

# Przesyłki i ich zabezpieczanie podczas transportu.

Raport z badania opinii i preferencji klientów sklepów internetowych.

inicjatorzy i autorzy raportu:





Badanie zostało objęte honorowym patronatem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Patronat nad badaniem objęli:

**AlleKurier.pl**

TYGRYSY  
**BIZNESU**

**BIOSTAT**<sup>®</sup>  
MORE THAN STATISTICS

**Mam Sklep**

**eko**  
LOGICZNIE.COM

**magazynuj.to**

**BRAND ACTIVE**

SZEF  
**SPRZEDAŻY**

Getreview

globkurier.pl

ŚląskiBiznes.pl

e-GO  
mme  
pce  
& digital marketing



**Rafał Tannenberg**

Prezes Zarządu  
POLITAN Sp. z o.o. S.K.A.

POLITAN wraz z marką Air Protect System postanowił zbadać opinie i preferencje konsumentów sklepów internetowych związane z przesyłkami, ich zabezpieczaniem podczas transportu oraz ekologią w branży e-commerce. Badanie odbyło się we wrześniu 2021 r. na próbie 1000 respondentów. Zrealizowano je techniką badań internetowych przy użyciu panelu [www.badanie-opinii.pl](http://www.badanie-opinii.pl).

Liczymy na to, że przedsiębiorstwa związane z branżą wysyłkową wezmą pod uwagę zdanie konsumentów i, dostosowując rozwiązania do ich preferencji, poprawią przy okazji swój wizerunek.

Zapraszam do lektury.

inicjatorzy i autorzy raportu:





A woman with long, dark, wavy hair is sitting at a desk in a modern office or home setting. She is wearing a light-colored, possibly white, blouse. She is looking directly at the camera with a neutral expression. In her right hand, she holds a bright yellow credit card. In front of her is a silver laptop. The background is slightly blurred, showing a desk with a lamp and some office equipment. A large, semi-transparent blue triangle is overlaid on the right side of the image. A blue rectangular box is overlaid on the left side of the image, containing the main title and subtitle in white text.

# Poglądy & zwyczaje

Przyjrzyjmy się im bliżej!



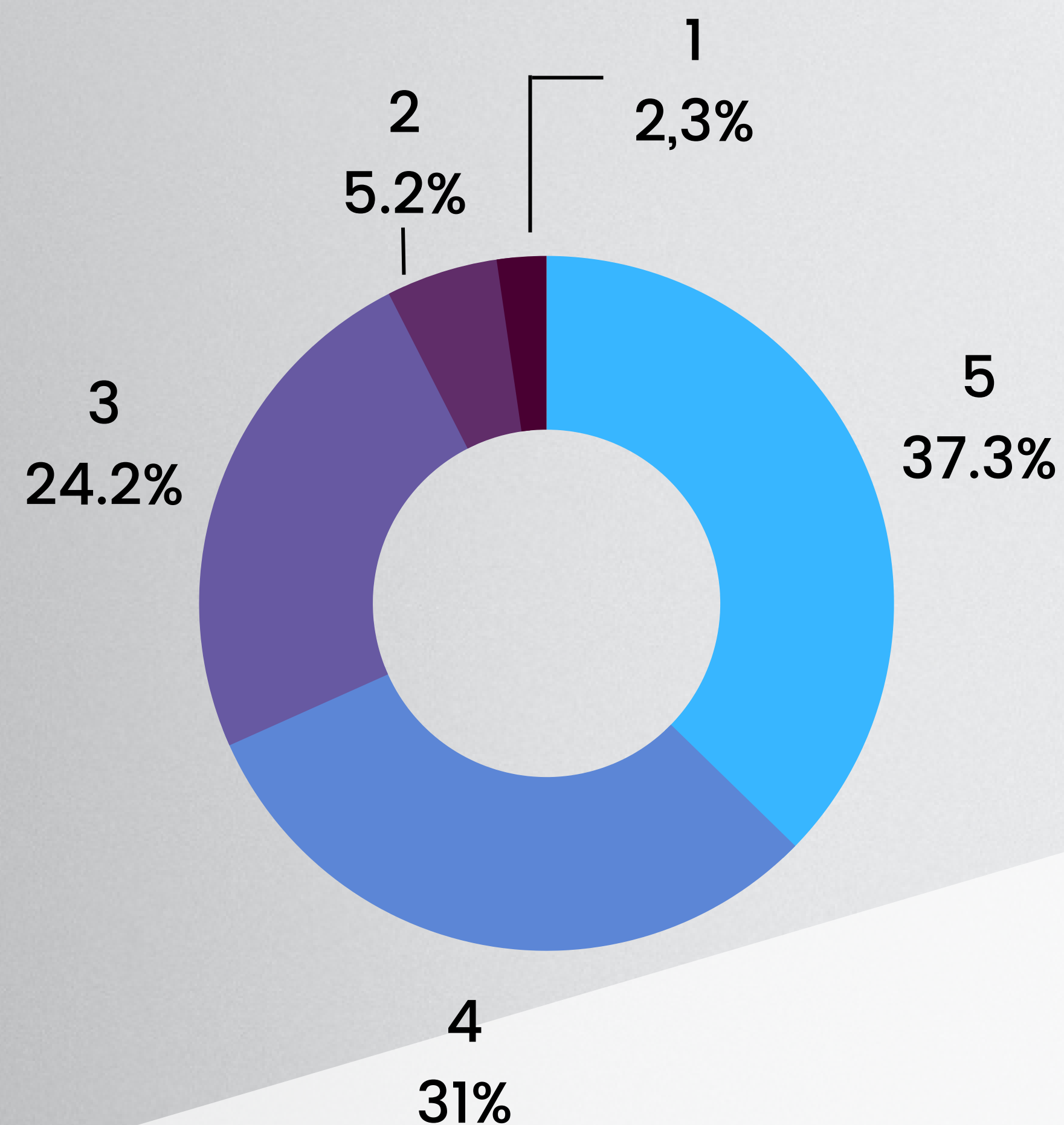


## Ponad połowa Polaków zdecydowanie docenia firmy stosujące ekologiczne opakowania!

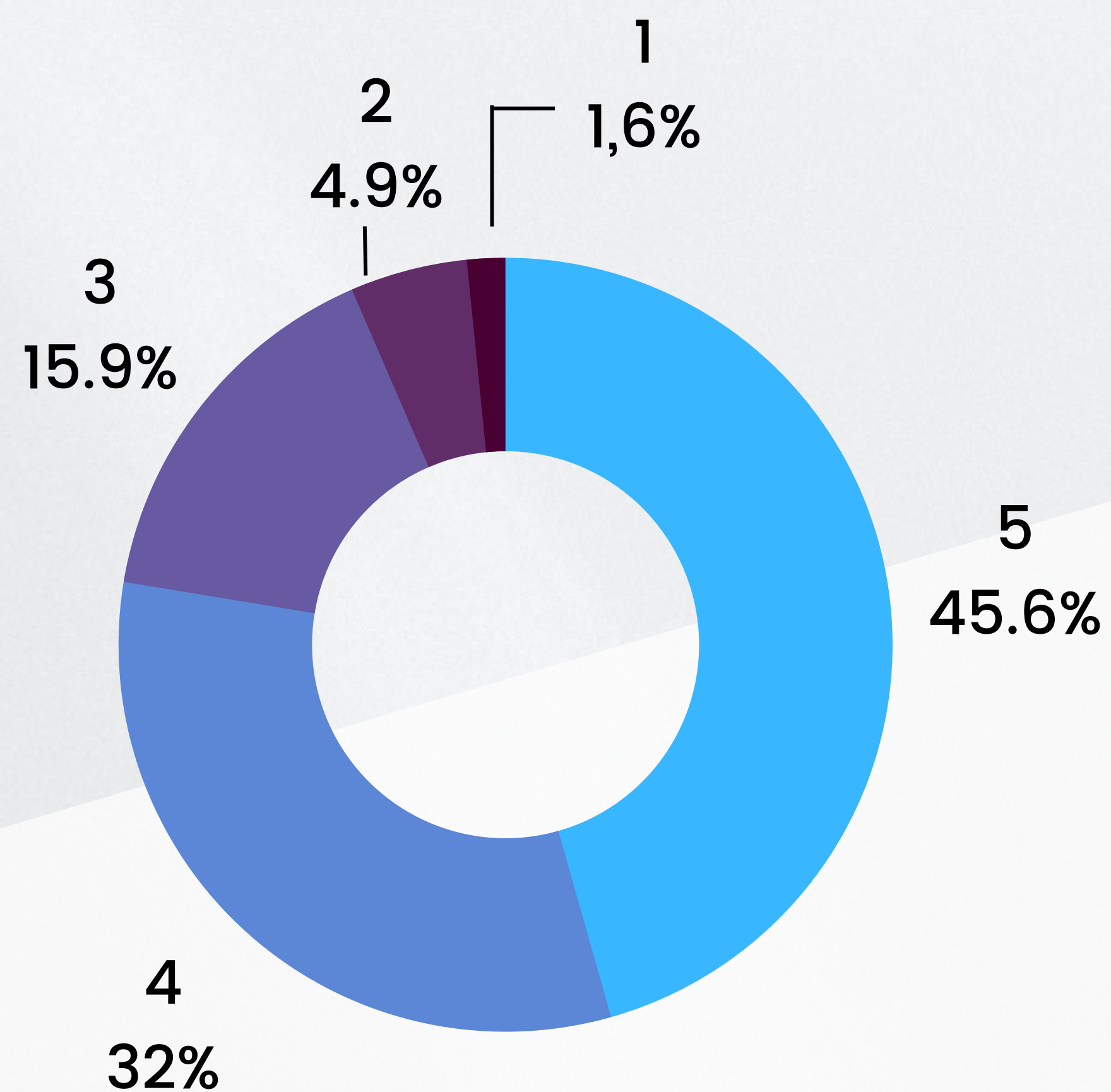
### W jakim stopniu zgadzasz się z poniższymi stwierdzeniami?

1 - zdecydowanie się nie zgadzam; 2 - raczej się nie zgadzam; 3 - trudno ocenić / nie wiem; 4 - raczej się zgadzam; 5 - zdecydowanie się zgadzam

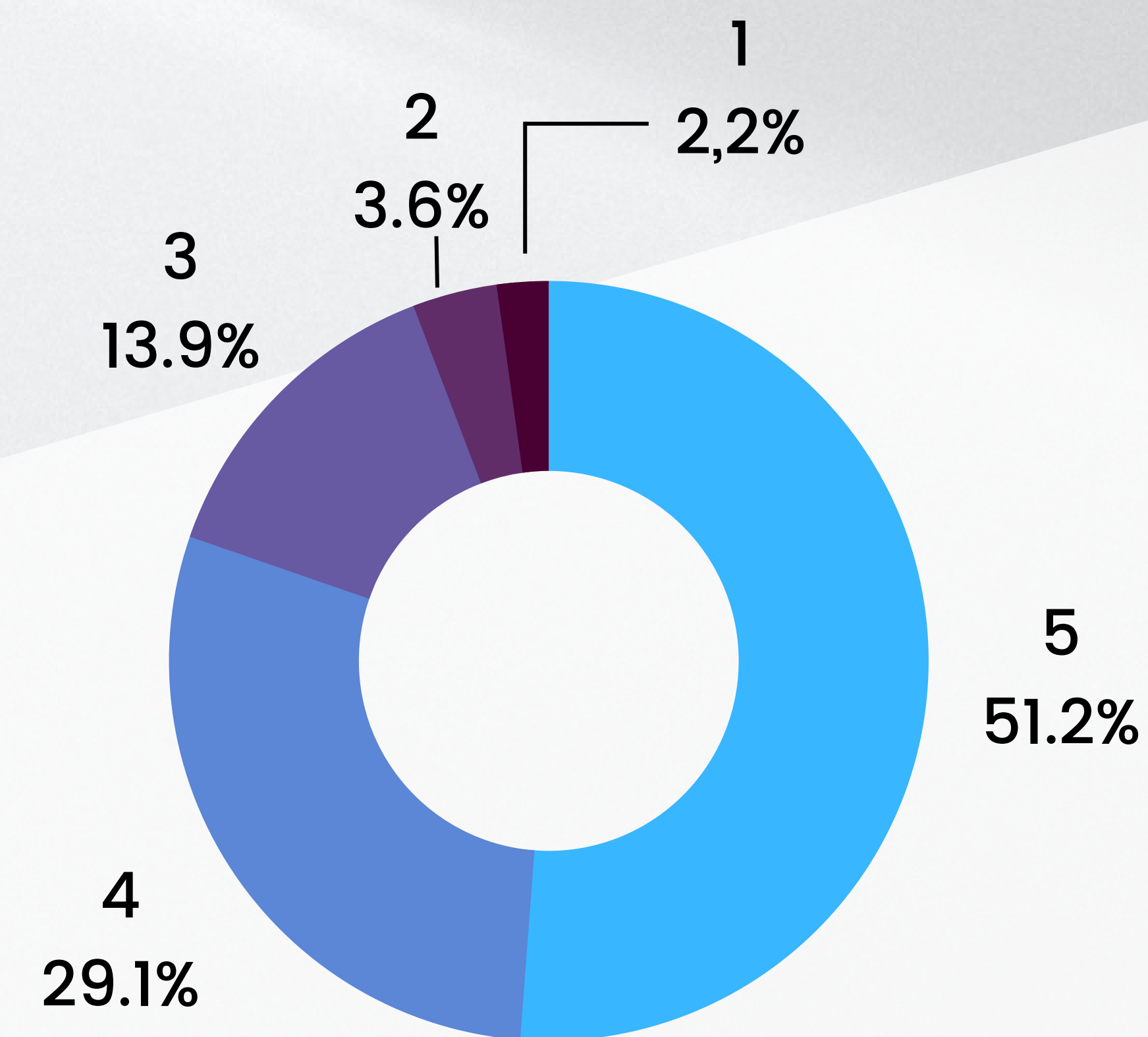
Cenię zachowania i postawy pro-eko



Doceniam firmy, które dbają o ekologię



Doceniam firmy, które stosują eko-opakowania

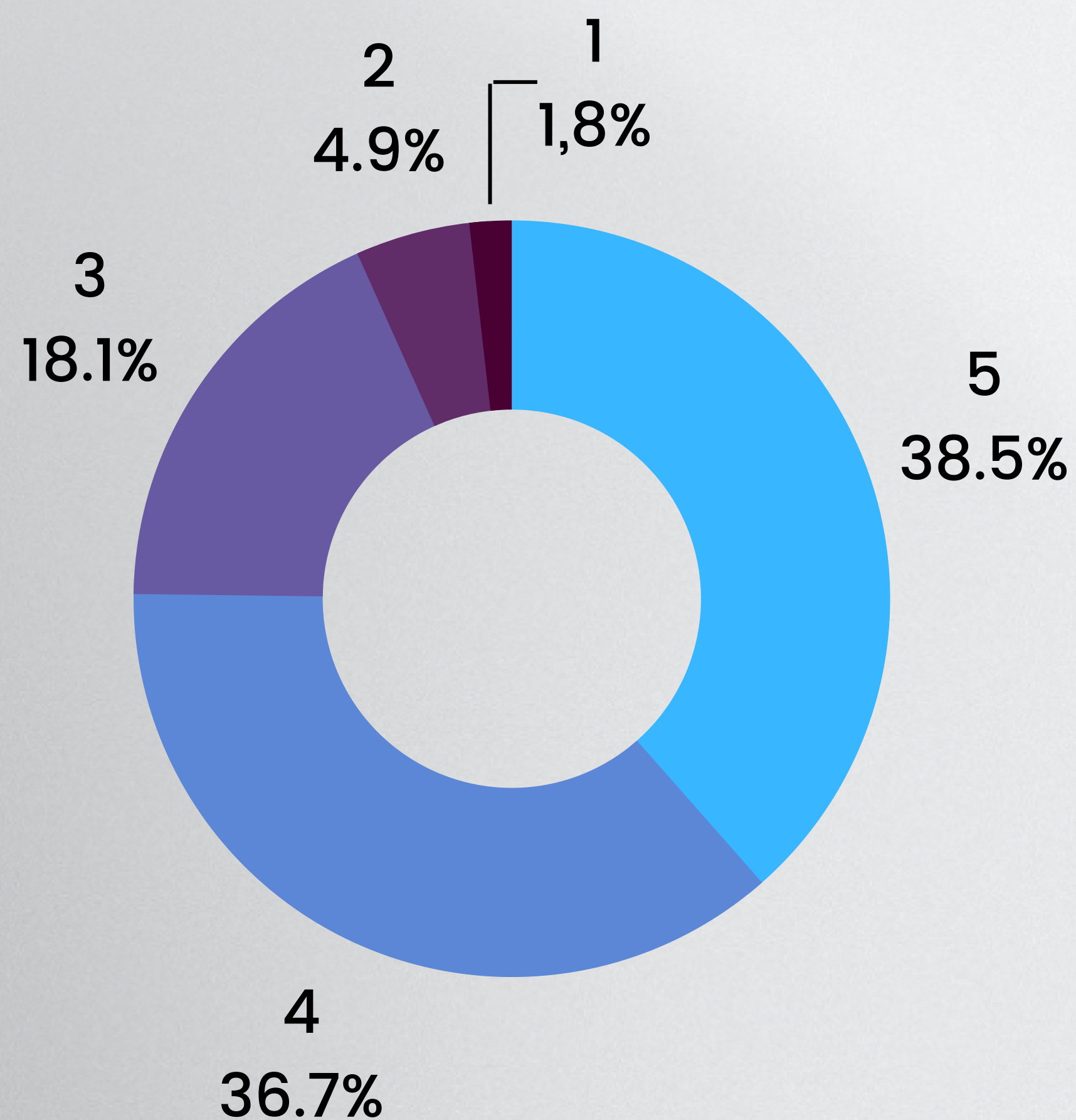




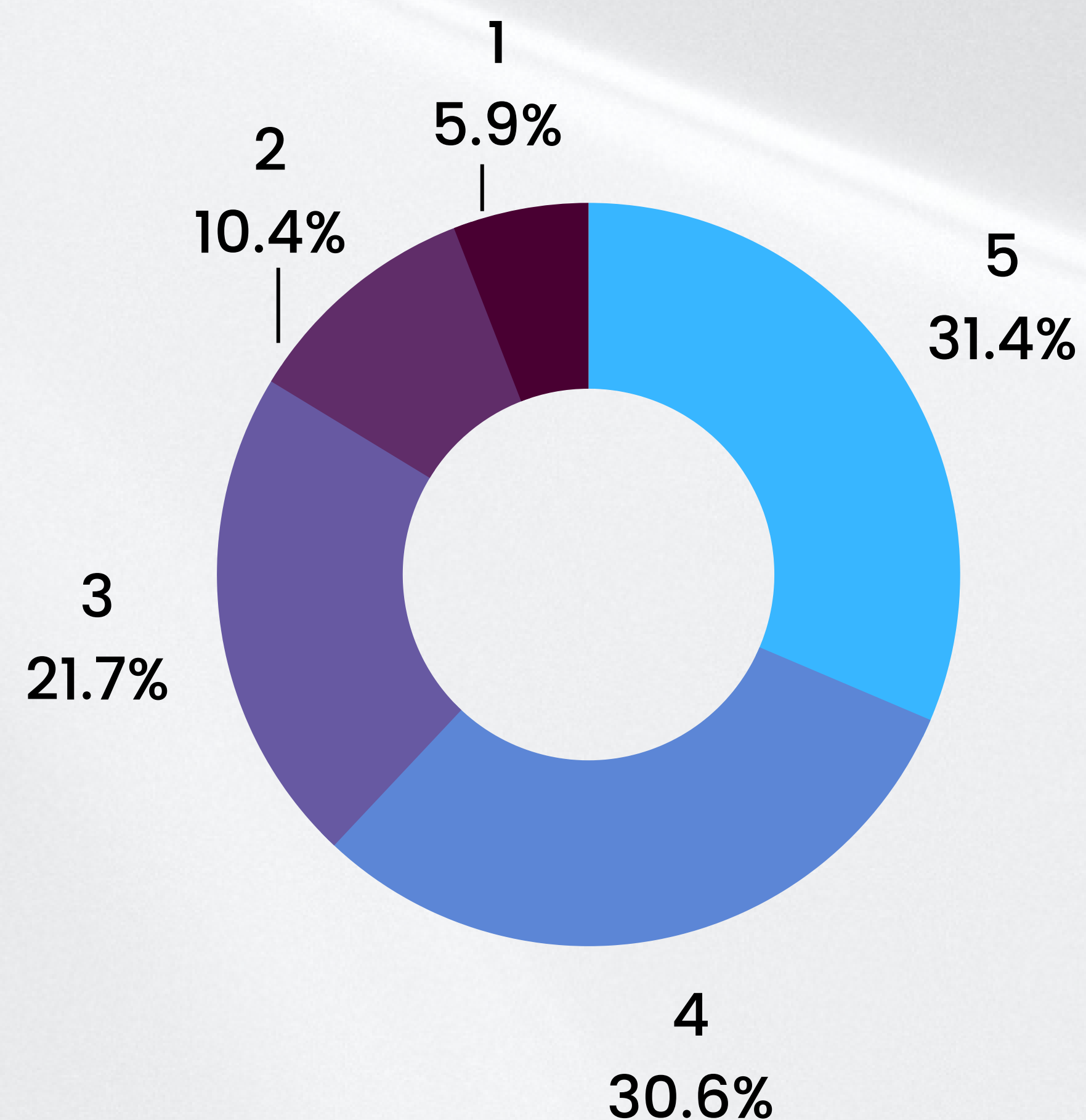
## W jakim stopniu zgadzasz się z poniższymi stwierdzeniami?

1 - zdecydowanie się nie zgadzam; 2 - raczej się nie zgadzam; 3 - trudno ocenić / nie wiem; 4 - raczej się zgadzam; 5 - zdecydowanie się zgadzam

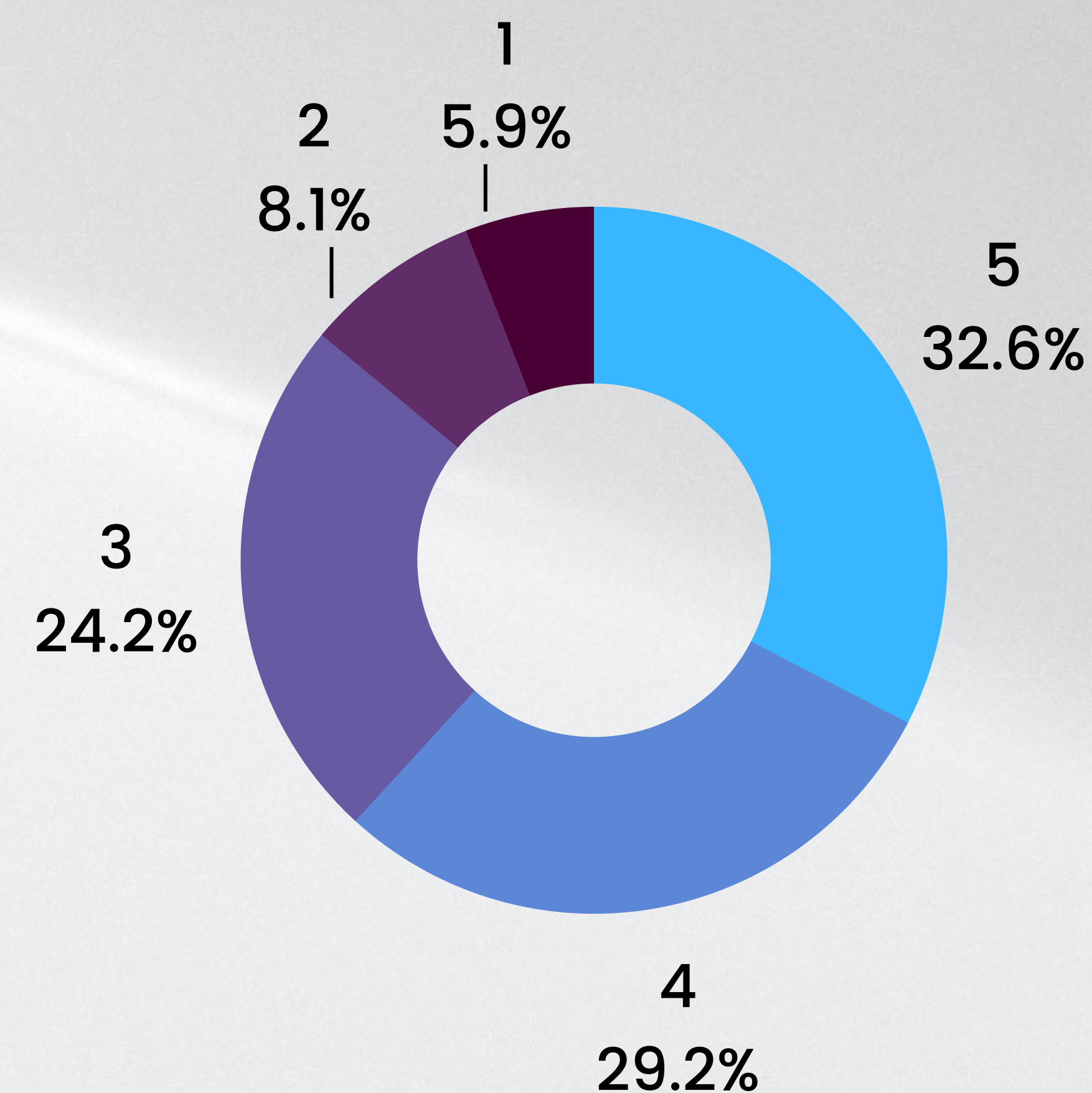
Doceniam firmy, które stosują opakowania łatwe do sprzątnięcia



Zwracam uwagę na kraj pochodzenia producenta



Zwracam uwagę na kraj, w którym produkt został wytworzony



**Prawie 2/3 respondentów zwraca uwagę na to, z jakiego kraju pochodzą interesujące ich produkty.**



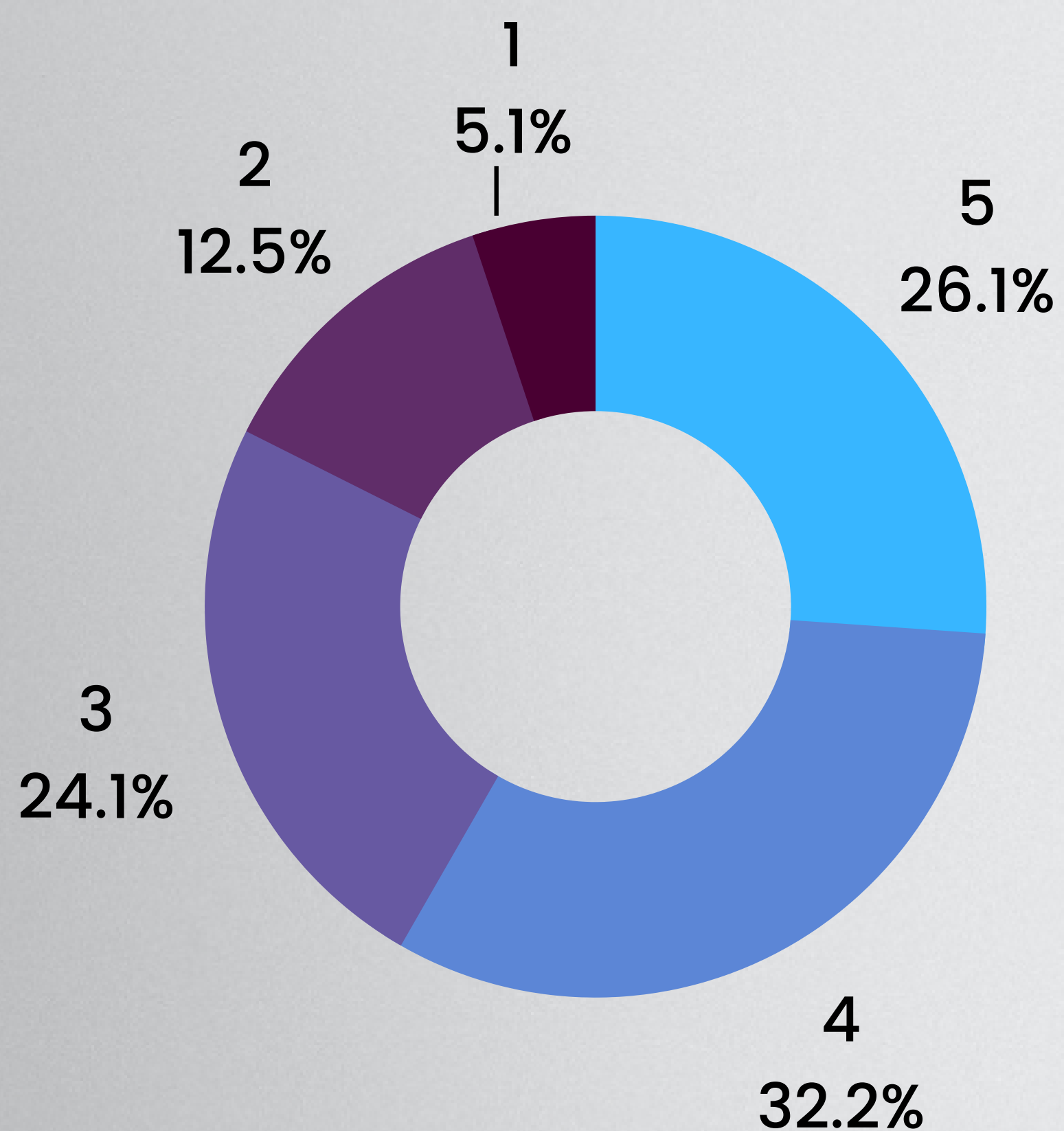


**O stan dostarczanych przez firmy kurierskie produktów obawia się nadal ponad połowa z nas (58,3%)! Boimy się też zamawiać przez Internet produkty delikatne (56,7%).**

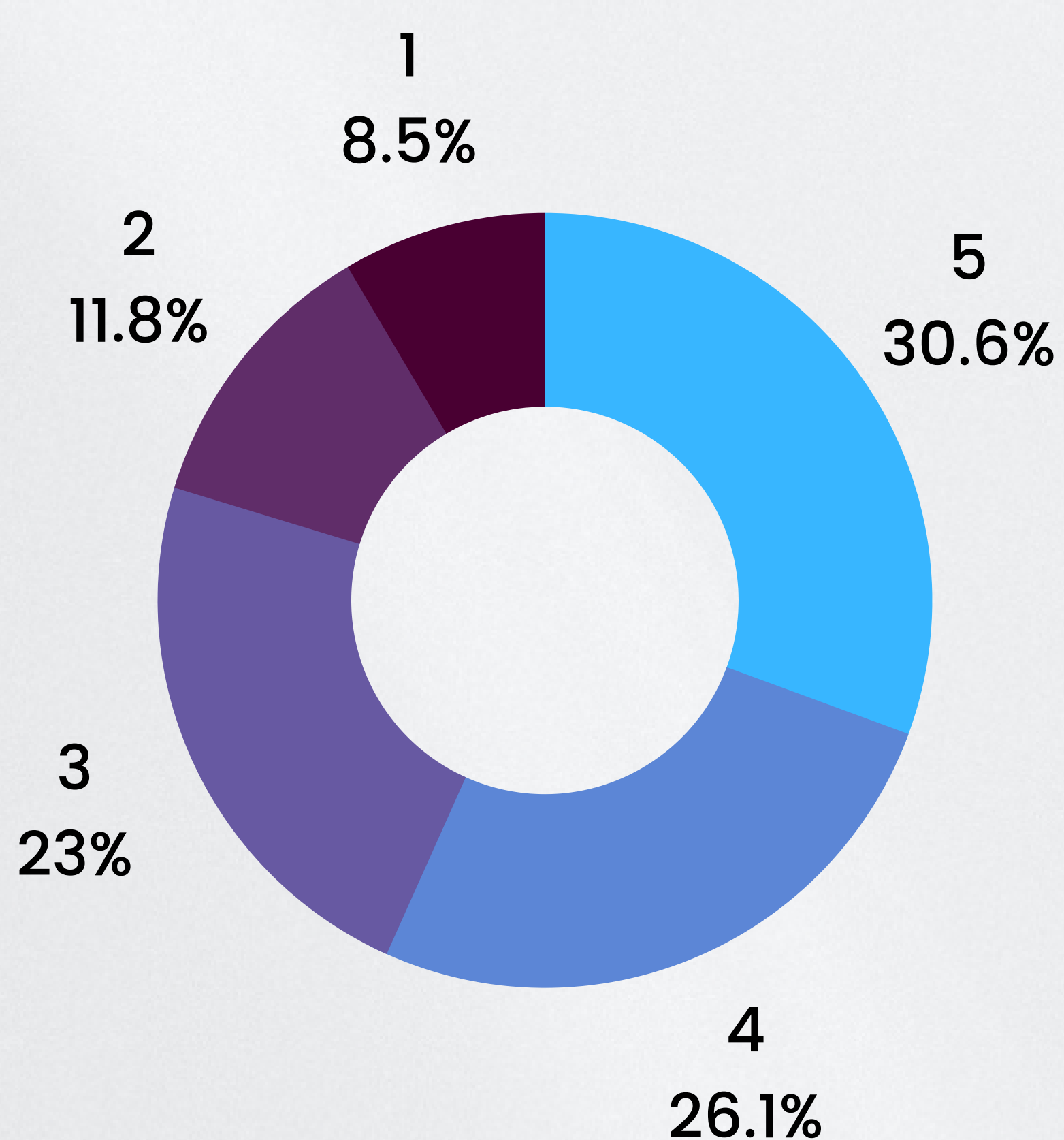
### W jakim stopniu zgadzasz się z poniższymi stwierdzeniami?

1 - zdecydowanie się nie zgadzam; 2 - raczej się nie zgadzam; 3 - trudno ocenić / nie wiem; 4 - raczej się zgadzam; 5 - zdecydowanie się zgadzam

Często martwię się o to, czy produkty dostarczane przez firmy kurierskie lub pocztą dotrą do mnie w nienaruszonym stanie



Obawiam się zamawiać przez Internet produkty delikatne (np. lustra, porcelana, perfumy), ponieważ mogą ulec uszkodzeniu



globkurier.pl  
Profesjonalny Operator Logistyczny

**Kurier dla  
Twojego biznesu**  
W kraju i za granicą!

192 kraje

Transport drogowy,  
morski i lotniczy

Integracje z platformami:  
Allegro, Baselinker, Prestashop

Zarejestruj swoją firmę  
już teraz i z automatu  
otrzymuj lepsze stawki.

Zarejestruj się  
bezpłatnie >>

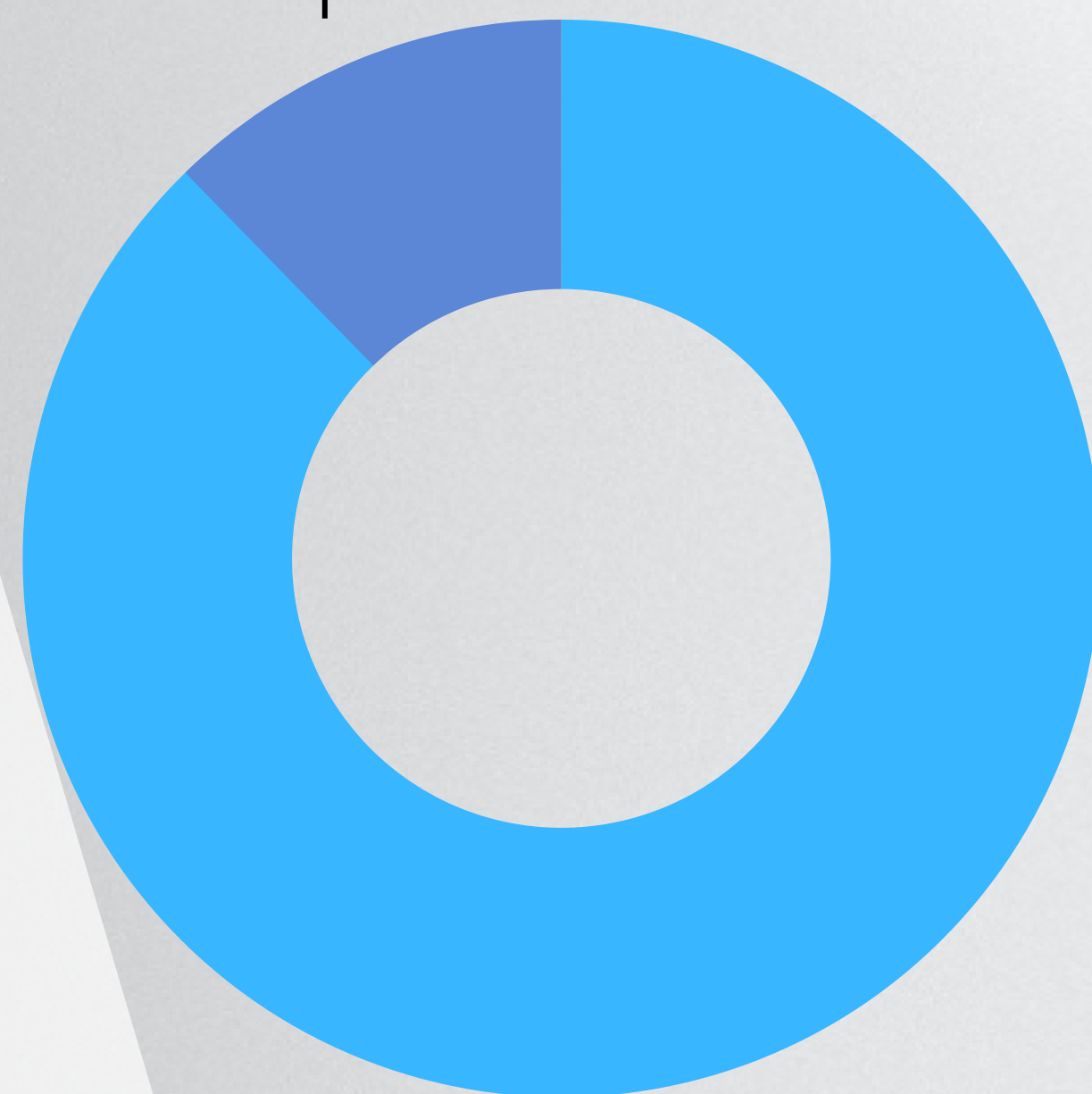
Dostęp do 50 firm kurierskich w 1 miejscu





Czy w Twojej opinii informacja o ekologicznym sposobie pakowania i zabezpieczania przesyłki powinna być dostępna dla potencjalnego konsumenta (np. w formie informacji na stronie internetowej)?

nie  
12,3%



tak  
87,7%



**87,7% ankietowanych chciałoby wiedzieć, że dany sklep internetowy pakuje i zabezpiecza produkty w sposób ekologiczny.**



[www.airprotectsystem.pl](http://www.airprotectsystem.pl)



BRAND ACTIVE powered by divante

# Agencja Shopify & eCommerce

WDROŻENIA ECOMMERCE  
PERFORMANCE MARKETING  
STRATEGIE I AUDYTY

[www.brandactive.pl](http://www.brandactive.pl)

Postępuj Podcastru

Merytorycznie o  
**eCommerce**

Wyjątkowi goście  
Historie sukcesów  
Wartościowa wiedza



**Marcin Rudzik**  
CEO W BRAND ACTIVE



[www.marcinrudzik.pl](http://www.marcinrudzik.pl)





**Przesyłka  
doreczona!**

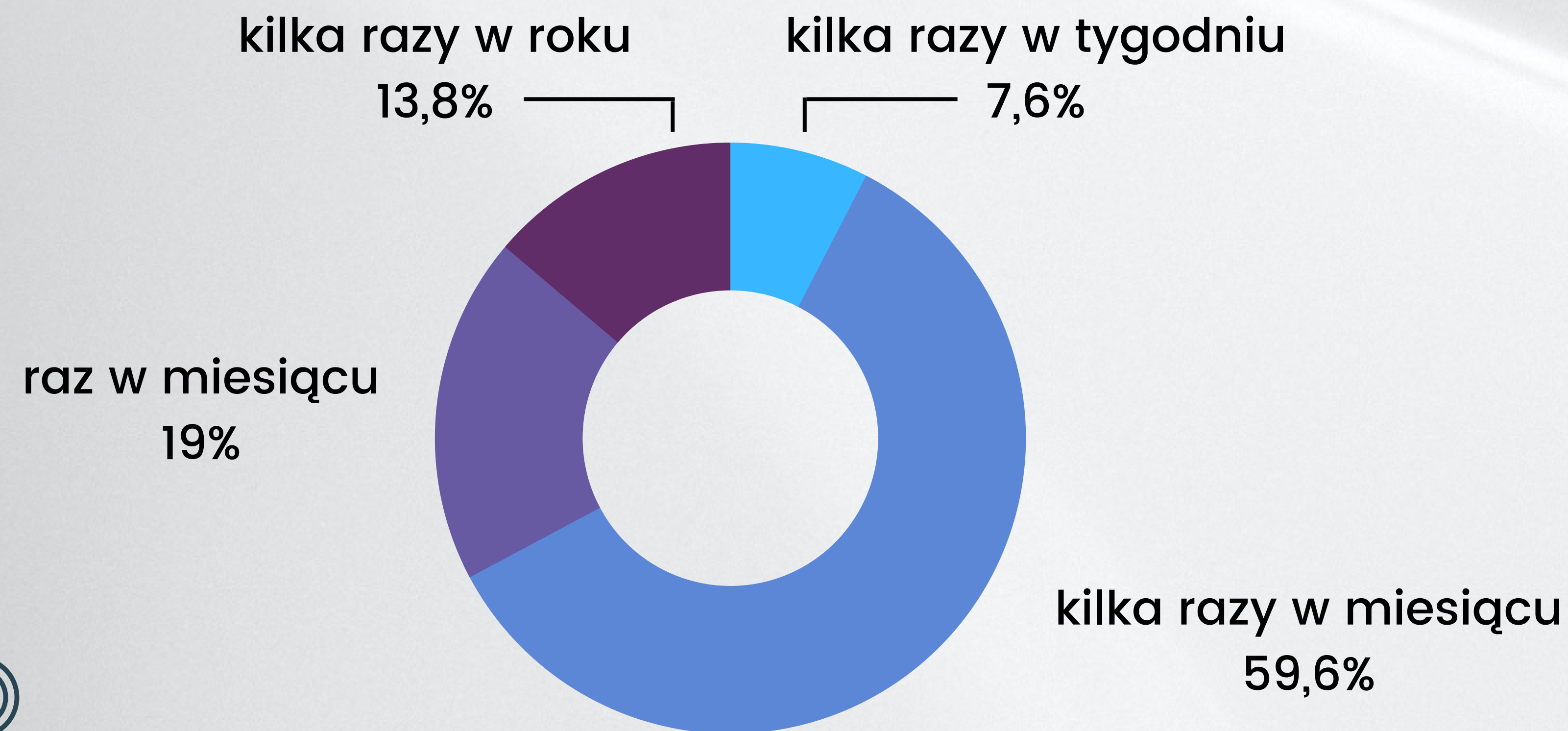
I co dalej?





**86,2% ankietowanych korzysta z zamówień internetowych przynajmniej raz w miesiącu!**

**Jak często otrzymujesz paczki / przesyłki?**



"W 2020 r. ponad 17,6 mln osób w wieku 16–74 lata (**60,9 proc. populacji**) **dokonywało zakupów przez Internet**. W latach 2016–2020 systematycznie wzrastał odsetek osób zamawiających lub kupujących w sieci; w okresie tym zwiększył się on o 19,0 pkt proc."

źródło: opracowanie GUS



Opinie Twoich klientów,  
w Twoim sklepie internetowym.  
Przetestuj **za darmo** do 50 opinii.

[www.getreview.pl](http://www.getreview.pl)





## W jakim stopniu zwracasz uwagę na następujące elementy dotyczące paczki / przesyłki?

w ogóle nie zwracam uwagi

zwracam dużą uwagę



**Najczęściej zwracamy dużą uwagę na to, w jakim stanie jest dostarczona do nas paczka (57,3%) i na rodzaj użytego zabezpieczenia produktów (47,6%).**

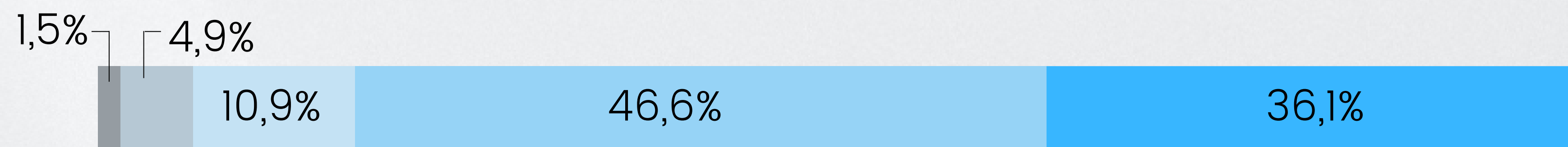
czy paczka jest w stanie nienaruszonym



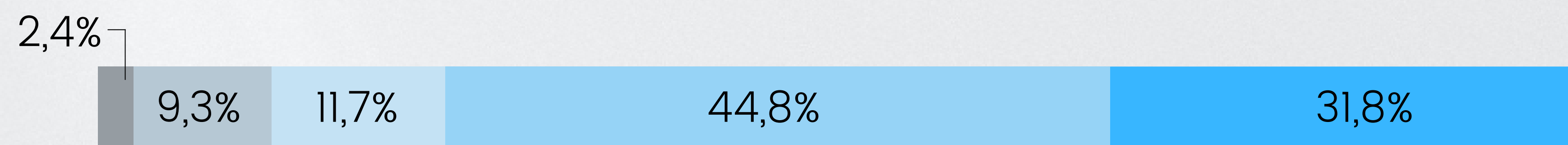
rodzaj zabezpieczenia produktów w paczce (folia bąbelkowa, papier itd.)



estetyka, schludność opakowania (brak plam, odpowiednie oznaczenie)



rodzaj opakowania (karton, koperta bąbelkowa itd.)





## W jakim stopniu zwracasz uwagę na następujące elementy dotyczące paczki / przesyłki?

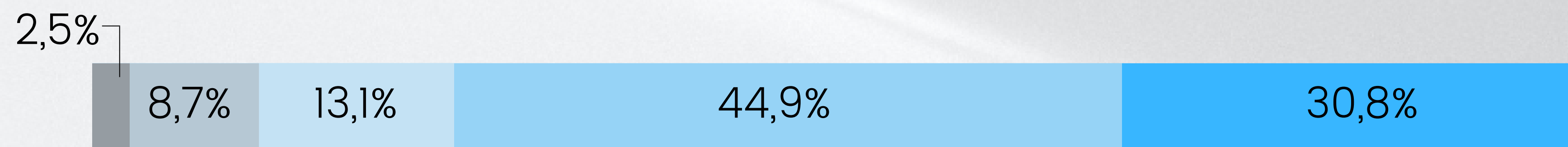
w ogóle nie zwracam uwagi

zwracam dużą uwagę

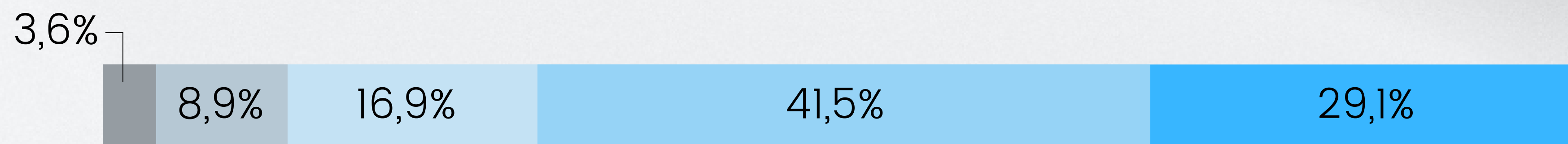


**Estetyka oraz schludność paczki i jej elementów jest istotna dla ponad 80% ankietowanych!**

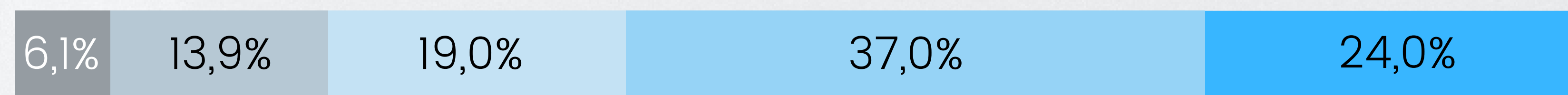
wielkość pudełka (m.in. czy jest odpowiednia do zawartości)



tworzywo, z którego zrobione jest wypełnienie paczki (papier, plastik, tworzywo biodegradowalne itd.)



ilość odpadów z opakowania



informacja o sposobie segregowania odpadów powstałych z elementów opakowania (np. do którego pojemnika należy wyrzucić)





## WYPEŁNIENIA POWIETRZNE:

skutecznie **chronią** zawartość paczki  
najbardziej **ekonomiczne** rozwiązanie  
również w wariantach **eko** i **bio**  
poprawiają **wizerunek** firmy  
zajmują **niewiele miejsca** magazynowego



# Air Protect

SYSTEM

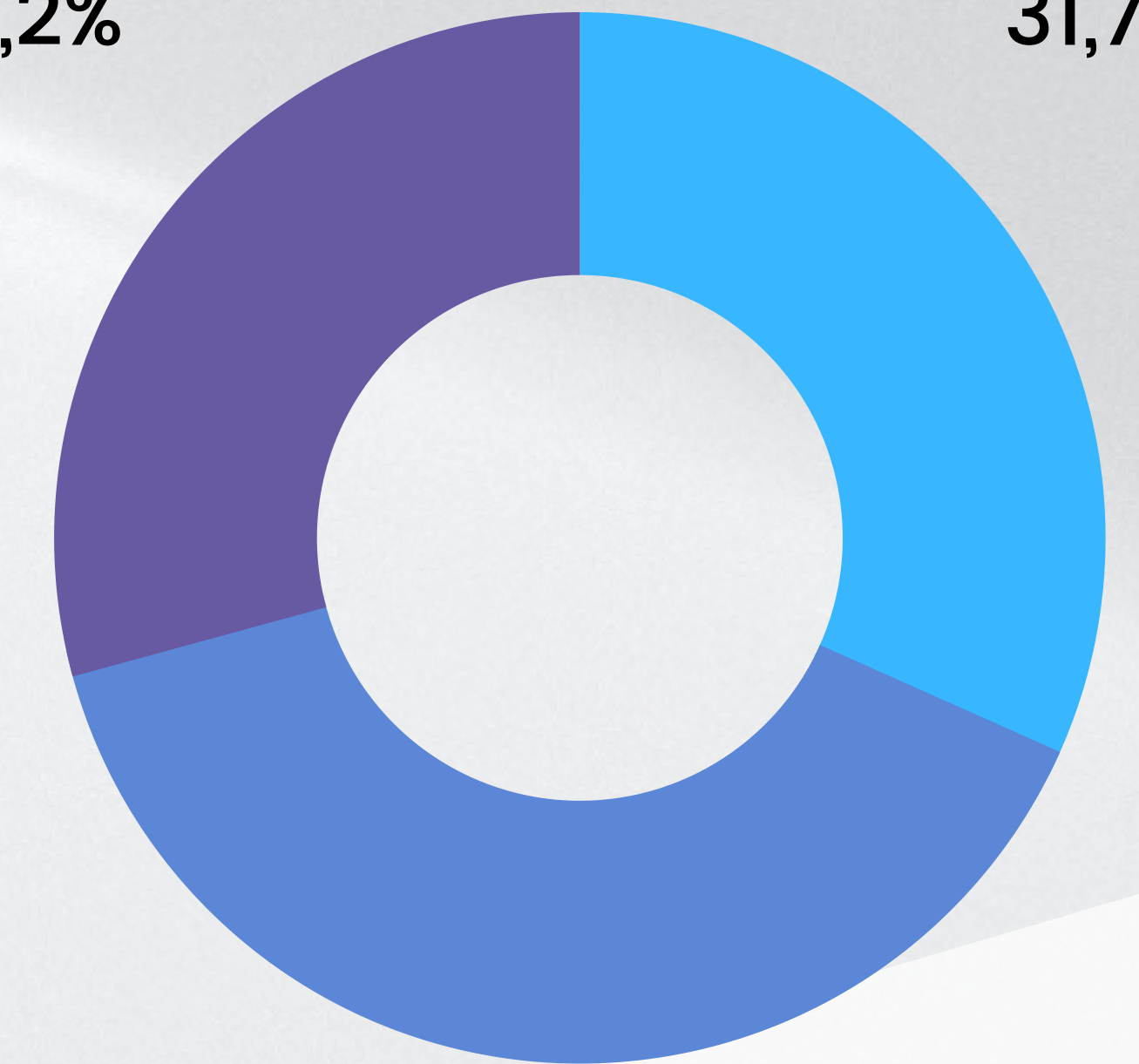


## ROŚNIEMY RAZEM Z TWOJĄ FIRMA!

Czy ma dla Ciebie znaczenie to,  
z jakiego materiału wykonane jest  
zabezpieczenie produktów  
w przesyłkach, które otrzymujesz?

trudno powiedzieć  
29,2%

tak  
31,7%

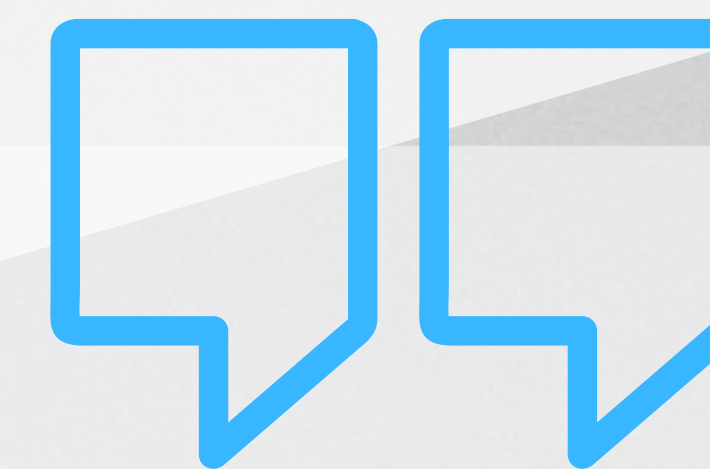


nie  
39,1%





**Jesteśmy zdecydowanie bardziej skłonni do dokonywania zamówień w e-sklepach korzystających z zabezpieczeń z recyklingu (24,6%) oraz biodegradowalnych (27,2%).**



Rosnąca świadomość klientów dokonuje się wraz z wymianą pokoleniową osób posiadających siłę nabywczą, jak i rosnącą troską o stan Ziemi. Trend ten widać nie tylko w działaniach marek, które chcą być bardziej "eko" czy w rosnącym udziale żywności bio i wege na naszych stołach. Potwierdzają to też wyniki badania, bo aż 68,8% ankietowanych byłoby bardziej skłonnych do dokonania zamówienia w sklepie, który zwraca uwagę na to, by opakowania i zabezpieczenia produktów były zrobione z materiałów ekologicznych. Podobnie wysoki procent (68,3%) ankietowanych byłoby bardziej skłonny do dokonania zamówienia w sklepie, który zwraca uwagę na to, by opakowania i zabezpieczenia produktów były zrobione z materiałów biodegradowalnych.

Wyniki ankiety wskazują jednoznacznie na istotność używania opakowań i zabezpieczeń, które zrobione są z materiałów ekologicznych i biodegradowalnych i mogą stanowić przewagę konkurencyjną. Aby jednak ją wykorzystać, sklepy będą musiały takie działania zakomunikować swoim potencjalnym klientom. Przydatne mogą być wpisy blogowe pokazujące takie zabezpieczenia i działania stymulujące powstawanie User Generated Content, w których sami klienci zwrócą uwagę na proekologiczną postawę sklepów (np. unboxingi, zbieranie ocen).

W naszym systemie zbierania opinii odnotowujemy, że ekologiczność opakowań jest ważna nie tylko w sklepach sprzedających żywność organiczną. Przedstawione wyniki badań potwierdzają nasze obserwacje, że **sklepy internetowe powinny iść w kierunku ekologicznych i biodegradowalnych opakowań, które - odpowiednio zakomunikowane i pokazane konsumentom - mogą stanowić ważną przewagę konkurencyjną.**

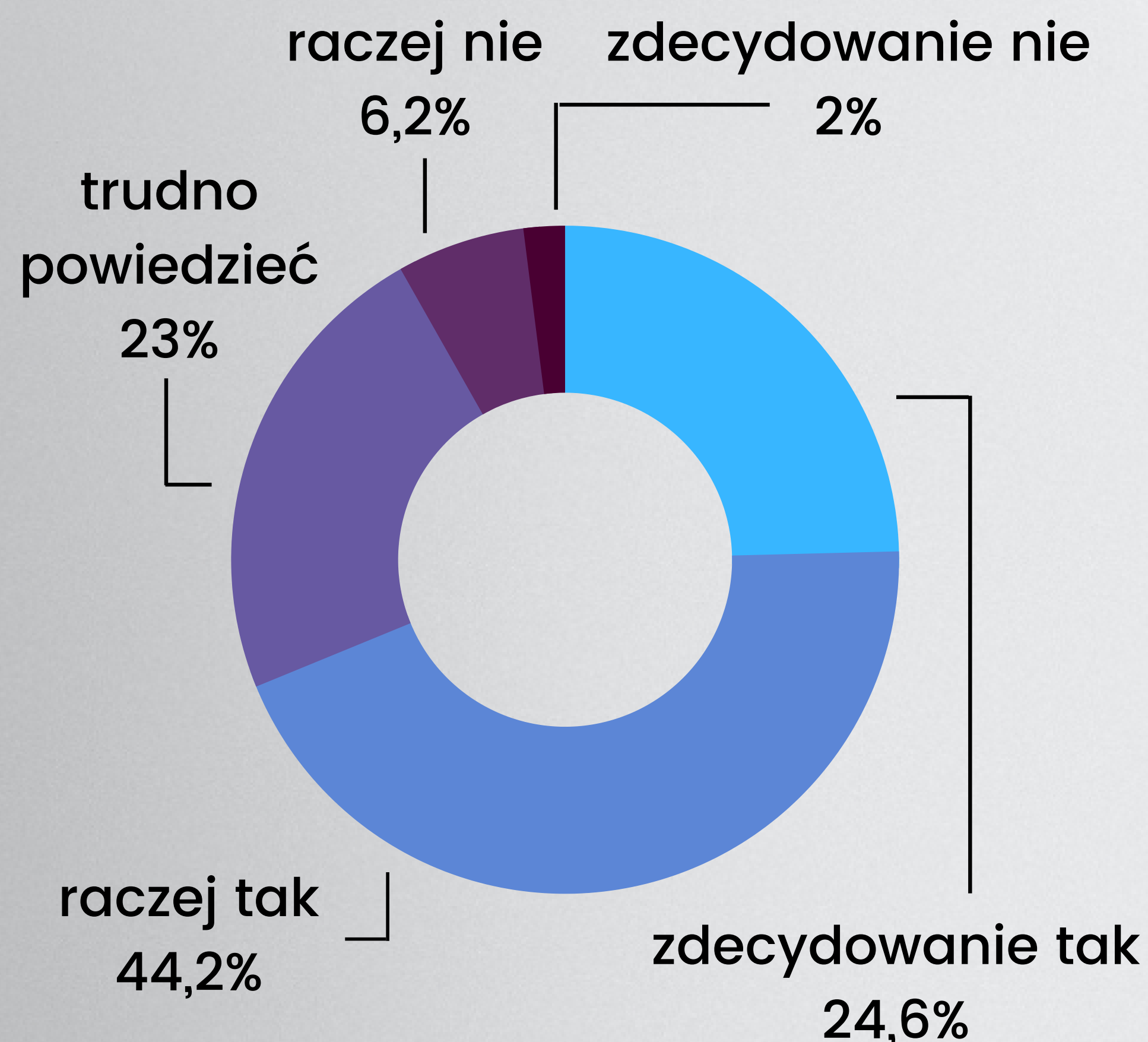
**Paweł Styperek**

CEO

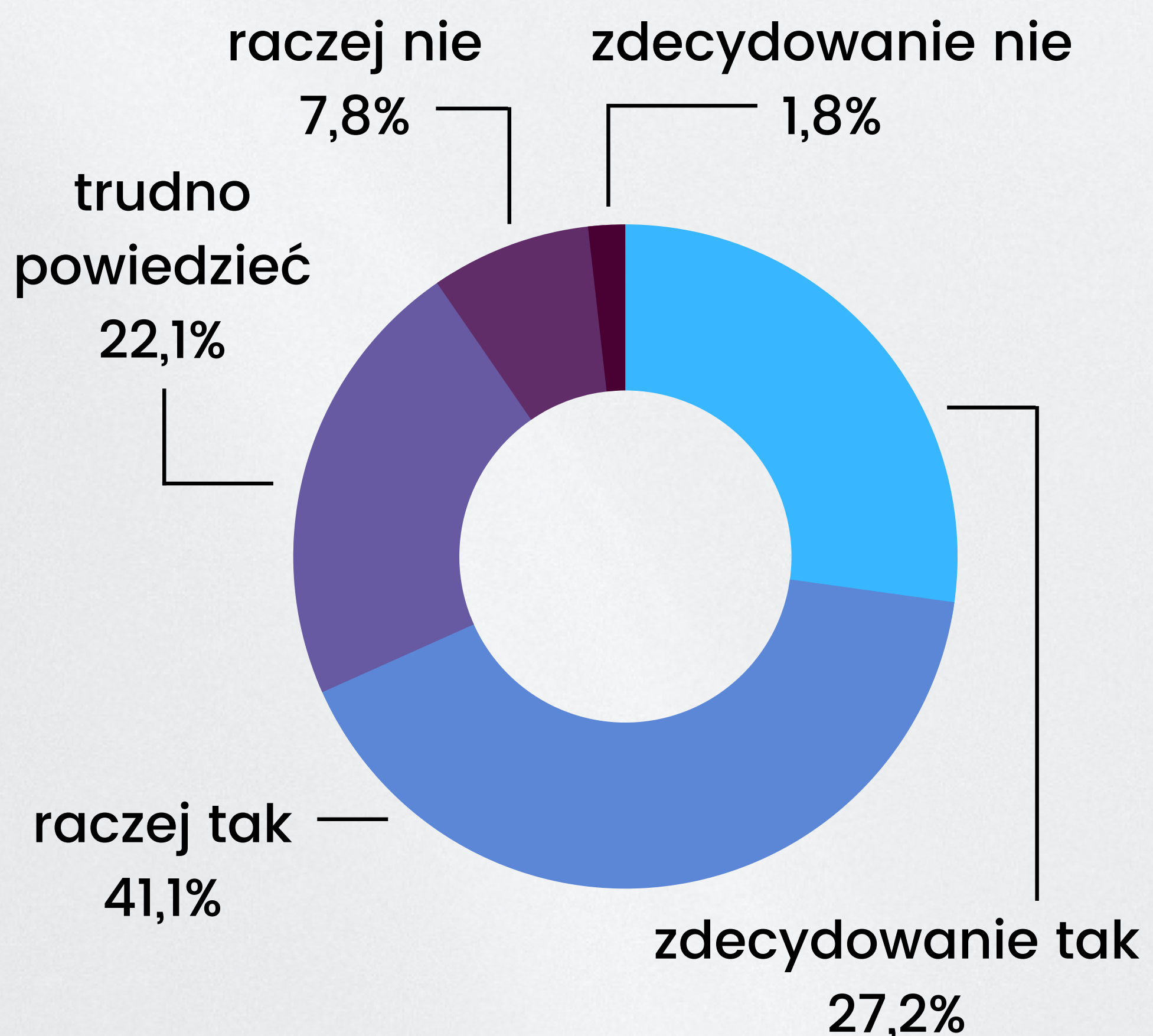
Get Rewiev

**Czy byłbyś bardziej skłonny do dokonania zamówienia w sklepie, który zwraca uwagę na to, by opakowania i zabezpieczenia produktów były zrobione z:**

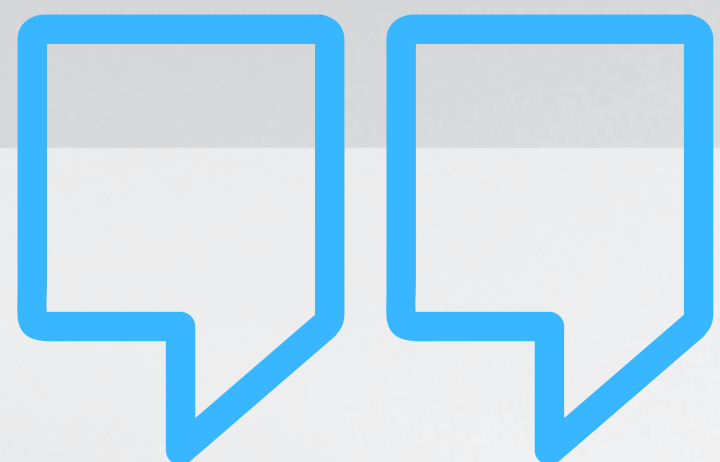
**materiałów wtórnych / z recyklingu**



**materiałów biodegradowalnych**







Nie jestem zaskoczona odpowiedziami respondentów na pytanie o znaczenie rodzaju zabezpieczenia produktów w przesyłkach dla decyzji o dokonaniu kolejnych zakupów w wybranym sklepie internetowym. Obecnie, gdy **w zasadzie każdy typ produktu – od żywności, przez odzież i obuwie, aż po elementy wyposażenia domu czy sprzęty RTV i AGD – można kupić przez Internet, odpowiednie zabezpieczenie przesyłki staje się niezmiernie ważne**. Nawet jeżeli wiemy, że zwrot czy wymiana uszkodzonego przez niewłaściwe zabezpieczenie w transporcie produktu odbędzie się bezproblemowo, chyba każdy z nas poczuje irytację na widok np. wgniezionej lodówki czy zbitych talerzy w wymarzonej komplecie kawowym. Nawet najlepiej skonstruowany proces obsługi reklamacji wiąże się przecież z określonym, krótszym lub dłuższym czasem, w którym nie będziemy mogli korzystać z zakupionego produktu, nie mówiąc już o sytuacjach, gdy były to np. ostatnie sztuki na wyprzedaży i zamiana na nowy, nieuszkodzony egzemplarz nie jest możliwa. Na szczęście coraz więcej sklepów internetowych zdaje sobie z tego sprawę i dba o właściwe zabezpieczenie przesyłek, aby uniknąć takich sytuacji.

**Anna Przybył**

Redaktor Prowadząca  
magazyn E-commerce & Digital Marketing

## Czy rodzaj zabezpieczenia produktów w przesyłkach wpływa na Twoją decyzję o dokonaniu kolejnych zakupów w wybranym sklepie internetowym?



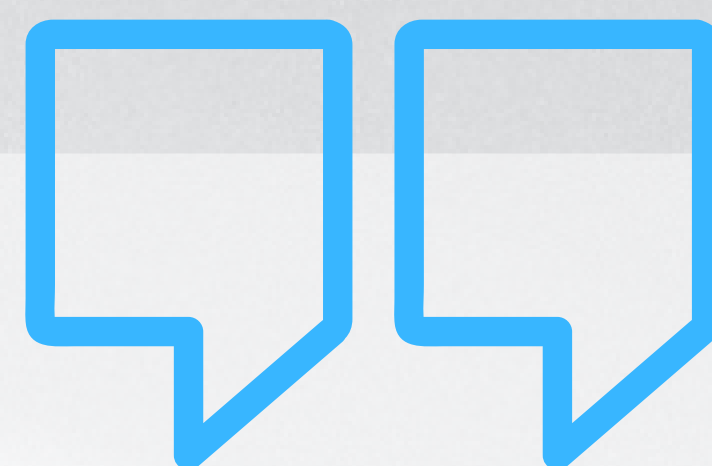
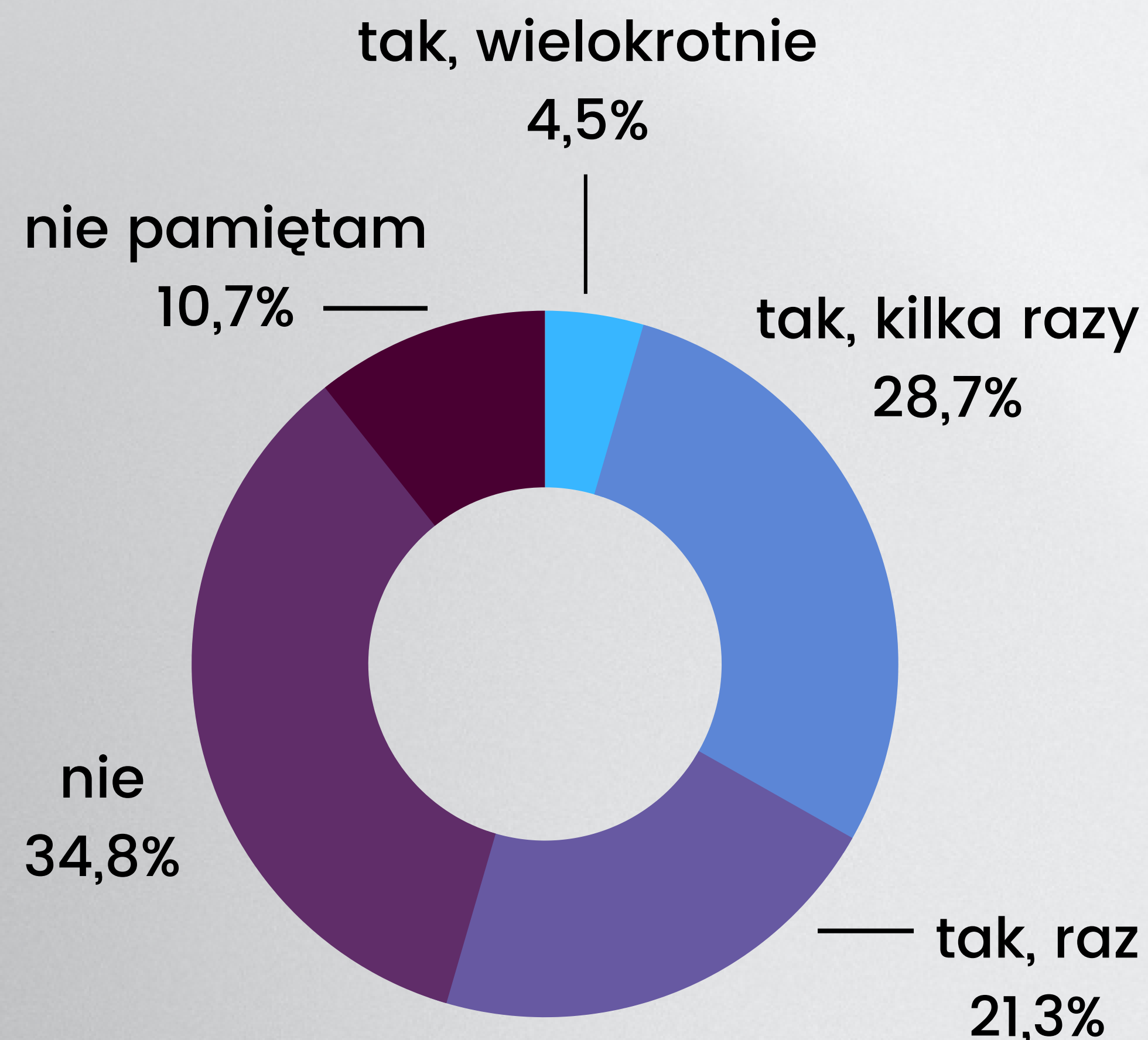
**SPRZEDAZ-24.PL**

**Najważniejszy adres  
w polskim Internecie  
dla ludzi sprzedaży!**





## Czy zdarzyło Ci się otrzymać paczkę / przesyłkę uszkodzoną w transporcie?



Jest takie powiedzenie, że mądrzy uczą się na swoich błędach, a sprytni na błędach cudzych. Nad tym, jak uciec od kosztownych pomyłek w dostawie, głowi się większość przedsiębiorców. I słusznie, bo koszty są spore. Jeśli jesteś doświadczonym e-sprzedawcą, z pewnością wiesz o nakładzie pracy związanym z pozyskaniem klienta, procesem wysyłki i obsługą zwrotów czy reklamacji. Sprzedawcy szukają sposobu, by dostarczać towar jak najtaniej i jak najszybciej. I zdawałoby się, że nic nie frustruje konsumenta bardziej, niż otrzymanie spóźnionego czy niekompletnego zamówienia, ale jest coś takiego: uszkodzony towar.

Tymczasem ponad połowa ankietowanych (54,5%) zadeklarowała, że otrzymała uszkodzoną przesyłkę! I o ile niedotrzymanie terminu realizacji z powodu wydłużonego czasu kompletacji czy otrzymanie produktu niezgodnego z zamówieniem z pewnością będzie skutkowało negatywnymi opiniami i mniejszym prawdopodobieństwem polecenia Twojego sklepu potencjalnym klientom, o tyle **dostarczenie uszkodzonego towaru będzie skutkowało utraceniem klienta na długi czas, najczęściej na zawsze.**

W procesie wysyłki odpowiednie zapakowanie zamówienia

jest kluczem do sukcesu. Aż 41,3% osób zadeklarowało, że uszkodzone opakowanie wierzchnie wpływa na uszkodzenie zawartości. Może to być wina sprzedawcy, ale nie musi, bo aż 39% pytanych wskazało, że uszkodzeniom jest winna niedbałość firm przewozowych, a 24,4% wskazało na nieodpowiedni sposób transportu. Na szczęście można nad tym pracować.

Po pierwsze trzeba zmienić sposób pakowania, pamiętając o oznaczeniach wskazujących np. na towar kruchy. 20,2% ankietowanych przyznało, że karton był zbyt duży w stosunku do zawartości paczki. **Można spróbować zminimalizować rozmiary paczki, aby nie zwiększać wagi wolumetrycznej.**

Warto też przyjrzeć się firmom kurierskim. Być może kurier, który świetnie wozi przesyłki dużych gabarytów, słabiej sobie radzi z towarami kruchymi. W takim przypadku należy zdywersyfikować wolumeny przesyłek na kilka firm kurierskich. W tej sytuacji najlepiej korzystać z platform takich jak Globkurier – w ofercie posiadają one najlepsze firmy kurierskie w jednym miejscu. Daje to możliwość szybkiego przesunięcia partii towaru na innego kuriera bez konieczności podpisywania kolejnych umów i otrzymywania kilku faktur.

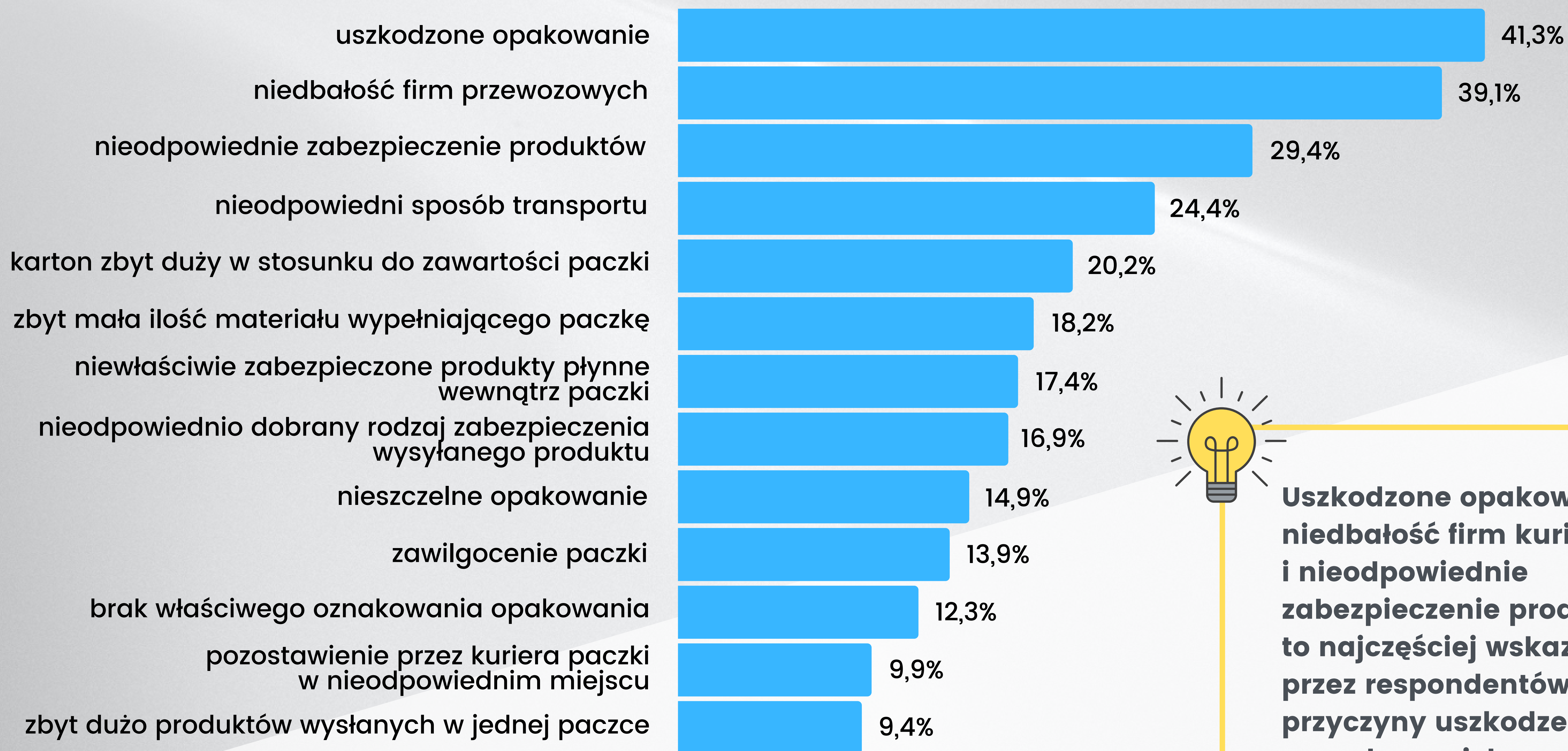
**Justyna Trzupek**

Chief Marketing Officer  
Globkurier.pl



# Jakie były przyczyny uszkodzenia paczek lub ich zawartości?

Pytanie zostało zadane tylko osobom, które zasygnalizowały, że otrzymały przynajmniej jedną uszkodzoną paczkę / przesyłkę.  
W pytaniu można było zaznaczyć więcej niż jedną przyczynę.



**Uszkodzone opakowanie, niedbałość firm kurierskich i nieodpowiednie zabezpieczenie produktów to najczęściej wskazywane przez respondentów przyczyny uszkodzenia paczek oraz ich zawartości.**





# Szukamy zabezpieczenia idealnego!

Czy konsumenci mają swoich faworytów?



## Jaki rodzaj zabezpieczenia produktów w paczce Twoim zdaniem najskuteczniej chroni produkty przed uszkodzeniem w transporcie?

Respondenci oceniali skuteczność każdego z zabezpieczeń w skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza ocenę najniższą (zdecydowanie nie zabezpiecza), a 5 najwyższą (zdecydowanie skutecznie zabezpiecza). Dla zwiększenia wiarygodności ocen obok nazw każdego z rodzajów zabezpieczenia pojawiło się jego zdjęcie. Wyniki przedstawiają średnią z ocen uzyskanych przez każdy z rodzajów zabezpieczeń.



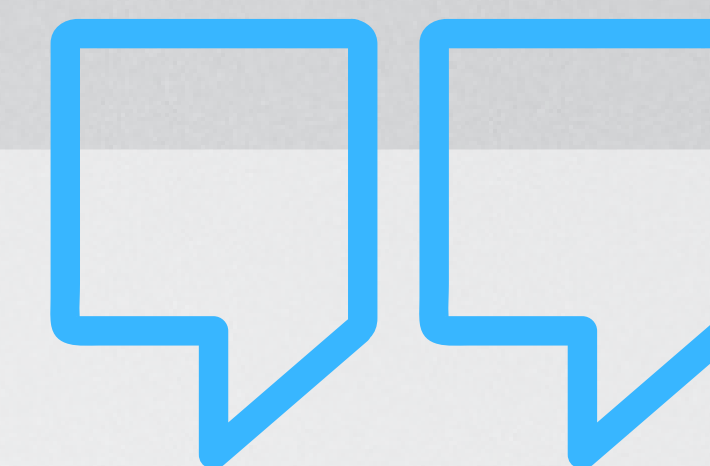
**Według ankietowanych wypełnienia powietrzne z tworzyw biodegradowalnych najskuteczniej chronią produkty podczas transportu!**






## Jaki rodzaj zabezpieczenia produktów w paczce z różnych względów preferujesz otrzymywać?

Respondenci wyrażali swoje preferencje dotyczące każdego z zabezpieczeń w skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza ocenę najgorszą (zdecydowanie nie lubię ich otrzymywać), a 5 najlepszą (zdecydowanie je preferuję). Dla zwiększenia wiarygodności ocen obok nazw każdego z rodzajów zabezpieczenia pojawiło się jego zdjęcie. Wyniki przedstawiają średnią z ocen uzyskanych przez każdy z rodzajów zabezpieczeń.



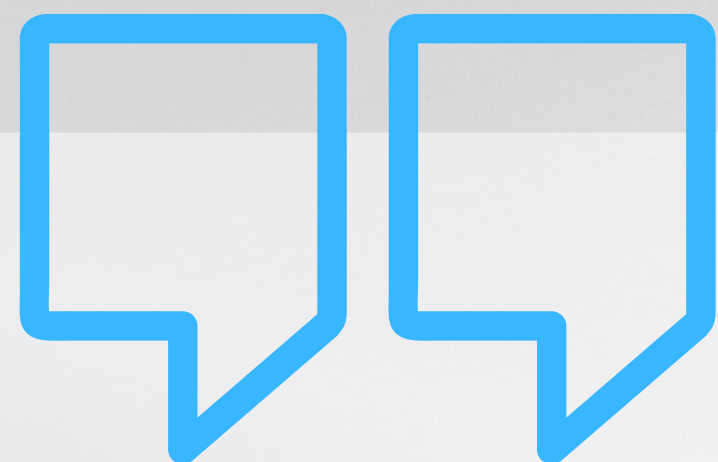
W oczach konsumentów wypełnienia powietrzne najskuteczniej chronią produkty przed uszkodzeniem w transporcie. Potwierdzają to liczne testy, dzięki którym wiemy, że najlepiej amortyzują one wstrząsy, utrudniają zgniecenie przesyłki i dokładnie wypełniają przestrzeń wewnątrz paczki. Porównałbym je do poduszek powietrznych w samochodach – są równie skuteczne, a przez to bezkonkurencyjne. Pod lupę wzięto także preferencje konsumentów. Wyniki wskazują na to, że respondenci przychylnie podchodzą do wypełnień powietrznych, szczególnie biodegradowalnych. Co mogło się przyczynić do takich wyników? Wypełnienia powietrzne nie generują bałaganu, a przed wyrzuceniem można zmniejszyć ich objętość o ok. 95%, czego nie da się zrobić z większością innych wypełniaczy. Ważne jest również to, że wypełnienia powietrzne ze względu na swoją niską wagę są obecnie uznawane za najbardziej ekologiczne rozwiązanie w zakresie zabezpieczenia paczek. Cieszy nas, że konsumenci, preferując wypełnienia powietrzne za ich skuteczność, estetykę i wygodę, są naszymi najlepszymi sojusznikami w ograniczaniu produkcji niepotrzebnych odpadów. Dzięki temu firmy odpowiedzialnie mogą łączyć ekologiczne rozwiązania z zaspokojeniem potrzeb swoich klientów.



**Klienci e-sklepów najchętniej otrzymują produkty zabezpieczone przy użyciu wypełnień powietrznych z tworzyw biodegradowalnych.**

**Rafał Tannenberga**  
Prezes Zarządu  
POLITAN Sp. z o.o. S.K.A.





Nie trzeba nikogo przekonywać do tego, jak wielką wagę przywiązują konsumenci do opakowania i zabezpieczenia przesyłki. Wyniki badania, które CBR BioStat przeprowadziło na zlecenie firmy Politan nie tylko potwierdziły to, ale przede wszystkim dostarczyły pogłębionych informacji dotyczących oczekiwań odbiorców przesyłek.

Wnioski z analizy danych – pozyskanych bezpośrednio w grupie docelowej – wyznaczają kierunek przyszłych działań producenta i usługodawcy. Znając potrzeby konsumentów, wiemy, jak na nie odpowiedzieć.

Co mnie zupełnie nie dziwi, ankietowani odpowiedzieli, że zwracają największą uwagę na skuteczność ochrony produktów w przesyłce (w pięciostopniowej skali oceniano ją średnio na 4,5, zaś najwyższe znaczenie ma to dla więcej niż dwóch trzecich respondentów). Ciekawych wniosków, do których prowadzi analiza wyników badania, jest jednak więcej.

**Konsumenci dają wyraz myśleniu i postępowaniu pragmatycznego: chcą, by opakowanie przesyłki dało się wykorzystać ponownie** (średnia ocen nieco powyżej 4), **ale oczekują także możliwości zmniejszenia objętości wypełnienia podczas wyrzucania go do śmieci** (średnia 4) **oraz możliwości łatwego uprzątnięcia** (niepełna 4).

Nie mniej interesujące są także wysokie oczekiwania wyrażone przez dwie trzecie ankietowanych związane z dbałością o środowisko naturalne. Wykonanie z tworzyw biodegradowalnych lub surowców wtórnych zyskało średnią ocenę 3,86, większą niż niewielka waga opakowania czy estetyka. Obserwujemy zatem wyraźnie pro-ekologiczne nastawienie konsumentów, które stanowi element pragmatycznego stosunku do opakowań.

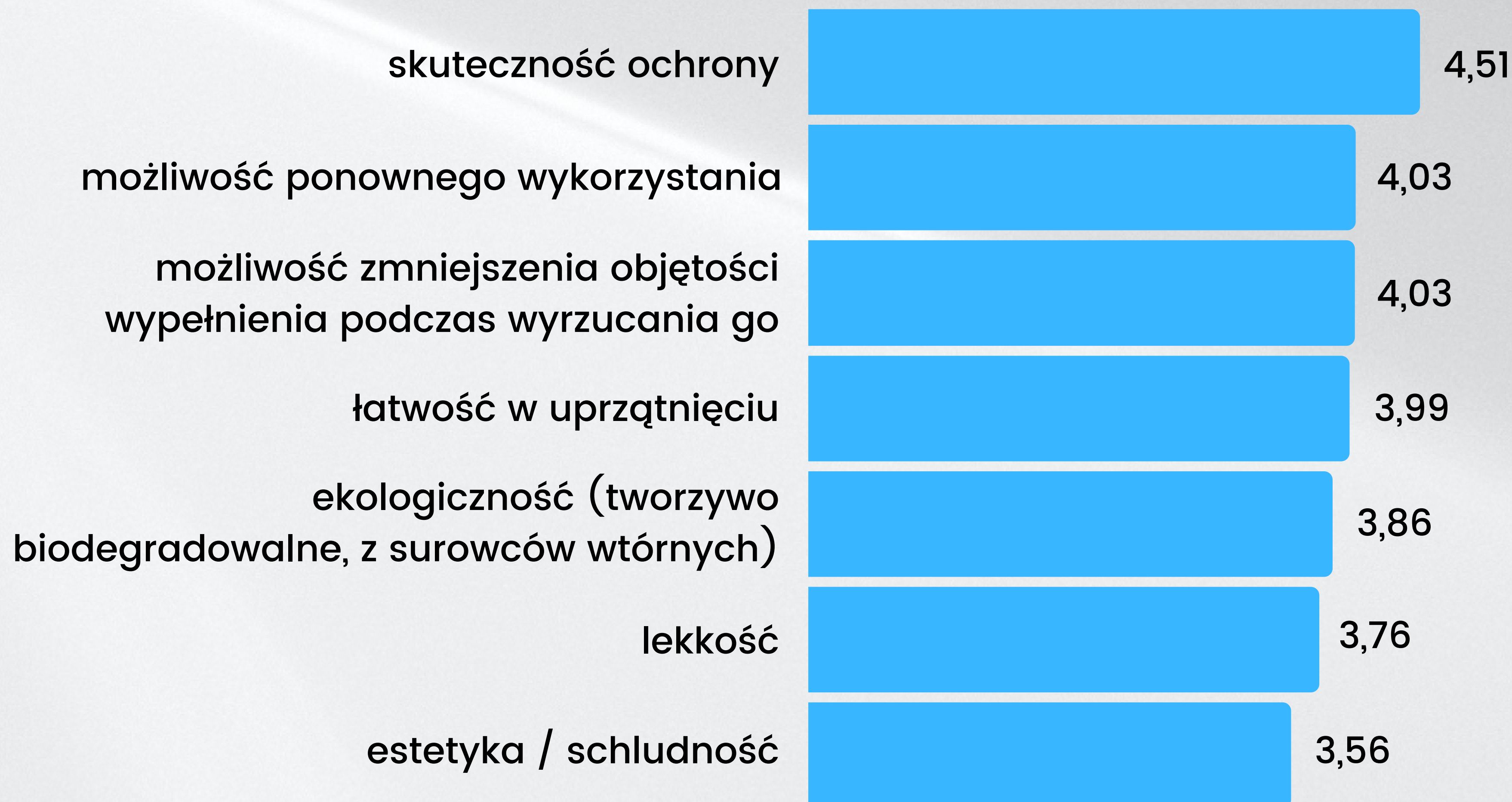
**Rafał Piszczyk**

Prezes Zarządu

Centrum Badawczo-Rozwojowe BioStat

## Na ile istotne są dla Ciebie poniższe cechy zabezpieczenia produktów w przesyłce?

Respondenci oceniali istotność każdej z cech w skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza najniższy priorytet (zupełnie nieistotna cecha), a 5 najwyższy priorytet (bardzo ważna cecha). Wyniki przedstawiają średni priorytet uzyskany przez każdą z cech.



**Sklepy internetowe powinny przede wszystkim dbać o skuteczną ochronę produktów – jest ona dla konsumentów bardziej istotna niż pozostałe cechy zabezpieczeń.**



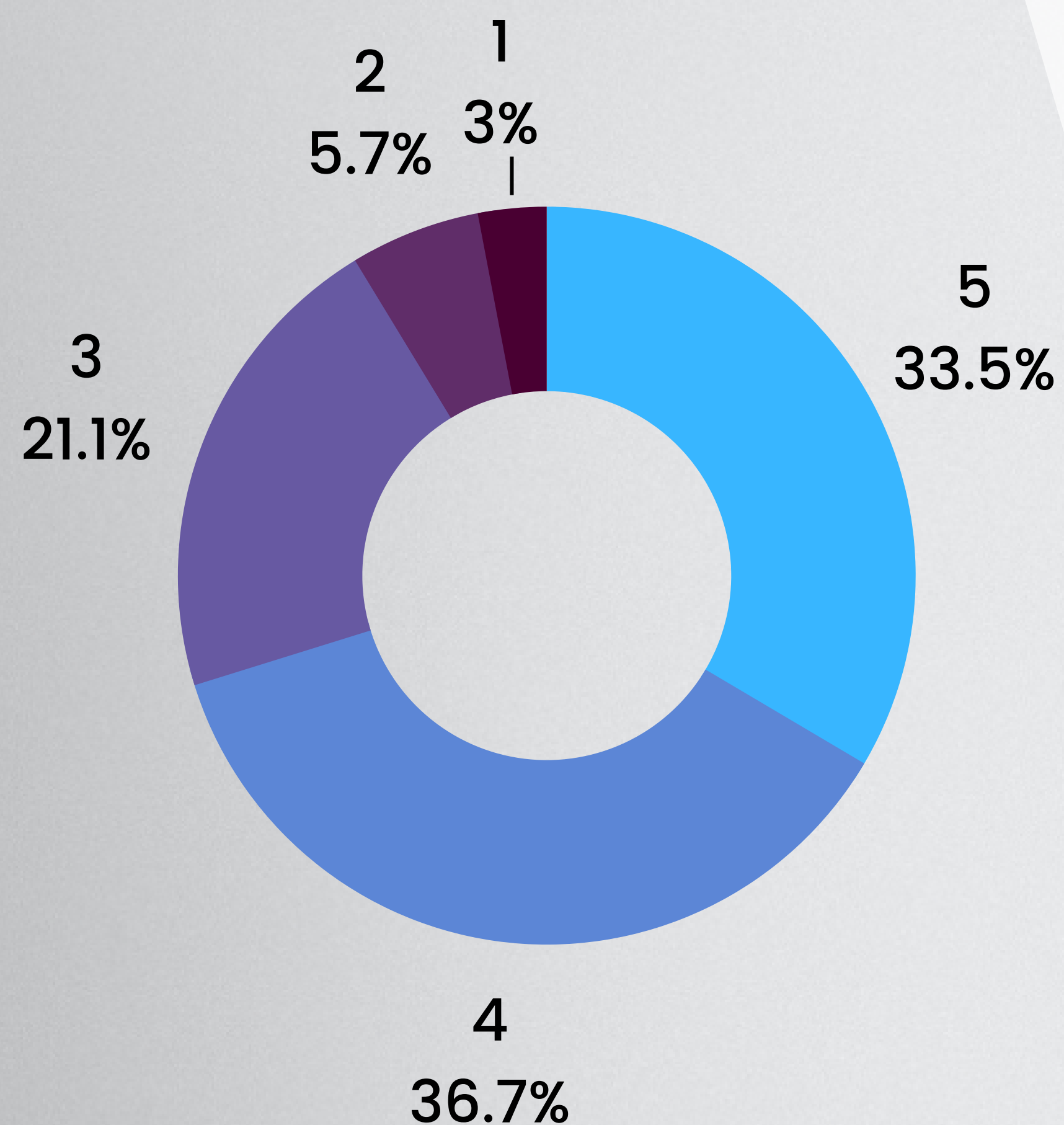


## Respondenci cenią sobie sposób zapakowania produktu (70,2%) i schludność (66,6%) przesyłki.

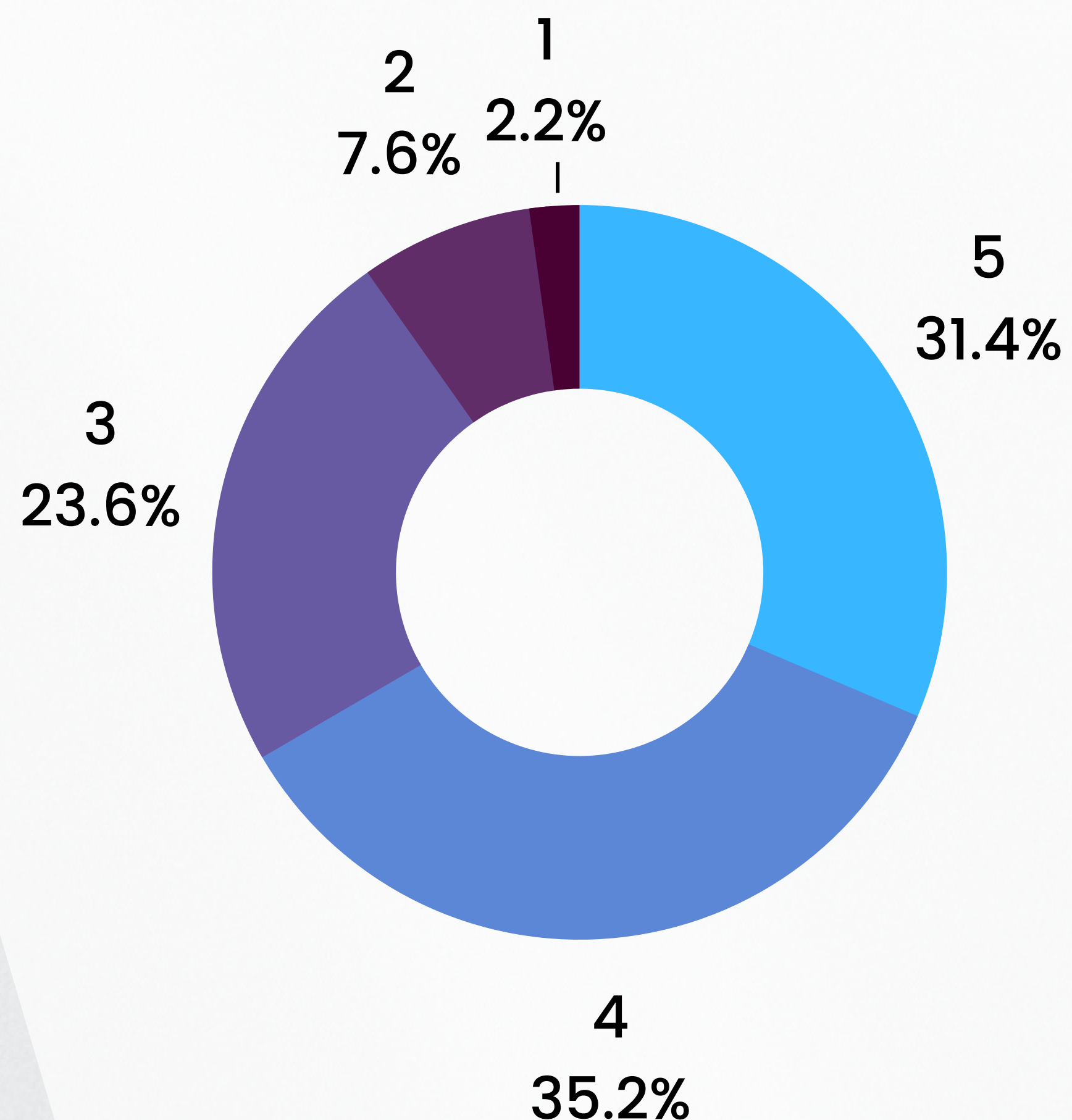
### W jakim stopniu uznajesz poniższe stwierdzenia za trafne?

1 - zdecydowanie się nie zgadzam; 2 - raczej się nie zgadzam; 3 - trudno ocenić / nie wiem; 4 - raczej się zgadzam; 5 - zdecydowanie się zgadzam

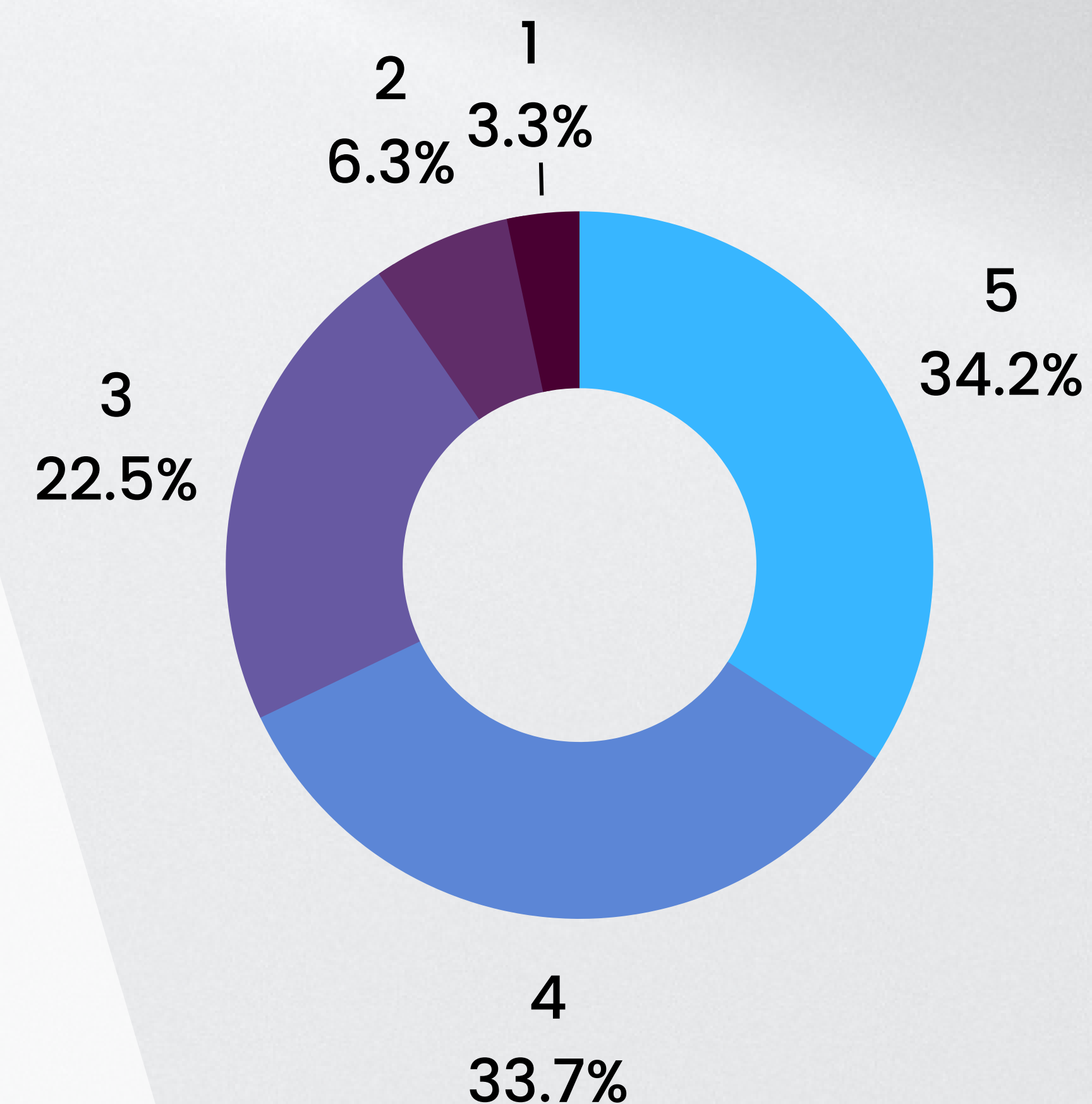
Sposób zapakowania produktu wpływa na moją ogólną ocenę sklepu internetowego.



Estetyka i schludność przesyłki ma dla mnie duże znaczenie.



Opakowanie oraz zabezpieczenie wewnątrz paczki powinno być zrobione z produktów biodegradowalnych lub pochodzić z recyklingu.



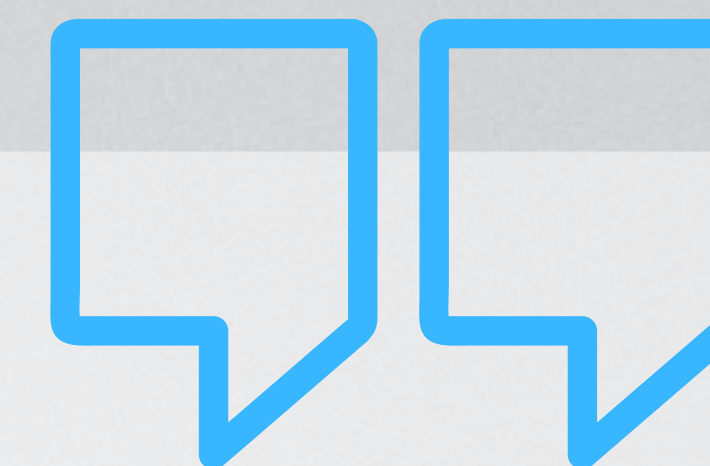
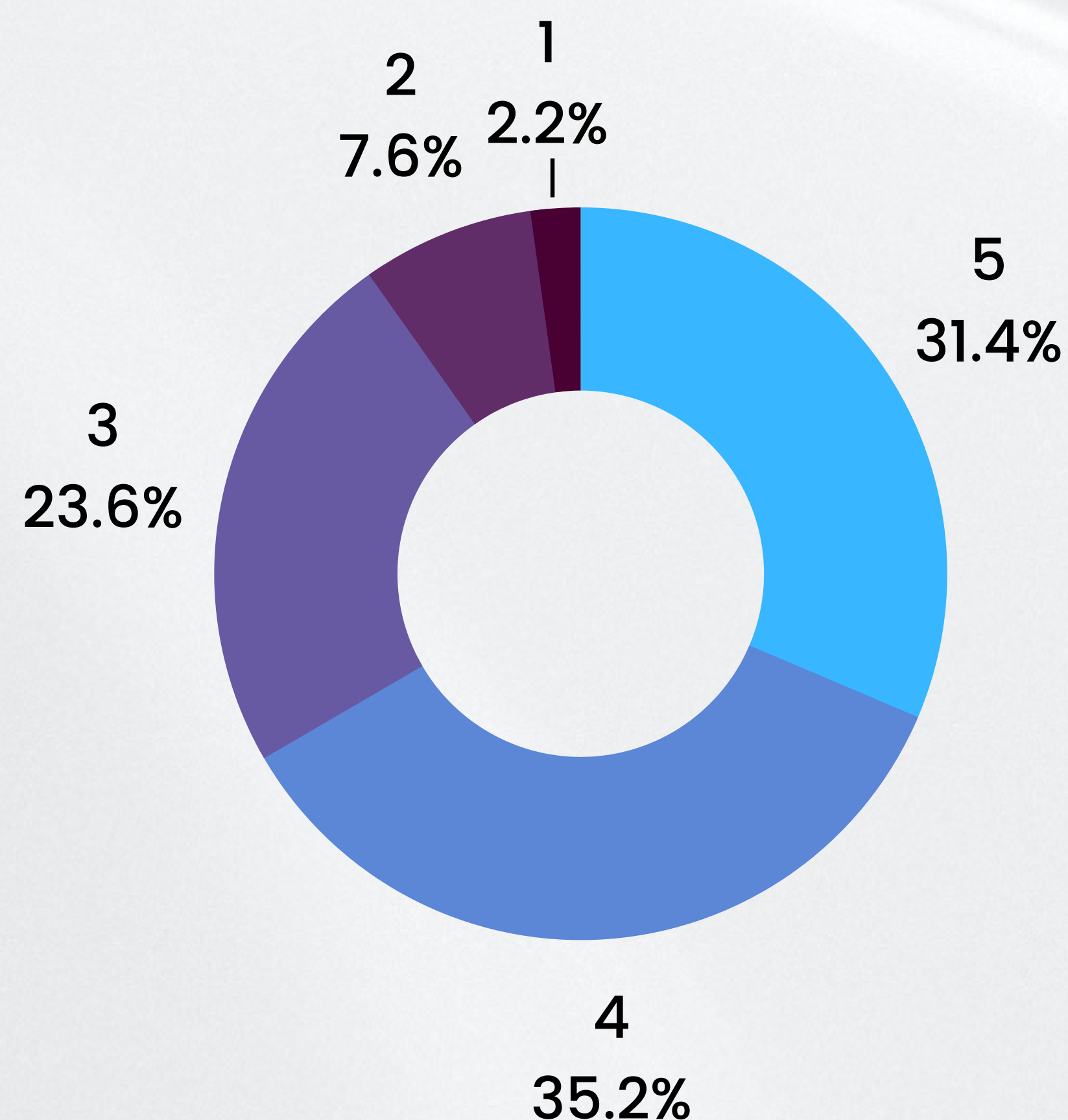
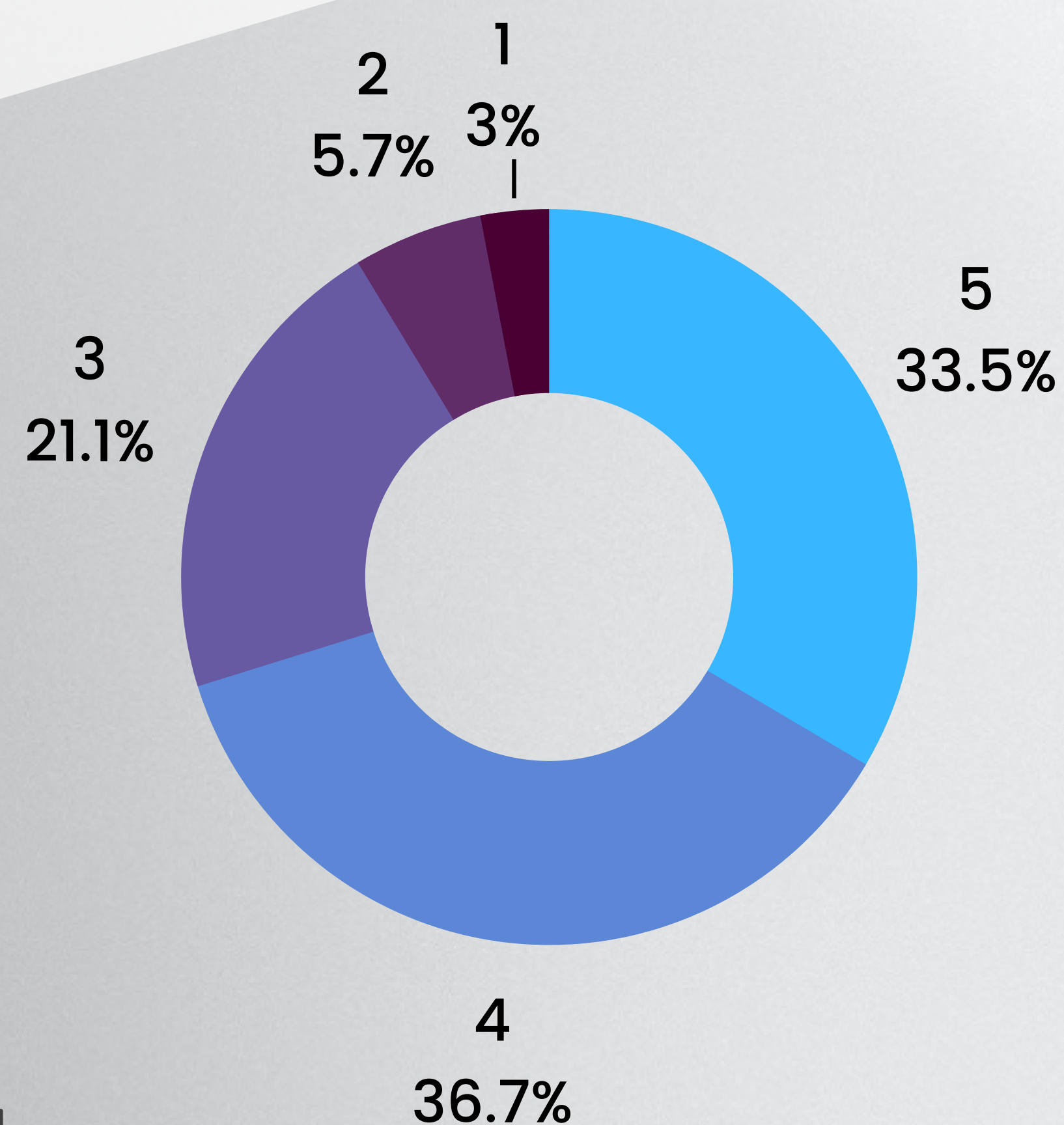


## W jakim stopniu uznajesz poniższe stwierdzenia za trafne?

1 – zdecydowanie się nie zgadzam; 2 – raczej się nie zgadzam; 3 – trudno ocenić / nie wiem; 4 – raczej się zgadzam; 5 – zdecydowanie się zgadzam

Nie lubię, kiedy zawartość paczki zabezpieczona jest wypełnieniem, które generuje duży bałagan.

Lubię mieć możliwość ponownego wykorzystania zarówno opakowania, jak i tego, co ma za zadanie chronić produkty wewnątrz.



Osoby kupujące przez Internet to już bardzo dojrzałe społeczeństwo, które nie myśli tylko o sobie, ale również o środowisku. Należy zauważyć, że to młodzi ludzie najczęściej poruszają temat ochrony środowiska, więc można założyć, że grupa "eko-konsumentów" będzie się z roku na rok poszerzała. Sugerują to również wyniki badania, ponieważ aż 67,9% respondentów zgadza się z tym, że opakowania i wypełnienia w e-commerce powinny być biodegradowalne lub pochodzić z recyklingu. Świadomość społeczeństwa to jedno, a potencjalne wymogi stawiane w przyszłości przez organizacje rządowe to drugie. Niewykluczone, że sklepy internetowe będą zobligowane wprowadzić zmiany w sposobie pakowania. Czas pokaże.

Respondenci w badaniu w zdecydowanej większości odpowiedzieli, że estetyka opakowań ma duże znaczenie i wpływa na ich ogólną ocenę sklepów internetowych. Im bardziej rozwija się e-commerce, tym więcej przybywa sklepów internetowych, a co za tym idzie – konkurencja staje się coraz większa. Dochodzimy do momentu, że e-sklepy są do siebie bardzo podobne (produkty, ceny, jakość obsługi), co sprawia, że **detale wpływają na to, który sklep w ogólnym rozrachunku otrzyma od kupującego wyższą ocenę. Bardzo często to właśnie dostarczona paczka jest kluczową częścią całego efektu.** My wszyscy, będąc kupującymi w Internecie, chcemy mieć przyjemne doświadczenia z zakupów i chcemy być pozytywnie zaskakiwani przez sprzedających.

**Aż 70% osób zamawiających produkty w sklepach internetowych nie lubi, kiedy wypełniacze generują bałagan.**

**Marcin Rudzik**

CEO w Brand Active

podcaster w Merytorycznie o eCommerce



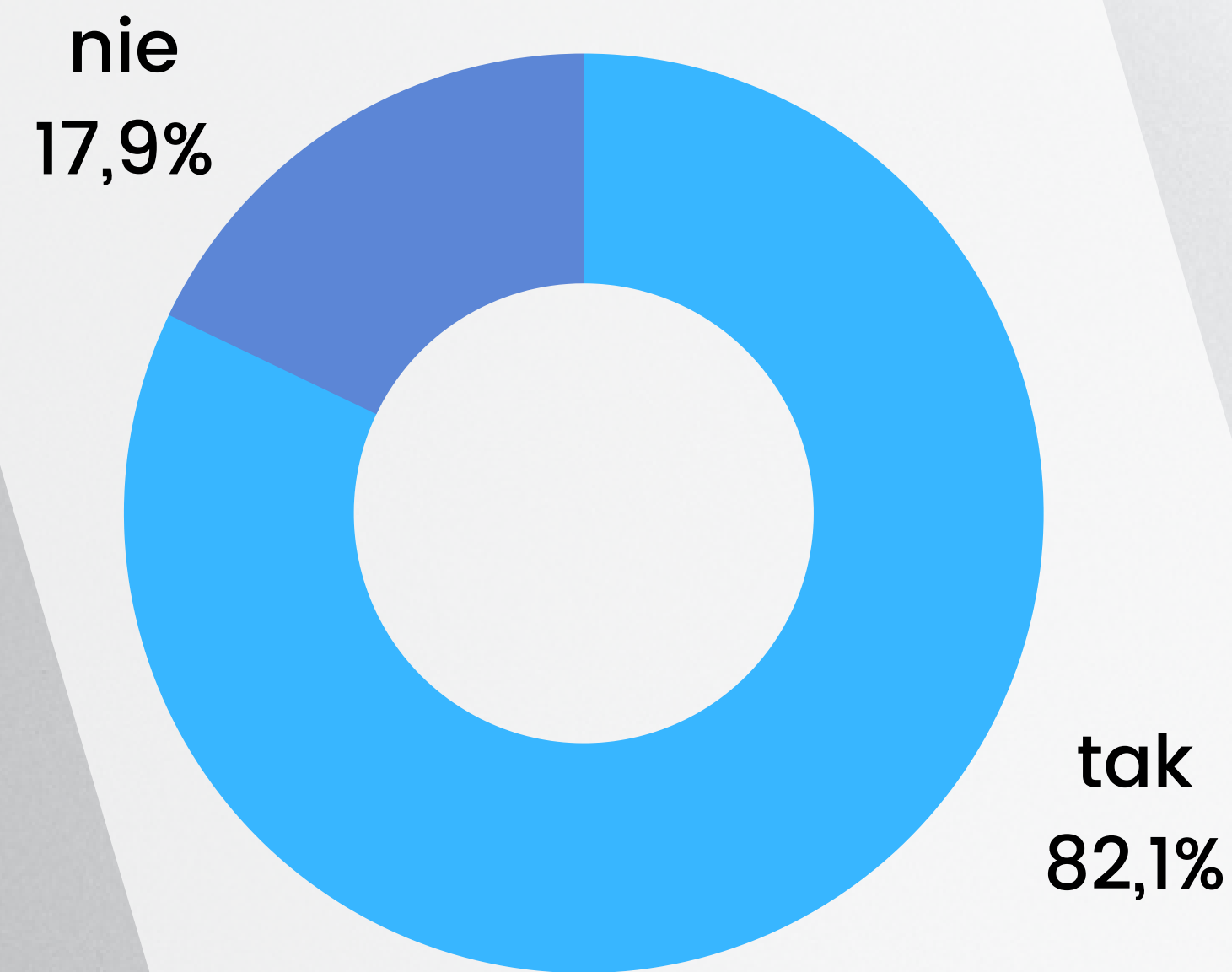


# Ekologia & estetyka

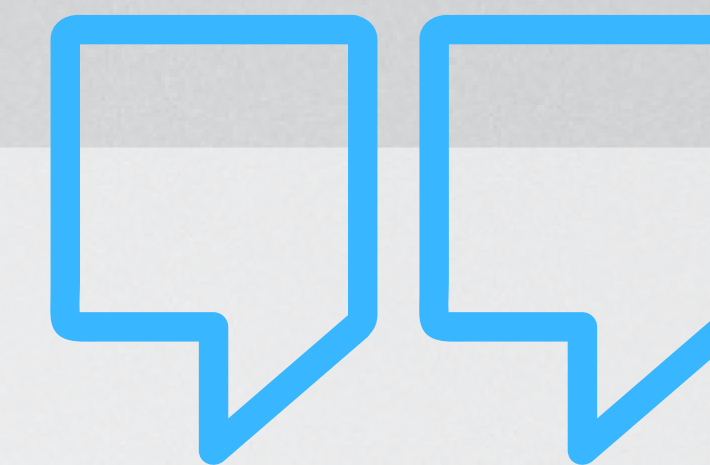
Co ma większe znaczenie dla konsumentów?



**Czy uważasz, że sklep internetowy stosujący ekologiczne opakowania oraz zabezpieczenia produktów w paczkach jest atrakcyjniejszy od konkurencji?**



**Sklepy internetowe oferujące ekologiczne wypełniacze i opakowanie są atrakcyjniejsze od konkurencji według 8 na 10 konsumentów!**



Jeff Bezos powiedział kiedyś, że 3 rzeczy się nigdy nie zmieniają: klienci nadal będą chcieli szerokiego wyboru produktów, niskich cen i szybkiej dostawy. Wyniki to potwierdzają. Jeśli dopłacić za przesyłkę, to tylko wtedy, gdy miałyby dotrzeć do nas szybciej – tak odpowiedziało ponad 70% respondentów. Można było się tego spodziewać. Ciekawostka jest taka, że w tej grupie najmniej zainteresowani szybką dostawą za dodatkową dopłatą są ankietowani z największych miast (powyżej 500 tys. mieszkańców).

A przesyłka? Czy jej forma i użyte materiały ma dla klientów znaczenie? Ta sama grupa respondentów z największych miast jest też najmniej zainteresowana ładnym opakowaniem oraz sposobem wypełnienia wolnej przestrzeni w paczce. To klienci z mniejszych miast i wsi chętniej by za takie udogodnienie dopłacili.

**Spośród wszystkich sposobów pakowania zamówień, za dodatkową opłatą respondenci najchętniej wybraliby paczkę, która ma wypełnienia biodegradowalne.** Takie wypełnienie zdobyło więcej głosów niż wypełnienie z recyklingu lub takie, które można szybko zmniejszyć. Jak widać, moda na “bio” nie przeminęła i klienci zwracają uwagę na to, co dzieje się z materiałem, z którego wykonana została paczka.

**Wojciech Grześkowiak**

CEO

Trustisto

domowykoszyk.pl



Twój ulubiony domowy sklep internetowy



**Czy byliby sklonny zaplacic nieco wiecej, wiedzac, ze dzteki temu Twoje zamowienie zostanie dostarczone:**

szybciej

TAK: 70,8%



NIE: 29,2%

z użyciem wypełnień biodegradowalnych

TAK: 59,6%



NIE: 40,4%

z użyciem wypełnień z recyklingu

TAK: 57,3%



NIE: 42,7%

z wypełnieniem paczki, które można łatwo i szybko zmniejszyć

TAK: 51,5%



NIE: 48,5%

w bardziej estetycznym opakowaniu

TAK: 44,9%



NIE: 55,1%



**70% ankietowanych byłoby sklonnych zaplacic nieco wiecej, by otrzymac swoje zamowienie szybciej.**

**Do wypełnień w 100% biodegradowalnych dopłaciłoby prawie 60% badanych, a do wypełnień z recyklingu - 57,3%.**

**AlleKurier**.PL



Przesyłki kurierskie

Taniej do **70%**

NADAJ PRZESYŁKĘ



# Ślad węglowy

Ile o nim wiemy?





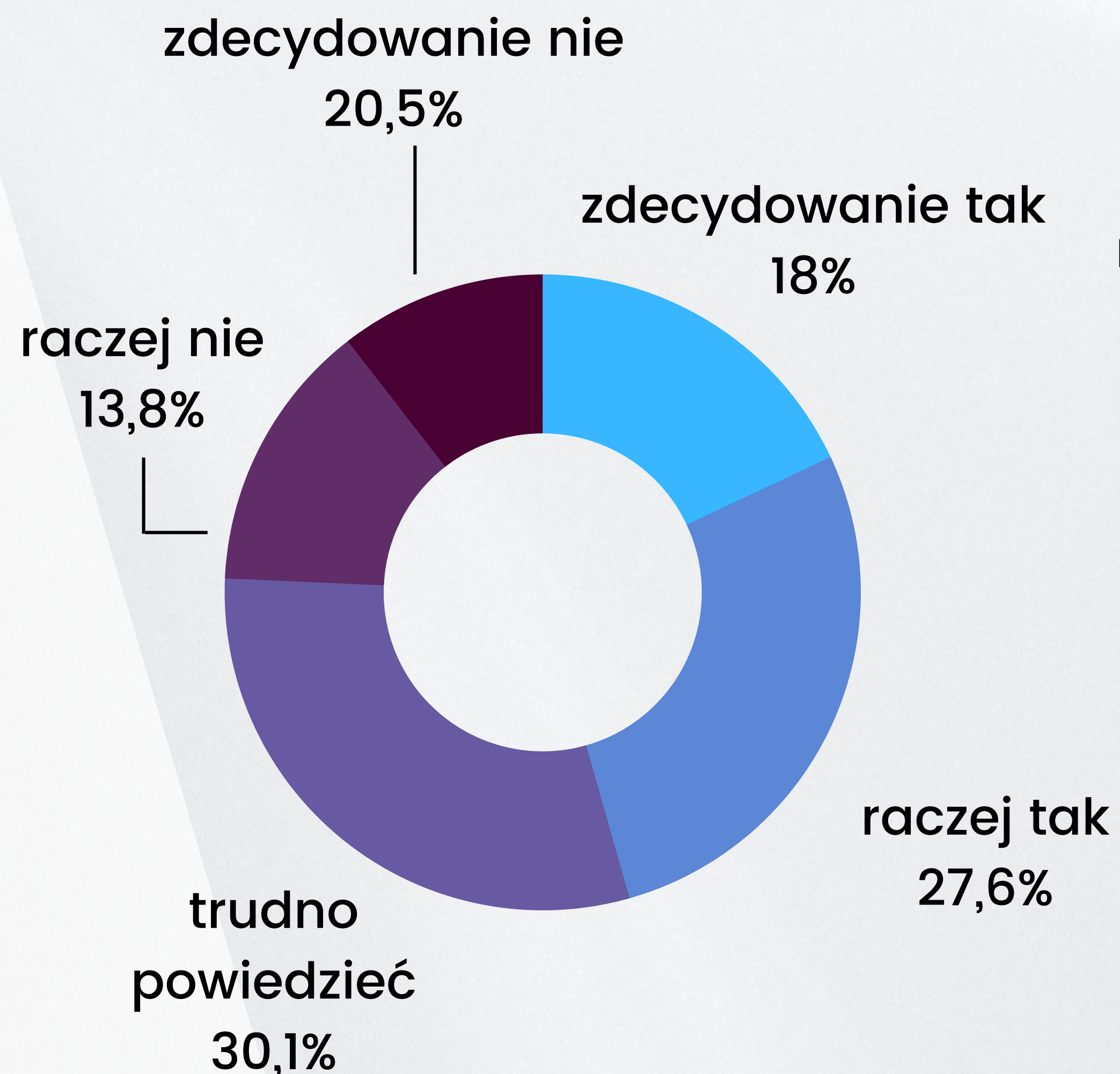


**45,6% respondentów chciałoby wiedzieć, jak wysoki jest ślad węglowy produktów, które kupują, a 40,8% osób zadeklarowało, że ta wiedza wpłynęłaby na ich decyzje zakupowe.**

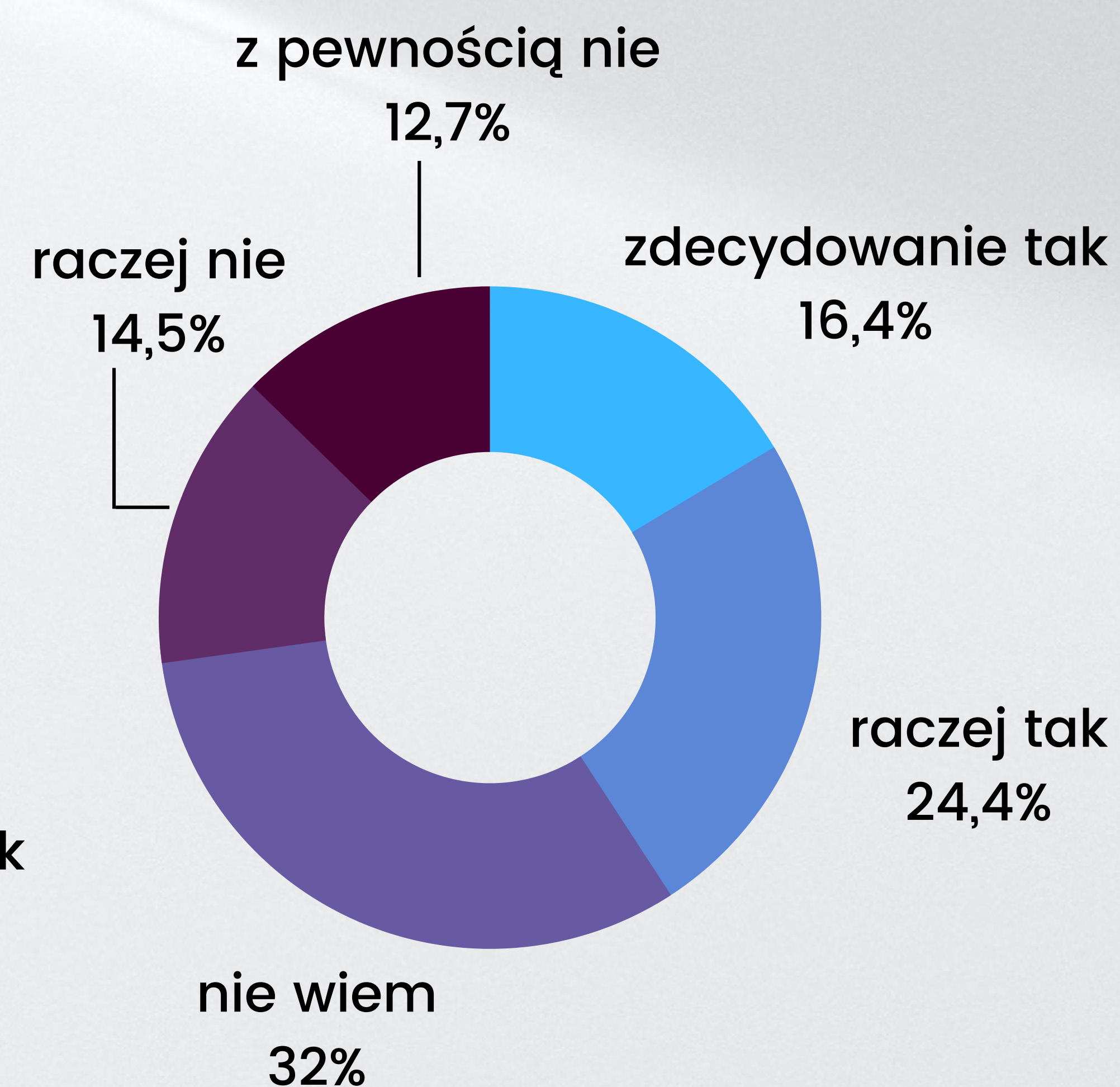
**Czy uważasz, że ślad węglowy jest najbardziej wiarygodnym miernikiem ekologiczności produktów?**



**Czy chciałbyś znać ślad węglowy produktów, które kupujesz?**



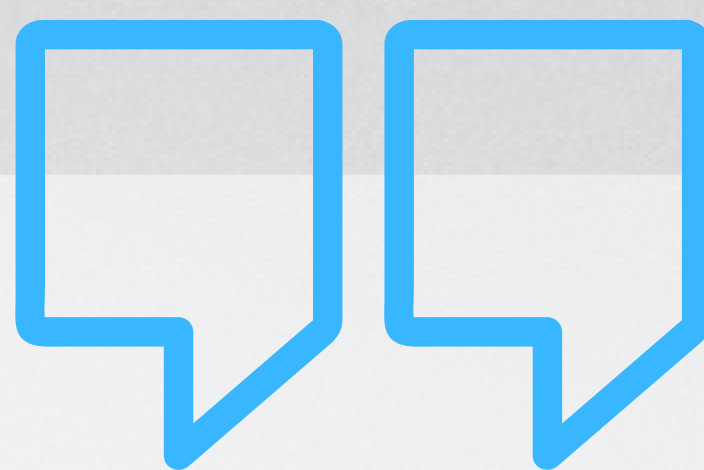
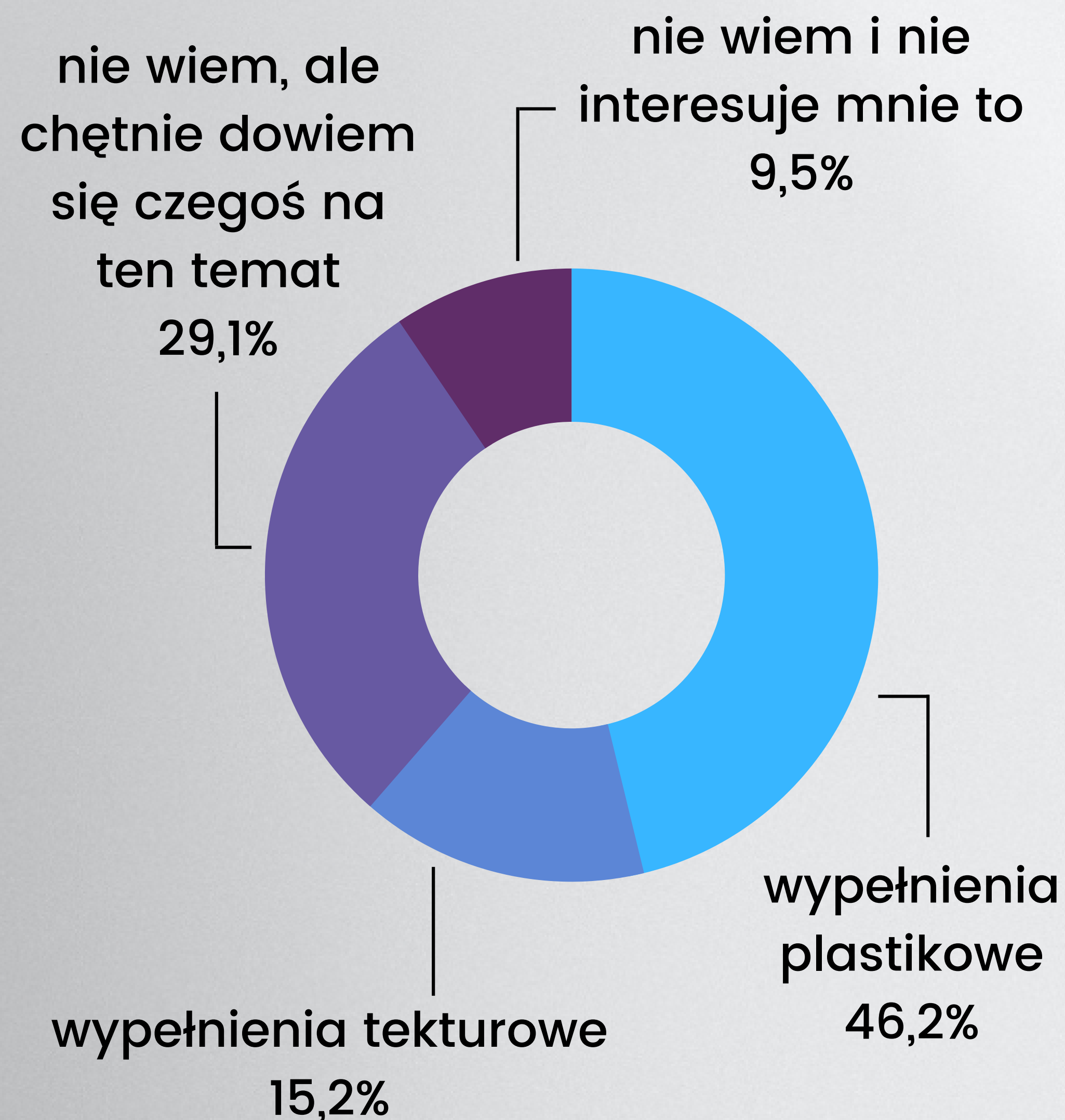
**Czy wiedza na temat wielkości śladu węglowego danego produktu miałaby wpływ na to, czy go kupujesz, czy też nie?**





## Który materiał używany do zabezpieczania produktów w transporcie ma wyższy ślad węglowy?

Respondentom zostało wytłumaczone, czym jest ślad węglowy i co ma wpływ na jego wysokość.



Ślad węglowy określa ilość wyemitowanych gazów cieplarnianych podczas produkcji danego wyrobu (lub przez daną organizację), które powodują wzrost średniej temperatury na Ziemi oraz zmiany klimatyczne. **Ślad węglowy nie jest jedynym wskaźnikiem środowiskowym, lecz na dzień dzisiejszy jest jednym z ważniejszych** ze względu wspomniane zmiany. Niestety, **aż 41,7% badanych nie wie, czy ślad węglowy jest wiarygodny, a 13,4% błędnie uważa go za niewiarygodny miernik ekologiczności.**

Pocieszające są za to postawy respondentów, ponieważ spory odsetek chciałby znać ślad węglowy kupowanych przez siebie produktów, a 40% ankietowanych zadeklarowało, że wskaźnik ten miałby realny wpływ na ich wybory. Liczę na to, ponieważ w UE trwają prace nad etykietami środowiskowymi i w niedalekiej przyszłości informacja o śladzie węglowym wreszcie będzie łatwiej dostępna. Od lat obserwuję promowanie w mediach papieru jako materiału przyjaznego środowisku. Jest to dla społeczeństwa intuicyjne, gdyż papier jest pochodzenia naturalnego oraz ulega procesowi biodegradacji.

Niestety, ślad węglowy (i inne wskaźniki środowiskowe) wypadają bardzo słabo, kiedy zestawimy rozwiązania papierowe z ich plastikowymi odpowiednikami. Żeby być sprawiedliwym należy wspomnieć, że wadami plastiku są trudności w recyklingu (choć z papierem również różnie bywa) i trudności w usunięciu go ze środowiska, jeżeli już tam trafi (co niestety jest trudno mierzalne, ale nie pozostaje bez znaczenia). Brak etykiet środowiskowych oraz promowanie w mediach papieru jako rozwiązania ekologicznego doprowadziło do sytuacji, w której **według aż 45% badanych ślad węglowy wypełnień plastikowych jest większy od wypełnień papierowych, co niestety nie jest prawdą.** Cieszy mnie, że aż 30% ankietowanych przyznało się do niewiedzy i wykazało chęć zapoznania się z tematem. To świadczy o potrzebie rzetelnej edukacji oraz komunikacji rzeczywistego oddziaływania produktów na środowisko.

**Przemysław Poszwa**

Inżynier cyklu życia produktu  
twórca portalu eko-logicznie.com





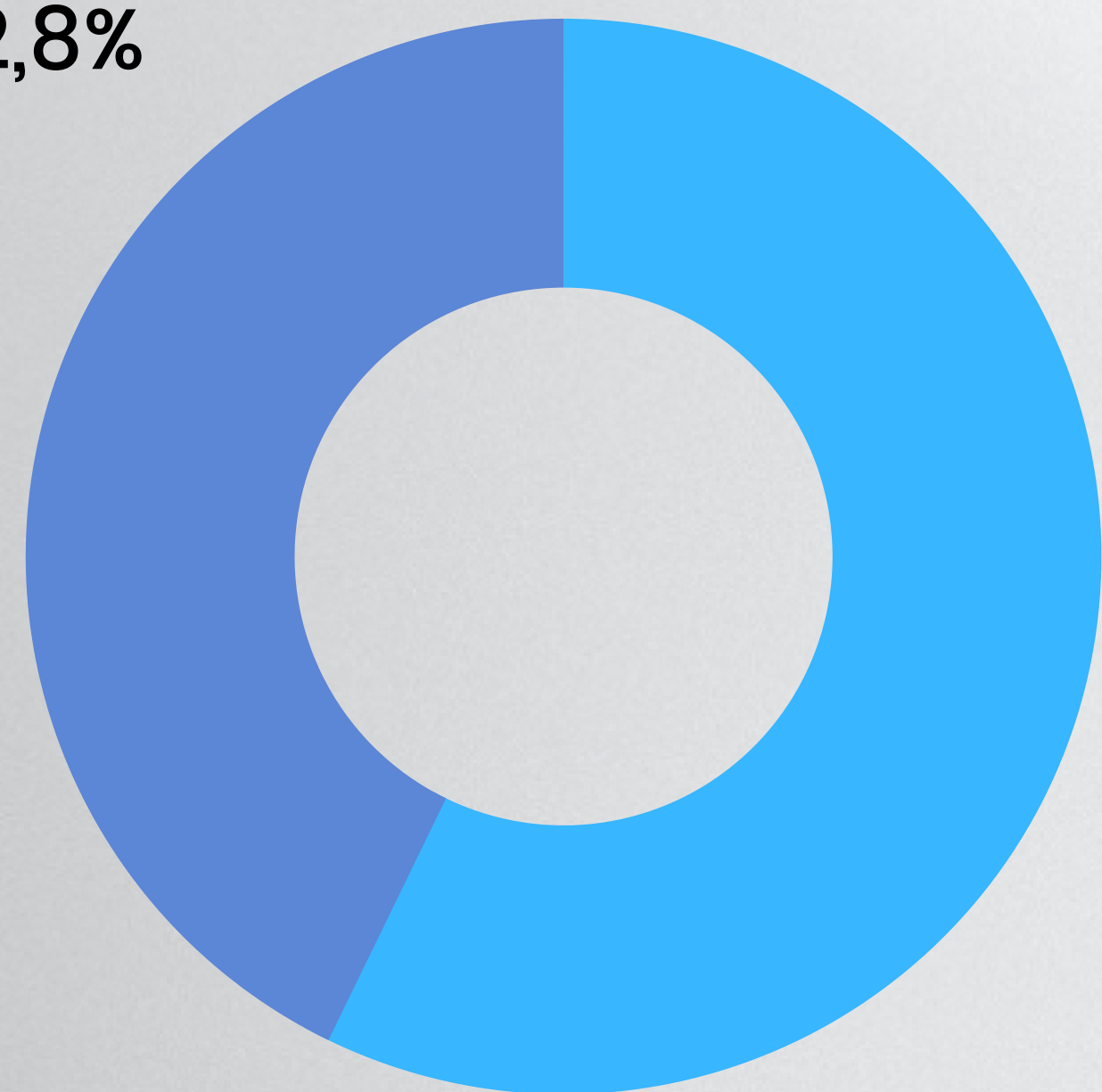
# Respondenci

Kim sq?



### Płeć:

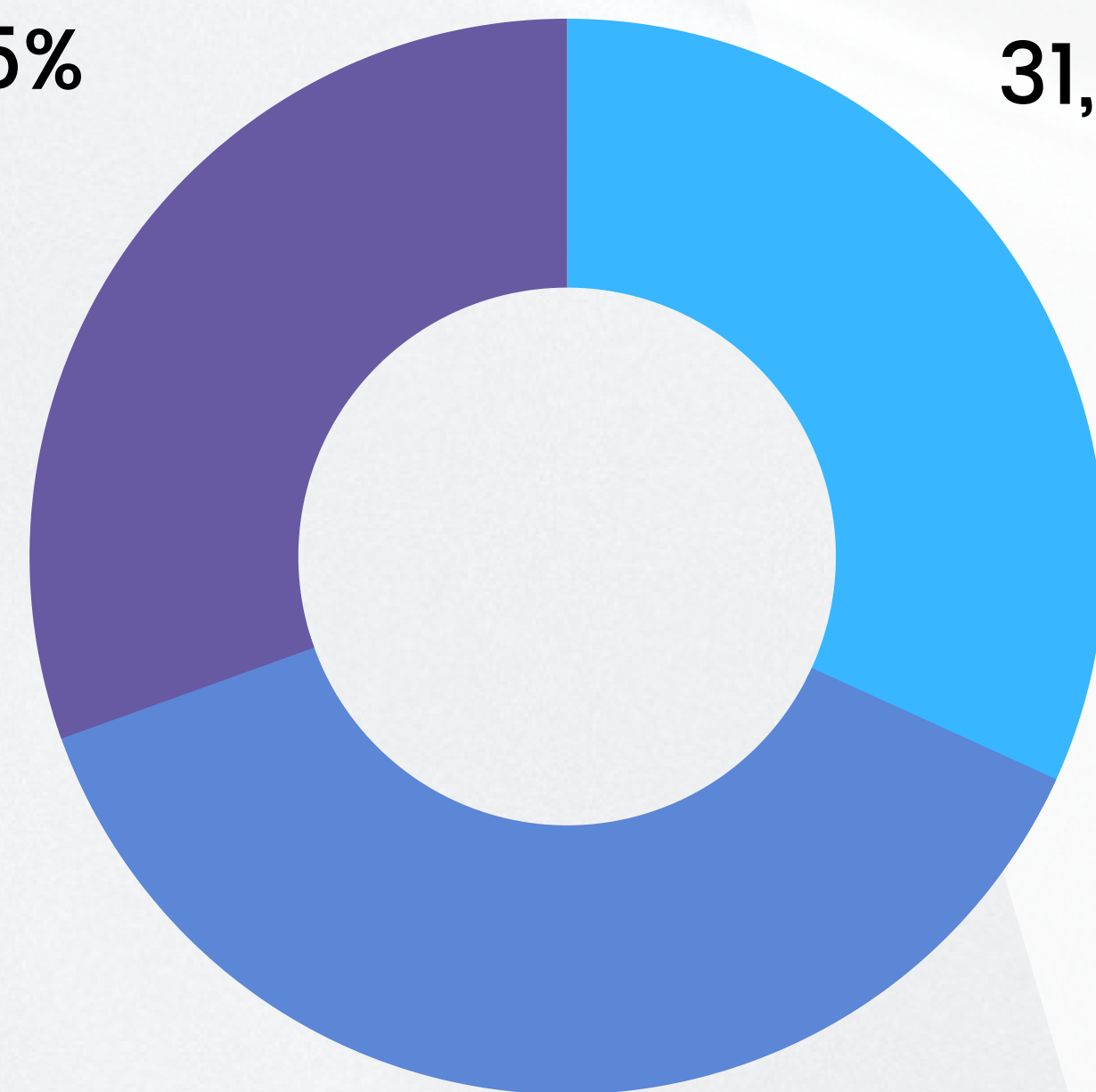
mężczyzna  
42,8%



kobieta  
57,2%

### Wiek:

41 – 50 lat  
30,5%



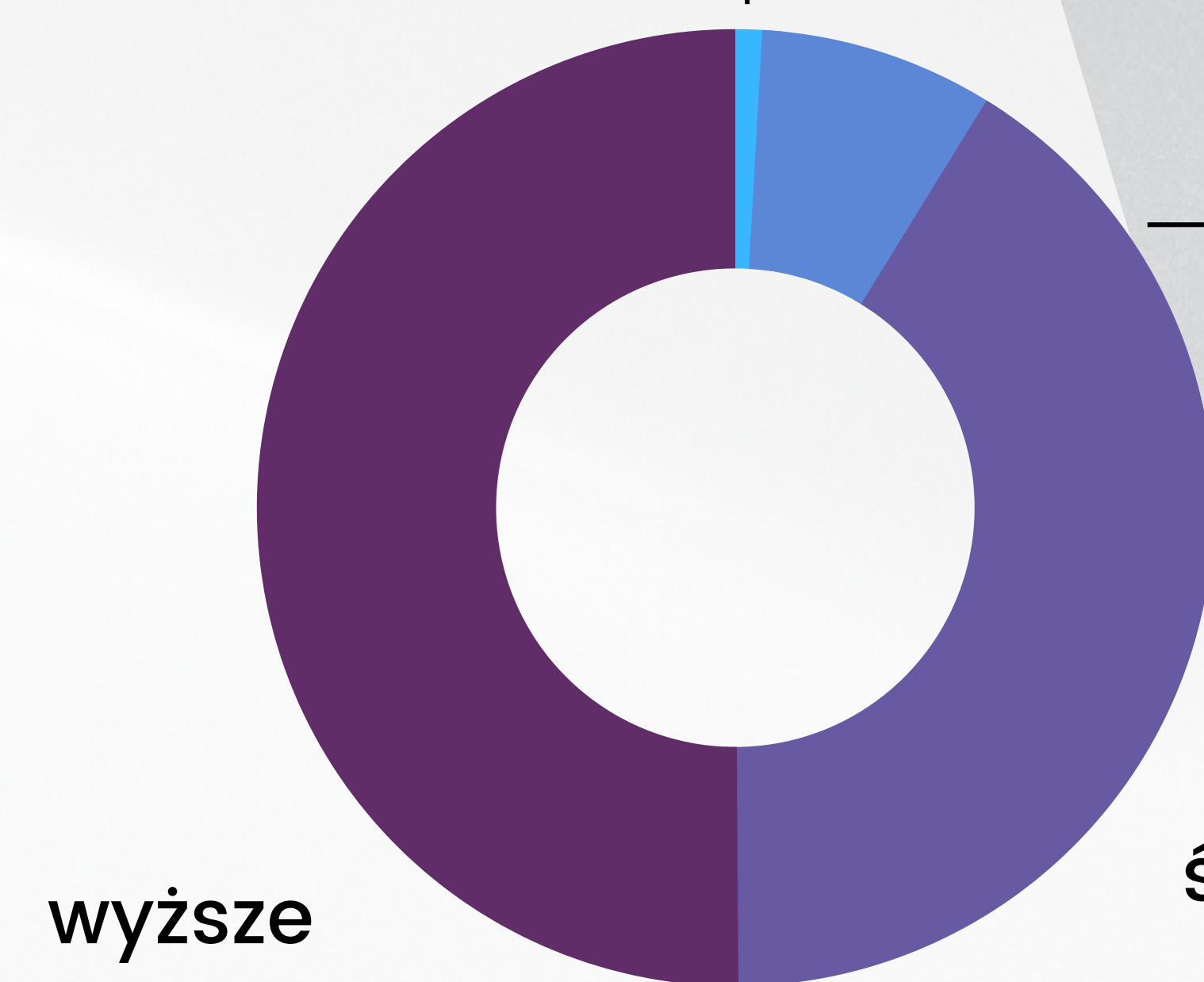
20 – 30 lat  
31,8%

31 – 40 lat  
31,7%

### Wykształcenie:

podstawowe  
0,9%

zasadnicze  
zawodowe  
7,9%



wyższe  
50,1%

średnie  
41,1%

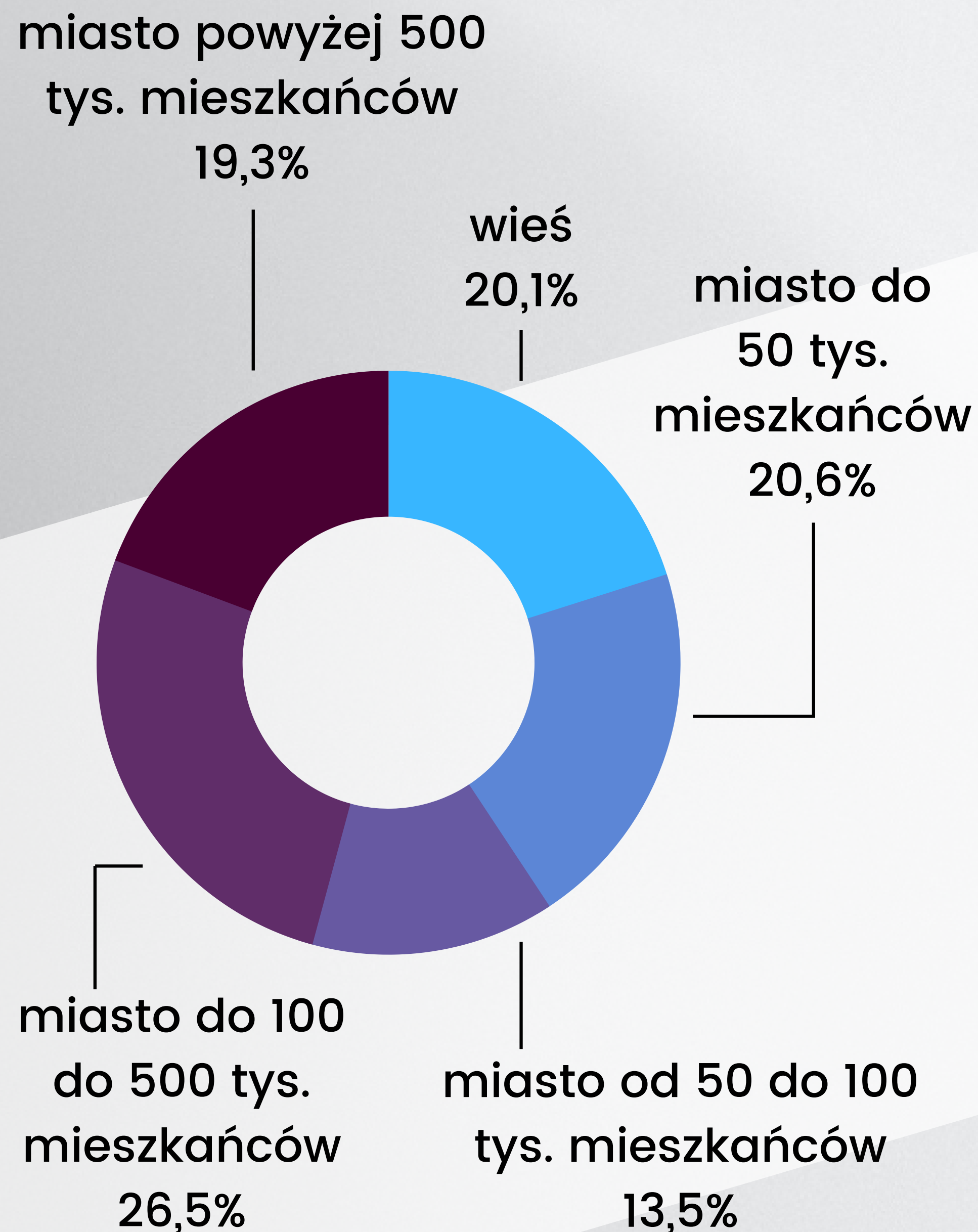
**POLITAN**  
1982

jeden ze światowych  
liderów w produkcji:

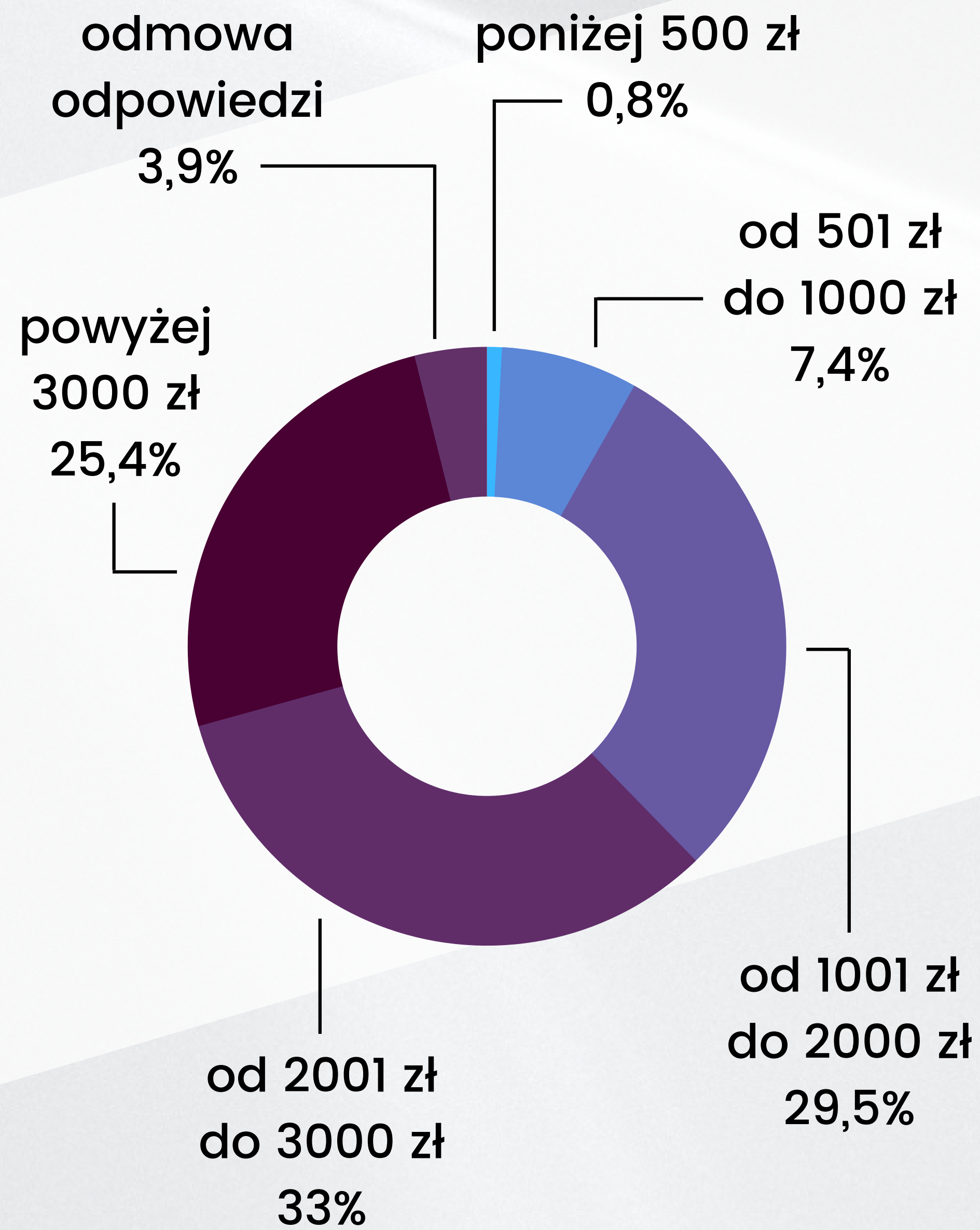




## Miejsce zamieszkania:



## Dochód netto na osobę w gospodarstwie domowym:



# TRUSTISTO

Zwiększ skuteczność Twojego sklepu

Ponad 300 sklepów korzysta z Trustisto każdego dnia!

Napisz do nas: [hello@trustisto.com](mailto:hello@trustisto.com)





inicjatorzy i autorzy raportu:

**Air Protect**  
SYSTEM

**POLITAN**  
1982

## PODSUMOWANIE

Wyniki badania przeprowadzonego na zlecenie firmy POLITAN oraz marki Air Protect System pokazały, że konsumentom nie jest "wszystko jedno" w związku z zamówieniami, które są do nich dostarczane ze sklepów internetowych i e-sprzedawców.

Dzięki badaniu zauważyliśmy kilka trendów. Polacy mają swoje upodobania co do rodzaju wypełniaczy oraz różne doświadczenia z uszkodzonymi przesyłkami. W sporej większości biorą pod uwagę kwestie ekologiczne, choć o śladzie węglowym wiedzą jeszcze mało – edukacja w tym zakresie wydaje się być niezbędna.

Cieszymy się, że udało się nam zrealizować to badanie z kilku powodów. Przedsiębiorstwa z pewnością wyciągną ciekawe wnioski z odpowiedzi respondentów i wprowadzą zmiany w kwestii stosowanych rozwiązań. Z kolei konsumenci zyskają na tym, ponieważ firmy – znając lepiej ich upodobania, obawy i opinie – będą mogły lepiej dopasować swoją ofertę do wymagań polskiego rynku.

Dziękujemy organizacjom, które objęły patronatem to badanie i wspierają jego rozpowszechnianie, a także licznym komentatorom za merytoryczne wypowiedzi i ciekawe analizy.

Badanie zostało objęte honorowym patronatem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

**U·K·K**  
Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Patronat nad badaniem objęli:

globkurier.pl

TYGRYSY  
**BIZNESU**

**BIOSTAT**<sup>®</sup>  
MORE THAN STATISTICS

SZEF  
**SPRZEDAŻY**

Getreview 

 **eko**  
LOGICZNIE.COM

BRAND ACTIVE

magazynuj.to

**AlleKurier**.pl

**Mam Sklep**

 ŚląskiBiznes.pl

**e-GO**  
**mme**  
**rce**  
& digital marketing





**POSTAW NA POLSKIE**

Firma z polskim kapitałem - 100%  
podatków płacimy w Polsce.



**POLITAN**  
1982

POLITAN Sp. z o.o. S.K.A.  
ul. 3 maja 30  
44-200 Rybnik

[www.politan.pl](http://www.politan.pl)  
[poczta@politan.pl](mailto:poczta@politan.pl)

**Air Protect**  
SYSTEM

[www.airprotectsystem.pl](http://www.airprotectsystem.pl)  
[aps@politan.pl](mailto:aps@politan.pl)

+48 784 474 712  
+48 605 261 332