
Rocznie odbieramy co najmniej 150 paczek z zakupami

Operator płatności Tpay już po raz czwarty zbadał zwyczaje zakupowe, motywacje i obawy e-konsumentów. Pierwsza część raportu „Jak Polacy lubią płacić online 2024/2025”, poświęcona portretowi konsumenta, przynosi bardzo ciekawe dane!

-
- Do e-commerce coraz chętniej zagląдают także starsi użytkownicy: 2 na 5 badanych ma **minimum 55 lat**.
 - **25%** ankietowanych kupuje w internecie ubrania **2-3 razy w miesiącu**.
 - **Ubrania** to najpopularniejsza kategoria zakupowa (24% badanych).
 - **34%** konsumentów rośliny ogrodowe i doniczkowe nadal woli kupować stacjonarnie.
 - **Artykuły spożywcze** dzielą konsumentów na dwie grupy: 16% badanych robi zakupy spożywcze przez internet co najmniej kilka razy w miesiącu, co plasuje tę kategorię w top 3. Jednocześnie **34%** badanych wyraźnie dało znać, że internet to nie miejsce na kupowanie świeżych produktów spożywczych.
 - Najwięcej kupują osoby będące na etacie, czyli ponad połowa badanych – to właśnie oni odbierają **rocznie co najmniej 150 paczek** z zamówieniami internetowymi.
 - 22% konsumentów w ostatnich latach **zaczęło kupować** przez internet obuwie. 21% leki i suplementy diety, podobnie ubrania.

Tegoroczny raport „Jak Polacy lubią płacić online?” operator płatności Tpay podzielił na trzy części. Pierwsza poświęcona jest portretowi e-konsumenta – zawiera analizę demograficzną wraz z badaniem preferencji urządzeń zakupowych i zmianą podejścia do zakupów w sieci.

Kim jest statystyczny e-konsument

Aktualnie statystyczny polski e-konsument to osoba w wieku 42 lat, pracująca na etacie i robiąca zakupy w sieci regularnie, bo 2–3 razy w miesiącu lub częściej. Przybywa starszych konsumentów: 2 na 5 ma minimum 55 lat i do robienia zakupów wykorzystuje równie często laptopa i smartfona. Większość ankietowanych stawia jednak na smartfony (52% badanych).

– *Mówi się, że kobiety są z Marsa, a mężczyźni z Wenus; różnice w preferencjach urządzeń zauważalne są także między kobietami a mężczyznami. 62% kobiet kupuje najczęściej za pomocą smartfonów, podczas gdy wśród mężczyzn odsetek ten wynosi 41%. To jedna z wielu danych obecnych w naszym raporcie, które stanowią wyraźną wskazówkę dla e-sprzedawców. Pandemia czy spowolnienie gospodarcze bardzo wpłynęły na*

e-commerce, nie zwalnia on jednak tempa i każdy rok to nowe wyzwania dla branży – mówi Magdalena Stranz-Sobalkowska, CCO w Tpay.

Co Polacy wkładają do wirtualnych koszyków

Jeszcze niedawno pewne kategorie zakupowe były w pełni zarezerwowane dla zakupów stacjonarnych. Leki i suplementy diety czy obuwie nie były produktami, które konsumenci chętnie wkładali do wirtualnego koszyka. Warto również pamiętać, że całkiem niedawno zakupów dokonywano głównie za pośrednictwem komputera, a te odbywające się w sieci były domeną głównie młodszych pokoleń.

Raport pokazuje, że kobiety częściej niż kiedyś kupują online obuwie (24%), suplementy diety (25%) i ubrania (22%). Z kolei mężczyźni chętniej online wybierają elektronikę (24%) oraz odzież sportową (16%). Aż 21% respondentów wskazało, że w ostatnich latach zaczęło kupować online leki i suplementy diety – produkty, które wcześniej były zarezerwowane wyłącznie dla aptek stacjonarnych.

– Zakupy internetowe dynamicznie się rozwijają, ale niektóre produkty wciąż pozostają głównie w sferze zakupów naziemnych. Konsumenci nadal wolą osobiście kupować rośliny ogrodowe czy świeże produkty spożywcze. Jednak kategorie takie jak artykuły spożywcze czy kosmetyki coraz częściej trafiają do wirtualnych koszyków, co wskazuje na stopniową zmianę nawyków i wyznacza kierunek na przyszłość – dodaje Magdalena Stranz-Sobalkowska.

Kolejne części raportu „Jak Polacy lubią płacić online 2024/2025” poświęcone będą bezpieczeństwu zakupów online oraz sposobom płatności za nie.

Pełen raport zawiera szczegółowe dane i analizy oraz komentarze ekspertów – pobrać go można tutaj: <https://now.tpay.com/jak-polacy-kupuja-online-2024-2025>

Partnerami raportu są Bank Pekao S.A. oraz Izba Gospodarki Elektronicznej.

O Tpay

Tpay to operator płatności, 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 14 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 odroczone (PayPo, Twisto, BLIK Płacę Później), 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