

Opinie konsumentów na temat platform internetowych i zakupów na platformach handlowych

KANTAR

Raport dla Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów



Grudzień 2019 r.

Spis treści

1. Wprowadzenie.....	3
1.1 Cele badania.....	3
1.2 Metodologia	4
2. Najważniejsze wnioski.....	6
3. Szczegółowe wyniki badania.....	7
3.1 Znajomość i korzystanie z platform internetowych.....	7
3.1.2 Problemy w korzystaniu i sposoby radzenia sobie z nimi	10
3.2 Znajomość warunków korzystania z platform internetowych	16
3.2.1 Postrzeganie kwestii zawierania umów z platformami internetowymi	16
3.2.2 Regulaminy korzystania z platform internetowych.....	20
3.3 Wartość danych przekazywanych platformom internetowym.....	31
3.4 Internetowe platformy handlowe	40
3.4.1 Dokonywanie zakupów na platformach handlowych.....	42
3.4.2 Wyszukiwanie ofert/produktów	49
3.4.3 Preferencje korzystania z poszczególnych platform	53
3.4.4 Porównanie wybranych platform: zakupy na Allegro, Amazon oraz Aliexpress	59
4. Aneks – spis wykresów	67

DANE KONTAKTOWE:

Agata Zadrozna
Account Manager
t: 504 129 565
e: agata.zadrozna@kantar.com

Sylwia Bąba
Account Manager
t: 728 421 639
e: sylwia.baba@kantar.com

1. Wprowadzenie

1.1 Cele badania

Ogólne cele badania były następujące:

- Określenie znajomości warunków korzystania z platform internetowych, w tym: świadomość w zakresie zawierania umów z przedsiębiorcą; skłonność konsumentów do zapoznawania się z warunkami korzystania z platform i preferencje w tym zakresie; świadomość udzielanych zgód; ocena sposobu prezentacji warunków korzystania z platform, regulaminów itp. oraz sposobów informowania o zmianach regulaminu, warunków korzystania.
- Postrzeganie wartości przekazywanych danych, w tym: opinie na temat personalizowania treści (w tym reklamy) – korzyść vs uciążliwość; zaufanie do platform internetowych i ryzyka związane z ich korzystaniem; świadomość wartości przekazywanych danych osobowych; skłonność do poniesienia kosztów finansowych (odpłatne korzystanie z platformy) w zamian za niewykorzystywanie danych osobowych.
- Poznanie opinii konsumentów na temat platform handlowych i zachowania zakupowe, w tym: ocena platform handlowych – w tym zalety/wady korzystania z platform handlowych oferujących szeroki zakres produktów; zachowania konsumentów przy wyszukiwaniu ofert: różnorodność kanałów przy poszukiwaniu produktów/usług (np. równoległe korzystanie z platform handlowych i sklepów internetowych), schematy zakupowe, kolejność wykorzystywania narzędzi przy poszukiwaniu ofert, liczba ofert przeciętnie przeglądanych przez konsumentów itp.
- Określenie znajomości platform internetowych – zarówno zakupowych, jak i związanych z wymianą treści, w tym: popularność platform internetowych wg użytkowania (handlowych/wymiana treści); częstotliwość dokonywanych zakupów/korzystania z platform; popularność platform handlowych wg dokonywanych zakupów z uwzględnieniem najczęściej nabywanych produktów/usług na danych platformach, czynniki decydujące o korzystaniu z danej platformy.

1.2 Metodologia

Pierwszy etap badania

Badanie rozpoczęło się od etapu eksploracji jakościowej, która miała pomóc w zbudowaniu kwestionariusza do badań ilościowych.

Badanie zrealizowane zostało w dniach 17-20 września 2019 r. w Warszawie i we Włocławku.

W ramach badania odbyły się 4 grupy fokusowe, w każdej uczestniczyło od 7-8 osób.

Respondentami były osoby, które mają zarejestrowane konta na co najmniej dwóch platformach internetowych, a także dokonują regularnie zakupów za pośrednictwem Internetu.

Respondenci podzieleni byli na dwie grupy wiekowe: 18-29 lat i 30-60 lat. W raporcie używane są dla tych grup odpowiednio sformułowania „młodszy” i „starszy”.

Każde ze spotkań trwało dwie godziny.

Na potrzeby badania platforma internetowa była definiowana jako serwis internetowy łączący wielu dostawców treści, usług czy produktów. W pojęciu tym mieszczą się zatem zarówno platformy umożliwiające wymianę różnego typu treści między użytkownikami (np. platformy mediów społecznościowych), jak i platformy specjalizujące się w sprzedaży produktów – platformy handlowe.

Internetowa platforma zakupowa (handlowa) rozumiana jest w badaniu jako serwis, który daje dostęp do ofert wielu sprzedających, różnych firm, różnych marek.

Drugi etap badania

W ramach drugiego etapu badania, zostało przeprowadzone badanie ilościowe na ogólnopolskiej, reprezentatywnej próbie 2012 internautów w wieku 15+. Wywiady online na panelu internetowym (CAWI).

Badanie zostało zrealizowane w dniach 7-19 listopada 2019 roku.

Na potrzeby badania zostały użyte następujące definicje platformy internetowej oraz handlowej:

„**Platforma internetowa** to taki serwis/strona internetowa/aplikacja internetowa, która umożliwia użytkownikom sprzedaż/zakup lub wymianę pomiędzy sobą różnych produktów, usług lub treści.”

„Porozmawiajmy teraz o zakupach, które robi Pan(i) za pośrednictwem platform internetowych. Chodzi nam o internetowe **platformy handlowe**, które zajmują się pośredniczeniem między sprzedającymi a kupującymi. Są na nich dostępne produkty wielu marek i od wielu sprzedających (usługi różnych dostawców).

Nie chodzi nam o zakupy w tradycyjnych sklepach internetowych, gdzie sprzedawane są produkty jednej marki lub sam sklep jest jedynym sprzedawcą.”

Prezentowany raport jest opracowaniem uzyskanych wyników. Wszystkie prezentowane na wykresach wyniki są przedstawione w wartościach procentowych. Udziały procentowe zaokrąglone są do liczb całkowitych. Oznacza to, że w niektórych przypadkach, tj. w pytaniach jednoodpowiedziowych, wyniki mogą nie sumować się do 100%

2. Najważniejsze wnioski

- Konsumenci często korzystają z platform internetowych. Ich główną zaletą, zdaniem badanych, jest dostępność produktów i szeroki wybór. Są poza tym wygodne w użytkowaniu, bo skupiają wielu użytkowników i pozwalają na załatwienie wielu spraw w jednym miejscu.
- Mimo wielu zalet platform internetowych, ponad połowa badanych przyznaje, że doświadczyła także sytuacji problemowych podczas korzystania z nich. Głównie dotyczyły one sposobu poruszania się po platformie i znalezienia opcji zmiany ustawień konta, niejasnego sposobu sortowania wyników oraz niezgodności zakupionych produktów lub usług z ofertą. Co ciekawe, konsumenci najczęściej szukają informacji o sposobie rozwiązania problemu nie bezpośrednio na platformie, ale przez wyszukiwarkę np. Google. Taki sposób wydaje im się łatwiejszy i szybszy. Jednocześnie większość badanych przyznaje, że zwróciła się bezpośrednio do platformy internetowej w sprawie rozwiązania problemu, a zatem oczekuje pomocy w tym zakresie.
- Konsumenci często nie mają świadomości istnienia umowy z platformą. Aspekty prawne związane z umową z platformą wydają się zatem niewystarczająco jasne dla badanych. Z drugiej strony respondenci pamiętają, że musieli zaakceptować regulamin, jednak nie zawsze są świadomi zawartych tam postanowień. Zapoznanie się z regulaminami platform nie jest bowiem powszechną praktyką. Konsumenci zapoznają się z nimi dość sporadycznie i tylko w przypadku wybranych platform, a także w sposób bardzo wybiórczy, pobieżny. Tylko niewielki odsetek respondentów deklaruje czytanie regulaminów w całości. Najczęściej wracają do regulaminów i czytają je w sytuacjach, kiedy już pojawia się jakiś problem.
- Do zapoznawania się z treścią regulaminów zniechęca ich długość oraz poczucie, że i tak trzeba je zaakceptować, żeby korzystać z platformy. Konsumenci uważają, że poniekąd nie mają wyboru: jeśli chcą korzystać z danej platformy internetowej, to muszą akceptować warunki na jakich świadczy ona usługi. W konsekwencji muszą także akceptować jednostronne zmiany regulaminów, mimo że większość badanych uważa, że platformy nie powinny w ten sposób dokonywać zmian. Brak poczucia wyboru dotyczy także kwestii gromadzenia i wykorzystywania informacji o użytkownikach. W związku z tym konsumenci dość łatwo godzą się na to, aby platformy internetowe zbierały i wykorzystywały informacje o nich, jest to warunek korzystania z usług danej platformy.
- Konsumenci nie do końca mają świadomość, jakie dane na ich temat gromadzą platformy internetowe, a wielu sądzi, że ich zakres jest ograniczony do podstawowych danych, które sami podali w profilu lub podczas procesu rejestracji. Internauci najczęściej kojarzą zgody z zakresu przetwarzania danych osobowych w celu wykonania umowy oraz zgody na kontakt w celu marketingu bezpośredniego.

- Kwestia personalizowania treści częściej postrzegana jest pozytywnie niż negatywnie. Konsumenty, przynajmniej na poziomie deklaracji, są świadomi segregowania ofert i wyróżniania ich. Ponad połowie konsumentów przeszkadzają jednak takie działania.
- Niemal wszyscy badani dokonywali kiedykolwiek zakupów na internetowych platformach handlowych. Ścieżka zakupowa obejmuje głównie dwa zachowania konsumentów – poszukiwanie produktów na konkretnej, ulubionej platformie lub wyszukiwanie za pomocą wyszukiwarki internetowej np. Google. Decyzja o finalnym zakupie jest dyktowana przede wszystkim ceną, ale także stosunkiem ceny do jakości produktu.

3. Szczegółowe wyniki badania

3.1 Znajomość i korzystanie z platform internetowych

Najbardziej znaną platformą internetową jest Allegro – wymienia ją 97% badanych. Równie znany jest OLX (93%) oraz Facebook (89%). Dodatkowo 86% badanych znany jest YouTube, a 85% Google. Wszystkie te platformy są w większym stopniu znane kobietom niż mężczyznom. Poza Allegro, z którego przynajmniej od czasu do czasu korzysta 83% badanych, platformami, z których najczęściej korzystają badani są YouTube (73%) oraz Google – 71%. Natomiast zarejestrowane konta badani najczęściej posiadają na Allegro (74%), Facebooku (68%) oraz Google (56%).

Wykres 1. Które z następujących platform internetowych Pan(i) zna?¹ Z których z następujących platform internetowych Pan(i) korzysta? A na których z następujących platform ma Pan(i) zarejestrowane konta? [N=2012]



Także w przypadku spontanicznej² znajomości platform internetowych najbardziej rozpoznawalną platformą jest Allegro (82%) oraz OLX (72%). W dalszej kolejności został wymieniony Facebook (18% badanych). Znaczna różnica procentowa pomiędzy spontaniczną a wspomaganą znajomością Facebooka wynika zapewne z faktu, że Facebook funkcjonuje w przestrzeni publicznej pod pojęciem „mediów społecznościowych”, nie zaś „platformy internetowej”.

Deklaracje badanych potwierdzają także wypowiedzi uczestników grup fokusowych, które stanowili aktywni użytkownicy platform internetowych. Niezależnie od wieku respondentów, Facebook był najpopularniejszą platformą w przypadku serwisów społecznościowych. Młodszy respondenci korzystali także z wielu innych serwisów, np. Instagrama, Twittera.

¹ Pytanie o znajomość platform zostało zadane dwukrotnie. Najpierw została sprawdzona spontaniczna znajomość platform, a w następnym kroku przedstawiona lista platform z prośbą o wskazanie tych, które respondenci znają. Jeśli respondent w pytaniu otwartym wskazał na daną platformę, ale zapomniał jej wskazać w następnym pytaniu na liście odpowiedzi została ona wliczona do odpowiedzi.

² Badanym zostało zadane pytanie w sposób otwarty – mieli wymienić wszystkie platformy jakie znają, takie jakie im przychodzą do głowy „Jakie zna Pan/i platformy internetowe?”.

„To jest wygodne, że mam wszystko w jednym miejscu. Tak jak Facebook - platforma społecznościowa, a praktycznie wszystko można załatwić, znaleźć pracę, kupić coś.”

Młodzi, Warszawa

W przypadku platform zakupowych respondenci badań jakościowych najczęściej korzystali z Allegro (niemal wszyscy mieli konta i przynajmniej od czasu do czasu kupowali w tym serwisie) oraz Olx (równie popularny jak Allegro w przypadku zakupu i sprzedaży rzeczy używanych). W opinii badanych główną zaletą tego typu platform jest dostępność produktów i ich szeroki wybór.

„Najczęściej chyba z Olx-a, bo tam jest wszystko od a do z dosłownie. Facebook to chyba jak każdy, bo tam też można wszystko i dużo czasu zajmuje.”

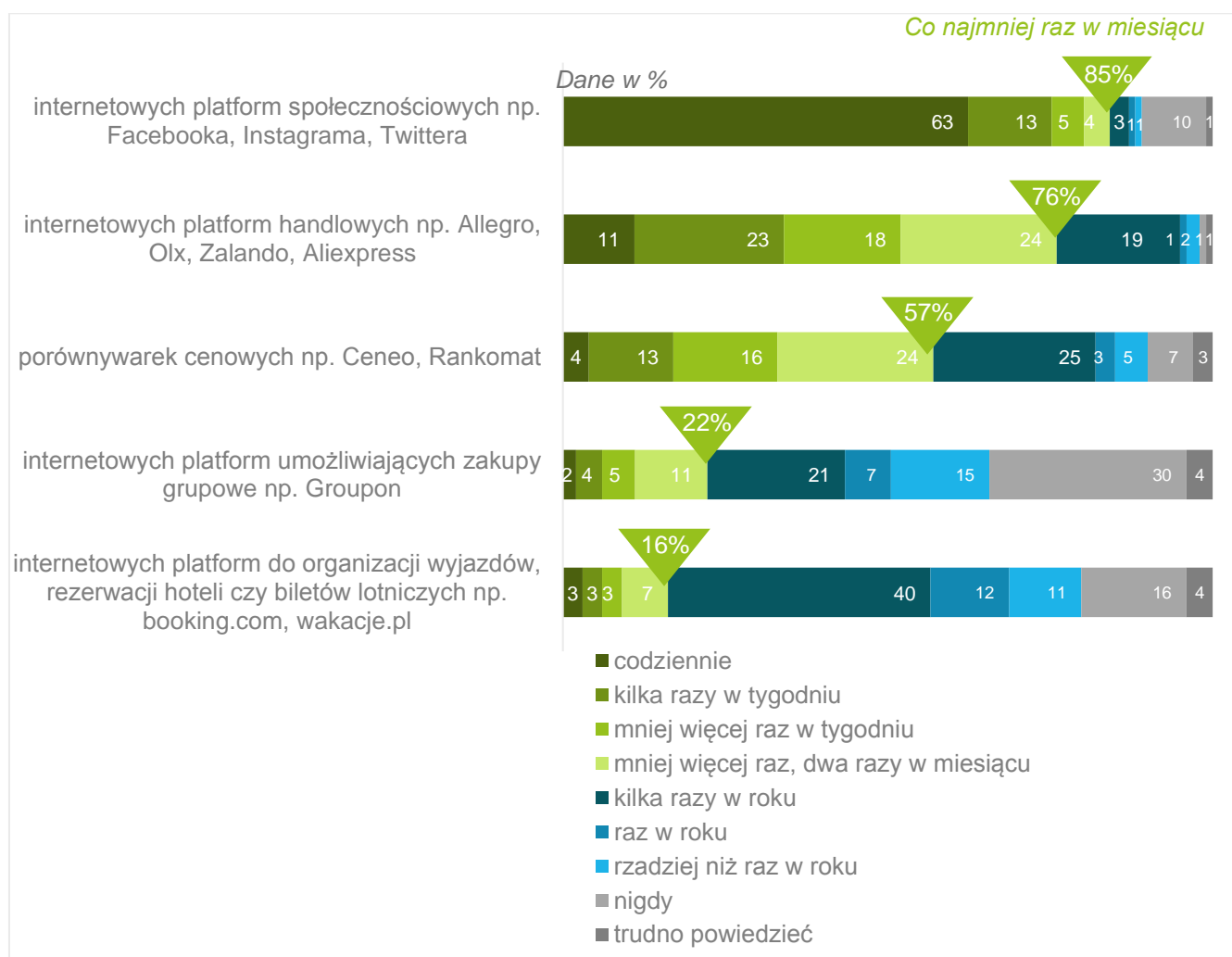
Młodzi, Włocławek

„Ja głównie korzystam albo z Allegro, albo z Ceneo. I po dokonaniu zakupu np. w jakichś sklepach czy przez platformę zapisuję się zawsze na newsletter. I jeśli przychodzą jakieś ciekawe oferty, no to wtedy się zaczyna szukanie.”

Młodzi, Warszawa

Respondenci regularnie korzystają głównie z mediów społecznościowych – 85% co najmniej raz w miesiącu, przy czym 63% korzysta codziennie. Nieco rzadziej używają platform handlowych – do korzystania przynajmniej raz w miesiącu przyznaje się 76% internautów. Co drugi badany (57%) używa porównywarek internetowych co najmniej raz na miesiąc. Okazyjnie internauci posługują się platformami umożliwiającymi zakupy grupowe np. Groupon. Z platform do organizacji wyjazdów np. booking.com czy wakacje.pl badani korzystają sezonowo (najczęściej kilka razy w roku – 40%).

Wykres 2. Jak często korzysta Pan(i) z ...? [N=2012]



3.1.2 Problemy w korzystaniu i sposoby radzenia sobie z nimi

Ponad połowa badanych doświadczyła sytuacji problemowych w czasie korzystania z platform internetowych. Prawie co piąty badany (18%) miał problem związany z poruszaniem się po platformie i znalezieniem opcji zmiany ustawień konta, a dla 17% nie był jasny sposób sortowania wyników. Trzecim najczęściej pojawiającym się problemem podczas korzystania z internetowych platform jest niezgodność zakupionych produktów/usług z ofertą. Zgodnie z doświadczeniami uczestników badań jakościowych problemem występującym szczególnie na zagranicznych platformach jest różnica pomiędzy oferowanymi produktami online, a ich rzeczywistym wyglądem. Pojawiały się głosy respondentów, że zdarzało im się zakupić produkt, który okazał się np. podróbką.

„Ja sukienkę zamówiłam [na Aliexpress] i kompletnie była inna.”

Młodzi, Warszawa

„Już nie pamiętam dokładnie co to było, czy jakieś żelazko, czy coś tam, ale w każdym razie coś, co się podłączało do kontaktu i ta wtyczka była taka bardzo dziwna...”

Młodzi, Warszawa

„Zdarzają się też podróbki. Żona zamówiła perfumy i to, co przyszło, kształt niby ten sam, ale zapach i wykonanie (...).”

Starsi, Włocławek

„Ja miałem problem z reklamacją. Ciężko było się dogadać w sumie. Dwie takie sytuacje miałem poważne ze złożeniem reklamacji. Ciężko się było dogadać ze sprzedającym. Wtedy było załatwione przez administrację Allegro.”

Młodzi, Warszawa

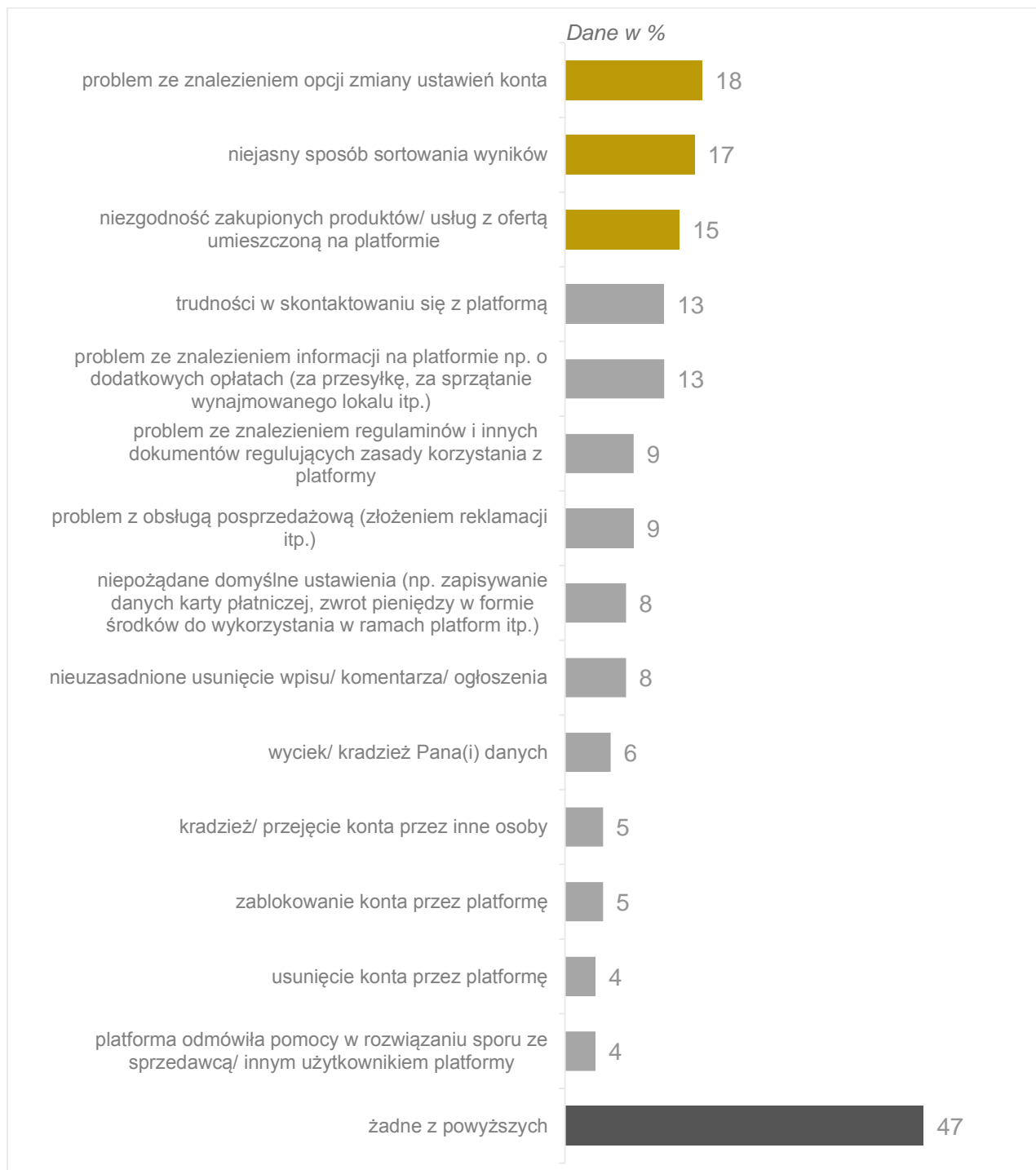
„Okazało się, że hostel z Bookingu w ogóle nie istniał w tym miejscu, w którym powinien być. Sprawa przeszła jakoś przez Booking, został zablokowany ten hostel, udało się odzyskać pieniądze, które zostały wpłacone jako zaliczka, więc akurat tutaj ze strony Bookingu dobre działanie.”

Młodzi, Warszawa

„Na Booking.com była taka sytuacja, że po prostu coś tam zamawialiśmy, jakieś tam lokum, a w ogóle nie zgadzało się z opisem, jeśli chodzi o warunki, że tam praktycznie było sto razy gorzej niż można było sobie wyobrazić.”

Starsi, Warszawa

Wykres 3. Czy podczas korzystania z platform internetowych przytrafiły się Panu(i) następujące sytuacje problemowe? Chodzi nam przede wszystkim o problemy związane z samą platformą, a nie innymi jej użytkownikami czy sprzedawcami. [N=1949]³



Internauci szukają pomocy w rozwiązaniu problemu głównie poprzez wyszukiwarki internetowe np. Google (48%). Uczestnicy badania jakościowego podkreślali, że jest to szybki i wygodny sposób, aby uzyskać przekierowanie do strony/forum z opisem rozwiązania problemu.

³ N=1949 jest to liczba osób, które mają zarejestrowane konto na jakiegokolwiek platformie internetowej.

„Z wyszukiwarki internetowej Google. Wrzucamy hasło, że mamy problem, wpisujemy słowo «forum» i zawsze jakieś jest forum.”

Starsi, Włocławek

„Na różne fora po prostu, niekiedy po prostu kieruje na odpowiednie fragmenty odpowiedzi na tych portalach, że są jakieś tak zwane FAQ, pytania, odpowiedzi, tam się wyszukuje odpowiedni problem, od razu jest link na miejsce, gdzie jest rozwiązanie takiego problemu, co trzeba zrobić.”

Starsi, Warszawa

„Tak, bo zanim się znajdzie czasami regulamin na stronie, w regulaminie jakąś konkretną treść, która nam jest potrzebna, to mijają bardzo dużo czasu. Jak wpisujemy w Google, to od razu podlinkowuje do tego, czego poszukujemy.”

Młodszy, Warszawa

„To wiadomo, w Googlach gdzieś szukam jakiejś odpowiedzi, co dalej z tym zrobić, a później dopiero było pisanie do administracji.”

Młodszy, Warszawa

„Jak już trzeba coś samemu znaleźć to się znajdzie. Wpisze się regulamin czegoś i się znajdzie. Google najczęściej, gdzie znajdę regulamin taki i taki, takie pytanie i już. Jak nie możesz znaleźć to od razu ci wyskoczy.”

Starsi, Warszawa

„Wszystko jest w Google, także co się wpisze, to zaraz wszystko wyjdzie.”

Starsi, Włocławek

Ponadto 40% badanych, którzy doświadczyli problemów w trakcie korzystania z platformy internetowej, poszukiwało rozwiązania w dziale FAQ, a 38% bezpośrednio zwróciło się o pomoc do platformy drogą mailową. Generalnie 2/3 badanych przyznaje, że zdarzyło im się, że zwrócili się z prośbą o pomoc do platformy internetowej w związku z problemem. Oznacza to zatem, że większość konsumentów oczekuje od platformy internetowej zaangażowania w rozwiązanie zaistniałych problemów.

„[oczekiwanie pomocy w razie problemów] Sprzedawca chyba przede wszystkim. W pierwszym momencie do niego się uderza. Jeżeli nie można jakoś się porozumieć i dogadać, to właśnie wtedy już do serwisu bezpośrednio.”

Młodszy, Warszawa

[rozwiązanie problemu] jest po stronie platformy całej, bo tak samo jak z Allegro, to też się zgłasza przez Allegro, nie ma szans żeby się bezpośrednio skontaktować, oni mają te dane z człowiekiem [sprzedawcą].”

Starsi, Warszawa

„Ja bym poszła bezpośrednio do firmy, która nie spełniła tej oferty i dopiero później, jeżeli firma by zaczęła się od tego uchylać, to bym poszła do platformy, nie odwrotnie.”

Starsi, Warszawa

„Uważam, że w pierwszej kolejności sprzedawca, a platforma jest od tego, żeby tego strzec. Jeżeli nie można dogadać się ze sprzedawcą, a była, jak to nieraz robią akcję bezpieczny zakup czy tam ubezpieczenie za 50 groszy i żeśmy to wykupili, czy nawet ogólnie było to ubezpieczone, to wtedy platforma niech ściąga od niego pieniądze.”

Młodszy, Włocławek

„Sprzedawca na pewno jest odpowiedzialny za towar, który wysyła albo nie wysyła, a gdybym miała jakieś tam komplikacje, to platforma jest od tego, żeby rozstrzygać spór.”

Młodszy, Włocławek

Niespełna co trzecia osoba poszukiwała rozwiązania w regulaminie, a co piąta na infolinii platformy. To, co może zniechęcać do szukania rozwiązania na konkretnych platformach to, zdaniem uczestników badania jakościowego, mała przejrzystość stron internetowych oraz długi czas wyszukiwania rozwiązania w regulaminach.

„Nie każda platforma udostępnia jasny interfejs. Nieraz to jest w zakładkach, a nie ma opcji wyszukiwania problemu, czyli trzeba latać po problemach i szukać tego, czy akurat może będzie. To nie jest zbyt wygodne.”

Młodszy, Włocławek

6% badanych nawet nie poszukuje informacji na temat rozwiązania problemu. Z rozmów podczas grup dyskusyjnych wynika, że dzieje się tak wówczas, gdy w związku z zaistnieniem problemu konsumenci nie ponieśli żadnych kosztów lub były one niskie.

„Nie, tu nie było żadnych kosztów poniesionych, dlatego odpuściliśmy.”

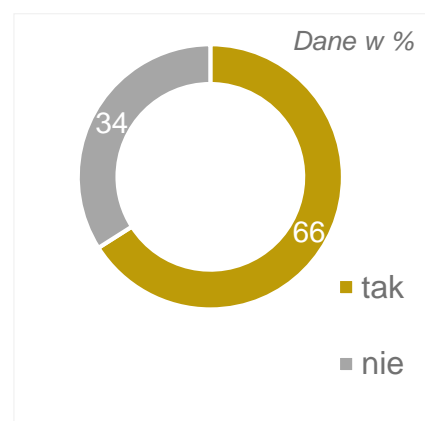
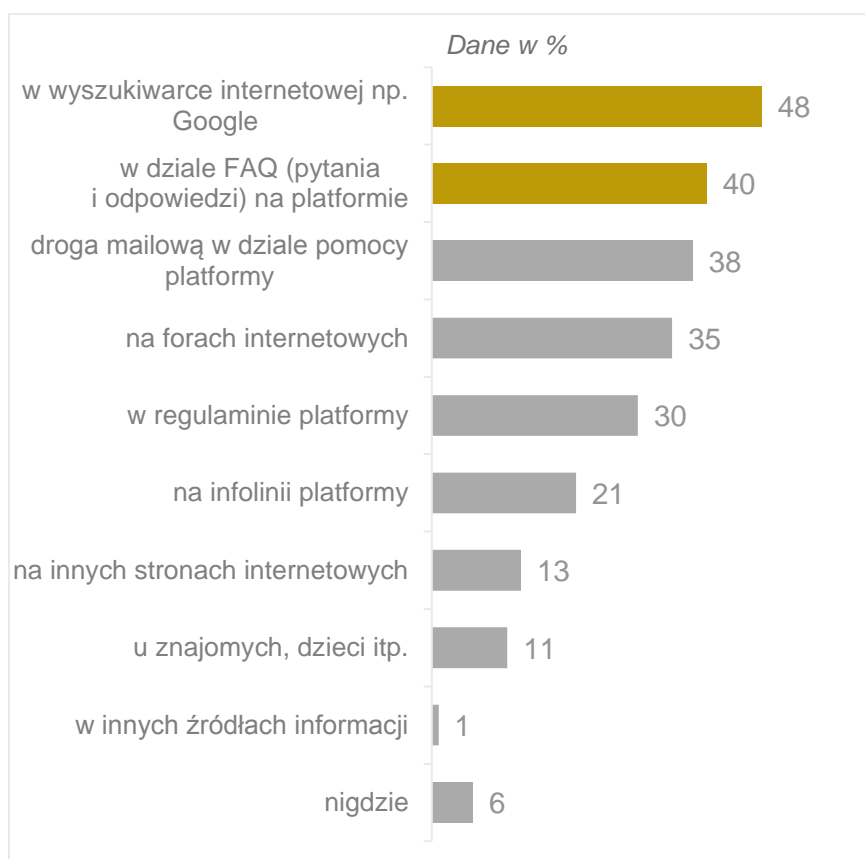
Starsi, Warszawa

„Można zwrócić, reklamację niby. Ja się nie bawiłam już w to. Bo myślę, że zanim by się to w ogóle odeślało, nawet nie sprawdzałam, czy jest taka możliwość. I tak po dwóch miesiącach ona dotarła do mnie, więc zanim by ona do nich wróciła i jakkolwiek by była reklamacja czy coś, to więcej zachodu.”

Młodzi, Warszawa

**Wykres 4. Gdzie poszukiwała Pan(i) informacji, jak rozwiązać problem (problemy) z platformą?
[N=1039]**

**Czy zdarzyło się, że w związku z problemem (problemami) podczas korzystania z platformy internetowej zwrócił(a) się Pan(i) z prośbą o pomoc lub rozwiązanie sprawy do platformy?
[N=1039]**



3.2 Znajomość warunków korzystania z platform internetowych

3.2.1 Postrzeganie kwestii zawierania umów z platformami internetowymi

Ponad połowa użytkowników platform internetowych (56%) jest zdania, że z platformami, na których mają zarejestrowane konta, nie łączą ich umowy. Przeciwnego zdania jest 23% osób, przy czym 5% sądzi, że umowy łączą ich ze wszystkim platformami, a 17% uważa, że tylko z niektórymi platformami na których dokonali rejestracji. Badanie jakościowe wskazuje również, że badani mieli większą świadomość, że z platformą internetową wiąże ich umowa, jeśli korzystanie z niej łączy się z opłatami czy abonamentem (analogicznie do umów np. z operatorem telefonicznym).

Wydaje się więc, że wielu konsumentów nie rozumie, co to jest umowa w sensie prawnym i że można zawrzeć umowę bez podpisywania papierowego dokumentu lub że z jej zawarciem mogą nie wiązać się żadne opłaty. W związku z tym częściej uważają, że umowę zawierają osoby, które za pośrednictwem platform internetowych coś sprzedają (bo wiąże się to z opłatami) niż te, które kupują.

„Nie ma nic wiążącego generalnie, bo my korzystamy wtedy, kiedy chcemy, czy wystawiamy nawet jakiś produkt wtedy, kiedy chcemy, no i wtedy ewentualnie jesteśmy zobowiązani na opłatę po sprzedaży czy tam wystawienie. To wtedy jakby godzimy się z tym. A tutaj tak, faktycznie, tylko ten regulamin, że tego nie wolno, tamtego nie wolno.”

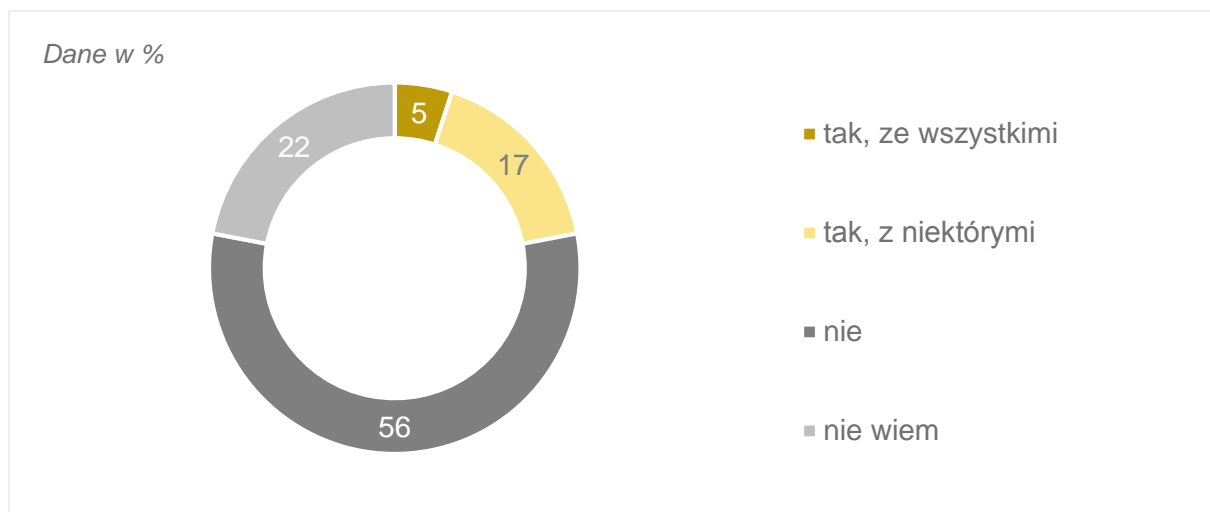
Młodzi, Włocławek

Z drugiej strony respondenci pamiętają, że musieli zaakceptować regulamin, jednak nie zawsze są świadomi zawartych tam postanowień oraz konsekwencji prawnych, które te postanowienia rodzą. Większość uczestników grup fokusowych przyznało, że zazwyczaj nie zapoznają się z ich treścią.

„Nie, ale przy rejestracji, jak każdy z nas zakłada konto, przyjmuje ten regulamin, klika ten haczyk, że tak, zapoznałem się, a niczego nie przeczyta. I jakies tam mogą wyjść nieścisłości.”

Młodzi, Włocławek

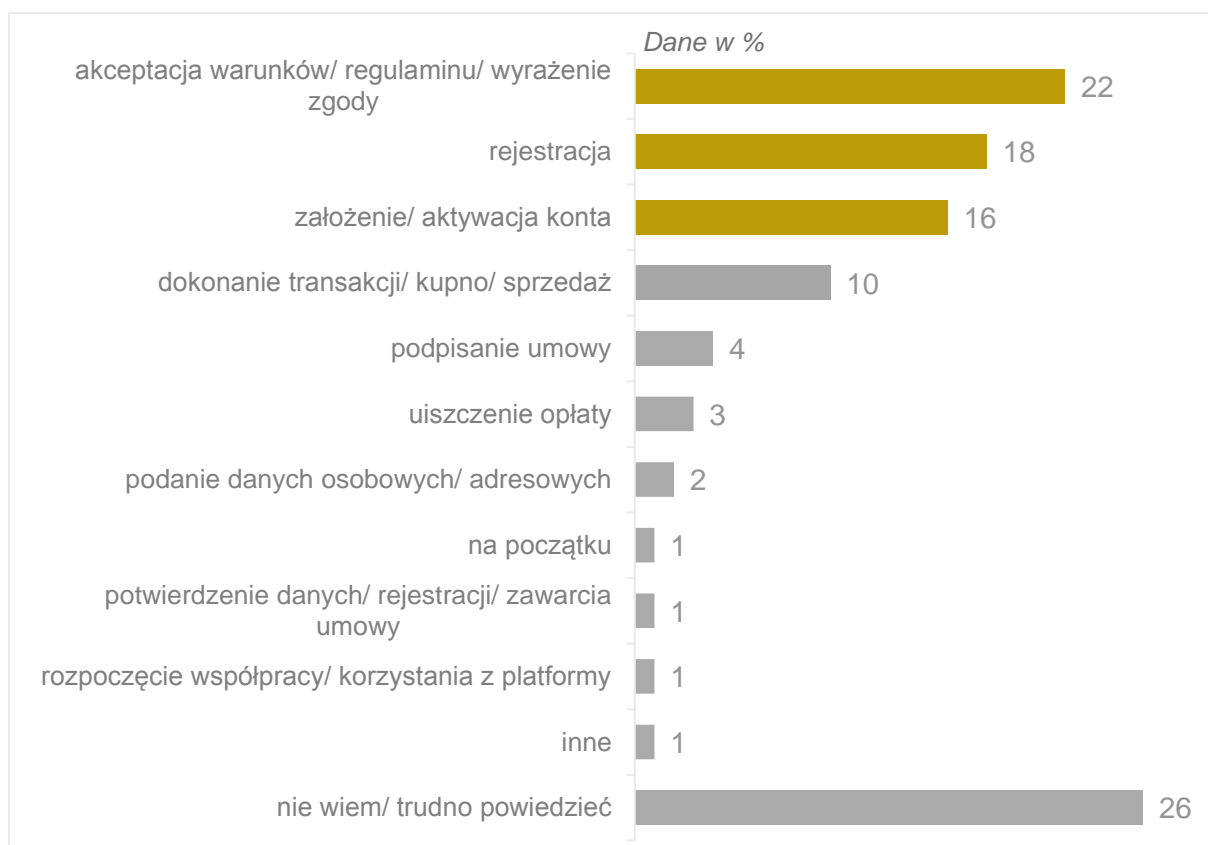
Wykres 5. Czy z platformami internetowymi, na których ma Pan(i) zarejestrowane konta, łączy Pana(ią) umowy? [N=1949]



Wszyscy badani, niezależnie od faktu posiadania konta na platformie internetowej, zapytani zostali natomiast, kiedy ich zdaniem takie zawarcie umowy może nastąpić. Co czwarty badany miał trudności w udzieleniu odpowiedzi – 26% udzieliło odpowiedzi „nie wiem/trudno powiedzieć”.

Wśród pozostałych internautów 22% jest zdania, że następuje ono w momencie akceptacji warunków/regulaminu czy wyrażenia zgody. 18% sądzi, że umowa zawierana jest przy rejestracji, 16% myśli podobnie, że następuje to w momencie aktywacji konta bądź przy jego założeniu. Wszystkie te odpowiedzi zasadniczo dotyczą tej samej sytuacji, ponieważ akceptacja regulaminu związana jest z rejestracją na platformie, inaczej z założeniem/aktywacją konta.

Wykres 6. Jak się Panu(i) wydaje, w którym momencie następuje zawarcie umowy z platformą internetową?⁴ [N=2012]



Kwestia zawierania umowy wydaje się zatem niewystarczająco jasna dla badanych. Także podczas badania jakościowego zdania na ten temat były dość podzielone. Część respondentów uważała, że nie zawierali umowy z żadną z platform internetowych, z których korzystają. Raczej pamiętali, że akceptowali regulamin, mimo to nie utożsamiali tego z zawarciem umowy.

„Nie wiem czy to można nazwać umową, bardziej jakiś regulamin.”

Starsi, Warszawa

„Jest chyba jakiś regulamin, bo można w ogóle kogoś zablokować i chyba tam można do Facebooka też wysłać jakąś skargę na administratora.”

Starsi, Włocławek

Niektórzy badani stwierdzili jednak, że skoro zaakceptowali regulamin to umowa była zawarta.

⁴ Pytanie miało charakter otwarty, respondenci mogli wypowiedzieć się na ten temat swobodnie i własnymi słowami.

„[umowa z Facebookiem] Wydaje mi się, że tak, skoro godzę się na regulamin, którego wprowadzie nigdy nie czytam, to tak, wtedy to jest wiążące. Wiadomo, jest jakiś zbiór zasad, których trzeba przestrzegać.”

Młodzi, Warszawa

„Regulamin, jeżeli zatwierdza jedna i druga strona, to jest umowa korzystania i tam może być właśnie to, że te reklamy, które się pojawiają, po prostu my akceptujemy. «Konia z rzędem» temu, kto czyta regulamin.”

Starsi, Włocławek

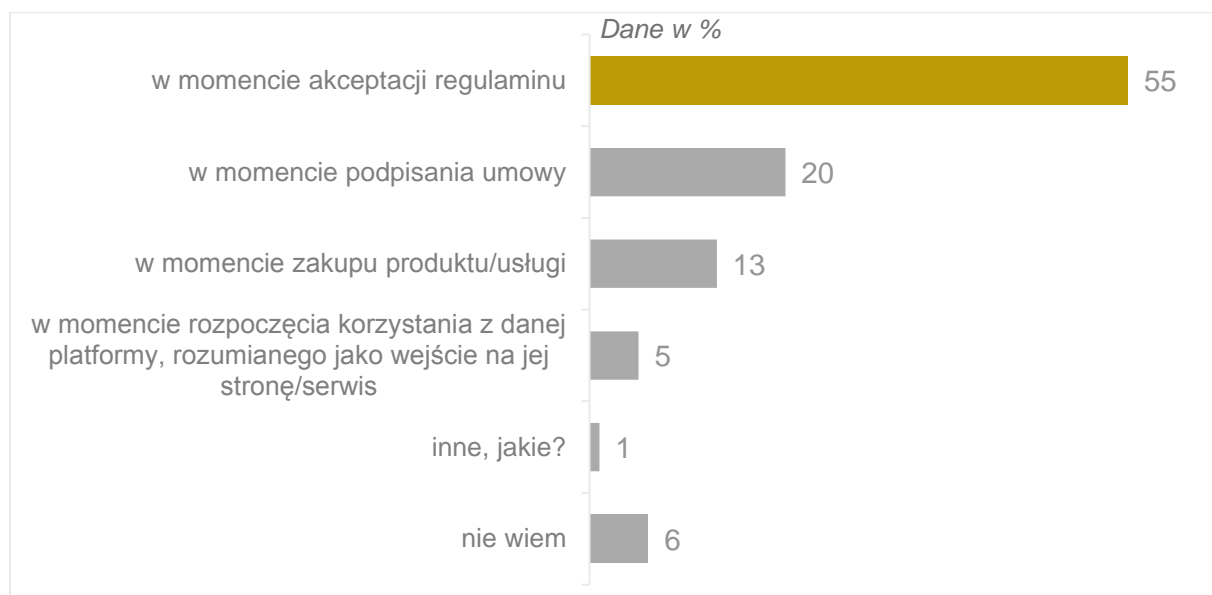
Poza tym badani bardziej skłonni byli domyślać się istnienia umowy w przypadku platform handlowych niż społecznościowych (np. Facebooka). Ci konsumenci, którzy zdawali sobie sprawę z tego, że łączą ich z platformami internetowymi umowy, albo uświadamiali to sobie podczas dyskusji, albo stwierdzali, że jest ona zawierana w momencie akceptacji regulaminu.

„Nie, bo musimy przeczytać regulamin, który trzeba zaakceptować i zachowywać się tak, jak oni tego oczekują, czyli i tak, i nie, bo regulamin też jest jakąś umową.”

Młodzi, Włocławek

Po zadaniu respondentom pytania z ograniczoną listą odpowiedzi, ponad połowa z nich (55%) jest skłonna przyznać, że zawarcie umowy z platformą internetową może nastąpić w momencie akceptacji regulaminu. Co piąta osoba uważa, że następuje to w momencie podpisania umowy, a 13% badanych, że w momencie zakupu produktu lub usługi.

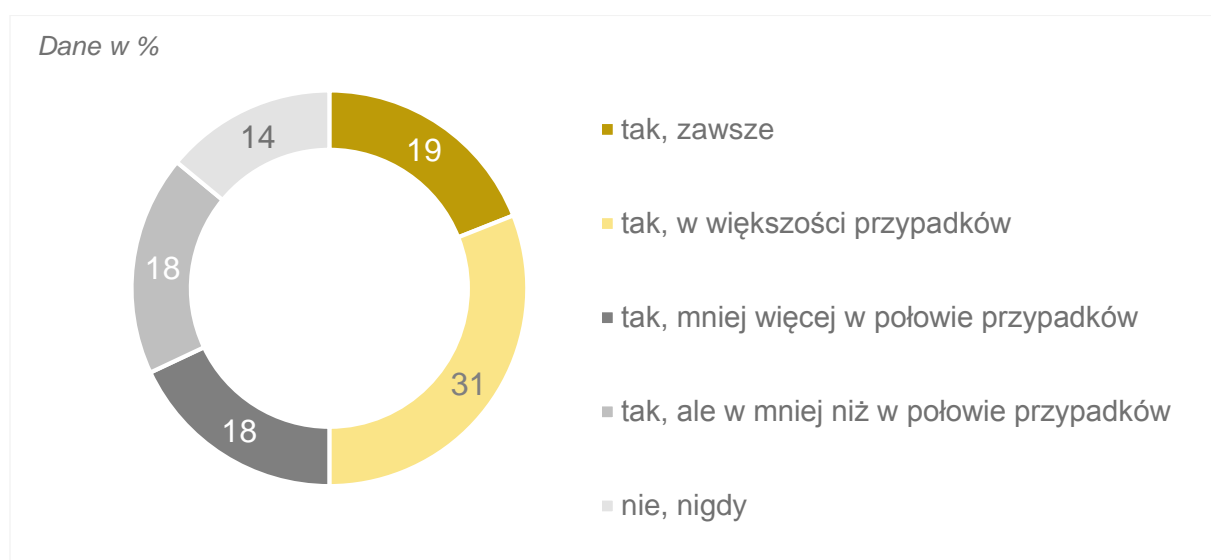
Wykres 7. A biorąc pod uwagę poniższą listę, w którym momencie następuje, Pana(i) zdaniem, zawarcie umowy z platformą internetową? [N=2012] pytanie jednodopowiedziowe



3.2.2 Regulaminy korzystania z platform internetowych

14% internautów, którzy mają zarejestrowane konta na platformach internetowych przyznaje, że nigdy nie czyta regulaminów. Pozostali robią to dość sporadycznie i tylko w przypadku wybranych platform. Osoby, które przyznają, że zawsze czytają regulaminy stanowią 19%. Z regulaminami najrzadziej zapoznają się młodzi respondenci, w wieku 15-29 lat.

Wykres 8. Następne pytanie dotyczy platform internetowych, na których ma Pan(i) zarejestrowane konta. Czy podczas rejestracji kont zapoznawał(a) się Pan(i) z regulaminami tych platform? [N=1949]



Z regulaminami najczęściej badani zapoznają się dość pobieżnie (41%) bądź czytają tylko wybrane fragmenty (41%). 18% osób przyznaje, że czyta cały regulamin. Jak przyznali uczestnicy badań jakościowych, wiele w tej kwestii jest uzależnione od czasu, jakim dysponują, ale do czytania regulaminu skłania ich głównie chęć poznania swoich praw i obowiązków.

„To znaczy, jak się gdzieś rejestruję i mam czas i ten regulamin nie ma 50 stron, to mniej więcej jakieś tam podstawowe zasady użytkowania wolałabym znać, czy jestem za coś odpowiedzialna, czego nie mogę robić itd. Ewentualnie jakie mam prawa, ale to też zależy od kontekstu, od strony i od tego, co zamierzam za jej pomocą osiągnąć.”

Młodzi, Warszawa

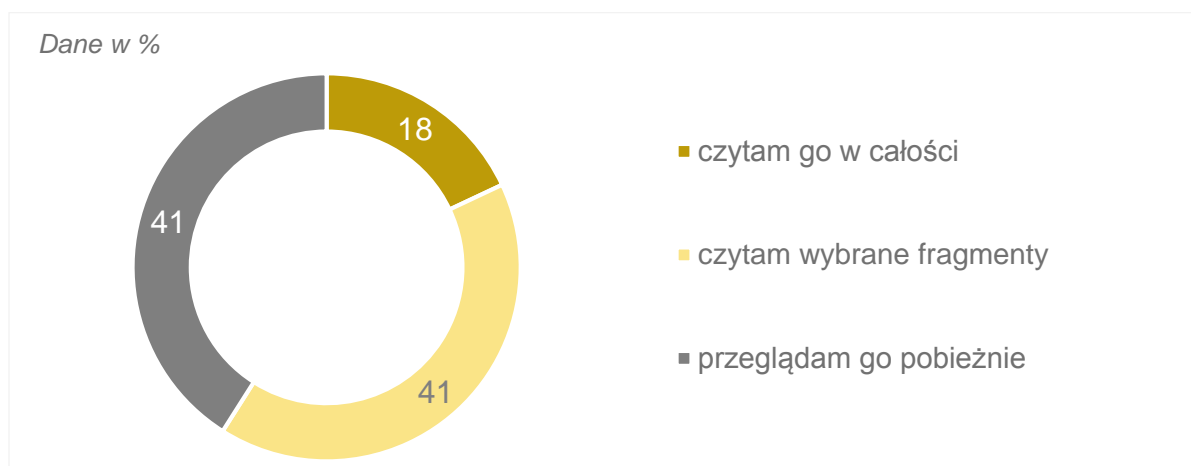
„Ja kiedyś czytałam właśnie z platform. Nie pamiętam kiedy to było, parę lat temu i później, jak już zaczęły wchodzić nowe platformy, to one na podobnych zasadach działają, więc już raczej nie czytam. (...) Oczywiście ten regulamin to się u nich zmienił już kilkakrotnie, ale już aktualizacji nie czytam.”

Młodzi, Warszawa

„Ja staram się czytać, bo interesuje mnie co w przypadku reklamacji, rezygnacji czy innych perypetii, zmiana adresu. Ja już tak mam może przez pryzmat pracy, ale staram się czytać wszystko.”

Starsi, Warszawa

Wykres 9. Jak dokładnie zazwyczaj zapoznaje się Pan(i) z regulaminem platformy internetowej przed zarejestrowaniem konta? [N=1674]



64% internautów nie zapoznaje się z ich treścią, ponieważ są one zbyt długie. Bardzo często podkreślali to także uczestnicy grup dyskusyjnych.

„[powód niedoczytania do końca regulaminu] Bo był długi strasznie. Nie wiem ile tam stron było, słownictwo takie typowo bankowe, no to głowa mnie rozboleła i dałem sobie spokój.”

Młodszy, Warszawa

Drugim najczęstszym powodem nie zapoznawania się z regulaminami jest opinia badanych, że nie warto tego robić. Ich zdaniem i tak trzeba zaakceptować regulamin, aby korzystać z usług platformy, więc nie ma dla nich znaczenia, co znajduje się w regulaminie, nadrzędnym celem w tym przypadku jest możliwość skorzystania z platformy.

„Jeżeli nie zaakceptujemy regulaminu, to nie mamy dostępu. To czy nam się podoba ten regulamin, czy nie, to musimy go zaakceptować. To nie jest nawet umowa, tylko to jest po prostu przyjęcie takich zasad zachowywania się na tym portalu.”

Starsi, Włocławek

„Czasem jest tak, że trzeba ten regulamin zaznaczyć, no bo inaczej gdzieś tam nie można wejść, więc się nawet nie czyta, tylko się zaznacza.”

Młodszy, Warszawa

„Ale tam jest regulamin i „«akceptuj». Jeżeli nie zaakceptujesz, to tam nie wejdziesz. Albo te pliki cookies, to już w ogóle.”

Starsi, Włocławek

Ponadto 28% badanych jest zdania, że regulaminy zawierają zbyt wiele odwołań do przepisów prawa, 27% przyznaje, że szkoda im na to czasu, a dla 26% przeszkodą jest trudny język jakim są napisane. Podobne przemyślenia mieli również uczestnicy badań jakościowych.

„Nie mam czasu, ale jak gdyby podchodzę tak, że tylko tam się rejestruję, gdzie naprawdę muszę, gdzie wiem, że nie robię tego na oślep, ale to jest też taka kolejna taka wada, że wszystkie te hasła musimy pamiętać i im tego jest więcej to też niedobrze. Później, jak chcemy coś zlikwidować, to też nie pamiętamy, albo że w ogóle się tam rejestrowaliśmy jednorazowo.”

Starsi, Warszawa

„Według przepisów artykułów z tego i z tego dnia, ble, ble, ble... Za dużo powoływania się na prawnicze zwroty.”

Starsi, Warszawa

„[...] język, jakieś zwroty typu prawnego czy coś w tym stylu i to mnie zniechęciło, a ostatecznie i tak musiałem z tego korzystać...”

Starsi, Warszawa

Wykres 10. Dlaczego nie czyta Pan(i) w całości regulaminu przed zarejestrowaniem konta na platformie internetowej? [N=1651]



Główną zachętą mogącą skłonić do czytania regulaminów jest ich skrócenie (66%). Ponadto, zdaniem 44% badanych, do czytania regulaminów mogłaby także zachęcić zmiana ich prezentacji tzn. umieszczenie jedynie najważniejszych informacji w formie tabel, schematów lub obrazków. Według 39% badanych na korzyść wpłynąłby także przystępniejszy język, a 34% uważa, że do czytania regulaminów mogłaby zachęcić ich czytelniejsza forma np. duża czcionka, wyłuszczenie odpowiednich fragmentów, informacje w punktach.

Na kwestie te zwracali uwagę również uczestnicy grup fokusowych, którzy generalnie przywoływali swoje doświadczenia z zawieraniem umów przez Internet, nie tylko z platformami internetowymi.

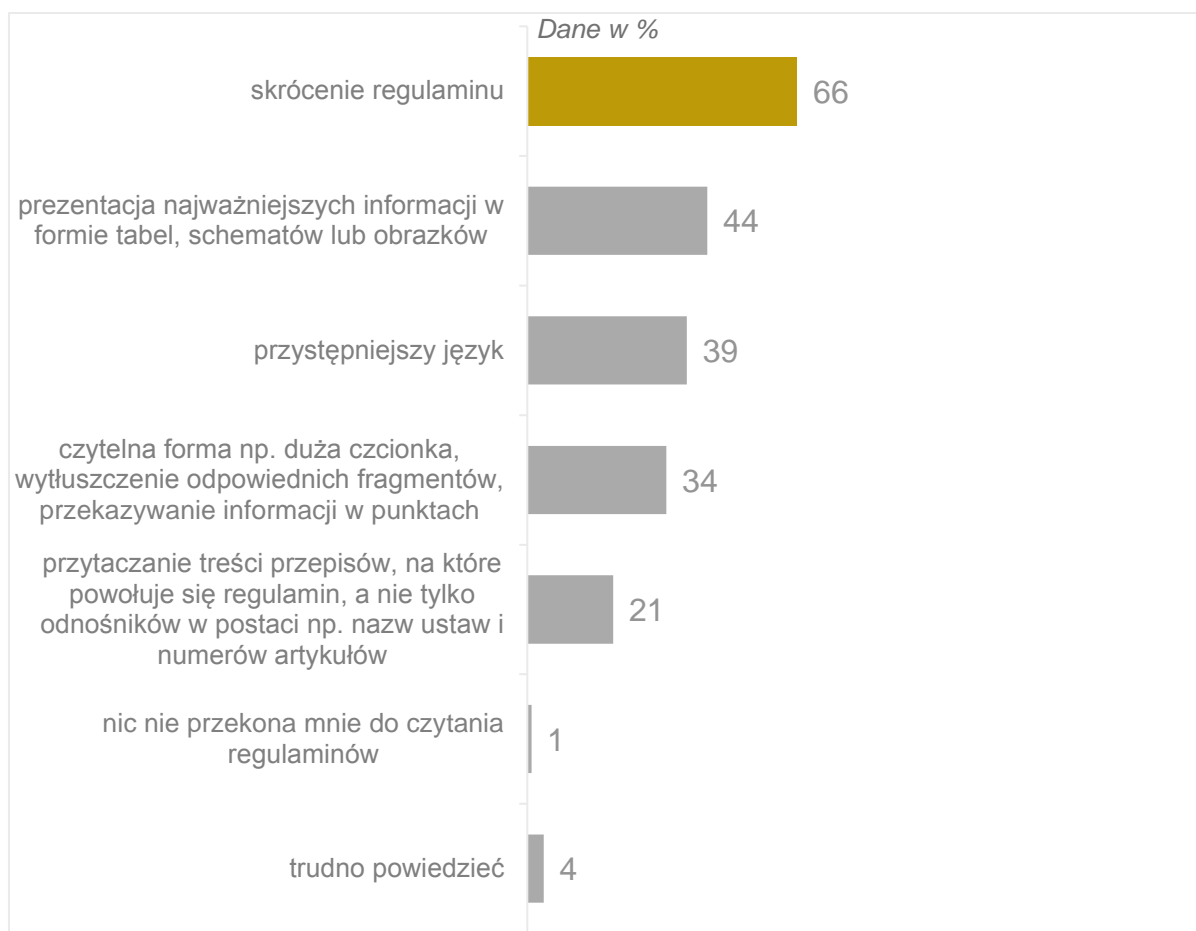
„Jeżeli ja mam do przeczytania na dzień dobry ileś tam stron i tak przewijam w dół, to trwa i trwa, i ja sobie to wyobrażam, że miałbym to wszystko przeczytać, no to mnie to nie zachęca w ogóle w żaden sposób. Gdybym dostał jakiś wyciąg z tego regulaminu, takie najważniejsze punkty na dwóch kartkach, stronach, no to szybciej bym to przeczytał niż taki cały regulamin.”

Młodzi, Warszawa

„Czcionkę też robią mniejszą tego regulaminu. Żeby doczytać coś to naprawdę z lupą muszę. Nie obowiązuje w przypadku w punkcie 7, 4 ustęp lub i już dziękuję. Już nie wiem, o co chodzi.”

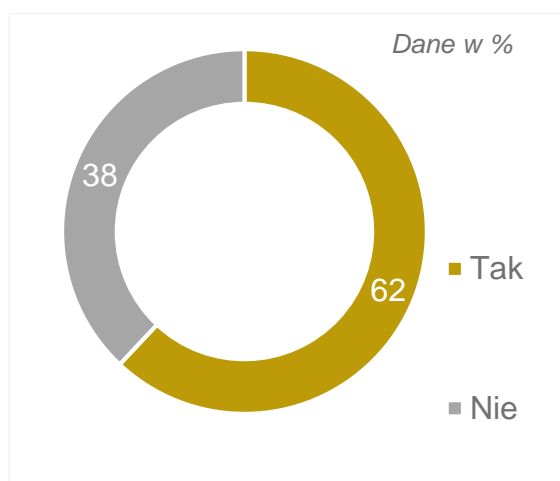
Młodzi, Włocławek

Wykres 11. Jakie zmiany w formie regulaminów platform internetowych mogłyby zachęcić Pana(ią) do ich czytania? [N=1949]



Zdarzają się jednak również takie sytuacje, w których, zgodnie z deklaracjami, respondenci zawsze czytają regulamin w całości – dotyczy to 62% badanych, którzy przyznają, że czasami zapoznają się z regulaminami.

Wykres 12. Czy zdarzają się sytuacje, kiedy zawsze czyta Pan(i) regulamin w całości? [N=1312]



Tylko w określonych przypadkach 62% konsumentów jest skłonnych przeczytać cały regulamin. Należą do nich sytuacje, gdy naruszenie regulaminu wiąże się z ryzykiem finansowym (57%), czy gdy istnieje świadomość ewentualnych niekorzystnych postanowień 52%. Znaczenie ma także wartość produktów/usług. 50% internautów zawsze czyta regulamin, gdy dokonuje droższych zakupów. Na deklaracje te należy jednak patrzeć przez pryzmat odpowiedzi na wcześniej przywoływane pytania. Konsumenty, nawet jeśli deklarują, że czytają całą umowę, robią to pobieżnie albo skupiają się jedynie na wybranych fragmentach (ponad 80%).

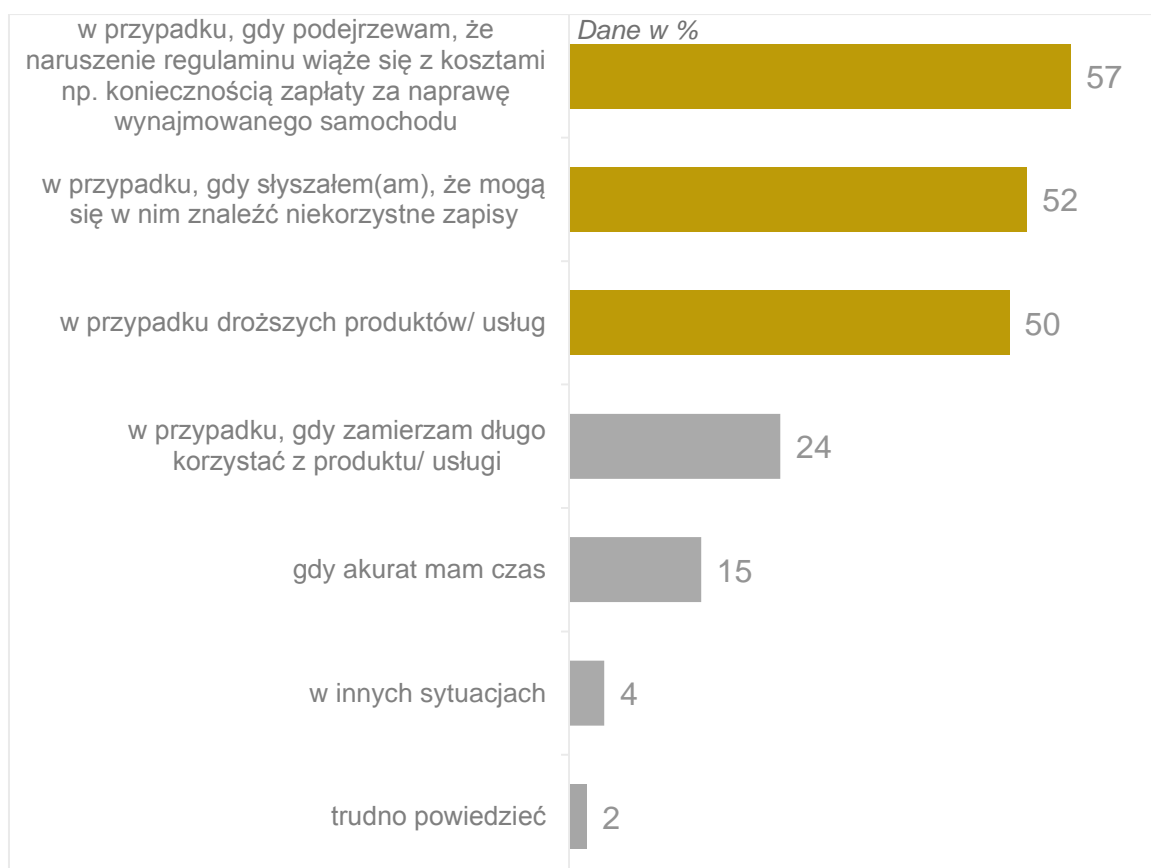
„Jak czytam to od banków staram się przeczytać właśnie większość przynajmniej. Albo jeżeli to jest coś w stylu wynajmowania samochodu, albo czegoś takiego, gdzie ta odpowiedzialność może być naprawdę większa, to wtedy tak.”

Młodzi, Warszawa

„[powód przeczytania regulaminu na Traficar] Bo mnie rodzice nastraszyli, że wynajmiesz samochód, zepsujesz i będziemy płacić [..]. Pewnie bym się dowiedział, jakbym już go zatwierdził [regulamin], ale nie pamiętam, już to czytałem wieczorem i nie wiem, czy doszedłem do końca.”

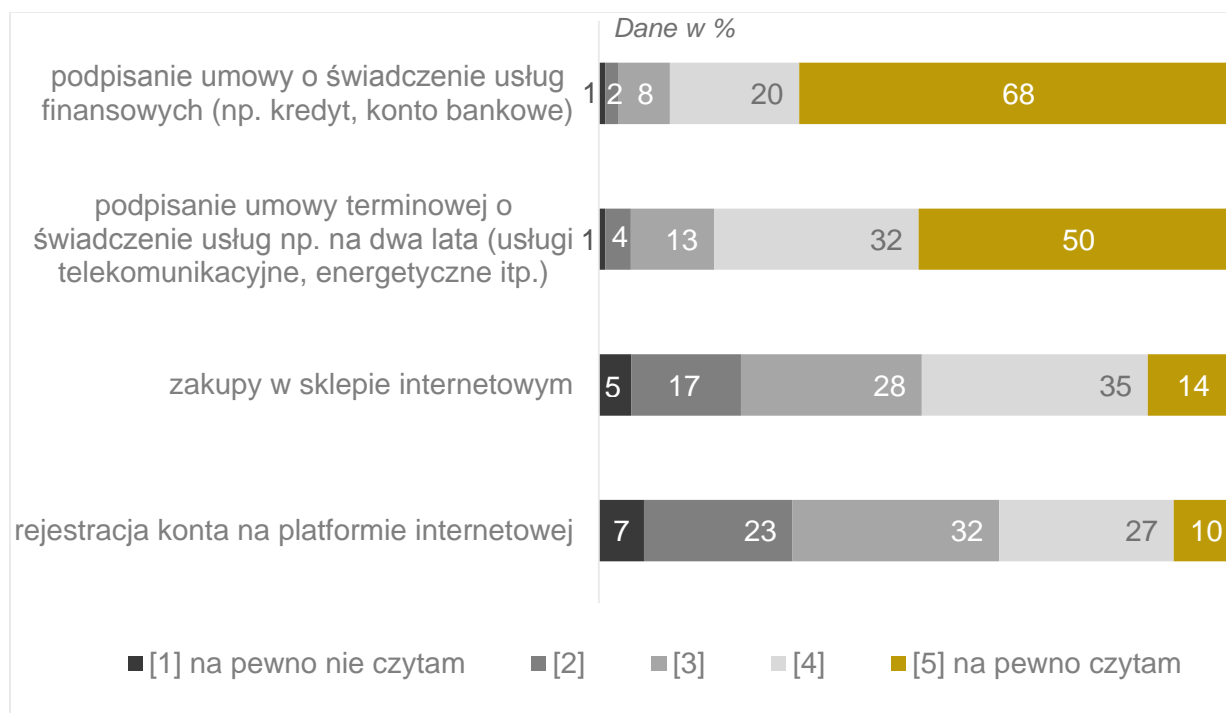
Młodzi, Warszawa

Wykres 13. W jakich sytuacjach czyta Pan(i) regulamin platform internetowych w całości? [N=819]



O tym, że konsekwencje finansowe skłaniają konsumentów do czytania regulaminów, świadczą również przykładowe sytuacje dotyczące nie tylko platform internetowych. 68% badanych deklaruje, że na pewno czyta (choćby pobieżnie) warunki umowy, gdy podpisuje umowę o świadczenie usług finansowych (np. kredyt, konto bankowe), a 50% przyznaje, że na pewno czyta warunki umowy, gdy podpisuje długoterminowe umowy np. na usługi telekomunikacyjne, energetyczne. Są to zatem przypadki, gdy konsumenci wprost powierzają swoje środki finansowe lub przyjmują na siebie dłuższe zobowiązania finansowe. Zdecydowanie mniej badanych skłonnych jest przeczytać regulamin w przypadku dokonywania zakupów w Internecie, jak również w przypadku rejestracji konta na platformie internetowej, którego założenie często nie wiąże się z żadnymi opłatami.

Wykres 14. A jeśli chodzi o Pana(i) ogólne podejście, nie tylko do platform internetowych, prosimy wskazać na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza na pewno nie czytam, a 5 na pewno czytam, w jakich przypadkach jest Pan(i) skłonny(a) przeczytać warunki umowy (regulamin)? [N=2012]



Niemal wszyscy użytkownicy platform (81%) przyznają, że otrzymali od platformy informację o zmianie regulaminu lub warunków korzystania. Przy czym 45% badanych zdarzyło się to wiele razy. Aktualizacja regulaminu najczęściej docierała do konsumentów drogą mailową (83%).

„Czasami jak otwieramy Google, to co jakiś czas trzeba zaakceptować na nowo. Nie wiem czy to jest aktualizacja tego regulaminu co miesiąc.”

Starsi, Włocławek

„Ja tylko czytam jak jest zmiana regulaminu właśnie do bankowości internetowej, bo to jest w sumie ważne, a tak to staram się omijać te z Facebooka.”

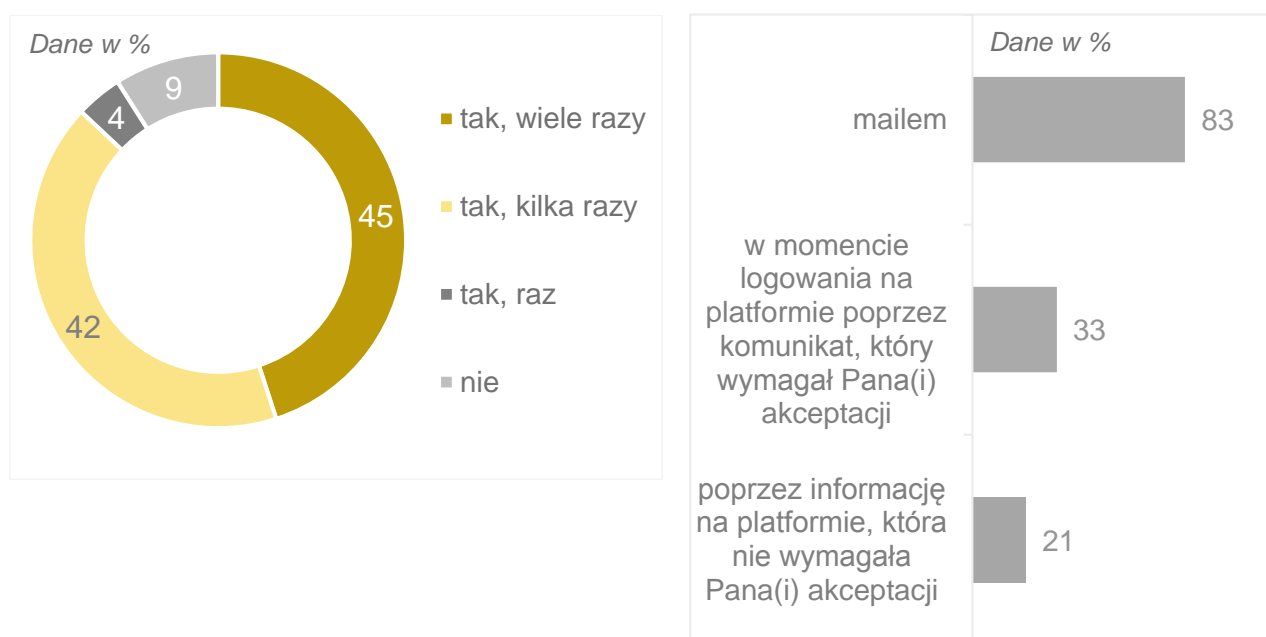
Młodzi, Włocławek

Większość respondentów, z którymi przeprowadzone były jakościowe badania, kojarzyła maile z informacjami o zmianach w regulaminach, szczególnie związanymi z wprowadzeniem RODO.

Badani często nawet nie otwierają takich maili lub zapoznanie się z nimi odkładają na później, a ostatecznie wcale tego nie robią.

Wykres 15. Czy zdarzyło się, że otrzymał(a) Pan(i) od platformy internetowej informację o zmianie regulaminu lub warunków korzystania? [N=1949]

W jakiej formie otrzymał(a) Pan(i) od platformy internetowej informację o zmianie regulaminu lub warunków korzystania? [N=1776]



Większość badanych (63%) zapoznaje się tylko czasem ze zmianami w regulaminach. Co piąty ankietowany, który otrzymuje od platformy informacje o wprowadzeniu zmian zawsze się z nimi zapoznaje. 16% nigdy tego nie robi. Respondenci nie zawsze się z nimi zapoznają głównie przez poczucie, że i tak trzeba zaakceptować te zmiany, by móc dalej korzystać z platformy (53%). Mają świadomość, że brak zgody na zmiany w regulaminie, wiąże się z niemożliwością dalszego korzystania z platformy, dlatego akceptują zmiany, nie zastanawiając się nad ich treścią.

„To mnie zablokuje. Najczęściej ten nowy regulamin, który wprowadza, to i tak trzeba zaakceptować i tak, bo inaczej nie ruszysz. Jest to raczej pewne.”

Starsi, Warszawa

„Podejrzewam, że oni przysyłają to, bo jeżeli jest taka zmiana regulaminu, którą trzeba zaakceptować, bo nieraz jest tak, że zaakceptuj lub twoje konto zostanie usunięte. Ale mają świadomość, że 99% ludzi tego nie przeczyta i po prostu ptaszek i lecimy dalej.”

Młodszy, Włocławek

„To zależy. Jeżeli na przykład przychodzi mi powiadomienie, że mam 30 dni, żeby się z tym zgodzić albo nie będziesz tego miał, to wtedy klika się.”

Starsi, Włocławek

34% przyznaje ponadto, że nie ma na to czasu, a dla 31% przeszkodą jest to, że zmiany, których dokonano nie są wyraźnie wyróżnione.

„Jak jest zmiana regulaminu to jest też cały regulamin wysłany zamiast pojedyncze punkty, bo często jest tak, że się zmieniają 1-2 punkty. I gdyby wysłali zmianę regulaminu i tylko te punkty z podmianą, to jeszcze jest człowiek w stanie przeczytać. Ale jak wysyłają cały regulamin na nowo, to kto się będzie wczytywać i porównywać z tym co było wcześniej.”

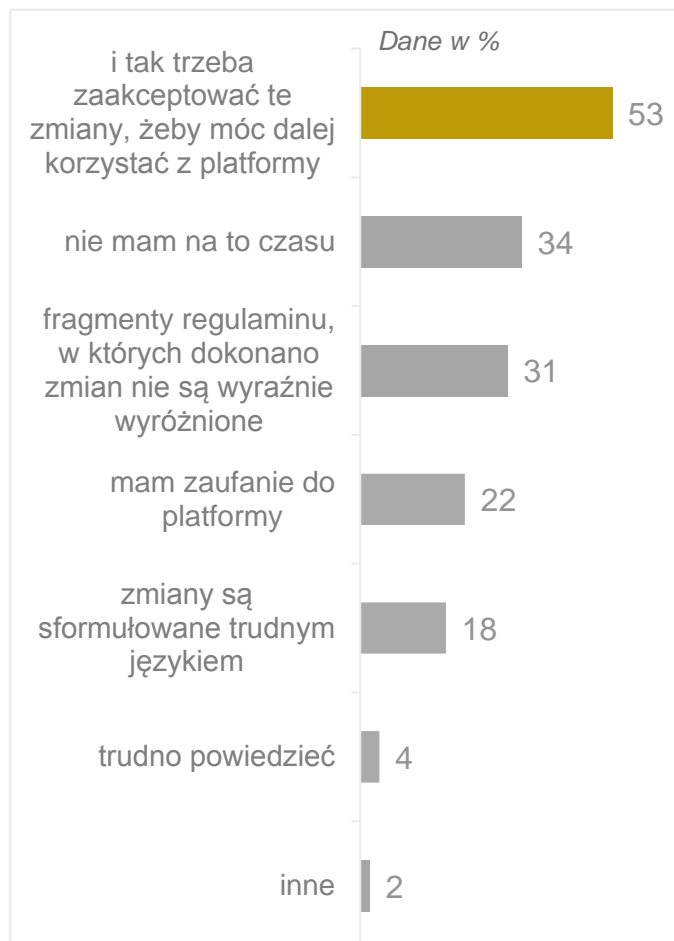
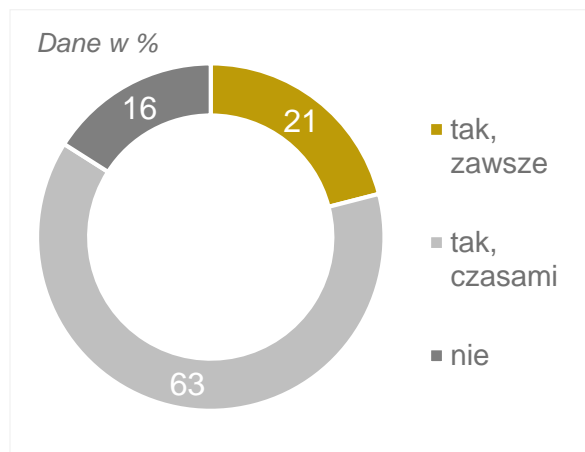
Młodszy, Warszawa

„Znaczy dobrze by było jakby było podane tylko to jaka jest zmiana, jak w dziennikach ustaw, że ten paragraf się zmienia na ten. A tutaj jest pięć stron i człowiek czyta i czyta i właściwie nie wie co tam się zmieniło.”

Starsi, Warszawa

Wykres 16. Czy zapoznaje się Pan(i) z informacjami o zmianie regulaminu platformy internetowej lub warunków korzystania? [N=1776]

Dlaczego nie zawsze zapoznaje się Pan(i) z informacjami o zmianach w regulaminach lub warunkach korzystania? [N=1399]



Prawie połowa badanych zapoznaje się z regulaminami dopiero w przypadku, gdy napotka na problem związany z użytkowaniem danej platformy. Poza tym podczas dyskusji grupowych badani przyznali, że nawet jeśli przeczytali regulamin, to w momencie wystąpienia problemu, nie pamiętali już ich postanowień i wtedy jest moment, w którym regulamin często czyta się w całości lub dokładniej.

„Tak, bo mimo tego, że czytamy, tak jak ja, to nie znaczy, że wszystko zapamiętuję, bo te informacje na ten moment mogą być dla mnie naprawdę mało istotne, więc później w zależności od sytuacji to odświeżam.”

Starsi, Warszawa

„Wydaje mi się, że nikt nie jest w stanie wszystkiego wiedzieć i jak wychodzi problem, czyli ktoś mu zablokuje, coś się stanie, to wtedy szukamy dlaczego, a teraz gdybym miał się zastanowić, co będzie, gdy zrobię to, czy zrobię to, to naprawdę nie wiem.”

Starsi, Włocławek

„Nie, po prostu regulaminy są wtedy potrzebne kiedy zaczyna się jakiś problem, czasem właśnie człowiek patrzy, coś mu tam ściągnęło z konta, dlaczego tak? Albo na przykład pojawi się jakieś oszustwo, albo coś, to wtedy zaczyna się czytać te regulaminy, a tak to myślę sobie „a «spoko».”

Starsi, Warszawa

Czytanie regulaminów uzależnione jest, jak już wspomniano we wcześniejszej części raportu, od wartości produktów. Polacy jednak uważają, że należy je czytać. 56% badanych nie zgadza się z tym, że nie opłaca się czytać regulaminów przy zakupie produktów o małych wartościach.

W przypadku zmian w treści regulaminów badani uważają, że regulaminy nie powinny być zmieniane jednostronnie przez przedsiębiorców prowadzących platformy internetowe (53%), ale jednocześnie nie wiedzą, jak się przed tym bronić (jeśli chcą dalej korzystać, muszą akceptować). Stwierdzają jedynie, że mają prawo zrezygnować ze swojego konta na platformie, jeśli nie zgadzają się ze zmianą. Uczestnicy grup fokusowych zwracali szczególnie uwagę na kwestię informowania konsumentów o jednostronnej zmianie regulaminu.

„Kiedy chcą. Jak to jest ich to mogą robić z regulaminem co chcą.”

Młodszy, Włocławek

„Często jeśli się zmieniają dane osobowe czy dane techniczne, to nie musi o tym informować, bo to nie jest nic ważnego, natomiast jeśli jest to zmiana, która dotyka użytkownika, to już raczej wypada poinformować.”

Młodszy, Warszawa

„Jak zmieniają się przepisy chyba, to on jest wtedy sam do tego zobowiązany, żeby zmienić swój regulamin i ja też nie mam wtedy nic do gadania.”

Młodszy, Warszawa

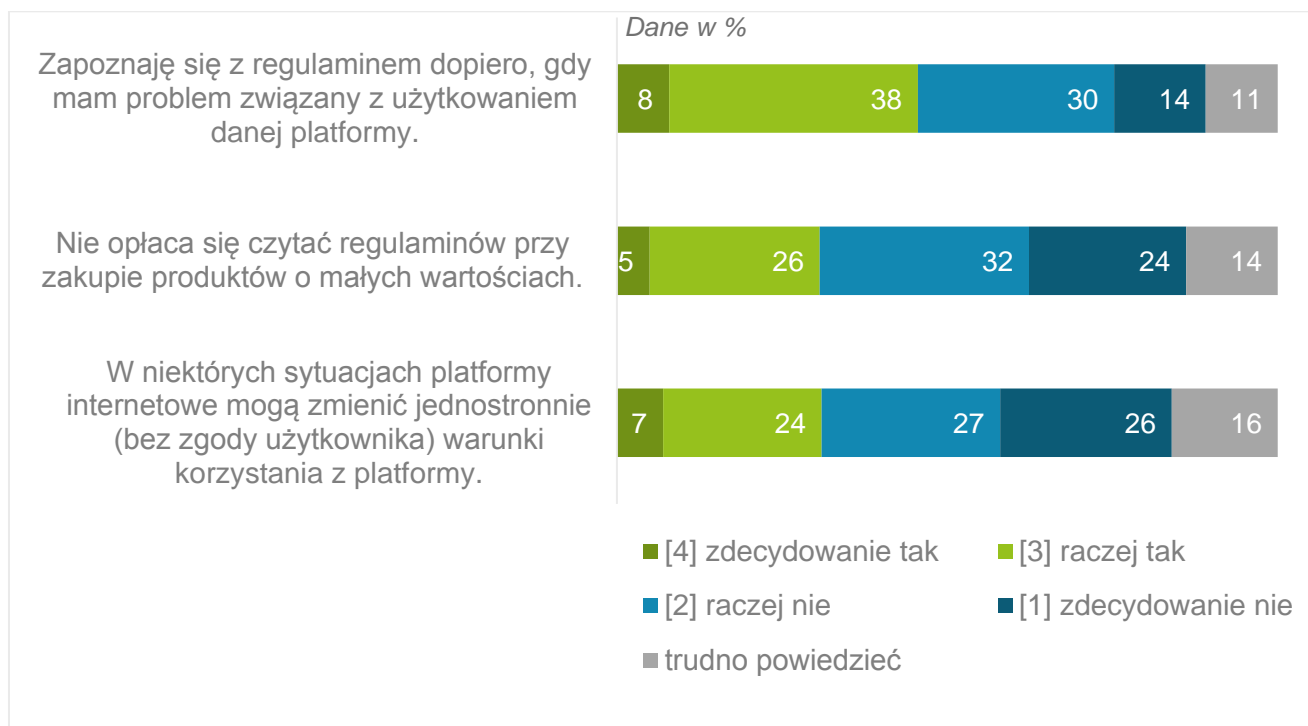
„Chyba nie może. Nikt nie może zmienić jednostronnie regulaminu. Musi poinformować o zamiarze i można to zaakceptować albo nie. W każdym bądź razie, dla mnie, można od razu rozwiązać umowę w tym momencie, bo jest coś zmienione.”

Starsi, Włocławek

„1 na 1000 czyta regulamin. (...) Myślę, że teraz już, przy takiej ilości osób zalogowanych na te wszystkie portale, jednostronna zmiana regulaminu długo by się nie ukryła.”

Starsi, Włocławek

Wykres 17. Czy zgadza się Pan(i) czy też nie zgadza z następującą opinią? [N=2012]



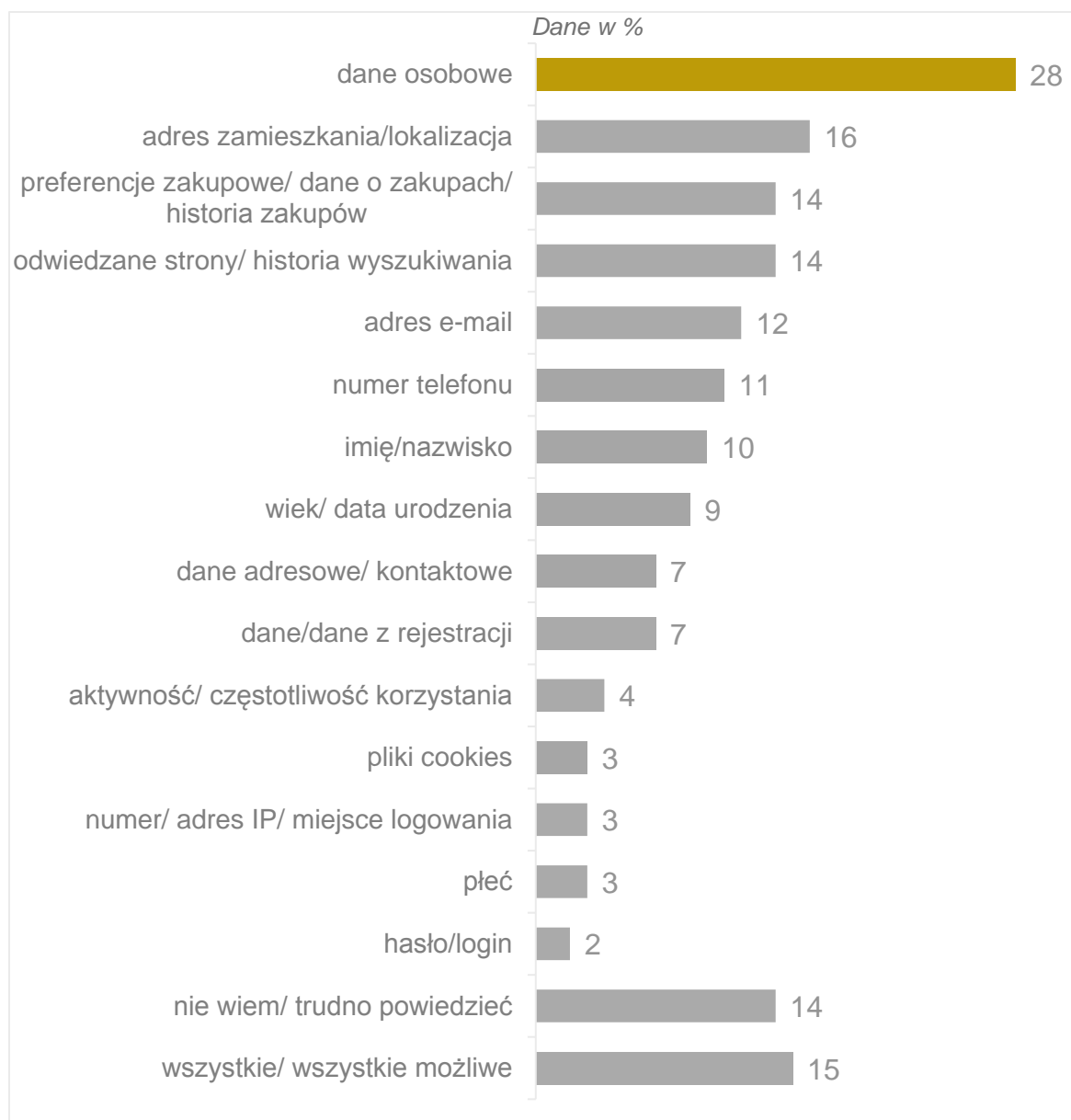
3.3 Wartość danych przekazywanych platformom internetowym

Badani mają świadomość, że klikają jakieś zgody na gromadzenie i wykorzystanie danych o sobie, jeśli chcą zarejestrować konto na platformie internetowej, czy dokonać zakupu online. 28% badanych na pytanie o to, jakie informacje o użytkownikach gromadzą platformy internetowe odpowiadają szeroko, że zbierają dane osobowe.

16% badanych ma świadomość, że platformy gromadzą dane dotyczące adresu zamieszkania czy lokalizacji. Natomiast 14% uważa, że platformy zbierają dane o naszych preferencjach zakupowych czy śledzą historię naszych zakupów. Ponadto 14% miało trudność z określeniem, jakiego rodzaju dane gromadzą platformy, a 15% sądzi, że platformy internetowe wiedzą o nas wszystko i zbierają wszystkie dane jakie są tylko możliwe.

Jak wynika z badań jakościowych, respondenci w mniejszym stopniu mają świadomość wykorzystywania/monitorowania informacji przez platformę, które nie są wprost ujęte w danej zgodzie, a wynikają z ogólnej zgody na przetwarzanie danych w celu wykonania umowy (np. dane transakcyjne).

Wykres 18. Jakie informacje o użytkownikach gromadzą, Pana(i) zdaniem, platformy internetowe?⁵ [N=2012]



Większość użytkowników platform internetowych (74%) zaznacza tylko wymagane przez platformę zgody (np. oznaczone gwiazdką). 9% badanych zaznacza wszystkie zgody, a 14% zaznacza zgody wymagane, ale często również inne w zależności od tego czego dotyczą.

Tak wypowiedzieli się na ten temat uczestnicy badania jakościowego:

„Jeśli są z gwiazdkami i na końcu jest zawsze opcja «Zaznacz wszystko», to klika się to i dalej. To jest najszybciej.”

Młodzi, Warszawa

⁵ Pytanie miało charakter otwarty, respondenci mogli wypowiedzieć się na ten temat swobodnie i własnymi słowami.

„Przede wszystkim to, że trzeba. Że są jakieś zgody, muszę się zgodzić, żeby korzystać z tego czy z tamtego. Nawet jakbym przeczytał takie zgody i coś by mi tam nie odpowiadało, ale chciałbym skorzystać z takiego Facebooka nawet, to mogę się nie zgadzać, ale chcę korzystać, muszę wyrazić zgodę.”

Młodzi, Warszawa

„Tak jak wspomniałem duże platformy mają to ogólne zaufanie, więc myślę, że to z tym się wiąże głównie, że jeżeli ma to milion osób i ja będę milion pierwszym i to jest okej, nikomu krzywdy nie zrobili to mi też nie.”

Młodzi, Włocławek

„Zależy jaki to jest portal, bo jeśli to jest portal, na którym chcę coś zakupić lub zarezerwować jednorazowo, to wtedy mam do tego specjalnego maila, klikam zgody i przychodzi mi wiadomość na maila, którego nie używam.”

Młodzi, Warszawa

Respondenci podczas grup dyskusyjnych często twierdzili również, że zapoznają się z treścią zgód, bo są one dość krótkie i można to zrobić bez większego wysiłku. Część jednak tego nie robi, szczególnie, jeśli zgody wyglądają na stosowane standardowo.

„[o czytaniu tekstów zgód] Są krótkie, więc można szybko przeczytać, wzrokiem przelecieć. To nie jest jakiś długi regulamin na ileś tam stron, tylko to jest zazwyczaj krótki tekst.”

Młodzi, Warszawa

„Ja akurat czytam początek. Jeśli jest taki jak w większości portali, to nie rozwijam.”

Młodzi, Warszawa

„[rozwijanie tekstów zgód] Ja praktycznie zawsze, bo nie wiadomo, co tam będziemy zaznaczali. Regulamin to tam regulamin, ale to akurat można rozwinąć, nacisnąć.”

Młodzi, Włocławek

Wykres 19. Czy podczas rejestrowania konta na platformie internetowej, zazwyczaj...?
[N=1949]



Internauci najczęściej kojarzą zgody z zakresu przetwarzania danych osobowych w celu wykonania umowy i 85% z nich przyznaje, że zazwyczaj właśnie taką zgodę wyraża. Co czwarty użytkownik platform (26%) zgadza się ponadto na otrzymanie komunikacji marketingowej od danej platformy. Wypowiedzi uczestników grup fokusowych wskazują, że konsumenci nie do końca wiedzą jakie regulacje prawne obowiązują w przypadku przetwarzania danych osobowych i jakie prawa mają w tym zakresie.

„Udostępniania dalej danych osobowych, ale to już nawet według RODO nie można tego wymagać, chociaż niektóre serwisy chyba też mają gwiazdkę przy tym punkcie.”

Młodzi, Warszawa

„To co mówiłam, zgoda na przetwarzanie danych pierwsza, druga na wysyłanie informacji handlowych, trzecia na udostępnianie partnerom podległym temu partnerowi.”

Starsi, Warszawa

„Jeszcze na kontakt tam jakiś bezpośredni, to chyba nie jest takie obowiązkowe.”

Starsi, Warszawa

„Z tego co pamiętam to na przykład te reklamowe to można kliknąć i nie muszą wysyłać tych reklam, z tego co wiem, to jest jedyna opcja, a reszta to jedna zgoda, że akceptuję warunki regulaminu a druga, że gdzieś tam te moje dane osobowe zostają tam gdzieś w bazie i zgadzam się na jakieś tam przetwarzanie.”

Starsi, Warszawa

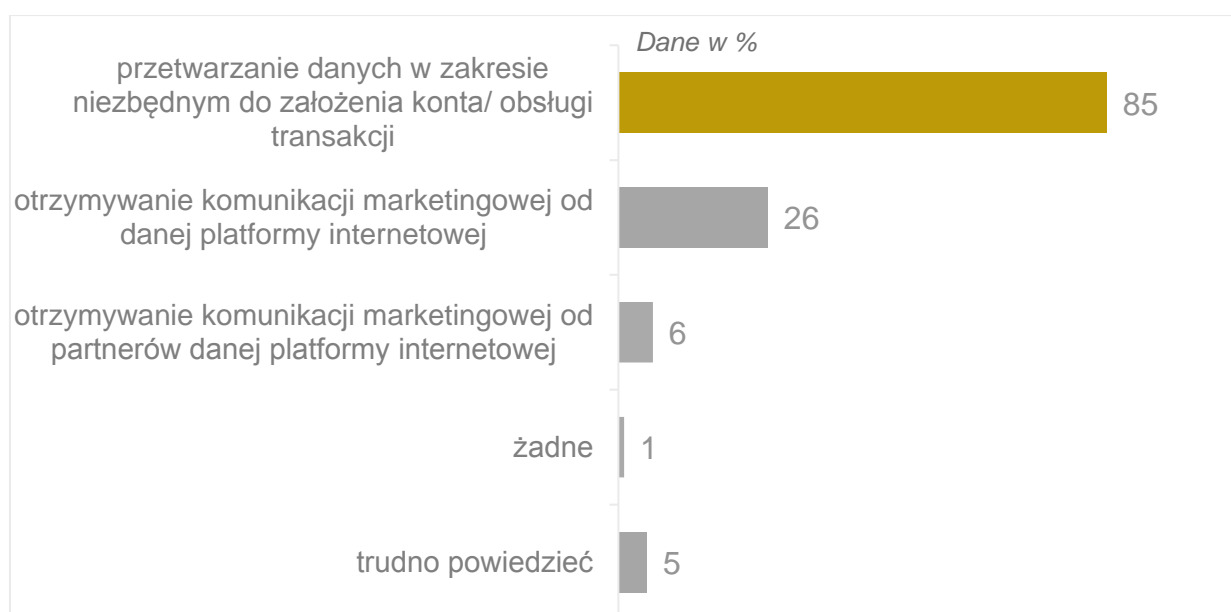
„«Czy chcesz otrzymywać powiadomienia z tej strony o nowościach, promocjach?», ale to akurat nie jest obowiązkowe.»

Starsi, Włocławek

„Przetwarzanie danych osobowych, bo teraz to RODO jest. Można wejść sobie w profil, w datę urodzenia czy zdjęcia, czy coś w ten deseń.»

Młodszy, Włocławek

Wykres 20. Na jakie wykorzystanie danych zazwyczaj wyraża Pan(i) zgodę podczas rejestrowania konta na platformie internetowej? [N=1949]



Kwestia personalizowania treści częściej jest postrzegana przez konsumentów jako pozytywna niż negatywna. 44% osób przyznaje, że odpowiada im takie działanie platform, przeciwnego zdania jest 38% badanych. 17% nie ma zdania. Personalizowanie treści szczególnie odpowiada najmłodszym użytkownikom (53% wśród osób 15-29 lat) oraz mieszkańcom mniejszych miast do 100 tys. (46%) i wsi (48%). Badani podczas grup dyskusyjnych przyznali, że mają świadomość, że dostają dostosowane do siebie reklamy (w mniejszym stopniu, że dotyczy to także innych treści). Uważają, że reklamy są profilowane na podstawie danych demograficznych, które sami podają oraz informacji o tym, czego szukali. Mało kto ma świadomość bardziej wyszukanych sposobów dopasowywania treści do konsumentów. Mimo braku wiedzy w tym zakresie, dostosowywanie treści do ich zainteresowań nie przeszkadza respondentom. Jest to, ich zdaniem, czymś dobrym, wygodnym. Nie chcieliby widzieć np. reklam, które ich nie dotyczą. Uważają, że jak będą potrzebowali czegoś innego, to zawsze będą umieli to znaleźć.

„Dobrze, bo przynajmniej dostaje się informacje, których się szuka albo potencjalnie mogę być tym zainteresowana. Wolę coś takiego niż samochody, które nie są mi potrzebne.”

Młodzi, Warszawa

„Mi to nie przeszkadza, nie ma to na mnie żadnego wpływu. Po prostu jest. Ja też się godzę na to, że się pokażę na Facebooku czy Instagramie. Żyjemy w takich czasach, że takie rzeczy się dzieją, właśnie takie dopasowanie wszystkich reklam i próba wpłynięcia na mnie nawet przy tych wyborach czy wyborach produktów to tak się dzieje, nie jest to inwazyjne dla mnie.”

Młodzi, Warszawa

„Ja na przykład polubiłam już, jakoś zaakceptowałam, przyzwyczałam się do tej sytuacji. Jak szukałam ostatnio butów to mi wyskoczyło tyle tych butów, jakieś przecenione i jeszcze inne, ale jakoś akceptuję.”

Starsi, Warszawa

„Ale jeżeli chodzi o te filmy. Jeżeli teraz się okaże, że wrzuconych jest kilkadziesiąt tysięcy różnych, to przecież jak mi się wyświetli kilkadziesiąt tysięcy, to ja zwariuję. Teraz mam czytać recenzję każdego filmu, o czym to jest? To fajnie, jeżeli ktoś mi podsunie tematykę, która ewentualnie może mnie zainteresować, co nie musi i sobie wybiorę lub nie.”

Starsi, Włocławek

„Jeszcze jest na YouTube. Jeżeli oglądam muzykę, na przykład jakąś z lat 80., którą bardzo lubię i nie pamiętam wszystkich wykonawców, wszystkich piosenek, czyli wybieram sobie jakąś i po chwili z boku wyskakuje mi coś i często odnajduję coś.”

Starsi, Włocławek

„Akceptuję, bo czasem nawet wchodzę w to co się wyświetli, bo może się okazać, że coś tam znajdę też, może oni bardziej pomyślą za mnie, coś mi pomogą znaleźć.”

Starsi, Warszawa

Osoby, którym nie odpowiada personalizowanie treści, głównie wspominają o natarczywości i zbyt dużej częstotliwości z jaką pojawiają się oferty.

„Na przykładzie tego zegarka. Wybierając sobie zegarek, w tym momencie i potem mi się otwiera i to w takiej wielkości, na każdej stronie, zegarek, kiedy już kupiłem i mnie to nie interesuje. Wiem, że są ludzie, którzy mają 5, czy 7. Mi jeden wystarczy na długi, długi czas. To mnie to denerwuje, w tym momencie.”

Starsi, Włocławek

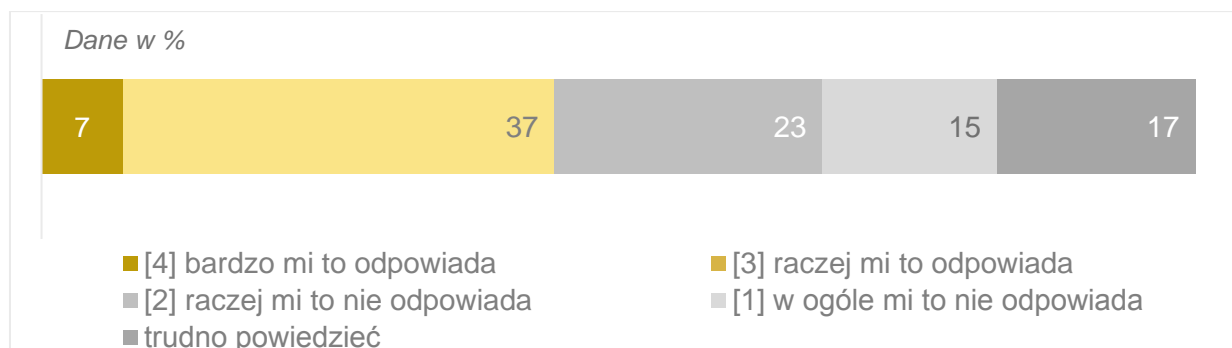
„Dopasować tematykę na pewno w jakiś sposób tak, natomiast generalnie też ja mam chyba takie nastawienie do czegoś, co mi wyskakuje, jak tego nie szukam, że raczej nie jest to coś chcianego przeze mnie. Raczej staram się tego nie klikać, bo wiem, że będzie więcej później.”

Młodszy, Warszawa

„Akurat na Instagramie to jest natarczywe, bo ja scrolluję swoją tablicę, widzę osobę, którą obserwuję i za chwilę pojawia mi się jedna, druga, piąta, dziesiąta osoba, której nie obserwuję i jest mi przedstawiana na podstawie treści, które ja obserwuję. Nie chcę tego widzieć.”

Młodszy, Warszawa

Wykres 21. Co Pan(i) sądzi o personalizowaniu treści, jakie pojawiają się Panu(i) w Internecie na podstawie informacji, jakie gromadzą o Panu(i) platformy internetowe i inne strony internetowe? Personalizowanie jest dostosowywaniem pojawiających się treści, do tego, czego wg platform mogą/chcieliby oczekiwać użytkownicy [N=2012] Dane w %



Ponad połowa badanych (52%) nie jest skłonna płacić za korzystanie z platformy w zamian za niewykorzystywanie zgromadzonych o nich danych. Bardzo duży odsetek badanych – 38% nie ma w tej sprawie zdania, natomiast 10% badanych byłoby gotowych ponosić dodatkowe koszty (średnio około 20 zł). Argumenty przeciwko płaceniu za niezbiieranie informacji przez platformę internetową, którymi posługiwali się badani podczas grup dyskusyjnych, skupiały się głównie na bezcelowości tego zabiegu, ponieważ często korzysta się z więcej niż jednej platformy, a także generalnie na neutralnym podejściu do zbierania danych.

„[dlaczego nie zapłaciłby] Bo i tak widzę co jest dopasowane, co jest prawdziwe a co sztucznie mi się pojawia, więc to mi nie przeszkadza patrzeć sobie na wszystko, i tak na to nie wchodzi, albo nie kupuję. Nie jestem podatny na to.”

Starsi, Warszawa

„Zwłaszcza że szukamy tej samej rzeczy na kilku platformach, żeby porównać, więc też ciężko by było się przestawić tylko na jedną konkretną tylko dlatego, że nie zbiera naszych danych.”

Młodzi, Warszawa

„Na pewno, na pewno, bo gdyby mi ktoś powiedział – weź się tam zaloguj to sobie kupisz to, tylko musisz dychę dopłacić przez telefon, daj spokój, jeszcze będę płacił. Nikt by się z nas nie zalogował.”

Starsi, Warszawa

Dla osób gotowych zapłacić dodatkowo w zamian za niewykorzystywanie danych najważniejsze jest poczucie, że nie byliby atakowani reklamami tak natarczywie. Ważna byłaby również ewentualna kwota z tym związana.

„Dokładnie tak, tylko to jest ewentualnie ta opcja odmówienia, można usunąć wszelkiego rodzaju reklamy, i jeżeli by to kosztowało piątkę to bym się skusił.”

Starsi, Warszawa

„Byłabym spokojna, spokojniej bym sobie spała i nie miałabym reklam i tych danych osobowych by nie było. Także tutaj w obawie o te wszystkie dane to bym to kupiła.”

Starsi, Warszawa

„Jeżeli za Facebooka miałbym płacić 2,50 miesięcznie i żadnych głupot miałoby mi nie wyświetlać, to może bym się pokusił, chociaż nie wiem, czy jest to aż tak bardzo potrzebne, bo jest to w formie bardziej takiego dodatku. Czyli nie jest to rzecz niezbędna do życia.”

Młodzi, Włocławek

„Dla mnie osobiście jest to kwestia ceny. Jeżeli abonament miałby kosztować 20 zł, to nie. Jeżeli 2 zł czy złotówkę, czy 3, to wszystko to jest kwestia przemyślenia.”

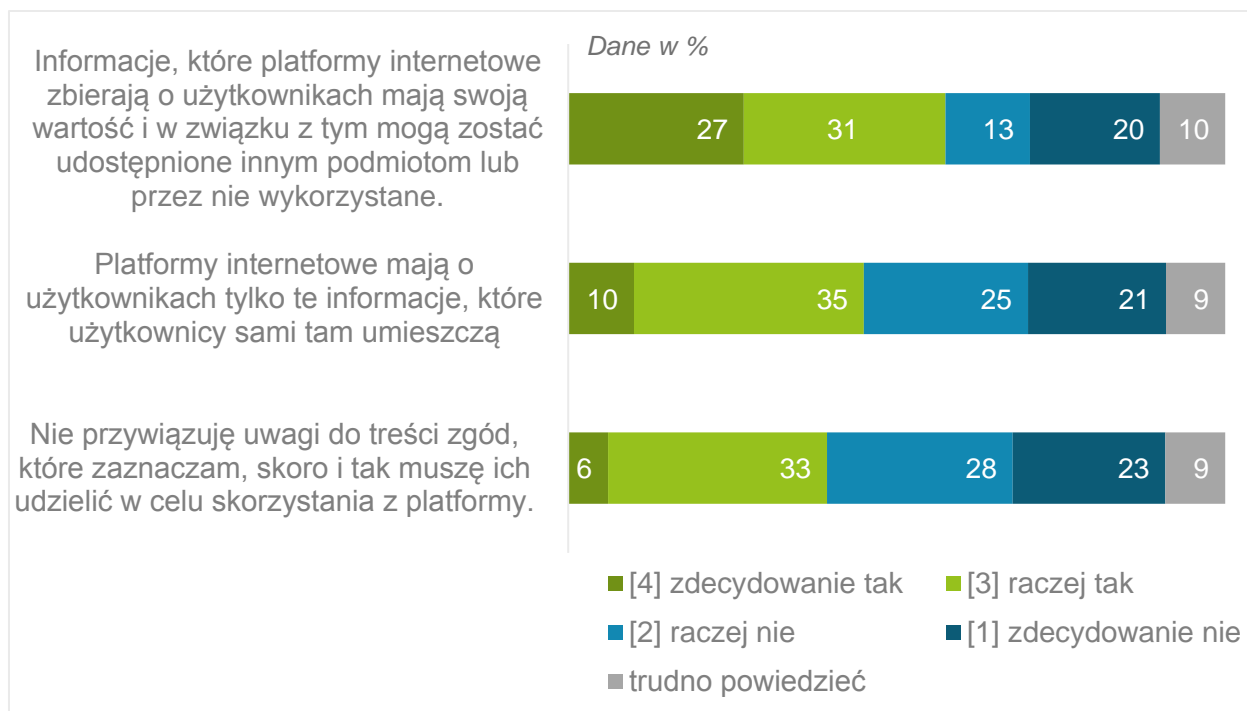
Młodzi, Włocławek

Wykres 22. Czy był(a)by Pan(i) skłonny(a) płacić za korzystanie z platformy internetowej, gdyby w zamian nie wykorzystywała ona w żaden sposób gromadzonych na Pana(i) temat informacji? [N=2012]



Ponadto na poziomie deklaracji respondenci wydają się dość świadomi, że ich dane są w dużym stopniu wykorzystywane przez platformy – 58% osób uważa, że są one wartościowe i w związku z tym mogą zostać udostępnione przez platformy innym podmiotom lub przez nie wykorzystane. Częściej jednak badani zgadzają się aniżeli nie zgadzają się z opinią (45% wobec 36%), że platformy posiadają tylko te dane, które sami udostępnimy. 51% badanych i tak deklaruje, że przywiązuje uwagę do treści wyrażanych zgód, natomiast 39% tego nie robi.

Wykres 23. Czy zgadza się Pan(i) czy też nie zgadza z następującą opinią? [N=2012]



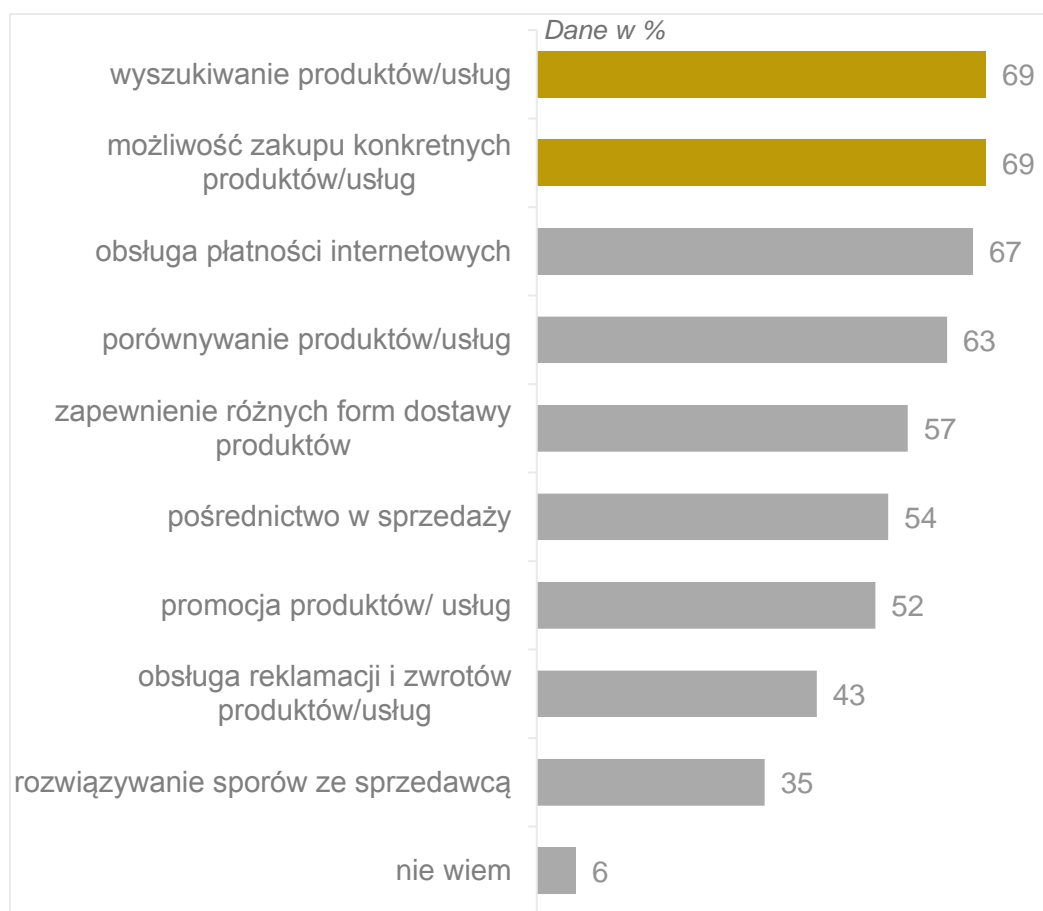
3.4 Internetowe platformy handlowe

Zakupy w Internecie są coraz popularniejsze, a tym samym coraz popularniejsze jest korzystanie z internetowych platform handlowych. Badani zostali zapytani o ich doświadczenia w kupowaniu na platformach handlowych. Przed blokiem pytań została zawarta następująca definicja określająca jak należy rozumieć pojęcie „platformy handlowe”.

„Porozmawiajmy teraz o zakupach, które robi Pan(i) za pośrednictwem platform internetowych. Chodzi nam o internetowe platformy handlowe, które zajmują się pośredniczeniem między sprzedającymi a kupującymi. Są na nich dostępne produkty wielu marek i od wielu sprzedających (usługi różnych dostawców). Nie chodzi nam o zakupy w tradycyjnych sklepach internetowych, gdzie sprzedawane są produkty jednej marki lub sam sklep jest jedynym sprzedawcą.”

Zdaniem większości internautów, platformy handlowe oferują przede wszystkim wyszukiwanie produktów/usług (69%), możliwość zakupu konkretnych produktów/usług (69%), obsługują płatności (67%) oraz umożliwiają porównywanie produktów (63%).

Wykres 24. Jakiego rodzaju usługi oferują internetowe platformy handlowe? [N=2012]



Główną korzyścią korzystania z platform handlowych jest, zdaniem internautów, duży wybór produktów/usług (58%). Dużą zaletą jest również możliwość znalezienia produktów w jednym miejscu (49%), wygodna płatność (43%) oraz możliwość łatwego porównywania produktów.

„Oszczędzam dzięki temu czas. Z telefonu, biorę telefon w rękę i załatwiam wszystko przez telefon. Nie muszę chodzić, jeździć szukać. Mam wszystko w jednym miejscu na jednym urządzeniu, więc to jest naprawdę super.”

Młodzi, Warszawa

„Wszystko jest w jednym miejscu, nie trzeba szukać kilku rzeczy rozsianych po Internecie.”

Młodzi, Warszawa

„Przeoglądam, ostatnio dużo kupowałam, bo kupiliśmy mieszkanie, więc żeśmy zamienili z większego na mniejsze, więc tych zakupów było. I to dla mnie było naprawdę taką wygodą, czy ja siadałam do Allegro, czy jakiejś jeszcze platformy. I to właśnie kupowanie, siadam swobodnie, w pokoju, z kawką, i sobie przeglądam te wszystkie oferty.”

Starsi, Warszawa

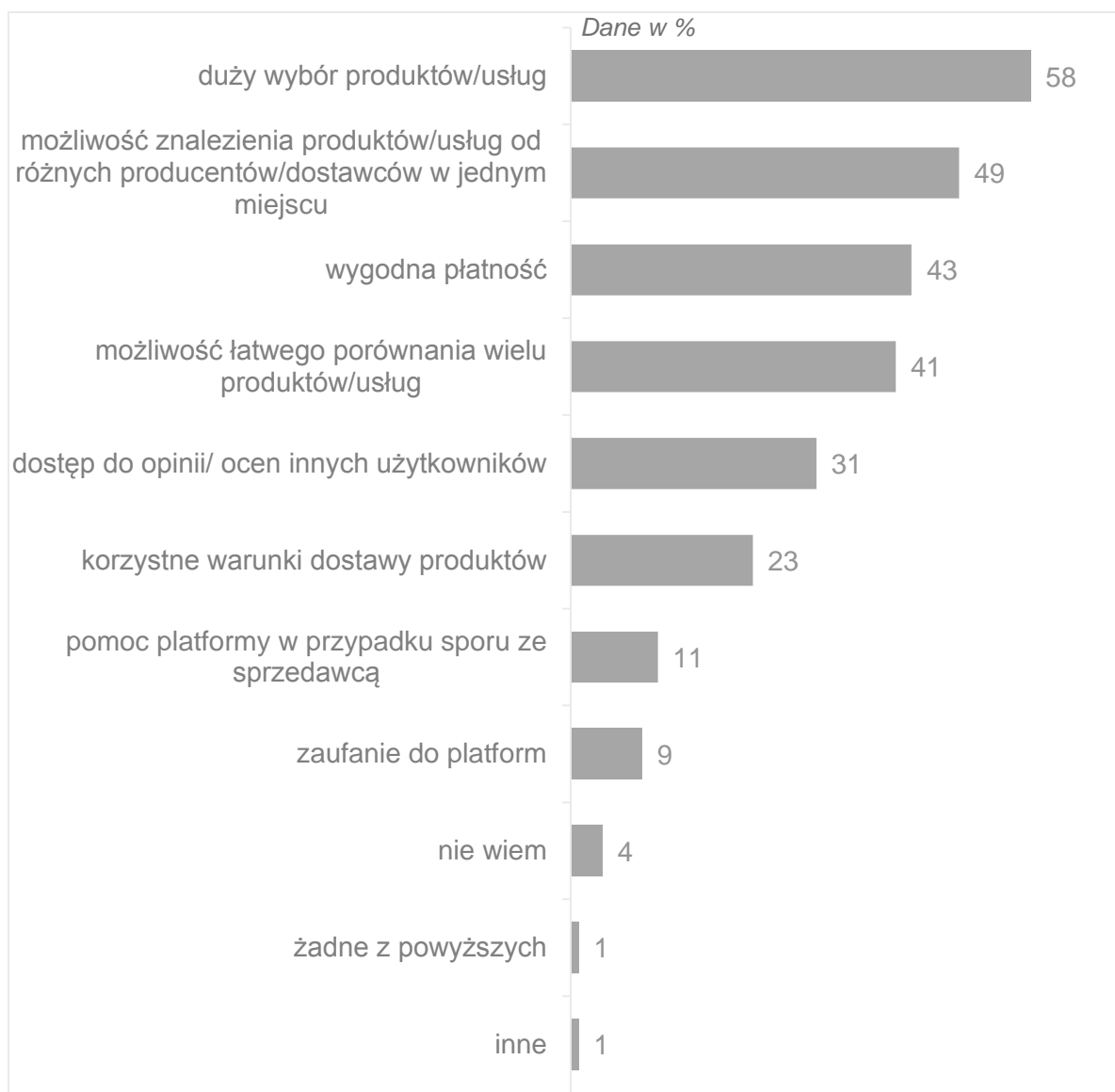
„Upatrzony towar, sprawdzony u wielu sprzedawców, łącznie z producentem, cenę wybierasz.”

Starsi, Warszawa

„Wygoda, bo o dowolnej porze dnia, nocy, niedziela, święto, nieważne. Automatycznie wszystko.”

Młodzi, Włocławek

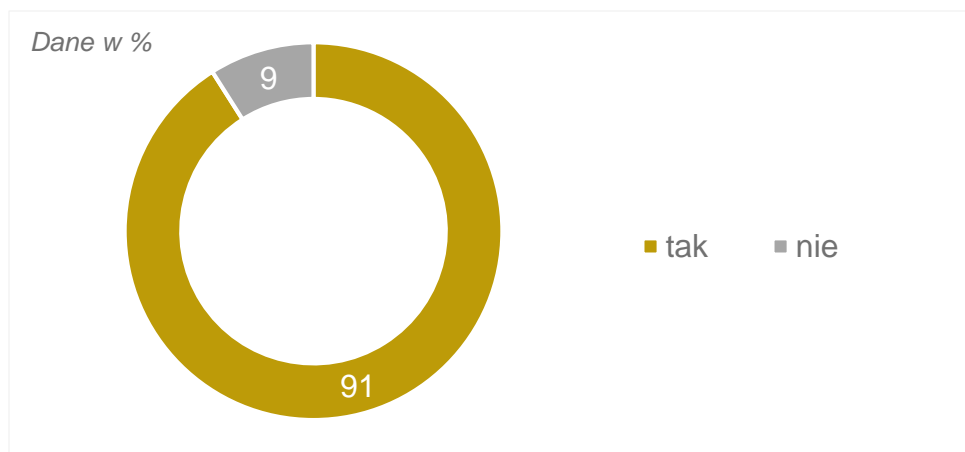
Wykres 25. Jakie w Pana(i) ocenie są największe korzyści wynikające z korzystania z internetowych platform handlowych? Prosimy wskazać maksymalnie 3 odpowiedzi. [N=2012]



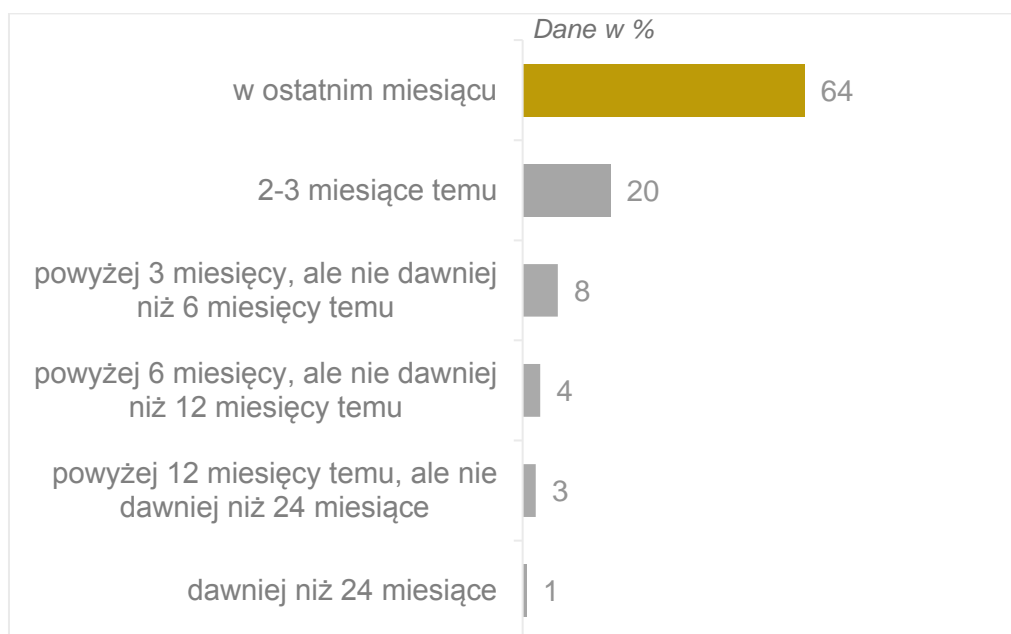
3.4.1 Dokonywanie zakupów na platformach handlowych

91% internautów przyznało, że dokonało kiedykolwiek zakupów na internetowej platformie handlowej. Większość tych osób (64%) takiego zakupu dokonała w ostatnim miesiącu, 20% 2-3 miesiące temu, a pozostałe 16% badanych dawniej niż 3 miesiące temu. Zakupy w Internecie są zatem czynnością dość regularną.

Wykres 26. Czy kiedykolwiek kupił(a) Pan(i) coś za pośrednictwem internetowej platformy handlowej? [N=2012]



Wykres 27. Kiedy ostatnio dokonał(a) Pan(i) zakupu za pośrednictwem platformy handlowej? [N=1825]



Ścieżka zakupowa obejmuje głównie dwa zachowania konsumentów – poszukiwanie produktów na konkretnej, ulubionej platformie (44%) lub wyszukiwanie za pomocą wyszukiwarki internetowej np. Google (32%).

„Jeżeli zależy mi na czasie to na przykład szybko szukam przez Allegro, Olx, coś co jest w mojej lokalizacji, sprawdzam czy jest opcja odbioru osobistego, lubię takie sytuacje. Patrzę, wiadomo, na komentarze, ale te typy wysyłki, jest milion opcji kurierskich, milion opcji poczty, sprawdzam, które są najfajniejsze. Jak chcę coś ciekawego i tanio i mogę czekać dwa tygodnie lub miesiąc to sobie na Aliexpress wchodzę, zamówię jakieś ciekawe ubrania, coś tam, jakieś szalone rzeczy, albo elektronikę na przykład, o dziwo te rzeczy działają.”

Starsi, Warszawa

„Jeżeli mam konkretną rzecz do kupienia, znaczy jeżeli czegoś szukam to pewnie podobnie, ale na przykład konkretną rzecz to wpisuję w Google i patrzę co mi tam wyskoczy i też sobie dobieram właśnie tą konkretną rzecz, gdzie jest dla mnie najwygodniej, najtaniej. Natomiast, jeżeli mam tylko w głowie coś, założmy, nie wiem, szafa dwudrzwiowa, nie wiem jaka, to po prostu wchodzę na grafikę, na obrazki w Google, szukam na przykład co najbardziej jest zbliżone, bo coś i się po prostu spodoba i wtedy już na tego konkretnego sprzedawcę.”

Starsi, Warszawa

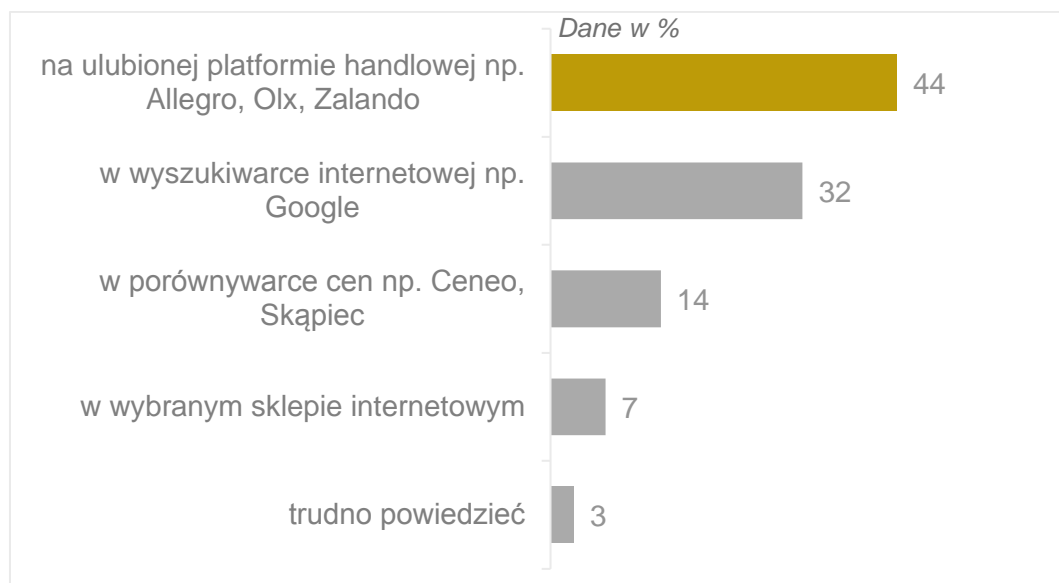
„To wpisuję «lampa», czy coś takiego, to co potrzebujesz. Przeglądam też oferty, wpisuję – żyrandole, to wszystko. Ostatnio żeśmy przeczesali bardzo dużo, aż się w głowie po prostu roilo od tego wszystkiego. Także wpisuję to co potrzebuję, wpisuje hasło, czy kupię to czy tamto, i wyskakują mi te wszystkie. Jak się już żyrandol spodobał, czy mebelki sosnowe, wciskam «kupię» i już, potem do banku się przechodzi i tak.”

Starsi, Warszawa

„A jeżeli to są takie zakupy w stylu, jakieś ciuchy, co do których nawet nie do końca wiem, czego szukam i jaki jest konkretny model, to przez główną wyszukiwarkę wpiszę sobie «bluzka rozmiar taki i taki», jakieś tam swoje parametry.”

Młodszy, Warszawa

Wykres 28. Gdzie w pierwszej kolejności rozpoczyna Pan(i) poszukiwania produktów lub usług podczas zakupów w Internecie? [N=1825]



Czynnikiem decydującym o finalnym zakupie jest przede wszystkim cena. Dla 48% jest to całkowita cena, czyli taka uwzględniająca koszt nie tylko produktu lub usługi, ale również opłaty dodatkowe jak np. dostawa. Natomiast dla 43% ważny jest stosunek ceny do jakości produktu, a dla 37% ważna jest cena samego produktu/usługi. Równie ważne są opinie o sprzedawcy i jego oceny (39%). Badani podczas grup dyskusyjnych przyznali, że często, wybierając konkretną ofertę, kierują się liczbą opinii i samymi opiniami. Są również przekonani, że dzięki zapoznawaniu się z opiniami i wybieraniu sprzedawców o pozytywnych ocenach są w stanie uniknąć sytuacji problemowych.

„Mnie interesują tylko opinie o sprzedającym, to jest ważne.”

Starsi, Warszawa

„Nawet jak są negatywy, to czasem one wynikają z takich sytuacji niezależnych od sprzedawcy. Lubię się czasami dowiedzieć jak ten sprzedawca reaguje, bo jeżeli się okazuje, że szybko łagodzi temat, to to nie jest wyznacznik, że ja już rezygnuję.”

Starsi, Warszawa

„Przez to, że czytam te opinie nie miałem jeszcze takiej żadnej przygody. Wszystko jest w porządku.”

Młodszy, Warszawa

„Ja ostatnio gdzieś tam czytałem, ale o żadnej w sumie z wymienionych, gdzieś tam mi się wyświetliło, chyba reklama na Facebooku, reklama jakichś butów i zacząłem od przeczytania opinii, bo troszeczkę te ceny były dość za bardzo zaniżone typu promocje z 370 na 115 i mówię, że coś jest nie bardzo. I tam powiedzmy dwie opinie na dziesięć były okej, a 8 było w ogóle tam nie to, co potrzeba.”

Młodszy, Włocławek

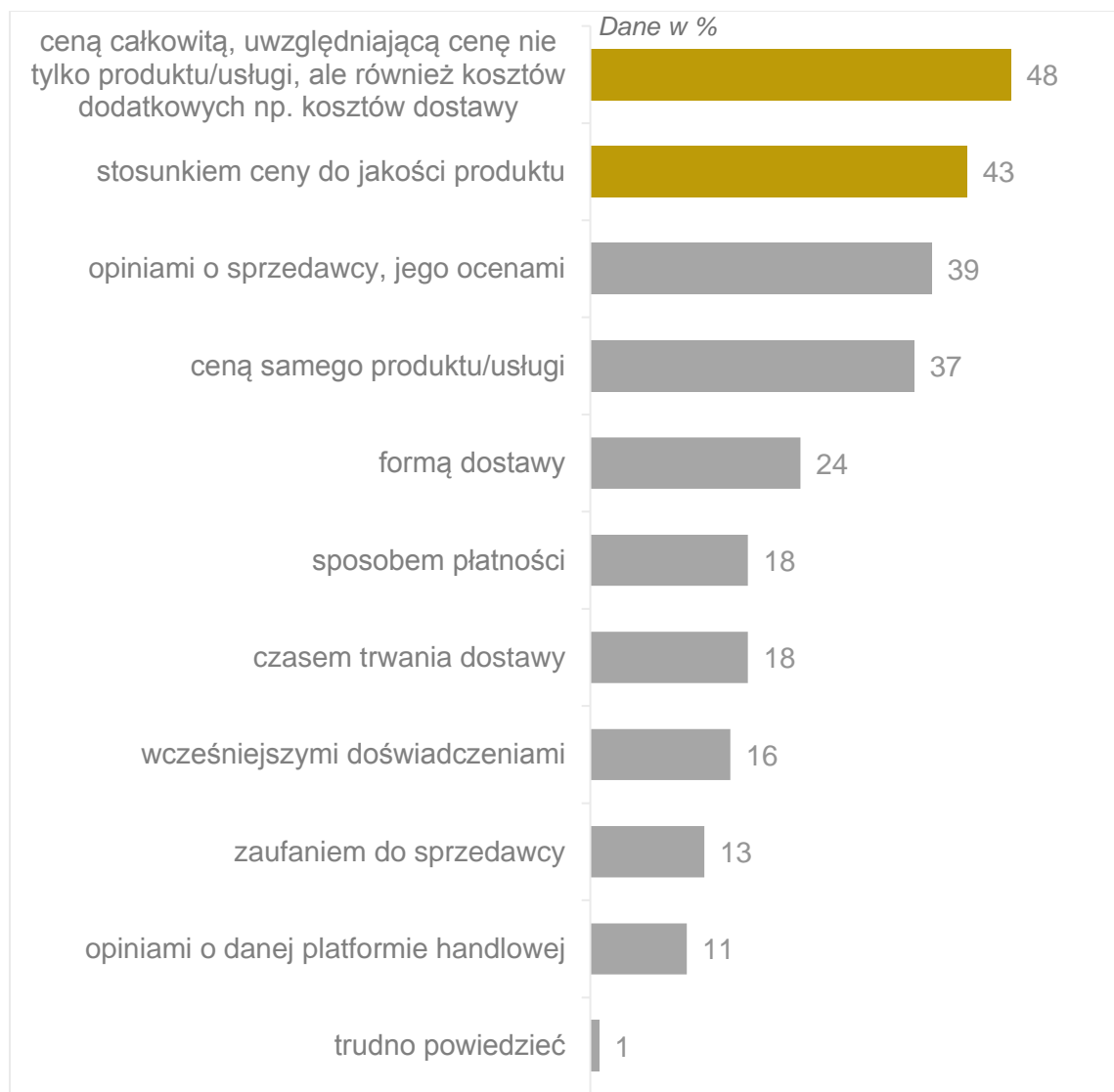
„Znaczy to też zależy na jakiej to jest stronie, bo też czasami widać, to można odróżnić kiedy opinie są jakoś moderowane, w sensie, że to są tylko jak gdyby wykupione i są tylko świetne, a gdzieś tam się na którejś stronie po boku znajdzie gdzieś takie prawdziwe opinie, nie wyczyszczone, gdzie... Nieraz tak bywa, że szukamy konkretnego produktu i jest w jakimś tam sklepie, którego nie znamy, a potem okazuje się, że fajna cena itd., ale doczyta się opinie ludzi, którzy kupowali, że na przykład okazało się, że czekał dwa miesiące, albo okazało się, że to w ogóle nie jest to co zamówił itd., albo często jest tak, że w ogóle nic nie przychodzi.”

Starsi, Warszawa

„Na Aliexpress jeszcze jest taka opcja, że tam wchodzi się w komentarze, fakt, że może nie po polsku, ale jest taka opcja, że można zobaczyć zdjęcie. Osoby, które dostały to, to robią swoje zdjęcia w domu, także my możemy to zobaczyć jeszcze od innej strony. Nie od tej strony reklamy, na przykład bluzka na modelce tylko kupuję, sama ją zakładam, robię sobie zdjęcia albo ona leży, przybliżenia, nawet szwy jakie są, jak jest gdzieś krzywo przeszyte.”

Starsi, Włocławek

Wykres 29. Czym się Pan(i) kieruje decydując, który produkt/ usługę ostatecznie kupić? [N=1825]



Zakupy internetowe coraz częściej wydają się konsumentom atrakcyjniejsze niż zakupy tradycyjne. Najczęściej jeśli respondenci szukali danego produktu/usługi online to w taki właśnie sposób finalnie dokonują jego zakupu (76%). Konsumentów często jednak kupują w Internecie produkty, które obejrzeliby w sklepie stacjonarnym (59%). Według opinii badanych wyrażonych podczas wywiadów grupowych liczy się tutaj: większy wybór i dostępność (np. rozmiar, kolor), promocje niedostępne w sklepach stacjonarnych, a czasem także możliwość zwrotu bez podania przyczyny. Rzadziej,

ale także zdarza się, że respondenci oglądają produkt w sieci, a kupują stacjonarnie. Takie sytuacje zdarzyły się 46% badanym.

Jak wynika z badań jakościowych, dla niektórych konsumentów internetowe platformy handlowe stają się podstawowym miejscem zakupów ze względu na wygodę, przyzwyczajenie i zaufanie do nich, a także duży wybór produktów.

„Naprawdę nie chce mi się chodzić do sklepu. Wszystko przez Internet.”

Młodzi, Włocławek

„Ja tak miałam ostatnio z butami, polowałam na nie chyba ze trzy miesiące, ceny były różne, czekałam na okazję, gdzieś wcześniej przymierzyłam w sklepie biegowym, i okazało się, że na Allegro sklep robił jakąś wyprzedaż i tam była cena najkorzystniejsza.”

Starsi, Warszawa

„Nie, prędeż w sklepie coś mi się upatrzy, potem zobaczymy w domu na Internecie za ile można to kupić taniej. W ten sposób, w drugą stronę.”

Starsi, Warszawa

„Przez Internet można dokonać zwrotu bez podawania przyczyny, w sklepie stacjonarnym często nie można tego zrobić. Ja na przykład z tego względu, jeżeli mam możliwość, to gdzieś oglądam na żywo a później zamawiam przez Internet, bo a nuż będę chciała zwrócić.”

Starsi, Warszawa

„Nie, ale staram się wtedy iść do sklepu, poprzymierzać, ale zamówić i tak ze strony internetowej danego sklepu. Albo jakaś promocja, a przymierzone już mam, bo jednak w sklepie przymierzam.”

Młodzi, Włocławek

„Zależy, co to jest, ale staram się chociaż iść, tak jak kiedyś kupowałam komuś głośniczek czy wybieraliśmy, poszliśmy do sklepu, przetestowaliśmy, sparowaliśmy z telefonem, wiedzieliśmy jak gra, co możemy się po tym spodziewać, no i cyk 3 dychy czy tam 4 dychy taniej w Internecie.”

Młodzi, Włocławek

„Mniej więcej mieszkanie kończę remontować, urządzać, więc praktycznie wszystko przez Internet kupuję, tylko że jeżeli chodzi o jakiś sprzęt, lodówkę, telewizor czy zmywarkę, to jednak wolę ją w sklepie zobaczyć, ale w Internecie i tak czytam opinie, szukam gdzie będzie taniej.”

Młodszy, Warszawa

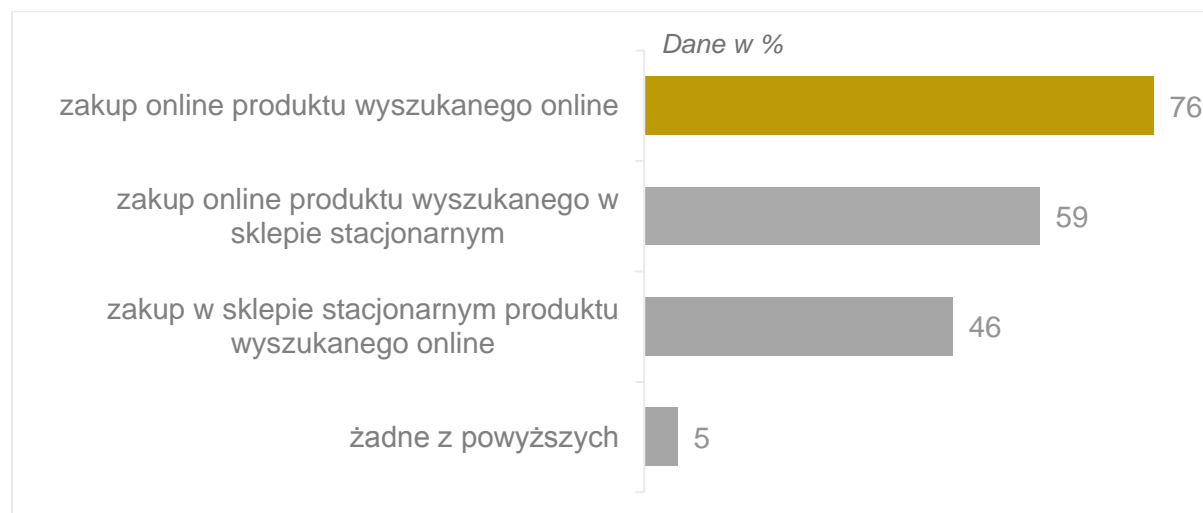
„Wybranie tego co ma być, czyli na przykład stół, obejrzenie dwóch, trzech, czterech stołów. Zaczyna się od konstrukcji dołu, góry, jak to wygląda, później jakie kolory, czy są podchodzące i jest porównywanie cen, czy ewentualnie jest gdzieś blisko, może zostawmy do jutra, jak już jesteśmy gotowi do kupna, to może jest gdzieś blisko, sprawdzmy w tym sklepie (...) A jak jest gdzieś w Warszawie obok to byśmy go obejrżeli.”

Starszy, Warszawa

„Jeżeli chodzi o elektronikę, to sprawdzam w Internecie jakie są parametry, cena, gdzie mam iść i zdarza się, bo tata idzie ze mną, to pójdę.”

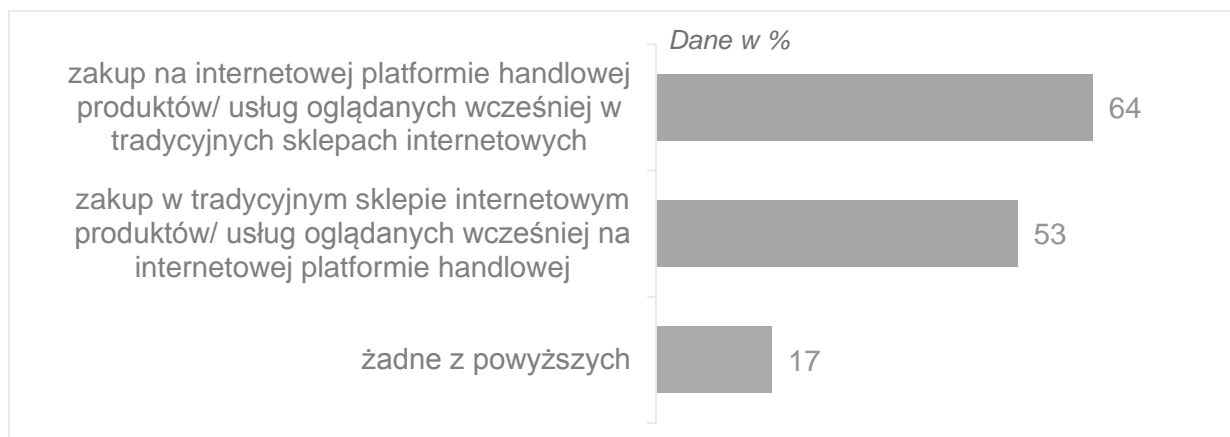
Młodszy, Włocławek

Wykres 30. Które z następujących sytuacji kiedykolwiek się Panu(i) zdarzyły? [N=1825]



Nieco częściej respondenci preferują platformy handlowe niż konkretne sklepy internetowe danych producentów – 64%. Wciąż jednak 53% badanych zdarzyła się sytuacja zakupu produktu w tradycyjnym sklepie internetowym, który wyszukali na platformie handlowej.

Wykres 31. Czy zdarzyła się Panu(i) któraś z następujących sytuacji? [N=1825]



3.4.2 Wyszukiwanie ofert/produktów

Oferty, które pojawiają się w wynikach wyszukiwania na platformach handlowych mogą pojawiać się w określonej kolejności tworząc posegregowane pionowe listy ofert określane mianem „listingów”. Dwie trzecie osób kupujących w Internecie jest w stanie przejrzeć od kilku takich ofert (28%), po taką liczbę ile zmieści się na jednej stronie (19%) czy nawet na 2-3 stronach (17%). Ponadto 9% badanych deklaruje, że jest w stanie przejrzeć nawet wszystkie oferty zanim zdecyduje się na tę, którą finalnie zakupi.

„Ja ciągle coś kupuję. To powiedzmy na Marketplacce [Facebook] można sobie ustawić kategorie co chce się kupić, powiedzmy bluzkę jakąś, no i się wpisuje «bluzka», wyskakuje ileś tam bluzek, można przeglądać, przeglądać, no i jakąś tam kupić.”

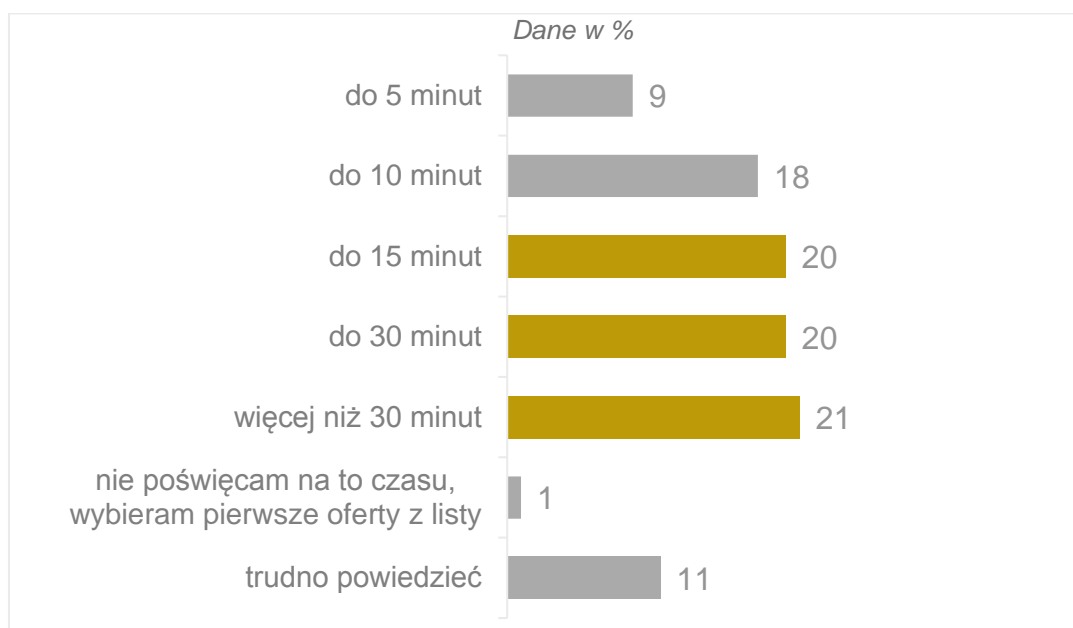
Młodzi, Warszawa

Wykres 32. Ile ofert, które pojawiają się w ramach posegregowanej listy, jest Pan(i) skłonny(a) przejrzeć szukając takiej, z której finalnie Pan(i) skorzysta? [N=1825]



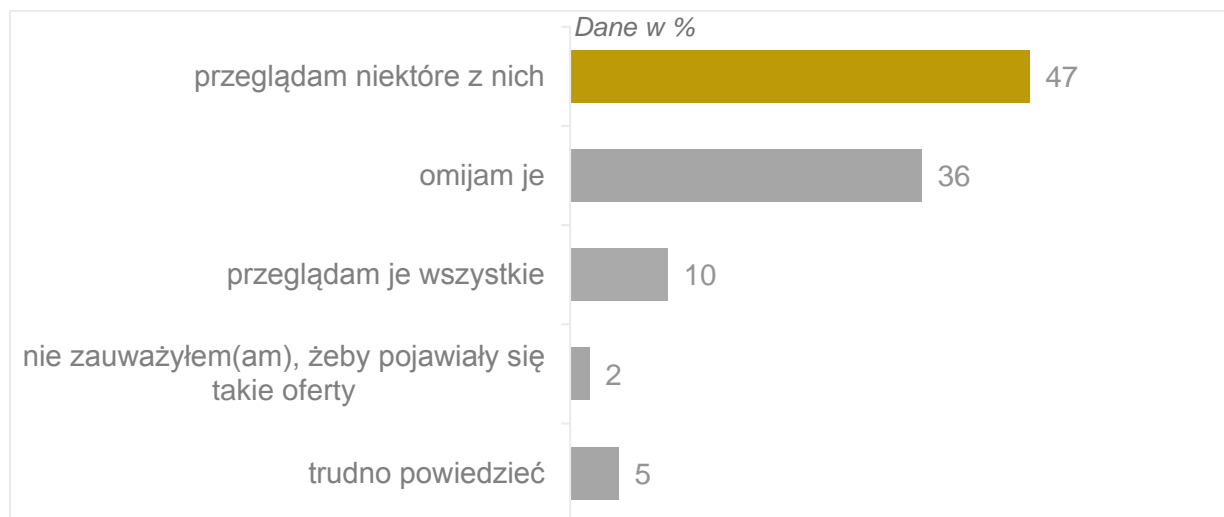
21% badanych na przeglądanie ofert jest w stanie poświęcić powyżej 30 minut. Czas od 5 do 15 minut jest w stanie poświęcić 38% badanych. Natomiast co piąty badany (20%) poświęca na tę czynność od 15 do 30 minut.

Wykres 33. Ile czasu jest Pan(i) skłonny(a) poświęcić na przeglądanie takiej listy ofert? [N=1825]



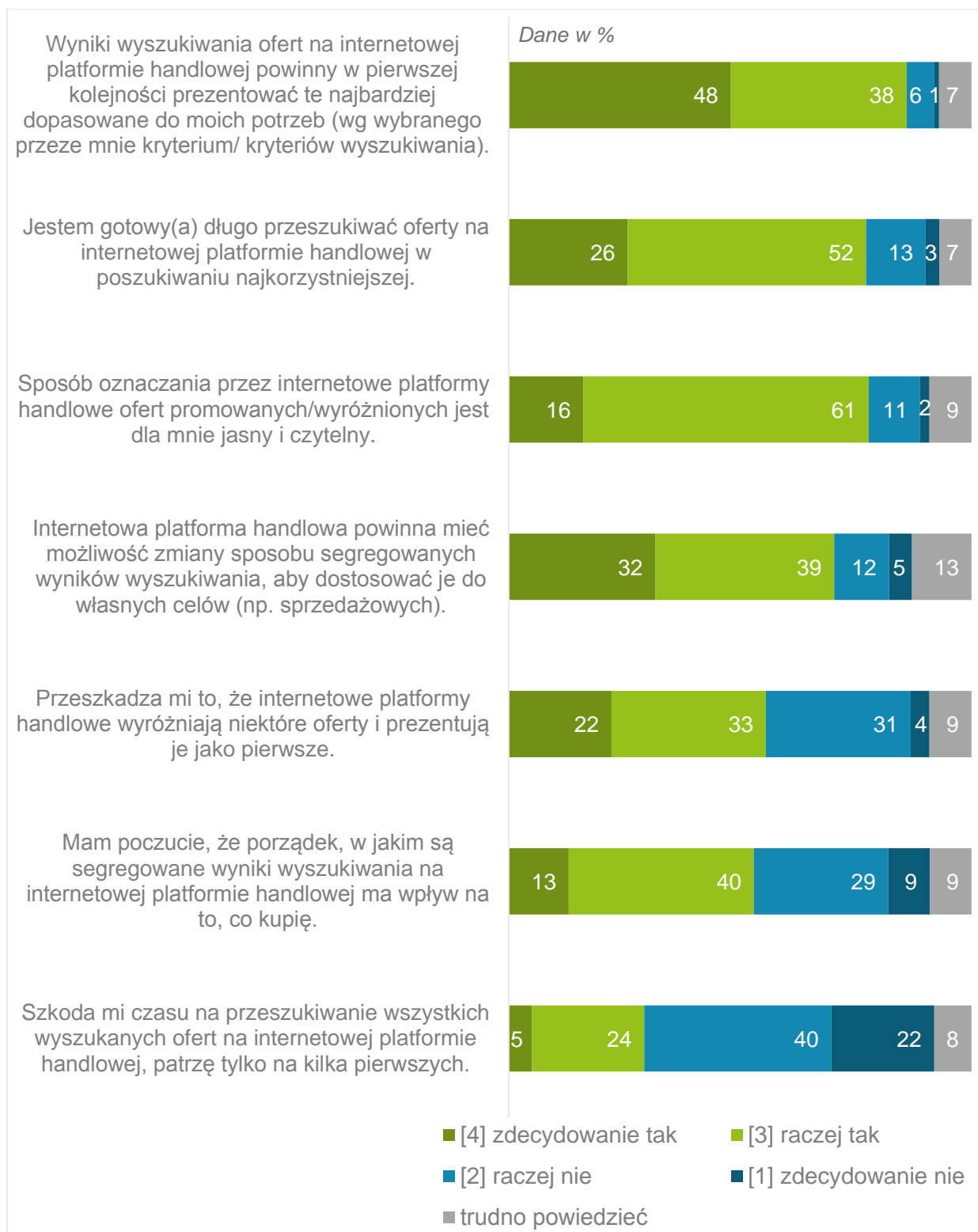
Oferty sponsorowane są częściej przeglądane przez badanych (47% przegląda niektóre z nich, a 10% przegląda wszystkie) niż omijane – 36%. Natomiast 2% osób przyznaje, że nie zauważyło, aby pojawiały się takie oferty.

Wykres 34. Co robi Pan(i) z ofertami sponsorowanymi, wyróżnionymi, które pojawiają się podczas wyszukiwania na liście ofert? [N=1825]



Zarówno personalizowanie, jak i listingi to funkcjonalności, w przypadku których konsumenci widzą więcej plusów niż minusów. 86% badanych chciałoby, że oferty były jak najbardziej dopasowane do ich potrzeb. 78% przyznaje ponadto, że jest gotowa długo przeszukiwać oferty, a sposób oznaczania ofert wyróżnionych/promowanych jest dla nich jasny (77%). Wyróżnianie ofert przeszkadza jednak ponad połowie badanych (55%). 53% badanych uważa, że sposób segregacji wpływa na to, co kupią, a 38% jest przeciwnego zdania. Ponad co czwarty konsument (29%) przyznaje, że szkoda mu czasu na przeszukiwanie wszystkich ofert i patrzy tylko na kilka pierwszych.

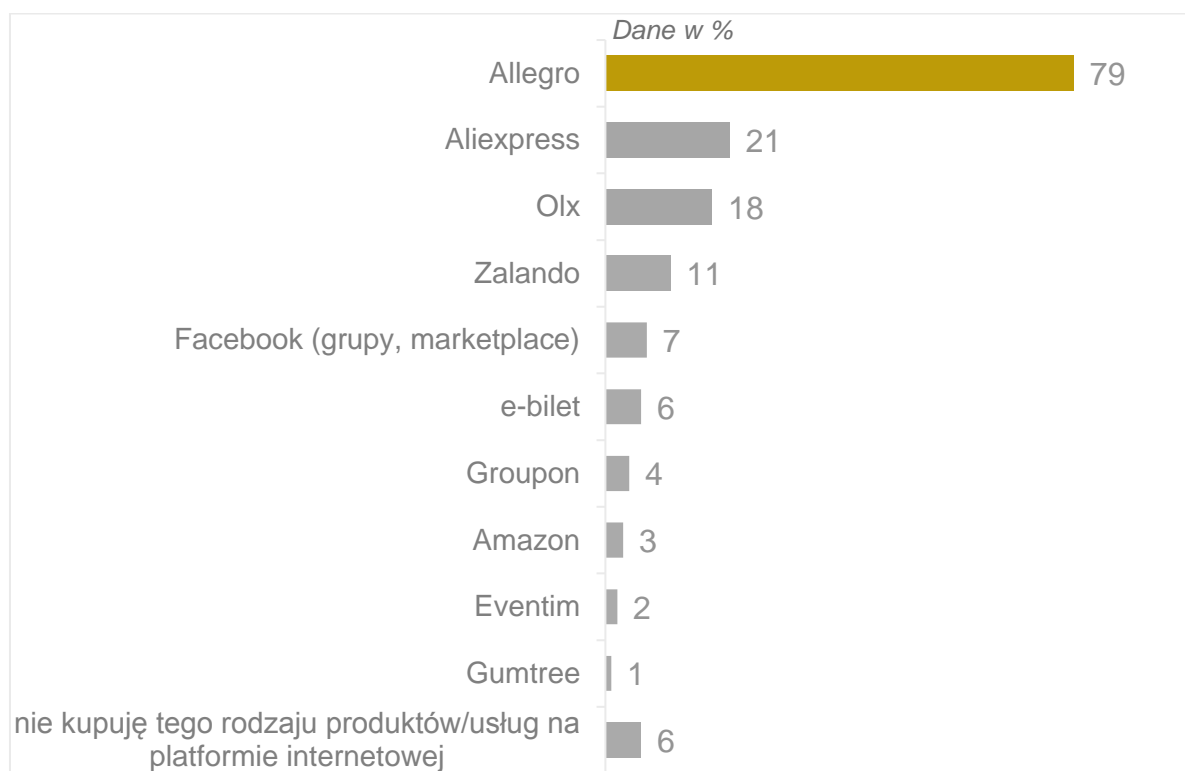
Wykres 35. Czy zgadza się Pan(i) czy też nie zgadza z następującą opinią... [N=1825]



3.4.3 Preferencje korzystania z poszczególnych platform

Nowe produkty konsumenci najczęściej kupują na Allegro (79%). Co piąty respondent kupuje również na platformie zagranicznej – Aliexpress. Trzecią platformę na której badani najczęściej dokonują zakupu nowych produktów jest Olx (18%).

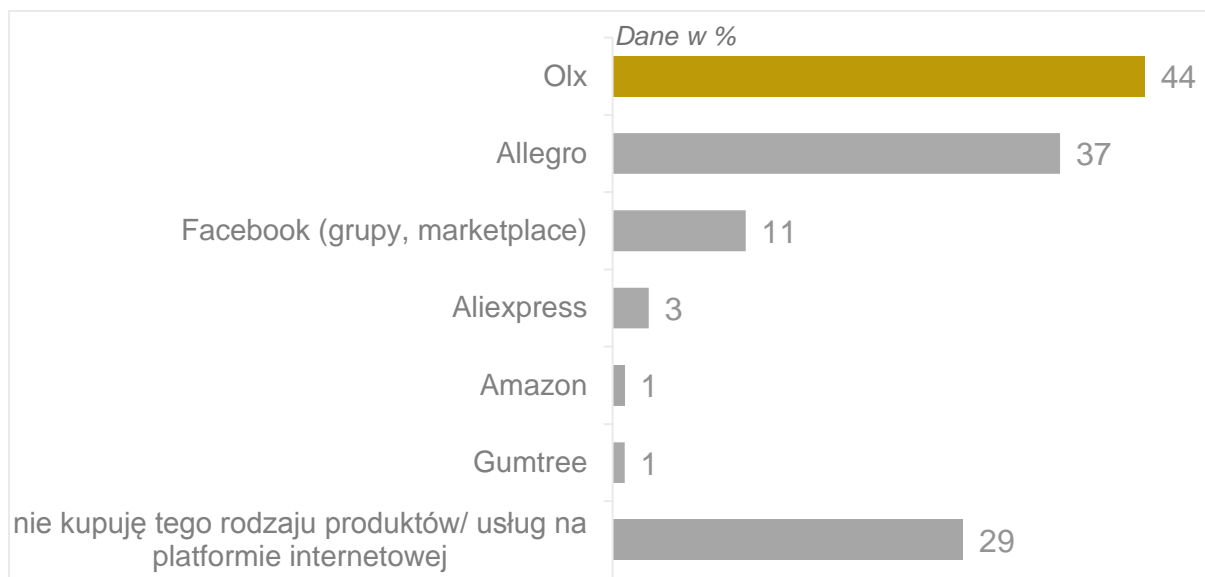
Wykres 36. Na których z następujących platform internetowych najczęściej kupuje Pan(i) ...? NOWE PRODUKTY [N=1794]⁶



Ponad co czwarty respondent (29%) przyznaje, że nie kupuje w Internecie rzeczy używanych. Osoby, które szukają takich produktów w sieci najczęściej dokonują zakupów na Allegro (44%) oraz na Olx (37%). Coraz popularniejszy staje się także pod tym kątem Facebook (marketplace czy grupy) – 11%.

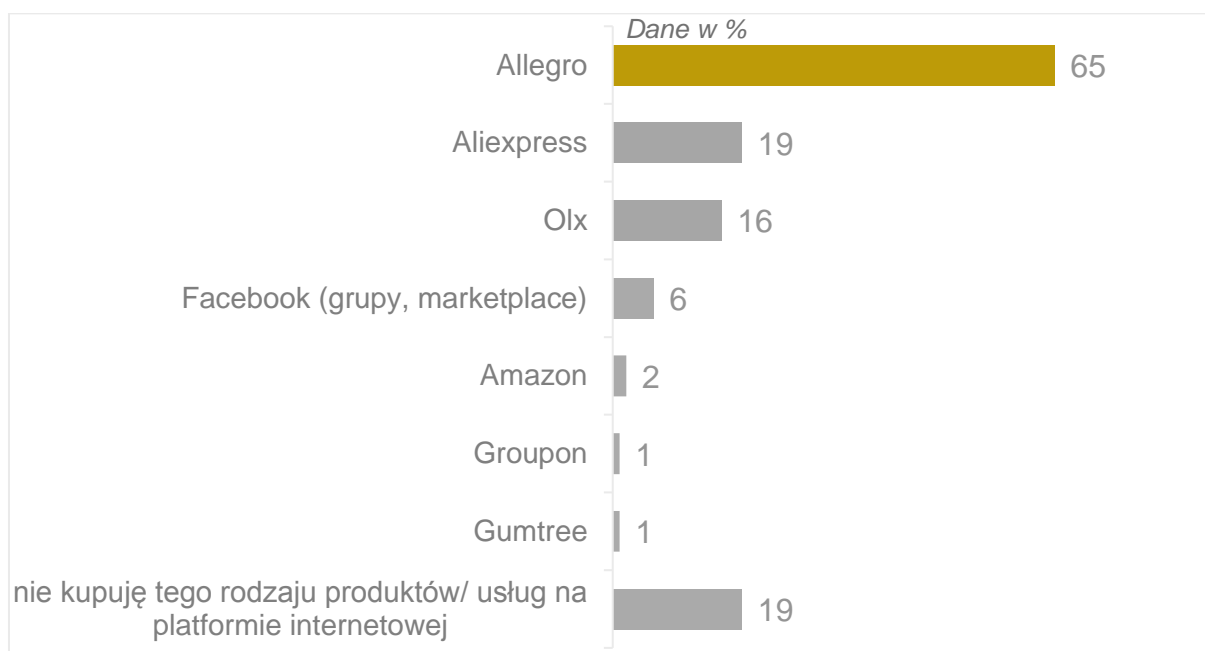
⁶ Osoby, które korzystają przynajmniej od czasu do czasu z wymienionych platform.

Wykres 37. Na których z następujących platform internetowych najczęściej kupuje Pan(i) ...? UŻYWANE PRODUKTY [N=1794]

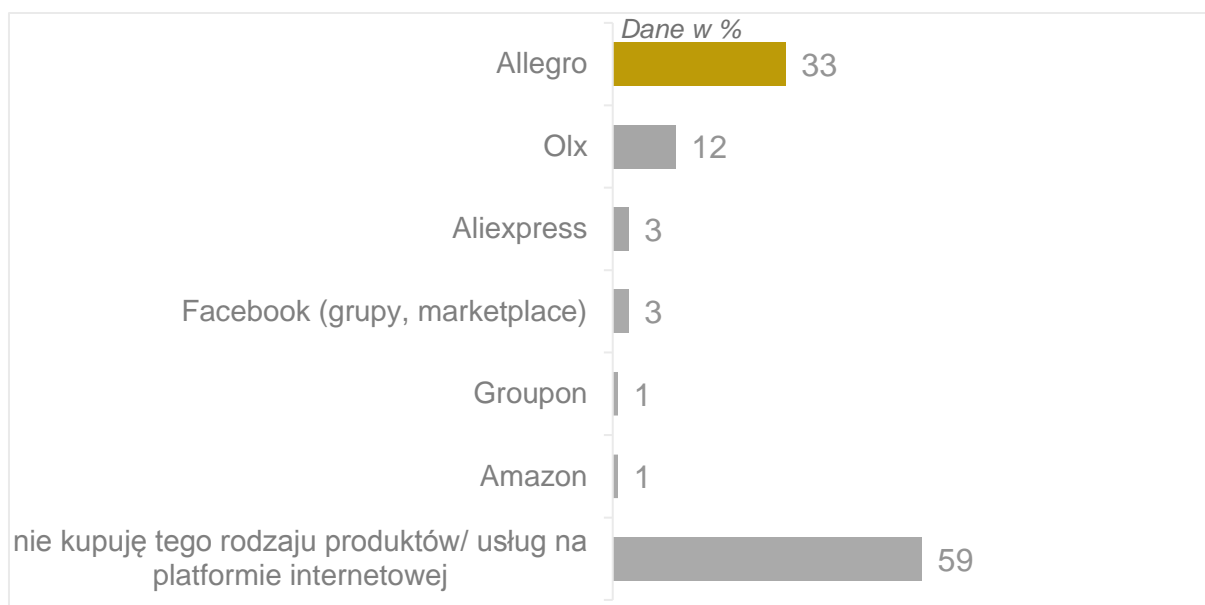


Przedmioty gospodarstwa domowego, podobnie jak meble i elementy wyposażenia wnętrz badani najczęściej kupują na Allegro (odpowiednio 65% i 33%). Drobne przedmioty gospodarstwa domowego internauci kupują również na Aliexpress (19%) oraz na Olx (16%). Natomiast meble generalnie rzadko kupuje się online – 59% nie kupuje takich produktów na platformach handlowych.

Wykres 38. Na których z następujących platform internetowych najczęściej kupuje Pan(i) ...? PRZEDMIOTY NA POTRZEBY GOSPODARSTWA DOMOWEGO? [N=1794]

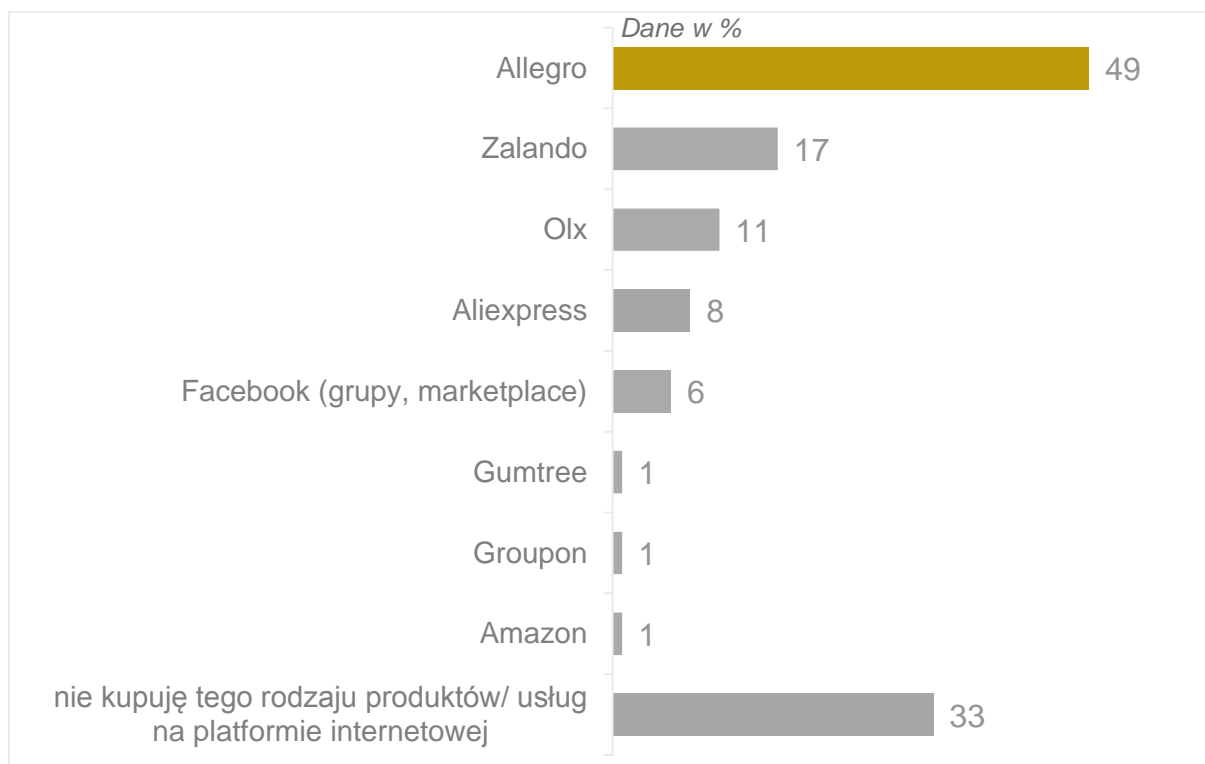


Wykres 39. Na których z następujących platform internetowych najczęściej kupuje Pan(i) ...? MEBLE I ELEMENTY WYPOSAŻENIA WNĘTRZ [N=1794]



Odzież, obuwie i dodatki połowa badanych (49%) kupuje za pośrednictwem Allegro. W następnej kolejności zakupu takich produktów badani dokonują na Zalando (17%). Na Olx zakupów dokonuje 11% badanych, a na Aliexpress 8%. Co trzeci badany nie kupuje odzieży, obuwia ani dodatków na platformach handlowych.

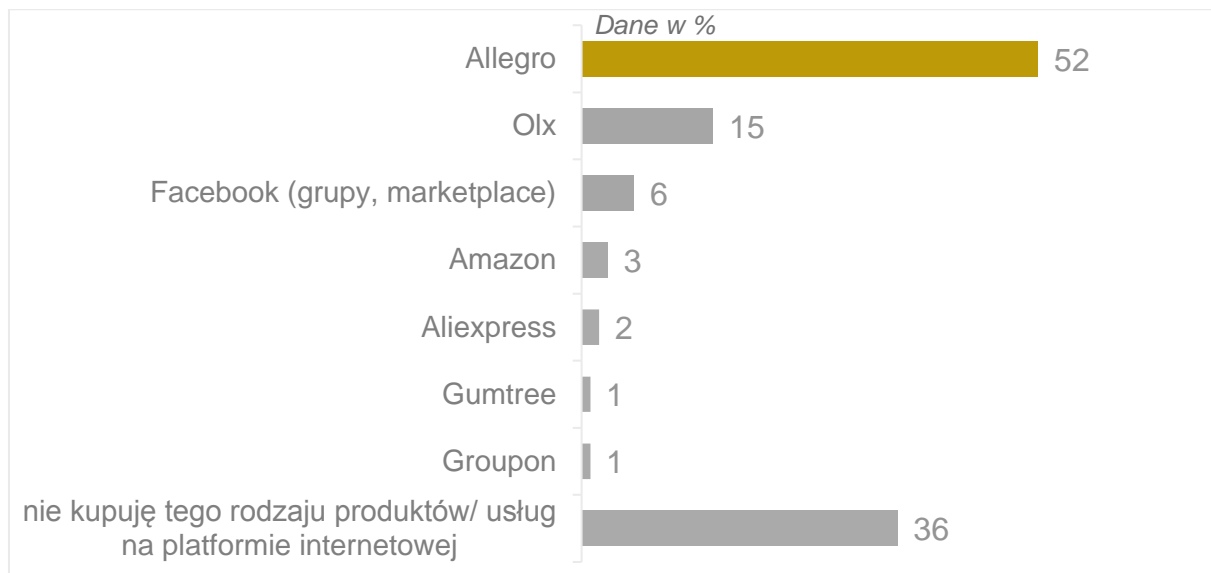
Wykres 40. Na których z następujących platform internetowych najczęściej kupuje Pan(i) ...? ODZIEŻ, OBUWIE, DODATKI? [N=1794]



Na Allegro równie chętnie badani kupują książki, płyty, filmy czy gry (52%). Dużo rzadziej produkty takie konsumenci kupują na Olx (15%). Natomiast 36% badanych w ogóle nie kupuje takich produktów za pośrednictwem platform internetowych.

Jeszcze więcej osób (43%) nie kupuje przez Internet zabawek i artykułów dziecięcych. Jeśli badani kupują takie rzeczy online to najczęściej na Allegro (48%).

Wykres 41. Na których z następujących platform internetowych najczęściej kupuje Pan(i) ...? KSIĄŻKI, PŁYTY, FILMY, GRY? [N=1794]

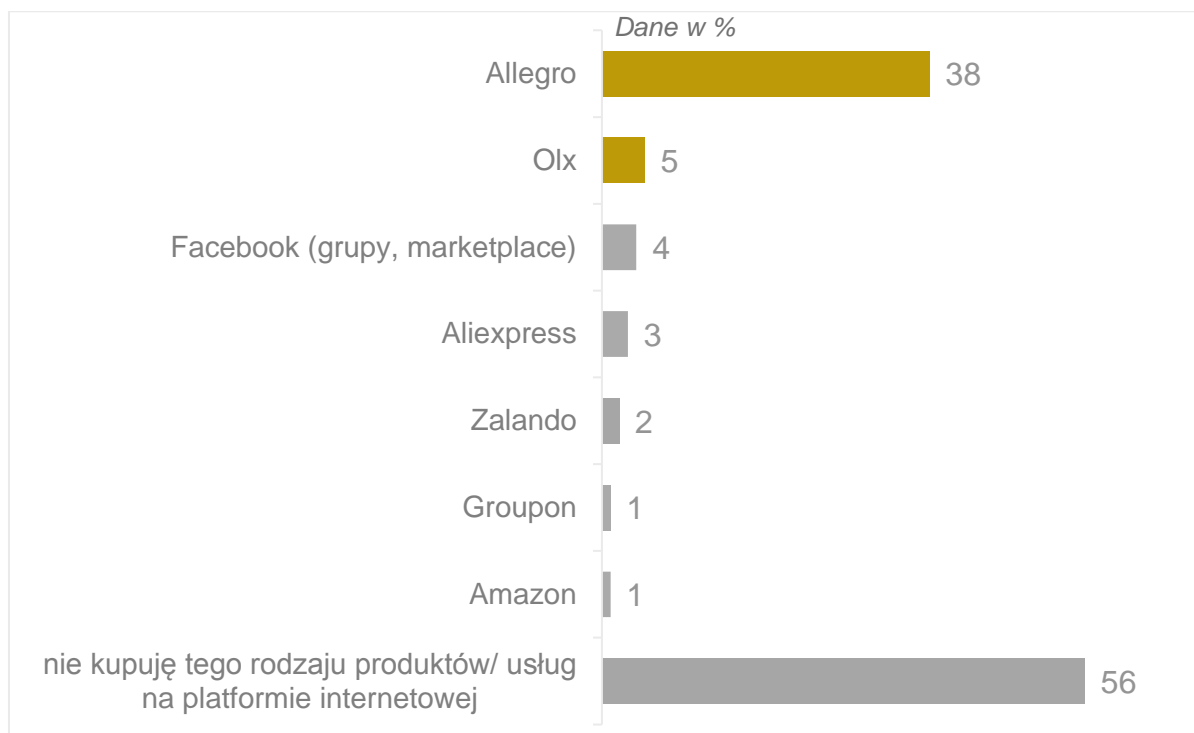


Wykres 42. Na których z następujących platform internetowych najczęściej kupuje Pan(i) ...? ZABAWKI, ARTYKUŁY DZIECIĘCE? [N=1794]



Rzadko przez platformy internetowe konsumenci kupują również kosmetyki, perfumy oraz biżuterię (odpowiednio 56% oraz 71% nie kupuje takich produktów na platformach). W przypadku kosmetyków czy perfum 38% dokonuje zakupów na Allegro, podobnie jak w przypadku biżuterii (21% kupuje na Allegro).

Wykres 43. Na których z następujących platform internetowych najczęściej kupuje Pan(i) ...? KOSMETYKI, PERFUMY [N=1794]

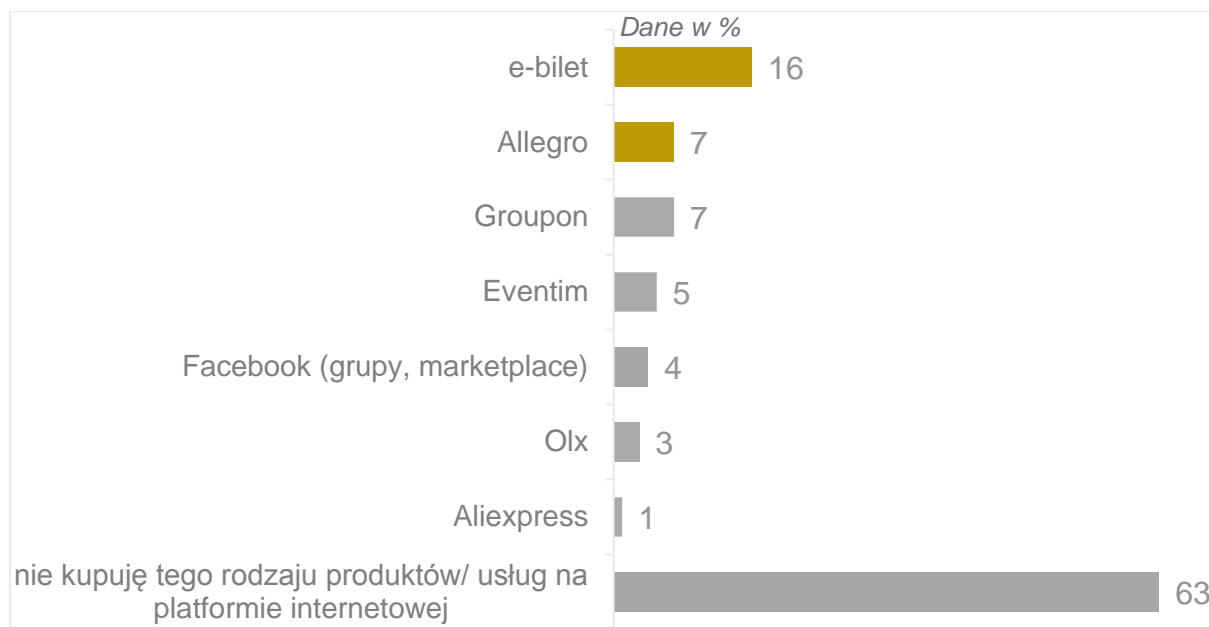


Wykres 44. Na których z następujących platform internetowych najczęściej kupuje Pan(i) ...? BIŻUTERIA [N=1794]



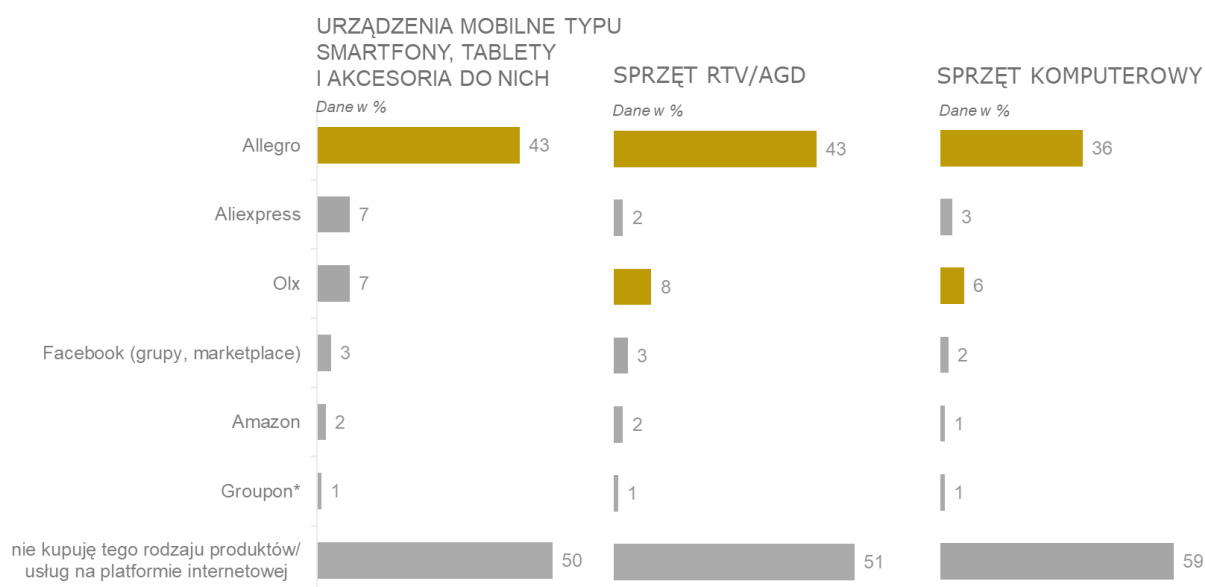
63% osób nie kupuje za pośrednictwem platform również biletów do kina, teatru czy na koncert. Osoby wybierające zakup takich produktów w Internecie stawiają na konkretne, przygotowane do tego sprzedaży platformy np. e-bilet (16%) czy Eventim (5%). Nadal jednak 7% badanych kupuje bilety na Allegro bądź Grouponie (7%).

Wykres 45. Na których z następujących platform internetowych najczęściej kupuje Pan(i) ...? BILETY DO KINA, TEATRU, NA KONCERTY ITP. [N=1794]



Sprzęt komputerowy, urządzenia mobilne czy RTV/AGD również najczęściej konsumenci kupują na Allegro. Warto jednak zauważyć, że połowa lub więcej osób kupujących w Internecie nie kupuje takich produktów za pośrednictwem platform internetowych.

Wykres 46. Na których z następujących platform internetowych najczęściej kupuje Pan(i) ...? [N=1794]



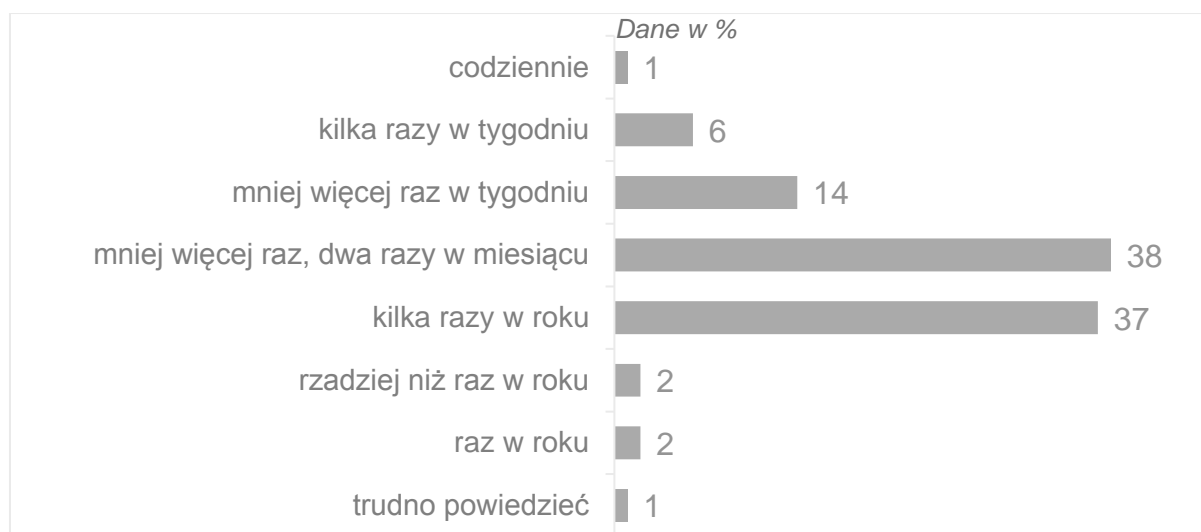
*Oferta sprzętu komputerowego oraz RTV/AGD na platformie Groupon zazwyczaj występuje w postaci ofert zniżkowych na zakupy w sklepach, nie bezpośrednio na platformie Groupon.

3.4.4 Porównanie wybranych platform: zakupy na Allegro, Amazon oraz Aliexpress

Allegro

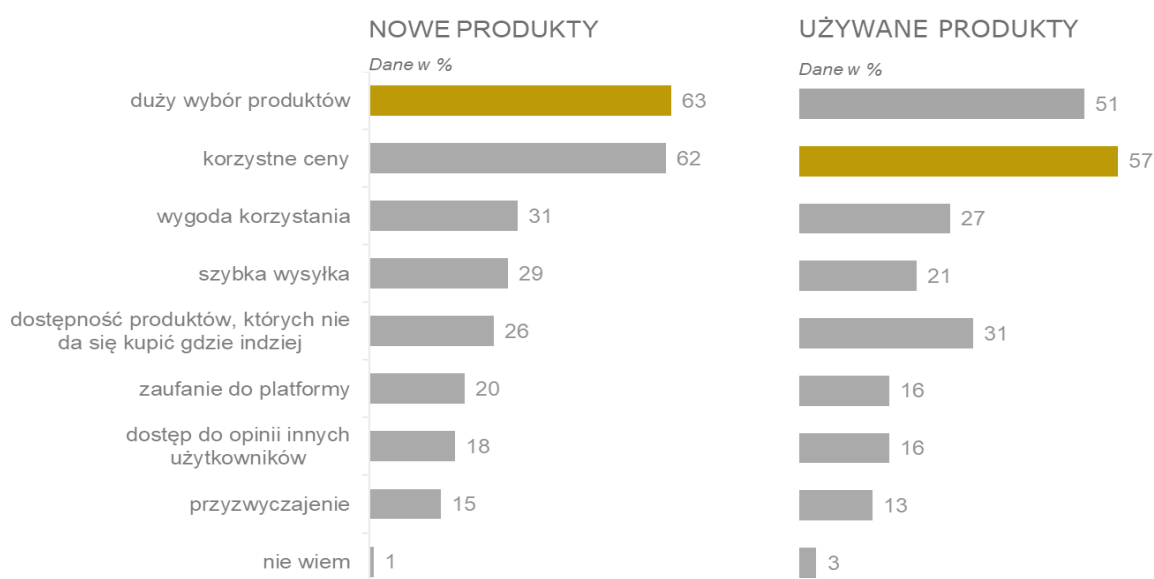
Allegro to najbardziej rozpoznawalna z platform internetowych. Skupia również najwięcej użytkowników i jest najpopularniejszą platformą handlową na której badani kupują. Badanie jakościowe pokazało również, że Allegro ma bardzo dobrą opinię wśród badanych, ponieważ istnieje od lat, a kupowanie na tej platformie jest postrzegane jako bezpieczne. Ponad połowa badanych (59%) kupuje na Allegro raz w miesiącu lub częściej.

Wykres 47. Jak często kupuje Pan(i) na ALLEGRO? [N=1576]



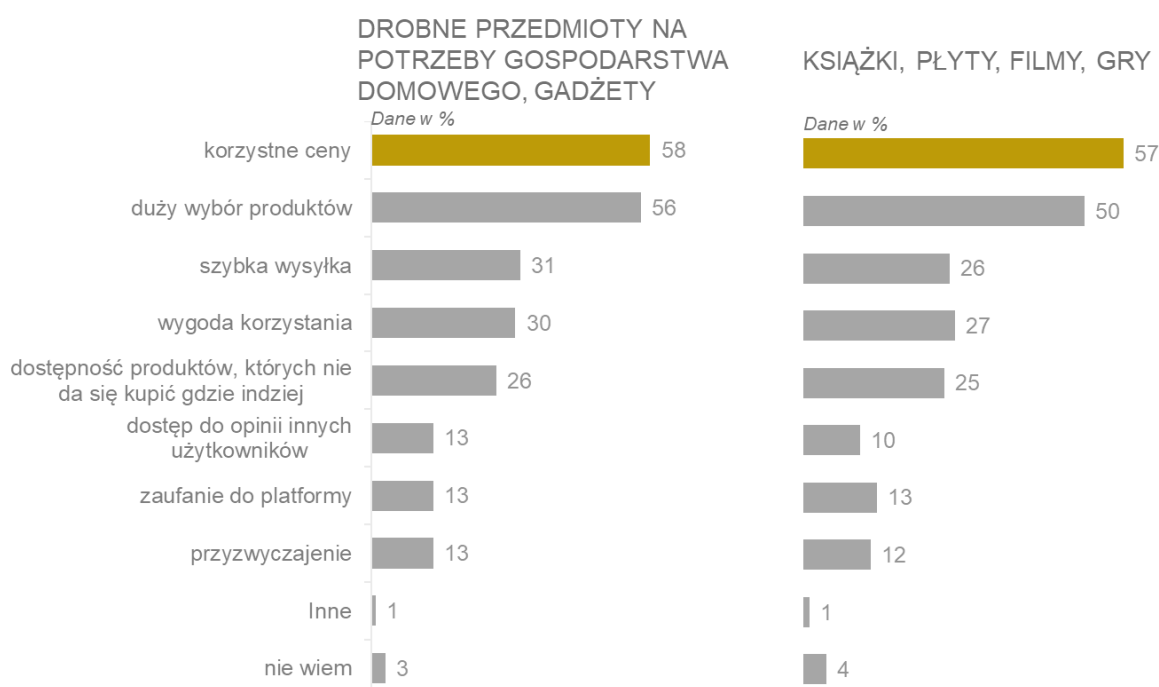
Na Allegro badani kupują najróżniejsze produkty. Najczęściej są to ogólnie nowe produkty, drobne przedmioty na potrzeby gospodarstwa domowego, gadżety a także książki, płyty, filmy, gry. Konsumentów zachęca głównie szeroki asortyment i ceny.

Wykres 48. Dlaczego ten produkt najchętniej kupuje Pan/i właśnie na Allegro? NOWE PRODUKTY [N= 1419], UŻYWANE PRODUKTY [N=669]



Drobne przedmioty na potrzeby gospodarstwa domowego, gadzety oraz książki, płyty, filmy, gry respondenci kupują również na Allegro głównie ze względu na korzystne ceny (58% w przypadku drobnych przedmiotów oraz 57% w przypadku książek, płyt itd.) oraz ze względu na duży wybór tych produktów (odpowiednio 56% oraz 50% wskazań).

Wykres 49. Dlaczego ten produkt najchętniej kupuje Pan/i właśnie na Allegro? DROBNE PRZEDMIOTY NA POTRZEBY GOSPODARSTWA DOMOWEGO [N=1160], KSIĄŻKI, PŁYTY, FILMY, GRY [N=935]



To, co jeszcze ważne dla respondentów w przypadku zakupów na Allegro to szybka wysyłka oraz wygodne korzystanie. O tych zaletach wspominali także uczestnicy grup dyskusyjnych podczas badania jakościowego.

„W porządku, duża weryfikacja jest tych sprzedających jest dużo opinii, jest dużo pomocy z ich strony jak coś będzie nie tak, można zgłaszać. Człowiek czuje się tam jakoś bezpiecznie, bo z reguły, nawet jak są jakieś oszustwa, to oni sami zgłaszają sprawę gdzieś tam na policję. Dużo różnych fajnych opcji przesyłek itd. i multum ofert, więc jest w czym przebierać.”

Starsi, Warszawa

„Głównie na Allegro, bo ile razy Facebook mi wyświetlał jakieś tam strony z butami, to nie jest dla mnie ani sprawdzone i często jest tak, że nie ma rozmiaru mojego, a Allegro zawsze ma ten wybór większy.”

Młodszy, Włocławek

„Są przejrzyste te strony, zwłaszcza Allegro jest takie, że wszystko widać.”

Młodszy, Włocławek

„Zazwyczaj wiele osób oferuje daną rzecz, mogę sobie... Mam tą możliwość porównania tych ofert czy opinii o sprzedawcach.”

Starsi, Warszawa

„Lubię, bo sobie wybiorę to co chcę, wrzucę do koszyka, później posprawdzam czy są tańsze, lepsze, co mi pasuje i kupuję.”

Starsi, Warszawa

„Chcieliśmy kupić z mężem Adidasy, nie było rozmiaru, a chciał inny kolor. Allegro, numer wpisałam tylko fasonu, nie ma sprawy, od razu wyskoczyło, kupiliśmy z Allegro. Chyba w zeszłym tygodniu. Tak samo z wentylatorem w kształcie głośnika. Tylko napisałam na Allegro «wentylator w kształcie głośnika». To samo, kolor i wszystko. Na Allegro tak samo, są 5 głośników takich samych i jest też przedział cenowy.”

Starsi, Włocławek

„To znowu zależy od rodzaju towaru, ale generalnie, jeżeli to jest dajmy na to chemia jednego rodzaju i w tych samych opakowaniach, to wiadomo, że od ceny, bo o to chodzi, żeby kupić najtaniej ten przedmiot. A jeżeli chodzi o elektronikę, to znowu zależy. Ale jeżeli znowu jest sortowanie na daną markę, np. daną pojemność karty, to też od ceny. No bo wtedy już ocena samego przedmiotu nie wchodzi w grę, bo wiemy, co kupujemy, tylko chodzi raczej o cenę sprzedawcy, żeby nam to szybko wysłał, dobrze zapakował.”

Młodszy, Włocławek

„Biorę produkt albo najtańszy albo jak jest przesyłka najmniejsza, żeby z przesyłką wyszło jak najtaniej i zamawiam. Najbardziej przez Allegro, jestem zalogowana i jest dużo, duży wybór.”

Starsi, Włocławek

„Ale też patrzę na sprzedaż. Czasem mamy tak sprecyzowane nasze żądania, że w sumie klikamy i konkretnie też chcemy. Na przykład jak wizualnie mi się spodoba to zdjęcie, to już dalej nie szukam.”

Starsi, Włocławek

„Ja też biorę pod uwagę to czy wysyłka jest z Polski, czy z zagranicy. Bo przy niektórych produktach jest wysyłka z zagranicy. To już mnie wtedy to zniechęca. Bo ten czas jest wydłużony i też nie wiem, czego się mogę spodziewać.”

Młodszy, Warszawa

„Cenowo, ile też osób to kupiło patrzę. I też w sumie zwracam uwagę na te... Staram się sprawdzać wszystkie oferty, jeśli jest wyłuszczone, widać, że jest zareklamowana dodatkowo pieniędzmi to staram się sprawdzić czy rzeczywiście czy to jest najlepsze.”

Starsi, Warszawa

Podsumowując wyniki badania ilościowego oraz jakościowego, Allegro jest wybierane przez respondentów ze względu na ogromną liczbę dostępnych ofert i duży wybór produktów, czasem też na usługi dodatkowe, takie jak zabezpieczenie zakupu (zwrot pieniędzy w przypadku nieuczciwości sprzedawcy), czy darmowa dostawa i łatwa płatność.

Badani bardzo polegają na systemie opinii wystawianych sprzedawcom. Sprawdzają te opinie, szczególnie jeśli sprzedawca ma „negatywy”. Chętnie kupują od dobrze ocenianych sprzedawców (mechanizm ten działa też na innych platformach, gdzie funkcjonują opinie np. Aliexpress).

Zalety Allegro zdaniem uczestników grup fokusowych:

- dobrze działająca aplikacja
- wygoda korzystania
- program Smart (w tym darmowe dostawy i zwroty)
- duży wybór produktów
- zaufanie do platformy
- program Bezpieczne zakupy (zwrot pieniędzy w razie nieotrzymania towaru)
- dobry kontakt z obsługą
- łatwość wyszukiwania i filtrowania produktów

Wady Allegro zdaniem uczestników grup fokusowych:

„[wady] Chyba dużo słabej jakości produktów, czyli gdzieś prawdopodobnie za 50 groszy kupione na Aliexpress i sprzedane. Bo nie zawsze ta jakość produktu jest taka. Inaczej, ceną np. zrównane do oryginału albo 20 procent tańsze, a jakościowo jest bardzo, bardzo słabe.”

Młodszy, Włocławek

„Kiedyś pewnie dużo więcej jakichś tam oszustw, teraz już to wyeliminowali, ale też na pewno się zdarzają, jeden zakup przez Internet, więc jakaś tam możliwość na pewno przekłamania jest.”

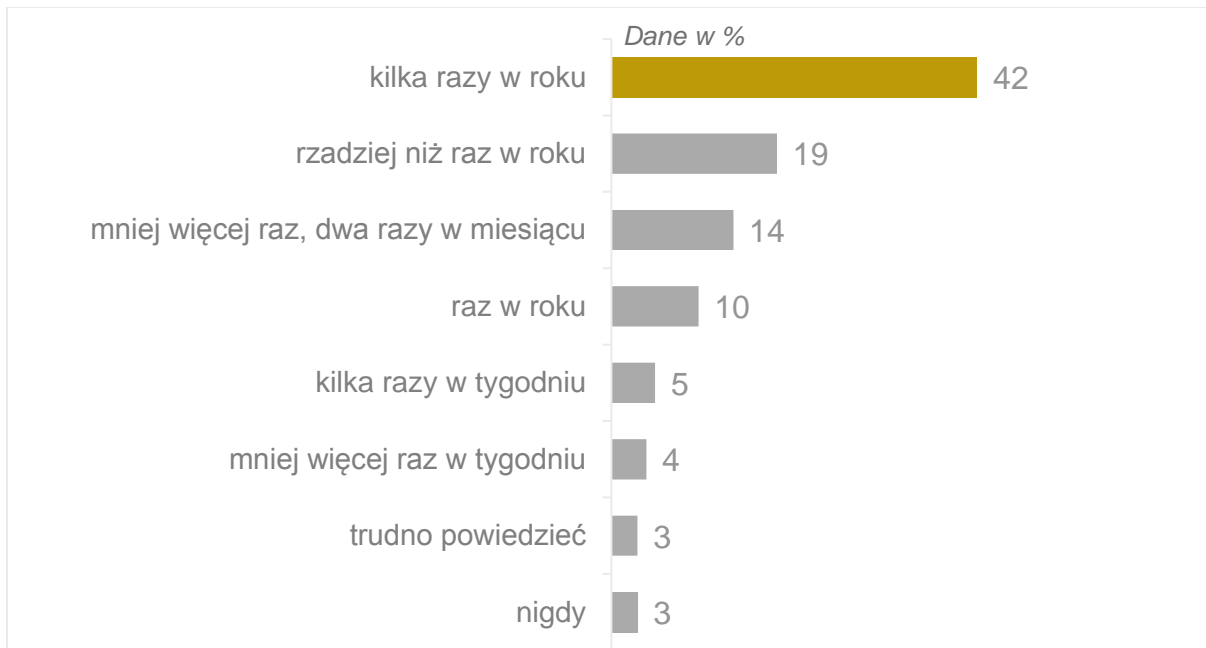
Młodszy, Włocławek

Amazon

Amazon to platforma na której konsumenci kupują dość sporadycznie, okazjonalnie. 42% kupuje na niej kilka razy w roku, a 19% dokonuje zakupów rzadziej niż raz w roku. Natomiast 14% badanych zamawia tam produkty raz, dwa razy w miesiącu.

3% deklaruje, że nigdy nie korzysta z Amazon by dokonać zakupów.

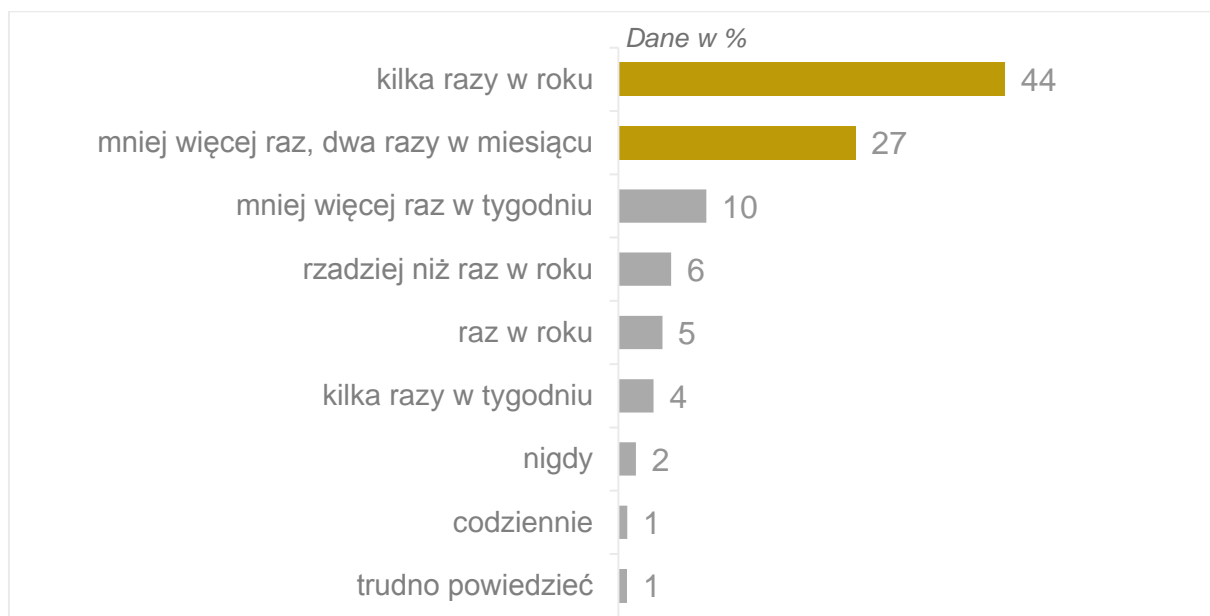
Wykres 50. Jak często kupuje Pan(i) na AMAZON? [N=215]



Aliexpress

Platforma Aliexpress jest nie tylko lepiej znana polskim internautom niż Amazon, ale także konsumenci częściej dokonują tam zakupów. 27% badanych kupuje na Aliexpress raz, dwa razy w miesiącu, a 10% dokonuje zakupów przynajmniej raz w tygodniu. Natomiast 44% badanych kupuje na niej kilka razy w roku. 2% deklaruje, że nigdy nie korzysta z Aliexpress by dokonać zakupów.

Wykres 51. Jak często kupuje Pan(i) na ALIEXPRESS? [N=688]



Główną przeszkodą dokonywania zakupów na platformie jest obawa, że zakupiony produkt nie zostanie dostarczony (67%). Ponad połowa badanych (53%) obawia się z kolei, że nie będzie możliwości zareklamowania produktu. Podobne obawy mieli uczestnicy grup dyskusyjnych.

„Aliexpress się sprawdza, czeka się długo, ale to jest w kalkulowane. Tak jak mówię, tylko te głupoty właśnie.”

Starsi, Warszawa

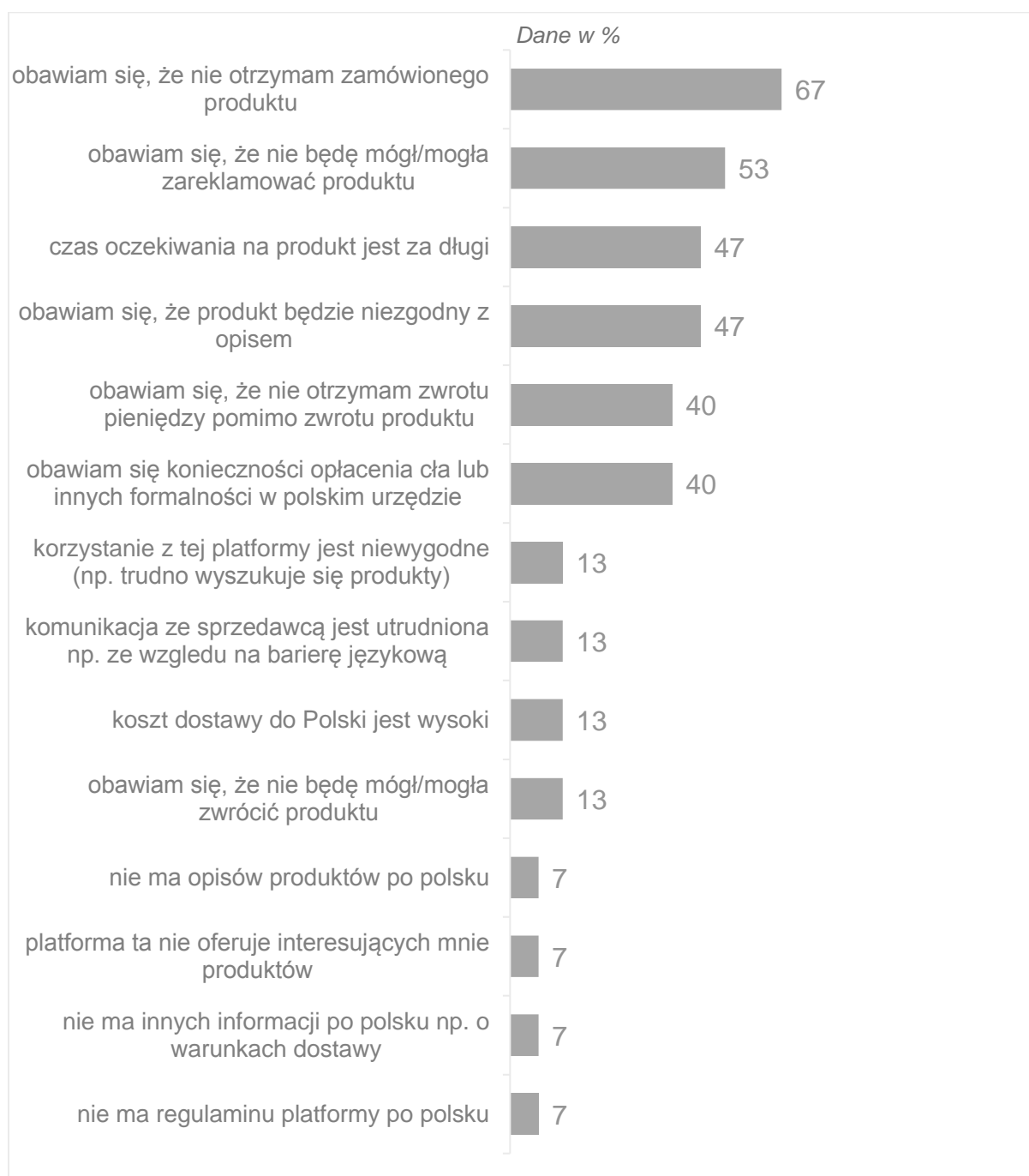
„Tak, na tym polega cała zabawa, kupujesz coś za dwa dolary i czasem się to rozsypie, czasami dwa lata służy, ale i tak nie mam pretensji do tego, bo jeśli rozsypało coś to ok.”

Starsi, Warszawa

„Tak, że można np. repliki kupić Calvina Kleina albo Tommy Hilfigera za jakieś tam dobre pieniądze, wszystko prawie, buty, zegarki, cuda na kiju (...). Więc to jest też wydaje mi się taka trochę wada tego.”

Młodzi, Wrocław

Wykres 52. Dlaczego nie kupuje Pan(i) na ALIEXPRESS? [N=15]



Jeśli chodzi o zalety zakupów na Aliexpress, to podczas badań jakościowych respondenci podkreślali, że kupują na Aliexpress przede wszystkim ze względu na bardzo niskie ceny, szczególnie w przypadku różnego rodzaju gadżetów i produktów, które mają dla nich małe znaczenie.

„A jeżeli wiem, że mogę na to poczekać i wiem, że będę miała tam taniej, to wtedy wchodzę na Aliexpress. Jak szukam czegoś dla dziecka na Aliexpress, no to później mi podsyła czy to jakieś zabawki, czy coś innego, to wtedy jest już zgubne dla mnie, bo w tym koszyku robi się tak, że aż zaczyna brakować miejsca.”

Młodszy, Włocławek

„Na Aliexpress można też zaoszczędzić. Też jest wiele produktów taniej z uwagi na to, że trzeba czekać.”

Młodszy, Włocławek

„Generalnie uważam, że to jest ten sam towar co u nas tylko po prostu od producenta. I to wszystko.”

Młodszy, Włocławek

„...ale ja to jeszcze czasami lubię na Aliexpress, tam sobie zaznaczam do 1 czy 2 dolarów, darmowa przesyłka i wszystko wychodzi. Czasami jakieś fajne gadżety za dolara sobie kupię. Fajne rzeczy są, takie do 2-3 dolarów. Czasami w 2 tygodnie przychodzi paczka, ale to się kupuje wtedy takie rzeczy, które nie są mi potrzebne na tą chwilę. Na przykład ozdoby choinkowe, bo właśnie muszę w tym miesiącu usiąść i tam pooglądać sobie ozdoby choinkowe, bo one do świąt mi już dojdą, ale jeśli bym chciała coś na chwilę, to jest bez sensu, Aliexpress.”

Starszy, Włocławek

Na Aliexpress respondenci kupowali najczęściej:

- nowe produkty, ze względu na korzystne ceny (79%) oraz duży wybór produktów (54%);
- drobne przedmioty na potrzeby gospodarstwa domowego, gadżety, również głównie ze względu na korzystne ceny (78%) oraz duży wybór produktów (50%);
- zabawki, artykuły dziecięce, ze względu na korzystne ceny (73%) oraz duży wybór produktów (53%);
- odzież, obuwie, dodatki, ze względu na korzystne ceny (73%) oraz duży wybór produktów (59%);
- biżuterię, ze względu na korzystne ceny (75%) oraz duży wybór produktów (54%);
- urządzenia mobilne typu smartfony, tablety i akcesoria do nich, ze względu na korzystne ceny (64%) oraz duży wybór produktów (52%).

4. Aneks – spis wykresów

Wykres 1. Które z następujących platform internetowych Pan(i) zna? Z których z następujących platform internetowych Pan(i) korzysta? A na których z następujących platform ma Pan(i) zarejestrowane konta? [N=2012]	8
Wykres 2. Jak często korzysta Pan(i) z ...? [N=2012]	10
Wykres 3. Czy podczas korzystania z platform internetowych przytrafiły się Panu(i) następujące sytuacje problemowe? Chodzi nam przede wszystkim o problemy związane z samą platformą, a nie innymi jej użytkownikami czy sprzedawcami. [N=1949]	12
Wykres 4. Gdzie poszukiwała Pan(i) informacji, jak rozwiązać problem (problemy) z platformą? [N=1039] Czy zdarzyło się, że w związku z problemem (problemami) podczas korzystania z platformy internetowej zwrócił(a) się Pan(i) z prośbą o pomoc lub rozwiązanie sprawy do platformy? [N=1039]	15
Wykres 5. Czy z platformami internetowymi, na których ma Pan(i) zarejestrowane konta, łączy Pana(ią) umowy? [N=1949]	17
Wykres 6. Jak się Panu(i) wydaje, w którym momencie następuje zawarcie umowy z platformą internetową? [N=2012]	18
Wykres 7. A biorąc pod uwagę poniższą listę, w którym momencie następuje, Pana(i) zdaniem, zawarcie umowy z platformą internetową? [N=2012] pytanie jednodopowiedziowe	19
Wykres 8. Następne pytanie dotyczy platform internetowych, na których ma Pan(i) zarejestrowane konta. Czy podczas rejestracji kont zapoznawał(a) się Pan(i) z regulaminami tych platform? [N=1949]	20
Wykres 9. Jak dokładnie zazwyczaj zapoznaje się Pan(i) z regulaminem platformy internetowej przed zarejestrowaniem konta? [N=1674]	21
Wykres 10. Dlaczego nie czyta Pan(i) w całości regulaminu przed zarejestrowaniem konta na platformie internetowej? [N=1651]	23
Wykres 11. Jakie zmiany w formie regulaminów platform internetowych mogłyby zachęcić Pana(ią) do ich czytania? [N=1949]	24
Wykres 12. Czy zdarzają się sytuacje, kiedy zawsze czyta Pan(i) regulamin w całości? [N=1312]	24
Wykres 13. W jakich sytuacjach czyta Pan(i) regulamin platform internetowych w całości? [N=819]	25
Wykres 14. A jeśli chodzi o Pana(i) ogólne podejście, nie tylko do platform internetowych, prosimy wskazać na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza na pewno nie czytam, a 5 na pewno czytam, w jakich przypadkach jest Pan(i) skłonny(a) przeczytać warunki umowy (regulamin)? [N=2012]	26

Wykres 15. Czy zdarzyło się, że otrzymał(a) Pan(i) od platformy internetowej informację o zmianie regulaminu lub warunków korzystania? [N=1949] W jakiej formie otrzymał(a) Pan(i) od platformy internetowej informację o zmianie regulaminu lub warunków korzystania? [N=1776]	27
Wykres 16. Czy zapoznaje się Pan(i) z informacjami o zmianie regulaminu platformy internetowej lub warunków korzystania? [N=1776] Dlaczego nie zawsze zapoznaje się Pan(i) z informacjami o zmianach w regulaminach lub warunkach korzystania? [N=1399].....	29
Wykres 17. Czy zgadza się Pan(i) czy też nie zgadza z następującą opinią? [N=2012]	31
Wykres 18. Jakie informacje o użytkownikach gromadzą, Pana(i) zdaniem, platformy internetowe? [N=2012]	32
Wykres 19. Czy podczas rejestrowania konta na platformie internetowej, zazwyczaj...? [N=1949]	34
Wykres 20. Na jakie wykorzystanie danych zazwyczaj wyraża Pan(i) zgodę podczas rejestrowania konta na platformie internetowej? [N=1949].....	35
Wykres 21. Co Pan(i) sądzi o personalizowaniu treści, jakie pojawiają się Panu(i) w Internecie na podstawie informacji, jakie gromadzą o Panu(i) platformy internetowe i inne strony internetowe? Personalizowanie jest dostosowywaniem pojawiających się treści, do tego, czego wg platform mogą/chcieliby oczekiwać użytkownicy [N=2012] Dane w %	37
Wykres 22. Czy był(a)by Pan(i) skłonny(a) płacić za korzystanie z platformy internetowej, gdyby w zamian nie wykorzystywała ona w żaden sposób gromadzonych na Pana(i) temat informacji? [N=2012]	39
Wykres 23. Czy zgadza się Pan(i) czy też nie zgadza z następującą opinią? [N=2012]	39
Wykres 24. Jakiego rodzaju usługi oferują internetowe platformy handlowe? [N=2012]	40
Wykres 25. Jak w Pana(i) ocenie są największe korzyści wynikające z korzystania z internetowych platform handlowych? Prosimy wskazać maksymalnie 3 odpowiedzi. [N=2012]	42
Wykres 26. Czy kiedykolwiek kupił(a) Pan(i) coś za pośrednictwem internetowej platformy handlowej? [N=2012].....	43
Wykres 27. Kiedy ostatnio dokonał(a) Pan(i) zakupu za pośrednictwem platformy handlowej? [N=1825]	43
Wykres 28. Gdzie w pierwszej kolejności rozpoczyna Pan(i) poszukiwania produktów lub usług podczas zakupów w internecie? [N=1825]	44
Wykres 29. Czym się Pan(i) kieruje decydując, który produkt/ usługę ostatecznie kupić? [N=1825]	46
Wykres 30. Które z następujących sytuacji kiedykolwiek się Panu(i) zdarzyły? [N=1825]	48
Wykres 31. Czy zdarzyła się Panu(i) któraś z następujących sytuacji? [N=1825]	49

Wykres 32. Ile ofert, które pojawiają się w ramach posegregowanej listy, jest Pan(i) skłonny(a) przejrzeć szukając takiej, z której finalnie Pan(i) skorzysta? [N=1825]	50
Wykres 33. Ile czasu jest Pan(i) skłonny(a) poświęcić na przeglądanie takiej listy ofert? [N=1825]	50
Wykres 34. Co robi Pan(i) z ofertami sponsorowanymi, wyróżnionymi, które pojawiają się podczas wyszukiwania na liście ofert? [N=1825]	51
Wykres 35. Czy zgadza się Pan(i) czy też nie zgadza z następującą opinią... [N=1825].....	52
Wykres 36. Na których z następujących platform internetowych najczęściej kupuje Pan(i) ...? NOWE PRODUKTY [N=1794]	53
Wykres 37. Na których z następujących platform internetowych najczęściej kupuje Pan(i) ...? UŻYWANE PRODUKTY [N=1794]	54
Wykres 38. Na których z następujących platform internetowych najczęściej kupuje Pan(i) ...? PRZEDMIOTY NA POTRZEBY GOSPODARSTWA DOMOWEGO? [N=1794]	54
Wykres 39. Na których z następujących platform internetowych najczęściej kupuje Pan(i) ...? MEBLE I ELEMENTY WYPOSAŻENIA WNĘTRZ [N=1794].....	55
Wykres 40. Na których z następujących platform internetowych najczęściej kupuje Pan(i) ...? ODZIEŻ, OBUWIE, DODATKI? [N=1794].....	55
Wykres 41. Na których z następujących platform internetowych najczęściej kupuje Pan(i) ...? KSIĄŻKI, PŁYTY, FILMY, GRY? [N=1794].....	56
Wykres 42. Na których z następujących platform internetowych najczęściej kupuje Pan(i) ...? ZABAWKI, ARTYKUŁY DZIECIĘCE? [N=1794]	56
Wykres 43. Na których z następujących platform internetowych najczęściej kupuje Pan(i) ...? KOSMETYKI, PERFUMY [N=1794].....	57
Wykres 44. Na których z następujących platform internetowych najczęściej kupuje Pan(i) ...? BIŻUTERIA [N=1794]	57
Wykres 45. Na których z następujących platform internetowych najczęściej kupuje Pan(i) ...? BILETY DO KINA, TEATRU, NA KONCERTY ITP. [N=1794].....	58
Wykres 46. Na których z następujących platform internetowych najczęściej kupuje Pan(i) ...? [N=1794]	58
Wykres 47. Jak często kupuje Pan(i) na ALLEGRO? [N=1576]	59
Wykres 48. Dlaczego ten produkt najchętniej kupuje Pan/i właśnie na Allegro? NOWE PRODUKTY [N= 1419], UŻYWANE PRODUKTY [N=669]	59
Wykres 49. Dlaczego ten produkt najchętniej kupuje Pan/i właśnie na Allegro? DROBNE PRZEDMIOTY NA POTRZEBY GOSPODARSTWA DOMOWEGO [N=1160], KSIĄŻKI, PŁYTY, FILMY, GRY [N=935]	60

Wykres 50. Jak często kupuje Pan(i) na AMAZON? [N=215]	63
Wykres 51. Jak często kupuje Pan(i) na ALIEXPRESS? [N=688].....	64
Wykres 52. Dlaczego nie kupuje Pan(i) na ALIEXPRESS? [N=15].....	65