

Małgorzata Szyszka¹
Akademia Ekonomiczna w Poznaniu



Ocena opakowań stosowanych w handlu elektronicznym na przykładzie sklepów z branży odzieżowej²

Handel elektroniczny w sieci Internet, stawiając przed nami nowe wyzwania i możliwości, trafia dokładnie w zapotrzebowania klientów cierpiących na brak czasu. Systematycznie rozwija się, uzyskując coraz większe znaczenie gospodarcze, ale spotyka się jednak z wieloma trudnościami, między innymi dotyczącymi problemów z dostawą i opakowaniem wysyłanych produktów. Przejście od komercyjnego nabywania dóbr konsumpcyjnych w sklepach detalicznych do spółek (B2C) przyjmujących zamówienia przez Internet i przesyłających towar od producenta, hurtowni, a także własnego magazynu do konsumenta wpłynęło na istotną zmianę funkcji, jakie powinno spełniać opakowanie.

Opakowania stosowane w handlu elektronicznym, będące opakowaniami transportowymi, powinny przede wszystkim spełniać funkcje ochronne, to jest zabezpieczać towar przed niekorzystnym wpływem otoczenia, uszkodzeniami mechanicznymi itp. [1,2]. W przypadku funkcji logistycznej tych opakowań bardzo ważne są relacje masy opakowania do masy towaru oraz objętości opakowania do objętości towaru, bowiem te dwa parametry w zasadniczy sposób wpływają na koszty dostawy [2].

Opakowania wykorzystywane w handlu internetowym powinny zawierać czytelne i dokładne informacje, pozwalające na szybkie i sprawne dostarczenie zamówionych towarów nabywcom [3]. Opakowanie stosowane w handlu elektronicznym powinno także charakteryzować się możliwością ponownego zastosowania, a zatem realizować jeden z wyróżników funkcji użytkowej. Jest to bardzo istotne w przypadku, gdy nadesłany towar nie spełnia oczekiwań klienta i podlega zwrotowi.

Mimo, że opakowania znajdujące zastosowanie w handlu elektronicznym są opakowaniami transportowymi, nie można bagatelizować ich funkcji marketingowej. Specjaliści od marketingu uważają, że opakowania te mogą być znaczącym nośnikiem marki producenta i informacji o towarze [4]. Ważna jest również funkcja ekologiczna tych opakowań, która – w najbardziej skróto- wym ujęciu – powinna zmierzać do zmniejszania ilości stosowanych opakowań i/lub zmniejszania ich wielkości oraz masy, a także do stosowania znaków ekologicznych na opakowaniach [5].

W artykule przedstawiona jest ocena 26 opakowań stosowanych w handlu elektronicznym w branży odzieżowej. W badaniach uwzględnione zostały następujące funkcje:

- ochronna
- marketingowa
- użytkowa
- ekologiczna.

Analiza każdego z opakowań została oparta na ocenie funkcji według tych samych wyróżników. Funkcja ochronna była oceniana pod kątem doboru odpowiedniego materiału opakowaniowego, konstrukcji, zamknięcia i szczelności. Przy ocenie funkcji marketingowej pod uwagę brano estetykę opakowania, jego informacyjność oraz staranność wykonania. Przy ocenie funkcji użytkowej uwzględniono możliwość ponownego użycia opakowania i możliwość jego złożenia po opróżnieniu. Przy ocenie funkcji ekologicznej brano pod uwagę obecność znaków ekologicznych i jednorodność materiału.

W badaniu zastosowano metodę pięciopunktową z uwzględnieniem współczynników ważkości, które były podporządkowane każdemu wyróżnikowi danej funkcji. Oceny dokonywano w opar-

ciu o następującą skalę punktową: 5 – bardzo wysoka, 4 – wysoka, 3 – średnia, 2 – niska, 1 – bardzo niska.

Analizowane opakowania wykazywały się dużą różnorodnością. Sklepy internetowe wykorzystują różnego rodzaju formy konstrukcyjne i różne materiały opakowaniowe. Nie zawsze są one właściwie dobrane.

Z przeprowadzonych badań wynika, że sklepy elektroniczne przywiązują największą uwagę do ochrony wysyłanego towaru przed uszkodzeniem. Realizacja tej funkcji w 21 przypadkach na 26 ogólnie badanych została oceniona na 4,0 punkty i powyżej. Większość towarów została w sposób zadawalający zabezpieczona przed możliwością naruszenia zawartości bez widocznych śladów na opakowaniu. Najwyższe noty uzyskały opakowania tekturowe.

Funkcja marketingowa jest słabo realizowana przez sklepy internetowe. Wśród polskich sklepów oferujących odzież, najwięcej jest tych, które zajmują się sprzedażą koszulek. Sklepy te przesyłają swoje towary najczęściej w zaklejonych torbach papierowych płaskich wyściełanych folią pęcherzykową, bądź też w zwyczajnych, mało atrakcyjnych szarych płaskich torbach papierowych. Wiele sklepów korzysta z nowych pudełek Poczty Polskiej. Do przesyłki towarów zamówionych przez Internet stosuje się także stare pudełka i pudła po innych towarach, niejednokrotnie z różnymi nadrukami. Zdarza się, że opakowania mają uszkodzoną powierzchnię, tektura jest poobdzierana, papier pakowy jest pognieciony. Niekiedy opakowanie stanowi pudełko ręcznie wycinane ze starego pudła (na przykład opakowanie ze sklepu *zakupy.wp.pl.*). Wygląda to mało estetycznie, niedbale i bynajmniej nie świadczy dobrze o sklepie,

¹ M. Szyszka, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Katedra Towaroznawstwa Przemysłowego (przyp. red.).

² Artykuł recenzowany (przyp. red.).

Tab. 1. Ogólna charakterystyka opakowań stosowanych przez internetowe sklepy zajmujące się sprzedażą odzieży.

Lp.	Adres sklepu	Oferowane produkty	Przykładowe opakowania
1	t-shirty.pl	koszulki	torba papierowa płaska wyścielana folią pęcherzykową
2	dejna.com	koszulki	torba papierowa płaska, wewnątrz torba płaska z PE
3	karoka.com.pl	koszulki	torba papierowa płaska wyścielana folią pęcherzykową
4	lollypops.pl	koszulki	pudełko przeciągane z tektury 3 – warstwowej białej jednostronnie (fala niska) torba papierowa płaska wyścielana folią pęcherzykową
5	kropa.win.pl	koszulki	torba papierowa płaska z luźną wkładką z folii PE
6	t.shirt.pl	koszulki	torba papierowa płaska
7	koszulkiabc.pl	koszulki	torba papierowa płaska
8	swiatkoszulek.pl	koszulki	torba papierowa płaska wyścielana folią pęcherzykową pudełko klapkowe z tektury 3 – warstwowej białej jednostronnie (fala niska)
9	koszulki.pl	koszulki	pudełko klapkowe z tektury litej
10	a-x.pl	koszulki, bluzy, naszywki	pudełko wieczkowe z tektury litej, owinięcie z lśniącego papieru plakatowego
11	avanti.istore.pl	koszulki, bluzy, bielizna damska, męska, dziecięca	torba papierowa płaska wyścielana folią pęcherzykową
12	quelle.pl	odzież damska, męska, dziecięca	torba płaska z folii PE
13	zakupy.wp.pl	odzież damska, męska, dziecięca	pudełko klapkowe z tektury 3 – warstwowej (fala wysoka), owinięcie z papieru pakowego
14	mykobiety.net	odzież damska, bielizna	pudełko przeciągane z tektury 3 – warstwowej białej jednostronnie (fala niska)
15	petit.pl	odzież dziecięca i niemowlęca	pudło z tektury 3 – warstwowej (fala wysoka) z klapami zewnętrznymi stykającymi się, owinięcie z papieru pakowego
16	happymum.pl	odzież ciężowa	torba papierowa płaska wyścielana folią pęcherzykową
17	miloha.pl	odzież ciężowa	pudełko przeciągane z tektury 3 – warstwowej białej jednostronnie (fala niska)
18	e-bielizna.pl	piżamy, szlafroki, koszule, bielizna	torba papierowa płaska wyścielana folią pęcherzykową
19	sweetdreams.pl	szlafroki, koszulki, peniuary	pudełko przeciągane z tektury 3 – warstwowej białej jednostronnie (fala niska)
20	wgl.pl	odzież, obuwie, akcesoria przydatne dla osób pasjonujących się wspinaczką górską	pudło z tektury 5 – warstwowej (fala niska) z klapami zewnętrznymi stykającymi się, owinięcie z papieru pakowego
21	egsport.pl	odzież, obuwie, akcesoria przydatne dla osób pasjonujących się wspinaczką górską	pudło z tektury 3 – warstwowej (fala niska) z klapami zewnętrznymi stykającymi się, owinięcie z papieru pakowego
22	grappa.pl	odzież, obuwie, akcesoria przydatne dla osób pasjonujących się wspinaczką górską	pudło z tektury 3 – warstwowej (fala wysoka) z klapami zewnętrznymi stykającymi się, owinięcie z papieru pakowego
23	swim-fitness-wear.com	odzież sportowa	pudełko przeciągane z tektury 3 – warstwowej białej jednostronnie (fala niska) torba papierowa płaska wyścielana folią pęcherzykową

Źródło: badania własne.

który ich używa. Wiele do życzenia pozostawia także sposób, w jaki opakowania są oklejane taśmą opakowaniową. Sklepy stosują ją w dużych ilościach, a oklejenie jest wykonane nieodpowiednio.

W przypadku funkcji użytkowej najwyższe noty otrzymywały tekturowe pudła i pudełka. Można je złożyć, przez co zajmują bardzo małą powierzchnię i ponownie zastosować. Najniższe oceny uzyskały zwyczajne torby papierowe płaskie oraz torby papierowe płaskie wyścielane folią pęcherzykową. Nie można ich ponownie zastosować, gdyż są trwale zaklejone.

Funkcja ekologiczna została zdecydowanie najgorzej oceniona. Żadne z opakowań nie uzyskało noty powyżej 4,0 punktów. Torby papierowe płaskie wyścielane folią pęcherzykową jako jedyne posiadały znaki ekologicz-

ne. Otrzymywały one jednak dość niskie oceny za niejednorodność materiału. Papier w tych opakowaniach jest trwale połączony z folią polietylenową. Opakowania wykonane z tektury zostały oklejone taśmą z tworzywa sztucznego, przez co otrzymywały także niższą ocenę za niejednorodność materiału. Taśmy te znacznie utrudniają recykling papieru i tektur nią oklejonych.

Podsumowanie

Opakowania stosowane w handlu elektronicznym przez sklepy internetowe z branży odzieżowej dobrze realizują jedynie funkcję ochronną. Niestety sklepy te nie przykładają należytej uwagi do reklamy oraz kształtowania swojego wizerunku. Zaniedbują funkcję marketingową, co w obliczu rosnącej konkurencji jest zjawiskiem niekorzystnym. Stosowane przez skle-

py internetowe opakowania wyglądają nieprofesjonalnie i nieestetycznie, co wywołuje złe wrażenie na klientach. Wykorzystywanie używanych pudeł i pudełek po innych towarach, a także wycinanie pudełek przez obsługę sklepu ze starych opakowań jest częściowo uzasadnione z ekologicznego punktu widzenia, natomiast jest źle oceniane od strony marketingowej. Większość opakowań stosowanych przez sklepy internetowe nie nadaje się do ponownego wykorzystania. Nieliczne opakowania posiadają znaki ekologiczne. Wynika to z niskiej świadomości ekologicznej pracowników sklepów oraz producentów opakowań. Duża ilość sklepów stosuje do wysyłania swoich towarów opakowania zakupione na Poczcie Polskiej. Są to zarówno zwyczajne torby papierowe płaskie, torby papierowe płaskie wyścielane folią pęcherzykową, jak i różnego typu pudełka. Niski poziom opakowań

Tab. 2. Zestawienie sumy punktów, jakie otrzymały poszczególne opakowania.

Lp.	Adres sklepu	Produkt	Ocena funkcji				Suma punktów
			Ochronna	Marketingowa	Użytkowa	Ekologiczna	
1	miloha.pl	odzież ciężowa	4,8	4,8	4,7	3,5	17,8
2	petit.pl	odzież dziecięca	4,8	4,7	4,6	3,6	17,7
3	swiatkoszulek.pl 2	koszulki	4,5	4,8	4,8	3,6	17,7
4	lollypops.pl 1	koszulki	4,8	4,6	4,5	3,6	17,5
5	mykobiety.net	odzież damska	4,8	4,6	4,5	3,6	17,5
6	sweetdreams.pl	szlafroki, koszule, peniuary	4,8	4,6	4,5	3,6	17,5
7	swim-fitness-wear.com 1	odzież sportowa	4,7	4,6	4,5	3,5	17,3
8	wgl.pl	odzież sportowa	4,8	3,5	4,7	3,2	16,2
9	esport.pl	odzież sportowa	4,6	3,1	4,6	3,5	15,8
10	happymum.pl	odzież ciężowa	4,5	4,5	3,0	3,8	15,8
11	a-x.pl	koszulki	4,4	4,0	3,5	3,4	15,3
12	quelle.pl	odzież damska, męska, dziecięca	4,6	4,3	3,1	3,2	15,2
13	e-bielizna.pl	piżamy, koszule, bielizna	4,6	3,8	3,0	3,7	15,1
14	grappa.pl	odzież sportowa	4,4	2,6	4,4	3,5	14,9
15	karoka.com.pl	koszulki	4,5	3,4	3,1	3,8	14,8
16	lollypops.pl 2	koszulki	4,5	3,4	3,1	3,8	14,8
17	swim-fitness-wear.com 2	odzież sportowa	4,5	3,4	3,1	3,8	14,8
18	t.shirty.pl	koszulki	4,5	3,4	3,1	3,8	14,8
19	avanti.istore.pl	koszulki, bluzy, bielizna	4,5	3,3	3,1	3,7	14,6
20	dejna.com	koszulki	4,1	4,0	3,0	3,3	14,4
21	zakupy.wp.pl	odzież	4,4	3,1	3,6	2,7	13,8
22	kropa.win.pl	koszulki	3,9	3,0	3,1	3,6	13,6
23	swiatkoszulek.pl 1	koszulki	3,9	3,5	3,1	2,4	12,9
24	koszulki.pl	koszulki	3,2	2,9	3,6	3,1	12,8
25	koszulkiabc.pl	koszulki	3,6	2,8	3,0	3,2	12,6
26	t-shirt.pl	koszulki	3,0	3,0	3,1	3,5	12,6

Źródło: badania własne.

stosowanych przez większość sklepów wynika prawdopodobnie z krótkiej obecności na rynku i małego doświadczenia w prowadzeniu handlu elektronicznego.

Streszczenie

Ocena opakowań stosowanych w handlu elektronicznym na przykładzie branży odzieżowej.

Handel elektroniczny systematycznie rozwija się uzyskując coraz większe znaczenie gospodarcze. Spotyka się on jednak z wieloma trudnościami między innymi problemami z dostawą, opakowaniem produktów. W prezentowanym artykule przedstawiona została ocena funkcji ochronnej, marketingowej, użytkowej i ekologicznej opakowań stosowanych w handlu elektronicznym w branży odzieżowej. Oceniane opako-

wania prezentują bardzo zróżnicowany poziom realizacji wybranych funkcji. Najwyżej oceniona została funkcja ochronna. Opakowania uzyskiwały dostateczne noty za realizację funkcji użytkowej. Realizacja funkcji marketingowej oraz ekologicznej jest niezadowalająca.

Summary

Evaluation of packages used in electronic commerce on example of stores from clothes sector.

The development of electronic commerce has had an impact on the functions of product packages. This article shows evaluation of the protective, marketing, exploitation and environmental protection functions of packages used by online clothes stores. These packages presents varied level of re-

alization of the particular functions. The protective function of the packages used by electronic clothes stores was rated highly. Most of the examined packages adequately fulfilled their exploitation function. The marketing and environmental function was assessed quite poorly.

LITERATURA

1. Korzeniowski A., Kwiatkowski J.: Towaroznawstwo opakowań, AE, Poznań, 1995.
2. Korzeniowski A., Skrzypek M., Szyszka G.: Opakowania w systemach logistycznych, ILiM, Poznań, 2001.
3. Jasiczak J., Korzeniowski A.: Funkcje opakowań w strategii jakości towarów, Opakowanie nr 9/1998.
4. Hales C.F.: Opakowanie jako instrument marketingowy, PWE, Warszawa, 1999.
5. Żakowska H.: Opakowania, a odpady opakowaniowe, Ośrodek Doradztwa i Szkolenia Kadr, Gdańsk, 2002.