

HANDEL

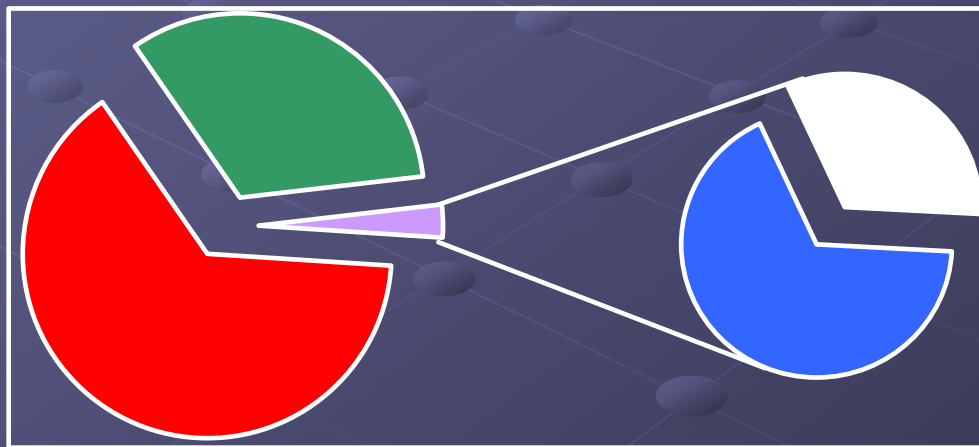
W

INTERNECIE

Wykonali: Agnieszka Marmotowska, Magda Plizga, Paweł Mazurek,
Łukasz Cichy, Michał Schweiger i Bartosz Kajut.

Jak często korzystasz z Internetu?

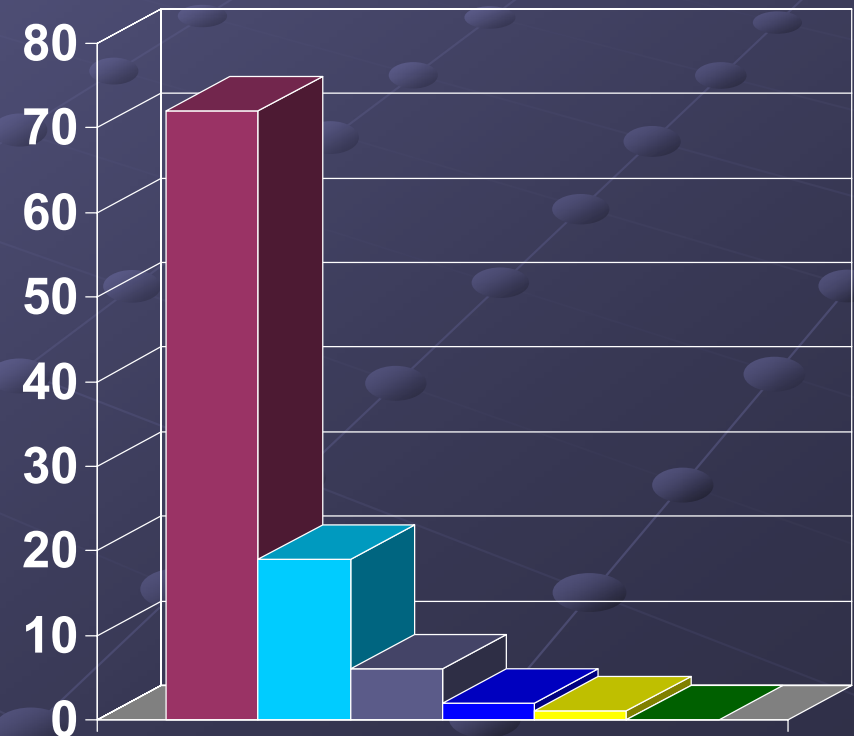
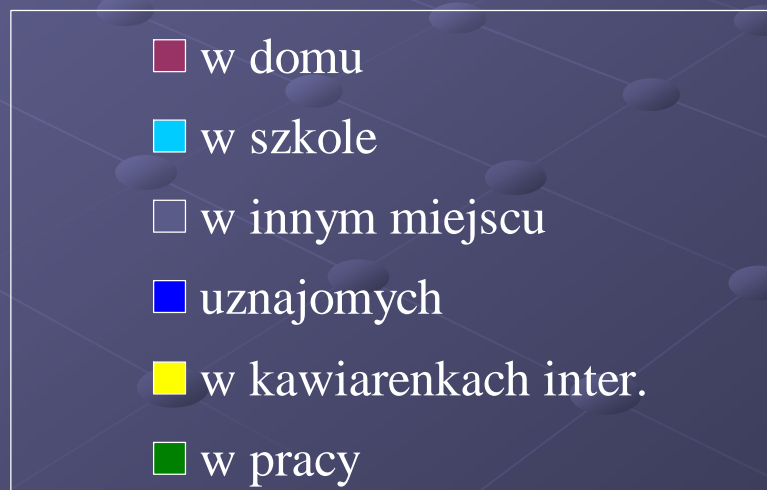
- *kilka razy dziennie* 64%
- *kilka razy w tygodniu* 33%
- *kilka razy w miesiącu* 2%
- *rzadziej niż raz w miesiącu* 1%



- *kilka razy dziennie*
- *kilka razy w tygodniu*
- *kilka razy w miesiącu*
- *rzadziej niż raz w miesiącu*

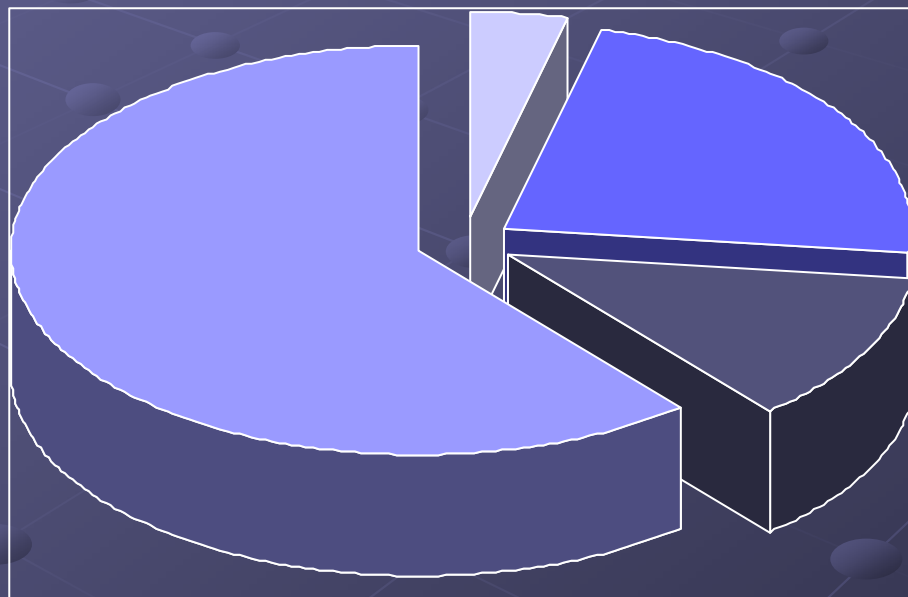
Gdzie najczęściej korzystasz z Internetu?

- *w domu* 72%
- *w szkole* 19%
- *w innym miejscu* 6%
- *u znajomych* 2%
- *w kawiarenkach internetowych* 1%
- *w pracy* 0%



Czy kiedykolwiek dokonywałeś zakupów przez Internet?

- *tak, jednokrotnie* 23%
- *tak, wielokrotnie* 12%
- *nie, ale zamierzam spróbować* 61%
- *nie i nie zamierzam spróbować* 4%



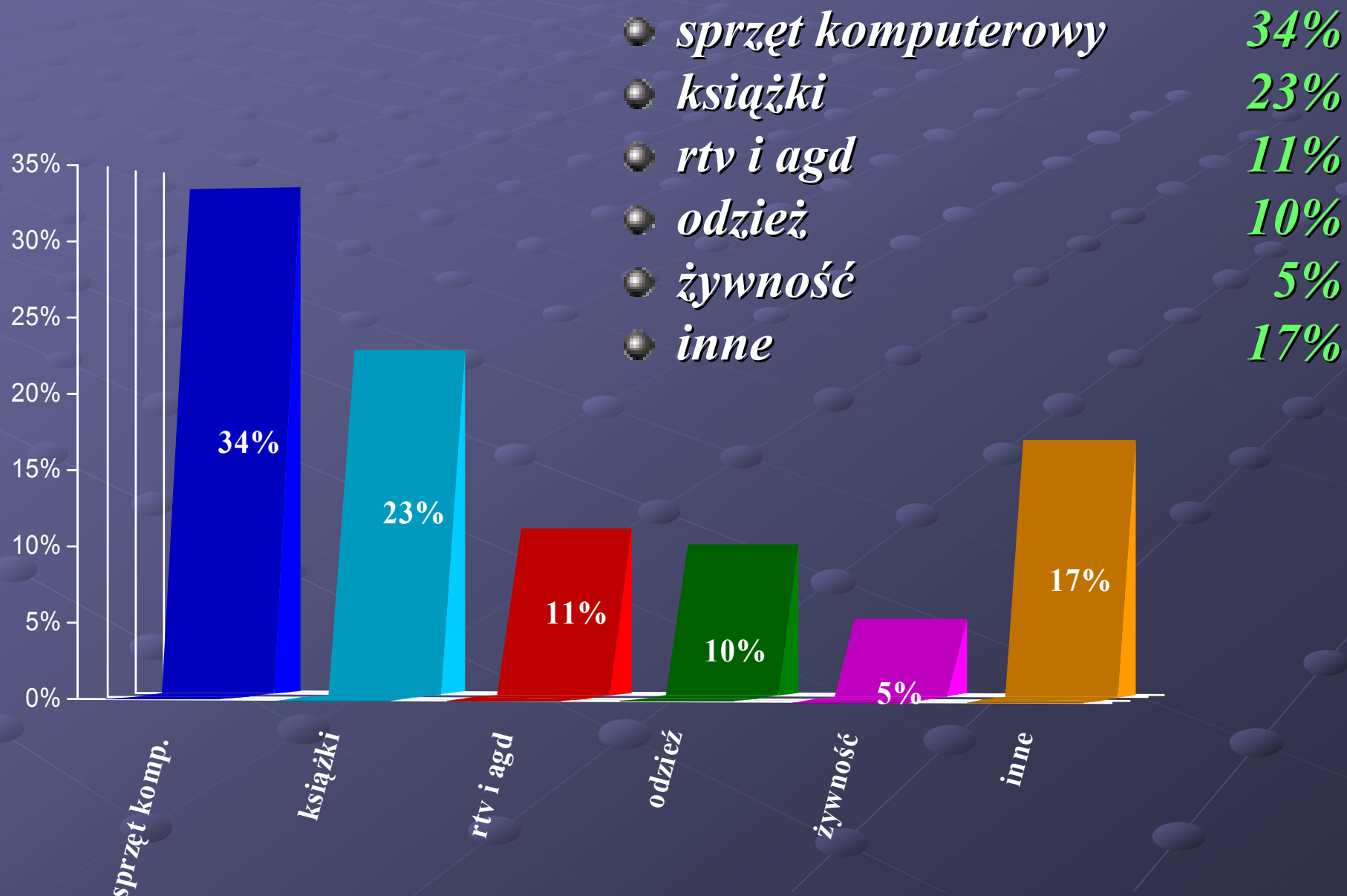
■ tak,
jednokrotnie

□ tak,
wielokrotnie

■ nie, ale
zamierzam
spróbować

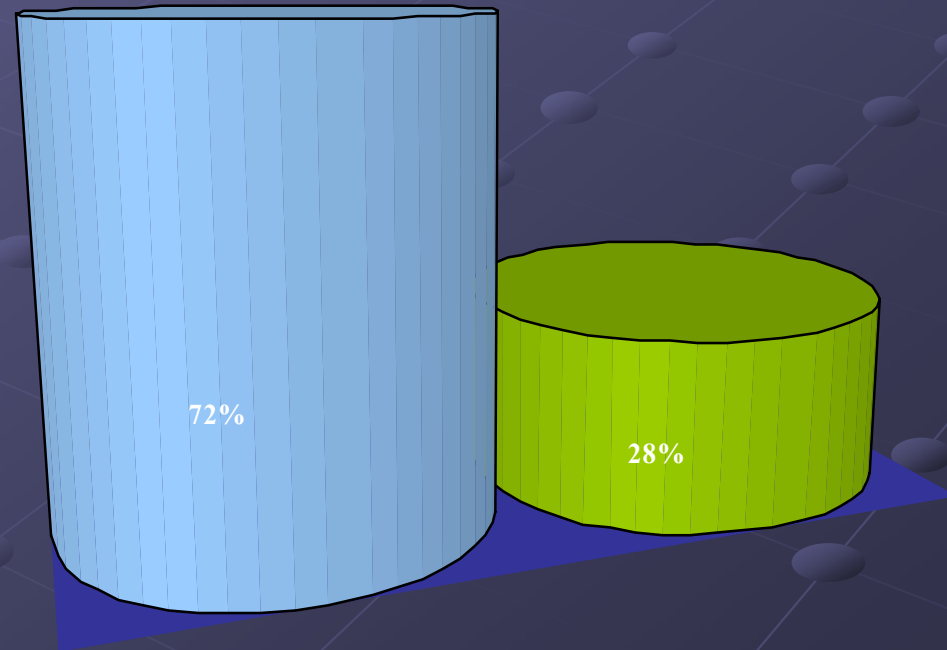
■ nie i nie
zamierzam
próbować

Jakie rzeczy kupujesz lub byłbyś skłonny kupić przez Internet?



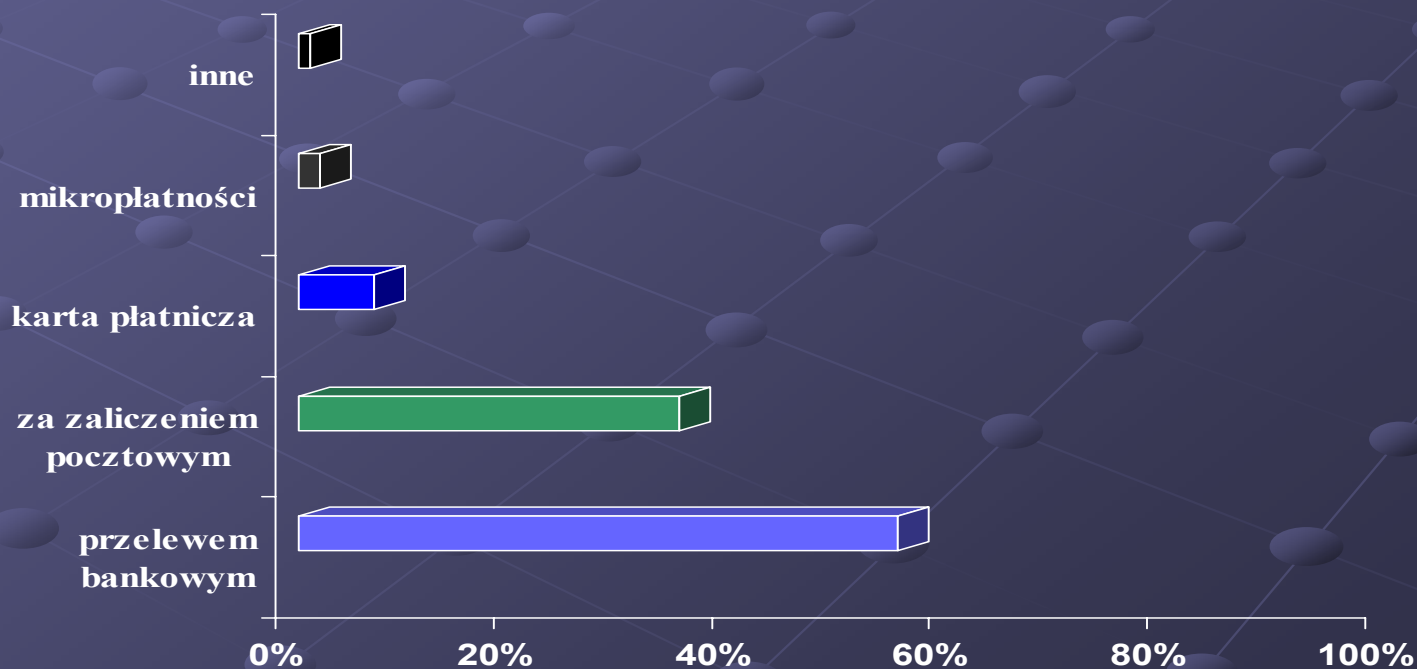
Czy uważasz, że kupowanie przez Internet jest bezpieczne?

- *tak* 72%
- *nie* 28%



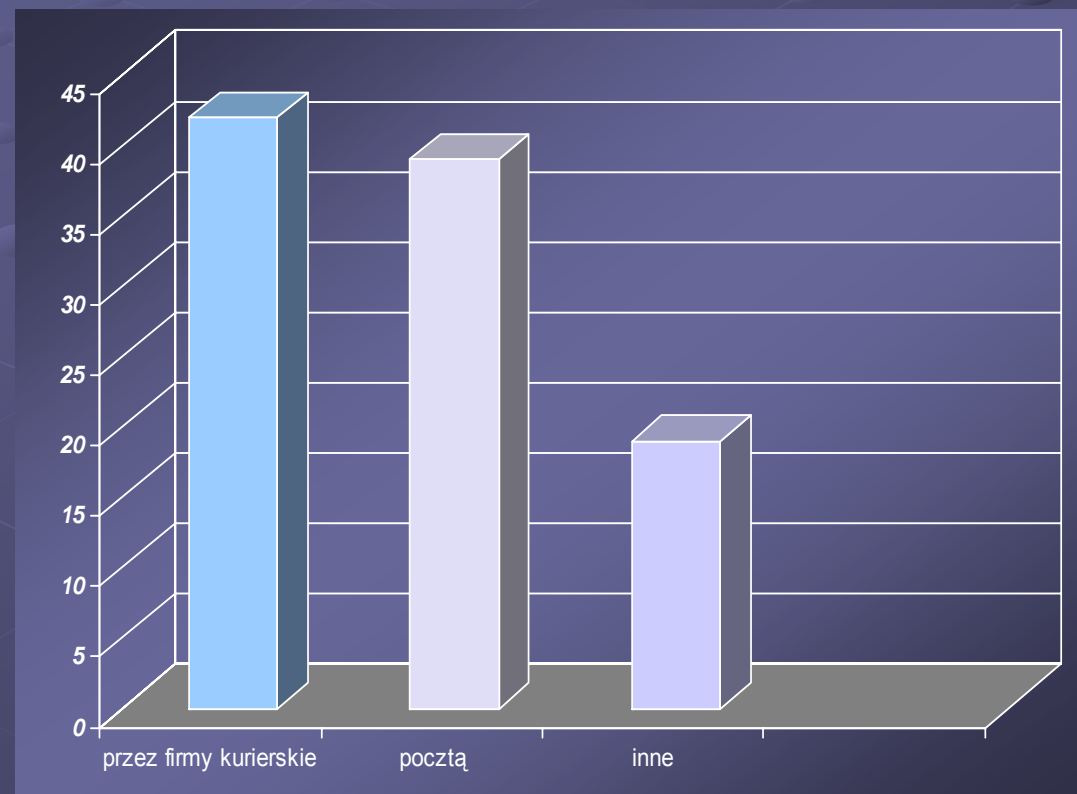
Jaka forma płatności najbardziej Ci odpowiada w zakupach przez Internet?

- *przelewem bankowym* 55%
- *za zaliczeniem pocztowym* 35%
- *kartą płatniczą* 7%
- *przez system mikropłatności* 2%
- *inne* 1%



Jaki sposób realizacji dostaw najbardziej Ci odpowiada w zakupach przez Internet?

- *przez firmy kurierskie* 42%
- *poczta* 39%
- *inne* 19%



Jaka jest Twoja ocena istotności wybranych aspektów handlu elektronicznego ?

● <i>Oferta sklepu</i>	<i>3,8</i>
● <i>Rodzaje możliwości zapłaty</i>	<i>3,3</i>
● <i>Bezpieczeństwo transakcji</i>	<i>3,1</i>
● <i>Rodzaje sposobów dostawy towarów</i>	<i>3,1</i>
● <i>Wygląd serwisu internetowego</i>	<i>1,7</i>

Skala (1 – nieważne ; 5 – bardzo ważne)

Jakie cechy mają dla Ciebie największe znaczenie przy dokonywaniu zakupów przez Internet?

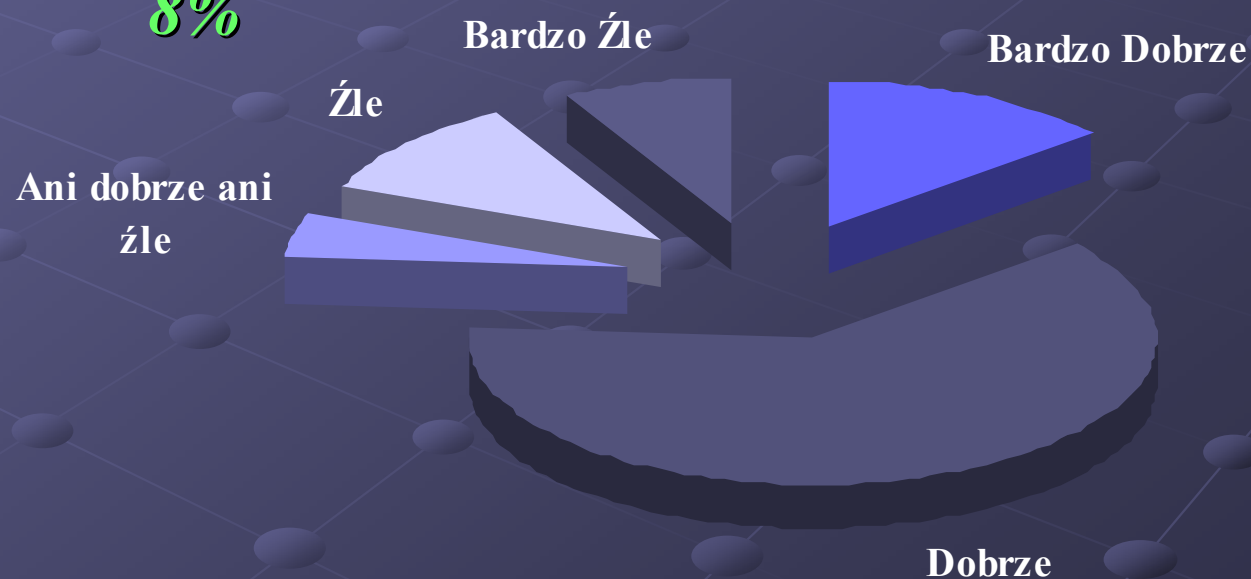
- *duży wybór produktów* 47%
- *łatwość składania zamówień* 41%
- *jakość informacji o oferowanych towarach (usługach)* 38%
- *łatwość procedury wykonywania płatności* 32%
- *terminowość zamówień* 24%
- *łatwość rezygnacji z zamówienia* 19%
- *obsługa klienta oraz serwis konsumenta po dokonaniu zakupu* 18%
- *łatwość dokonywania zwrotu lub uzyskania refundacji* 16%
- *łatwość kontaktu ze sprzedawcą* 14%
- *bezpieczeństwo transmisji i przechowywania danych osobowych* 12%
- *inne* 1%

Jakie są powody nie dokonywania lub rzadkiego dokonywania zakupów w Internecie?

- *niepewność, czy dostanie się to, co zostało zamówione* 52%
- *brak doświadczenia do tej formy zakupów* 50%
- *brak zaufania do tej formy zakupów* 47%
- *takie same ceny jak w sklepach* 35%
- *nieznajomość sprzedawcy (brak osobistego kontaktu)* 31%
- *konieczność oczekiwania na dostarczenie* 27%
- *mała liczba firm oferujących swoje produkty w ten sposób* 21%
- *konieczność ujawnienia swoich danych osobowych* 13%
- *brak dostępu do Internetu* 4%
- *zbyt długi czas potrzebny na poszukiwanie produktu w Internecie* 4%
- *inne* 1%

Jak oceniasz perspektywy rozwoju handlu elektronicznego w Polsce?

- *Bardzo dobrze* 14%
- *Dobrze* 62%
- *Ani dobrze ani źle* 5%
- *Źle* 11%
- *Bardzo źle* 8%



W badaniach udział wzięli:

- *Kobiety* 58%
- *Mężczyźni* 42%

W badaniach wzięło udział 200
ankietowanych ze społeczności
uczniowskiej III Liceum
Ogólnokształcącego w Gdańsku