

Poznań, 2023-10-09

Świadomi i wymagający: polscy e-konsumenci wobec płatności online

- Według wyników III edycji badania będącego podstawą raportu operatora płatności Tpay pt. „Jak Polacy kupują online 2023. Roz_ważny konsument w niepewnych czasach”, rośnie liczba polskich e-konsumentów, którzy przed zakupami online sprawdzają metody płatności dostępne w sklepie internetowym.
- Przeważająca część badanych Polaków podczas płatności za e-zakupy nadal najczęściej wybiera BLIKA (70 proc.). Na drugim miejscu uplasował się szybki przelew (23 proc.), a podium zamknęła płatność kartą (19 proc.).
- Szybkość i wygoda to najczęściej wskazywane powody preferencji danej metody płatności. W ramach tych kategorii badani w tym roku najczęściej preferowali portfel elektroniczny.

Ostatnie lata w znaczący sposób wpłynęły na obecny krajobraz polskiej branży e-commerce, a wielu Polaków przybliżyły do dokonywania zakupów w kanale online i korzystania z płatności elektronicznych. Jak pokazują dane z najnowszego raportu Tpay „Jak Polacy kupują online 2023. Roz_ważny konsument w niepewnych czasach”, to okoliczności, takie jak wojna w Ukrainie czy rosnąca inflacja przyczyniły się do tego, że e-konsumenci rzadziej za e-zamówienia płacili gotówką i korzystali z niej tylko wtedy, gdy byli zmuszeni (47 proc.).

BLIK liderem, ale co dalej?

Wyraźnie widać, że z roku na rok wśród kupujących w sieci rośnie zarówno świadomość, jak i ich wymagania wobec płatności elektronicznych. Na przestrzeni trzech edycji badania Tpay (2023, 2022 oraz 2020 r.) odsetek osób, które przed dokonaniem zakupów online sprawdzają metody płatności dostępne w sklepie internetowym, wzrósł o 5 p.p. (w III edycji było to 81 proc., w II – 77 proc., a w I – 76 proc.).

Przeważająca część Polaków nadal korzysta z BLIKA (70 proc.). Względem 2022 r. to wzrost o 9 p.p. oraz 11 p.p. względem 2020 r. Kolejną metodą, z której korzystanie deklarują polscy e-konsumenci jest szybki przelew z wynikiem 23 proc., notując jednak spadek o 7 p.p. względem ubiegłego roku i 4 p.p. w stosunku do I edycji. Podium zamknęła płatność kartą z wynikiem 19 proc. Tu jednak też obserwujemy spadki: -4 p.p. w stosunku do 2022 r. oraz -6 p.p. w stosunku do 2020 r.

Z kolei w “TOP 3” preferowanych metod płatności, poza BLIKIEM, który również objął prowadzenie z tegorocznym wynikiem 76 proc. (+6 p.p. w II edycji oraz +5 p.p. w I edycji), układ sił kolejnych

faworytów wśród polskich e-konsumentów wygląda już zupełnie inaczej niż w przypadku metod płatności, z których korzystają Polacy. W tym roku, z trzeciego na drugie miejsce wskoczyła płatność kartą z wynikiem 29 proc. (spadek o 5 p.p. względem 2022 r. oraz 7 p.p. w porównaniu do 2020 r.). Na dole podium znalazł się szybki przelew notując 27 proc., co oznacza odpowiednio -9 p.p. oraz -10 p.p. w stosunku do II i I edycji badania.

Sporym zainteresowaniem cieszą się teraz także portfele elektroniczne, za pomocą których płatność preferuje już 26 proc. polskich internautów. To 9 p.p. wzrostu względem 2022 r. oraz 5 p.p. względem 2020 r.

- Internauci chcą mieć wybór podczas finalizowania zamówienia – dobrać metodę płatności do produktu włożonego do koszyka czy wybrać ulubioną metodę płatności. Nie mając takiej możliwości, istnieje duże prawdopodobieństwo, że porzucą swój koszyk zakupowy - komentuje Dawid Cichy, Head of Sales w Tpay.

Upodobania płatnicze pokoleń

BLIKIEM najbardziej lubimy płacić podczas zamawiania subskrypcji serwisów (59 proc.) oraz za wynajem hulajnogi, skutera czy roweru (58 proc.). Z kolei płatność kartą wysuwa się na prowadzenie jako preferowana metoda wśród osób kupujących zakłady bukmacherskie (26 proc.), a szybki przelew cieszy się szczególnym powodzeniem przy zamawianiu subskrypcji oraz kupnie biletów na wydarzenia kulturalne (po 14 proc.).

Ta metoda płatności jest preferowana we wszystkich grupach wiekowych, zwłaszcza wśród najmłodszych między 18 a 24 rokiem życia (75 proc.). Następna w kolejności jest płatność kartą, najpopularniejsza zwłaszcza w grupie wiekowej 45–54 (27 proc.). Trzecia metoda to PayPal – najliczniej preferują go e-konsumenci w wieku 35–44 lata (17 proc.).

- Coraz szerszy wachlarz metod płatności wychodzi naprzeciw e-konsumentom, pozwalając im płacić dokładnie w taki sposób, jaki lubią najbardziej. Klientocentryczność to trend od lat widoczny w e-commerce, a jego niezbędnym elementem jest zadbanie o każdą grupę kupujących. Zwyczaje zakupowe różnią się w zależności od segmentu rynku, ale i – przede wszystkim – od profilu klienta. Warto poznać jego „metryczkę” demograficzną, w tym wiek dlatego, że określone grupy wiekowe mają swoje płatnicze preferencje i warto zwrócić szczególną uwagę na to, czy w sklepie są dostępne ich ulubione metody płatności - dodaje Dawid Cichy, Head of Sales w Tpay.

Musi być szybko i wygodnie

Największy wpływ na preferencję konkretnej metody płatności podczas finalizacji e-zakupów ma przede wszystkim jej szybkość i wygoda. To dwie kwestie najczęściej wskazywane przez polskich konsumentów na przestrzeni wszystkich edycji badania Tpay, a metodą, która w tym roku w ramach

powyższych kategorii zdobyła największe uznanie jest portfel elektroniczny (86 proc. osób docenia za szybkość, 76 proc. za wygodę).

Innymi najczęściej wymienianymi metodami były: przelew natychmiastowy (82% szybkość, 66% wygoda), BLIK (79% szybkość, 65% wygoda), płatność kartą (szybkość 70%, wygoda 66%) oraz PayPal (szybkość 62%, wygoda 55%).

Ważną rolę odgrywa także bezpieczeństwo. Na przestrzeni trzech ostatnich lat konsumenci czuli się najbardziej bezpieczni korzystając z płatności za pobraniem (75 proc. wskazań w tym roku, tyle samo w 2020 r., a 60 proc. w 2022 r.). Jako metodę, z którą mają wcześniejsze pozytywne doświadczenia, najwięcej badanych (64 proc.) wskazało płatności odroczone – to o 19 p.p. więcej niż w ubiegłym roku.

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

tel.: +48 605 680 843

Biuro Prasowe: tpay.com/biuro-prasowe