



Utječu li načini plaćanja na odluku prilikom online kupovine?

Željeni načini plaćanja vs. stvarnost korištenja



Plaćanje kao neizbježan dio e-trgovine

U svakom procesu online kupovine dolazi trenutak plaćanja. Nakon pomno odabranih proizvoda ili usluga, upisanih podataka za dostavu i finalizirane košarice, kupci se suočavaju s izborom metode plaćanja, što često može biti presudno za završetak kupovine.

Razvoj mnogobrojnih načina plaćanja uvelike je potaknuo rast e-trgovine, mijenjajući navike potrošača, mjesta kupovine, pa čak i preferirane opcije dostave. Hrvatska nije izuzetak, prateći globalne trendove i uvodeći brojne digitalne opcije plaćanja koje omogućuju bezbrižno i jednostavno online iskustvo. No, postavlja se pitanje: jesu li Hrvati još uvijek vjerni tradicionalnijim metodama plaćanja?

Koje su navike Hrvata što se tiče plaćanja?

Jednostavnost i ušteda vremena glavni su razlozi zbog kojih Hrvati biraju online kupovinu. Međutim, postavlja se pitanje odnosi li se ta jednostavnost i na odabir metoda plaćanja te koji faktori utječu na konačnu odluku?

Hrvati su jedinstveni u odnosu na ostatak Europe po pitanju preferencija u metodama plaćanja. Hrvatska je jedna od rijetkih zemalja u kojoj plaćanje pouzećem zauzima visoko mjesto među željenim opcijama, odnosno jedina gdje je to željena i najčešće odabrana metoda plaćanja. S obzirom na to da su hrvatski potrošači skloni kupovini u stranim e-trgovinama, ne čudi što PayPal također zauzima značajan udio među preferiranim metodama.

Gotovina iznad svega!

27% Internet korisnika izjavilo je da preferira plaćanjem **pouzećem**

22% Internet korisnika izjavilo je da preferira plaćanjem **PayPal-om**

14% Internet korisnika izjavilo je da preferira plaćanje **debitnom karticom**

Postoje naravno određene generacijske razlike u odabiru željenih metoda gdje su starije generacije više sklonije tradicionalnim metodama dok su mlađe generacije sklonije nešto digitalnijim opcijama.

37% Internet korisnika u dobi **65-79** izjavilo je da preferira plaćanje **pouzećem**

30% Internet korisnika u dobi **50-64** izjavilo je da preferira plaćanje **PayPal-om**

11% Internet korisnika u dobi **30-49** izjavilo je da preferira plaćanje **Revolutom**

11% Internet korisnika u dobi **18-29** izjavilo je da preferira plaćanje **GooglePay/ApplePay**

Dostupnost prije svega

Jedan od ključnih elemenata koji može utjecati na odluku kupca o završetku online kupovine jest metoda plaćanja koja im je ponuđena. Iako je ponuda proizvoda i usluga široka, način na koji potrošači mogu platiti za te proizvode često je presudan. Uz dostupnost metode plaćanja, faktori poput sigurnosti, jednostavnosti i navike također igraju ključnu ulogu u odluci kupca.

Sigurnost, ali i navika!

56% Internet korisnika izjavilo je da preferira određenu metodu plaćanja radi **sigurnosti**

42% Internet korisnika izjavilo je da preferira određenu metodu plaćanja radi **jednostavnosti**

26% Internet korisnika izjavilo je da preferira određenu metodu plaćanja radi **navike**

Što kupce može natjerati da napuste košaricu prije završetka kupovine?

26% Internet korisnika izjavilo je da **željena metoda plaćanja nije bila dostupna**

Izbor metode plaćanja igra ključnu ulogu u završetku online kupovine. Hrvatski potrošači pokazuju specifične preferencije koje odražavaju kombinaciju tradicionalnih vrijednosti i rastuće prihvaćenosti digitalnih rješenja.

Trgovci koji žele uspjeti na hrvatskom tržištu moraju uzeti u obzir ove preferencije, osiguravajući raznovrsnost metoda plaćanja i fokusirajući se na sigurnost i jednostavnost korištenja.

Uvođenjem i promoviranjem novih, inovativnih opcija uz osiguranje prisutnosti tradicionalnih metoda, trgovci mogu povećati zadovoljstvo kupaca i smanjiti broj napuštenih košarica, čime ostvaruju konkurentsku prednost na tržištu.

