

Broszura informacyjna

Rynek płatności detalicznych w Polsce

Zasięg akceptacji – Wolumeny transakcji – Szanse dla innowacji

POLASIK Research



Spis treści

1.	<u>Metodyka badań</u>	4
2.	<u>Polski rynek handlu i usług detalicznych</u>	10
	<u>2.1. Podmioty handlowo-usługowe prowadzące działalność w Polsce</u>	11
	<u>2.2. Transakcje detaliczne na rynku polskim</u>	22
	<u>2.3. Typy podmiotów i kanały obsługi klientów detalicznych</u>	33
3.	<u>Płatności dokonywane w fizycznych punktach handlowo-usługowych</u>	39
	<u>3.1. Akceptacja metod płatności w sprzedaży fizycznej</u>	40
	<u>3.2. Infrastruktura obsługi płatności w punktach sprzedaży</u>	49
	<u>3.3. Terminale płatnicze</u>	61
	<u>3.4. Usługi dodatkowe oferowane w oparciu o infrastrukturę płatniczą</u>	72
	<u>3.5. Udział metod płatności w liczbie i wartości transakcji</u>	86
	<u>3.5.1. Liczba transakcji</u>	87
	<u>3.5.2. Wartość transakcji</u>	97
	<u>3.6. Uwarunkowania akceptowania kart płatniczych</u>	119
	<u>3.6.1. Przyczyny akceptowania kart płatniczych</u>	120
	<u>3.6.2. Bariery akceptacji kart płatniczych</u>	127
	<u>3.6.3. Bodźce zachęcające do akceptacji kart płatniczych</u>	135
	<u>3.7. Oczekiwania handlowców wobec metod płatności</u>	141
	<u>3.8. Potencjał rozwoju akceptacji tradycyjnych i innowacyjnych usług płatniczych</u>	149

Spis treści

4.	<u>Handel elektroniczny</u>	161
	<u>4.1. Polski rynek handlu elektronicznego</u>	163
	<u>4.2. Akceptacja i wykorzystanie metod płatności w handlu elektronicznym</u>	180
	<u>4.3. Oczekiwania wobec obsługi płatności w handlu elektronicznym</u>	195
	<u>4.4. Potencjał rozwoju akceptacji usług płatniczych w handlu elektronicznym</u>	203
5.	<u>Płatności za rachunki</u>	214
	<u>5.1. Organizacja obsługi płatności za rachunki i struktura transakcji</u>	215
	<u>5.2. Oczekiwania wystawców rachunków wobec metod płatności</u>	227
6.	<u>Płatności na rzecz administracji publicznej</u>	235
	<u>6.1. Infrastruktura obsługi wpłat w administracji publicznej</u>	239
	<u>6.2. Liczba i wartość wpłat na rzecz administracji publicznej</u>	243
	<u>6.3. Potencjał rozwoju nowoczesnych form płatności w administracji</u>	250
7.	<u>Luki w akceptacji kart płatniczych</u>	256
	<u>7.1. Luka w akceptacji wg podmiotów handlowo-usługowych</u>	257
	<u>7.2. Luka w akceptacji wg stanowisk sprzedaży</u>	265
	<u>7.2.1. Wszystkie stanowiska sprzedaży</u>	268
	<u>7.2.2. Stacjonarne stanowiska sprzedaży</u>	277
	<u>7.2.3. Ruchome stanowiska sprzedaży</u>	286
8.	<u>Przyszłość gotówki i płatności bezgotówkowe</u>	296
9.	<u>Podsumowanie i wnioski</u>	305
10.	<u>Licencja na wykorzystanie raportu</u>	323

Spis wykresów

1. Metodyka badań

Struktura próby badawczej

2. Polski rynek handlu i usług detalicznych

2.1. Podmioty handlowo-usługowe prowadzące działalność w Polsce

Liczba aktywnych podmiotów prowadzących działalność handlowo-usługową, według branż [w tys.]

Liczba aktywnych podmiotów prowadzących działalność handlowo-usługową, według wielkości zatrudnienia [w tys.]

Podmioty wg branż i wielkości zatrudnienia [w %]

Podmioty wg branż i wielkości zatrudnienia – ujęcie względne i nominalne

Podmioty wg branż i lokalizacji siedziby [w %]

Zasięg prowadzenia działalności przez podmioty handlowo-usługowe, wg branż [w %]

Zasięg prowadzenia działalności przez podmioty handlowo-usługowe, wg wielkości zatrudnienia i lokalizacji placówek [%]

2.2. Transakcje detaliczne na rynku polskim

Liczba transakcji płatności detalicznych w 2019 r. [w mld transakcji]

Przychody brutto ze sprzedaży detalicznej i wpłaty na rzecz administracji publicznej w 2019 r. [w mld PLN]

Średnia wartość transakcji płatności detalicznej w 2019 r. [PLN/1 transakcję]

Przychody ze sprzedaży detalicznej brutto w Polsce, wg branż [w mld PLN]

Przychody ze sprzedaży detalicznej brutto wg wielkości zatrudnienia podmiotów [w mld PLN]

Przychody ze sprzedaży detalicznej brutto: rozkład w ramach branż w podziale wg wielkości zatrudnienia [w %]

Przeciętna wartość transakcji detalicznej brutto, wg branż [w PLN]

Spis wykresów

2.3. Typy podmiotów i kanały obsługi klientów detalicznych

Liczba podmiotów wg typu działalności [w tys.]

Liczba podmiotów wg typu i wielkości zatrudniania [w tys.]

Kanały obsługi klienta stosowane przez przedsiębiorstwa, wg branż [w %]

Kanały obsługi wg wielkości zatrudnienia i lokalizacji siedziby [w %]

3. Płatności dokonywane w fizycznych punktach handlowo-usługowych

3.1. Akceptacja metod płatności w sprzedaży fizycznej

Akceptowane metody płatności w sprzedaży fizycznej [w %]

Akceptowane metody płatności w sprzedaży fizycznej, wg branż [w %]

Akceptowane metody płatności, wg wielkości zatrudnienia i lokalizacji placówek [w %]

Liczba handlowców akceptujących karty płatnicze, wg branż [w tys.]

Liczba handlowców akceptujących karty płatnicze, wg wielkości zatrudnienia [w tys.]

3.2. Infrastruktura obsługi płatności w punktach sprzedaży

Liczba fizycznych placówek handlowo-usługowych, wg branż [w tys.]

Liczba fizycznych placówek handlowo-usługowych, wg wielkości zatrudnienia [w tys.]

Typy punktów handlowo-usługowych i pozostałe jednostki sprzedaży [w tys.]

Liczba kas fiskalnych, wg branż [w tys.]

Liczba kas fiskalnych, wg wielkości zatrudnienia [w tys.]

Liczba kas fiskalnych przypadających na punkt sprzedaży, wg branż

Spis wykresów

Posiadanie przez podmiot kas fiskalnych, wg branż [w %]

Posiadanie przez podmiot kas fiskalnych, wg wielkości zatrudnienia i lokalizacji placówek [w %]

Kasy fiskalne, wg typów [w tys.]

3.3. Terminale płatnicze

Liczba fizycznych placówek akceptujących karty płatnicze, wg branż [w tys.]

Liczba fizycznych placówek akceptujących karty płatnicze, wg wielkości zatrudnienia [w tys.]

Liczba terminali płatniczych EFT-POS, wg branż [w tys.]

Liczba terminali płatniczych EFT-POS, wg wielkości zatrudnienia [w tys.]

Liczba terminali przypadających na punkt sprzedaży, wg branż

Terminale, wg typów [w tys.]

Wiedza o Programie Polska Bezgotówkowa

Uczestnictwo w Programie Polska Bezgotówkowa

3.4. Usługi dodatkowe oferowane w oparciu o infrastrukturę płatniczą

Dodatkowe usługi dostępne na terminalach płatniczych lub w systemie kasowym posiadanym przez podmiot handlowo-usługowy [w %]

Dodatkowe usługi dostępne na terminalach płatniczych lub w systemie kasowym, wg branż [w %] Akceptujący karty

Dodatkowe usługi dostępne na terminalach płatniczych lub w systemie kasowym, wg wielkości zatrudnienia i lokalizacji placówek [w %] Akceptujący karty

Zainteresowanie wprowadzeniem usług dodatkowych na terminalach płatniczych lub w systemie kasowym [w %]

Zainteresowanie wprowadzeniem usług dodatkowych na terminalach płatniczych lub w systemie kasowym, wg branż [w %] Akceptujący karty

Zainteresowanie wprowadzeniem usług dodatkowych na terminalach lub w systemie kasowym, wg wielkości zatrudnienia i lokalizacji [w %] Akceptujący karty

Spis wykresów

3.5. Udział metod płatności w liczbie i wartości transakcji

3.5.1. Liczba transakcji

Liczba detalicznych transakcji płatniczych w punktach sprzedaży zrealizowanych daną metodą płatności w 2019 roku [mld transakcji]

Liczba detalicznych transakcji płatniczych w punktach sprzedaży daną metodą płatności, wg akceptowania kart płatniczych [mld transakcji]

Udział metod płatności w liczbie transakcji detalicznych w fizycznych punktach sprzedaży, wg akceptowania kart płatniczych [w %]

Udział metod płatności w liczbie detalicznych transakcji płatniczych w fizycznych punktach sprzedaży, wg branż [w %] 2019

Udział metod płatności w liczbie detalicznych transakcji płatniczych w punktach sprzedaży, wg wielkości zatrudnienia i lokalizacji placówek [w %]

Akceptujący karty: Udział metod płatności w liczbie detalicznych transakcji płatniczych w fizycznych punktach sprzedaży, wg branż [w %]

Akceptujący karty: Udział metod płatności w liczbie detalicznych transakcji płatniczych w fizycznych punktach sprzedaży, wg wielkości zatrudnienia i lokalizacji placówek [w %]

Nieakceptujący kart: Udział metod płatności w liczbie detalicznych transakcji płatniczych w fizycznych punktach sprzedaży, wg branż [w %]

Nieakceptujący kart: Udział metod płatności w liczbie detalicznych transakcji płatniczych w fizycznych punktach sprzedaży, wg wielkości zatrudnienia i lokalizacji placówek [w %]

3.5.2. Wartość transakcji

Wartość transakcji detalicznych brutto w fizycznych punktach sprzedaży dokonanych poszczególnymi metodami płatności [w mld PLN]

Wartość transakcji detalicznych brutto w punktach sprzedaży zrealizowanych daną metodą płatności, wg akceptowania kart [w mld PLN]

Średnia wartość transakcji detalicznych brutto w fizycznych punktach sprzedaży dokonanych poszczególnymi metodami płatności [w PLN]

Średnia wartość transakcji detalicznych brutto w punktach sprzedaży zrealizowanych daną metodą płatności, wg akceptowania kart [w PLN]

Wartość transakcji detalicznych brutto w punktach sprzedaży zrealizowanych daną metodą płatności w latach 2016 i 2019 [w mld PLN]

Udział metod płatności w wartości transakcji detalicznych w fizycznych punktach sprzedaży, wg akceptowania kart płatniczych [w %]

Udział metod płatności w wartości transakcji detalicznych w fizycznych punktach sprzedaży w latach 2012, 2016 i 2019 [w %]

Udział metod płatności w wartości transakcji detalicznych (...), z wykluczeniem przelewu bankowego w latach 2012, 2016 i 2019 [w %]

Spis wykresów

Udział metod płatności w wartości transakcji detalicznych w fizycznych punktach sprzedaży, wg branż w 2019 r. [w %]

Udział metod płatności w wartości transakcji detalicznych w fizycznych punktach sprzedaży, wg wielkości zatrudnienia i lokalizacji placówek [w %]

Akceptujący karty: Udział metod płatności w wartości transakcji detalicznych w fizycznych punktach sprzedaży, wg branż [w %]

Akceptujący karty: Udział metod płatności w wartości transakcji detalicznych w fizycznych punktach sprzedaży, wg wielkości zatrudnienia i lokalizacji placówek [w %]

Nieakceptujący kart: Udział metod płatności w wartości transakcji detalicznych w fizycznych punktach sprzedaży, wg branż [w %]

Nieakceptujący kart: Udział metod płatności w wartości transakcji detalicznych w fizycznych punktach sprzedaży, wg wielkości zatrudnienia i lokalizacji placówek [w %]

3.6. Uwarunkowania akceptowania kart płatniczych

3.6.1. Przyczyny akceptowania kart płatniczych

Przyczyny akceptowania kart płatniczych – ogółem [w %]

Przyczyny akceptowania kart płatniczych: lata 2013 – 2019 [w %]

Przyczyny akceptowania kart płatniczych, wg wielkości zatrudnienia [w %]

Przyczyny akceptowania kart płatniczych, wg lokalizacji placówek [w %]

Przyczyny akceptowania kart płatniczych w wybranych branżach [w %]

3.6.2. Bariery akceptacji kart płatniczych

Przyczyny nieakceptowania kart płatniczych – ogółem [w %]

Przyczyny nieakceptowania kart płatniczych: lata 2013 – 2019 [w %]

Przyczyny nieakceptowania kart płatniczych, wg wielkości zatrudnienia [w %]

Przyczyny nieakceptowania kart płatniczych, wg lokalizacji placówek [w %]

Przyczyny nieakceptowania kart płatniczych w wybranych branżach [w %]

Spis wykresów

3.6.3. Bodźce zachęcające do akceptacji kart płatniczych

Bodźce do akceptowania kart płatniczych – ogółem [w %]

Bodźce do akceptowania kart płatniczych: lata 2013 – 2019 [w %]

Bodźce do akceptowania kart płatniczych, wg wielkości zatrudnienia [w %]

Bodźce do akceptowania kart płatniczych w wybranych branżach [w %]

3.7. Oczekiwania handlowców wobec metod płatności

Ważność cech metody płatności, które decydowałyby o jej wprowadzeniu przez podmiot w fizycznych kanałach sprzedaży [w %]

Ważność cech metody płatności, które decydowałyby o jej wprowadzeniu przez podmiot w fizycznych kanałach sprzedaży, wg branż [w %]

Ważność cech metody płatności, które decydowałyby o jej wprowadzeniu przez podmiot w fizycznych kanałach sprzedaży, wg wielkości zatrudnienia i lokalizacji [w %]

3.8. Potencjał rozwoju akceptacji tradycyjnych i innowacyjnych usług płatniczych

Zainteresowanie wprowadzeniem usługi: ogółem [w %]

Zainteresowanie wprowadzeniem usługi: przyjmowanie kart płatniczych, wg branż [w %]

Zainteresowanie wprowadzeniem usługi: przyjmowanie kart płatniczych, wg wielkości zatrudnienia i lokalizacji placówek [w %]

Zainteresowanie wprowadzeniem usługi: BLIK, wg branż [w %]

Zainteresowanie wprowadzeniem usługi: BLIK, wg wielkości zatrudnienia i lokalizacji placówek [w %]

Zainteresowanie wprowadzeniem usługi: SoftPOS, wg branż [w %]

Zainteresowanie wprowadzeniem usługi: SoftPOS, wg wielkości zatrudnienia i lokalizacji placówek [w %]

Zainteresowanie wprowadzeniem usługi: odroczenie płatności, wg branż [w %]

Zainteresowanie wprowadzeniem usługi: odroczenie płatności, wg wielkości zatrudnienia i lokalizacji placówek [w %]

Spis wykresów

4. Handel elektroniczny

4.1. Polski rynek handlu elektronicznego

Liczba podmiotów wykorzystujących handel elektroniczny w swojej działalności [w tys.]

Rok rozpoczęcia sprzedaży przez Internet lub aplikację mobilną [w %]

Działalność w handlu elektronicznym, wg branż i wielkości zatrudnienia [w %]

Działalność w handlu elektronicznym, wg sposobu prowadzenia sprzedaży i kanału dystrybucji [w %]

Kanały dystrybucji w handlu elektronicznym, wg branż i wielkości zatrudnienia [w %]

Udział kanałów dystrybucji w liczbie transakcji w handlu elektronicznym [w %]

Udział kanałów dystrybucji w wartości transakcji w handlu elektronicznym [w %]

Przeciętna wartość zamówienia detalicznego dla sprzedaży w handlu elektronicznym [w PLN]

Możliwość odebrania zamówienia w fizycznym punkcie, wg branż i wielkości zatrudnienia [w %]

Możliwość odebrania zamówienia w fizycznym punkcie, wg sposobu prowadzenia sprzedaży i kanału dystrybucji [w %]

Stosowanie tych samych cen przy sprzedaży internetowej oraz w fizycznych kanałach sprzedaży, wg branż i wielkości zatrudnienia [w %]

Stosowanie tych samych cen przy sprzedaży internetowej oraz w fizycznych kanałach sprzedaży, wg kanału dystrybucji [w %]

4.2. Akceptacja i wykorzystanie metod płatności w handlu elektronicznym

Akceptacja metod płatności w handlu elektronicznym [w %]

Akceptacja poszczególnych metod płatności w handlu elektronicznym, wg branż i wielkości zatrudnienia [w %]

Stosowanie rozwiązań usprawniających płatności kartami w oparciu o usługi agregatorów dla sklepów internetowych [w %]

Udział metod płatności w liczbie transakcji w handlu elektronicznym [w %]

Metody płatności w liczbie transakcji w handlu elektronicznym [mln]

Udział metod płatności w wartości sprzedaży w handlu elektronicznym [w %]

Metody płatności w wartości transakcji w handlu elektronicznym [mld PLN]

Spis wykresów

4.3. Oczekiwania wobec obsługi płatności w handlu elektronicznym

Ważność cech metody płatności, które decydowałyby o jej wprowadzeniu przez podmiot w handlu elektronicznym [w %]

Ważność cech metody płatności, które decydowałyby o jej wprowadzeniu przez podmiot w handlu elektronicznym, wg branż [w %]

Ważność cech metody płatności, które decydowałyby o jej wprowadzeniu przez podmiot w handlu elektronicznym, wg wielkości zatrudnienia [w %]

4.4. Potencjał rozwoju akceptacji usług płatniczych w handlu elektronicznym

Zainteresowanie wprowadzeniem usługi płatniczej w e-commerce: ogółem [w %]

Zainteresowanie wprowadzeniem usługi płatniczej w e-commerce: karta online, wg branż i wielkości zatrudnienia [w %]

Zainteresowanie wprowadzeniem usługi płatniczej w e-commerce: odroczenie płatności, wg branż i wielkości zatrudnienia [w %]

Zainteresowanie wprowadzeniem usługi płatniczej w e-commerce: BLIK, wg branż i wielkości zatrudnienia [w %]

Zainteresowanie wprowadzeniem usługi płatniczej w e-commerce: card-on-file, wg branż i wielkości zatrudnienia [w %]

Zainteresowanie wprowadzeniem usługi płatniczej w e-commerce: portfel kasowy MasterPass, wg branż i wielkości zatrudnienia [w %]

Zainteresowanie wprowadzeniem usługi płatniczej w e-commerce: Bitcoin lub inne kryptowaluty, wg branż i wielkości zatrudnienia [w %]

Minimalny odsetek klientów danej metody płatności wymagany przez firmy do jej wdrożenia [w %]

Zainteresowanie wprowadzeniem usługi one-click, wg branż i wielkości zatrudnienia [w %]

5. Płatności za rachunki

5.1. Organizacja obsługi płatności za rachunki

Liczba posiadanych jednostek obsługi klientów detalicznych przez wystawców rachunków [w tys.]

Elementy ułatwiające obsługę płatności znajdujące się na wystawionych fakturach, ogółem [w %]

Zasięg prowadzenia działalności [w %]

Metody płatności akceptowane przez wystawców rachunków [w %]

Spis wykresów

Liczba faktur opłaconych przez klientów daną metodą [w mln]
Udział metod w liczbie faktur opłaconych przez klientów [w %]
Wartość faktur opłaconych przez klientów daną metodą [w mld PLN]
Wartość faktur opłaconych przez klientów daną metodą [w %]
Średnia wartość faktur opłaconych przez klientów daną metodą [w PLN]

5.2. Oczekiwania wystawców rachunków wobec metod płatności

Korzystanie z usługi masscollect przez wystawców rachunków [w %]
Ważność cech metod płatności, które decydują o wyborze dostępnej metody płatności za rachunki [w %]
Ocena poszczególnych form płatności pod kątem sprawności procesu zarządzania wpłatami za faktury [w %]
Minimalny odsetek klientów danej metody płatności wymagany przez wystawców rachunków do jej wdrożenia, wg branż i wielkości zatrudnienia [w %]
Zainteresowanie wprowadzeniem rozwiązań płatniczych: ogółem [w %]

6. Płatności na rzecz administracji publicznej

Rodzaje badanych jednostek administracji [w %]

6.1. Infrastruktura obsługi wpłat w administracji publicznej

Infrastruktura obsługi wpłat ludności przez administrację publiczną [w tys.]
Metody płatności akceptowane w administracji [w %]

Spis wykresów

6.2. Liczba i wartość wpłat na rzecz administracji publicznej

Liczba wpłat ludności na rzecz administracji w 2019 r. [w mln]

Udziały metod płatności w liczbie wpłat na rzecz administracji [w %]

Wartość wpłat ludności na rzecz administracji w 2019 r. [w mld PLN]

Udziały metod płatności w wartości wpłat na rzecz administracji [w %]

6.3. Potencjał rozwoju nowoczesnych form płatności w administracji

Czynniki wpływające na decyzję o wyborze dostępnej w urzędzie metody płatności w 2019 r. [w %]

Zainteresowanie przyjmowaniem płatności bezgotówkowych w trakcie obsługi klienta, bez konieczności odsyłania go do okienka kasowego [w %]

Preferowana forma w przypadku wymogu prawnego [w %]

Zainteresowanie wprowadzeniem rozwiązań płatniczych: ogółem [w %]

7. Luki w akceptacji kart płatniczych

7.1. Luka w akceptacji wg podmiotów handlowo-usługowych

Luki w akceptacji kart w sprzedaży fizycznej, wg podmiotów danej branży [w tys.]

Luki w akceptacji kart w sprzedaży fizycznej, wg podmiotów danej branż [w %]

Luki w akceptacji kart w sprzedaży fizycznej, według branż, w latach 2012, 2016 i 2019 [w tys.]

Luki w akceptacji kart w sprzedaży fizycznej, według wielkości zatrudnienia [w tys.]

Luki w akceptacji kart w sprzedaży fizycznej, według wielkości zatrudnienia [w %]

Spis wykresów

7.2. Luka w akceptacji wg stanowisk sprzedaży

7.2.1. Wszystkie stanowiska sprzedaży

Luka w akceptacji kart płatniczych, stanowiska sprzedaży ogółem [w tys.]

Luka w akceptacji kart, jako % stanowisk sprzedaży ogółem

Luka w akceptacji kart płatniczych, stanowiska sprzedaży, z wykluczeniem wystawców rachunków i administracji [w tys.]

Luka w akceptacji kart, jako % stanowisk sprzedaży, z wykluczeniem wystawców rachunków i administracji

Luki w akceptacji kart wg branż, stanowiska sprzedaży, z wykluczeniem wystawców rachunków i administracji [w tys.]

Luki w akceptacji kart w branżach, jako % stanowisk sprzedaży, z wykluczeniem wystawców rachunków i administracji

Luki w akceptacji kart, stanowiska sprzedaży, z wykluczeniem wystawców rachunków i administracji, wg wielkości zatrudnienia [w tys.]

Luki w akceptacji kart, jako % stanowisk sprzedaży, z wykluczeniem wystawców rachunków i administracji, wg wielkości zatrudnienia

7.2.2. Stacjonarne stanowiska sprzedaży

Luka w akceptacji kart płatniczych, stacjonarne stanowiska sprzedaży, z wykluczeniem wystawców rachunków i administracji [tys.]

Luka w akceptacji kart płatniczych, stacjonarne stanowiska sprzedaży, z wykluczeniem wystawców rachunków i administracji w latach 2012, 2016 i 2019 [tys.]

Luka w akceptacji kart, jako % stacjonarnych stanowisk sprzedaży, z wykluczeniem wystawców rachunków i administracji

Luka w akceptacji kart, jako % stacjonarnych stanowisk sprzedaży, z wykluczeniem wystawców rachunków i administracji w latach 2012, 2016 i 2019

Luki w akceptacji kart według branż, stacjonarne stanowiska sprzedaży, z wykluczeniem wystawców rachunków i administracji [tys.]

Luki w akceptacji kart w sektorach, jako % stacjonarnych stanowisk, z wykluczeniem wystawców rachunków i administracji, lata 2016 i 2019

Luki w akceptacji kart, stacjonarne stanowiska sprzedaży, z wykluczeniem wystawców rachunków i administracji, wg wielkości zatrudnienia [tys.]

Luki w akceptacji kart, jako % stacjonarnych stanowisk sprzedaży, z wykluczeniem wystawców rachunków i administracji, wg wielkości zatrudnienia

Spis wykresów

7.2.3. Ruchome stanowiska sprzedaży

Luka w akceptacji kart płatniczych, ruchome stanowiska sprzedaży, z wykluczeniem wystawców rachunków i administracji [tys. i %]

Luki w akceptacji kart płatniczych, ruchome stanowiska sprzedaży, z wykluczeniem wystawców rachunków i administracji, wg branż [tys.]

Luki w akceptacji kart, jako % ruchomych stanowisk sprzedaży, z wykluczeniem wystawców rachunków i administracji, wg branż

Luki w akceptacji kart płatniczych, ruchome stanowiska sprzedaży, z wykluczeniem wystawców rachunków i administracji, wg wielkości zatrudnienia [tys.]

Luki w akceptacji kart, jako % ruchomych stanowisk sprzedaży, z wykluczeniem wystawców rachunków i administracji, wg wielkości zatrudnienia

8. Przyszłość gotówki i płatności bezgotówkowych w Polsce

Za ile lat Polska będzie bezgotówkowa? [w %]

Za ile lat Polska będzie bezgotówkowa? Średni oczekiwany horyzont według branż [w latach]

Za ile lat Polska będzie bezgotówkowa? Średni oczekiwany horyzont według wielkości zatrudnienia [w latach]

Ocena możliwości wprowadzenia limitu dla konsumenckich transakcji gotówkowych, deklarowana przez podmiot

Ocena możliwości wprowadzenia limitu dla konsumenckich transakcji gotówkowych, deklarowana przez podmiot: limit 1 tys. PLN, wg branż

Ocena możliwości wprowadzenia limitu dla konsumenckich transakcji gotówkowych, deklarowana przez podmiot: limit 1 tys. PLN, wg zatrudnienia i lokalizacji placówek

1.

Metodyka badań

Cele badania

Głównym celem projektu jest kompleksowe zbadanie stanu rozwoju rynku płatności detalicznych w Polsce w 2019 r., z uwzględnieniem podziału na poszczególne sektory rynku.

Cele szczegółowe:

- Ustalenie zasięgu akceptacji kart płatniczych i płatności mobilnych na terminalach EFT-POS, w ramach poszczególnych sektorów rynku detalicznego w Polsce.
- Ustalenie zasięgu akceptacji kart płatniczych, płatności mobilnych oraz e-przelewów i gotówki, w ramach polskiego sektora e-commerce.
- Oszacowanie udziału gotówki, kart płatniczych, płatności mobilnych, przelewów i innych metod, pod względem liczby transakcji i obrotów, w ramach poszczególnych sektorów rynku detalicznego w Polsce.
- Identyfikacja stymulantów i barier dla akceptacji bezgotówkowych metod płatności.
- Określenie sektorów rynku stwarzających największy potencjał z punktu widzenia akceptantów dla wprowadzania innowacji płatniczych.
- Identyfikacja zmian rynkowych w 2019 roku, w stosunku do wcześniejszych badań POLASIK Research dotyczących lat 2013 i 2017.
- Przygotowanie statystyk, które umożliwią przedstawienie całościowego obrazu rynku płatności detalicznych w Polsce i prowadzenie dalszych pogłębionych analiz, dotyczących kierunków rozwoju tego rynku.
- Opracowanie rekomendacji pozwalających na stworzenie strategii oferowania kart i płatności mobilnych dla poszczególnych segmentów rynku.

Metodyka badania

Niniejszy raport jest oparty w zasadniczej części na wynikach kompleksowego badania ankietowego, zaprojektowanego przez POLASIK Research i zrealizowanego przez agencję KANTAR. Szacunki POLASIK Research dotyczą stanu rynku na koniec 2019 r.

1. Ogólnopolska i przekrojowa próba badawcza

Badanie oparte jest na reprezentatywnej ogólnopolskiej próbie kwotowo-losowej 1102 podmiotów. Dobór do próby odbywał się w podziale na 21 branż oraz wielkość zatrudnienia, w przedziałach: poniżej 10 pracowników, 10-49 pracowników, 50-249 pracowników oraz 250+ pracowników. Rozkład próby, ze względu na wielkość miejscowości oraz lokalizację (region i województwo), był zgodny z rozkładem dla populacji badanych typów podmiotów wg danych dostarczonych przez Główny Urząd Statystyczny. Zastosowano ważenie próby do struktury populacji generalnej, co pozwala na wnioskowanie odnoszące się do całego sektora handlu i usług detalicznych w Polsce.

2. Realizacja wywiadów

KANTAR zrealizował wywiady metodą CATI (Computer Assisted Telephone Interview), w I. połowie 2020 r. Respondentami badania byli właściciele firm, prezesi zarządów lub menadżerowie kompetentni w zakresie rozliczeń płatniczych.

3. Dodatkowe źródła danych

Na potrzeby szacunków i analiz zaprezentowanych w raporcie wykorzystano szereg dodatkowych źródeł danych: bazy danych Głównego Urzędu Statystycznego (m.in. przychody przedsiębiorstw), wywiady screeningowe KANTAR (aktywność przedsiębiorstw) oraz dane statystyczne publikowane przez: Narodowy Bank Polski (dot. systemu płatniczego), Ministerstwo Finansów (podatek VAT, finanse publiczne, urządzenia fiskalne), szereg opracowań i analiz branżowych, m.in. POPiHN, Internet Standard.

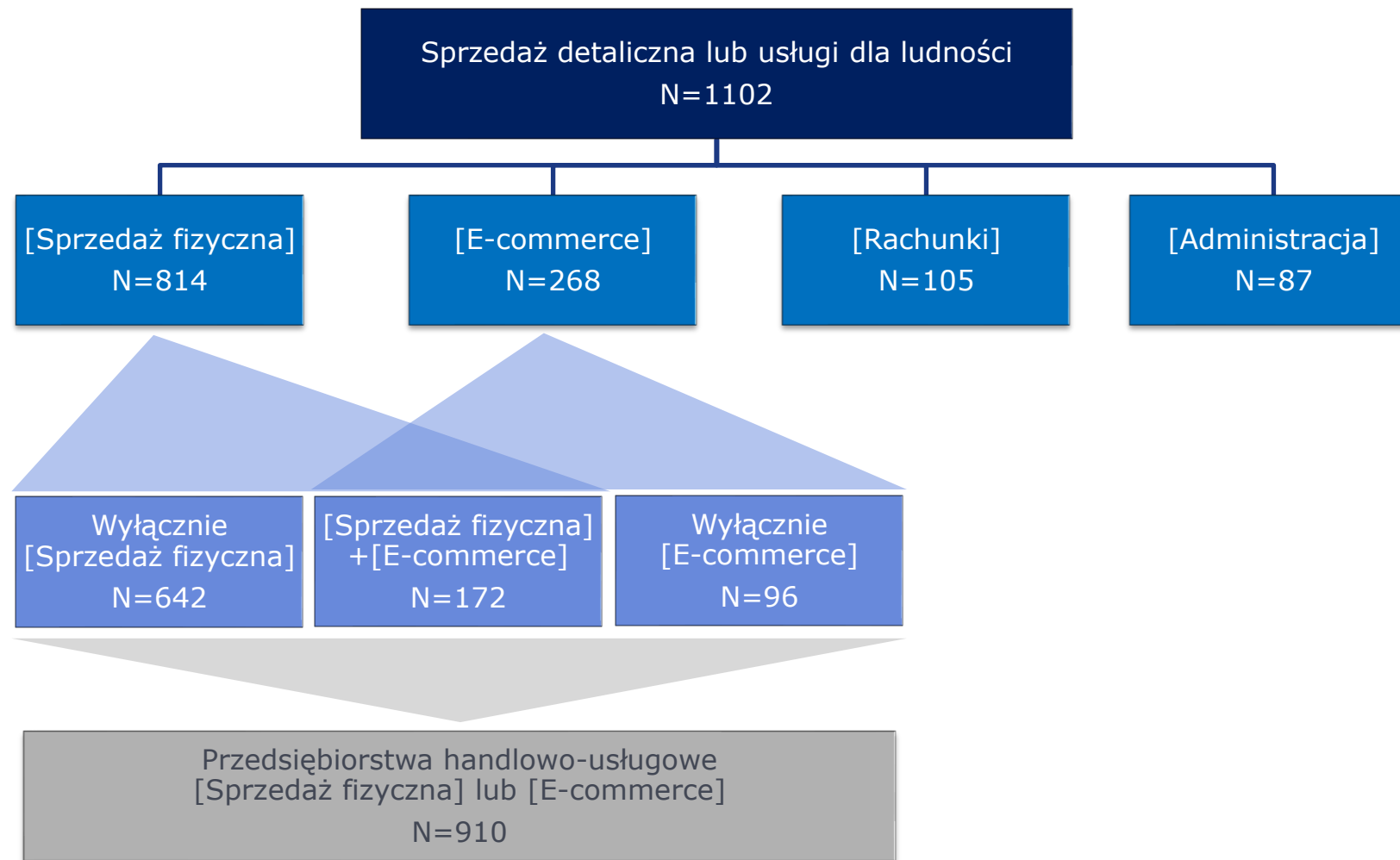
Zakres badania

- Badanie obejmuje wszystkie znaczące typy transakcji realizowanych na rynku płatności detalicznych zrealizowane w 2019 roku, tj. transakcje płatnicze typu consumer-to-business oraz citizen-to-government.
- Na potrzeby badania, podmioty funkcjonujące na rynku płatności detalicznych zostały podzielone na cztery grupy (typy), cechujące się odmienną charakterystyką prowadzonej działalności i kontekstem transakcji płatniczych. Do każdej z tych grup skierowano dostosowaną do ich specyfiki wersję kwestionariusza:
 - **Sprzedaż fizyczna** – podmioty prowadzące sprzedaż produktów i usług za pośrednictwem fizycznych kanałów dystrybucji, tj.: sklepy, kioski, punkty usługowe, salony, warsztaty, restauracje, hotele, sprzedaż w pojazdach i poprzez reprezentantów handlowych itp.;
 - **E-commerce** – podmioty prowadzące sprzedaż za pośrednictwem kanałów elektronicznych;
 - **Rachunki** – podmioty wystawiające klientom rachunki (zazwyczaj regularnie, w oparciu o umowę, do opłacenia w wyznaczonym terminie), w tym wierzyciele masowi;
 - **Administracja** – jednostki administracji publicznej, samorządowej i centralnej, przyjmujące wpłaty podatków, opłat i innych zobowiązań publiczno-prawnych obywateli.

Struktura próby badawczej

Dla każdej z 4 grup respondentów skierowano odrębną wersję kwestionariusza ankietowego.

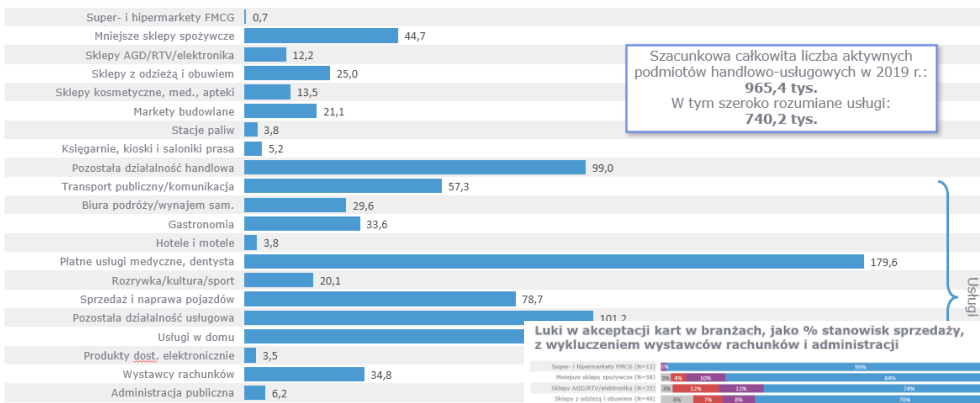
Przedsiębiorstwa handlowo-usługowe mogły należeć jednocześnie do grupy [Sprzedaż fizyczna] oraz [E-commerce], jeśli wykorzystywały oba typy kanałów dystrybucji.



Branże objęte badaniem i wielkość uzyskanej próby

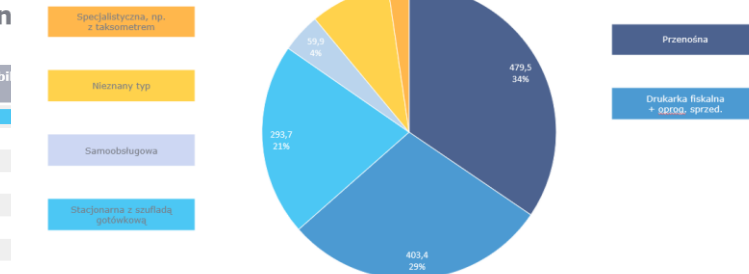
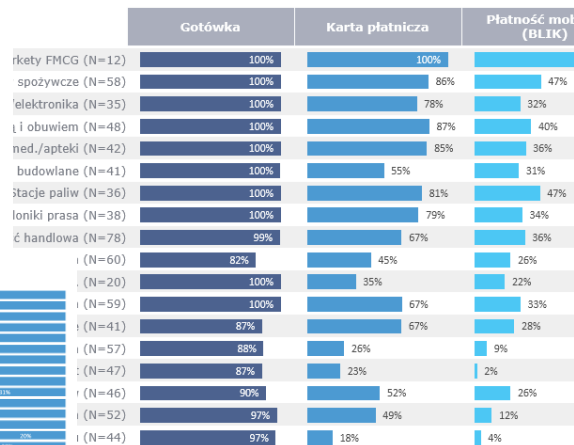
BRANŻE	BRANŻE SZCZEGÓŁOWE	N=
Super- i hipermarkety FMCG	Supermarket/Hipermarket	12
Mniejsze sklepy spożywcze	Mniejszy sklep spożywczy	58
Sklepy AGD/RTV/elektronika	Sklep AGD/Sklep RTV/Sklep z komputerami/Sklep z elektroniką	41
Sklepy z odzieżą i obuwiem	Sklep odzieżowy/Sklep obuwniczy	55
Sklepy kosmetyczne, med., apteki	Sklep kosmetyczny – drogeria/Apteka/Sklep medyczny	43
Markety budowlane	Market budowlany/Hurtownia materiałów budowlanych dostępna dla klientów indywidualnych	45
Stacje paliw	Stacja benzynowa	36
Księgarnie, kioski i saloniki prasa	Księgarnia/Kiosk/Salonik z gazetami	42
Pozostała działalność handlowa	Cukiernia/Jubiler/Pasmanteria/Sklep mięsny/Sklep monopolowy/Sklep ogrodniczy lub zoologiczny/Sklep sportowy/Sklep wielobranżowy	104
Transport publiczny/komunikacja	Transport kolejowy pasażerski/Transport miejski/Autobusy pod- i międzymiejskie/Opłaty na autostradzie/Biletomaty/Korporacje taksówkowe	63
Biura podróży/wynajem sam.	Biuro podróży/Biuro turystyczne/Linia lotnicza/Wynajem samochodów	26
Gastronomia	Bar/Restauracja/Klub nocny/Pub/Stołówka	59
Hotele i motele	Hotel/Motel/Pensjonat	45
Płatne usługi medyczne, dentysta	Klinika/Przychodnia/Dentysta/Płatny gabinet medyczny/Praktyka/Okulista/Optyk	57
Rozrywka/kultura/sport	Kino/Teatr/Galeria/Muzeum/Obiekt sportowy i rekreacyjny	50
Sprzedaż i naprawa pojazdów	Sprzedaż pojazdów mechanicznych i części zamiennych/Naprawa pojazdów mechanicznych	46
Pozostała działalność usługowa	Fryzjerstwo/Zabiegi kosmetyczne/Pralnie/Inne drobne usługi	59
Usługi w domu	Usługi budowlane/Remonty/Usługi hydrauliczne/Usługi elektryczne	46
Produkty dost. elektronicznie	Dostęp do płatnych treści, multimedia/Gry i rozrywka/Aplikacje, oprogramowanie	23
Wystawcy rachunków	Infrastruktura publiczna/Usługi telekomunikacyjne i media/Usługi mieszkaniowe, w tym spółdzielnie i wspólnoty mieszkaniowe, płatne parkingi/Pozostali wierzyciele masowi	105
Administracja publiczna	Jednostki administracji samorządowej i centralnej	87

Liczba aktywnych podmiotów prowadzących działalność handlowo-usługową, według branż [w tys.]

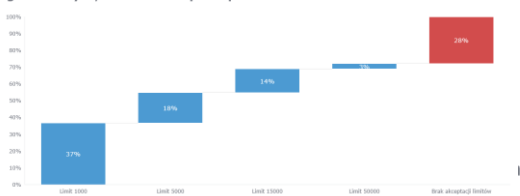


Szacunkowa całkowita liczba aktywnych podmiotów handlowo-usługowych w 2019 r.: **965,4 tys.**
W tym szeroko rozumiane usługi: **740,2 tys.**

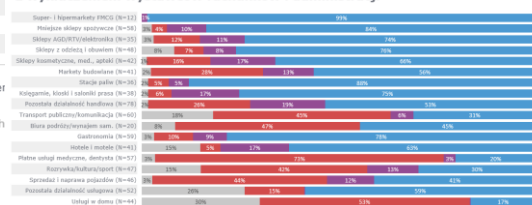
ane metody płatności w sprzedaży fizycznej



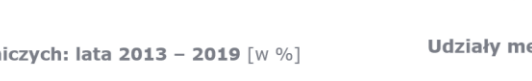
Ocena możliwości wprowadzenia limitu dla konsumenckich transakcji gotówkowych, deklarowana przez podmiot



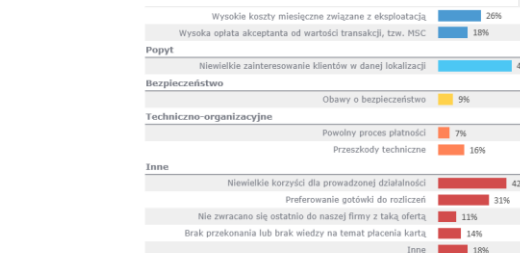
Luki w akceptacji kart w branżach, jako % stanowisk sprzedaży, z wykluczeniem wystawców rachunków i administracji



Udziały w akceptacji kart w branżach, jako % stanowisk sprzedaży, z wykluczeniem wystawców rachunków i administracji



Ocena możliwości wprowadzenia limitu dla konsumenckich transakcji gotówkowych, deklarowana przez podmiot



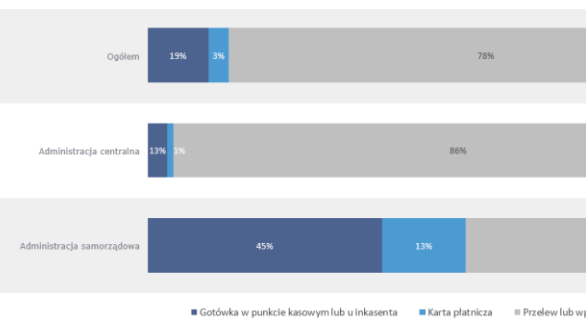
Ocena możliwości wprowadzenia limitu dla konsumenckich transakcji gotówkowych, deklarowana przez podmiot



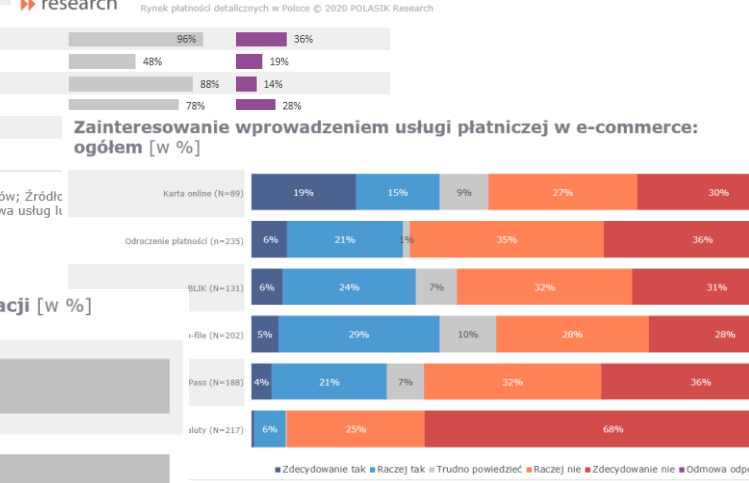
Udziały w akceptacji kart w branżach, jako % stanowisk sprzedaży, z wykluczeniem wystawców rachunków i administracji



Udziały metod płatności w wartości wpłat na rzecz administracji [w %]



Zainteresowanie wprowadzeniem usługi płatniczej w e-commerce: ogółem [w %]



Zainteresowanie wprowadzeniem usługi płatniczej w e-commerce: ogółem [w %]



Cena raportu

Produkt	Licencja instytucjonalna - licencja na korzystanie z raportu przez 30 osób z firmy nabywającej
Część 2. Polski rynek handlu i usług detalicznych	4 000 PLN netto*
Część 3. Płatności dokonywane w fizycznych punktach handlowo-usługowych	12 000 PLN netto*
Część 4. Handel elektroniczny	5 000 PLN netto*
Część 5. Płatności za rachunki	4 000 PLN netto*
Część 6. Płatności na rzecz administracji publicznej	4 000 PLN netto*
Część 7. Luki w akceptacji kart płatniczych	7 000 PLN netto*
Część 8. Przyszłość gotówki i płatności bezgotówkowe	2 000 PLN netto*
Cały raport	30 000 PLN netto*
Cały raport – pakiet PREMIUM**	38 000 PLN netto*

* do ceny należy doliczyć podatek VAT w wysokości 23%; ** Pakiet PREMIUM obejmuje: 2 godz. prezentacji + warsztaty + w siedzibie klienta, 6 godz. dodatkowych analiz i konsultacji tele.

Istnieje możliwość nabycia licencji partnerskiej na korzystanie z raportu przez ustaloną liczbę osób z firmy nabywającej oraz przez ustaloną liczbę osób z firm partnerskich, wobec firmy zamawiającej (maksymalnie do 50 podmiotów) – cena do negocjacji.

POLASIK Research może przygotować dodatkowe analizy na specjalne zamówienie Klienta, w zakresie obejmującym powyższe problemy badawcze. Zainteresowanych prosimy o kontakt.

Uzbrój się w wiedzę - kreuj innowacje!

Opracowanie raportu:

Michał Polasik, Marta Jakubowska, Andrzej Meler, Mariola Makowska,
Marlena Modzelewska, Natalia Tetkowska, Mikołaj Borowski-Beszta

POLASIK Research

ul. Szarych Szeregów 2/5
87-100 Toruń, Polska

Kontakt:

dr hab. Michał Polasik, prof. UMK

+48 608 33 55 41

biuro@polasik-research.com

www.polasik-research.pl

