów obecnego stanu rynku e-usług oraz jego przyszłości w świetle wyników badań własnych	135

Rozdział 4

Ochrona konsumenta na rynku e-usług	137
4.1. Zagrożenia konsumenta związane z nabywaniem e-usług	137
4.2. Instytucje i organizacje ochrony konsumentów	145
4.3. Problem ujednolicenia prawa konsumenckiego na obszarze Unii Europejskiej ..	149
4.4. Znajomość przepisów dotyczących sprzedaży na odległość ze szczególnym uwzględnieniem sprzedaży przez internet.	152

Zakończenie	161
--------------------------	------------

Bibliografia	169
---------------------------	------------

Aneks	185
--------------------	------------