

Poznań, 2023-06-12

## Bezpieczne płatności za zakupy w sieci – konsumenci już ich nie oczekują, a wymagają

- Według wyników II edycji badania przeprowadzonego na zlecenie Tpay przez SW Research, pt. „Perspektywy płatników na płatności online”, przy zakupach internetowych Polacy zwracają największą uwagę na bezpieczeństwo transakcji (89 proc.).
- Na poczucie bezpieczeństwa podczas płatności za zamówienie w sieci najbardziej wpływa zaufanie do pośrednika płatności, znany operator lub metoda (30 proc.), a najmniej – prosty proces transakcji (3 proc.).
- Za najbezpieczniejsze metody płatności Polacy uważają płatność za pobraniem (89 proc.), przelew tradycyjny (84 proc.) oraz płatność kartą (81 proc.).
- Wykupienie ubezpieczenia, które umożliwiłoby ochronę płatności podczas zakupów przez internet deklaruje tylko 27 proc. e-konsumentów, jednocześnie najchętniej wskazując na ubezpieczenie pojedynczej transakcji (41 proc.).

### Bezpieczeństwo ponad wszystko

Polacy coraz chętniej decydują się na zakupy online, dążąc przy tym do szybkiego i wygodnego procesu płatności. Jak pokazały wyniki badania zrealizowanego na zlecenie Tpay przez SW Research, podczas tej aktywności w sieci, kluczowym aspektem jest bezpieczeństwo transakcji (89 proc.), a 44 proc. badanych, kierując się poczuciem bezpieczeństwa, jakie daje ta forma zakupów, wybiera konkretnego operatora. Ponadto, zaufanie do pośrednika płatności, renomowany operator lub metoda to czynniki, które najmocniej (blisko jedna trzecia odpowiedzi) budują komfort podczas dokonywania transakcji online. A co mogą, a nawet powinni zrobić ci konsumenci, którzy obawiają się o swoje dane lub pieniądze płacąc w wybranym e-sklepie?

*- Aby nabrać pewności co do tego, czy zakupy w tym konkretnym sklepie internetowym są bezpieczne, przed dokonaniem w nim płatności ważne jest zapoznanie się z jego regulaminem oraz rozważne wyrażanie zgody, o jaką prosi operator danego serwisu. Warto również pamiętać, że istnieje szereg instytucji dbających o nasze bezpieczeństwo w procesie nie tylko transakcji online, ale całych e-zakupów. Wiarygodny operator powinien przede wszystkim posiadać licencję na świadczenie usług, wydawaną przez odpowiedni organ, np. Komisję Nadzoru Finansowego – mówi Krzysztof Szaneki, Security Manager w Tpay.*

## Tak dla ubezpieczenia płatności

W trosce o zabezpieczenie płatności podczas zakupów internetowych, wykupieniem ubezpieczenia byłoby zainteresowanych jedynie 27 proc. e-konsumentów, najwięcej w najmłodszych grupach wiekowych, tj. 18-24 r.ż. (31 proc.) oraz 25-34 r.ż. (32 proc.). Opcji ubezpieczenia transakcji nie bierze pod uwagę 38 proc., a 35 proc. nie ma w tej kwestii zdania.

Kwota, która cieszyłaby się największym zainteresowaniem przy wykupieniu takiego ubezpieczenia to między 100 zł a 499 zł (42 proc. wskazań). Konsumenti najchętniej ubezpieczyliby pojedynczą transakcję (41 proc.) lub uiścili opłatę jednorazową na rok (38 proc.). Na miesięczną składkę postawiliby jedynie 18 proc. badanych.

## Bezpiecznie za pobraniem

Mimo postępującej rewolucji cyfrowej i dużego zaufania do pośredników płatności online, część e-konsumentów lubi płacić za pobraniem za produkty zamówione w internecie i tę metodę uważa za najbezpieczniejszą (89 proc.). Przynajmniej raz skorzystało z niej 53 proc. Polaków, najczęściej podczas zakupów w sieci płaciło w ten sposób 18 proc., jednak tylko 9 proc. osób deklaruje, że jest to preferowana przez nich forma płatności.

Przy tego typu transakcjach,  $\frac{3}{4}$  e-konsumentów sięgają po gotówkę – w tym przypadku, względem pierwszej edycji badania, zanotowano jednak spadek o 11 p.p. (87 proc. vs. 76 proc.). Drugim wyborem jest karta – 47 proc. odpowiedzi (wzrost o 8 p.p.), a na trzecim – BLIK z 20 proc. (tutaj zanotowano największy wzrost, bo aż o 11 p.p.).

Najczęściej gotówką za pobraniem respondenci płacą za meble i artykuły wyposażenia wnętrz, kosmetyki oraz odzież i obuwie (po 75 proc. odpowiedzi). Najrzadziej – za cateringi dietetyczne (66 proc.) – w tym przypadku popularnością cieszy się natomiast karta (57 proc.) oraz BLIK (30 proc.).

## Edukacja wciąż jest potrzebna

Jak zauważa Krzysztof Szanecki z Tpay, wyniki badania pokazały, że chociaż Polacy stają się coraz bardziej „cyfrowi”, to nadal płatność przy odbiorze jest dla nich w dużym stopniu synonimem bezpieczeństwa. Tutaj niezbędna jest więc edukacja, która przyczyni się do wzrostu zaufania do nowoczesnych form płatności.

*- Choć to dobrze, że e-konsumenci pozostają czujni i świadomi cyberzagrożeń, to jednak kluczowe jest, aby wzrastało u nich także poczucie zaufania do transakcji online. E-sklepy odgrywają tutaj istotną rolę, nie tylko poprzez współpracę z operatorem płatności i zabezpieczenie infrastruktury sklepu, ale także przez edukowanie swoich klientów. Wyjaśnianie, jak działają różne metody płatności, wskazywanie, gdzie zwrócić się po pomoc w przypadku oszustwa oraz komunikowanie działań sklepu na rzecz ochrony konsumentów to istotne kwestie. Podejmowanie tych tematów wspiera budowanie cennego dzisiaj zaufania płatników – dodaje Krzysztof Szanecki z Tpay.*

-----

### O Tpay

Tpay to flagowy produkt Krajowego Integratora Płatności S.A., który działa na polskim rynku płatności online od ponad 12 lat. Spółka ma status Krajowej Instytucji Płatniczej i jest podmiotem regulowanym przez KNF. KIP jako pierwszy w Polsce wdrożył Google Pay i Visa Checkout (aktualnie Kliknij i zapłać z Visa), doceniany jest również za innowacyjny i zwiększający konwersję Widget One Click oraz płatności BLIK w komunikatorach społecznościowych. Spółka współpracuje z ponad 90 tys. zarejestrowanych podmiotów. Swoim klientom zapewnia takie metody płatności, jak m.in. przelewy online, karty płatnicze, portfele elektroniczne (PayPal, Google Pay, Apple Pay, Kliknij i zapłać z Visa), płatności odroczone, płatności ratalne oraz płatności mobilne za pomocą kodów QR i BLIK. System umożliwia pełną automatyzację przyjmowania płatności i bezzwłoczną realizację zamówień. Na mocy decyzji KNF z 31 lipca 2020 r., KIP świadczy usługi inicjowania transakcji płatniczej (PIS) oraz dostępu do informacji o rachunku (AIS), czyli tzw. otwartej bankowości. Tpay, dzięki synergii z Bankiem Pekao S.A., zapewnia również przedsiębiorcom kompleksowy ekosystem usług płatniczo-finansowych.

### Kontakt dla mediów:

Izabela Świątkowska

PR Manager

mail: [izabela.swiatkowska@tpay.com](mailto:izabela.swiatkowska@tpay.com)

tel.: +48 605 680 843