
Tylko 3% Polaków nie ma ulubionej metody płatności w internecie

Kupujący w internecie są bardziej uważni, wymagający i świadomi swoich oczekiwań, niż kiedykolwiek wcześniej, także w kwestii płatności online. Jakie są ulubione metody płatności e-konsumentów i dlaczego tylko 3% z nich nie ma preferowanego sposobu płacenia za zakupy?

Najciekawsze dane:

- Tylko **3%** kupujących online nie ma preferencji co do metody płatności.
- **BLIK, karty płatnicze i przelewy online** to po raz kolejny najpopularniejsze metody płatności w sieci.
- Popularność **BLIKA** maleje wraz z wiekiem kupujących.
- Rośnie znaczenie płatności ratałnych i odroczonych.

Częste, ale uważne zakupy online

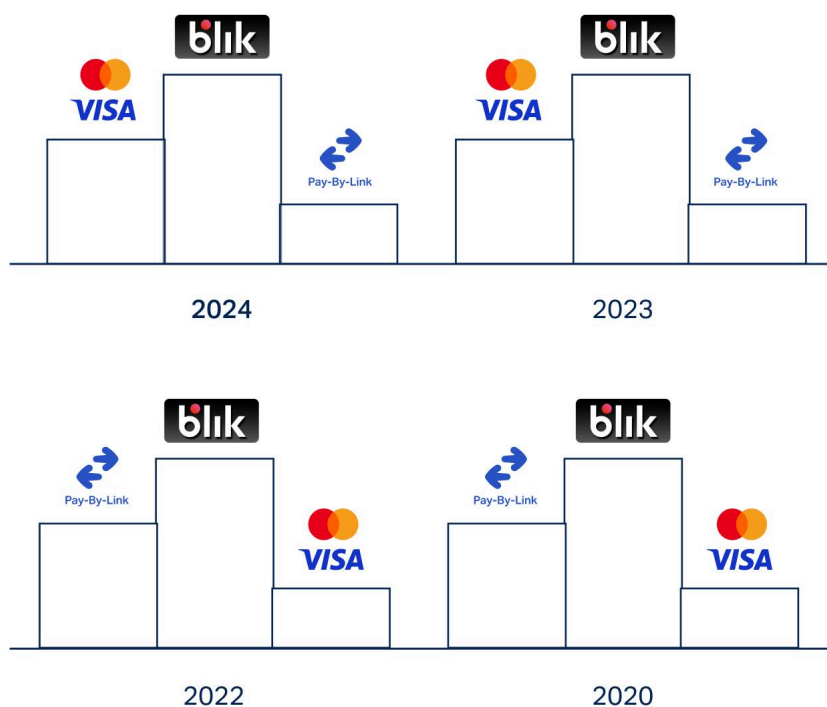
Polacy coraz chętniej sięgają po wirtualne koszyki. Jak wynika z danych Tpay, zawartych w trzeciej części raportu „Jak Polacy kupują online 2024/2025”, **84%** z nich kupuje online **raz w miesiącu lub częściej!** Jednocześnie uważnie dokonują wyboru sklepu, kierując się przede wszystkim **korzystną ceną i kosztami dostawy** (odpowiednio 55% i 44% badanych).

Finalizacja transakcji i płatność to kluczowy element całego procesu, a Tpay po raz czwarty zbadał preferencje polskich e-konsumentów w tym zakresie. **Tylko 3%** badanych wskazało, że nie ma ulubionej metody płatności online i jest im obojętne, w jaki sposób płacą za zakupy. Pozostali mają jasno sprecyzowane preferencje, co stanowi klarowne wyzwanie dla właścicieli e-sklepów.

Podium ulubionych e-płatności bez zmian

Analiza ulubionych metod płatności e-konsumentów po raz kolejny pokazała, że skład podium, w porównaniu do poprzednich lat, jest niezmienny. **BLIK, karty płatnicze i przelewy online** to liderzy cieszący się największym zaufaniem konsumentów. W dwóch ostatnich edycjach badania na drugie miejsce wysunęły się płatności kartą płatniczą, a BLIK stale zajmuje pierwszą lokatę.

Top 3 ulubionych płatności: na podium bez zmian



Dane pochodzą z raportu "Jak Polacy lubią płacić online. Metody płatności pod lupą", który powstał na bazie badania zrealizowanego na zlecenie Tpay przez Instytut Badań Pollster w 2024 roku.

Popularność płatności 6-cyfrowym kodem jest ogromna; jak ulubioną metodę wskazuje ją **58%** respondentów, podczas gdy karty płatnicze i przelewy online (Pay-By-Link) - po 11%. To także rozpoznawalna marka: **98% e-konsumentów zna ją choćby ze słyszenia**. Czy BLIK zdominował rynek e-płatności?

- Konsumenty cenią BLIKA przede wszystkim za szybkość, wygodę i powszechność. Jednak płatności kartowe oraz przelewy online utrzymują się w ścisłej czołówce. To sygnał, że konsumenci coraz chętniej korzystają z innych form płatności. Wśród nich są także płatności odroczone i ratalne, które odpowiadają na ich potrzeby finansowe i zapewniają większą elastyczność w zarządzaniu budżetem - mówi Karolina Laudy, Lead Product Manager w Tpay

Każdy znajdzie płatności dla siebie

Choć BLIK jest niekwestionowanym liderem, to warto zauważyć, że jego popularność różni się w zależności od grupy wiekowej. Wśród **najmłodszych konsumentów** (18-24 lata) BLIK jest wybierany przez aż 75% badanych. Jednak wraz z wiekiem jego popularność **maleje**. W

grupie 55+ BLIK jest wybierany już tylko przez 40% respondentów. To pokazuje, że młodsze osoby są bardziej otwarte na nowoczesne metody płatności, podczas gdy starsi konsumenci częściej sięgają po tradycyjne rozwiązania.

Wpływ na preferencje metod płatności ma też **częstotliwość zakupów w sieci**. W przypadku osób kupujących codziennie lub prawie codziennie, BLIK jest wybierany przez 67% respondentów, a kupujący raz do roku lub rzadziej, najchętniej sięgają po przelew online lub BLIKA (po 30%).

Również **pleć** może mieć znaczenie przy preferencjach płatniczych: kobiety nieco chętniej płacą BLIKIEM i za pośrednictwem przelewów online, zaś mężczyźni częściej wybiorą płatność kartą płatniczą. Co ciekawe, brak ulubionej metody płatności deklaruje 4% mężczyzn: **dwukrotnie więcej, niż kobiet**.

Chętniej kupujemy na raty i odraczamy płatność

Dane Tpay wskazują również na rosnące znaczenie płatności ratalnych i odroczonej. W porównaniu z 2023 rokiem, odsetek konsumentów korzystających z tych metod płatności wzrósł. Udział płatności odroczonej **zwiększył się** z 16% do 25%, a ratalnych z 17% do 22%.

- Dynamiczny wzrost płatności odroczonej oraz ofert ratalnych 0% wskazuje, że klienci poszukują elastycznych sposobów finansowania swoich zakupów. Wysokie stopy procentowe sprawiają, że nie zawsze chcą angażować własne środki, szczególnie przy większych wydatkach. To zjawisko będzie się nasilać, a fintechy i banki będą nadal upraszczać procesy wnioskowania, aby zapewnić maksymalną wygodę zarówno dla konsumentów, jak i sprzedawców - wyjaśnia Karolina Laudy.

Współcześni e-konsumenci chcą kupować i płacić tak, jak lubią. Mają swoje **jasno sprecyzowane** sympatie i przyzwyczajenia. Dlatego tak ważne jest, aby e-sklepy oferowały szeroki wybór metod płatności i dostosowywały się do zmieniających się trendów rynkowych.

Raport "Jak Polacy lubią płacić online. Bezpieczne e-zakupy" powstał na bazie badania zrealizowanego na zlecenie Tpay przez Instytut Badań Pollster w 2024 roku. Partnerami są Bank Pekao S.A. oraz Izba Gospodarki Elektronicznej.

Pełną wersję raportu można pobrać tutaj:

<https://now.tpay.com/jak-polacy-kupuja-online-2024-2025>

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 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 Płacę Później, PragmaPay), 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