

Agnieszka MOLGA¹, **Kacper GUMIŃSKI²**

¹ ORCID: 0000-0002-0857-5111. Dr, Uniwersytet Technologiczno-Humanistyczny w Radomiu, Wydział Transportu, Elektrotechniki i Informatyki, Katedra Informatyki, ul. Malczewskiego 29, 26-600 Radom; e-mail: agnieszka19216@wp.pl

² inż. 26-600 Radom; e-mail: gumii19964@gmail.com;

data złożenia tekstu do Redakcji DI: 9.01.2022; data wstępnej oceny artykułu: 15.01.2022

SERWISY OGŁOSZENIOWE I ICH ROLA ADVERTISING SERVICES AND THEIR ROLE

Słowa kluczowe: strona internetowa, serwis ogłoszeniowy, portale społecznościowe, serwisy wideo, blogi, komunikatory oraz portale ogłoszeniowe.

Keywords: website, classifieds website, social networking sites, video sites, blogs, instant messaging and advertising portals.

Streszczenie

W pracy przedstawiono, jaką rolę w życiu codziennym odgrywają serwisy ogłoszeniowe oraz jaką pełnią funkcję w handlu internetowym.

Przedstawiono wyniki badań, które pokazują, że strony z ogłoszeniami stanowią dziś największą bazę wymiany informacyjnej w kontekście usług i innych potrzeb.

Abstract

The paper presents the role of classifieds websites in everyday life and their functions in online commerce.

The results of research are presented, which show that the classifieds websites are today the largest database of information exchange in the context of services and other needs.

Wprowadzenie

W dzisiejszych czasach potrzeba cyfryzacji stała się jedną z dominujących rzeczy, do której dąży niemal każdy aspekt ludzkiego życia. Dodatkowym czynnikiem wpływającym na rozwój powszechnej internetyzacji stała się pandemia

COVID-19, ograniczająca mobilność ludzi oraz kontakty międzyludzkie. Przyczyniło się to do niebywałego wzrostu wartości rynku e-commerce. Według raportu PMR „u201eHandel internetowy w Polsce 2020” (rys. 1.) w 2020 roku wzrost ten sięgnął blisko 26% względem roku 2019. Inne wyniki sugerują, że w roku 2025 udział rynku handlu internetowego w stosunku do całego handlu detalicznego wyniesie około 20%, notując tym samym wzrost o 9 pkt proc. w zestawieniu z rokiem 2019.

Wartość (mld zł) i dynamika (%) internetowej sprzedaży detalicznej w Polsce, 2016-2020



s - szacunek

p - prognoza

Źródło: raport PMR u201eHandel internetowy w Polsce 2020. Analiza i prognoza rozwoju rynku e-commerce na lata 2020-2025u201d, 2020



Rys. 1. Raport PMR u201eHandel internetowy w Polsce 2020

Źródło: K. Szalas, *Rekordowy wzrost rynku e-commerce w 2020 roku spowodowany epidemią COVID-19*, <https://www.pmrmarketexperts.com/rekordowy-wzrost-rynku-e-commerce-w-2020-roku-spowodowany-epidemia-covid-19> (dostęp: 14.05.2021 r.).

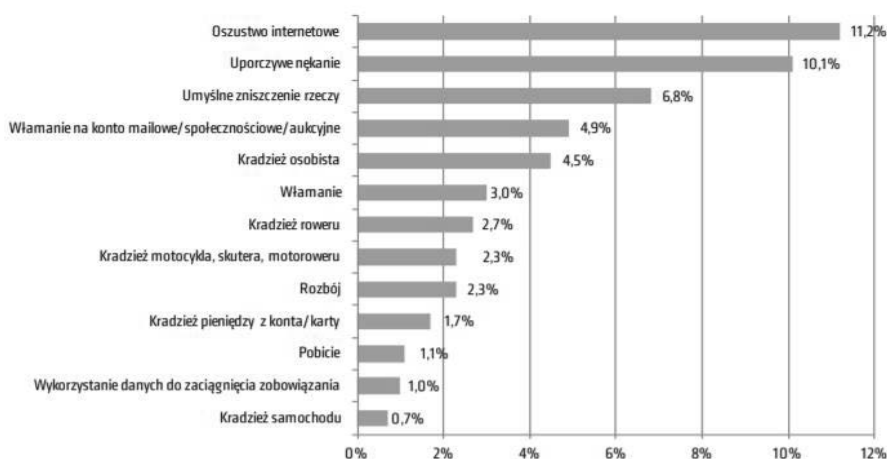
Potrzeba handlu przez Internet jest ogromna, pomijając oczywiste plusy takiego rozwiązania w postaci większego wyboru dóbr, często niższej ceny w stosunku do sklepów stacjonarnych, jest to po prostu bardzo wygodne. Coraz większa baza użytkowników handlu internetowego w Polsce, ale i na całym świecie powoduje, że istnienie mniejszych portali ogłoszeniowych jest uzasadnione.

Powód istnienia serwisów ogłoszeniowych

Jest co najmniej kilka przyczyn istnienia serwisów ogłoszeniowych. Przede wszystkim serwisy takie zastąpiły dawne targowiska, na których jeszcze kilkanaście lat temu można było kupić niemalże wszystko, ulotki informacyjne na drzewach, ogłoszenia w prasie – dziś to wszystko dostępne jest w jednym miejscu. Można więc powiedzieć, że rozwiązania sprzed kilkunastu lat zostały prze-

niesione, albo wręcz wcielone do sieci internetowej. Serwisy ogłoszeniowe pomagają pozbyć się niechcianych przedmiotów, które zalegałyby tylko na dnie szafy. Dzięki takim portalom firmy mają ułatwiony dostęp do nowych konsumentów, co wpływa wprost proporcjonalnie na sprzedaż dóbr. Dobrze rozbudowany serwis, który jest konkurencyjny i posiada ogromną bazę użytkowników, pozwala na sprawny handel między ludźmi, przynosząc korzyści dla małych, jak i dużych przedsiębiorców. Jednakże serwisy ogłoszeniowe to nie tylko sprzedaż dóbr. Za pomocą takiej strony można szukać pracy, poszukiwać pracowników, czy nawet zakupić dom¹.

Wiele można również zawdzięczać serwisom ogłoszeniowym i ogólnie handlowi e-commerce, konkurencyjne ceny, niespotykana dotąd ogromna baza użytkowników, sprawiająca, że zasięg takiego portalu ogłoszeniowego w porównaniu do lokalnego stacjonarnego sklepu jest nieporównywalny. Jednak jak każdy aspekt ludzkiego życia, tak i portale ogłoszeniowe ukazują zagrożenia spowodowane korzystaniem z nich². Internetowa sprzedaż nie wyeliminowała oszustw, możliwe, że nasiliła takie praktyki. Z danych Ogólnopolskiego Badania Wiktyimizacyjnego z roku 2020 (rys. 2.) wynika, że ponad 11% osób padło ofiarą przestępstwa internetowego, a 1% ankietowanych stracił swoje dane osobowe.



Rys. 2. Wskaźnik wiktyimizacji w roku 2020

Źródło: J. Włodarczyk-Madejska, P. Ostaszewski, J. Klimczak, A. Siemaszko, *Ogólnopolskie Badanie Wiktyimizacyjne 2020. Raport z badania*, Warszawa 2020, s. 17.

¹ Web Development, <https://sadurscy.pl/blog/2017/06/czym-pomagaja-serwisy-ogloszeniowe/> (dostęp: 14.05.2021 r.).

² J. Włodarczyk-Madejska, P. Ostaszewski, J. Klimczak, A. Siemaszko, *Ogólnopolskie Badanie Wiktyimizacyjne 2020. Raport z badania*, Warszawa 2020.

Należy więc zachowywać szczególną ostrożność podczas korzystania z internetowych sklepów, dane osobowe czy numer karty bankowej to obecnie jedne z najwrażliwszych i najcenniejszych rzeczy, na których kradzieży zależy współczesnym przestępcom. Jednakże wszelkiego rodzaju akcje uświadamiające sprawiają, że ludzie coraz bardziej świadomie i bezpiecznie poruszają się w przestrzeni wirtualnej, utrudniając nieuczciwym osobom ich nieczyny proceder.

Rola portali ogłoszeniowych w życiu codziennym

Portal internetowy nazywany jest również serwisem informacyjnym, który pod jednym adresem mieści funkcje i narzędzia służące do poruszania się w Internecie. Na samym początku portale internetowe zawierały katalog stron WWW, zbiory plików tekstowych i multimedialnych, dawały możliwość założenia konta e-mail, a także funkcjonowały jako serwisy informacyjne. Jednym z rodzajów tego typu serwisów są wortal koncentrujące się na jednej wąskiej dziedzinie. Choć nazwa wortal nie funkcjonuje w powszechnym użyciu, to sama idea specjalizacji stała się w późniejszych latach dominująca w tym zakresie. W ostatnich latach nastąpił ogromny wzrost liczby portali internetowych, spośród których liderem stał się Yahoo! W tym samym czasie, czyli w latach 90. XX wieku na Uniwersytecie Gdańskim powstała wzorowana na Yahoo! Wirtualna Polska, w firmie Optimus stworzono Onet.pl, natomiast we współpracy ComArch S.A. i RMF FM powstała Interia.pl. Strony te do dzisiaj są najpopularniejszymi portalami informacyjnymi w Polsce. W 2000 r. nastąpiły problemy na rynku informatycznym, gdy spadła wartość przewartościowanych spółek i przedsiębiorstw powiązanych z działalnością internetową. Wydarzenie to znane jako bańka internetowa doprowadziło do upadku lub znacznej utraty wartości przez wiele firm, a z drugiej strony było początkiem monopolizacji rynku przez podmioty, które najlepiej przetrwały kryzys, takie jak Microsoft, Google, Apple, Amazon, eBay itd. Kryzys internetowy był początkiem do przejścia w epokę nazwaną Web 2.0. Zaostrzona konkurencja o klienta była impulsem, że serwisy internetowe zaczęły przyciągać użytkowników interaktywnością, a przede wszystkim możliwością tworzenia i przetwarzania własnych treści. W przeciwieństwie do Web 1.0, Web 2.0 jest nie tylko rewolucją technologiczną, ile zmianą oczekiwań korzystających z Internetu wobec usług oferowanych w sieci. Obok projektów takich jak Wikipedia, nowa epoka przyniosła jednak niekontrolowany problem łamania praw autorskich, do którego przyczyniły się serwisy Peer-to-Peer (P2P) takie jak Napster lub The Pirate Bay, umożliwiające korzystającym nieograniczone przesyłanie plików w różnych rozmiarach i formatach³.

³ M. Pudelko, *Prawdziwa historia Internetu*, wyd. II rozsz., iTstart, Piekary Śląskie 2013, s. 122.

Oprócz portali informacyjnych ważnymi elementami dzisiejszego Internetu są portale społecznościowe, serwisy wideo, blogi, komunikatory oraz portale ogłoszeniowe.

Jednym z pierwszych przedsięwzięć tego typu, które szybko zyskało na popularności jest założony w 1995 r. w USA eBay, serwis aukcyjny. Początkowo był miejscem umożliwiającym licytację towarów, stał się sposobem na wymianę unikatowych dóbr, często o wartości kolekcjonerskiej.

Po pewnym czasie serwis otworzył się również na działalność komercyjną, upodabniając się tym samym do sklepów internetowych typu Amazon. Obecnie ze względu na nieograniczoną ilość asortymentu, oszczędność czasu, a niejednokrotnie korzystniejszą cenę w porównaniu do sklepów stacjonarnych, kupujący coraz częściej decydują się na internetową formę zakupów. W Polsce najpopularniejszym serwisem tego typu jest założone w 1999 roku Allegro, które podobnie jak eBay przeszło drogę od klasycznego serwisu aukcyjnego do miejsca zdominowanego przez oferty firm. W ostatnich czasach część działalności Allegro przejął portal ogłoszeniowy OLX należący do południowoafrykańskiej grupy Naspers. Serwis ten nastawiony jest na sprzedaż używanych przedmiotów, głównie w zakresie lokalnym, ale umożliwiającą także wysyłkę. Wraz z coraz większym zainteresowaniem zakupami internetowymi zaczęły powstawać coraz bardziej wyspecjalizowane portale ogłoszeniowe obejmujące rynek np. nieruchomości Otodom, motoryzacyjny Otomoto, odzieżowy Vinted i wiele innych dziedzin. Dzięki takim portalom osoby poszukujące tego rodzaju rzeczy mają dużo lepszą możliwość dokonania wyboru zakupowego w porównaniu do dotychczasowych kanałów sprzedaży takich jak ogłoszenia w formie papierowej, banery⁴.

Chociaż portale ogłoszeniowe często są kojarzone z miejscem sprzedaży i wymiany przedmiotów materialnych, to obejmują one także rynek usług. W niektórych obszarach życia stały się one podstawowym kanałem komunikacji między klientami a usługodawcami. W dzisiejszych czasach wielu Polaków nie wyobraża sobie zaplanowania wczasów bez skorzystania z jednego z portali służących do wyszukiwania usług noclegowych i hotelarskich, np. Booking.com czy Airbnb. Wpływ na to ma przejrzystość informacji, łatwy kontakt z ogłoszeniodawcą oraz możliwość zweryfikowania wiarygodności ogłoszenia np. poprzez zdjęcia lub sprawdzenie opinii innych internautów o danym miejscu. Portale ogłoszeniowe mogą również dotyczyć wielu innych dziedzin życia, czego przykładem mogą być serwisy umożliwiające znalezienie pracy bądź pracownika, np. Pracuj.pl. O tym, jak aplikacje tego typu zagościły w życiu

⁴ Tamże.

człowieka, świadczy to, że niektóre z nich służą wyłącznie do utrzymywania relacji międzyludzkich – poznawania nowych przyjaciół lub poszukiwania partnera, np. Sympatia. W ostatnich latach widoczna jest jednak tendencja powrotu do wielofunkcyjnych narzędzi, czego najlepszym przykładem jest Facebook, łączący w sobie portal społecznościowy, ogłoszeniowy, komunikacyjny oraz informacyjny.

Innym zjawiskiem związanym z portalami ogłoszeniowymi, połączonym ze wzrostem świadomości w zakresie ochrony środowiska jest rozpowszechnienie w ostatnich latach nowego trendu społeczno-gospodarczego znanego jako ekonomia współdzielenia zwane jako sharing economy. U podstaw tego nurtu leży idea odpłatnego lub darmowego wzajemnego, dzielenia się niewykorzystywanymi dobrami i usługami. Przykładem może być serwis Blablacar, którego ideą jest organizowanie wspólnych przejazdów samochodowych w celu zmniejszenia kosztów transportu. Należy przy tym zauważyć, że ekonomia współdzielenia coraz częściej wykracza poza materialne korzyści, służąc do zdobywania nowych doświadczeń. Jedną z ciekawszych inicjatyw na tym polu jest serwis Couchsurfing, który umożliwia turystom i podróżnikom z całego świata wzajemne, nieodpłatne udostępnianie miejsc noclegowych, co stwarza niespotykaną dotychczas okazję do bezpośredniego poznania ludzi, lokalnych kultur oraz zwyczajów⁵.

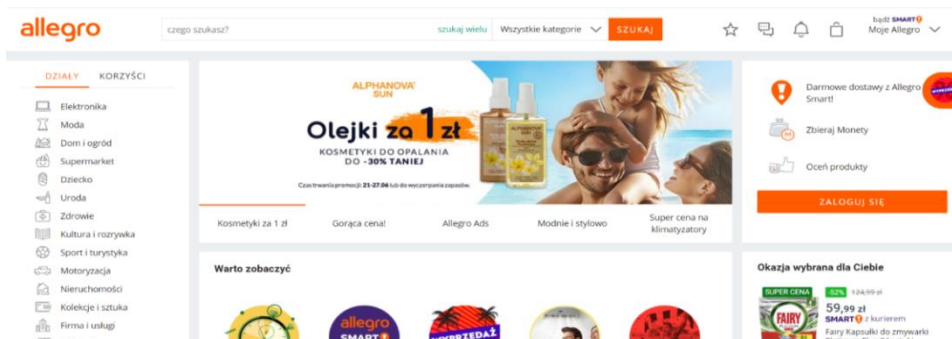
Rodzaje serwisów ogłoszeniowych

Obecnie można rozróżnić kilka rodzajów serwisów ogłoszeniowych obecnych na rynku. Jest to uzależnione od potrzeb, jakie stawia dana strona zajmująca się sprzedażą e-commerce⁶. Jednym z najbardziej popularnych typów serwisów ogłoszeniowych jest serwis aukcyjno-ogłoszeniowy, do którego można zaliczyć bez wątpienia jedną z największych marek działających na polskim rynku, czyli Allegro (rys. 3.). Portal ten posiada ogromną bazę użytkowników i jest bardzo rozpoznawalny, przez co jest często pierwszym wyborem użytkowników chcących znaleźć interesujące ich przedmioty.

Kolejnym typem serwisu ogłoszeniowego jest portal ogłoszeń lokalnych, stawiający na sprzedaż towarów w obrębie miasta, dzielnicy miasta lub niedalekich miejsc od lokalizacji użytkownika takiego portalu.

⁵ A. Koźlak, *Sharing economy jako nowy trend społeczno-gospodarczy*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2017, nr 489, s. 171–182.

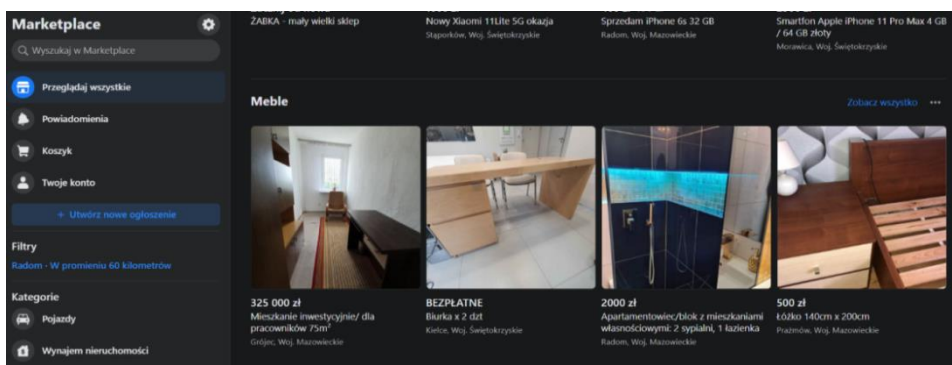
⁶ M. Jarominiak, *Rodzaje serwisów ogłoszeniowych*, <https://lightsite.pl/rodzaje-serwisow-ogloszeniowych/> (dostęp: 14.05.2021 r.).



Rys. 3. Strona główna portalu allegro.pl

Źródło: Allegro.pl, <https://www.allegro.pl/> (dostęp: 25.05.2021 r.).

Bezspornym liderem takiego rodzaju strony jest OLX, jednak swój ogromny udział ma tzw. *Marketplace* na Facebooku (rys. 4.), który jest kierowany przede wszystkim do użytkowników tego portalu, którzy chcą sprzedać przedmioty znajomym lub osobom z bliskiego sąsiedztwa. Dzięki jednej z największych baz danych użytkowników, zakupy na *Marketplace* wyróżniają się ogromną różnorodnością i dostępnością towarów.



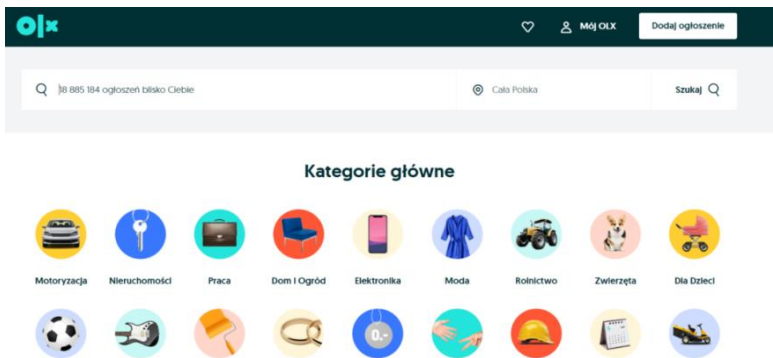
Rys. 4. Strona główna Marketplace

Źródło: Facebook.pl, <https://facebook.com/> (dostęp: 25.05.2021 r.).

Przykłady istniejących rozwiązań

Obecnie na rynku działa kilka najbardziej rozpoznawalnych serwisów ogłoszeniowych. Chyba najbardziej popularny w Polsce jest OLX (rys. 5.), kiedyś znany pod nazwą tablica.pl to – strona, na której można oddać za darmo, sprze-

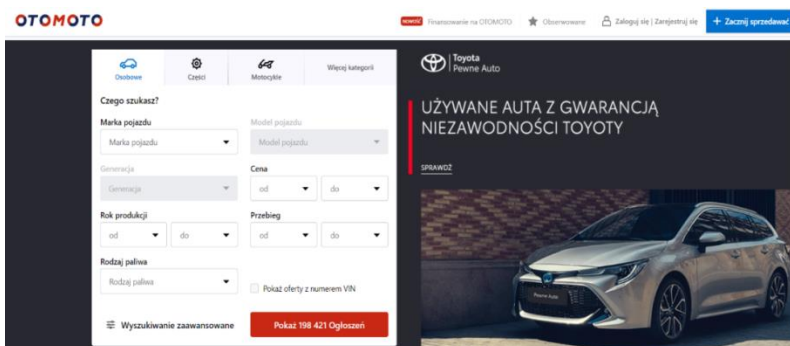
dać, kupić lub wymienić przeróżne rzeczy. Z powodzeniem można także znaleźć pracę, kupić mieszkanie czy przygarnąć czworonożnego pupila. OLX powstał w roku 2006, a w Polsce funkcjonuje pod swoją nazwą od roku 2014.



Rys. 5. Strona główna portalu OLX.pl

Źródło: OLX.pl, <https://www.OLX.pl/> (dostęp: 3.02.2021 r.).

Kolejnym przykładem serwisu ogłoszeniowego jest Otomoto (rys. 6.), który w całości poświęcony jest motoryzacji, występują na nim oferty pojazdów zarówno od prywatnych właścicieli, jak i od dealerów samochodowych. Dzięki swojej ogromnej bazie użytkowników oraz wielkiej rozpoznawalności w Polsce jest on jednym z najbardziej popularnych serwisów ogłoszeniowych dotyczących motoryzacji. Otomoto należy do grupy OLX Sp. z o.o.⁷, gdzie OLX jest tzw. horyzontalnym serwisem, a Otodom, Otomoto oraz Fixly są serwisami wertykalnymi.

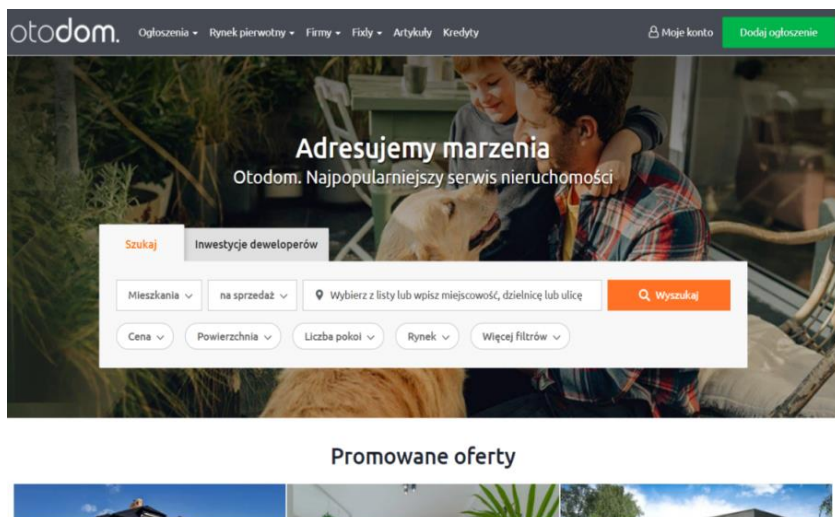


Rys. 6. Strona główna portalu otomoto.pl

Źródło: Otomoto.pl, <https://www.otomoto.pl/> (dostęp: 3.02.2021 r.).

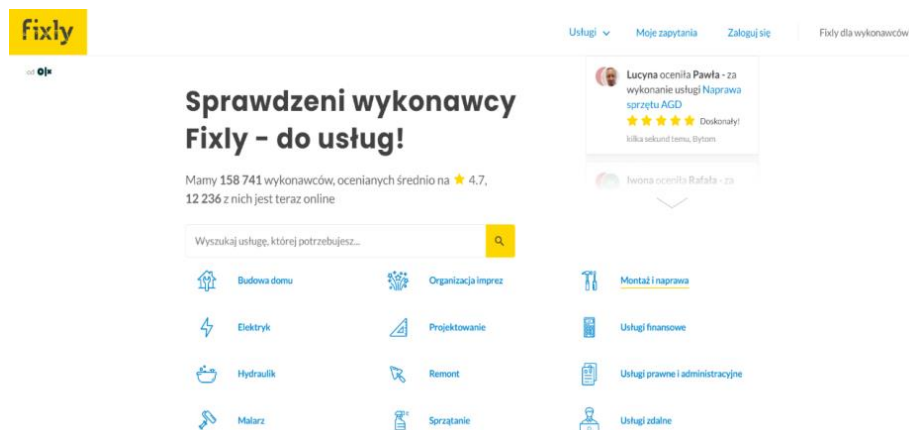
⁷ Wikipedia.org, <https://pl.wikipedia.org/> (dostęp: 3.02.2021 r.).

Bliźniaczym serwisem Otomoto jest Otodom (rys. 7.), gdzie można znaleźć ogłoszenia działek, mieszkań, garaży, różnych lokali użytkowych czy domów jednorodzinnych⁸. Portal działa na zasadzie pobierania prowizji od zamieszczonych ogłoszeń, kierowany jest zarówno do osób prywatnych, jak i deweloperów.



Rys. 7. Strona główna portalu otodom.pl

Źródło: Otodom.pl, <https://www.otodom.pl/> (dostęp: 3.02.2021 r.).



Rys. 8. Strona główna portalu fixly.pl

Źródło: Fixly.pl, <https://fixly.pl/> (dostęp: 3.02.2021 r.).

⁸ Wikipedia.org, <https://pl.wikipedia.org/> (dostęp: 3.02.2021 r.).

Następnym bardzo popularnym serwisem ogłoszeniowym jest Fixly (rys. 8.), na którym znaleźć można profesjonalne usługi remontowo-budowlane. Bardzo ważnym aspektem tej strony są oceny, które użytkownicy przyznają za wykonaną pracę. Dzięki takiemu rozwiązaniu klienci mogą wybrać najbardziej kompetentne osoby mające najlepsze oceny. Porównując inne serwisy należące do grupy OLX Sp. z o.o., Fixly jest najmniej popularnym portalem ogłoszeniowym, jednak dzięki dobremu marketingowi oraz rozpoznawalności marki OLX, pozycja tego serwisu stale rośnie.

Powszechność w dostępie

Biorąc pod uwagę polski rynek handlu internetowego, ciekawych i obszernych danych za rok 2020 dostarcza raport Gemius dla e-Commerce Polska. Według tego raportu liczbę internautów w Polsce oszacowano na 28,2 mln, spośród których aż 73% dokonało w przeszłości zakupów w Internecie. Zgodnie z przewidywaniami odsetek ten jest najwyższy w niższych grupach wiekowych, wśród osób zamieszkujących największe miasta, mających wykształcenie wyższe i dobrą sytuację finansową. Jeśli chodzi o rozkład płci to jest on prawie identyczny jak struktura demograficzna kraju i wynosi 51% kobiet do 49% mężczyzn. Jako najważniejsze pozytywne strony robienia zakupów online internauci wymieniają całodobową dostępność (82%), brak konieczności przemieszczania się (78%) oraz nieograniczony czas zakupów (72%), natomiast jeśli chodzi o wybór danego sklepu bądź serwisu, to decydującymi czynnikami są ceny produktów i koszty dostawy, a w dalszej kolejności wcześniejsze pozytywne doświadczenia z konkretnym portalem. Jako najczęstsze negatywne elementy wymieniano natomiast długi czas oczekiwania na dostawę oraz jej wysoki koszt, a także natrętnie pojawiające się później w przeglądarkach internetowych reklamy i informacje. Według tego samego badania 72% internautów dokonuje zakupów w polskich e-sklepach, a największą popularnością cieszą się platformy takie jak Allegro i OLX, a w dalszej kolejności AliExpress i Zalando⁹.

Od strony technicznej portale przeznaczone do handlu internetowego są zazwyczaj proste i intuicyjne dla kupującego. Nie licząc aplikacji na urządzenia mobilne, sklepy internetowe nie potrzebują żadnej instalacji oraz aktualizacji oprogramowania, a ich uruchomienie wymaga tylko wpisania odpowiedniego

⁹ *E-commerce w Polsce 2020. Gemius dla e-Commerce Polska*, <https://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly-aktualnosci/e-commerce-w-polsce-2020.html> (dostęp: 11.04.2021 r.).

adresu w przeglądarce internetowej. Nie oznacza to jednak, że programiści nie mają pola do rozwoju takich aplikacji, które ciągle muszą być przystosowywane do nowych urządzeń i technologii.



Rys. 9. Urządzenia wykorzystywane do zakupów internetowych

Źródło: *E-commerce w Polsce 2020. Gemius dla e-Commerce Polska*, <https://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly-aktualnosci/e-commerce-w-polsce-2020.html> (dostęp: 11.04.2021 r.); *E-commerce w Polsce 2017. Gemius dla e-Commerce Polska* <https://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly-aktualnosci/najnowsze-dane-o-polskim-e-commerce-juz-dostepne.html> (dostęp: 11.04.2021 r.); *E-commerce w Polsce 2014 Gemius dla e-Commerce Polska*, <http://infomonitorbig.eu/download/e-commerce-w-polsce-2014.pdf> (dostęp: 11.04.2021 r.).

Rysunek 9. przedstawia procentowy udział urządzeń, za pomocą których polscy internauci dokonywali zakupów online. Został on sporządzony przy wykorzystaniu raportów Gemius z lat 2014, 2017 i 2020. Od wielu lat do tego celu najchętniej wykorzystywane były komputery stacjonarne. W dalszej kolejności widać wyraźną zmianę odchodzenia od komputerów stacjonarnych na rzecz urządzeń mobilnych, przede wszystkim smartfonów, których popularność wzrosła dwukrotnie w przeciągu ostatnich kilku lat. Dodatkowo w najbliższych latach można się spodziewać kontynuacji tego trendu, ponieważ w grupie wiekowej do 24 lat, aż 92% badanej populacji korzysta ze smartfonów. Inne sposoby zakupów, spośród których najpopularniejsze są czytniki e-booków, zostały zminimalizowane¹⁰.

Powyższe dane jednoznacznie pokazują, że programiści oraz ich klienci prowadzący lub mający w swoich przyszłościowych założeniach uruchomienie komercyjnej aplikacji internetowej powinni dołożyć wszelkich starań, aby jej wersja mobilna była jak najbardziej przyjazna użytkownikowi. W tej kwestii również przydatne są badania Gemiusa, które jako największe problemy związane z zakupami poprzez urządzenia mobilne wymieniają kolejno: niedostosowanie

¹⁰ *E-commerce w Polsce 2014. Gemius dla e-Commerce Polska*, <http://infomonitorbig.eu/download/e-commerce-w-polsce-2014.pdf> (dostęp: 11.04.2021 r.).

wanie strony zakupowej do urządzeń mobilnych, niewygodne wypełnianie formularzy, brak aplikacji mobilnej, wolne łącze internetowe, zbyt małe litery oraz problemy związane z systemami płatności¹¹.

Podsumowanie

Kilkanaście lat temu dominującą rolę w kwestii sposobu przekazywania informacji innym osobom o ewentualnych kwestiach związanych z jakąś ofertą odgrywały prasa i słupy ogłoszeniowe. Nowoczesne technologie informatyczne do spółki z potrzebą szukania wygodniejszych rozwiązań sprawiły, że dziś dominują w tej kwestii serwisy ogłoszeniowe w sieci. Jest to w dzisiejszych czasach najbardziej interesująca i popularna forma wymiany informacji o potrzebach określonych grup społecznych.

Strony z ogłoszeniami stanowią obecnie największą bazę wymiany informacji w kontekście usług i innych potrzeb. Do dyspozycji firm i osób prywatnych są strony WWW o zasięgu światowym, krajowym i regionalnym. Jednym słowem można każdą ofertę spersonalizować w zależności od sytuacji i potrzeb.

Za pośrednictwem sieci możliwy jest w dzisiejszych czasach dostęp do nieprzebranej liczby informacji oraz ofert. Można w tej samej chwili przeglądać wiele z nich, wybierając tę jedyną. Może zdarzyć się, że mimo kontroli adminów danej strony, znajdą się na niej ogłoszenia widmo, czyli samochód, który nie istnieje albo mieszkanie wystawione do wynajmu bez zgody właścicieli.

Bibliografia

- Koźlak A., *Sharing economy jako nowy trend społeczno-gospodarczy*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2017, nr 489.
- Pudelko M., *Prawdziwa historia Internetu*, wyd. II rozsz., iTstart, Piekary Śląskie 2013.
- Włodarczyk-Madejska J., Ostaszewski P., Klimczak J., Siemaszko A., *Ogólnopolskie Badanie Wiktylizacyjne 2020. Raport z badania*, Warszawa 2020.

Netografia

- Allegro.pl, <https://www.allegro.pl/>
- E-commerce w Polsce 2020. Gemius dla e-Commerce Polska. <https://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly-aktualnosci/e-commerce-w-polsce-2020.html>

¹¹ Tamże.

E-commerce w Polsce 2017. Gemius dla e-Commerce Polska. <https://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly-aktualnosci/najnowsze-dane-o-polskim-e-commerce-juz-dostepne.html>

E-commerce w Polsce 2014. Gemius dla e-Commerce Polska. <http://infomonitorbig.eu/download/e-commerce-w-polsce-2014.pdf>

Facebook.pl, <https://facebook.com/>

Fixly.pl, <https://fixly.pl/>

Jarominiak M., *Rodzaje serwisów ogłoszeniowych*, <https://lightsite.pl/rodzaje-serwisow-ogloszeniowych/>

OLX.pl, <https://www.OLX.pl/>

Otodom.pl, <https://www.otodom.pl/>

Otomoto.pl, <https://www.otomoto.pl/>

Szałas K., *Rekordowy wzrost rynku e-commerce w 2020 roku spowodowany epidemią COVID 19*, <https://www.pmrmarketexperts.com/rekordowy-wzrost-rynku-e-commerce-w-2020-roku-spowodowany-epidemia-covid-19>

Web Development, <https://sadurscy.pl/blog/2017/06/czym-pomagaja-serwisy-ogloszeniowe/>

Wikipedia.org, <https://pl.wikipedia.org/>