

Raport badawczy

Zbliżeniowe karty płatnicze w Polsce – rok 2009

broszura informacyjna

Michał Polasik



POLASIK
▶ research

Toruń, Styczeń 2010

Zbliżeniowe karty płatnicze w Polsce – rok 2009

raport badawczy, styczeń 2010 r.

Raport stanowi kompleksowe przedstawienie stanu rynku kart zbliżeniowych w Polsce na koniec 2009 roku. Wszystkie powyższe zagadnienia zostały przedstawione w niniejszym raporcie, w oparciu o najświeższe dane uzyskane bezpośrednio od uczestników rynku. Ponadto poruszono w nim tak istotne problemy, jak czynniki popularyzacji i bariery rozwoju płatności zbliżeniowych w Polsce, gotowość klientów i handlowców do zaadaptowania tej innowacji czy wpływ migracji do standardu EMV na wdrażanie płatności zbliżeniowych.

Podziękowania dla firm, które wspierały przygotowanie raportu:

Bank Zachodni WBK SA, BRE Bank SA, eService SA, ING Bank Śląski SA, MasterCard Europe, mBank, McDonald's Polska, MCX Systems, PKO BP SA, Polbank EFG, Visa Europe, Żabka Polska SA

Zawartość raportu:

- Raport składa się z 26 stron (tekst dwukolumnowy).
- Zawiera 6 wykresów i rysunków.
- Posiada 4 studiów przypadków wdrożeń płatności bezstykowych z kraju, a także wywiady z kilkunastoma ekspertami.

Raport skierowany jest do:

- banków komercyjnych i spółdzielczych,
- agentów rozliczeniowych i organizacji kartowych,
- supermarketów i innych sieci sprzedaży detalicznej,
- ośrodków naukowych,
- przedsiębiorstw transportu publicznego i samorządów.

Cena raportu

Raport jest sprzedawany w oparciu o 2 typy licencji:

- **licencja instytucjonalna** - licencja na korzystanie z raportu przez 20 osób z firmy nabywającej – cena 500 PLN netto*
- **licencja partnerska** - licencja na korzystanie z raportu przez 50 osób z firmy nabywającej oraz przez łącznie 100 osób z firm partnerskich wobec firmy zamawiającej (maksymalnie do 50 podmiotów) – cena 4 800 PLN netto*

* do ceny należy doliczyć podatek VAT w wysokości 22%

KUPUJĘ RAPORT >>

- 50%

Posiadacze niniejszego raportu otrzymają 50% rabatu na zakup głównego przekrojowego raportu pt. „Rynek bezstykowych kart płatniczych w Polsce i na świecie”, styczeń 2009.

Spis treści

| | |
|--|-----------|
| WSTĘP | 3 |
| 1. RYNEK KART PŁATNICZYCH W POLSCE | 4 |
| 2. ROZWÓJ PŁATNOŚCI ZBLIŻENIOWYCH | 5 |
| 2.1. Początki kart zbliżeniowych w Polsce | 5 |
| 2.2. Przełomowy rok 2009 | 5 |
| 2.4. Rozwój sieci akceptacji kart zbliżeniowych | 10 |
| 3. ZBLIŻENIOWE INNOWACJE | 12 |
| 4. PERSPEKTYWY PŁATNOŚCI ZBLIŻENIOWYCH W POLSCE 2010+ | 17 |
| 4.1. Potencjał rynku i bariery rozwoju | 17 |
| 4.2. Obsługa imprez masowych oraz transportu | 20 |
| 4.3. Migracja do EMV a karty zbliżeniowe | 21 |
| WNIOSKI | 22 |
| Dotychczasowy rozwój rynku kart zbliżeniowych | 22 |
| Przewidywania odnośnie rynku polskiego | 22 |
| Wskazówki dla uczestników rynku płatności detalicznych | 23 |
| Słowniczek pojęć wykorzystanych w raporcie | 24 |
| PODZIĘKOWANIA | 25 |
| LITERATURA | 25 |

WSTĘP

W ostatnich latach rozwój płatności elektronicznych następował w wielu krajach bardzo dynamicznie, dzięki czemu perspektywa stworzenia społeczeństwa bezgotówkowego, w którym wszystkie rachunki i zobowiązania płacone są bez użycia gotówki, staje się powoli realna. Obecnie na świecie dominują dwa główne kierunki rozwoju instrumentów płatniczych. Pierwszy z nich dotyczy podniesienia poziomu bezpieczeństwa płatności. W tym kontekście najbardziej perspektywicznym rozwiązaniem wydaje się być powszechna migracja kart płatniczych do technologii mikroprocesorowej w standardzie EMV, która stanowi kluczowy element koncepcji funkcjonowania SEPA (Jednolity Obszar Płatności w Euro – ang. *Single Euro Payments Area*). Drugim zasadniczym kierunkiem rozwoju instrumentów bezgotówkowych jest zastępowanie gotówki w transakcjach o niewielkiej wartości. W tym celu konieczna jest popularyzacja rozwiązań maksymalizujących wygodę oraz szybkość realizacji płatności. Za takie rozwiązanie należy uznać karty zbliżeniowe bazujące na technologii RFID, które znajdują szerokie zastosowanie w punktach handlowo-usługowych, w których czas obsługi klientów jest kluczowym elementem prowadzonej działalności.

Niniejszy raport stanowi kontynuację raportu pt. „*Rynek bezstykowych kart płatniczych w Polsce i na świecie*” (Raport 1), który firma POLASIK Research opracowała w styczniu 2009 roku. W poprzednim raporcie przedstawiono ewolucję i sposoby działania zbliżeniowych metod płatności stosowanych w punktach sprzedaży, ze szczególnym uwzględnieniem rozwiązań w ramach porozumienia organizacji American Express – MasterCard – Visa. Zaprezentowano także szeroko korzyści jakie płatności zbliżeniowe przynoszą wszystkim uczestnikom rynku, w tym wydawcom kart i akceptantom. Dużo miejsca poświęcono przedstawieniu obecnej pozycji rynkowej poszczególnych systemów na świecie oraz realizo-

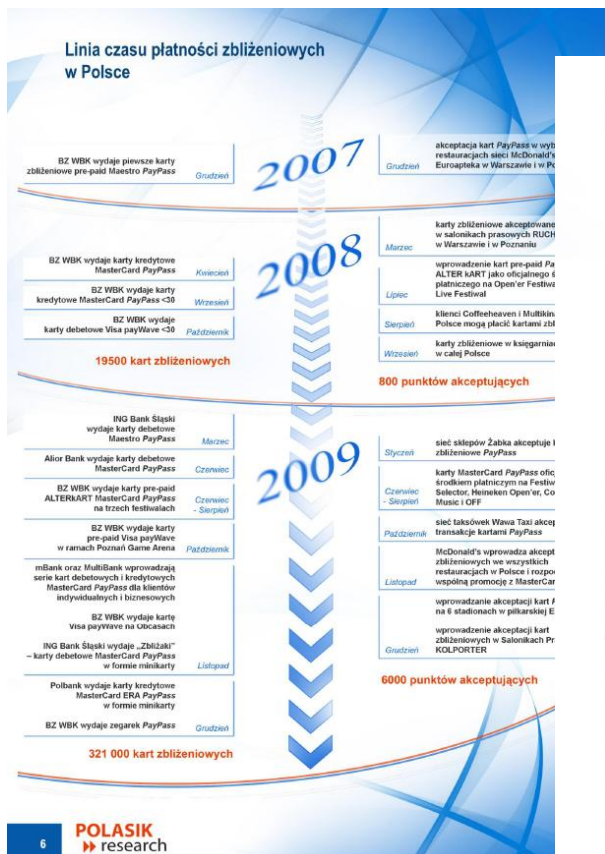
wanym najważniejszym projektem pilotażowym. Szczegółowo przedstawiono stan rozwoju polskiego rynku (na koniec 2008 roku), który znajdował się jeszcze we wstępnej fazie rozwoju. Zaprezentowano również perspektywy dla płatności zbliżeniowych na świecie, z uwzględnieniem potencjału dalszego ich rozwoju w kierunku płatności mobilnych w technologii NFC. W raporcie wykorzystano opinie międzynarodowych ekspertów oraz praktyków biznesowych, a także szereg danych uzyskanych od najważniejszych uczestników tego rynku i zagranicznych firm konsultingowych.

Rok 2009 był niewątpliwie przełomowy na polskim rynku kart zbliżeniowych. Pięć kolejnych banków rozpoczęło wydawanie kart zbliżeniowych, których liczba zaczęła gwałtownie rosnąć. Dużego przyspieszenia nabrał także rozwój sieci akceptujących je terminali płatniczych, obejmujących obszar całego kraju. Pojawiły się w Polsce nowe innowacyjne instrumenty płatnicze w technologii zbliżeniowej, które przyczyniły się do jeszcze większego nagłośnienia w mediach i rosnącego zainteresowania społeczeństwa takimi płatnościami.

Wszystkie powyższe zagadnienia zostały przedstawione w niniejszym raporcie, w oparciu o najświeższe dane uzyskane bezpośrednio od uczestników rynku. Ponadto poruszono w nim tak istotne problemy, jak czynniki popularyzacji i bariery rozwoju płatności zbliżeniowych w Polsce, gotowość klientów i handlowców do zaadaptowania tej innowacji czy wpływ migracji do standardu EMV na wdrażanie płatności zbliżeniowych. **Raport stanowi kompleksowe przedstawienie stanu rynku kart zbliżeniowych w Polsce na koniec 2009 roku.**

Mamy nadzieję, że raport pomoże Państwu ocenić perspektywy polskiego rynku płatności zbliżeniowych oraz podjąć właściwą decyzję co do momentu i zakresu zaangażowania się w tę technologię.

Zbliżeniowe karty płatnicze w Polsce
- rok 2009



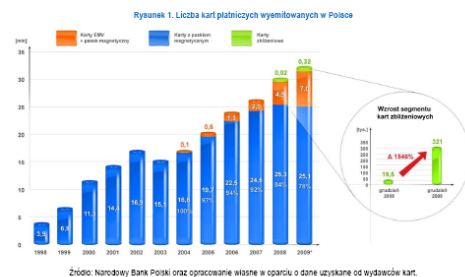
POLASIK
research

1. RYNEK KART PŁATNICZYCH W POLSCE

Polski rynek kart płatniczych od 1998 roku cechowała bardzo wysoka dynamika wzrostu - przeciętnie liczba wydanych kart płatniczych powiększała się rocznie o 2,8 mln, osiągając w połowie 2009 roku pułap 32,5 mln kart (Rysunek 1). Należy jednak pamiętać, że rynek ten wciąż daleki jest od nasycenia, gdyż na 100 mieszkańców Polski przypadało przeciętnie 85 kart płatniczych, przy średniej w Unii Europejskiej wynoszącej ponad 160 kart. Pomimo wzrastającej liczby kart płatniczych, na rynku polskim wciąż zdominowane dominują płatności gotówkowe. Wyniki badań wskazują (Polasik i Maciejewski, 2009), że aż 94,3% wszystkich płatności klientów indywidualnych w punktach handlowych jest dokonywanych gotówką, a tylko 3,8% kartami debetowymi i 1,7% kartami kredytowymi. Szacunki te wskazują, jak wielki jest potencjał do rozwoju nowoczesnych metod płatności mogących skutecznie konkurować z gotówką. Tymczasem analiza przeprowadzona w raporcie „Rynek bezgotówkowych kart płatniczych w Polsce i na świecie” (Raport 1) wykazała, że instrumentem płatniczym, który jako jedyny wydaje się być konkurencyjny

dla gotówki w zakresie transakcji niskokwotowych poniżej 10 EUR, są właśnie płatności zbliżeniowe typu RFID (Radio Frequency Identification). Wynika to z faktu, że karty zbliżeniowe (pozwane także „bezygotówką” od ang. contactless) działają w sposób zbliżony do zwykłych kart płatniczych, ale nie wymagają one wkładania do urządzenia do czytania i nie wymagają wkładania do urządzenia do czytania. Ponadto ich działanie jest całkowicie bezdotykowe. Ponadto ich działanie jest całkowicie bezdotykowe. Ponadto ich działanie jest całkowicie bezdotykowe.

Innym bardzo ważnym zjawiskiem na polskim rynku płatniczym jest powolne opóźnienie migracji do standardu EMV w ramach realizacji programu SEPA. (Rysunek 2) w połowie 2009 roku zaledwie 20% kart było wyposażone w mikroprocesor EMV, podczas gdy w całej Unii Europejskiej 72% osiągnięto już w 2006 roku (ECB, 2009). Znaczące opóźnienie technologiczne polskiego rynku kart płatniczych. Na koniec 2009 roku karty zbliżeniowe w Polsce w ogóle nie były używane, a w całym kraju były używane tylko 1% wszystkich kart płatniczych w Polsce.



Źródło: Narodowy Bank Polski oraz opracowanie własne w oparciu o dane uzyskane od wydawców kart.

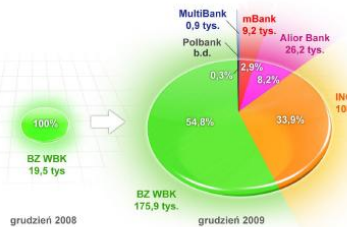
POLASIK
research

www.polasik-research

Raport badawczy

Zbliżeniowe karty płatnicze w Polsce
- rok 2009

Rysunek 3. Wydawcy kart zbliżeniowych na rynku polskim - liczba kart i udział rynkowy



Źródło: opracowanie własne w oparciu o dane uzyskane od wydawców kart.

Przypadek 3: Wdrożenie kart zbliżeniowych w Allor Banku

Piotr Domaszewski, Menedżer ds. Kart Kredytowych
„Jednym z filarów strategii Allor Banku jest oferowanie klientom nowoczesnych i innowacyjnych produktów, w tym kart płatniczych (m.in. usługi CashBack, karta lotnicza). Wprowadzenie technologii PayPass już w kilka miesięcy po otwarciu banku było kolejnym krokiem w realizacji strategii Allor Banku, którego oferta obejmuje produkty i usługi do tej pory dostępne tylko dla nielicznych. Produkt ten skierowany jest do tych klientów, którzy cenią nowe rozwiązania techniczne, szybką, wygodną i bezpieczną korzystania z narzędzi płatniczych - dlatego nie mogło go zabraknąć w naszej ofercie. Ponadto przewidywany rozwój rynku transakcji bezgotówkowych otwiera przed bankami możliwość wdrożenia w obszar obsługi transakcji niskokwotowych realizowanych dotychczas tradycyjnie płatnościami gotówkowymi. Możliwość wykonywania transakcji za pomocą MasterCard PayPass sprzyja wykierowaniu tej karty przez klienta jako karty pierwszego wyboru (top-of-wallet), co jest istotne z punktu widzenia banku. Wdrożenie płatności bezgotówkowych jest częścią planu operacyjnego banku, który zakłada zwiększenie użyteczności kart płatniczych.”

„Karta aktywna MasterCard Debit spotkała się ze sporym zainteresowaniem klientów (...). Funkcjonowanie tego projektu, nie tylko będzie kontynuowane, ale także rozwijane.”

Z punktu widzenia sposobu rozliczania transakcji struktura kart zbliżeniowych w Polsce wykazuje zdecydowaną dominację kart debetowych i minimalną ilość kart kredytowych (Rysunek 4). Wynika to przede wszystkim z polityki wystawiania kart zbliżeniowych jako podstawowej karty do konta ROR wszystkim zainteresowanym klientom (jak zaprogramowaniu in takiej opcji), co w przypadku kart kredytowych jest zadanie praktycznie nie do wykonania ze względu na koszty. Ponadto dotychczas uważano, że technologia zbliżeniowa jest przeznaczona tylko do płatności niskokwotowych, gdzie funkcja kredytowa ma długoterminowe znaczenie a liczy się przede wszystkim wysoka transakcyjność klientów. Jednak wraz z rosnącym stosowaniem kart zbliżeniowych do transakcji o większej wartości (por. Rysunek 6) prawdopodobnie będzie wzrastał także udział zbliżeniowych kart kredytowych. Z kolei bardzo znaczący udział kart pre-paid (13%) wynika z powszechnego stosowania kart zbliżeniowych do obsługi imprez masowych i festiwali, gdzie takie rozwiązanie dobrze się sprawdza.

POLASIK

www.polasik-research.pl

ZBLIŻENIOWE GADŻETY PŁATNICZE
2009 ROKU



Zegarek PayPass wydany przez Bank Zachodni WBK którego zaletą jest fakt, że klient zawsze ma go ze sobą, a do jego użycia wystarczy „wyciągnąć rękę”. Konstrukcja zegarka pozwala posiadaczowi na swobodną wymianę umieszczonych w nim kart płatniczych, zatem możliwe jest jego stosowanie z wieloma instrumentami oraz przez kilku użytkowników.

Minikarty Era PayPass wydane przez Polbank EFG jest przykładem współpracy banku z operatorem telefonii komórkowej. Minikarta jest oferowana jako dodatkowa usługa dla posiadaczy Karty Kredytowej Polbank-Era. Wszystkie płatności nią dokonywane są potwierdzane bezpłatną wiadomością SMS.



„Zbliżak” wydany przez ING Bank Śląski to pierwszy zbliżeniowy gadżet płatniczy w Polsce. Jest on skonstruowany w formie naklejki RFID, która może być umieszczona przez klienta na dowolnym noszonym przez niego przedmiocie. Zbliżak jest wydawany jako dodatkowa karta debetowa do rachunku oszczędnościowo-rozliczeniowego klienta.

POLASIK
research



Kontakt:

dr Michał Polasik

POLASIK Research
Szarych Szeregów 2/5
87-100 Toruń, POLAND

+48 791 06 88 03

biuro@polasik-research.com

www.polasik-research.pl

- 50%

Posiadacze niniejszego raportu otrzymają 50% rabatu na zakup głównego przekrojowego raportu pt. „Rynek bezstykowych kart płatniczych w Polsce i na świecie”, styczeń 2009.

KUPUJĘ RAPORT >>