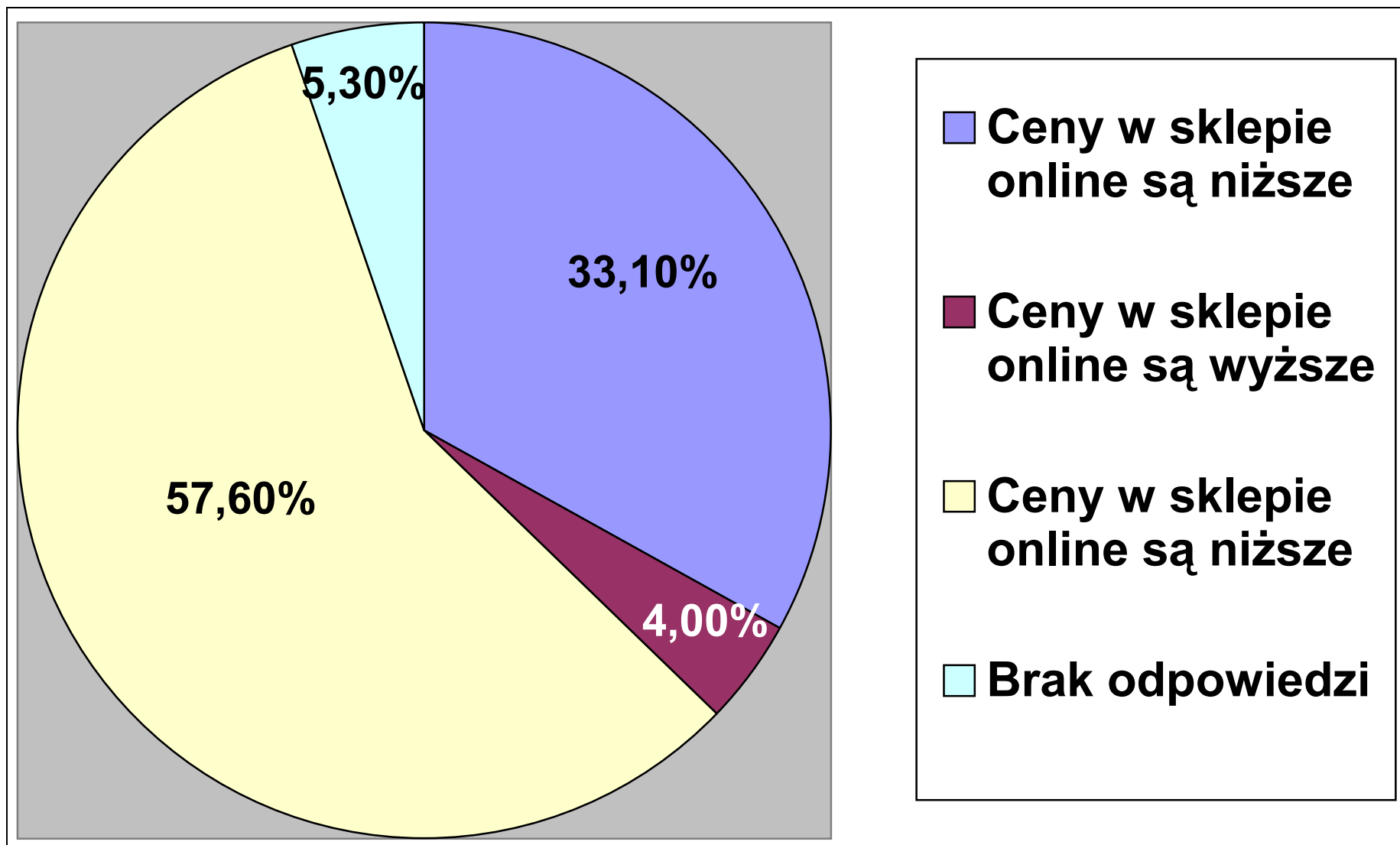


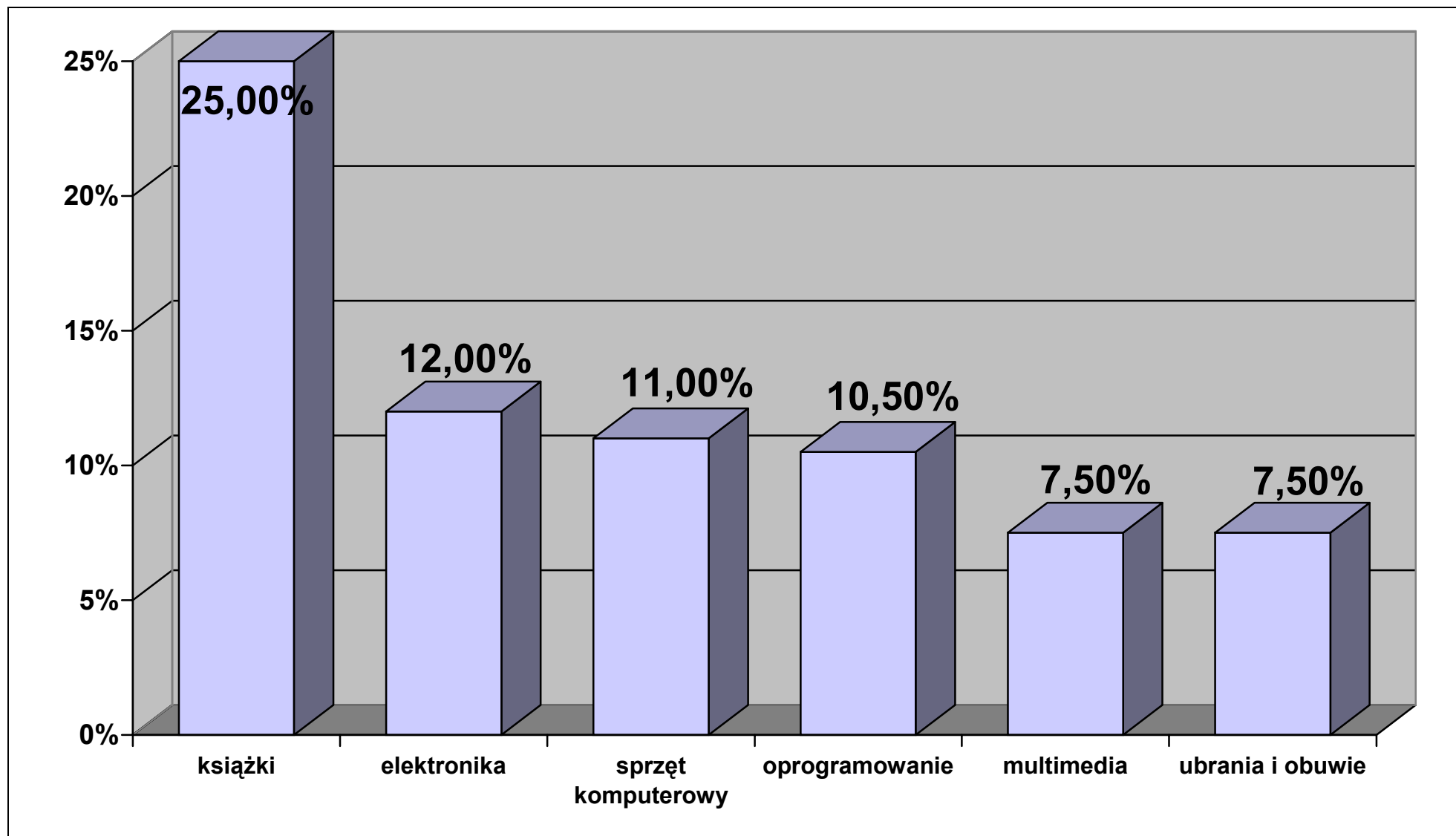
Rys.1. Liczba sklepów internetowych w Polsce.

Źródło: Oficjalna strona domowa I-Metria, <http://www.imetria.com> (2002-11-21).

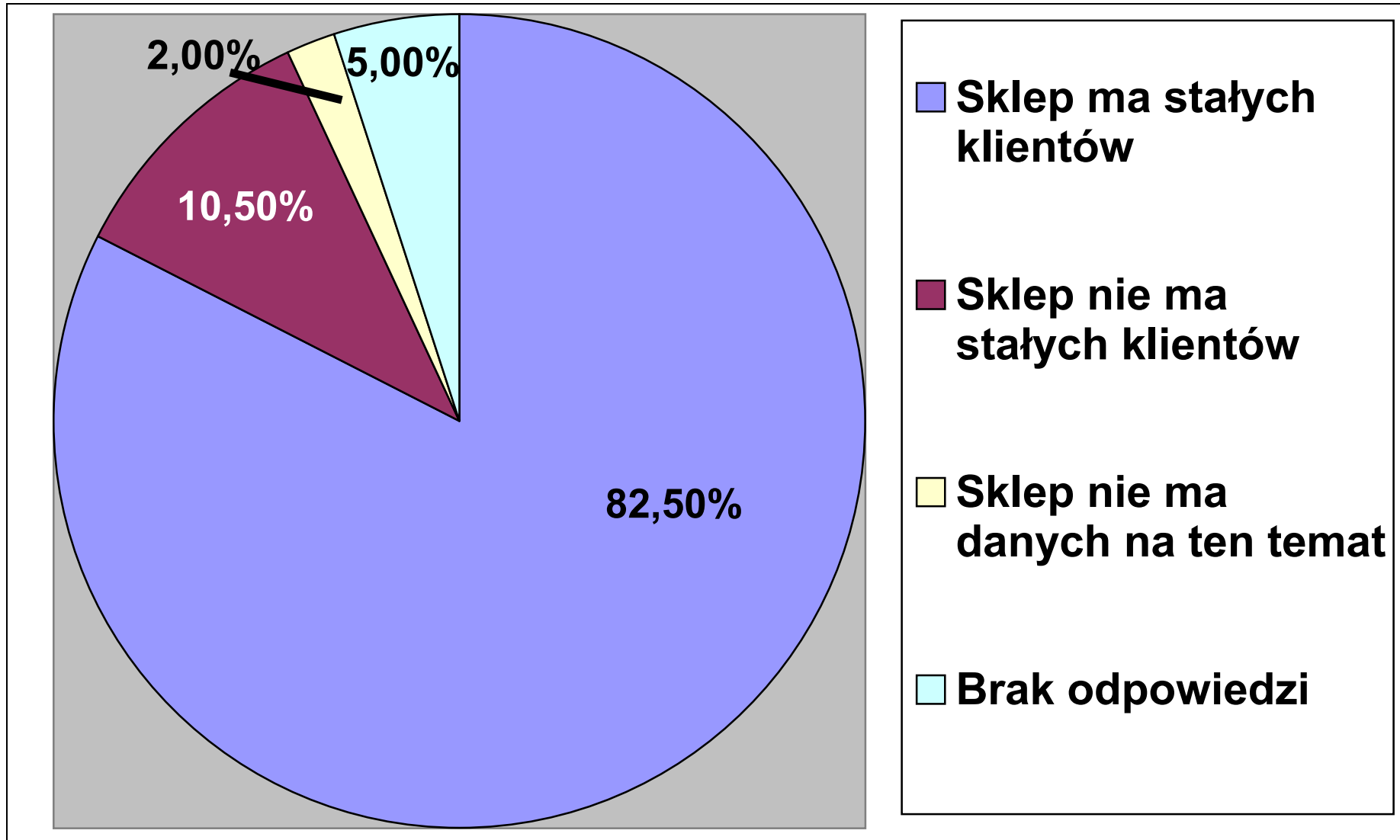


Rys.2. Różnice cen w sklepach internetowych i ich oddziałach offline.

Źródło: Oficjalna strona domowa I-Metrii, <http://www.imetria.com> (2002-11-21).

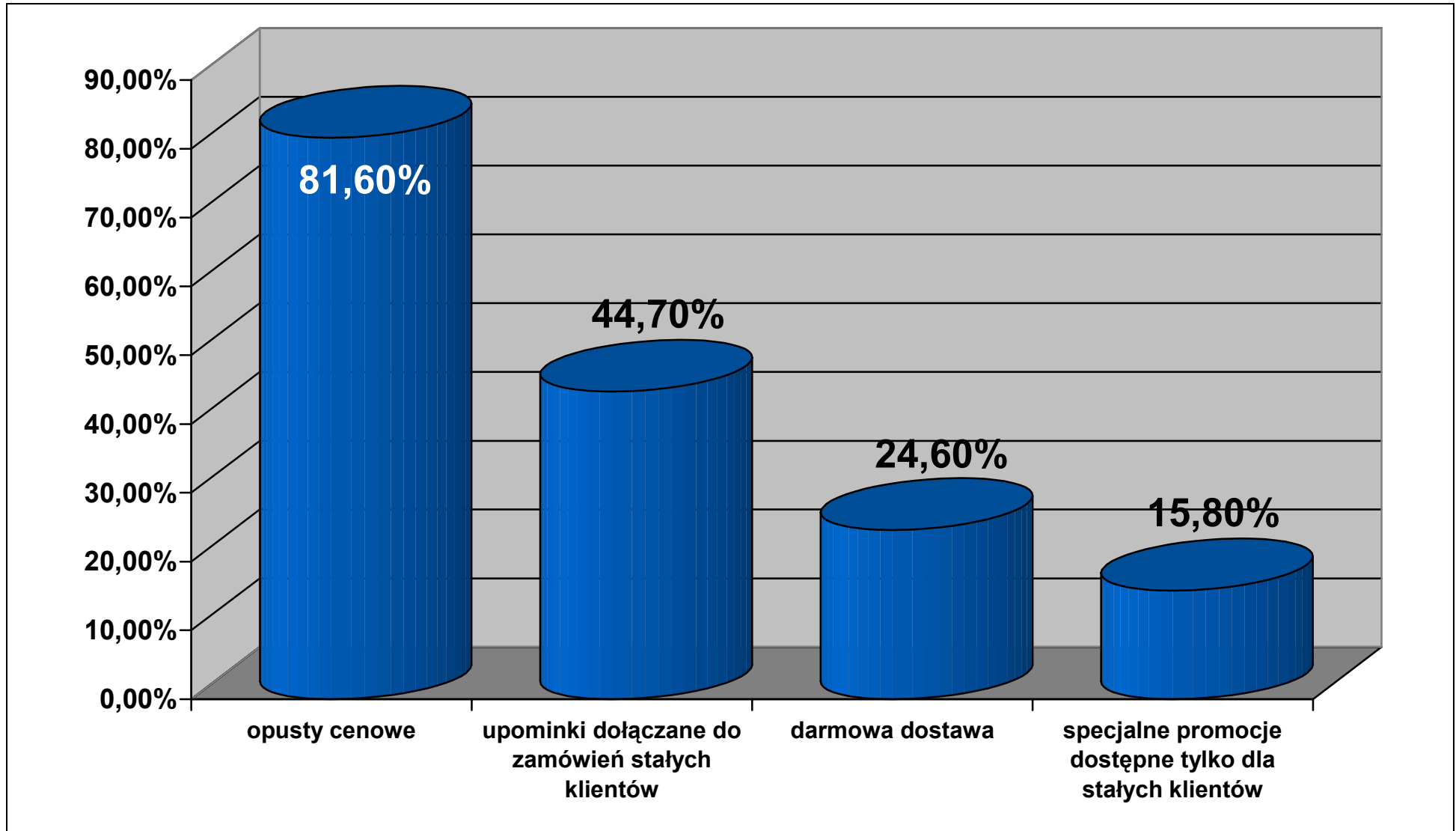


Rys.3. Najczęściej oferowana grupa asortymentowa towarów oferowanych w sklepach online w Polsce.  
Źródło: Oficjalna strona domowa I-Metrii, <http://www.imetria.com> (2002-11-21).

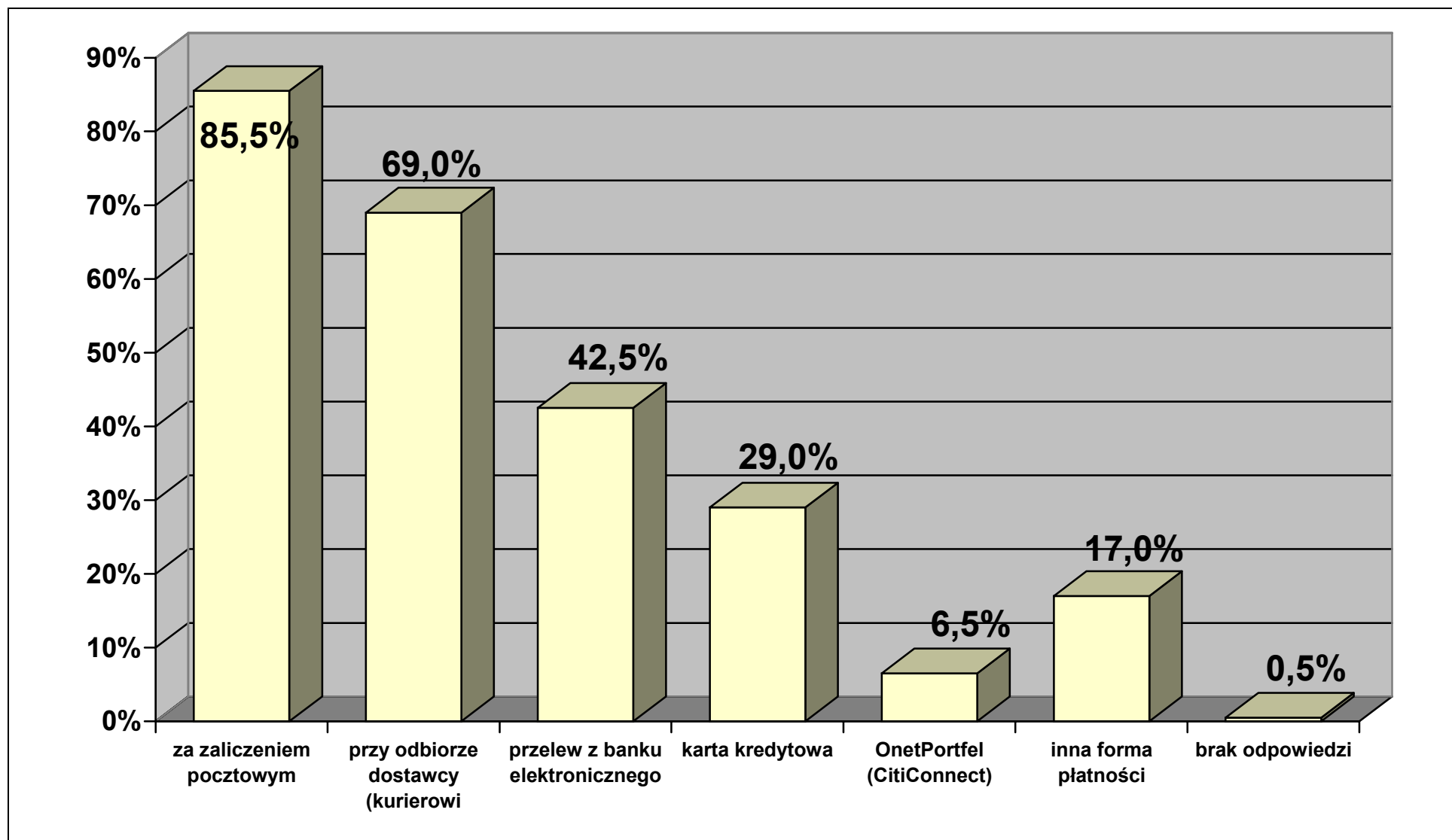


Rys.4. Stali klienci sklepów internetowych.

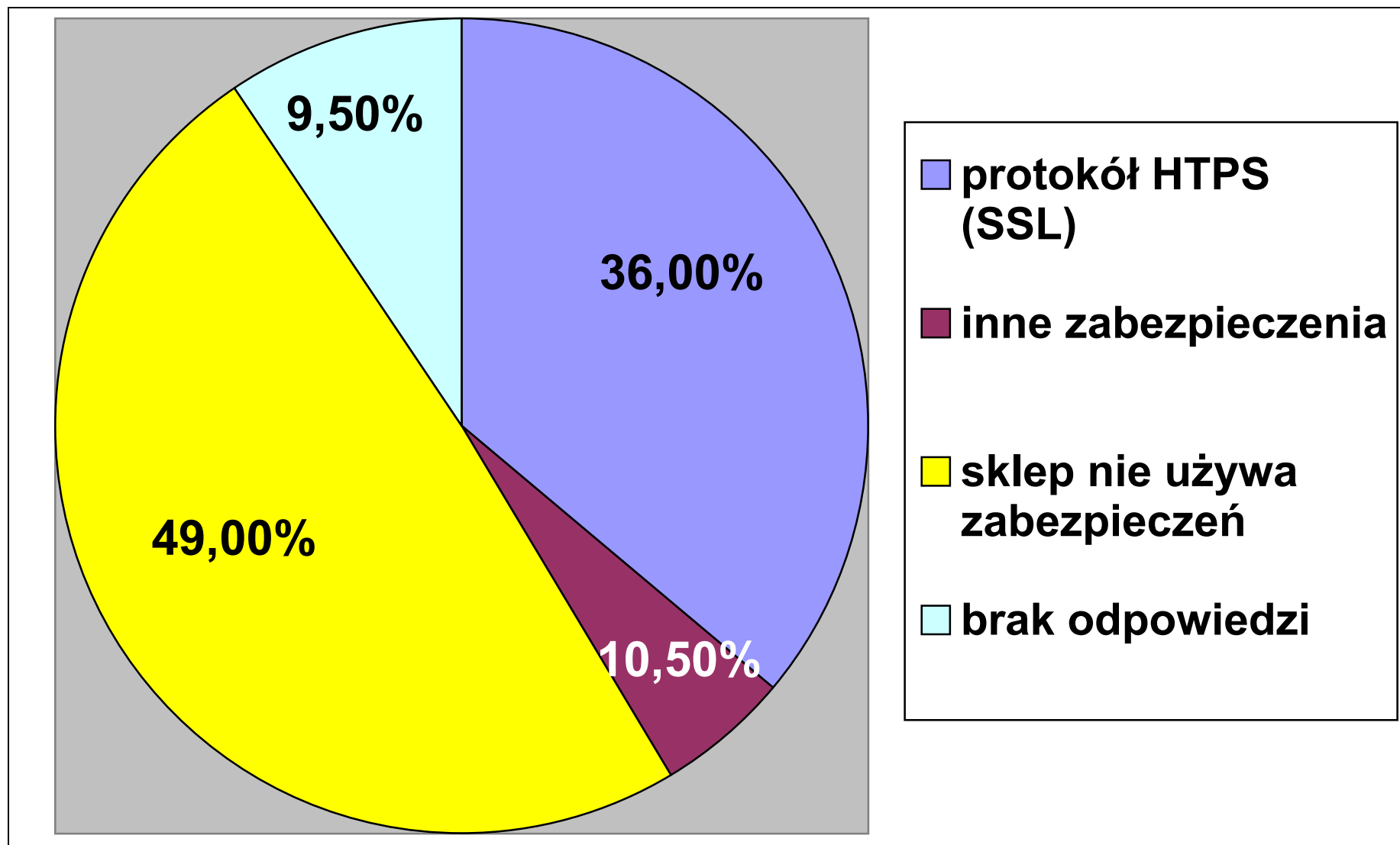
Źródło: Oficjalna strona domowa I-Metria, <http://www.imetria.com> (2002-11-21).



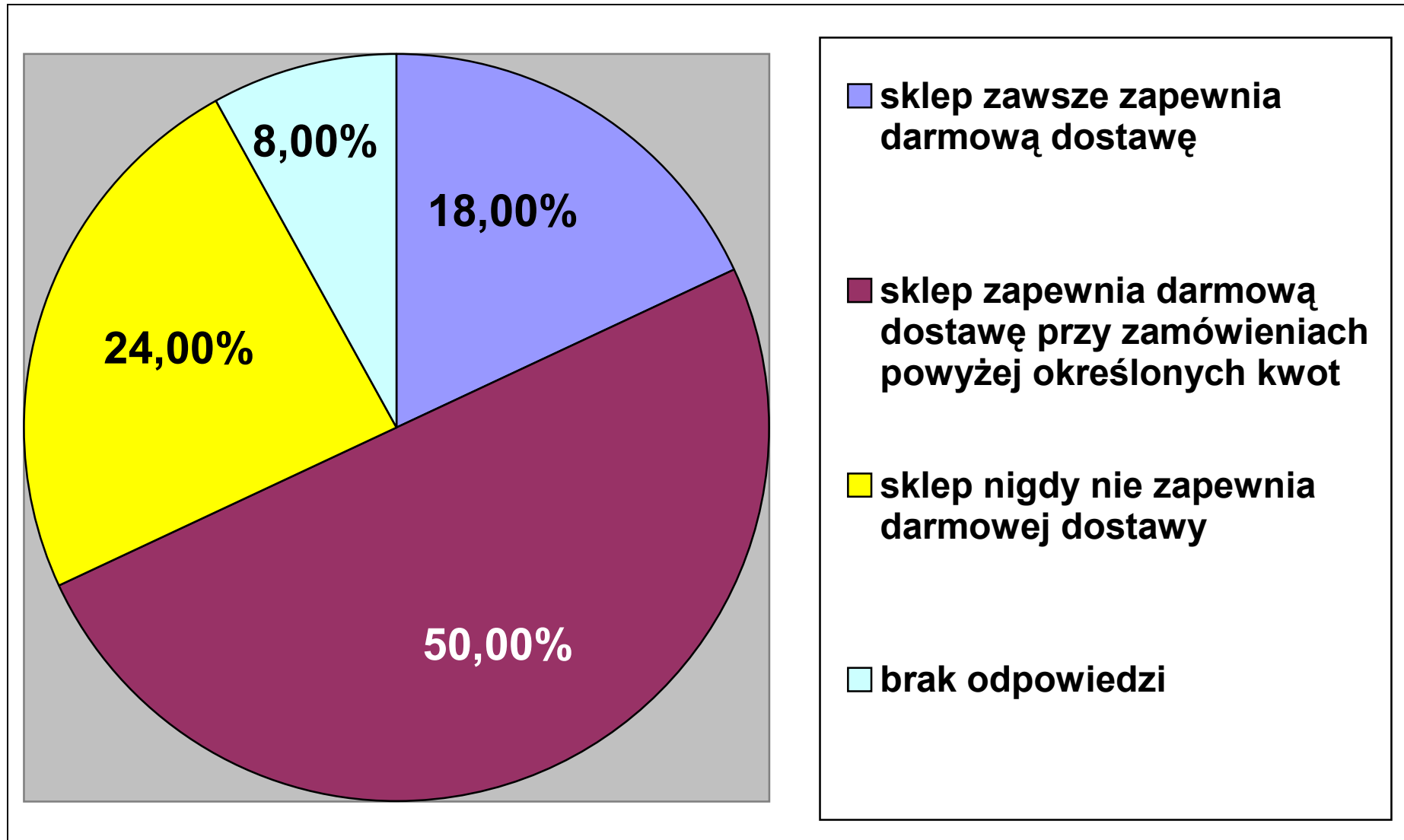
Rys.5. Najpopularniejsze formy premiowania stałych klientów sklepów internetowych w Polsce.  
Źródło: Oficjalna strona domowa I-Metrii, <http://www.imetria.com> (2002-11-21).



Rys.6. Sposoby płatności oferowane przez sklepy internetowe w Polsce (można było wybrać kilka odpowiedzi).  
Źródło: Oficjalna strona domowa I-Metrii, <http://www.imetria.com> (2002-11-21).



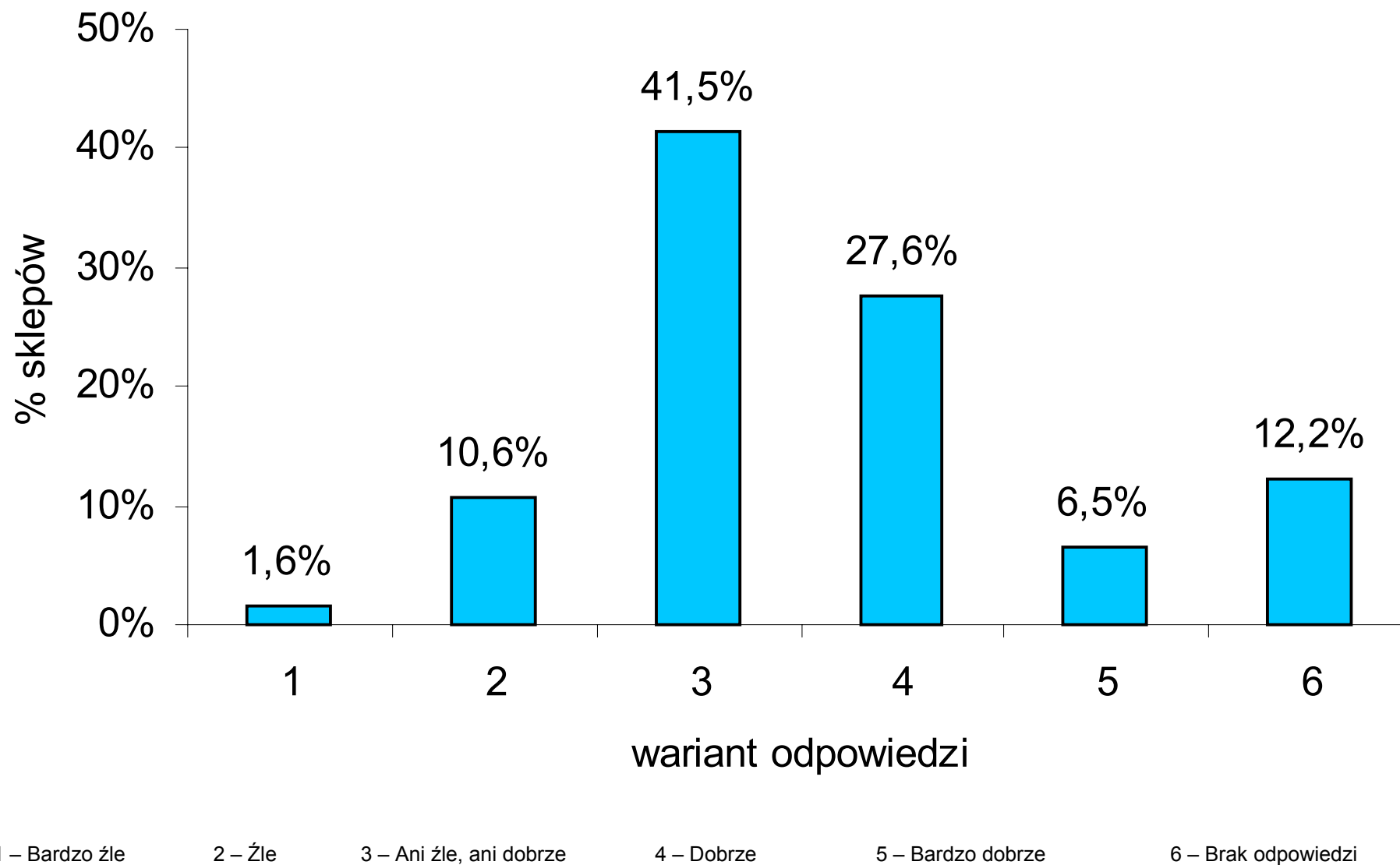
Rys.7. Zabezpieczenia stosowane podczas wymiany poufnych informacji z klientami (deklaracje sklepów).  
Źródło: Oficjalna strona domowa I-Metrii, <http://www.imetria.com> (2002-11-21).



Rys.8. Darmowa dostawa w sklepach internetowych.

Źródło: Oficjalna strona domowa I-Metria, <http://www.imetria.com> (2002-11-21).





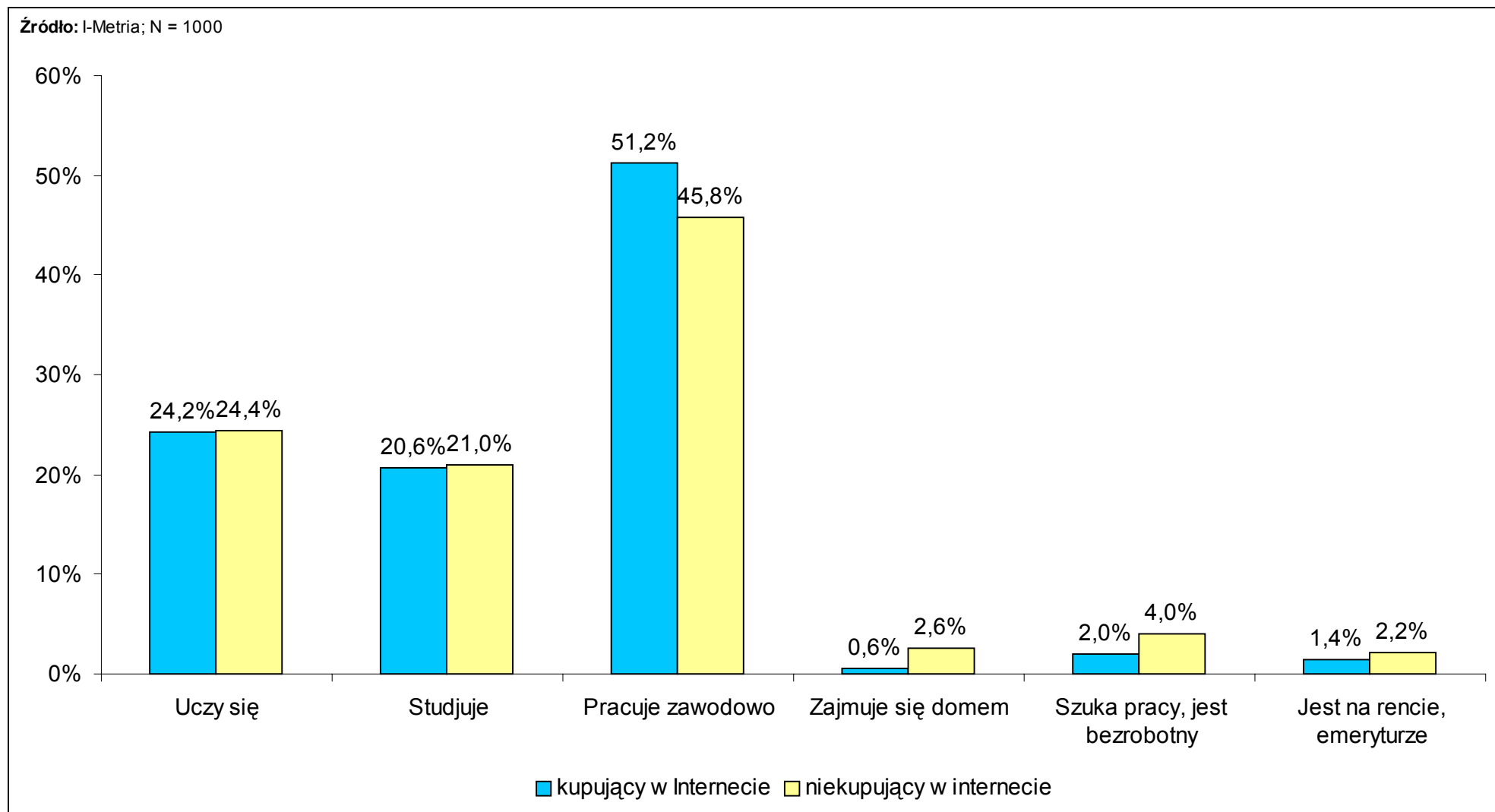
Rys.9. Perspektywy rozwoju eHandlu B2C wg sklepów internetowych.

Źródło: Oficjalna strona domowa I-Metrii, <http://www.imetria.com> (2002-11-21).

Jednocześnie z badaniem ankietowym sklepów przeprowadzono test mający dostarczyć informacji, jak w rzeczywistości działają polskie eSklepy. Wylosowano próbę 50 sklepów, w których spróbowano zrobić zakupy. Napotkano na następujące przeszkody:

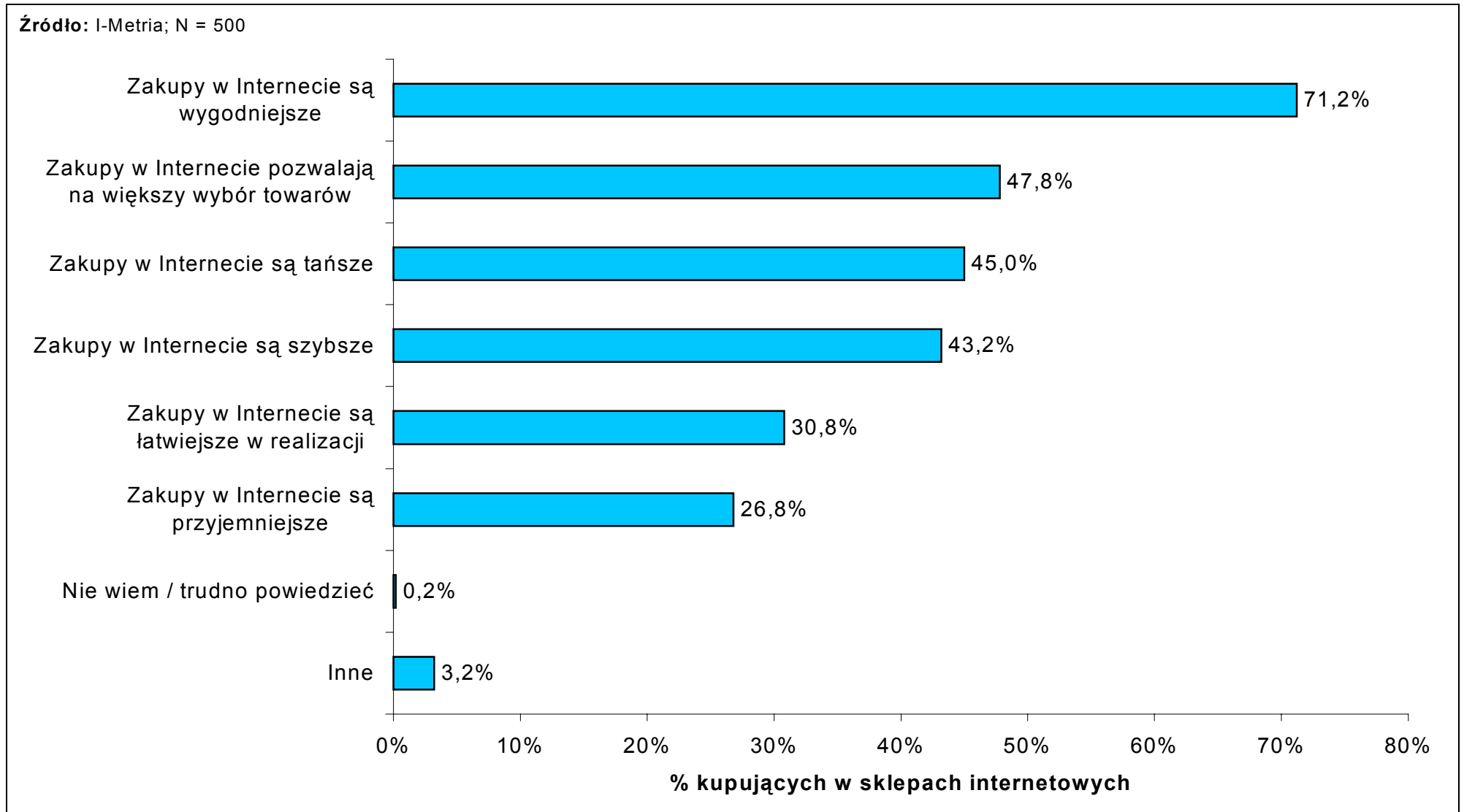
Tab.1. Przeszkody w zrobieniu zakupów w sklepach internetowych.

<b>Przeszkoda w zrobieniu zakupów</b>	<b>Liczba sklepów</b>
Sklep nie podaje cen towarów, które sprzedaje	1
Czas dostawy przekracza 1 miesiąc (czas trwania testu)	1
Nie można otworzyć strony sklepu	2
Sklep dostarcza towary na terenie jednego miasta	1
Po złożeniu zamówienia sklep informuje, że jest nieczynny	1
Nie działa formularz do składania zamówień	1



Rys.10. Główne zajęcia klientów sklepów internetowych.

Źródło: Oficjalna strona domowa I-Metrii, <http://www.imetria.com> (2002-11-21).



Rys.11. Główne powody kupowania w internecie.

Źródło: Oficjalna strona domowa I-Metrii, <http://www.imetria.com> (2002-11-21).