

Bezpieczeństwo, wygoda
i możliwość wyboru:

PRAWDZIWA WARTOŚĆ KART PŁATNICZYCH



Badanie na temat wartości i kosztów korzystania z kart w dzisiejszym dynamicznie rozwijającym się ekosystemie płatności. Na podstawie wyników badań przeprowadzonych wśród akceptantów i konsumentów w Polsce.

Wprowadzenie

Polski rynek płatności jest bardziej zaawansowany cyfrowo i bardziej innowacyjny niż inne rynki europejskie. Poniższe dane obrazują dynamikę preferencji płatniczych Polaków i ich gotowość do przyjmowania innowacyjnych rozwiązań cyfrowych. Jest to korzystne dla polskich akceptantów, którzy uważają, że szeroki wachlarz dostępnych metod płatności przekłada się na wzrost obrotów.

Wśród polskich konsumentów poziom korzystania zarówno z kart płatniczych, jak i gotówki jest wysoki: w ostatnim roku wyniósł on odpowiednio 81% i 91%. Jednocześnie Polacy częściej niż mieszkańcy innych krajów europejskich korzystają z nowszych form płatności, takich jak natychmiastowe przelewy bankowe, Kup Teraz, Zapłać Później (Buy Now, Pay Later – BNPL) i kryptowaluty.

Co więcej, Polska przoduje w Europie we wdrażaniu rozwiązań w zakresie płatności cyfrowych: 52% polskich konsumentów wybiera bankowość mobilną, 54% bankowość internetową, a 33% korzysta z aplikacji do płatności mobilnych.

“ **69%** polskich akceptantów uznaje płatności elektroniczne za kluczowy element funkcjonowania ich firm



Metodologia:

Niniejszy raport opracowano na podstawie dwóch badań zleconych przez Payments Europe i przeprowadzonych przez FTI Consulting w maju 2023 r. oraz maju 2024 r.

W 2023 r. w badaniu uczestniczyło 1560 akceptantów z Polski (268), Niemiec (252), Francji (264), Włoch (263), Hiszpanii (271) i Szwecji (242).

W 2024 r. w ankiecie wzięło udział 13 000 konsumentów mieszkających w Polsce (1000), Niemczech (1000), Austrii (1000), Francji (1000), Grecji (1000), Czechach (1000), Danii (1000), Finlandii (1000), na Węgrzech (1000), w Irlandii (1000), na Łotwie (1000), Litwie (1000) i w Szwecji (1000). Respondentom przypisano odpowiednie wagi uwzględniające region, płeć i wiek, co miało na celu zapewnienie reprezentatywności.

Najważniejsze informacje

Perspektywa akceptanta



Stosunek do gotówki

Płatności gotówkowe odpowiadają za 37% obrotów polskich akceptantów, czyli o 5% więcej niż średnia europejska. Polscy sprzedawcy przewidują, że w ciągu pięciu lat obroty z płatności gotówkowych spadną o 9%, a udział kart i przelewów bankowych – zarówno natychmiastowych, jak i standardowych – wzrośnie.

Chociaż 89% polskich akceptantów przyjmuje gotówkę (13% więcej niż średnia UE), **49% woli płatności elektroniczne od gotówki**. To o 11% więcej niż średnia UE.

Choć karty są uznawane za najlepszą metodę płatności pod względem funkcjonalności, gotówka cieszy się uznaniem polskich akceptantów ze względu na potencjał zwiększania wydatków konsumentów i sprzedaży (odpowiedź wskazana przez 28% polskich akceptantów, o 11% więcej niż średnia europejska), zapobieganie oszustwom (34%, również o 11% więcej) oraz bezpieczne i zgodne z przepisami przetwarzanie danych konsumentów (30% – również o 11% więcej).



Ewolucja rynku: korzyści po obu stronach

Polski rynek płatności jest bardzo zróżnicowany, a **akceptanci cenią szeroki wachlarz opcji płatniczych**, które mogą zaoferować swoim klientom.

83% polskich akceptantów jest zadowolonych z dostępnych rozwiązań płatniczych, co stanowi najwyższy wynik spośród wszystkich badanych krajów. 89% polskich akceptantów uważa również, że ich klienci są zadowoleni z dostępnych rozwiązań płatniczych.

Zapytani o korzyści z nowych rozwiązań płatniczych, **96% polskich akceptantów podkreśliło pozytywny wpływ płatności zbliżeniowych, a 87% z zadowoleniem przyjęło natychmiastowe przelewy bankowe / płatności natychmiastowe realizowane w czasie rzeczywistym**.



Czego naprawdę oczekują akceptanci

84% polskich akceptantów aktywnie stara się optymalizować oferowane przez siebie metody płatności. Skupiają się przy tym głównie na poszerzaniu bazy klientów (47%) i zwiększaniu obrotów (45%).

Przy wyborze metod płatności najważniejsze są dla nich preferencje konsumentów, bezpieczeństwo oraz zasięg.

50% polskich akceptantów wybiera płatności kartą ze względu na możliwość monitorowania przychodów, a 49% dla wygody i łatwości obsługi.



Płatności kartą: koszty i wartość

69% polskich akceptantów twierdzi, że płatności elektroniczne są kluczowe dla ich firmy (o 13% więcej niż średnia UE), a 83% preferuje płatności elektroniczne zamiast gotówki – to najwyższy odsetek w Europie.

85% polskich akceptantów zgadza się, że korzyści płynące z płatności kartą przewyższają związane z nimi koszty. Wśród tych korzyści **75% polskich akceptantów wskazuje na doskonałą ochronę przed oszustwami, jaką zapewniają płatności kartą**.

71% polskich akceptantów twierdzi, że koszty obsługi gotówki oraz związane z nią ryzyko przewyższają koszty obsługi kart. To wynik wyższy od średniej unijnej.

Najważniejsze informacje

Perspektywa konsumenta



Stosunek do gotówki

Polski rynek płatności oferuje konsumentom szeroki wachlarz opcji płatniczych. Gotówka nadal odgrywa bardzo ważną rolę – w ciągu ostatnich 12 miesięcy korzystało z niej aż 91% konsumentów. **Powszechnie używane są również karty płatnicze, wybierane przez 81% konsumentów.** Standardowe przelewy bankowe cieszą się w Polsce szczególną popularnością – wybiera je 69% konsumentów, co stanowi o 12% więcej niż średnia europejska.

Polscy konsumenci uważają, że poziom ochrony prywatności danych oferowany przez gotówkę jest równoważny z tym, który zapewniają karty płatnicze. Jednocześnie postrzegają gotówkę jako mniej bezpieczną, mniej wygodną i wolniejszą formę płatności niż płatności kartą.

Przy dokonywaniu dużych płatności ponad dwóch na pięciu (43%) polskich konsumentów uważa gotówkę za najbezpieczniejszą formę płatności, a bardzo podobny odsetek (40%) ufa w tym samym zakresie kartom płatniczym.



Ewolucja rynku: korzyści po obu stronach

Popularność nowszych form płatności, takich jak natychmiastowe przelewy bankowe, BNPL i kryptowaluty, jest w Polsce nieco wyższa niż w innych krajach europejskich, co świadczy o innowacyjności rynku płatności.

Fakt ten znajduje również odzwierciedlenie w percepcji konsumentów – 77% polskich konsumentów uważa swój rynek płatności za wiodący lub równy pod względem innowacyjności w stosunku do innych europejskich rynków płatności.

Polscy konsumenci wykazują duże zainteresowanie płatnościami mobilnymi – 97% z nich uważa, że mają one wiele zalet, co stanowi wynik o 8% wyższy niż w przypadku konsumentów europejskich. Wśród tych zalet szczególnie istotne są łatwość użytkowania (61%) i bezpieczeństwo (44%).

Polska wyróżnia się również jako jeden z niewielu rynków, na których ponad połowa lokalnych konsumentów potwierdza, że przelewy bankowe w czasie rzeczywistym są powszechnie dostępne w przypadku płatności dokonywanych w sklepach. Prawie 68% konsumentów twierdzi, że przelewy te są także dostępne w przypadku transakcji internetowych.



Spojrzenie na preferencje konsumentów

Polscy konsumenci wyróżniają się na tle konsumentów europejskich pod kilkoma względami. **Przy wyborze dostawcy usług płatniczych ponad połowa z nich (58%) stawia na pierwszym miejscu możliwość dokonywania płatności online,** co stanowi wynik o 10% wyższy niż średnia europejska. Przywiązują oni również większą wagę do dostępności (39%) oraz opcji płatności w sklepie (41%) niż konsumenci z innych krajów europejskich (odpowiednio 29% i 32%).

Choć „bezpieczeństwo i ochrona” nie są dla polskich konsumentów głównym priorytetem, mają one dla większości z nich istotne znaczenie przy wyborze dostawcy usług płatniczych.

Polscy konsumenci częściej niż ich europejscy odpowiednicy korzystają z bankowości mobilnej jako kanału do dokonywania płatności natychmiastowych. Prawdopodobieństwo, że dokonają płatności natychmiastowej **za pośrednictwem aplikacji mobilnej, jest o 19% wyższe niż w przypadku przeciętnego Europejczyka.**



Wartość kart

83% polskich konsumentów, podobnie jak przeciętnie w Europie, czuje się bezpiecznie i komfortowo, korzystając z płatności kartą. 75% z nich wskazuje, że ufa swoim kartom bardziej niż jakiegokolwiek innej metodzie płatności, a w przypadku podróży zagranicznych odsetek ten wzrasta do 77%.

Ponad jedna trzecia (37%) polskich konsumentów uważa płatności kartą za najlepszy sposób dokonywania zakupów w sklepie. Polscy konsumenci doceniają wygodę (48%), szybkość (39%) i dostępność (38%) płatności kartą podczas zakupów w sklepach.

78% z nich zgadza się również, że płatności kartą oferują wartość dodaną w porównaniu z innymi metodami.





Cyfrowe euro

55% polskich konsumentów jest świadomych rozwoju cyfrowego euro, ale nie śledzi tego tematu uważnie, co stanowi nieco wyższy odsetek niż średnia europejska (47%). Jednocześnie około 8% Polaków deklaruje, że posiada wiedzę na temat tego projektu. Osoby, którym temat ten nie jest obcy, wskazują, że najważniejszymi korzyściami wynikającymi z wprowadzenia cyfrowego euro byłyby większa wygoda płatności (47%) oraz niższe koszty (40%).

W ogólnym ujęciu 51% polskich konsumentów nie potrafi wskazać, jakie korzyści mogłoby im przynieść cyfrowe euro, lub uważa, że nie przyniosłoby ono żadnych korzyści.

Warto podkreślić, że Polska nie należy do strefy euro, co może wpływać na poziom świadomości konsumentów na temat rozwoju cyfrowego euro.

