

Tytuł projektu: Analiza trendów i możliwości rozwoju logistycznej obsługi klienta w e-commerce oraz ich wpływu na optymalizację decyzji konsumenckich – przykład Polski i Turcji Numer rejestracyjny projektu: 2025/09/X/HS4/00180 Kierownik projektu: dr inż. Daniel Tokarski Podmiot realizujący: Uniwersytet Łódzki
--

Autor: Daniel Tokarski

Tytuł: Kwestionariusz narzędzia badawczego (wersja dla rynku polskiego)

Data powstania: 01.05.2025 r.

Słowa kluczowe: e-commerce, logistyka e-commerce, zachowania konsumentów, decyzje zakupowe, optymalizacja wydatków, CAWI, Polska, Turcja

KWESTIONARIUSZ ANKIETY

Tytuł badania:

Logistyczna obsługa klienta w e-commerce: trendy, rozwój i wpływ na decyzje konsumenckie w Polsce i Turcji. **Etap I: Polska**

Instrukcja dla respondenta:

Ankieta dotyczy doświadczeń zakupowych w e-commerce oraz opinii o obsłudze logistycznej (dostawa, zwroty, czas realizacji, kontakt). Jest anonimowa, a jej wypełnienie zajmie 10 minut. Dane posłużą wyłącznie do celów naukowych. Dziękuję za udział w badaniu!

Ankieta składa się z 5 części: profil socjodemograficzny, rozpoznawalność serwisów w handlu elektronicznym, zachowania konsumenckie w Internecie, dostawa i zwrot oraz wybory i wydatki e-konsumentów.

I. PROFIL SOCJODEMOGRAFICZNY

Płeć

- ☐ kobieta
- ☐ mężczyzna

Wiek

- ☐ 15 – 24 lat
- ☐ 25 – 34 lat
- ☐ 35 – 49 lat
- ☐ 50 lat i więcej

Wykształcenie

- ☐ podstawowe
- ☐ średnie
- ☐ wyższe

Województwo zamieszkania

- ☐ dolnośląskie
- ☐ kujawsko-pomorskie
- ☐ lubelskie
- ☐ lubuskie
- ☐ łódzkie
- ☐ małopolskie

Sytuacja materialna

gospodarstwa domowego

- ☐ dobra
- ☐ średnia
- ☐ zła

Miesięczny dochód netto gospodarstwa domowego

- ☐ do 3000 PLN
- ☐ 3001 – 5000 PLN
- ☐ 5001 – 7000 PLN
- ☐ 7001 – 9000 PLN
- ☐ 9001 – 11 000 PLN
- ☐ 11 001 – 15 000 PLN
- ☐ powyżej 15 000 PLN

Wielkość miejscowości

zamieszkania

- ☐ wieś
- ☐ 20 – 49 tys. mieszkańców
- ☐ 50 – 199 tys. mieszkańców
- ☐ 200 tys. mieszkańców i więcej

- ☐ mazowieckie
- ☐ opolskie
- ☐ podkarpackie
- ☐ podlaskie
- ☐ pomorskie
- ☐ śląskie

- ☐ świętokrzyskie
- ☐ warmińsko-mazurskie
- ☐ wielkopolskie
- ☐ zachodniopomorskie

II. ROZPOZNAWALNOŚĆ SERWISÓW W HANDLU ELEKTRONICZNYM

1. Wybierz do trzech nazw serwisów związanych z zakupami w Internecie, które przychodzą Ci na myśl jako pierwsze.

- ☐ Allegro
- ☐ OLX
- ☐ Temu
- ☐ Amazon
- ☐ Zalando
- ☐ AliExpress
- ☐ Vinted
- ☐ Shein
- ☐ Empik
- ☐ Ceneo
- ☐ eBay
- ☐ E-sklepy monobranddowe
- ☐ Inne: _____
- ☐ Trudno powiedzieć

2. Wybierz do trzech nazw serwisów internetowych sprzedających odzież, które przychodzą Ci na myśl jako pierwsze.

- ☐ Allegro
- ☐ Zalando
- ☐ Vinted
- ☐ Sinsay
- ☐ OLX
- ☐ Shein
- ☐ Temu
- ☐ Bonprix
- ☐ Modivo
- ☐ E-sklepy monobranddowe
- ☐ Inne: _____
- ☐ Trudno powiedzieć

3. Wybierz do trzech nazw perfumerii/drogerii internetowych, które przychodzą Ci na myśl jako pierwsze.

- ☐ Rossmann
- ☐ Hebe
- ☐ Douglas
- ☐ Sephora
- ☐ Notino
- ☐ Allegro
- ☐ Drogeria Natura
- ☐ Inne: _____
- ☐ Trudno powiedzieć

4. Wybierz do trzech nazw serwisów internetowych sprzedających artykuły do domu i ogrodu (materiały wykończeniowe, dekoracyjne, meble itp.), które przychodzą Ci na myśl jako pierwsze.

- ☐ Allegro
- ☐ Castorama
- ☐ IKEA
- ☐ OBI
- ☐ Leroy Merlin
- ☐ OLX
- ☐ JYSK

- Agata
- Inne: _____
- Trudno powiedzieć

III. ZACHOWANIA KONSUMENCKIE W INTERNECIE

5. Jak często dokonujesz zakupów online?

- kilka razy w tygodniu
- raz w tygodniu
- kilka razy w miesiącu
- raz w miesiącu
- kilka razy w roku
- rzadziej niż raz w roku

6. Opierając się na własnych doświadczeniach lub opiniach innych osób, wskaż z którym stwierdzeniem na temat kupowania przez Internet zgadzasz się w większym stopniu (proszę ocenić w skali 1–5, gdzie 1 oznacza „zupełnie się nie zgadzam”, a 5 – „zgadzam się w pełni”).

- jest nieskomplikowane
- daje większe możliwości wyboru produktów niż sklepy tradycyjne
- zajmuje mniej czasu niż kupowanie w sklepie tradycyjnym
- jest tańsze niż kupowanie w sklepach tradycyjnych
- jest bezpieczne

7. Które z poniższych powodów motywują Cię do robienia zakupów przez Internet?

- dostępność przez całą dobę
- brak konieczności jechania do sklepu
- atrakcyjniejsze ceny niż w sklepach tradycyjnych
- nieograniczony czas wyboru, mogę przeglądać, jak długo tylko chce
- większy asortyment niż w sklepach tradycyjnych
- łatwość porównywania ofert
- możliwość zrobienia zakupów, gdy sklepy stacjonarne są zamknięte/niedostępne
- dostępne różne formy płatności
- wiele dostępnych sposobów dostarczenia/odbioru zakupów
- szybkość/szybsze niż zakupy w sklepach tradycyjnych
- możliwość zwrotu zakupionego towaru w ciągu 14 dni bez podania przyczyny
- łatwość znalezienia rzadkich/specjalistycznych produktów
- większa liczba informacji o produktach
- zniżki dla stałych klientów
- możliwość kupienia rzeczy używanych/kolekcyjnych
- możliwość zbierania punktów za zakupy
- spersonalizowane promocje
- spersonalizowana oferta towarów

8. Co skłoniłoby Cię do częstszego robienia zakupów przez Internet?

- niższe ceny niż w sklepach tradycyjnych
- niższe koszty dostawy
- kody rabatowe
- zniżka dla osób kupujących przez Internet
- szybsza dostawa
- bardziej szczegółowe opisy towarów
- szerszy asortyment dostępnych produktów
- wyższa jakość produktów
- spersonalizowane promocje
- bezpieczniejsze formy płatności

- o większy wybór sposobów dostawy (np. automaty paczkowe, stacje benzynowe)
- o lepsze zdjęcia produktów (wyższa rozdzielczość, dokładniejsze)
- o dłuższy termin na zwrot bez podania przyczyny
- o łatwiejsze korzystanie ze sklepów internetowych
- o lepsze warunki gwarancji
- o możliwość zobaczenia produktów
- o możliwość szybkiego odbioru w punkcie sklep (np. w centrum handlowym, kiosku)
- o więcej informacji o produkcie na stronach sklepów
- o lepsza dostępność stron sklepów na urządzeniach mobilnych
- o ciekawe materiały i rabaty proponowane klientom na fanpage'u sklepu
- o bardziej spersonalizowane oferty przygotowane specjalnie dla mnie na bazie historii moich zakupów
- o lepsza obsługa klienta/więcej opcji obsługi klienta
- o nic nie skłoniłoby mnie do częstszych zakupów przez Internet

9. Zaznacz na poniższej liście negatywne sytuacje, które spotkały Cię w ciągu ostatniego roku, robiąc zakupy przez Internet.

- o długie oczekiwanie na dostawę produktu
- o natrętne reklamy produktów, które były przez mnie oglądane wcześniej
- o wysokie koszty dostawy
- o uszkodzona przesyłka
- o niezadowolenie z otrzymanych produktów związane z innymi oczekiwaniami wobec nich
- o trudności ze znalezieniem poszukiwanego produktu
- o nieprawdziwe informacje na stronie (o produkcie, cenie itp.)
- o problemy związane z płatnością
- o otrzymanie produktu niepełnowartościowego
- o problemy z gwarancją, reklamacjami, zwrotem towarów
- o niewłaściwa obsługa klienta (nieudzielanie odpowiedzi na pytania, niemiła obsługa itp.)
- o nieotrzymanie zakupionego produktu
- o brak informacji istotnych przy kupowaniu (dotyczących sklepu, towaru, transakcji itp.)
- o otrzymanie produktu nieoryginalnego
- o problem z obsługą serwisu zakupowego (zbyt skomplikowany)
- o nie spotkała mnie żadna z powyższych sytuacji

IV. DOSTAWA I ZWROT

10. Które z poniższych form dostawy towaru najbardziej zachęcają Cię do zakupów przez Internet?

- o dostawa do automatu paczkowego
- o dostawa kurierem bezpośrednio do domu/pracy
- o dostawa do punktu partnerskiego
- o dostawa pocztą bezpośrednio do domu/pracy przez listonosza
- o transfer bezpośrednio ze strony (np. w przypadku e-booków, utworów muzycznych)
- o dostawa do oddziału sklepu (click and collect)
- o dostawa do placówki pocztowej
- o dostawa dronem/autonomiczne roboty dostawcze

11. Na ile poniższe formy dostawy towaru zachęcają Cię do zakupów przez Internet?

(proszę ocenić w skali 1–5, gdzie 1 oznacza „nie zachęcają”, a 5 „bardzo zachęcają”).

- o odległość od automatu paczkowego
- o darmowa dostawa do domu z możliwością darmowego wniesienia
- o śledzenie przesyłki
- o dostawa w weekend
- o możliwość zarządzania swoimi przesyłkami z poziomu aplikacji
- o błyskawiczna dostawa do domu (same day delivery)

- bezdotykowy odbiór z automatu paczkowego
- dostawa przyjazna środowisku (np. z wykorzystaniem eko opakowań)
- dostawa dronem/autonomiczne roboty dostawcze

12. Które z poniższych form zwrotu towaru najbardziej zachęcają Cię do zakupów przez Internet?

- możliwość darmowego odesłania produktu przez automat paczkowy
- możliwość darmowego zwrotu do sklepu stacjonarnego
- możliwość darmowego odesłania produktu kurierem (door to door)
- możliwość darmowego odesłania produktu w punkcie partnerskim (kiosk, stacja benzynowa, sklep)
- możliwość darmowego odesłania produktu pocztą
- dłuższy od standardowego (14 dni) okres, kiedy możesz oddać produkt
- możliwość bezdrukowego zwrotu (np. przez kod QR)
- nie była mi znana możliwość zwrotu towaru kupionego przez Internet

13. Proszę spojrzeć na poniższe formy dostawy/wysyłki i powiedzieć, na ile każda z nich, Twoim zdaniem, jest ekologiczna? (do oceny proszę użyć skali od 1 do 5, gdzie 1 to „nie ekologiczna” a 5 „bardzo ekologiczna”).

- dostawa do automatu paczkowego
- dostawa do punktu partnerskiego
- dostawa do oddziału sklepu (click and collect)
- dostawa do placówki pocztowej
- dostawa kurierem bezpośrednio do domu/pracy
- dostawa pocztą bezpośrednio do domu/pracy przez listonosza
- dostawa dronem/autonomiczne roboty dostawcze

14. Na ile ważny dla Ciebie jest wpływ dostawy i zwrotu towaru na środowisko? (do oceny proszę użyć skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza – „zupełnie nie ważny” a 5 – „bardzo ważny”).

15. Które kwestie związane z ekologicznymi formami dostawy/zwrotu są dla Ciebie najbardziej istotne?

- wykorzystanie ekologicznych opakowań
- eliminacja śladu węglowego
- możliwość korzystania z opakowań wielorazowych (np. zwracanych do automatu paczkowego)
- transport pojazdami elektrycznymi
- możliwość wyboru opcji „zielonej dostawy” (dłuższy czas dostawy w zamian za mniejsze obciążenie środowiska)
- minimalizacja liczby przesyłek (łącznie zamówień w jednej dostawie)
- lokalne magazyny i krótsze trasy dostaw
- możliwość rezygnacji z niepotrzebnych materiałów w paczce (folii bąbelkowej, ulotek, gratisów)
- transparentność sprzedawcy w zakresie wpływu dostawy na środowisko (ślad węglowy podany przy zamówieniu)
- współpraca sprzedawcy z certyfikowanymi firmami logistycznymi dbającymi o zrównoważony rozwój

16. Czy zapłacenie wyższej kwoty za ekologiczną formę dostawy byłoby dla Ciebie akceptowalne?

- tak, nawet do 10% więcej
- tak, ale tylko do 5% więcej
- tak, do 2% więcej
- tak, ale tylko przy wybranych zakupach (odzież, kosmetyki)
- tak, jeśli sprzedawca zapewnia pełną informację o ekologiczności dostawy
- nie wiem
- nie
- nie, uważam że koszty ekologicznych rozwiązań powinno ponosić przedsiębiorstwo
- nie, ale chętnie wybieram darmowe ekologiczne opcje, jeśli są dostępne

V. WYBORY I WYDATKI E-KONSUMENTÓW

17. Co sprawia, że decydujesz się na pierwszy zakup w danym serwisie internetowym, a nie jakimś innym, oferującym podobne produkty/usługi?

- atrakcyjna cena produktu
- niskie koszty przesyłki/dostawy
- pozytywne wcześniejsze doświadczenia
- krótki czas oczekiwania na dostawę
- łatwy sposób płatności (karta płatnicza, systemy szybkich płatności, BLIK, kryptowaluta)
- atrakcyjne promocje, oferty specjalne
- łatwy sposób składania zamówienia
- różne dostępne formy płatności
- różne dostępne formy dostawy
- kody rabatowe
- przejrzysta i funkcjonalna strona internetowa
- opinie na różnych stronach internetowych i portalach (np. zawierających rankingi, oceny, opisy)
- dokładne informacje o warunkach zamówienia/reklamacji/zwrotu
- polecenia od znajomych/rodziny
- dostępne na stronie internetowej dane firmy (adres, NIP, telefon kontaktowy)
- opinie na portalach społecznościowych
- wyniki z porównywarek cenowych lub rankingów
- opinie na forach internetowych/grupach dyskusyjnych
- atrakcyjny sposób prezentacji produktu
- fizyczne punkty odbioru (kioski, stoiska, tradycyjne siedziby)
- dłuższy termin na zwrot bez podania przyczyny
- atrakcyjny wygląd strony internetowej sklepu
- opinie znalezione poza Internetem (np. zestawienia cen w czasopiśmie, artykuły)
- miła obsługa klienta (call center)
- ciekawy fanpage lub blog
- nie wiem/trudno powiedzieć

18. Wyobraź sobie, że po raz pierwszy wchodzisz na stronę jakiegoś sklepu internetowego. Zaznacz maksymalnie trzy aspekty, które w największym stopniu wpływają na Twoje przekonanie, że ten sklep jest wiarygodny.

- opinie o tym sklepie internetowym
- możliwość płatności przy odbiorze
- jasna i czytelna informacja o możliwości dokonania zwrotu i reklamacji
- dostępne różne formy płatności (np. karta, szybkie przelewy, BLIK, kryptowaluta)
- adres biura w Polsce
- dane teleadresowe
- obecność w rankingach i porównywarek
- ładna i czytelna prezentacja produktów
- fizyczne punkty odbioru (kioski, stoiska, tradycyjne siedziby)
- znaki jakości i certyfikaty zaufania przyznane przez niezależne organizacje
- informacje o gwarancji
- regulamin
- graficzny wygląd sklepu
- możliwość zakupu na raty
- zdjęcie siedziby sklepu stacjonarnego
- logotypy banków w płatnościach
- adres biura za granicą
- ciekawy fanpage lub blog
- nie wiem/trudno powiedzieć

19. Dla każdej kategorii produktów wymienionych na poniższej liście należy wskazać, czy kiedykolwiek zostały kupione przez Internet, czy zostały zakupione w ciągu ostatnich 12 miesięcy oraz czy planowany jest ich zakup w przyszłości.

- ☐ odzież, dodatki, akcesoria
- ☐ obuwiu
- ☐ kosmetyki/perfumy
- ☐ produkty farmaceutyczne
- ☐ książki, płyty, filmy
- ☐ odzież sportowa
- ☐ bilety do kina/teatru
- ☐ posiłki z restauracji (np. uber eats)
- ☐ sprzęt RTV/AGD
- ☐ produkty spożywcze
- ☐ podróże, rezerwacja
- ☐ telefony, smartfony, tablety, akcesoria GSM
- ☐ meble i wystrój wnętrz
- ☐ ubezpieczenia
- ☐ artykuły dziecięce/zabawki
- ☐ biżuteria
- ☐ multimedia (aplikacje, e-booki itp.)
- ☐ sprzęt komputerowy
- ☐ samochody i części samochodowe
- ☐ materiały budowlane i wykończeniowe
- ☐ gry komputerowe
- ☐ oprogramowanie komputerowe
- ☐ e-learning (kursy, szkolenia)
- ☐ artykuły dla kolekcjonerów
- ☐ catering dietetyczny (subskrypcyjne)
- ☐ produkty używane (second hand)

20. Z której z poniższych form płatności korzystasz najczęściej podczas zakupów przez Internet?

- ☐ płatność BLIK
- ☐ szybki przelew bankowy przez serwis płatności (np. PayU, przelewy24, Dotpay)
- ☐ płatność kartą płatniczą przy składaniu zamówienia
- ☐ wysyłka za pobraniem (płatność gotówką lub kartą przy odbiorze, także u kuriera)
- ☐ przelew tradycyjny (z wpisaniem numeru rachunku)
- ☐ płatność z odroczonym terminem
- ☐ płatność kartą/gotówką przy odbiorze osobistym w sklepie
- ☐ płatność kryptowalutami

21. Jaką orientacyjną kwotę wydajesz średnio na wszystkie zakupy przez Internet w ciągu jednego miesiąca?

- ☐ PLN _____

22. Jaka orientacyjna kwota została przez Ciebie wydana na zakupy przez Internet w ciągu ostatniego miesiąca na produkty z kategorii: odzież, dodatki i akcesoria?

- ☐ PLN _____

23. Jaka orientacyjna kwota została przez Ciebie wydana na zakupy przez Internet w ciągu ostatniego miesiąca na produkty z kategorii: kosmetyki i perfumy?

- ☐ PLN _____

24. Jaka orientacyjna kwota została przez Ciebie wydana na zakupy przez Internet w ciągu ostatniego miesiąca na produkty z kategorii: meble i wystrój wnętrz?

- ☐ PLN _____

25. Oceń, jak w najbliższym roku zmienią się Twoje wydatki na zakupy w Internecie (w porównaniu do dotychczasowych)?

- zdecydowanie się zwiększą (wzrost o więcej niż 20%)
- raczej się zwiększą (wzrost o 10–20%)
- minimalnie się zwiększą (wzrost o mniej niż 10%)
- pozostaną na podobnym poziomie
- minimalnie się zmniejszą (spadek o mniej niż 10%)
- raczej się zmniejszą (spadek o 10–20%)
- zdecydowanie się zmniejszą (spadek o więcej niż 20%)
- nie wiem/trudno powiedzieć