

Poznań, 2022-09-07

## E-konsument 2.0 – zwyczaje płatnicze Polaków w czasach „new normal”

- Według wyników II edycji badania przeprowadzonego na zlecenie Tpay przez SW Research, pt. „Perspektywy płatników na płatności online”, spadł – choć nieznacznie (71 proc. vs. 70 proc.) – odsetek osób, które preferują BLIKA spośród dostępnych płatności online.
- Jednocześnie wzrósł odsetek Polaków, którzy preferują przelew online, czyli Pay-By-Link (37 proc. vs. 38 proc.) oraz odsetek tych, którzy najczęściej wybierają tę metodę płatności (27 proc. vs. 30 proc.).
- Wśród metod płatności online, z których najczęściej korzystają Polacy, jest także BLIK (60 proc.) oraz płatność kartą (23 proc.).
- Przy dokonywaniu płatności online, Polacy najpierw zwracają uwagę na dostępne metody płatności (58 proc.), a następnie na poczucie bezpieczeństwa podczas procesu płacenia (49 proc.).
- Składając zamówienie w sklepie internetowym, Polacy najbardziej obawiają się o niezgodność towaru z oczekiwaniem (54 proc.). Bezpieczeństwo danych i konta bankowego jest na drugim miejscu (49 proc.) i odnotowało spadek względem pierwszej edycji badania aż o 18 p.p.
- Najbardziej preferowanym urządzeniem, na którym dokonujemy zakupów online jest komputer lub laptop (58 proc.), na drugim miejscu jest smartfon (32 proc.).

Coraz więcej Polaków porzuca monety i banknoty na rzecz płatności online, a ostatnie dwa lata jeszcze mocniej utrwaliły ten trend. Jak pokazują wyniki badania zrealizowanego na zlecenie Tpay przez SW Research, według 62 proc. Polaków to pandemia wpłynęła na to, że dużo rzadziej płacą oni gotówką, korzystając z niej tylko wtedy, gdy są zmuszeni.

### Polacy chcą mieć wybór

Najczęściej wybierane metody płatności nie zawsze pokrywają się z tymi preferowanymi, a prawdopodobnie wynika to głównie z ich dostępności. Przeważająca część Polaków nadal najczęściej wybiera BLIKA – takiej odpowiedzi udzieliło 60 proc. respondentów, jednak jest to zaledwie 1 proc. wzrostu w stosunku do pierwszej edycji badania. Na drugim miejscu plasuje się przelew natychmiastowy (Pay-By-Link), na który wskazało 30 proc. respondentów i który również odnotował wzrost w stosunku do 2020 r. Podium zamyka płatność kartą – 23 proc. Takie same metody płatności znajdują się w „TOP 3” preferowanych metod płatności online (odpowiednio 70-, 38- i 34 proc.), choć BLIKA preferuje mniej osób niż w poprzednim badaniu, a Pay-By-Link zyskał fanów.

1

BLIKIEM najbardziej lubimy płacić za bilety komunikacji miejskiej (47 proc.), subskrypcje serwisów i pakiety premium, carsharing, hulajnogi, skutery i rowery oraz zakłady bukmacherskie (po 46 proc. wskazań). Z kolei najwięcej odpowiedzi, co do płatności przelewem online za konkretne grupy produktów, padło na bilety na wydarzenia kulturalne, meble i wyposażenie wnętrz oraz gry, filmy i książki – po 20 proc. wskazań w każdej z kategorii. Kartą Polacy najchętniej płacą za sprzęt RTV, AGD i elektronikę, artykuły spożywcze, zakłady bukmacherskie oraz subskrypcje serwisów i pakiety premium – po 26 proc. odpowiedzi.

### Przelew tradycyjny już nie taki... tradycyjny

W przypadku częstotliwości wybierania metody płatności ze wszystkich dostępnych, spory spadek dotknął przelew tradycyjny – spośród osób, które przynajmniej raz skorzystały z takiej formy płatności, jest ona najczęściej wybierana przez 16 proc. badanych. To o 6 proc. mniej niż na koniec 2020 r. Przelew tradycyjny zanotował także spadek (o 8 p.p. względem pierwszej edycji badania), jeśli chodzi o preferowane metody płatności – znalazł się tuż za podium, na czwartym miejscu (21 proc.).

– Wyniki naszego badania pokazują, że Polacy coraz częściej odchodzą od płatności tradycyjnym przelewem na rzecz szybkich płatności online. Co ciekawe, wciąż chętnie korzystają z BLIKA, ale to nie oznacza, że porzucają na jego rzecz inne metody. Szeroki wachlarz dostępnych metod ponownie okazuje się ważnym czynnikiem zwiększania liczby klientów – podkreśla **Paweł Działak CEO& co-founder Tpay**, operatora płatności online.

### Szybkość, wygoda i przyzwyczajenie

Jak wynika z badania, Polacy przy dokonywaniu płatności online, najpierw zwracają uwagę na dostępne metody płatności (58 proc.), a następnie na poczucie bezpieczeństwa podczas dokonywania transakcji (49 proc.). Największą różnicę procentową – bo aż 16 p.p. – pomiędzy tymi dwoma czynnikami można dostrzec w grupie wiekowej 45–54. Respondenci w tym wieku częściej wskazują na dostępne metody (59 proc.) niż na poczucie bezpieczeństwa podczas płacenia (47 proc.).

Z kolei najczęściej wskazywanymi powodami preferowania danej metody płatności są szybkość oraz wygoda. W ramach tych kategorii badani najczęściej preferują BLIKA (69 proc. – szybkość, 68 proc. – wygoda) oraz płatność kartą (59 proc. – wygoda, 54 proc. – szybkość). Przy obu tych metodach, na trzecim miejscu jest przyzwyczajenie – dla BLIKA to 46 proc., a dla płatności kartą – 39 proc. Innymi najczęściej wymienianymi preferowanymi metodami jest przelew online/natychmiastowy (szybkość 63 proc., wygoda 65 proc.), portfel elektroniczny (szybkość 64 proc., wygoda 64 proc.), płatność kartą (szybkość 54 proc., wygoda 59 proc.) oraz PayPal (szybkość 53 proc., wygoda 52 proc.).

## Zgodność towaru z zamówieniem ważniejsza niż bezpieczeństwo danych

Mimo że znaczna część konsumentów chętnie dokonuje zakupów w sieci, to wykazują oni pewne obawy. Składając zamówienie w sklepie internetowym, Polacy najbardziej martwią się o niezgodność towaru z oczekiwaniem (54 proc.), bezpieczeństwo danych i konta bankowego (49 proc.) oraz problemów z dokonaniem płatności (np. niejasna procedura finalizacji zamówienia, blokada transakcji, podwójne naliczenie itp.) – 36 proc. Względem pierwszej edycji badania, bezpieczeństwo odnotowało spadek aż o 18 p.p. Co ciekawe, zaniepokojenie o wspomniane bezpieczeństwo danych i konta bankowego wyrażają częściej osoby w wieku 18–24 r.ż. (59 proc.) oraz 35–44 r.ż. (53 proc.).

– *Takie wyniki, z jednej strony mogą oznaczać, że Polacy coraz mniej obawiają się o bezpieczeństwo, ponieważ podnieśli swój poziom wiedzy w zakresie płatności. Z drugiej, że kładą nacisk na inne czynniki, a wciąż za mało uwagi poświęcają cyberbezpieczeństwu. Choć może być też tak, że w tej kwestii nie należy traktować respondentów jednorodnie, ponieważ postawy przypisane danemu pokoleniu mają tu ogromne znaczenie. Jednak, niezależnie od tego, jakie są motywacje badanych, pewne jest, że przed e-sprzedawcami jeszcze więcej pracy i wyzwań związanych z edukacją i obsługą e-klientów* – mówi Paweł Działak.

Zaskakujące mogą się okazać wyniki dotyczące urządzeń, na jakich polscy e-konsumenci najchętniej dokonują zakupów. Mimo coraz większej popularności korzystania ze smartfonów w naszym życiu codziennym, zakupów online najchętniej dokonujemy na laptopie/komputerze (58 proc.). To urządzenie najczęściej wybierane wśród respondentów z grupy wiekowej 45–54 r.ż. (70 proc.) oraz najmłodszej, tj. 18–24 r.ż. (53 proc.) Z kolei smartfon do zakupów przez internet wykorzystuje 32 proc. badanych. Z tego urządzenia chętniej do kupowania online korzystają Polacy w wieku 25–34 lata (46 proc.). Podobnie przedstawiał się rozkład procentowy w pierwszej edycji badania, kiedy to komputer/laptop zanotował 59 proc., a smartfon 31 proc.

\*\*\*\*\*

### 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, m.in. atrakcyjne płatności ratalne.

### Kontakt dla mediów:

Izabela Świątkowska  
PR Manager

---

mail: [izabela.swiatkowska@tpay.com](mailto:izabela.swiatkowska@tpay.com)  
tel.: +48 605 680 843