**Niemal ⅓ Polaków uważa, że zakupy przez Internet nie są bezpieczne**

**Aż 86 proc. kupujących online sprawdza opinie o sklepie, zanim dokona w nim zakupu, a już 91 proc. zwraca uwagę na bezpieczeństwo płatności internetowych, jak wynika z nowego raportu Advox Studio na temat zwyczajów e-zakupowych Polaków. Widać, że nie ufamy sprzedającym - tylko 39,5 proc. wyraża zgodę na profilowanie, czyli zbieranie danych na podstawie ich zachowań w sieci, choć jednocześnie oferty dopasowane do zainteresowań i potrzeb są zachętą do zakupów dla 70 proc. klientów.**

Według badania platformy analityczno-badawczej UCE RESEARCH w 2020 r. prawie 40 proc. Polaków natknęło się na fałszywy sklepy internetowy. Z kolei CERT Polska podaje, że w tym samym roku sektor handlu internetowego znalazł się na drugim miejscu pod względem liczby incydentów bezpieczeństwa, których zgłoszono ponad 1400\*. Jednak, jak wynika z [raportu „Jak Polacy korzystają ze sklepów internetowych 2021”](https://www.advox.pl/blog/ecommerce/zwyczaje-e-zakupowe-polakow-raport-czesc-3/) firmy Advox Studio, software house’u z główną siedzibą w Poznaniu i oddziałami w Europie, który [zrealizował ponad 200 projektów sklepów internetowych](https://www.advox.pl/projekty), **zdaniem 77 proc. internetowych konsumentów zakupy przez Internet są bezpieczne**. Przeciwnego zdania jest zaledwie 8 proc., natomiast aż 15 proc. nie ma opinii na ten temat.

**Klienci przywiązują dużą wagę do opinii o sklepach**

Niemal 80 proc. kupujących online twierdzi, że podczas zakupów zwraca uwagę na bezpieczeństwo e-sklepu, a aż **86 proc. sprawdza opinie o sklepie, zanim dokona w nim zakupu** – szczególnie jeśli wcześniej o nim nie słyszało albo planuje kupić coś drogiego. Jak wynika z [poprzedniej części raportu,](https://www.advox.pl/blog/ecommerce/zwyczaje-e-zakupowe-polakow-raport-advox-studio-czesc-2/) opinie o sprzedawcy są kluczowe przy wyborze konkretnej oferty dla ponad połowy badanych.

*Jednym z łatwych do sprawdzenia wyznaczników bezpieczeństwa sklepu jest możliwość wyboru różnych opcji płatności. Sklep, który oferuje np. wyłącznie płatność przelewem, powinien wzbudzić nieufność. Możliwość użycia karty kredytowej czy procesora płatności daje dodatkową ochronę, bo oznacza, że firmy obsługujące te funkcje sprawdziły już danego sprzedawcę* - mówi **Rafał Gadomski, CEO Advox Studio** - *Moment płatności jest kluczowy z punktu widzenia eCommerce*. *Klient nie dokona jej w sklepie, w którym nie będzie czuł się bezpiecznie i do którego nie będzie miał zaufania.*

**Już prawie wszyscy kupujący online pilnują bezpieczeństwa płatności**

Według raportu Advox Studio już **91 proc. kupujących online zwraca uwagę na bezpieczeństwo płatności internetowych**. Według danych Gemius\*\* 18 proc. osób, które nie kupują przez Internet, podjęło taką decyzję właśnie z obawy przed niebezpieczeństwem związanym z momentem płatności. Szczególną uwagę na te kwestie zwracają osoby w wieku powyżej 50 lat. *Okresy lockdownu zwiększyły internetową aktywność osób po 55. roku życia, które niestety statystycznie są bardziej narażone na oszustwa* - dodaje **Rafał Gadomski, CEO Advox Studio** - *Dlatego, oprócz inwestowania w technologie warto również postawić na edukowanie klientów, by byli świadomi zagrożeń i w miarę możliwości umieli się przed nimi chronić.*

**Klienci chcą dopasowanych ofert, ale nie zgadzają się na profilowanie**

Chociaż dla ponad 70 proc. osób robiących zakupy przez Internet oferty dostosowane do ich zainteresowań i potrzeb stanowią zachętę do podjęcia decyzji o zakupie, to jednocześnie **tylko 39,5 proc. przy robieniu zakupów wyraża zgodę na profilowanie** przez e-sklepy, czyli zbieranie danych na ich temat na podstawie ich zachowań w sieci. Aż 23,5 proc. nie wie, czy zgadza się na profilowanie, czy nie. To wyraźny sygnał, że prośby o wyrażenie zgody na profilowanie nie powinny ograniczać się do suchych, pisanych prawniczym językiem formułek, ale jasnym i zrozumiałym językiem tłumaczyć zalety ich wyrażenia.

*Napływające z różnych stron informacje o atakach hakerskich, oszustwach i wyciekach danych skutkują dezorientacją i wzrostem nieufności części konsumentów. Dla każdej osoby związanej z eCommerce podstawą powinny być takie działania jak m.in. bieżące aktualizowanie platformy zakupowej, zabezpieczenie płatności i regularne wykonywanie testów penetracyjnych, czyli prób ataków hakerskich przeprowadzanych w kontrolowanych warunkach, co pozwala wychwycić luki w zabezpieczeniach i zbadać odporność systemu. Właściciele sklepów muszą pamiętać, że to przede wszystkim na nich spoczywa odpowiedzialność za bezpieczeństwo ich serwisów oraz danych klientów* - konkluduje **Rafał Gadomski, CEO Advox Studio**.

Raport [„Jak Polacy korzystają ze sklepów internetowych 2021”](https://www.advox.pl/blog/ecommerce/zwyczaje-e-zakupowe-polakow-raport-czesc-3/) powstał na podstawie wyników badania zrealizowanego metodą CAWI przez firmę badawczą w dniach 13-20 września 2021 na grupie reprezentatywnej 1000 osób.

\* <https://www.advox.pl/blog/ecommerce/jak-dbac-o-cyberbezpieczenstwo-w-ecommerce/>

 <https://cert.pl/uploads/docs/Raport_CP_2020.pdf>

\*\* <https://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly-aktualnosci/raport-e-commerce-w-polsce-2021.html>