

Blisko połowa e-konsumentów nie kończy zakupów z prostego powodu

Nowe dane o e-commerce w 5. edycji raportu „Jak Polacy lubią płacić online”

Tpay co roku bada zwyczaje zakupowe e-konsumentów. Najnowsza, już 5. edycja raportu, pokazuje, że polski e-konsument staje się coraz odważniejszy, swobodnie porusza się w świecie zakupów online i korzysta z szerokiego wachlarza metod płatności w zależności od potrzeb i preferencji.

Top dane:

- **40% konsumentów** rezygnuje z zakupów, jeśli zabraknie ich ulubionej metody płatności
 - **Ponad 60% badanych** uważa płatności on-site (realizowane bezpośrednio na stronie sklepu) za ważny i pożądany sposób finalizacji zakupów
 - **56% respondentów** oczekuje pomocy ze strony człowieka, jedynie **7%** w pełni akceptuje wsparcie zapewniane wyłącznie przez boty
-

Podejście do zakupów online ewoluuje, co bezpośrednio kształtuje nowe nawyki konsumentów. W najnowszym raporcie Tpay bieżące zachowania e-kupujących konfrontowane są z wynikami poprzedniego badania. Pozwala to uchwycić dynamikę zmian, która pokazuje, jak szybko nowoczesne rozwiązania płatnicze stają się dla Polaków naturalnym i codziennym standardem.

Cyfrowa odwaga łączy pokolenia

W raporcie znajdują się szczegółowe dane o tym, jak kształtują się preferencje związane z zakupami online oraz sposobami płatności w zależności od wieku. Publikacja bada różnice pokoleniowe, pokazując, jak poszczególne grupy - od pokolenia Z po Silver Generation - adaptują nowinki technologiczne.

– *Z naszej analizy wynika, że cyfrowa odwaga łączy pokolenia. Współczesny kupujący chętnie testuje różne rozwiązania, szukając tych najwygodniejszych i najbardziej intuicyjnych. Co przyniesie przyszłość? Płatność, która odbywa się w tle, ale jest pod kontrolą płacącego, to coś, co będziemy obserwować coraz częściej!* – podkreśla **Dawid Cichy, Head of Sales w Tpay.**

Dywersyfikacja płatności i potencjał rozwiązań on-site

Analiza danych w 5. edycji raportu wskazuje na zmianę w udziale procentowym trzech najpopularniejszych metod płatności. Choć skład podium pozostaje stabilny, dynamika rynkowa poszczególnych rozwiązań ulega zmianie - **konsumenci coraz śmielej** dopasowują sposób zapłaty do swoich aktualnych potrzeb.

Dobrym przykładem obrazującym tę ewolucję jest **rosnąca popularność płatności on-site**. Znacząca część badanych świadomie finalizuje transakcje bezpośrednio na stronie sklepu, zamiast przechodzi na stronę bramki płatniczej. Mając zaufanie do oferowanych metod płatności, użytkownicy chętniej kończą zakupy szybko i w jednym miejscu, co dla e-commerce jest jasnym sygnałem: walka o klienta wymaga elastyczności i oferowania pełnego wachlarza rozwiązań.

Optymalizacja ścieżki zakupowej kluczem do sukcesu

Badanie preferencji konsumenta dostarcza kluczowych informacji, które pozwalają sprzedawcom lepiej zoptymalizować ścieżkę zakupową. Zrozumienie potrzeb użytkownika to fundament działań mających na celu zapobieganie porzucaniu koszyków i dbanie o to, by wizyta w sklepie kończyła się zakupem.

5. edycja raportu Tpay dowodzi, że w **2026 roku polski e-commerce to rynek świadomych i odważnych wyborów**, gdzie personalizacja procesów płatniczych i poczucie kontroli użytkownika nad transakcją budują realną przewagę konkurencyjną.

Pełna wersja raportu „Jak Polacy lubią płacić online 2026” jest dostępna do pobrania na stronie: <https://tpay.com/jak-polacy-kupuja-online-raport>.

O Tpay

Tpay to operator płatności w 100% z polskim kapitałem, który zapewnia wygodne i bezpieczne płatności za zakupy w internecie, dbając także o komfort sprzedawców. To marka Krajowego Integratora Płatności S.A., który działa na polskim rynku płatności online od ponad 15 lat. Spółka ma status Krajowej Instytucji Płatniczej i posiada rozszerzoną licencję przyznaną przez Komisję Nadzoru Finansowego.

Tpay zapewnia płatności w sklepach internetowych i stacjonarnych, a także w mobilnych aplikacjach. Intuicyjna bramka płatności umożliwia wygodne i bezpieczne zakupy z wykorzystaniem szeregu metod płatności, m.in. BLIKA, przelewu online, karty płatniczej, portfeli elektronicznych (PayPal, Google Pay, Apple Pay), Click to Pay, Visa Mobile, płatności odroczonej (PayPo, Twisto, BLIK Płać Później), płatności cyklicznych ([m.in.](#) BLIK Płatności powtarzalne), płatności ratalnych Banku Pekao.

Tpay od 2020 r. wprowadza do e-commerce Bank Pekao S.A. To historyczne partnerstwo zapewniające przedsiębiorcom kompleksowy ekosystem usług płatniczo-finansowych.

Kontakt dla mediów: marketing@tpay.com