

10 lat BLIKNEŁO

Zmiany w płatnościach
i gospodarce Polski

Marzec 2025



The better the question.
The better the answer.
The better the world works.



Shape the future
with confidence



Spis treści

Streszczenie	4
Wstęp	8
<hr/>	
1. BLIK a płatności w Polsce i rozwiązania mobilne w Europie	10
1.1. Podstawy działania	12
1.2. Historia rozwoju	14
1.3. Użytkownicy i ich preferencje	16
1.4. Sieć akceptacji	20
1.5. Transakcje	22
1.6. Porównanie z rozwiązaniami mobilnymi w Europie	27
<hr/>	
2. BLIK jako kreator rynku płatności elektronicznych	32
2.1. Analiza kontrfaktyczna - co by było, gdyby...	34
2.2. Efekty kreacji rynku	36
<hr/>	
3. Wpływ płatności BLIK na gospodarkę Polski	38
3.1. Rodzaje efektów i kanałów oddziaływania	40
3.2. Kluczowe aspekty i przykłady oddziaływań w kanałach	43
3.3. Podejście do efektów ilościowych	50
3.4. Oszacowany wpływ płatności BLIK na gospodarkę	51
<hr/>	
4. Efekty e-commerce dla gospodarki i rola BLIKA	54
4.1. Znaczenie BLIKA w polskim e-commerce	56
4.2. Kanały oddziaływania e-commerce	57
4.3. Zmiany kosztów w sektorze handlu	58
4.4. Szersze efekty ekonomiczne	59

BLIK a płatności w Polsce i rozwiązania mobilne w Europie

- **Wszechstronność, wygoda i bezpieczeństwo.** BLIK jest uniwersalną metodą płatności, która umożliwia dokonywanie transakcji przy pomocy telefonu w sklepach internetowych i stacjonarnych, a także wypłacanie i wpłacanie gotówki w bankomacie oraz realizowanie przelewów na numer telefonu pomiędzy użytkownikami. Płatności BLIK cechuje szybkość, wygoda i bezpieczeństwo związane z wykorzystaniem jednorazowych kodów, w szczególności w środowisku e-commerce. Oferta BLIKA jest rozszerzana o kolejne usługi, takie jak płatności cykliczne i odroczone oraz cyfrowe czeki. Jako rozwiązanie stworzone w Polsce i oparte na własnym systemie rozliczeń i autoryzacji, BLIK spełnia cechy suwerennego systemu płatniczego, wpisując się w strategię Unii Europejskiej w zakresie płatności detalicznych.
- **Ekspansja krajowa i zagraniczna.** BLIK wszedł na polski rynek w 2015 r. i sukcesywnie zwiększa swoją dostępność i rolę dzięki współpracy z wieloma firmami działającymi na rynku płatności w Polsce, takimi jak banki, agenci rozliczeniowi i platformy internetowe. Ta kooperacja obejmuje nie tylko największych graczy na rynku, ale również mniejsze podmioty oraz coraz częściej wykracza poza granice kraju. Obecnie prawie wszyscy klienci banków mogą korzystać z BLIKA, a zdecydowana większość sklepów akceptuje tę metodę płatności. Ze względu na skalę działalności, NBP zalicza BLIKA do grupy istotnych systemów płatności detalicznych. W 2024 r. BLIK wszedł na rynek słowacki, a w najbliższym czasie ma się pojawić w Rumunii.
- **Powszechna metoda płatności wśród Polaków.** W ciągu minionych 10 lat, liczba aktywnych użytkowników BLIKA (aplikacji bankowych z wykonaną transakcją) zwiększyła się do 18,5 miliona w 2024 r., tj. 58 na 100 osób w wieku 15+. Już w 2023 r. ok. połowa Polaków deklarowała tego typu płatności. BLIK cieszy się największą popularnością wśród osób młodszych, co daje mu potencjał do dalszego rozwoju.
- **Imponujący wzrost.** Jeszcze na koniec 2018 r. wartość transakcji BLIK związanych z wydatkami konsumentów odpowiadała 0,7% łącznej konsumpcji gospodarstw domowych w Polsce. W 2024 r. było to już 11%, a wszystkie operacje BLIK osiągnęły niemal 350 mld zł. W ciągu dekady średnioroczny wzrost wyniósł ponad 100% i pozostał bardzo wysoki również w okresie większej dojrzałości usługi, czyli po 2020 r. W tym czasie BLIK przeszedł transformację od narzędzia do wypłacania gotówki po dominację na rynku płatności e-commerce. Ponadto w ostatnim czasie wyraźnie rośnie rola transakcji P2P (person-to-person) w systemie.
- **Kluczowy e-commerce.** Płatności BLIK w internecie wyniosły 173 mld zł w 2024 r., a już rok wcześniej odpowiadały za około połowę wartości handlu internetowego w Polsce. BLIK zdecydowanie wyprzedził inne metody płatności w tym kanale już kilka lat temu. Z kolei udział BLIKA w płatnościach w sklepach stacjonarnych jest wciąż ograniczony, choć stale rośnie. Ta metoda dokonywania transakcji w systemie staje się coraz bardziej konkurencyjna, m.in. dzięki rozwojowi płatności zbliżeniowych.
- **Europejski lider.** Spośród europejskich systemów płatności mobilnych, BLIK zarejestrował w 2023 r. najwięcej transakcji, ponad 1,7 miliarda, co w przeliczeniu na mieszkańca Polski daje 47 transakcji w ciągu roku. W 2024 r. liczba transakcji BLIK ponownie znacznie wzrosła, przekraczając 2,4 miliardy, czyli średnio 64 płatności na mieszkańca. Porównując rolę płatności mobilnych w handlu internetowym w Polsce i krajach strefy euro, obok holenderskiego iDEAL, BLIK ma największy udział w krajowym rynku e-commerce. Europejski rynek płatności wchodzi w etap konsolidacji, co stanowi wyzwanie, ale także szansę dla dalszego rozwoju dla polskiego systemu.

Wykres S1.

Rola BLIKA w Polsce i Europie

58

aktywnych użytkowników na 100 osób w wieku 15+ na koniec 2024 r.

11%

konsumpcji gosp. dom. zrealizowanej przy pomocy BLIKA w IV kw. 2024 r.

50%

udział BLIKA w rynku e-commerce w Polsce w 2023 r.

2,4 mld

transakcji BLIK w 2024 r.

1

miejsce w Europie pod względem liczby transakcji mobilnych w 2023 r.

Uwagi: Dla trzeciej i piątej liczby niedostępne są jeszcze statystyki do precyzyjnych obliczeń za 2024 r.

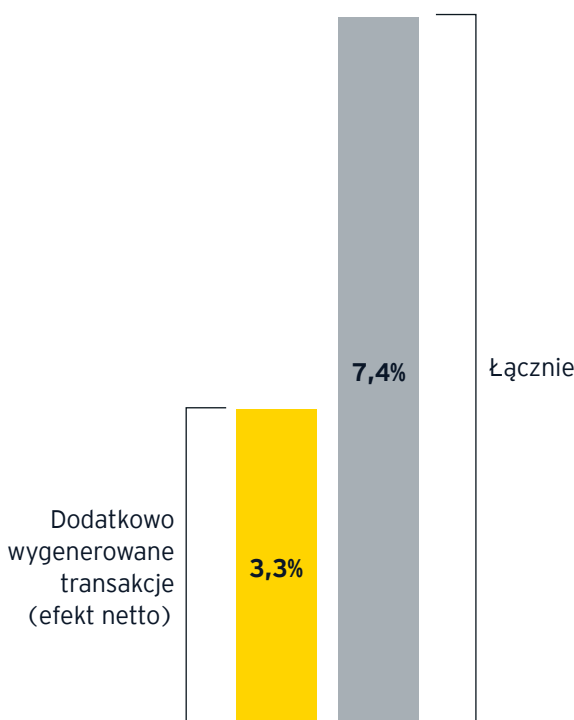
Źródło: Analiza EY na podstawie danych Narodowego Banku Polskiego, Polskiego Standardu Płatności i innych.

BLIK jako kreator rynku płatności elektronicznych

- **Analiza kontrfaktyczna.** Z punktu widzenia rozważanego dalej oddziaływania BLIKA na gospodarkę istotna jest nie tylko wartość tego typu transakcji, ale także odpowiedź na pytanie, jaką część stanowią dodatkowo wykreowane płatności bezgotówkowe (tj. nie przejęte od innych dostawców tego typu usług). W tym celu, korzystając z metod ilościowych i danych dla państw o możliwie zbliżonych charakterystykach do Polski, oszacowaliśmy tzw. sytuację kontrfaktyczną - hipotetyczny stan płatności elektronicznych w Polsce, gdyby BLIK nie istniał. Następnie porównaliśmy rzeczywiste dane z sytuacją kontrfaktyczną. W ten sposób uzyskaliśmy tzw. efekt netto funkcjonowania BLIK, tj. wartość transakcji elektronicznych, które nie miałyby miejsca w gospodarce bez tego systemu.
- **Efekty kreacji rynku przez BLIKA.** Nasza analiza sugeruje, że w 2023 r. BLIK wykreował dodatkowe płatności elektroniczne o wartości ok. 65 mld zł w Polsce, odpowiadające ok. 3,3% konsumpcji gospodarstw domowych. To mniej więcej tyle, ile Polacy wydają na zakup odzieży. Udział wykreowanego rynku (efektu netto) w wartości transakcji BLIK związanych z konsumpcją wyniósł 45% w 2023 r. To wskazuje, że BLIK jest nie tylko preferowaną metodą płatności elektronicznych dla wielu użytkowników, ale także istotnie napędza rozwój tego rynku. Warto zaznaczyć, że mimo kontrolowania w analizie wpływu kluczowych różnic między Polską i innymi podobnymi krajami, oszacowany efekt netto może również obejmować efekty oddziaływania innych czynników, których nie byliśmy w stanie uwzględnić w badaniu.

Wykres S2.

Płatności elektroniczne związane z BLIKIEM w sklepach internetowych i stacjonarnych w Polsce w 2023 r. - łącznie i efekt netto (% konsumpcji gospodarstw domowych)



Uwagi: Niedostępne są jeszcze dane umożliwiające szacunek za 2024 r.

Źródło: EY.

Wpływ płatności BLIK na gospodarkę Polski

- **Szerokie oddziaływanie.** Płatności elektroniczne, w tym BLIK, oddziałują na gospodarkę wieloma kanałami. Są to przede wszystkim wspieranie innowacji, ograniczanie barier działalności gospodarczej, zmniejszenie trudności płatniczych, zapewnienie dostępu do rynków oraz podwyższone bezpieczeństwo, stabilność i transparentność transakcji.
- **Obecne efekty.** Szacunki EY oparte na analizie ekonometrycznej wskazują, że korzystanie z płatności BLIK wspierało generowanie około 1,2% PKB (42 mld zł) w Polsce w 2024 roku. Taka wartość produkcji przekłada się na około 700 zł rocznego dochodu na osobę, 15 mld zł dochodów sektora finansów publicznych (podatków i składek) oraz 200 tys. miejsc pracy. 1,2% PKB to mniej więcej tyle, ile polscy konsumenci wydają na usługi noclegowe i zorganizowane wakacje albo państwo polskie przeznaczają na szkolnictwo wyższe. Korzystając z wcześniejszego szacunku dla 2023 r., zakładamy, że około 45% tych wielkości to efekty netto. Przykładowo więc, gdyby BLIK nie istniał, wartość wspieranej produkcji w Polsce byłaby niższa o ok. 0,5% PKB (19 mld zł).
- **Potencjalne efekty w przyszłości.** Dodatkowo, strategia operatora systemu ambitnie zakłada ponad dwukrotny wzrost wartości płatności BLIK do 2027 roku. Szacujemy, że gdyby udało się to zrealizować a gospodarka Polski rozwijała się zgodnie z dostępnymi prognozami, wskazany odsetek wspieranej aktywności ekonomicznej wzrósłby do 2,1% PKB. Wartość efektu netto, choć mniejsza, pozostaje nieznaną dla tego typu perspektywy czasowej.
- **Interpretacja efektów.** Przedstawione liczby obrazują łączny, wielokanałowy wpływ płatności BLIK na gospodarkę. Ze względu na korelację między popularnością różnych form płatności elektronicznych, e-commerce, rozwojem internetu i powiązаныmi aktywnościami w gospodarce, trudno jest wyróżnić ich indywidualne kontrybucje. Analiza ekonometryczna oparta na danych obserwacyjnych, jak w tym opracowaniu, jest naszym zdaniem najlepszą dostępną metodą badawczą. Obarczona jest ona jednak niepewnością, zwłaszcza w kontekście przyczynowości. Przedstawione szacunki należy więc interpretować ostrożnie, jako obrazujące możliwą skalę analizowanych efektów oraz potencjalnie uzależnione od dodatkowych czynników.

Wykres S3.

Efekty ekonomiczne wspierane przez płatności BLIK w 2024 roku



Źródło: EY.

Efekty e-commerce dla gospodarki Polski i rola BLIKA

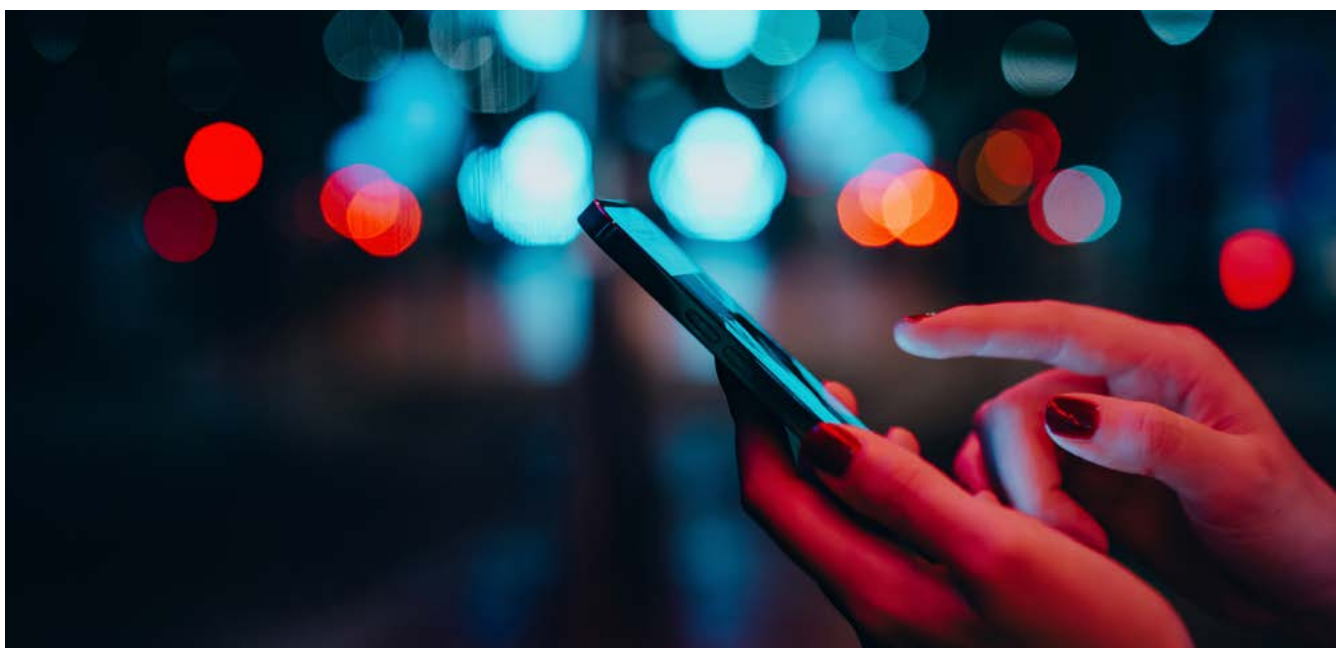
■ **Kanały wpływu e-commerce na gospodarkę.**

W związku z bardzo dużym znaczeniem BLIKA w handlu internetowym w Polsce, przyglądamy się dodatkowo bliżej temu aspektowi. E-commerce przyczynia się do transformacji gospodarki poprzez różne mechanizmy, takie jak zwiększenie zasięgu rynkowego, stymulowanie innowacyjności oraz redukcję kosztów operacyjnych. Narzędzia płatnicze, takie jak BLIK, odgrywają kluczową rolę w tym procesie, przyczyniając się do wzrostu zaufania konsumentów do zakupów online i ich rosnącej popularności.

- **Redukcja kosztów w sektorze handlu.** Ograniczenie kosztów operacyjnych to jeden z kluczowych kanałów wpływu e-commerce na gospodarkę, na którego analizie skupiamy się ze względu na dostępność danych. Przeniesienie działalności handlowej do internetu pozwala na obniżenie wielu kosztów, takich jak wynajem powierzchni handlowych czy obsługa klienta w tradycyjnych sklepach. Dzięki automatyzacji procesów, przedsiębiorstwa mogą lepiej wykorzystać swoje zasoby, co prowadzi do zwiększenia efektywności i rentowności. Dostępne dane sugerują, że e-commerce w Polsce mógł ograniczyć koszty operacyjne w sektorze handlu o około 1,5% do 2023 r., co oznacza roczne oszczędności sięgające ok. 2,8 mld złotych. Ze względu na dużą rolę w e-handlu, płatności BLIKIEM mogły wspierać redukcję kosztów o około 0,74%. Szacujemy, że z tego około 45% to efekty netto, które nie byłyby wspierane, gdyby BLIK nie istniał. Dodatkowo warto zauważyć, że czasem

zależność może być tutaj odwrotna - z różnych przyczyn efektywne kosztowo firmy mogą częściej decydować się na działalność w e-commerce.

- **Szersze skutki ekonomiczne.** Samo obniżenie kosztów operacyjnych stanowi jedynie efekt pierwszego rzędu, który nie odzwierciedla pełnego wpływu tego procesu na strukturę i rozwój gospodarki. Nasza analiza w modelu równowagi ogólnej pokazuje, jak redukcja kosztów w sektorze handlu może oddziaływać na różne aspekty aktywności ekonomicznej w wyniku średnio- i długoterminowych zmian, które ujawniają się po odpowiednich dostosowaniach w gospodarce. Zagregowany efekt tych zmian prowadzi docelowo do wzrostu PKB Polski o ok. 0,36%, z czego transakcje BLIKIEM mogą wspierać ok. 0,18% PKB. Efekty te można interpretować jako podkategorię przedstawionego wcześniej łącznego oddziaływania BLIKA na PKB. Nasza analiza wskazuje również na spadek wskaźnika cen towarów i usług konsumpcyjnych o ok. 0,10%, przy czym sam BLIK wspiera spadek indeksu o ok. 0,05%. Ponownie, szacujemy, że w ramach tych szerszych skutków ekonomicznych 45% to efekty netto, które nie byłyby wspierane, gdyby BLIK nie funkcjonował na polskim rynku. To ilustruje, że nawet pojedynczy kanał oddziaływania BLIKA, taki jak sprzyjanie obniżce kosztów firm w e-handlu, może znacząco wpływać na gospodarkę.



Płatności elektroniczne to obszar, w którym Polska nie ma już istotnych zaległości do państw wysoko rozwiniętych, a w niektórych aspektach nawet je wyprzedza. Mimo to, sektor ten przechodzi dynamiczne zmiany, napędzane m.in. preferencjami konsumentów, postępującą cyfryzacją gospodarki, szczególnie w handlu, oraz nowymi technologiami płatniczymi. W tym kontekście bardzo ważną rolę odgrywa BLIK - najpopularniejszy system płatności mobilnych w kraju, który w 2025 roku obchodzi **10 rocznicę działalności**. Z tej okazji przygotowaliśmy raport, którego celem jest przybliżenie charakterystyki BLIKA, jego znaczenia dla rynku płatności oraz oddziaływania na gospodarkę.

Opracowanie obejmuje **cztery kluczowe tematy**. W pierwszym rozdziale przedstawiamy podstawowe informacje o BLIKU, pokazując jego rolę w rynku płatności detalicznych w Polsce oraz w porównaniu do innych rozwiązań mobilnych w Europie. W drugim rozdziale analizujemy, w jakim stopniu rozwój BLIKA kreuje rynek transakcji elektronicznych (zamiast tylko zastępować inne metody transakcji), co wiąże się z dodatkowymi korzyściami ekonomicznymi. W trzecim rozdziale opisujemy szeroki zakres ekonomiczno-społecznych kanałów oddziaływania transakcji elektronicznych oraz szacujemy zagregowany wpływ płatności BLIK na gospodarkę Polski. W ostatnim, czwartym rozdziale skupiamy się na kluczowym obecnie dla BLIKA sektorze e-commerce, analizując jego oddziaływanie na gospodarkę, w tym w części wspieranej przez BLIKA.

Ważnym uzupełnieniem raportu są **załączniki techniczne** dostępne na stronie internetowej związanej z jego publikacją oraz u autorów opracowania. Zawierają one szczegóły dotyczące zastosowanych zaawansowanych metod ilościowych oraz wykorzystanych danych i przyjętych założeń.

Badanie zostało **przeprowadzone przez Zespół Analiz Ekonomicznych EY** w składzie: Marek Rozkrut, Michał Kowalczyk, Piotr Dybka, Maciej Łopusiński, Stanisław Bartha i Anna Komisarska, **na zlecenie Polskiego Standardu Płatności, właściciela BLIKA**. Raport wpisuje się w szeroką historię opracowań zespołu dotyczących różnych aspektów płatności elektronicznych, realizowanych w wielu krajach na całym świecie.



1

BLIK a płatności w Polsce i rozwiązania mobilne w Europie



W pierwszym rozdziale przedstawiamy podstawowe informacje o płatnościach BLIK oraz pokazujemy rolę BLIKA w rynku płatności detalicznych w Polsce i w porównaniu do rozwiązań istniejących za granicą. Najpierw przybliżamy usługi oferowane w ramach systemu oraz sposób ich działania. Następnie pokrótce przedstawiamy historię BLIKA. Kolejne sekcje zawierają kluczowe statystyki obrazujące rozwój BLIKA oraz jego udział w rynku. W szczególności pokazujemy ewolucję liczby użytkowników BLIKA i ich cechy demograficzne, rozwój sieci akceptacji czy wartość transakcji BLIK w różnych kanałach, także w zestawieniu z innymi instrumentami płatniczymi. W ostatniej części rozdziału porównujemy BLIKA z rozwiązaniami mobilnymi w innych krajach europejskich.

1.1. Podstawy działania

BLIK to najpopularniejszy system płatności mobilnych w Polsce, a jego właścicielem jest Polski Standard Płatności. BLIK działa w **czterech podstawowych kanałach**, umożliwiając użytkownikom transakcje i operacje pieniędzmi w:

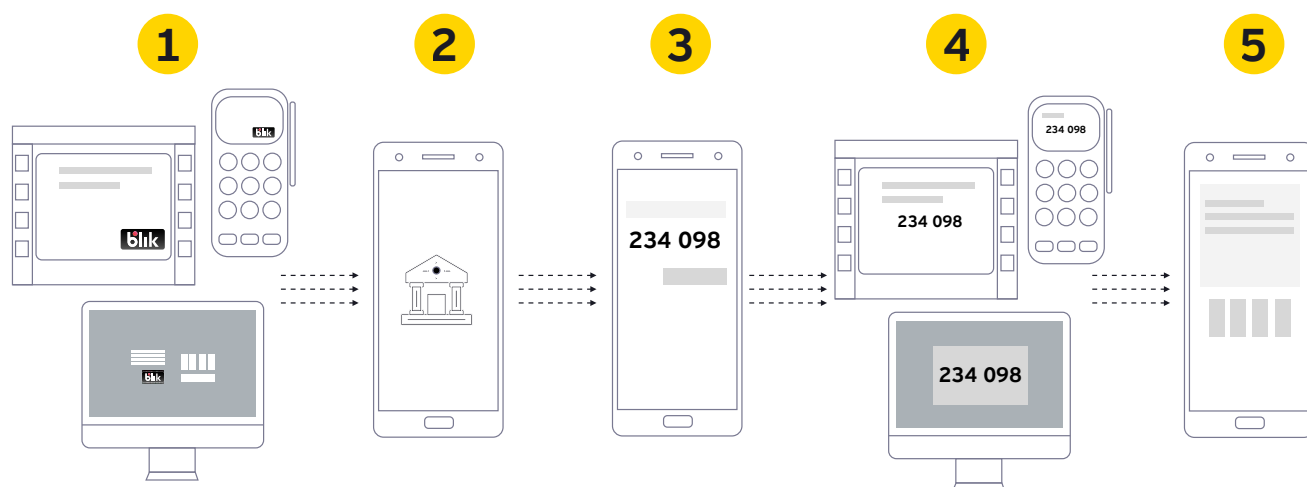
1. Sklepach stacjonarnych,
2. Internetowych,
3. Bankomatach oraz
4. Dokonywanie transakcji P2P (person-to-person).

Do korzystania z BLIKA potrzebny jest rachunek bankowy w jednym z banków uczestniczących w systemie oraz aplikacja mobilna tego banku zainstalowana na telefonie. System opiera się na jednorazowym 6-cyfrowym kodzie generowanym w aplikacji bankowej przy każdej płatności, służącym do potwierdzenia i realizacji transakcji. Ponadto BLIK umożliwia płatności zbliżeniowe w oparciu o technologię NFC.

W transakcjach w sklepach stacjonarnych, internetowych i w bankomatach **schemat operacji** jest taki sam. W pierwszej kolejności użytkownik musi zadeklarować płatność BLIKIEM w punkcie sprzedaży (zob. schemat 1). Drugi i trzeci krok to logowanie do aplikacji bankowej na telefonie i wygenerowanie 6-cyfrowego kodu BLIK. Następnie otrzymany kod należy przepisać na urządzeniu realizującym transakcję (terminal POS, strona internetowa, bankomat). Cały proces zamyka zaakceptowanie płatności na telefonie (krok 5). Natomiast płatności P2P nie wymagają generowania kodu, ponieważ są dokonywane wyłącznie przy użyciu aplikacji i wystarczy numer telefonu użytkownika BLIKA, do którego jest adresowana płatność. Tego typu transakcje są następnie rozliczane przez system płatności natychmiastowych Express Elixir.

Schemat 1.

Przebieg transakcji BLIK



Źródło: EY na podstawie informacji od Polskiego Standardu Płatności.

BLIK pozwala na **proste i szybkie płatności**.

W internecie, płatności BLIK nie wymagają logowania się na stronie banku (w przypadku zaufanych sklepów i przeglądarek nawet kod nie jest potrzebny) lub podawania szeregu informacji w formularzach, a płatność jest akceptowana przez telefon, dzięki czemu cały proces jest szybszy i wygodniejszy. W transakcjach stacjonarnych i bankomatach do realizowania transakcji BLIKIEM nie potrzeba ani karty płatniczej, ani portfela, co wiele osób może postrzegać jako zaletę, chociaż niezbędny pozostaje telefon z dostępem do internetu i aplikacja banku. Co więcej, zbliżeniowe płatności wprowadzone w 2021 r. znacznie przyspieszyły proces płacenia w sklepach stacjonarnych. Z kolei przelewy na numer telefonu, czyli transakcje P2P, działają w oparciu o numer telefonu przypisany do rachunku bankowego. Jest on łatwiejszy do zapamiętania (lub wybrania w aplikacji z listy kontaktów) niż długi numer IBAN, wymagany przy dokonywaniu tradycyjnych przelewów. Warto również wspomnieć o aspekcie **bezpieczeństwa**, które jest gwarantowane przez ostatni krok transakcji, czyli zatwierdzenia płatności w aplikacji¹.

Nowe usługi obejmują płatności odroczone - BLIK Płacę Później - dostępne dla użytkowników od 2024 r. BLIK Płacę Później pozwala na dokonanie zakupu przez internet do kwoty 4000 zł i odłożenie płatności na maksymalnie 30 dni. Ponadto pod koniec 2024 r. rozbudowana została usługa Płatności powtarzalne BLIK. Dzięki temu użytkownik może wyznaczyć termin i kwotę regularnej płatności bez każdorazowej autoryzacji kodem, co do tej pory nie było możliwe. Co więcej, dostępność tej usługi znacznie wzrośnie w 2025 r. w związku z wdrażaniem jej przez kolejne banki. Mniej znanym produktem jest natomiast Czek BLIK, czyli jednorazowy, 9-cyfrowy kod, zabezpieczony 4-cyfrowym hasłem i wystawiony na określoną kwotę. Przy pomocy czeku można dokonać wypłaty z bankomatu lub zapłacić w wybranych sklepach stacjonarnych i internetowych, a do jego realizacji wystarczy 9-cyfrowy kod i hasło. Wykorzystywany jest do przekazania pieniędzy w formie offline w celu dystrybuowania nagród, wypłacania świadczeń pracownikom czy też udostępniania dziecku lub osobie, która nie posiada aplikacji mobilnej.

BLIK a strategia Unii Europejskiej w zakresie płatności detalicznych

W 2020 r. Komisja Europejska opracowała strategię dotyczącą unijnych płatności detalicznych. Podkreśla w niej kluczowe znaczenie suwerennego, europejskiego systemu płatności opartego o zintegrowany system płatności natychmiastowych, ograniczający podatność na zagrożenia zewnętrzne oraz zwiększający autonomię rozwiązań płatniczych w UE. Strategia ma na celu wspieranie inicjatyw w krajach UE w zakresie płatności bezgotówkowych, które jako wewnętrznie rozwiązywania gwarantują większe bezpieczeństwo systemu płatniczego w czasach kryzysowych. Ponadto, Komisja chce ograniczyć dalszą fragmentację rynku, która utrudnia działalność transgraniczną. W takim samym tonie została sformułowana strategia Eurosystemu (systemu banków centralnych strefy euro) z 2024 r., której myślą przewodnią jest stworzenie paneuropejskiego rozwiązania obejmującego płatności w fizycznych punktach sprzedaży, mobilne, a także w e-commerce.

Wizja Komisji zakłada m.in., że:

- Obywatele i przedsiębiorstwa w Europie korzystają z szerokiej gamy zróżnicowanych i wysokiej jakości rozwiązań płatniczych, wspieranych przy pomocy konkurencyjnego i innowacyjnego rynku płatności i opartych na infrastrukturach, które są bezpieczne, wydajne i łatwo dostępne.
- Dostępne są konkurencyjne rozwiązania płatnicze opracowane w Europie i stosowane na skalę ogóloeuuropejską, które wspierają europejską suwerenność gospodarczo-finansową.

BLIK dobrze wpisuje się w strategię KE. Jest innowacyjnym i konkurencyjnym systemem płatności powstałym w Polsce, który rozszerza działalność na kolejne kraje europejskie (Słowację i Rumunię). Ponadto BLIK ma własny system rozliczeń i autoryzacji, co daje mu niezależność od zagranicznych podmiotów przetwarzających dane transakcyjne.

¹ Chociaż zdarzają się oszustwa oparte na wyłudzeniach kodu BLIK, w których użytkownik systemu pod wpływem działań oszustów dobrowolnie udostępnił kod, a następnie zatwierdził transakcję.

1.2. Historia rozwoju

BLIK wszedł na polski rynek w lutym 2015 r. w ramach **wspólnej inicjatywy** podjętej przez sześć kluczowych banków: PKO Bank Polski, Alior Bank, Bank Millennium, ING Bank Śląski, Bank Zachodni WBK (obecnie Santander Bank Polska) oraz mBank. Współpraca pomiędzy bankami miała na celu zbudowanie wspólnego standardu płatności mobilnych i została zawiązana jeszcze w 2013 r. Pierwszym etapem było utworzenie Polskiego Standardu Płatności (PSP), który otrzymał od Narodowego Banku Polskiego zezwolenie na działalność systemu płatności mobilnych BLIK. W celu umożliwienia płatności zbliżeniowych w POS, w 2020 r. udziałowcem PSP został również Mastercard, który zapewnia dostęp do odpowiedniej technologii. Obecnie w systemie uczestniczy 21 banków oraz ponad 42 agentów rozliczeniowych, którzy mają ponad 90% udziałów w rynku². W 2024 r. BLIK wszedł na rynek słowacki, a w najbliższym czasie pojawi się w Rumunii, gdzie w 2024 r. otrzymał autoryzację Banku Narodowego Rumunii (BNR) na prowadzenie działalności. NBP zalicza BLIKA do grupy **istotnych systemów płatności detalicznych**. Więcej szczegółów z historii BLIKA pokazuje schemat 2.

Ze względu na swoje osiągnięcia i charakter BLIK spotyka się z krajowym i międzynarodowym uznaniem. BLIK otrzymał nagrodę EFMA za największą **innowację** na rynku płatności detalicznych. Ponadto badanie pracowni KANTAR pokazuje, że **marka BLIK** jest silna, szczególnie pod względem rozpoznawalności i wyjątkowości³. O medialności BLIKA świadczy dodatkowo tytuł Top Marki otrzymany dotychczas czterokrotnie (2020, 2021, 2023 i 2024), nagrody przyznawanej markom, które najczęściej wspominano w prasie i internecie.



Obecnie w systemie uczestniczy:

21

banków oraz ponad

42

agentów rozliczeniowych, którzy mają ponad

90%

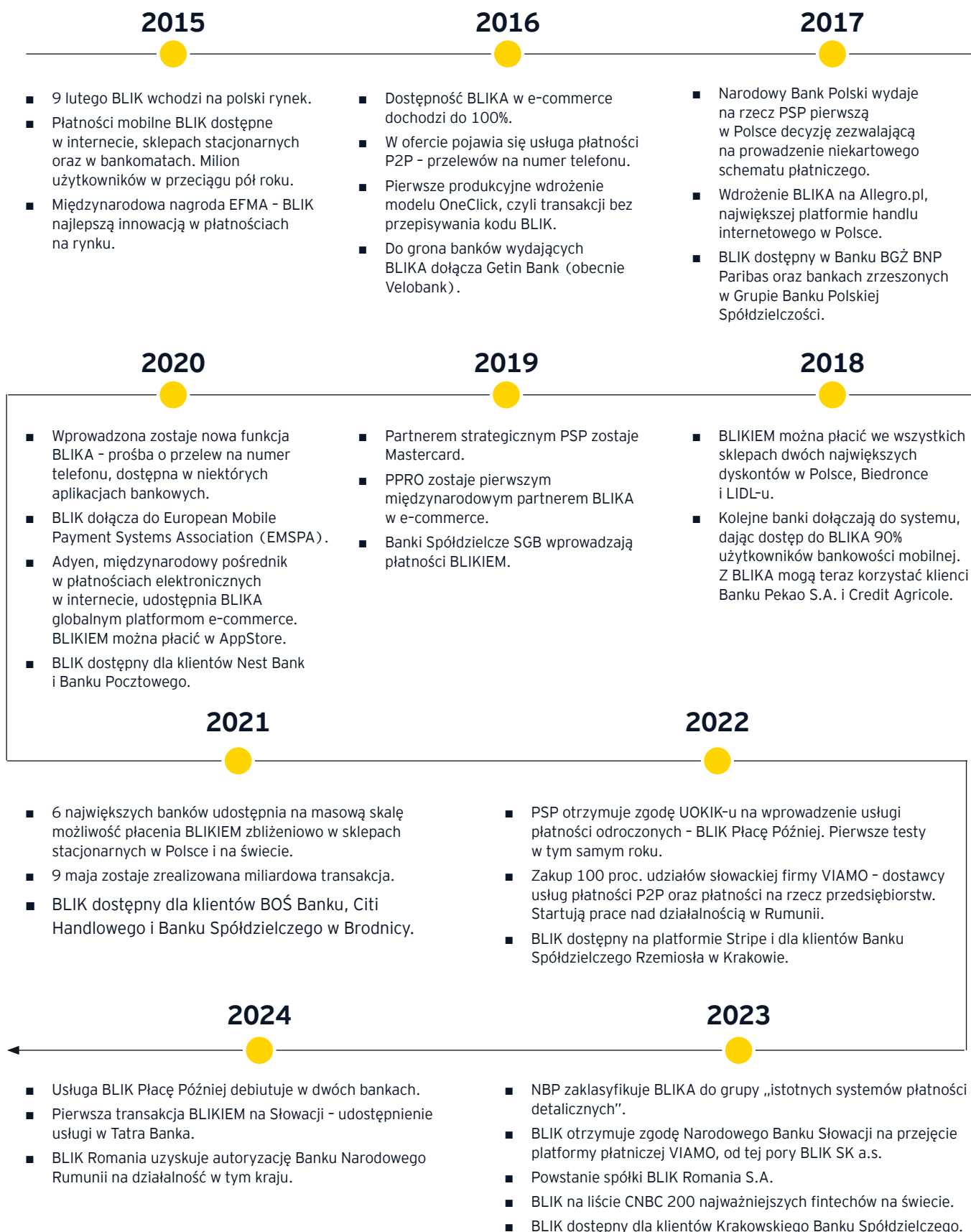
udziałów w rynku.

² Na podstawie informacji Polskiego Standardu Płatności.

³ KANTAR (2024), Badanie kondycji marki Q3 2024. Raport kwartalny z pomiaru ciągłego przygotowany dla BLIKA.

Schemat 2.

Historia rozwoju BLIKA, 2015-2024



Źródło: Polski Standard Płatności.

1.3. Użytkownicy i ich preferencje

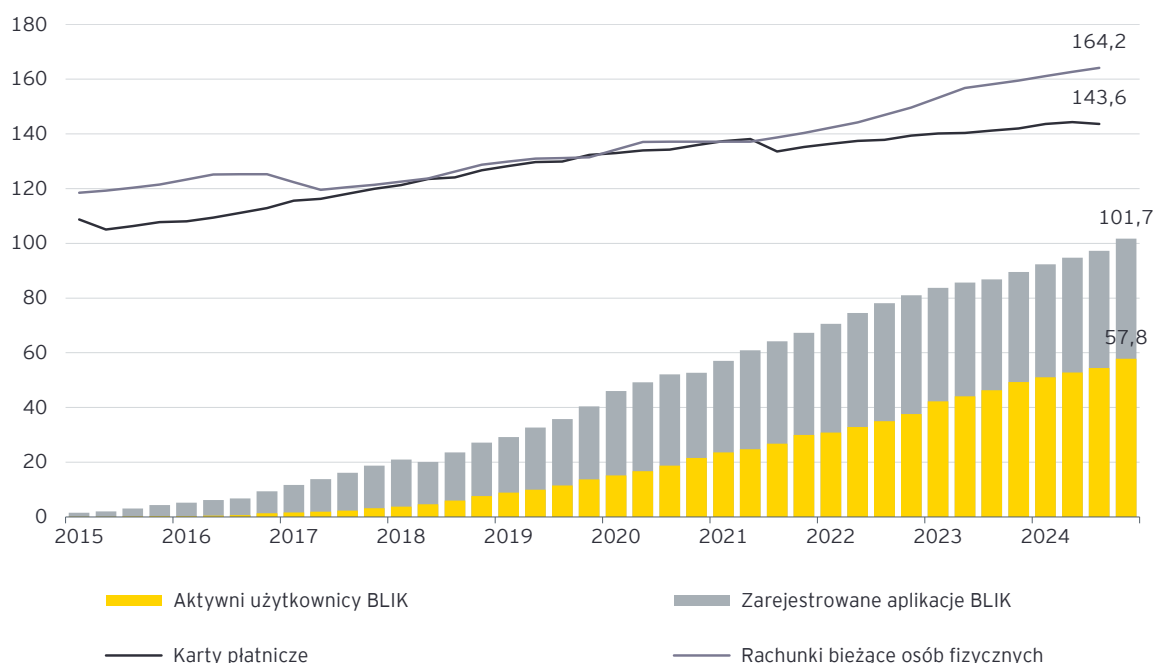
Popularność płatności bezgotówkowych w Polsce od lat systematycznie rośnie. Ten trend jest możliwy dzięki wysokiemu i wciąż rosnącemu poziomowi **ubankowienia** Polaków, czyli powszechności korzystania z produktów bankowych. Pomiędzy 2015 i 2024 r. liczba rachunków bieżących osób fizycznych przypadająca na 100 osób w wieku 15+ wzrosła ze 119 do 164 (zob. wykres 1), a w 2023 r. około 92% Polaków posiadało konto w banku⁴, uzyskując dostęp do pieniądza bezgotówkowego oraz do instrumentów płatniczych takich jak karta płatnicza i przelew bankowy. Jednocześnie postępująca cyfryzacja usług finansowych pozwoliła na dynamiczny rozwój bankowości mobilnej, która w 2024 r. przekroczyła 23 miliony użytkowników w Polsce⁵.

Rozwój bankowości mobilnej umożliwił powstanie BLIKA, który od czasu swojego startu może się pochwalić imponującym wzrostem. Wpierw przyjrzymy się „twardym” danym raportowanym przez uczestników

ryнку płatności w Polsce. Są one najbardziej precyzyjne, ale nieskorygowane o to, że dana osoba może posiadać kilka aplikacji bankowych, kart płatniczych lub kont. W ciągu minionych 10 lat, liczba aktywnych **użytkowników** BLIKA zwiększyła się do 18,5 miliona, co daje ok. 58 użytkowników na 100 osób w wieku 15+ na koniec 2024 r. Jest to aż o 17% więcej niż rok wcześniej, co obrazuje ciągle wysoką dynamikę rozwoju systemu. Zarejestrowanych aplikacji jest znacznie więcej, aż 102 na 100 Polaków powyżej 15-go roku życia, co wskazuje na dodatkowy potencjał do wzrostu nawet w krótkim okresie. Dodatkowo, dynamiczny rozwój bankowości mobilnej ogółem sprawia, że potencjał BLIKA przesuwa się coraz dalej. Warto również pamiętać, że część konsumentów może instalować aplikację bankową ze względu na BLIKa, a w takich przypadkach to płatności BLIK napędzają bankowość mobilną.

Wykres 1.

Ewolucja liczby użytkowników BLIKA, kart płatniczych oraz wybranych produktów bankowych w Polsce na 100 osób w wieku 15+



Uwagi: Dane kwartalne. Szeregi dla populacji oraz liczby rachunków bieżących uzyskano poprzez interpolację odpowiednio danych rocznych i półrocznych. Aktywni użytkownicy BLIK to aplikacje bankowe z przynajmniej jedną wykonaną transakcją BLIK w ostatnim miesiącu. Do 2023 r. liczba aktywnych użytkowników bez uwzględniania kanału P2P.

Źródło: Polski Standard Płatności, Narodowy Bank Polski, Związek Banków Polskich, Główny Urząd Statystyczny, analiza EY.

4 NBP (2024), Zwyczaje płatnicze Polaków w 2023 r.

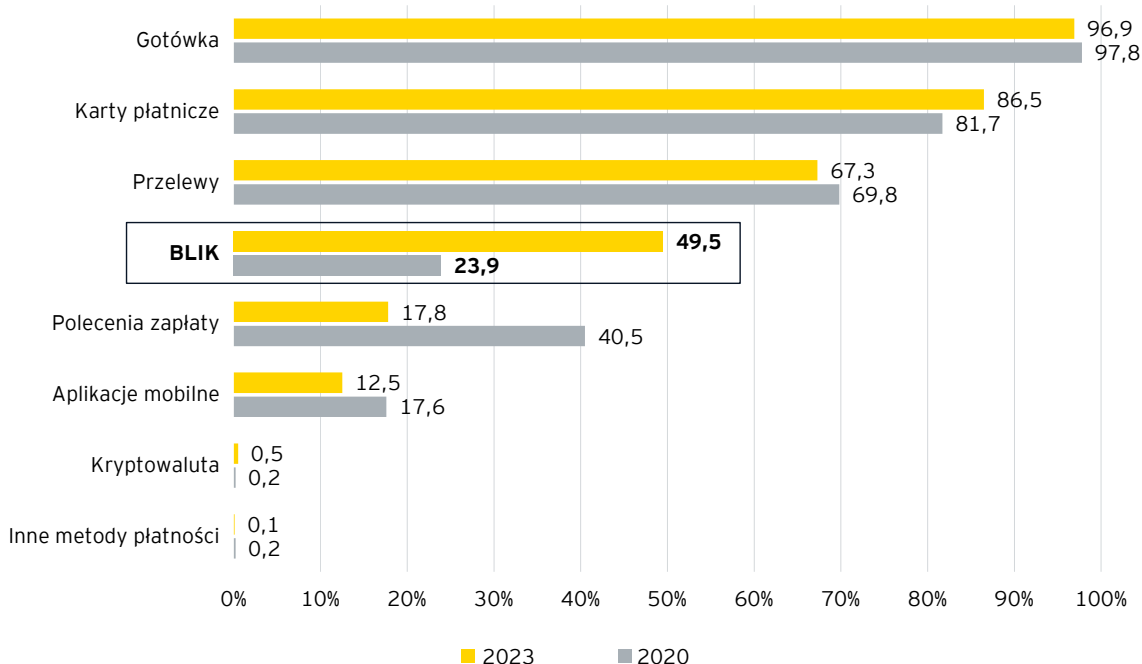
5 Związek Banków Polskich (2024), Raport NetB@nk, III kwartał 2024 r. Dane mogą przeszacowywać liczbę użytkowników ze względu na podwójne liczenie osób posiadających konta w wielu bankach.

Dane ankietowe pokazują, że w ciągu ostatnich kilku lat **zwyczaje płatnicze Polaków** uległy wyraźnej zmianie, w dużej mierze na skutek rosnącej roli BLIKA. Pomiędzy 2020 i 2023 r. odsetek osób, które skorzystały z płatności BLIK wzrósł ponad dwukrotnie, z 24% do 50% (zob. wykres 2). W tym samym czasie istotnie zmalał procent osób korzystających z polecenia zapłaty oraz w mniejszym stopniu aplikacji mobilnych. Ponadto badanie Gemius⁶ z 2024 roku pokazuje, że aż dla 51% osób robiących zakupy online BLIK

to najczęściej wybierana forma transakcji (na drugim miejscu znalazły się szybkie przelewy, z istotnie niższym wynikiem wynoszącym 22%). Te zmiany zachowań konsumentów pokazują, że w krótkim czasie BLIK stał się wyjątkowo popularną metodą płatności i zdobył znaczący udział w rynku płatności, zarówno na skutek wypierania innych instrumentów płatniczych, jak i poprzez kreowanie rynku płatności elektronicznych (nasz szacunek roli tych dwóch efektów zawiera rozdział 2).

Wykres 2.

Wykorzystanie metod płatności w ciągu ostatnich 12 miesięcy w Polsce w 2020 i 2023 r. (% osób)



Uwagi: Do aplikacji mobilnych zaliczone zostały Google Pay, Apple Pay, Garmin Pay, Fitbit Pay, SkyCash.

Źródło: NBP (2024), Zwyczaje płatnicze Polaków w 2023 r., badanie ankietowe.

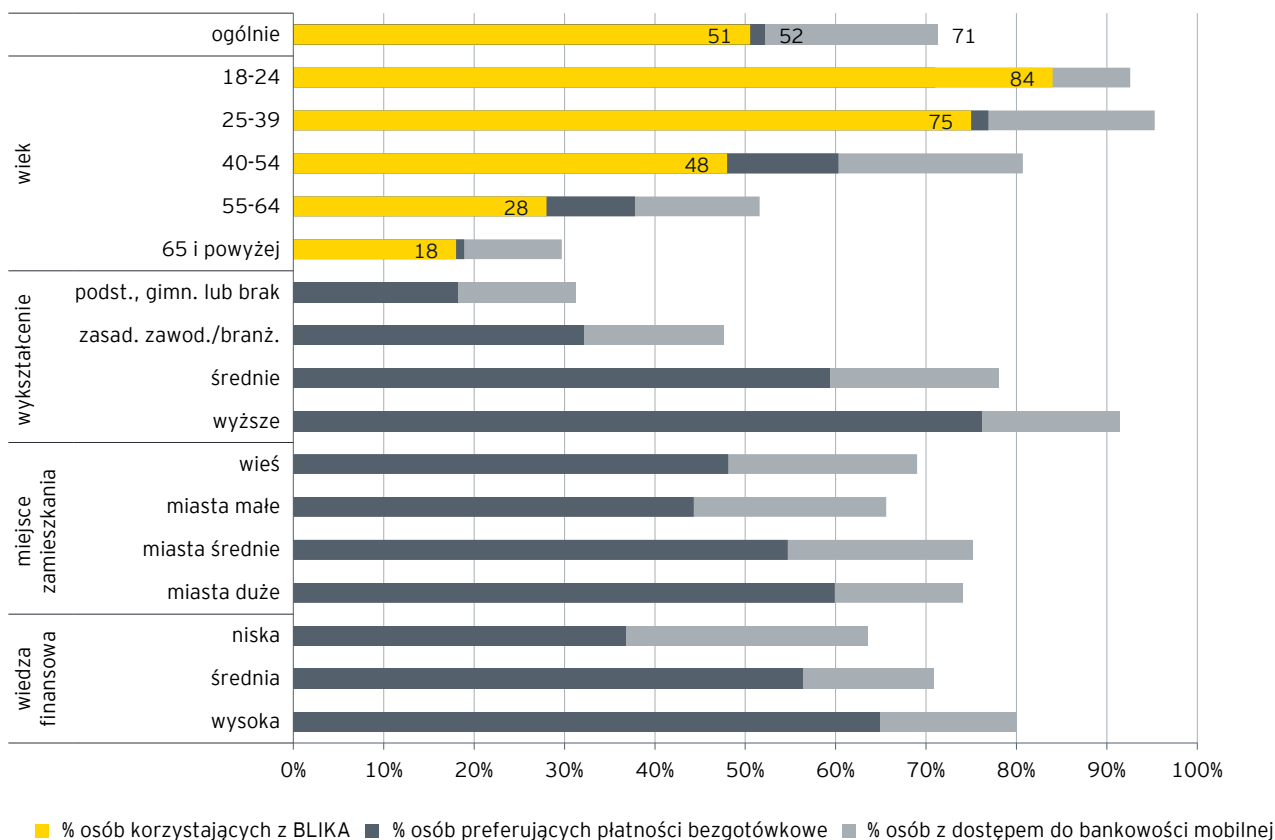
Zagregowane wskaźniki dla całej populacji ukrywają jednak różnice pomiędzy grupami demograficznymi. Badania ankietowe pokazują, że największe zróżnicowanie w korzystaniu z nowoczesnych instrumentów płatniczych i bankowych występuje ze względu na **wiek i wykształcenie**, np. spośród Polaków w wieku 18-24 aż 84% korzysta z BLIKA i ponad 90% ma dostęp do bankowości mobilnej, podczas gdy w najwyższej kategorii wiekowej udziały te spadają do odpowiednio 18% i 30% (zob. wykres 3). Choć brak dokładniejszych i publicznie dostępnych danych o cechach użytkowników BLIKA innych niż wiek, można się spodziewać, że struktura wykształcenia, zamieszkania i wiedzy finansowej jest zbliżona do tej dla osób preferujących płatności bezgotówkowe oraz posiadających aplikację bankową.

W takim przypadku płatności BLIK są najbardziej popularne wśród osób z wyższym wykształceniem, mieszkających w dużych miastach i mających wysoką wiedzę finansową. Warto zaznaczyć, że w prawie każdej grupie demograficznej, z wyjątkiem Polaków powyżej 65-go roku życia i mających najniższe wykształcenie, ponad połowa osób korzysta z bankowości mobilnej. Powszechność tej technologii umożliwiła BLIKOWI relatywnie łatwe dotarcie do szerokiego grona konsumentów. Ponadto popularność w młodszych i lepiej wykształconych rocznikach, których rola na rynku i w gospodarce będzie coraz większa, daje potencjał do dalszego wzrostu.

6 Gemius, Polskie Badania Internetu i IAB Polska, E-commerce w Polsce 2024.

Wykres 3.

Osoby korzystające z BLIKA, preferujące płatności bezgotówkowe oraz mające dostęp do bankowości mobilnej w Polsce w 2023 r. wg cech demograficznych (% osób)



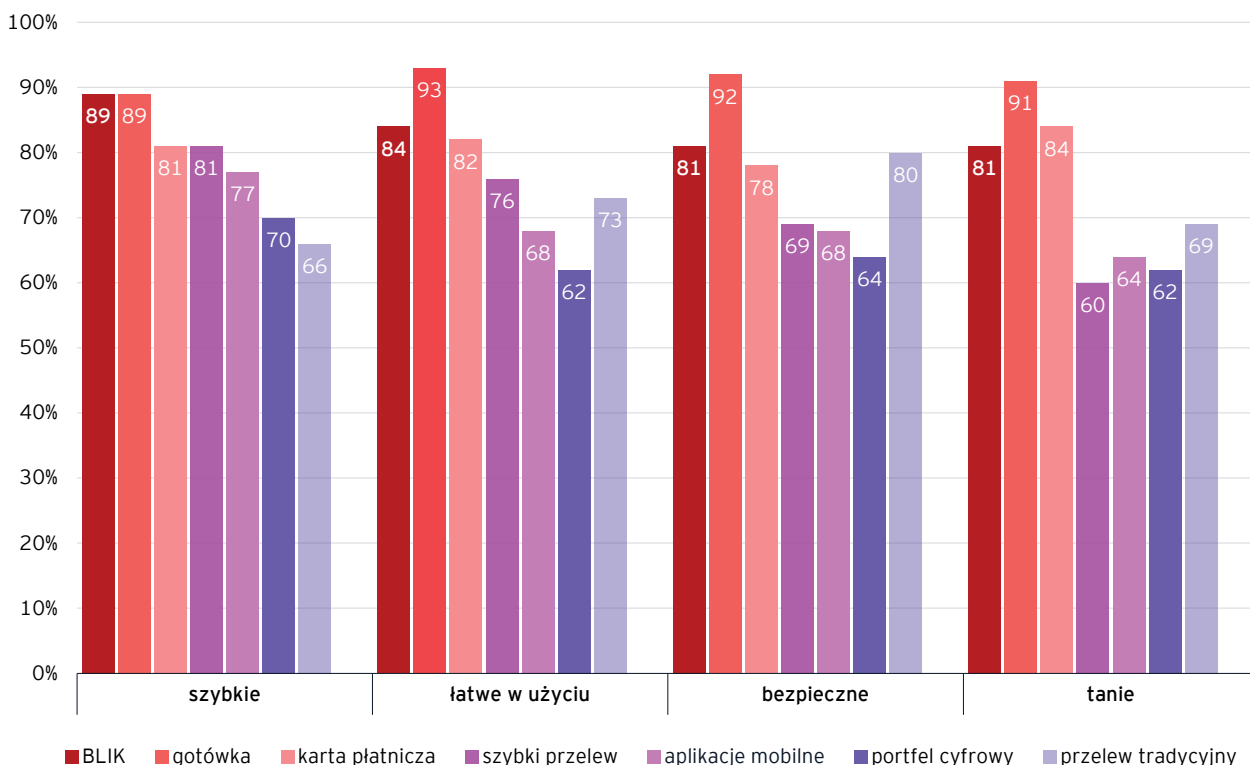
Uwagi: Procent osób korzystających z BLIKA ogółem obejmuje osoby w wieku 18-75.

Źródło: NBP (2024), Zwyczaje płatnicze Polaków w 2023 r., badanie ankietowe; Fundacja Polska Bezgotówkowa i Polasik Research, Polscy konsumenci 2023 coraz bardziej mobilni, fragment raportu Zwyczaje płatnicze a rozwój sieci akceptacji kart w Polsce. Badanie konsumenckie 2023; Główny Urząd Statystyczny; analiza EY.

Płatności BLIK są uznawane przez większość konsumentów za **szybkie, łatwe w użyciu, bezpieczne i tanie**. Z takim zdaniem zgadza się od 77% do 89% osób w zależności od tego czy transakcja jest dokonywana w stacjonarnym sklepie, czy też przez internet (zob. wykresy 4 i 5). Postrzeganie BLIKA jest nieznacznie bardziej pozytywne w handlu internetowym. Porównując z innymi metodami płatności, w kanale stacjonarnym BLIK jest gorzej postrzegany niż karty i gotówka, ale lepiej niż aplikacje mobilne. W kanale internetowym obraz jest bardziej zniuansowany. Przede wszystkim, płatności BLIK w handlu elektronicznym razem z gotówką są uznawane za najszybsze metody płatności, co niewątpliwie przyczynia się do popularności BLIKA w e-commerce. Pod względem bezpieczeństwa i łatwości użycia, płatności BLIK w internecie ustępują tylko gotówce, która w tym kanale wykorzystywana jest raczej sporadycznie. Natomiast, jeśli chodzi o postrzeganie kosztów, BLIK jest uznawany za droższy niż gotówka i karty, ale wyraźnie tańszy niż

pozostałe metody płatności takie jak przelewy, aplikacje mobilne czy portfele cyfrowe. Jednocześnie, percepcja konsumentów może z różnych powodów różnić się z praktyką, np. płatności gotówkowe w internecie często wiążą się z dodatkową opłatą oraz oznaczają konieczność dokonania zapłaty przy odbiorze, wydłużając czas realizacji zamówienia. Na koniec, warto wspomnieć o badaniu pracowni KANTAR przeprowadzonym dla BLIKA, które wskazuje, że wśród powodów, dla których BLIK jest polecany, najczęściej wskazywano na szybkość i wygodę.

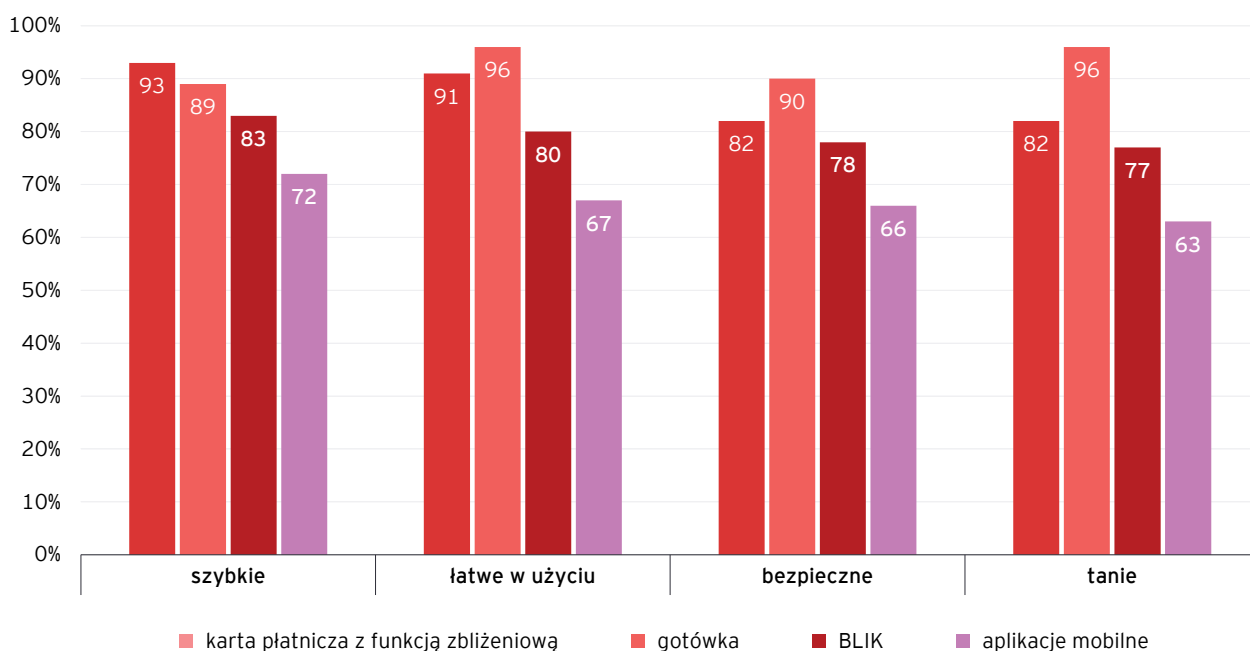
Wykres 4.

Postrzeżenie płatności w kanale internetowym w Polsce w 2023 r. (% osób)

Uwagi: Procent osób korzystających z danego sposobu płatności, które zgadzają się, że jest on szybki, łatwy w użyciu, bezpieczny lub tani. Do aplikacji mobilnych zaliczone zostały Google Pay, Apple Pay, Garmin Pay, Fitbit Pay. Płatności kartą płatniczą oraz tradycyjnym przelewem dotyczą sytuacji, w której konsument musi samodzielnie podać dane, natomiast szybki przelew jest zlecany przy pomocy sklepu (pay-by-link). Portfele cyfrowe obejmują m.in. Visa Click to Pay, Masterpass, PayPal.

Źródło: NBP (2024), Zwyczaje płatnicze Polaków w 2023 r., badanie ankietowe.

Wykres 5.

Postrzeżenie płatności w kanale stacjonarnym w Polsce w 2023 r. (% osób)

Uwagi: Patrz wykres 4.

Źródło: NBP (2024), Zwyczaje płatnicze Polaków w 2023 r., badanie ankietowe.

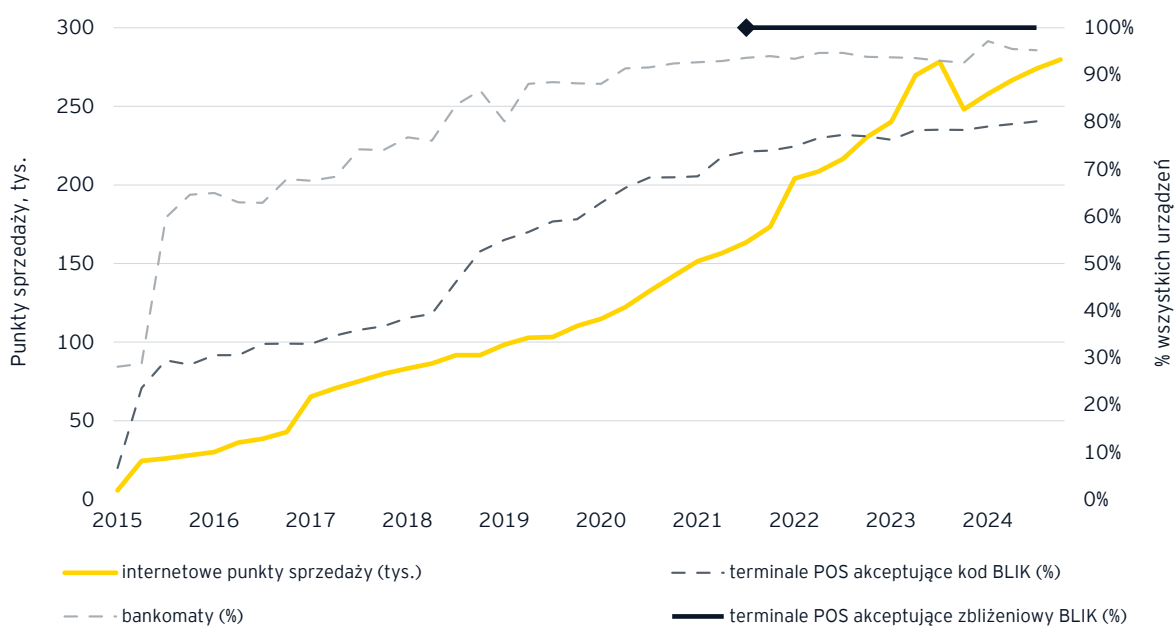
1.4. Sieć akceptacji

Liczba instytucji uczestniczących w schemacie płatniczym BLIK systematycznie się poszerza. Gdy BLIK wchodził na rynek w 2015 r., tę metodę płatności oferowało 6 banków, mających ok. 47% udziału w rynku (według wartości depozytów), oraz 6 agentów rozliczeniowych, z czego większość stanowili operatorzy bankomatów. Obecnie, w systemie uczestniczy 21 banków, odpowiadających za praktycznie cały rynek oraz ponad 40 agentów rozliczeniowych, głównie funkcjonujących w handlu internetowym, w tym międzynarodowi gracze tacy jak Adyen, Stripe, PPRO czy PayU.

Współpraca z kluczowymi instytucjami finansowymi zapewniła BLIKOWI relatywnie dobrze rozbudowaną **sieć akceptacji** już na początku działalności. W ciągu

kolejnych 10 lat BLIK odniósł sukces, stając się powszechnie przyjmowaną metodą płatności (wykres 6), w niektórych aspektach nawet prześcigając sieć akceptacji kart płatniczych (tabela 1). Szczególnie szybki sukces BLIK odnotował w handlu internetowym, gdzie sieć akceptacji rosła bardzo dynamicznie, a obecnie wynosi ok. 280 tys. punktów i jest znacznie wyższa w stosunku do sieci akceptacji kart płatniczych. W drugiej połowie 2024 r. 80% terminali POS przyjmowało płatności kodem BLIK, natomiast transakcje zbliżeniowe są akceptowane na wszystkich urządzeniach kompatybilnych z technologią zbliżeniową Mastercard, czyli praktycznie 100% terminali w Polsce⁷, a także milionach urządzeń na całym świecie. Ponadto, 95% bankomatów w kraju obsługiwało transakcje BLIK.

Wykres 6.
Ewolucja sieci akceptacji płatności BLIK w Polsce



Źródło: Polski Standard Płatności; Narodowy Bank Polski.

⁷ Obecnie płatności zbliżeniowe BLIKIEM dostępne są na telefonach z systemem operacyjnym Android. Dla telefonów z systemem iOS trwają prace nad wprowadzeniem takiej funkcjonalności.

Tabela 1.

Liczba terminali POS, bankomatów oraz punktów sprzedaży internetowej akceptujących płatności BLIK i karty płatnicze w Polsce, stan na koniec III kw. 2024 r.

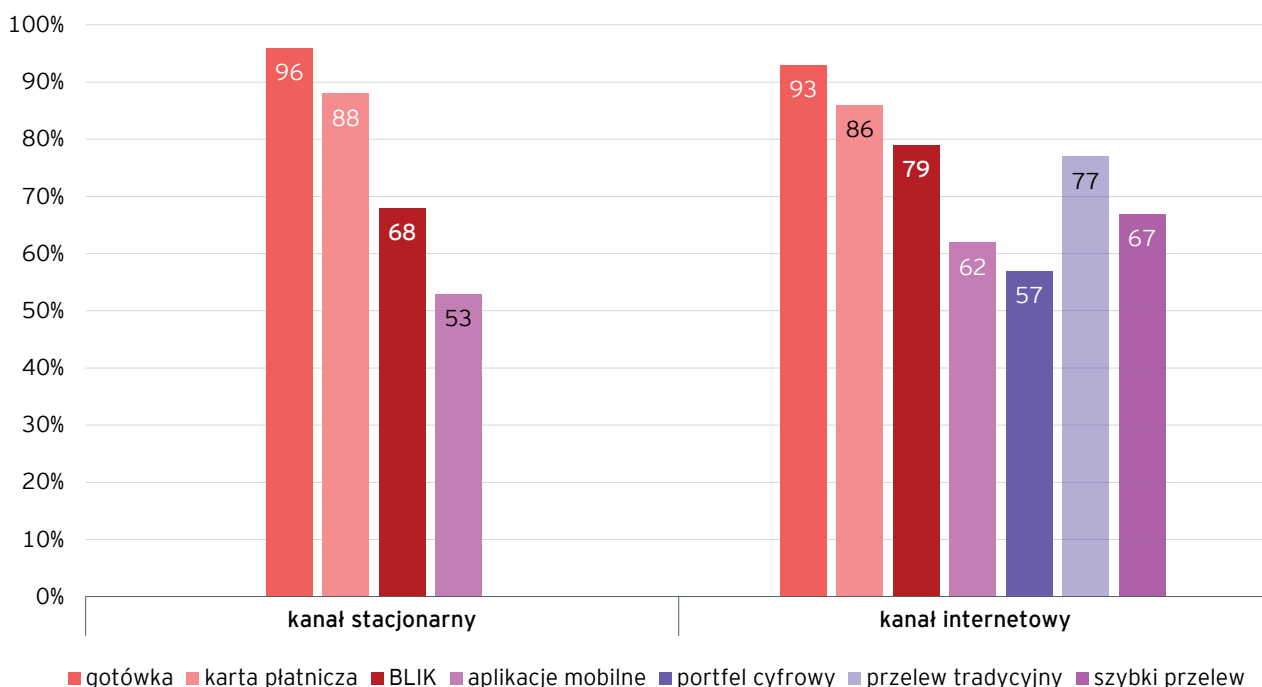
	Terminale POS	Bankomaty	Internetowe punkty sprzedaży
BLIK	1 093 684	19 936	274 014
karty płatnicze	1 364 163	20 939	98 747

Źródło: Polski Standard Płatności; Narodowy Bank Polski.

Choć twarde dane wskazują na dobrze rozbudowaną sieć akceptacji płatności BLIK, konsumenci są w mniejszym stopniu do tego przekonani. Ich zdaniem, jedynie 79% internetowych punktów sprzedaży akceptuje BLIKA (zob. wykres 7), wyraźnie mniej niż gotówkę i karty płatnicze, co może zaskakiwać biorąc pod uwagę

dominującą rolę BLIKA w tym kanale i znikomą liczbę transakcji gotówkowych. Z drugiej strony, w oczach konsumentów akceptowalność BLIKA w kanale stacjonarnym sięga 68% i jest relatywnie spójna z twardymi danymi.

Wykres 7.

Akceptowanie BLIK i innych metod płatności w kanałach stacjonarnym i internetowym w Polsce w 2023 r. zdaniem konsumentów (% osób)

Uwagi: Procent osób zgadzających się, że dany sposób płatności jest akceptowany. Wyjaśnienie poszczególnych metod płatności w uwagach do wykresu 4 z poprzedniej sekcji.

Źródło: NBP (2024), Zwyczaje płatnicze Polaków w 2023 r., badanie ankietowe.

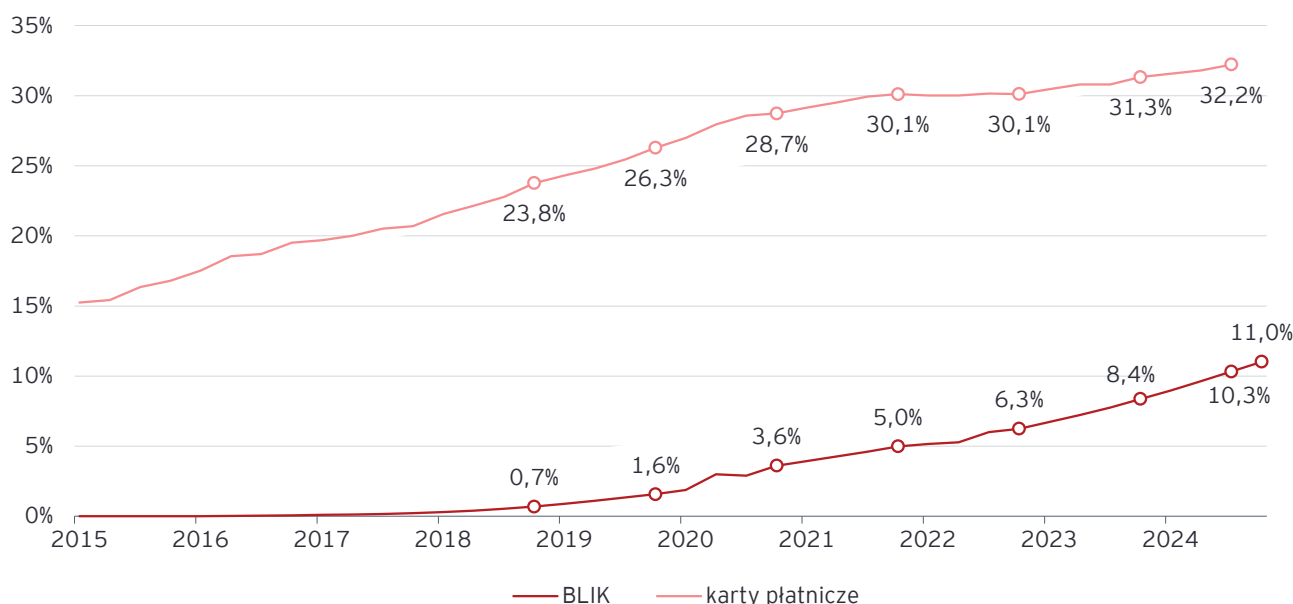
1.5. Transakcje

Począwszy od 2018 r., **płatności BLIK** rosną w niezwykle szybkim tempie, co obrazuje wykres 8. Jeszcze na koniec 2018 r. wartość transakcji BLIK związanych z wydatkami konsumentów odpowiadała 0,7% konsumpcji finalnej gospodarstw domowych w Polsce. W kolejnych latach ten udział dynamicznie rósł, by osiągnąć 11% w IV kw. 2024 r.⁸ To mniej więcej tyle procent, ile wynoszą łącznie wydatki na media (prąd, gaz, woda) oraz paliwo w budżecie domowym przeciętnego

Polaka. Dzięki wyjątkowej dynamice wzrostu, BLIK sukcesywnie zmniejsza dystans do płatności kartowych, które w podobnym okresie odpowiadały wartościowo 32,2% wydatków konsumentów. Co więcej, biorąc pod uwagę, że zdecydowaną większość płatności kartowych w Polsce obsługują dwie globalne organizacje o zbliżonych udziałach rynkowych, skala płatności BLIK jest do nich podobna.

Wykres 8.

Ewolucja wartości transakcji BLIK i kartami płatniczymi w relacji do konsumpcji gospodarstw domowych w Polsce (%)



Uwagi: Przedstawione transakcje BLIK obejmują płatności w sklepach stacjonarnych i internetowych (bez P2P), a dla transakcji kartowych przyjęto wartość bezgotówkowych transakcji kartowych dokonanych w kraju. Tego typu transakcje BLIK i kartowe to w przeważającej większości wydatki konsumpcyjne osób indywidualnych, więc konsumpcja gospodarstw domowych jest najbardziej adekwatnym punktem odniesienia. Ostatni kwartał dla BLIK oszacowany z wykorzystaniem prognozy Oxford Economics dla konsumpcji gospodarstw domowych. Dane odsezonowane.

Źródło: Polski Standard Płatności; Narodowy Bank Polski, Eurostat, Oxford Economics, analiza EY.

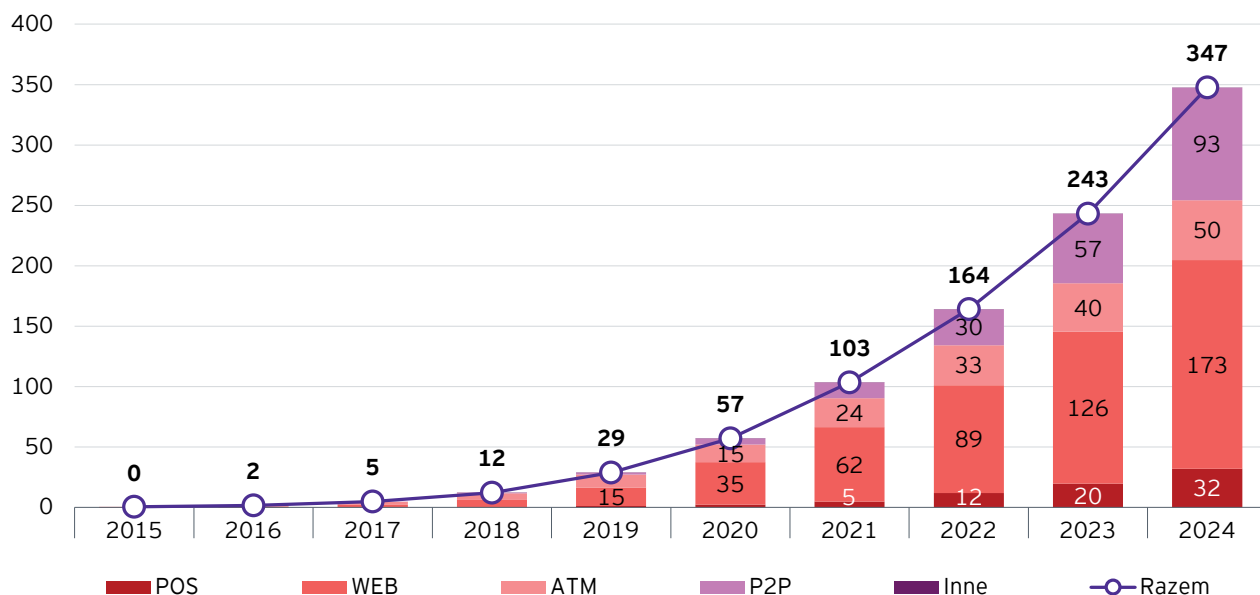
Jeśli spojrzeć na **wszystkie kanały**, w 2021 r. operacje BLIKIEM po raz pierwszy przekroczyły wartość 100 mld zł, a w 2024 r. osiągnęły aż 347 mld zł (zob. wykres 9). Przez ostatnie 10 lat, średnioroczny wzrost wyniósł ponad 100% i pozostał bardzo wysoki również w okresie większej dojrzałości usługi, czyli po 2020 r. Zdecydowanie największą rolę odgrywają płatności internetowe, które wyniosły 173 mld zł

w 2024 r. Na drugim miejscu znajdują się transakcje P2P (93 mld zł), które w 2023 r. wyprzedziły wartość operacji w bankomatach i sukcesywnie zwiększają swoją przewagę. Z kolei płatności w sklepach stacjonarnych wynoszą jedynie 32 mld zł, choć jeśli zachowają dotychczasową dynamikę wzrostu, ich rola będzie się zwiększała.

⁸ Z płatnościami P2P BLIKIEM, których tylko część jest związana z konsumpcją, wyniósłby 16,3%.

Wykres 9.

Ewolucja wartości transakcji BLIK z podziałem na kanały w latach 2015-2024 (mld zł)



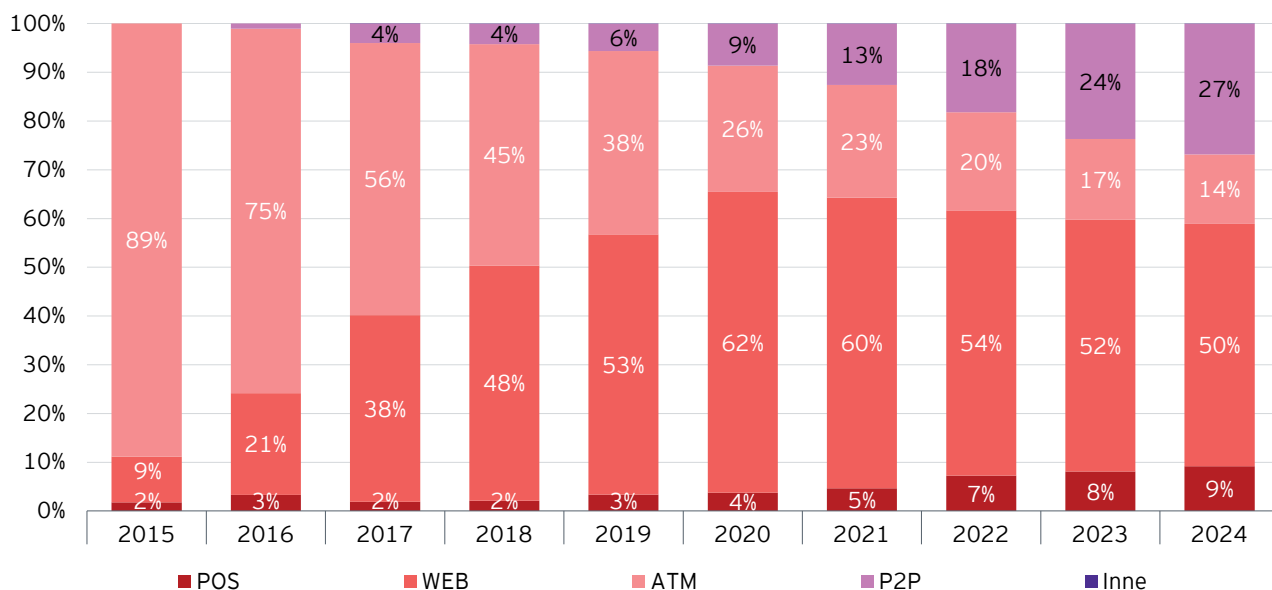
Uwagi: POS = transakcje w stacjonarnych punktach sprzedaży, WEB = transakcje w internecie, ATM = transakcje w bankomatach, P2P = transakcje pomiędzy użytkownikami BLIKA (przelewy na numer telefonu).

Źródło: Polski Standard Płatności.

Struktura transakcji BLIK z podziałem na kanały na przestrzeni ostatnich 10 lat dobrze obrazuje ewolucję jaką przeszedł ten system płatności (zob. wykres 10). W pierwszych trzech latach działalności, główną funkcją BLIKA była możliwość dokonania operacji w bankomatach (głównie wypłaty gotówki). W krótkim jednak czasie popularność płatności BLIK w internecie wystrzeliła do góry, stając się najważniejszym kanałem. W szczytowym momencie płatności internetowe osiągnęły 62% wartości wszystkich operacji BLIK, a w 2024 r. było to 50%. Jednocześnie można zaobserwować stabilny wzrost transakcji pomiędzy użytkownikami (27% w 2024 r.) oraz dotychczas nieśmiały wzrost roli płatności POS (9%).



Wykres 10.

Struktura wartości transakcji BLIK wg kanałów w latach 2015-2024 (%)

Uwagi: Patrz uwagi do wykresu 9.

Źródło: Polski Standard Płatności.

Kanał internetowy

BLIK dominuje w płatnościach w polskim **internecie**. Według szacunków opartych na danych transakcyjnych⁹, wartość e-commerce w Polsce wyniosła ok. 250 mld zł w 2023 r., z czego połowa sprzedaży została opłacona za pomocą BLIKA (zob. wykres 11). Co więcej, BLIK zdeklasował inne metody płatności już kilka lat temu, wyprzedzając karty płatnicze w 2019 r., a polecenia przelewu (tradycyjne, pay-by-link i w ramach otwartej bankowości) w 2022 r.

Ponadto, handel oraz usługi internetowe wykazują silny trend wzrostowy, co zawdzięczają m.in. rozwojowi społeczeństwa informacyjnego, zmieniającym się zwyczajom konsumentów, a także coraz lepszej infrastrukturze płatniczej. Jeszcze w 2015 r. zaledwie 37% Polaków zrobiło zakupy przez internet, a w 2024 r. było to już 67%¹⁰. Częstotliwość takich transakcji również rośnie¹¹.

Zależność pomiędzy e-commerce i BLIK jest dwukierunkowa. Z jednej strony dzięki ekspansji handlu internetowego BLIK staje się coraz bardziej powszechnym środkiem płatniczym. Z drugiej strony rozwój e-commerce również w pewnym stopniu jest napędzany przez BLIKA, który jako wygodna metoda płatności upraszcza proces realizacji zamówienia w internecie, przyciągając więcej konsumentów do sklepów internetowych (ten wpływ mierzymy w rozdziale 2). W rezultacie, ta synergia sprzyja wzrostowi rynku e-commerce, a BLIK pełni coraz ważniejszą rolę w systemie płatności detalicznych w Polsce.

Wykorzystanie płatności BLIK różni się pomiędzy rodzajami zamawianych produktów oraz oferujących ich sklepów. W przypadku najpopularniejszej kategorii zakupowej w e-commerce, czyli odzież i obuwie¹², w 64 transakcjach na 100 to BLIK jest metodą płatności przy zakupie (zob. wykres 12). Z kolei podczas zakupów sprzętu elektronicznego i AGD, dużo mniej osób (34%) wybiera BLIKA, co można tłumaczyć m.in. wyższym wiekiem nabywców tego typu produktów.

9 Dane transakcyjne raportowane przez NBP obejmują (1) płatności BLIK w internecie, (2) transakcje kartami płatniczymi typu Card nor present w kraju oraz (3) polecenia przelewu w środowisku e-commerce na rynku polskim.

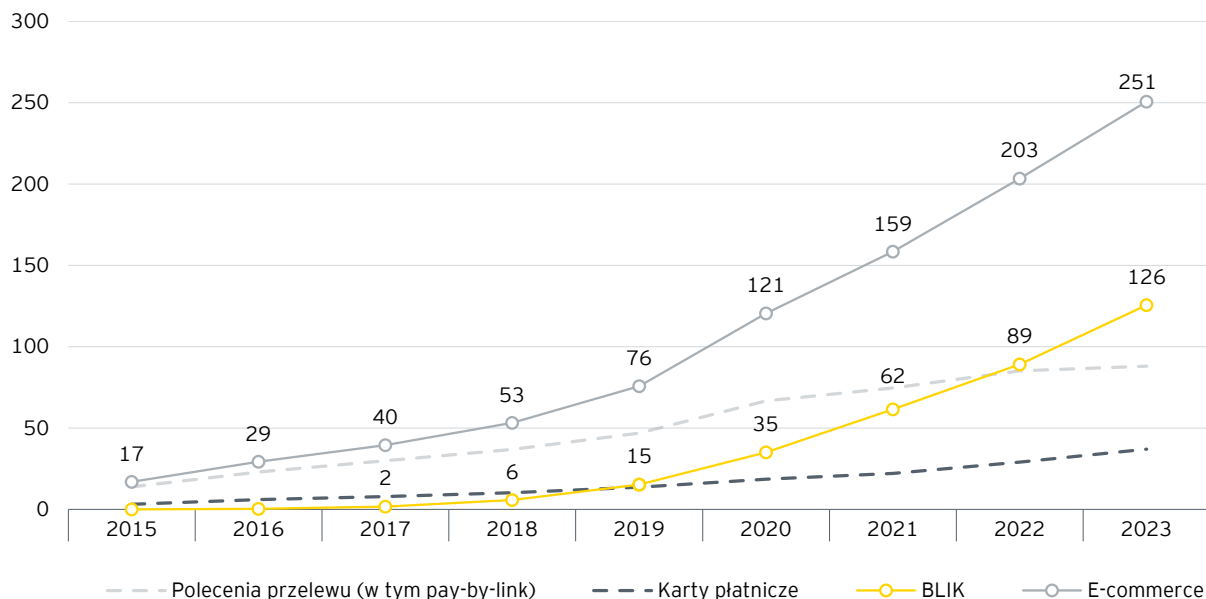
10 GUS (2024), Społeczeństwo informacyjne w 2024 r.

11 W 2020 r. 32% Polaków regularnie (średnio raz w miesiącu lub częściej) kupowało przez internet, w 2023 r. ich liczba wzrosła do 38% (Eurostat).

12 77% osób robiących zakupy w internecie, czyli prawie 11 milionów, kupuje odzież lub obuwie w internecie. Kolejnymi najbardziej popularnymi kategoriami zakupowymi, choć wyraźnie mniej, są kosmetyki i produkty do pielęgnacji (40%), usługi transportowe (28%) oraz bilety na wydarzenia kulturalne i sportowe (25%). GUS, Społeczeństwo informacyjne w Polsce w 2024 r.

Wykres 11.

Wielkość rynku e-commerce w Polsce z podziałem na instrumenty płatnicze (mld zł)

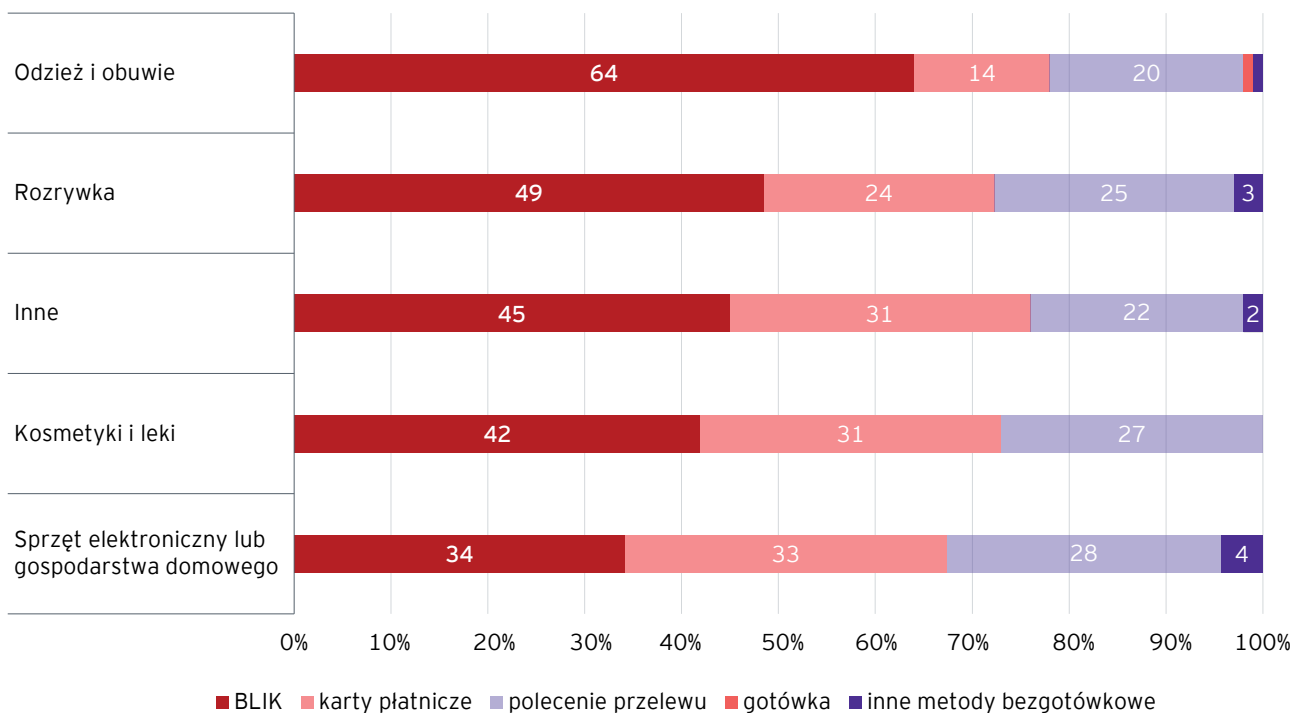


Uwagi: E-commerce mierzony jako suma transakcji BLIK, kartowych oraz poleceń przelewów w środowisku e-commerce.

Źródło: Polski Standard Płatności; Narodowy Bank Polski.

Wykres 12.

Udział liczby transakcji BLIK i innych instrumentów płatniczych wg kategorii transakcji zdalnych w 2023 r. (%)



Źródło: NBP (2024), Zwyczaje płatnicze Polaków w 2023 r., badanie dziennikowe.

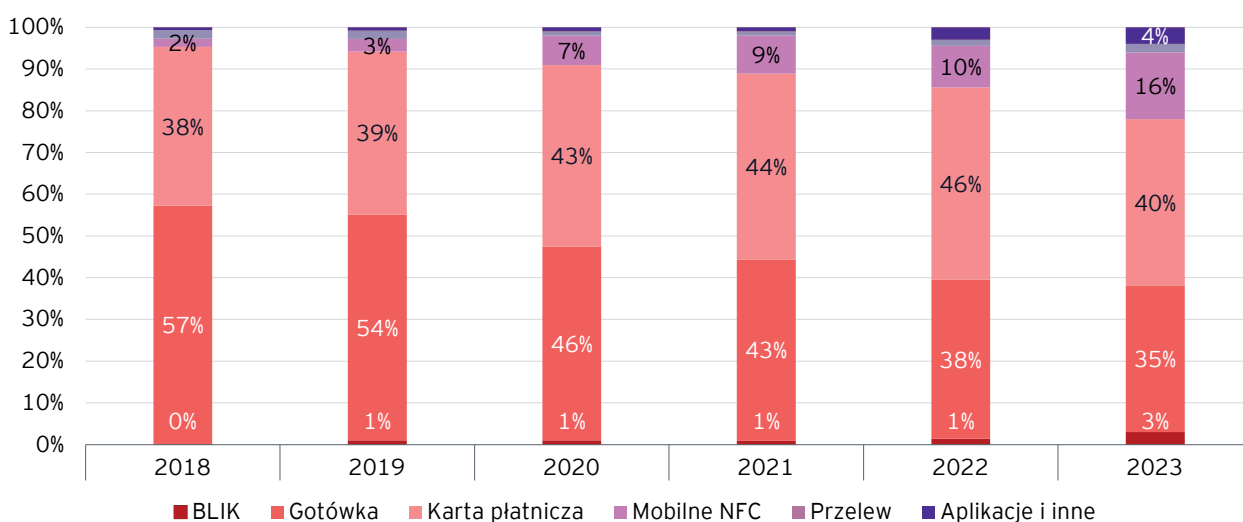
Kanał stacjonarny

W porównaniu do handlu internetowego, rola BLIKA w fizycznych punktach handlowo-usługowych jest niewielka. W 2023 r. konsumenci płacili BLIKIEM w 3 transakcjach na 100, podczas gdy karty były wykorzystywane w 40% płatności, gotówka odpowiadała za 35%, a płatności mobilne NFC za 16% (zob. wykres 13). Mały udział BLIKA wynika prawdopodobnie z (historycznej) przewagi kart

i mobilnego NFC pod względem wygody i szybkości płatania w POS. Jednocześnie warto zauważyć, że wprowadzenie zbliżeniowych płatności BLIK w połowie 2021 r. przyczyniło się do znacznego przyspieszenia wzrostu popularności tej metody w sklepach stacjonarnych. W rezultacie, udział BLIKA w tym kanale, choć na razie skromny, rośnie, a metoda ta staje się coraz bardziej konkurencyjna.

Wykres 13.

Udział metod płatności w liczbie transakcji w punktach handlowo-usługowych (%)



Źródło: Polasik Research (2024), Zwyczaje płatnicze a rozwój sieci akceptacji kart w Polsce. Badanie konsumenckie 2023.



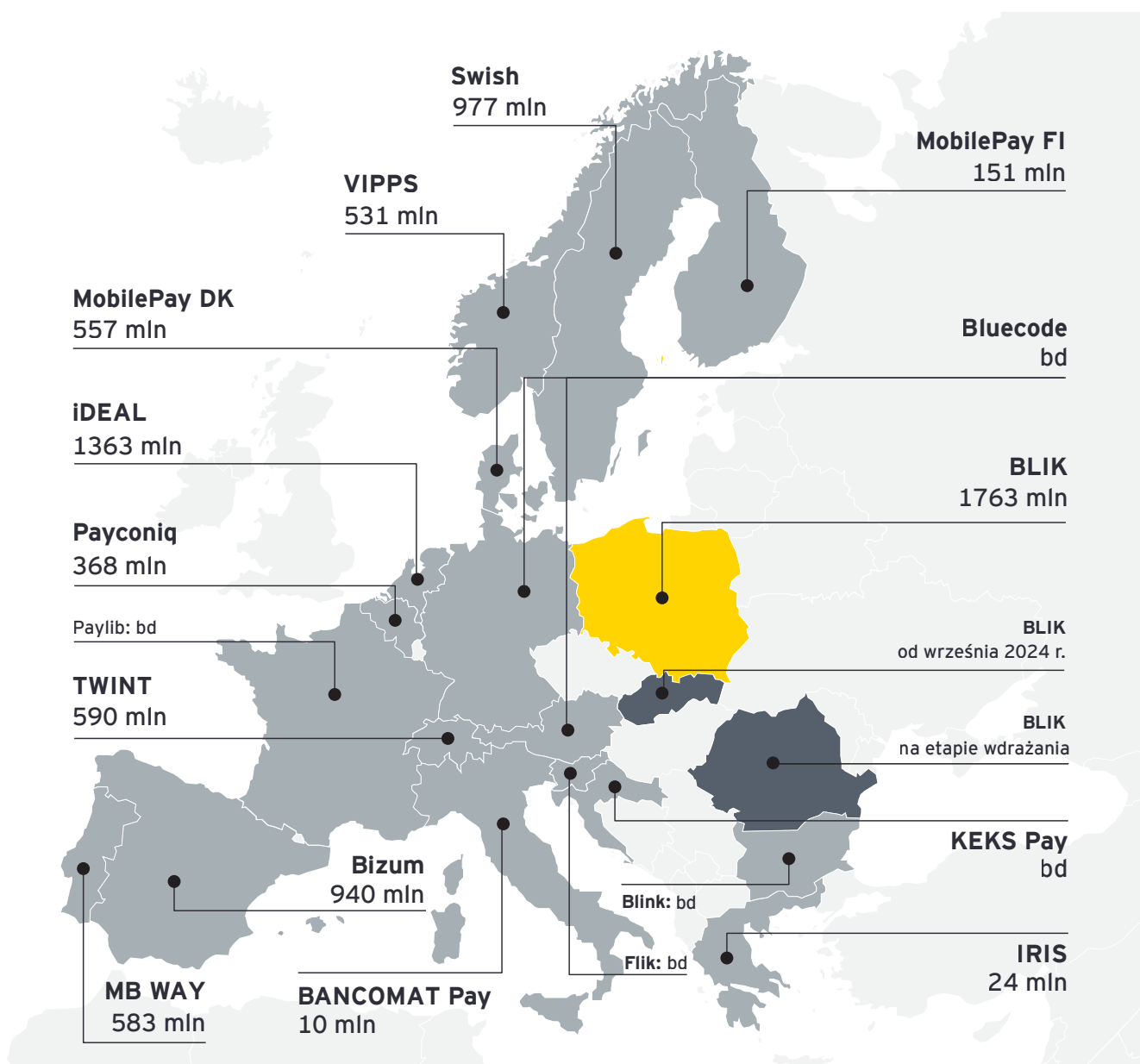
1.6. Porównanie z rozwiązaniami mobilnymi w Europie

Mobilnych systemów płatności jest już w Europie całkiem sporo. Większość innowacji płatniczych tego typu powstała w podobnym okresie co BLIK, czyli na fali wypierania telefonów niedotykowych przez smartfony w latach 2012-2017. Te nowoczesne rozwiązania powstały głównie z myślą o płatnościach internetowych oraz szybkich i wygodnych transferach pomiędzy użytkownikami. Spośród wszystkich systemów europejskich BLIK mógł się pochwalić **największą liczbą transakcji** w 2023 r., wynoszącą ponad 1,7 miliarda

transakcji w Polsce (a w 2024 r. było to aż 2,4 miliarda), co zobrazowano na schemacie 3. Poza BLIKIEM jedynie holenderski iDEAL osiągnął liczbę transakcji powyżej 1 miliarda. W dalszej kolejności, z ponad 900 milionami transakcji, plasują się szwedzki Swish oraz hiszpański Bizum. Warto również zauważyć, że w ostatnich latach w Europie Środkowo-Wschodniej pojawiły się projekty o zbliżonych do BLIKA nazwach, np. Flik (Słowenia), Blink (Bułgaria), Qvik (Węgry), co wskazuje na wiodącą pozycję polskiego rozwiązania w regionie.

Schemat 3.

Największe systemy płatności mobilnych w Europie w 2023 r. wraz z liczbą przeprowadzonych transakcji



Uwagi: Paylib został wycofany i od stycznia 2025 r. tworzy część systemu Wero działającego we Francji, Niemczech i Belgii.

Źródło: Polski Standard Płatności w oparciu o raporty operatorów systemów płatności mobilnych, EY.

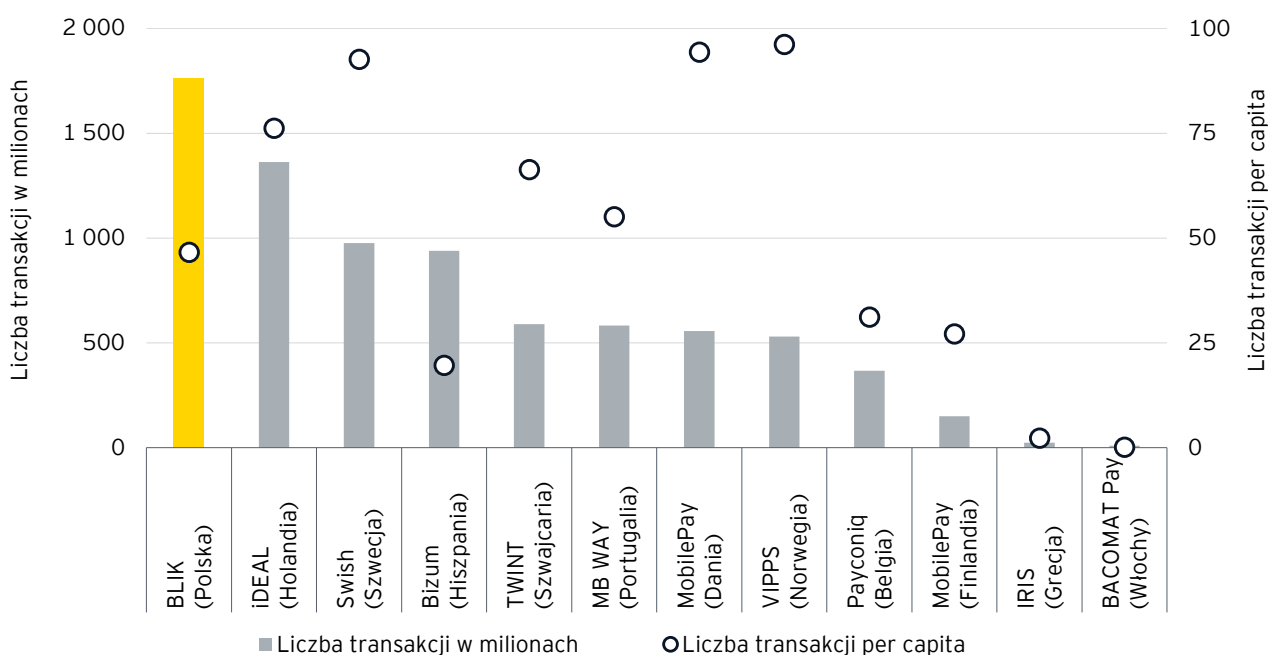
Pod względem **natężenia płatności mobilnych** przodują kraje skandynawskie wraz z Holandią. W tych państwach nowoczesne płatności tego typu od lat są bardzo popularne wśród konsumentów. W 2023 r. zarejestrowano ponad 90 takich transakcji na osobę w Norwegii, Danii i Szwecji (VIPPS, MobilePay, Swish) oraz ponad 70 transakcji per capita w Holandii (iDEAL), co przedstawia wykres 14. Polski BLIK z kolei może się pochwalić solidną wartością na poziomie 47 transakcji na osobę w ciągu roku (w 2024 r. to już ok. 64 transakcje), czyli trochę mniej niż działający w Portugalii MB WAY. Jednocześnie należy zauważyć, że w krajach skandynawskich bardzo dużą rolę (50-60% wszystkich transakcji) odgrywają często niekomercyjne transakcje P2P, tymczasem w BLIKU przelewy między użytkownikami stanowią ok. 25% wszystkich transakcji. W tym zestawieniu warto również wspomnieć

istotne pozaeuropejskie rozwiązania takie jak PIX i UPI, funkcjonujące odpowiednio w Brazylii i Indiach. W szczególności PIX wyróżnia się dużą intensywnością wykorzystania, bowiem w Brazylii przypadają ok. 192 transakcje PIX na mieszkańca.

Obok transakcji P2P, główną funkcją mobilnych płatności jest możliwość opłacania **zamówień w internecie**. W porównaniu do strefy euro, w Polsce nowoczesne rozwiązania e-płatności w internecie takie jak np. BLIK, odgrywają znacznie większą rolę, pośrednicząc w ok. 51% transakcji w 2023 r.¹³ W strefie euro, duży udział takich metod płatności zanotowano jedynie w Holandii (76% transakcji w internecie) i w Niemczech (46%), podczas gdy w pozostałych krajach popularność takich metod płatności jest stosunkowo niewielka (zob. wykres 15).

Wykres 14.

Liczba transakcji w milionach i per capita w wybranych systemach i krajach w 2023 r.



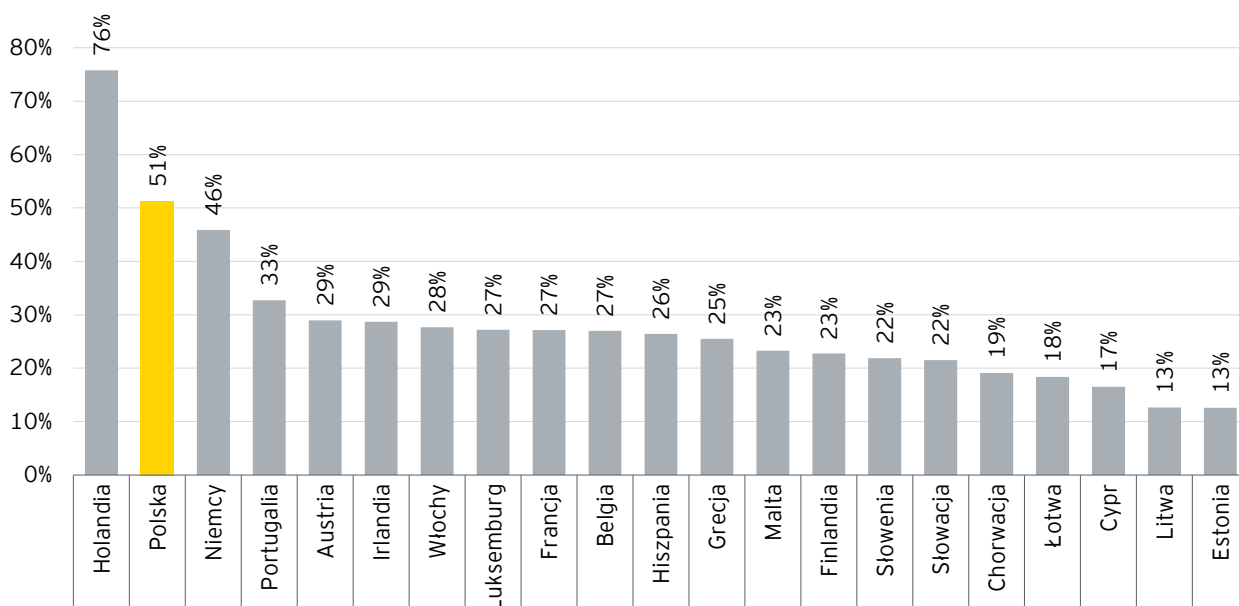
Uwagi: Liczba transakcji per capita to transakcje w danym systemie płatności podzielone przez populację kraju, w którym on funkcjonuje.

Źródło: Polski Standard Płatności, EY.

13 Biorąc pod uwagę dynamiczny rozwój BLIKA (zob. rozdział 1.5), można spodziewać się, że w 2024 r. jego rola urosła.

Wykres 15.

Udział nowoczesnych rozwiązań e-płatności (takich jak np. BLIK) w transakcjach internetowych w Polsce i strefie euro (%)



Uwagi: Do nowoczesnych rozwiązań e-płatności zaliczają się portfele płatnicze, PayPal i inne aplikacje mobilne, np. iDEAL w przypadku Holandii. Dla krajów strefy euro odpowiedzi konsumentów z jesieni 2023 i wiosny 2024 r. Dla Polski badanie zostało przeprowadzone jesienią 2023 r.

Źródło: EBC (2024), Study on the payment attitudes of consumers in the euro area (SPACE); NBP (2024), Zwyczaje płatnicze Polaków w 2023 r.



BLIK członkiem EMPSA

Europejskie Stowarzyszenie Systemów Płatności Mobilnych (EMPSA) zostało założone w celu ujednoczenia i zintegrowania mobilnych systemów płatności w krajach europejskich tak, by umożliwić ich użytkownikom bezproblemowe płatności mobilne w całej Europie. Poza polskim BLIKIEM do grupy należy dziesięć systemów płatności mobilnych z krajów takich jak Belgia (Bancontact Payconiq), Niemcy i Austria (Bluecode), Dania, Finlandia i Norwegia (VIPPS MobilePay), Portugalia (SIBS/MB WAY), Hiszpania (Bizum), Szwecja (Swish), Szwajcaria (TWINT), Włochy (BANCOMAT), Bułgaria (BORICA) i Grecja (DIAS). Organizacja zrzesza ponad 90 milionów użytkowników płatności mobilnych, ponad milion punktów akceptacji sprzedawców i setki europejskich banków, obsługujących kilka miliardów transakcji rocznie. W ramach projektu EuroPA w listopadzie 2024 r. wprowadzona została interoperacyjność pomiędzy usługami BANCOMAT, Bizum i MB WAY, a rynki włoski, hiszpański i portugalski mają zostać szeroko zintegrowane w 2025 r., umożliwiając płatności transgraniczne pomiędzy tymi trzema systemami. Interoperacyjność oparta o natychmiastowe transakcje SEPA i współpracę pomiędzy instytucjami finansowymi z krajów członkowskich wpisuje się w strategię Eurosystemu. Docelowo EuroPA zakłada integrację kolejnych systemów płatności mobilnych tak, by stworzyć paneuropejską sieć płatności.

Innym zrzeszeniem tego typu jest Europejska Inicjatywa Płatności (EPI), w ramach której banki z Francji, Niemiec i Belgii w 2024 r. wprowadziły na rynek Wero, cyfrowy portfel pozwalający na szybkie transakcje P2P. W planach jest udostępnienie kolejnych funkcjonalności, takich jak płatności w internecie, a w najbliższych latach do systemu ma zostać włączony holenderski iDEAL. Europejski Bank Centralny wyraził aprobatę dla inicjatywy stworzenia paneuropejskiego systemu płatności, zachęcając do dalszego rozwoju.

Rynek płatności mobilnych w Europie cechuje duża fragmentacja, a większość systemów płatniczych jest silnie zakorzeniona na rynkach krajowych, stanowiąc dużą barierę dla ekspansji. W raporcie Europejski rynek płatności mobilnych 2024¹⁴, autorzy wskazują jednak, że branża zaczyna wchodzić w fazę dojrzałości, w której dobrze rozwinięte systemy o wysokiej penetracji próbują poszerzać działalność na kolejne kraje. Raport konkluduje, że do 2030 r. możliwe są trzy scenariusze:

- 1. Powstanie jednego europejskiego rozwiązania** zainicjowanego przez lidera rynku, które otrzyma wsparcie instytucji unijnych,
- 2. Regionalne klastry** powstałe w wyniku ekspansji i konsolidacji najsilniejszych firm w regionie i oparte na harmonizacji technologii i interoperacyjności pomiędzy zrzeszonymi systemami,
- 3. Dalsza fragmentacja**, która nie pozwala na powstanie ponadnarodowych systemów płatności, a na rynku dominują liczne lokalne rozwiązania.

W tym kontekście, BLIK koncentruje swoją działalność na rynkach Europy Środkowo-Wschodniej, aspirując do pozycji najważniejszego rozwiązania płatności mobilnych w regionie i istotnego systemu w skali europejskiej. Z drugiej jednak strony, wizja jednego paneuropejskiego systemu może stanowić duże wyzwanie dla BLIKA. Rozwój wspólnego rozwiązania dla całej Europy może oznaczać dominację jednego, największego gracza, który będzie w stanie zbudować swoją pozycję na najważniejszych rynkach europejskich i poszerzyć swoje usługi na pozostałe kraje. Obecny brak interoperacyjności pomiędzy BLIKIEM i innymi systemami europejskimi, może w przyszłości być wyzwaniem dla międzynarodowej konkurencyjności BLIKA, chociaż należy podkreślić, że prowadzone są prace nad wprowadzeniem interoperacyjności pomiędzy BLIKIEM w Polsce i na Słowacji, a w ramach EMPSA również pomiędzy innymi zrzeszonymi systemami.

14 Arkwright (2024). European Mobile Payments Report 2024. Status quo of the industry landscape, success factors and future scenarios.





2

**BLIK jako
kreator rynku
płatności
elektronicznych**



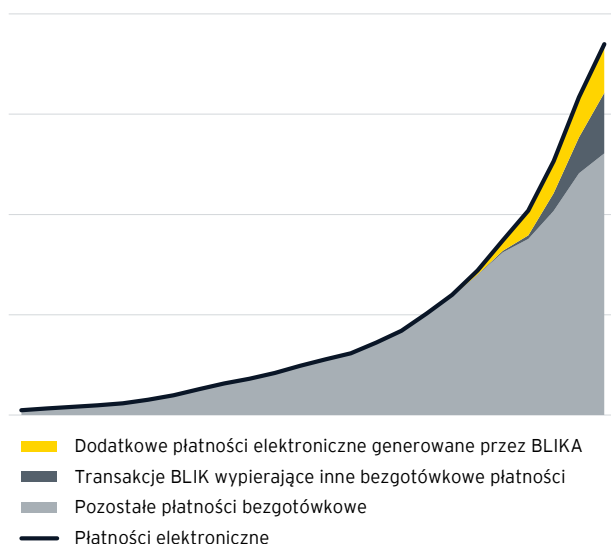
Z punktu widzenia rozważanego dalej w opracowaniu oddziaływania BLIKA na gospodarkę, istotna jest nie tylko wartość tego typu transakcji, ale także odpowiedź na pytanie, jaką część stanowią dodatkowo wykreowane płatności bezgotówkowe (tj. nie przejęte od innych dostawców tego typu usług). W tym celu korzystamy z tzw. analizy kontrfaktycznej i metody Synthetic Control, których ideę przedstawiamy w pierwszej sekcji tego rozdziału. Następnie prezentujemy oszacowane z ich wykorzystaniem efekty kreacji płatności elektronicznych przez BLIKA.

2.1. Analiza kontrfaktyczna – co by było, gdyby...

W tej części raportu badamy, w jakim stopniu BLIK przyczynia się do rozwoju płatności elektronicznych w Polsce. Dzięki swoim zaletom, BLIK przyciąga wielu nowych konsumentów, którzy do tej pory nie korzystali z płatności bezgotówkowych lub robili to rzadziej, zwiększając popularność płatności elektronicznych w Polsce. Z drugiej strony, część transakcji BLIK związana jest z wypieraniem innych bezgotówkowych form płatności. W tym kontekście, transakcje BLIK można podzielić na **dwie kategorie**, co zilustrowano na schemacie 4:

- Transakcje, które poszerzają rynek płatności elektronicznych (żółte pole),
- Transakcje, które zastępują inne bezgotówkowe formy płatności (ciemnoszare pole).

Schemat 4.
Ilustracyjny przykład wpływu BLIKA na płatności elektroniczne



Uwagi: Wielkość pól nie odpowiada faktycznym wartościom płatności elektronicznych ani jego rodzajom.

Źródło: EY.

Celem tego rozdziału jest oszacowanie dodatkowych płatności elektronicznych generowanych dzięki BLIKOWI (żółte pole), które określamy efektem netto. Takie szacunki jesteśmy w stanie uzyskać poprzez zastosowanie tzw. **analizy kontrfaktycznej**, która polega na porównaniu rzeczywistego stanu, z jego alternatywną (kontrfaktyczną) wersją. W tym przypadku, analiza kontrfaktyczna dąży do odpowiedzenia na pytanie *jak kształtowałyby się płatności elektroniczne w Polsce, gdyby system płatności BLIK nie istniał*.

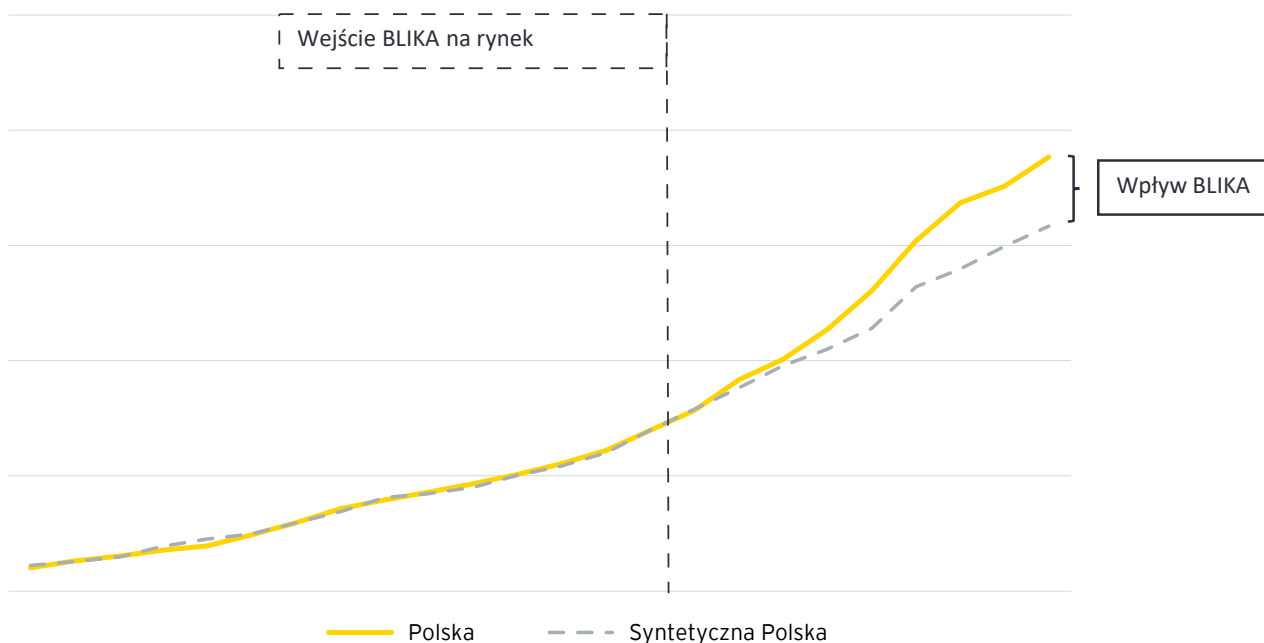
Analizę kontrfaktyczną zaczynamy od oszacowania alternatywnej ścieżki płatności elektronicznych w Polsce. W tym celu korzystamy z metody ekonometrycznej **Synthetic Control**¹⁵, polegającej na zbudowaniu syntetycznej jednostki (w tym przypadku Polski) poprzez połączenie kilku innych jednostek (państw) o zbliżonych cechach. Innymi słowy, na bazie kilku krajów powstaje syntetyczna Polska, w której płatności elektroniczne rozwijają się tak, jakby BLIK nie istniał. To podejście jest zilustrowane na schemacie 5, gdzie pokazano przykładowy poziom płatności elektronicznych w Polsce (linia ciągła) oraz jej syntetyczny odpowiednik (linia przerywana). Do momentu pojawienia się BLIKA na rynku, obie linie zachowują się prawie identycznie, co wskazuje na dobre dopasowanie modelu. W kolejnym okresie linie zaczynają się rozchodzić, a poszukiwany wpływ BLIKA to przestrzeń pomiędzy dwoma liniami. Do najważniejszych zalet metody Synthetic Control należą przejrzystość i obiektywność metody, brak ekstrapolacji, transparentność wartości kontrfaktycznych oraz prostota interpretacji¹⁶.

15 Guido Imbens, laureat nagrody Banku Szwecji im. Alfreda Nobla w dziedzinie nauk ekonomicznych, określił Synthetic Control jedną z najważniejszych innowacji w literaturze dotyczącej ewaluacji polityk w ostatnich latach. Athey, S., & Imbens, G. W. (2017). The State of Applied Econometrics: Causality and Policy Evaluation. The Journal of Economic Perspectives, 31 (2), 3-32. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.3>.

16 Abadie, A. (2021). Using Synthetic Controls: Feasibility, Data Requirements, and Methodological Aspects. Journal of Economic Literature, 59 (2), 391-425. <https://doi.org/10.1257/jel.20191450>.

Schemat 5.

Ilustracyjny przykład ścieżek płatności elektronicznych w Polsce i syntetycznej Polsce



Uwagi: Patrz schemat 4.

Źródło: EY.

W pierwszej kolejności należy zdefiniować tzw. **zbiór dawców**, czyli grupę krajów, spośród których algorytm wyłoni kilku najlepszych „dawców” dla syntetycznej Polski. W tej analizie, zbiór dawców ograniczyliśmy do 16 państw europejskich, w których nie ma systemu mobilnych płatności na kształt BLIKA lub jego rola jest marginalna (zob. schemat 3 w rozdziale 1). Następnie wybraliśmy specyfikację modelu ekonometrycznego, w której płatności elektroniczne¹⁷ tłumaczymy zmiennymi społeczno-ekonomicznymi, związanymi z obszarami takimi jak gospodarka, infrastruktura płatnicza, społeczeństwo informacyjne, demografia czy instytucje publiczne¹⁸. Dla takiego modelu algorytm wytypował pięć krajów, których połączone cechy były najbardziej zbliżone do cech dla Polski, czyli Węgry (39% wkładu do syntetycznej Polski), Łotwę (36%), Bułgarię (12%), Albanię (7%) i Grecję (6%). Jako państwa na zbliżonym etapie rozwoju gospodarczego i społecznego stanowią dobry punkt odniesienia dla Polski.

W przypadku Polski, surowe wyniki z Synthetic Control wymagają **dotatkowej korekty**. Jest ona niezbędna ze względu na to, że oprócz BLIKA, zidentyfikowaliśmy jeszcze inny istotny czynnik wpływający na płatności elektroniczne w Polsce (a nieobecny w innych krajach). Tym czynnikiem jest działalność Fundacji Polska Bezgotówkowa (FPB), która od 2018 r. angażuje się w poprawę sieci akceptacji płatności bezgotówkowych w punktach handlowo-usługowych na terenie kraju, co istotnie przyczynia się do rozwoju płatności bezgotówkowych. W związku z tym, wstępny wynik z Synthetic Control korygujemy o szacowany wpływ FPB, otrzymując w ten sposób finalny wpływ BLIKA na płatności elektroniczne w Polsce w 2023 r. Na koniec, należy pamiętać, że zastosowane podejście może wyłapywać również inne efekty wynikające z różnic pomiędzy Polską a krajami-dawcami, których nasze badanie nie było w stanie uwzględnić. Więcej szczegółów dotyczących naszej metody analizy znajduje się w załącznikach technicznych.

17 W naszym badaniu płatności elektroniczne przybliżamy płatnościami kartowymi w kraju ze względu na brak precyzyjnych i porównywalnych danych na temat innych metod płatności. W przypadku Polski, do płatności elektronicznych zaliczamy również transakcje BLIK w kanałach POS i WEB. Dla porównywalności pomiędzy krajami i latami wartości te podzieliliśmy przez wartość konsumpcji finalnej gospodarstw domowych.

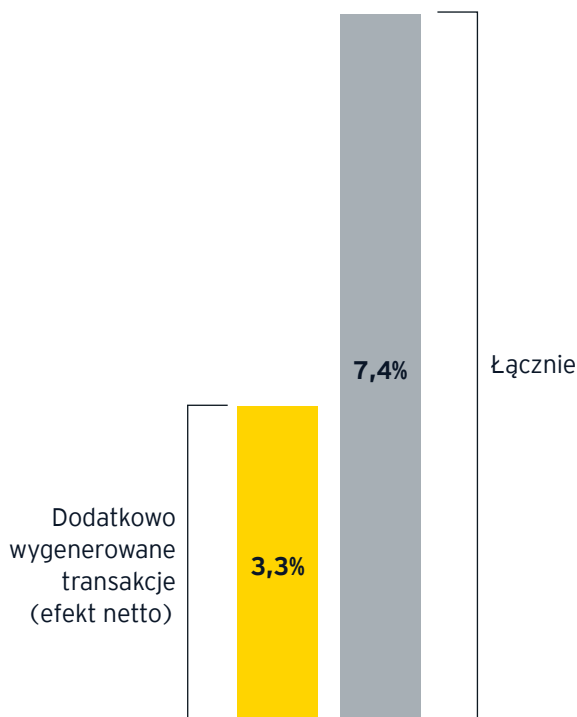
18 Przeanalizowaliśmy ponad 20 zmiennych i ponad 1000 różnych specyfikacji. Ostatecznie wybraliśmy model, który zapewnił najlepszą syntetyczną miarę płatności elektronicznych w Polsce. W jego skład wchodziły zmienne: PKB per capita, wskaźnik rozwoju finansowego, % populacji z dostępem do internetu, % populacji z wyższym wykształceniem oraz wskaźnik praworządności. W wyborze kierowaliśmy się przede wszystkim dokładnością predykcji w oparciu o miarę dopasowania RMSPE (Root Mean Square Prediction Error).

2.2. Efekty kreacji rynku

Analiza kontrfaktyczna wskazuje na znaczący wpływ BLIKA na rozwój płatności elektronicznych w Polsce. W 2023 r. **BLIK wygenerował dodatkowe płatności elektroniczne o wartości ok. 65 mld zł, odpowiadające ok. 3,3% konsumpcji gospodarstw domowych** (zob. wykres 16). To mniej więcej tyle ile Polacy wydają na zakup odzieży. Szacujemy, że gdyby BLIK nie istniał, płatności elektroniczne w Polsce w 2023 r. byłyby mniejsze o 8,8%. Spośród transakcji BLIK związanych z wydatkami konsumpcyjnymi, wynoszącymi 145 mld zł (7,4% konsumpcji gospodarstw domowych), prawie połowa (45%) stanowiła efekt netto.

Wykres 16.

Płatności elektroniczne związane z BLIKIEM w sklepach internetowych i stacjonarnych w Polsce w 2023 r. - łącznie i efekt netto (% konsumpcji gospodarstw domowych)



Uwagi: Niedostępne są jeszcze dane umożliwiające szacunek za 2024 r.

Źródło: EY.

W 2023 roku BLIK wygenerował dodatkowe płatności elektroniczne w Polsce o wartości

65 mld zł

co odpowiadało

3,3%

konsumpcji gospodarstw domowych.

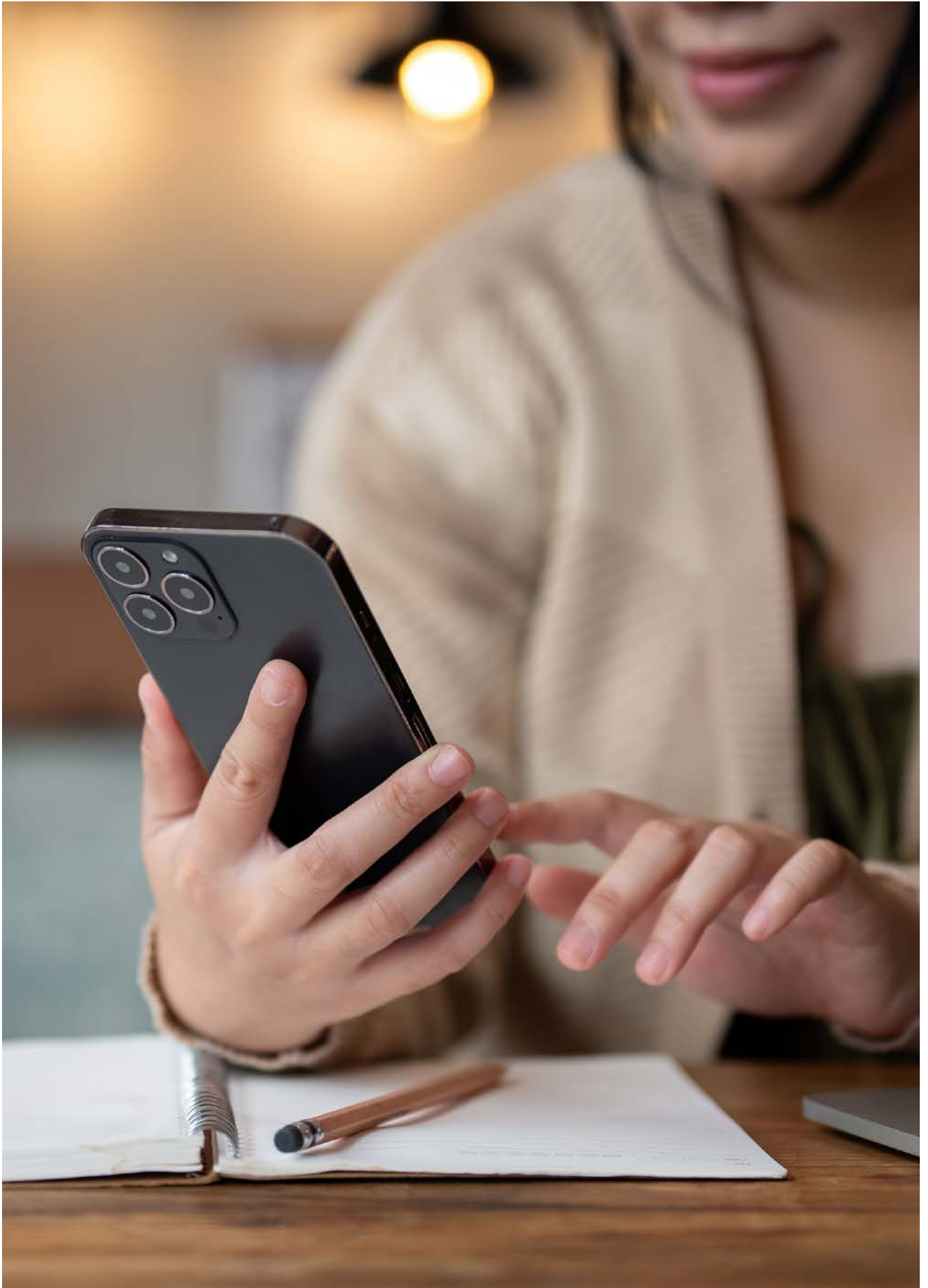
Gdyby BLIK nie istniał, płatności elektroniczne w Polsce w 2023 r. byłyby mniejsze o

8,8%

Spośród transakcji BLIK związanych z wydatkami konsumpcyjnymi

45%

stanowił efekt netto istnienia BLIKA.



3

**Wpływ
płatności BLIK
na gospodarkę
Polski**



W tym rozdziale przyglądamy się wpływowi BLIK na gospodarkę. Zaczynamy od szerokiego przeglądu oddziaływań różnych typów transakcji bezgotówkowych, opierając się na dostępnych badaniach i informacjach. Wpierw podsumowujemy rodzaje efektów oraz kanały wpływu płatności elektronicznych na gospodarkę i społeczeństwo, koncentrując się na tych, które dotyczą BLIKA. Następnie przedstawiamy poszczególne kanały tego wpływu, ilustrując je konkretnymi przykładami. Wskazujemy także dodatkowe korzyści społeczne oraz zaznaczamy istniejące wyzwania i ryzyka związane z takimi transakcjami. Na koniec przechodzimy do analizy ilościowej, prezentując podstawy naszego podejścia w tym zakresie oraz nasze szacunki wpływu płatności BLIK na gospodarkę Polski.

3.1. Rodzaje efektów i kanałów oddziaływania

Płatności elektroniczne (w tym BLIK) oddziałują pozytywnie na gospodarkę w dwóch obszarach i różnymi kanałami. Są to przede wszystkim:

- **Efekty korzystania z płatności elektronicznych przez różne podmioty** wynikające m.in. z: wspierania innowacji, ograniczania barier działalności, zapewnienia dostępu do finansowania i rynków, ograniczania trudności płatniczych oraz podwyższonego bezpieczeństwa, stabilności i transparentności płatności (omówione dalej szczegółowo i oszacowane łącznie dla płatności BLIK w tym badaniu).
- **Efekty działalności operacyjnej branży oferującej płatności elektroniczne** obejmujące wartość wytwarzanych usług, generowanych miejsc pracy czy podatków płaconych przez samą branżę oraz powiązany wpływ generowany poprzez dostawców branży i ich pracowników (omówione dalej, ale nieuwzględnione oddzielnie w części ilościowej tego badania)¹⁹.

Korzystanie z płatności elektronicznych wspiera wzrost efektywności w gospodarce, a co za tym idzie, wielkość produkcji (PKB), dochody mieszkańców, zatrudnienie i dochody sektora finansów publicznych (podatki i składki na ubezpieczenia społeczne). Transakcje cyfrowe mogą również przyczyniać się do szerszych korzyści społecznych, np. zmniejszając ślad środowiskowy płatności.

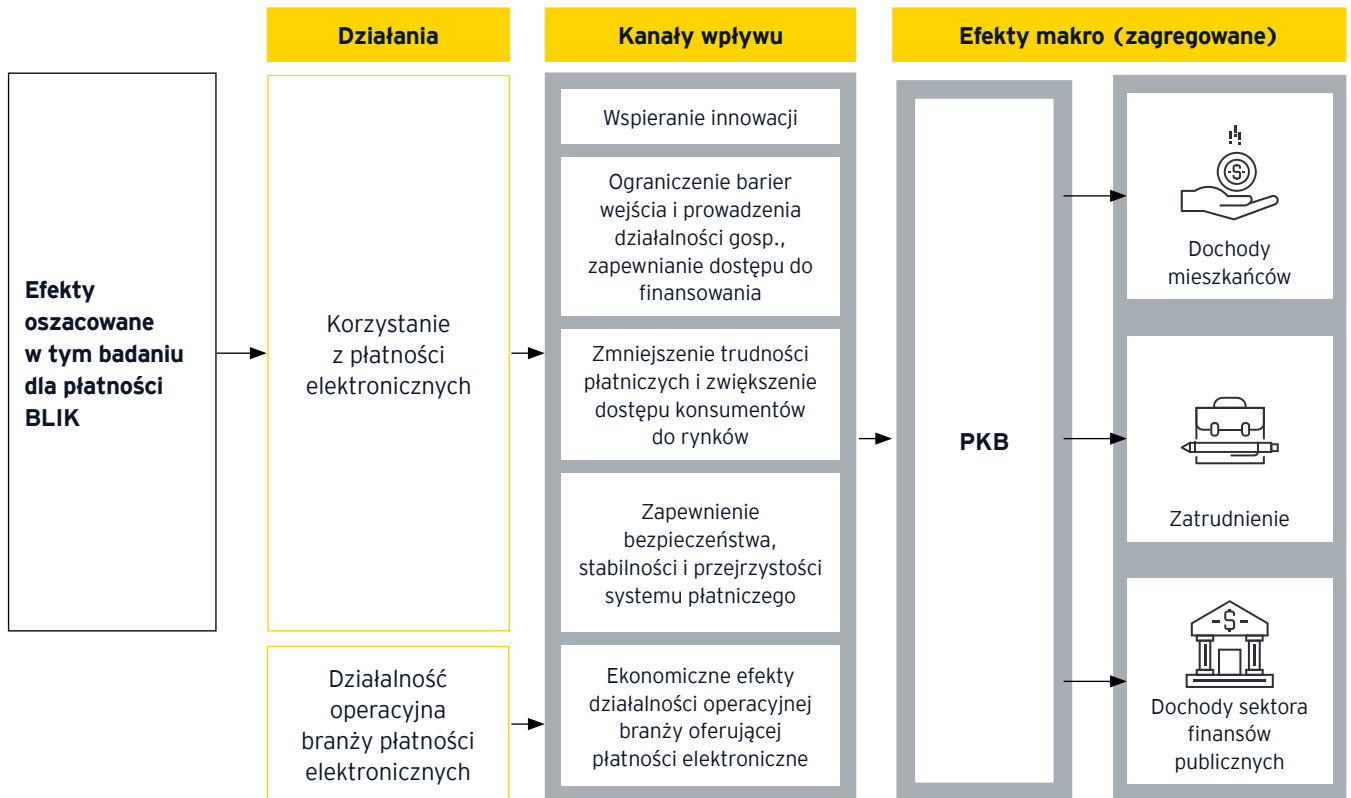
Wyróżnione obszary, główne kanały wpływu i efekty makroekonomiczne płatności elektronicznych obrazuje schemat 6. Bardziej szczegółowe podkanały wpływu i powiązane efekty natury mikro i mezoekonomicznej (tj. na poziomie pojedynczych podmiotów i sektorów gospodarki) przedstawia schemat 7, a ich opis i przykłady zawiera sekcja 3.2.



¹⁹ Do szacowania efektów działalności operacyjnej branży wykorzystuje się odmienną metodykę. W przypadku większości państw efekty te są istotnie niższe niż efekty korzystania z płatności elektronicznych przez różne podmioty, a jednocześnie wymagają zgromadzenia bardzo szczegółowych danych. Niemniej podejście zastosowane do analizy efektów korzystania z płatności elektronicznych, ze względu na swój makroekonomiczny charakter, może też w pewnym stopniu obejmować efekty dotyczące działalności operacyjnej branży.

Schemat 6.

Obszary i główne kanały wpływu płatności elektronicznych na gospodarkę

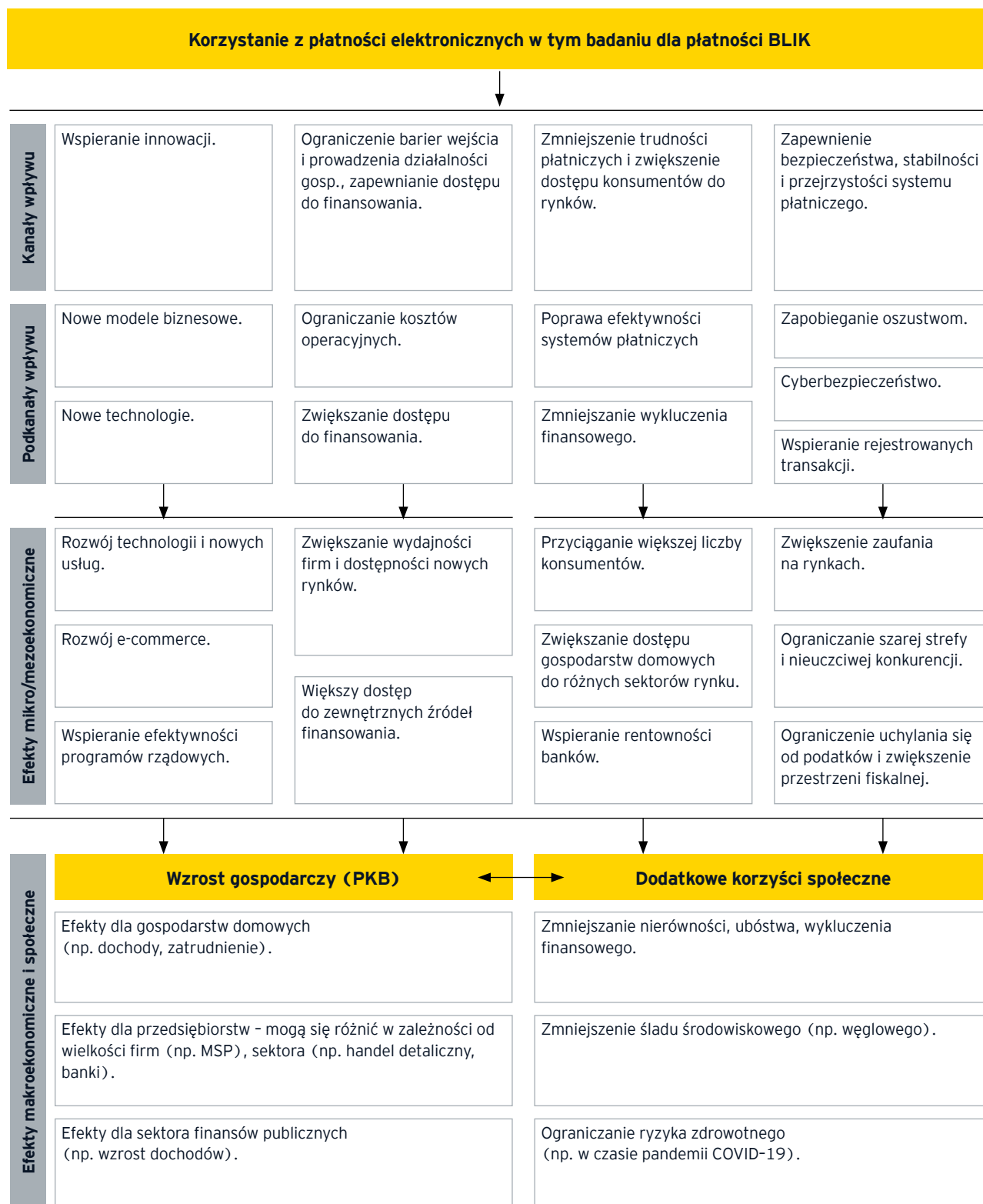


Źródło: EY.



Schemat 7.

Szczegółowa mapa wpływu płatności elektronicznych na gospodarkę i społeczeństwo



Źródło: EY.

3.2. Kluczowe aspekty i przykłady oddziaływań w kanałach

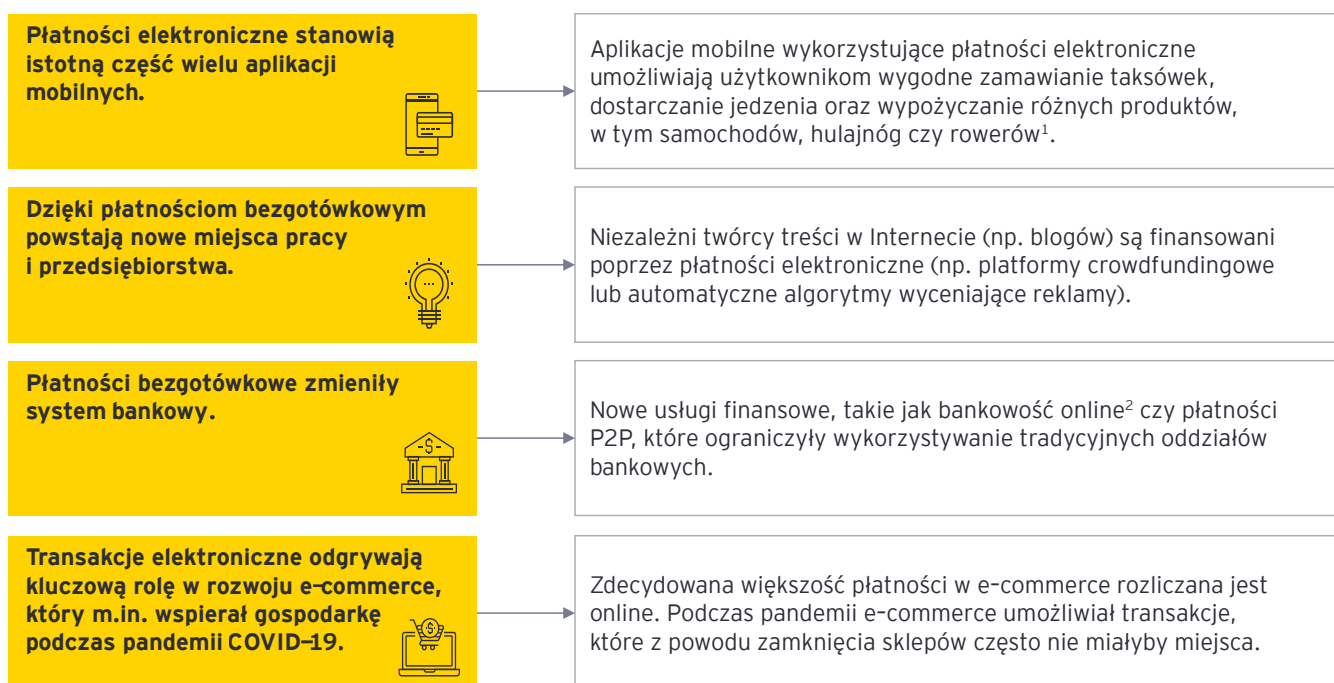
Wspieranie innowacji

Dodatkowe innowacje wynikają przede wszystkim z tworzenia nowych technologii i modeli biznesowych, których rozwój jest możliwy lub istotnie zależny od płatności elektronicznych. Skutkuje to **efektami ekonomiczno-społecznymi związanymi np. z rozwojem e-commerce.**

Innowacje na rynku płatności **zmieniają modele biznesowe i tworzą nowe usługi**, których przykłady przedstawia schemat 8.

Schemat 8.

Przykłady efektów płatności elektronicznych w obszarze innowacji



1 <https://www.pyszne.pl/>; <https://panekcs.pl/en/step-by-step>; <https://www.li.me/locations> [online, dostęp 05.11.2024]

2 <https://www.paymentoptions.com/the-evolution-of-digital-payments-a-cashless-revolution-2> [online, dostęp 05.11.2024]

Źródło: EY.

Ograniczanie barier wejścia i działalności, dostęp do finansowania

Obniżanie barier wejścia i prowadzenia działalności gospodarczej oraz zapewnienie dostępu do finansowania oddziałuje na gospodarkę i społeczeństwo przede wszystkim poprzez zmniejszanie kosztów operacyjnych firm i umożliwienie dostępu do zewnętrznych funduszy. Prowadzi to do **efektów ekonomicznych związanych np. z poprawą efektywności firm oraz dostępności rynków zbytu, a także poszerzaniem ich możliwości inwestycyjnych**.

Płatności bezgotówkowe mogą zwiększyć wydajność firm i poprawić ich dostęp do rynków, ponieważ:

- **Zmniejszają bariery wejścia na nowe rynki** przedsiębiorstwom poprzez wykorzystanie sprzedaży online (e-commerce), która może być łatwiejsza niż rozpoczęcie działalności w tradycyjnej formie.
- **Mogą generować niższe tzw. społeczne i prywatne koszty w przeliczeniu na transakcję** w przypadku ich odpowiedniej popularności w kraju, uwalniając w ten sposób zasoby i środki, które mogą być przeznaczone na działalność gospodarczą²⁰.
- **Są pomocne w przypadku sporów**, ponieważ transakcje opłacone za pomocą gotówki mogą później zostać podważone, jeśli nie ma wystarczających dowodów na to, że płatność faktycznie nastąpiła.
- **Zmniejszają ryzyko kradzieży**, które jest szczególnie istotne w przypadku małych przedsiębiorstw²¹.
- **Umożliwiają odroczenie płatności**, co może zarówno w przypadku firm jak i gospodarstw domowych, przy rozsądnym korzystaniu, poprawić płynność finansową.

Ułatwienie płatności i zwiększenie dostępu konsumentów do rynku

Transakcje bezgotówkowe istotnie poprawiają efektywność płatności, ograniczają wykluczenie finansowe i wspierają handel. Wraz z rozwojem technologicznym, płatności elektroniczne stają się coraz szybsze i wygodniejsze. W efekcie zajmują mniej czasu niż płatności gotówkowe i stwarzają nowe możliwości dla konsumentów (np. w zakresie pozyskiwania finansowania). Przekłada się to na efekty ekonomiczne związane np. **z poprawą dostępności rynków dla konsumentów, a z perspektywy firm - przyciąganiem nowych kupujących**.

Płatności elektroniczne przyciągają nowych konsumentów i wpływają na ich wydatki wieloma sposobami:

- **Nowoczesne płatności elektroniczne nie są wolniejsze niż płatności gotówkowe**. Przykładowo, badanie²² wykazało, że realizacja płatności zbliżeniowych z punktu widzenia konsumenta była tak samo szybka jak gotówka.
- **Szybkość transakcji ma ogromne znaczenie dla konsumentów**. Jest to jeden z najważniejszych czynników decydujących o wyborze metody płatności²³, ponieważ krótszy czas płatności zmniejsza kolejki i koszty realizacji płatności.
- **Zapewniają konsumentom dostęp do wszystkich środków lub linii kredytowej** (w przeciwieństwie do płatności gotówkowych ograniczonych banknotami i monetami dostępnymi w portfelu).

20 Junius, K., Devigne, L., Honkkila, J., Jonker, N., Kajdi, L., Kimmerl, J., Korella, L., Matos, R., Menzl, N., Przenajkowska, K., Reijerink, J., Rocco, G., & Rusu, C. (2022). Costs of Retail Payments - An Overview of Recent National Studies in Europe (ECB Occasional Paper Series No. 294). European Central Bank. <https://doi.org/10.2866/3482>.

21 <https://abbeysecurity.co.uk/cost-crime-small-businesses/> [online, dostęp: 06.11.2024].

22 Polasik, M., Górka, J., Wilczewski, G., Kunkowski, J., Przenajkowska, K., & Tetkowska, N. (2013). Time Efficiency of Point-Of-Sale Payment Methods: Empirical Results for Cash, Cards and Mobile Payments. In Lecture Notes in Business Information Processing (pp. 306-320). https://doi.org/10.1007/978-3-642-40654-6_19 [online, dostęp 05.02.2025].

23 Kantar Public (2022). Study on new digital payment methods.

- **W przypadku płatności na kredyt dają sprzedawcom pewność, że płatność zostanie zrealizowana**, co gwarantują odpowiednie procedury.
- **Płatności bezgotówkowe są kluczowym czynnikiem umożliwiającym handel w internecie.** W rezultacie, konsumenci mają dostęp do bardziej zróżnicowanego wyboru towarów i usług, w tym zagranicznych²⁴.
- **Płatności elektroniczne są także związane z wydatkami na podróże i turystykę²⁵.** W porównaniu do gotówki, płatności elektroniczne są wygodniejsze dla podróżujących za granicę, np. zapewniając usługi wymiany waluty oraz ograniczając ryzyko kradzieży.

Ważny jest także aspekt dostępności rynków dla konsumentów:

- **Mieszkańcy z odległych obszarów i osoby z ograniczonym dostępem do sklepów stacjonarnych uzyskują możliwość korzystania z nowych rynków i oszczędzają czas na poszukiwania produktów** dzięki płatnościom elektronicznym w e-commerce²⁶.
- **E-commerce może obniżyć ceny detaliczne** poprzez wzrost konkurencji ze strony kanału online. 63% regularnych e-konsumentów twierdzi, że zakupy online pomagają im oszczędzać pieniądze²⁷.
- **Płatności elektroniczne zwiększają dostępność zewnętrznych źródeł finansowania oraz przyczyniają się do częstszego korzystania z usług finansowych.** Poprzez zwiększenie dostępu do produktów finansowych, w tym produktów kredytowych, ułatwiają otwieranie i ekspansję działalności gospodarczej, inwestowanie w edukację lub zdrowie oraz przetrwanie szczególnie trudnych finansowo okresów.

Transakcje elektroniczne poprawiają również sytuację finansową banków poprzez bezpośrednio pobierane opłaty oraz umożliwienie sprzedaży innych usług ich użytkownikom.

Bezpieczeństwo, stabilność i przejrzystość płatności

Bezpieczeństwo, stabilność i przejrzystość systemu płatniczego oddziałują na gospodarkę i społeczeństwo poprzez określone podkanały. Obejmują one m.in. zapobieganie oszustwom, cyberbezpieczeństwo, mechanizmy zabezpieczające płatności oraz zwiększanie liczby transakcji rejestrowanych. Prowadzą one do pozytywnych efektów gospodarczych związanych np. ze **zwiększaniem zaufania na rynkach oraz ograniczaniem szarej strefy**. Płatności bezgotówkowe zapewniają płynny transfer środków od jednej strony do drugiej, umożliwiając zawieranie większej liczby transakcji. Przyczyny, które sprawiają, że **płatności elektroniczne są często bezpieczniejsze dla obu stron transakcji** obejmują:

- **Zmniejszone ryzyko kradzieży** - noszenie mniejszej ilości gotówki zmniejsza prawdopodobieństwo kradzieży (o ok. 11-15% według badań przeprowadzonych w Chinach^{28 29}).
- **Łatwiejsze egzekwowanie gwarancji/reklamacji** - historię płatności można wykorzystać do zgłaszania reklamacji.
- **Ograniczenie oszustw** - płatności bezgotówkowe ułatwiają prowadzenie ewidencji transakcji, zwiększając ich przejrzystość.

Ponadto płatności bezgotówkowe **wspierają rozwój sprzedaży rejestrowanej**, co prowadzi do ograniczania nieuczciwej konkurencji i zwiększenia przestrzeni dla wydatków publicznych. Badania EY w tym obszarze wskazują potencjalne korzyści z większego udziału transakcji elektronicznych w płatnościach oraz obrazują skalę utraconych dochodów podatkowych z powodu gotówkowej szarej strefy w różnych państwach (zob. wykres 17). Przykładowo, zastąpienie 10% wartości konsumenckich płatności gotówkowych transakcjami elektronicznymi przekładało się na ograniczenie gotówkowej szarej strefy od 0,4% PKB do 2,1% PKB (w zależności od analizowanego kraju).

24 Negreiro, M. (2020). The Rise of E-commerce and the Cashless Society. European Parliamentary Research Service. [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI\(2020\)649341](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI(2020)649341) [online, dostęp: 05.02.2025].

25 Bayona, L. L., & Rua, A. R. (2019). The Importance of Online Payment on Travel and Tourism Incomes - A Cross-Country Panel Data Study. *Academicus International Scientific Journal*, 20, 199-222. <https://doi.org/10.7336/academicus.2019.20.15>.

26 The World Bank and Alibaba group Report (2019). E-commerce development: Experience from China. <http://documents1.worldbank.org/curated/en/552791574361533437/pdf/E-commerce-Development-Experience-from-China.pdf> [online, dostęp: 06.11.2024].

27 Geopost (2023). Delivering Change, 2022 barometer e-shopper.

28 Jiang, H., Liang, P., & Ling, L. (2023). Mobile Payment Use and Crime Reduction. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4477786>.

29 Zhao, J., & Huang, Z. (2023). Mobile Payments and Crime: Evidence From China. *Applied Economics*, 56(7), 765-778. <https://doi.org/10.1080/00036846.2023.2288066>.

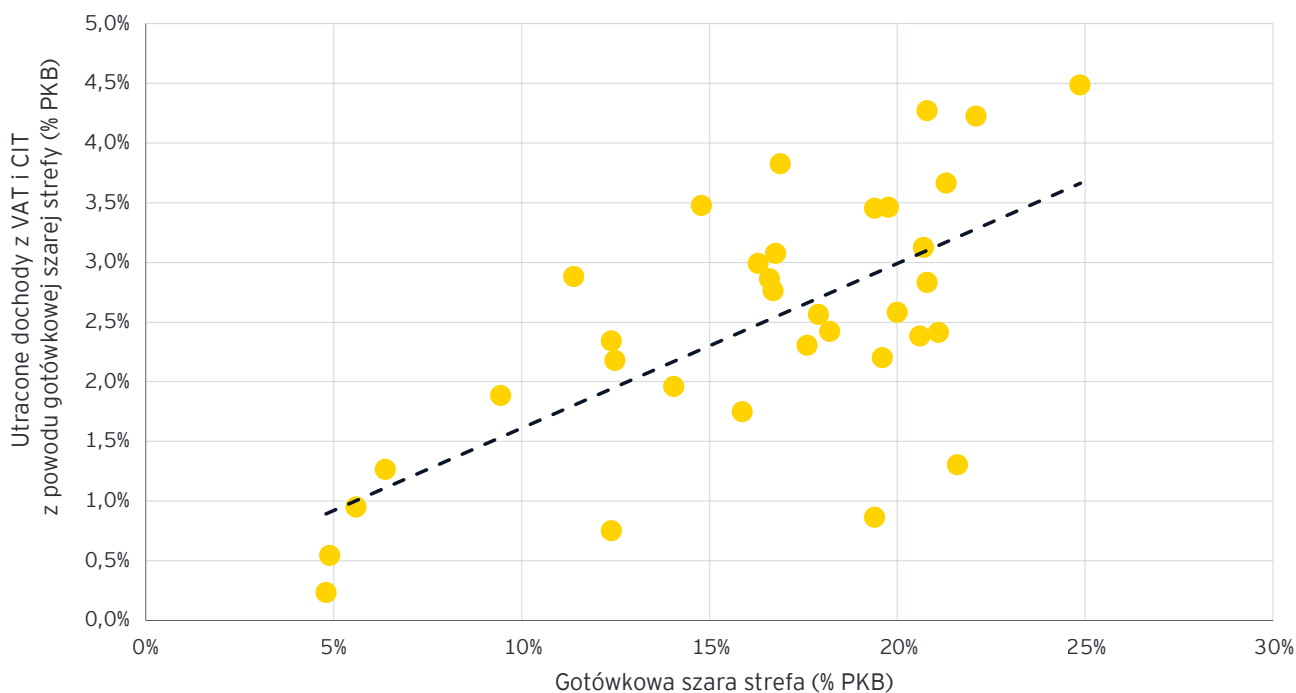
Wykres 17.

Płatności elektroniczne i gotówkowa szara strefa

a) Potencjalne korzyści z zastąpienia transakcji gotówkowych płatnościami elektronicznymi



b) Gotówkowa szara strefa i powiązane utracone dochody z VAT i CIT



Uwagi: Obliczenia EY na podstawie oddzielnych badań przeprowadzonych w 34 krajach (w latach 2014-2023)

Źródło: EY.

Działalność operacyjna branży płatności elektronicznych

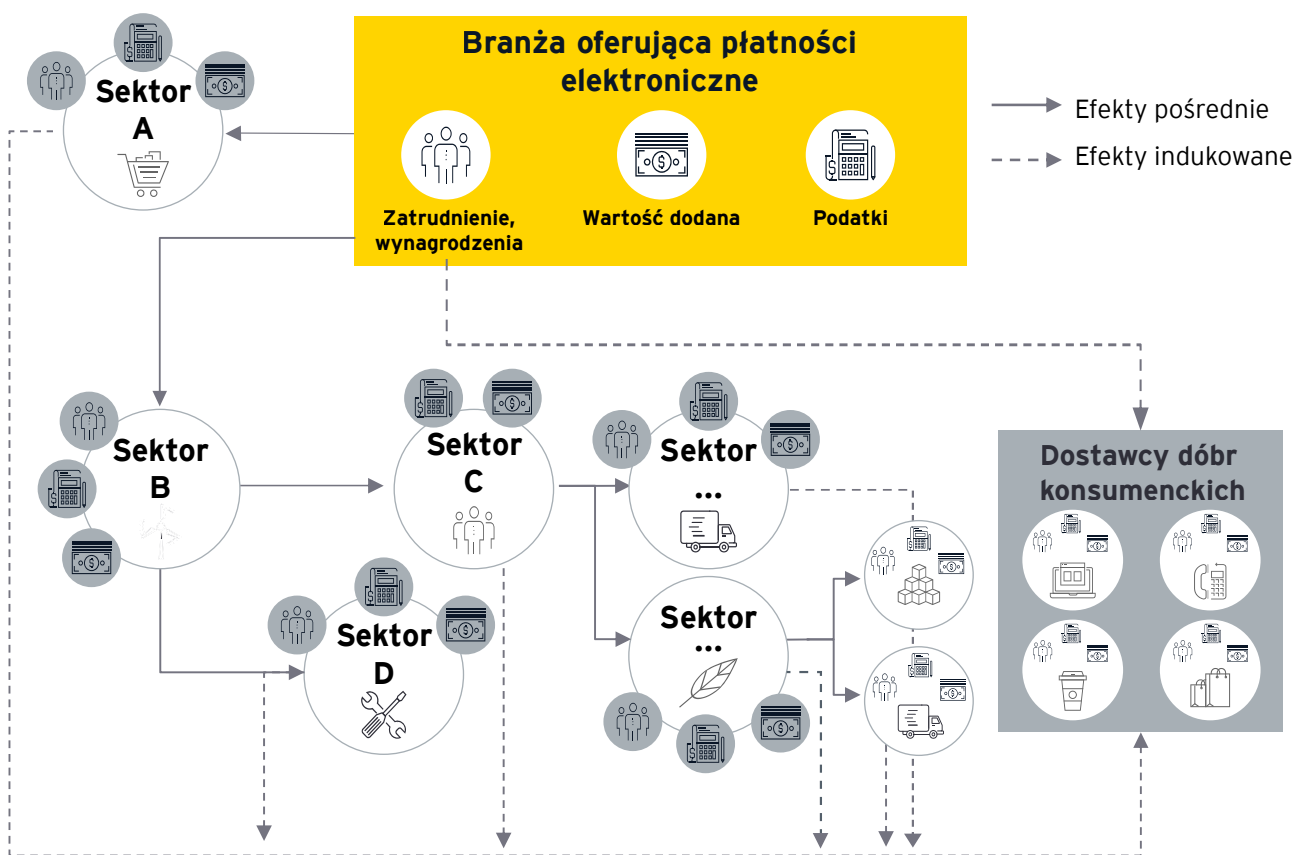
Oprócz omówionego dotychczas transformacyjnego wpływu **korzystania** z płatności elektronicznych na gospodarkę i społeczeństwo, istnieją również efekty związane z **działalnością operacyjną** branży płatności elektronicznych, obejmujące nie tylko wartość wytwarzanych usług, generowanych miejsc pracy czy podatków płaconych przez branżę, ale także wpływ generowany poprzez dostawców branży i ich pracowników. Niemniej, efekty ekonomiczne

związane z tym kanałem są przeważnie mniejsze niż te wynikające z korzystania z płatności elektronicznych i nie są szacowane w niniejszym badaniu³⁰.

Branża płatności elektronicznych wpływa na gospodarkę nie tylko bezpośrednio, ale także poprzez tzw. efekty popytowe. Rodzaje tego typu efektów przedstawia schemat 9.

Schemat 9.

Ilustracja efektów działalności operacyjnej branży płatności elektronicznych



Źródło: EY.

Efekty bezpośrednie

Wynikają m.in. z wytwarzanych usług, tworzonych miejsc pracy, podatków zapłaconych przez branżę płatności elektronicznych.

Efekty pośrednie

Wynikają z zapotrzebowania branży oferującej płatności elektroniczne na towary i usługi różnych firm w łańcuchu dostaw branży.

Efekty indukowane

Są generowane przez wydatki konsumenckie pracowników, których zatrudnienie wynika z bezpośrednich i pośrednich efektów branży oferującej płatności elektroniczne.

30 Chociaż całkowity ekonomiczny efekt działalności branży płatności elektronicznych może być stosunkowo niewielki w porównaniu z ekonomicznym wpływem korzystania z płatności elektronicznych, to jednak w regionach, w których zlokalizowana jest branża płatności elektronicznych i jej główni dostawcy efekt działalności branży może odgrywać większą rolę.

Inne korzyści społeczne

Płatności elektroniczne, obok różnych efektów ekonomicznych, mogą generować także **dotądowe korzyści społeczne, takie jak zmniejszenie nierówności i ubóstwa, ograniczenie śladu środowiskowego oraz ograniczenie ryzyka zdrowotnego** przedstawione na schemacie 10.

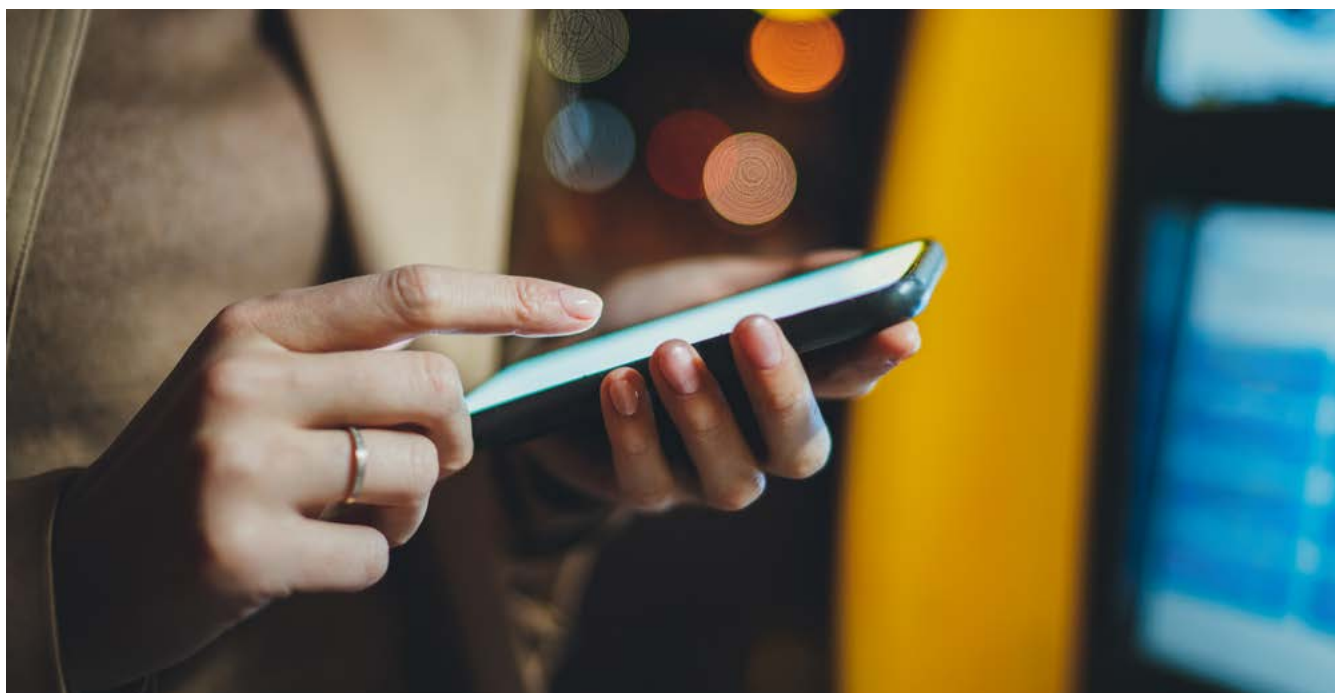
Schemat 10.

Przykłady dodatkowych korzyści społecznych płatności cyfrowych

Zmniejszanie nierówności i ubóstwa	Zmniejszenie śladu środowiskowego (np. węglowego)	Ograniczanie ryzyka zdrowotnego (np. w czasie pandemii COVID-19)
<p>Płatności elektroniczne mogą zmniejszać nierówności i ubóstwo m.in. dzięki poprawianiu dostępu do rynków dla mieszkańców odległych obszarów i obniżaniu cen detalicznych (poprzez handel online i związany z nim wzrost konkurencji), tworzeniu nowych miejsc pracy i zwiększaniu dostępności usług finansowych dla gospodarstw domowych¹. Płatności elektroniczne zwiększają również bezpieczeństwo transakcji. Wszystkie te efekty mogą być szczególnie istotne dla grup wykluczonych.</p>	<p>Istniejące badania pokazują, że płatności cyfrowe mogą mieć mniejszy wpływ na środowisko niż płatności gotówkowe. Na przykład, badania przeprowadzone przez Oxford Economics wskazują, że płatności gotówkowe w punkcie sprzedaży mają 2,1-krotnie większy wpływ na współczynnik ocieplenia globalnego (GWP) we Włoszech, 5,9-krotnie w Niemczech i 23,6-krotnie w Finlandii niż płatności cyfrowe². Wpływ płatności elektronicznych na środowisko zależy od miksu energetycznego w kraju, więc można go obniżyć, wykorzystując energię ze źródeł odnawialnych.</p>	<p>Transakcje bezgotówkowe umożliwiają zamawianie online niezbędnych artykułów podczas kwarantanny lub lockdownu. Zakupy online pozwalają również osobom szczególnie zagrożonym spędzać więcej czasu w domu bez narażania się na ryzyko zarażenia. Ponadto, płatności zbliżeniowe można wykorzystać do zwiększenia dystansu między sprzedającym a kupującym, a tym samym zmniejszyć ryzyko zarażenia.</p>

- 1 Zobacz przykładowo: Fan, J., Tang, L., Zhu, W., & Zou, B. (2018). The Alibaba Effect: Spatial Consumption Inequality and the Welfare Gains From E-commerce. *Journal of International Economics*, 114, 203-220. <https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2018.07.002> oraz The World Bank and Alibaba group Report (2019), E-commerce development: Experience from China oraz Ozili, P. K. (2018). Impact of Digital Finance on Financial Inclusion and Stability. *Borsa Istanbul Review*, 18 (4), 329-340. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2017.12.003>.
- 2 Oxford Economics (2024). The Environmental Impact of Digital Over Cash Payments in Europe. Commissioned by the European Digital Payments Industry Alliance (EDPIA).

Źródło: EY.



Wyzwania

Warto zauważyć, że **płatności elektroniczne generują także pewne wyzwania i ryzyka**, takie jak:

- **Nadmierne zadłużenie.** Łatwy dostęp do zewnętrznego finansowania z kart kredytowych i innych form elektronicznych płatności może prowadzić do nadmiernego zadłużenia niektórych gospodarstw domowych, co może też wpłynąć na stabilność systemu finansowego. Rozwiązaniem jest odpowiednia polityka makroostrożnościowa oraz edukacja i ochrona konsumentów przed niektórymi praktykami.
- **Kradzież tożsamości i danych.** Kluczowe znaczenie ma zapewnienie bezpieczeństwa danych osobowych, ponieważ kradzież tożsamości lub nieautoryzowany dostęp do danych płatniczych może nieść ze sobą poważne konsekwencje. W związku z tym:
 - Kraje wprowadzają przepisy, które uwzględniają znaczenie danych osobowych i zapewniają ochronę ofiarom przestępstw w tym obszarze.
 - Banki i dostawcy systemów płatniczych inwestują w cyberbezpieczeństwo i mechanizmy ochrony ofiar oszustw.
- **Monopolizacja rynków w internecie.** Chociaż płatności elektroniczne wspierają rozwój e-commerce, który niesie ze sobą wiele korzyści, to jednak generuje on również pewne zagrożenia. Na wielu rynkach związanych z internetem tylko niewielka liczba firm stała się globalnie dominująca, co może prowadzić do negatywnych skutków, takich jak wyższe ceny (renta monopolistyczna), ograniczona podaż i mniejsze bodźce do innowacji.
- **Zdarzenia ekstremalne.** Hipotetyczne całkowite wyeliminowanie gotówki jest ryzykowne, ponieważ zdarzają się przypadki, gdy płatności bezgotówkowe nie są dostępne. W szczególności, po ekstremalnych zdarzeniach, takich jak huragany, korzystanie z płatności elektronicznych może nie być możliwe ze względu na chwilowy brak prądu czy internetu.



3.3. Podejście do efektów ilościowych

Główną rolę w naszej analizie odgrywał **model ekonometryczny**. Jest to narzędzie statystyczne, które pozwoliło nam na oszacowanie wpływu udziału płatności elektronicznych w wydatkach gospodarstw domowych na PKB, jednocześnie kontrolując wpływ innych czynników wpływających na wzrost gospodarczy w różnych krajach. Obejmują one m.in. zasób kapitału fizycznego, cykl koniunkturalny i efektywność rządu. Nasz zbiór danych zawierał informacje z krajów OECD oraz Unii Europejskiej. Model obejmował łącznie 36 państw, na przestrzeni lat 2000-2019³¹.

Nasze makroekonomiczne podejście rozwiązuje **problem agregacji wpływu** (wykorzystania) płatności elektronicznych poprzez różne kanały. Podejście, w którym wszystkie kanały wpływu są analizowane oddzielnie, a następnie agregowane do jednego wyniku nie jest możliwe, ponieważ niektóre efekty są trudne do ilościowej identyfikacji, a inne efekty nakładają się na siebie, przez co nie można ich sumować.

Innym ważnym problemem przy analizie wpływu płatności elektronicznych na wzrost gospodarczy jest tzw. **problem „jajka i kury”**. W tym przypadku dotyczy on tego, że wzrost gospodarczy może także stymulować rozwój płatności elektronicznych. Dlatego zastosowaliśmy specjalny estymator ekonometryczny (uogólnioną metodę momentów Blundella-Bonda, system GMM), który pomaga w otrzymaniu jednokierunkowego wyniku, który można rozpatrywać w kategoriach przyczynowo-skutkowych. W ramach analizy odporności otrzymanych wyników rozważyliśmy wiele modeli ekonometrycznych i przeprowadziliśmy weryfikację statystyczną, aby wybrać model bazowy, który ma najlepsze właściwości i daje najbardziej wiarygodne wyniki.

Nasze badanie wskazuje, że przeciętnie rzecz biorąc, wzrost udziału płatności elektronicznych w wartości wydatków konsumpcyjnych gospodarstw domowych o 10 pkt. proc. prowadzi do wzrostu PKB per capita o 1,2%, przy pozostałych czynnikach niezmiennych. Po podstawieniu do tej relacji danych (lub scenariuszy) dot. płatności BLIK oraz konsumpcji gospodarstw domowych w Polsce oraz przyjęciu kilku dodatkowych założeń, otrzymaliśmy wskazane dalej wyniki. Więcej szczegółów znajduje się w załącznikach technicznych do niniejszego opracowania.



31 Analiza nie została rozszerzona poza te lata z dwóch powodów. Po pierwsze, lata 2020-2021 były wyjątkowo nietypowe z powodu pandemii COVID-19, która zakłóciła relacje między różnymi czynnikami ekonomicznymi i spowodowała mniej wiarygodne dane statystyczne. Po drugie, uwzględnienie kilku dodatkowych lat nie powinno znacząco wpłynąć na wyniki szacunków.

3.4. Oszacowany wpływ płatności BLIK na gospodarkę

Szacunki EY wskazują, że **korzystanie z płatności BLIK wspierało generowanie około 1,2% PKB** (42 mld zł) w Polsce w 2024 roku³². Taka wartość produkcji przekłada się na około 700 zł rocznego dochodu na osobę, 15 mld zł dochodów sektora finansów publicznych (podatków i składek) oraz 200 tys. miejsc pracy (zob. schemat 11). 1,2% PKB to mniej więcej tyle, ile polscy konsumenci wydają na usługi noclegowe i zorganizowane wakacje albo państwo polskie przeznaczają na szkolnictwo wyższe. Korzystając z wcześniejszego szacunku dla 2023 r., zakładamy, że około 45% tych wielkości to efekty netto, wynikające z dodatkowo wygenerowanych przez BLIK płatności elektronicznych w gospodarce. Przykładowo, **gdyby BLIK nie istniał, wartość wspieranej produkcji w Polsce byłaby niższa o ok. 0,5% PKB** (19 mld zł).

Dodatkowo, strategia operatora systemu ambitnie zakłada ponad dwukrotny wzrost wartości płatności BLIK do 2027 roku³³. Szacujemy, że gdyby udało się to zrealizować a gospodarka Polski rozwijała się zgodnie z dostępnymi prognozami, to **odsetek wspieranej aktywności ekonomicznej wzrósłby do 2,1% PKB**. Wartość efektu netto, choć mniejsza, pozostaje nieznaną dla tego typu perspektywy czasowej.

Analizowane efekty można podsumować także z wykorzystaniem tzw. **mnożników**, czyli wpływu zmiany wartości płatności BLIK o 1% na przeciętny wzrost różnych miar aktywności ekonomicznej (zob. schemat 12).

Schemat 11.

Efekty ekonomiczne wspierane przez płatności BLIK w 2024 roku

	PKB	Dochód roczny per capita
	19-42	320-710
	mld zł	zł
	Zatrudnienie	Dochody sektora finansów publicznych
Efekt netto i efekt wszystkich transakcji BLIK	90-201	6,6-14,6
	tys. osób	mld zł

Przekłada się na:

Udział w krajowej aktywności gospodarczej

0,5%-1,2%

Źródło: EY.

32 Nasze efekty zostały oszacowane dla PKB, a następnie przeliczone na efekty dla zatrudnienia, dochodów indywidualnych i dochodów podatkowych, wykorzystując średnie wskaźniki między PKB a tymi zmiennymi w analizowanym kraju. W takim podejściu udziały tych efektów w sumie dla różnych miar aktywności ekonomicznej są takie same.

33 W porównaniu do 2024 roku. Są to wzrosty o ok. 115% w e-commerce, 130% w POS oraz, choć charakter tych operacji jest nieco inny, o 225% w P2P.

Schemat 12.

Mnożniki wpływu BLIK na gospodarkę Polski w porównaniu do 2024 roku

Wzrost wspieranej aktywności gospodarczej w Polsce:

PKB	Dochód roczny per capita
0,4 mld zł	7,1 zł
Zatrudnienie	Dochody sektora finansów publicznych
2,0 tys.	0,1 mld zł

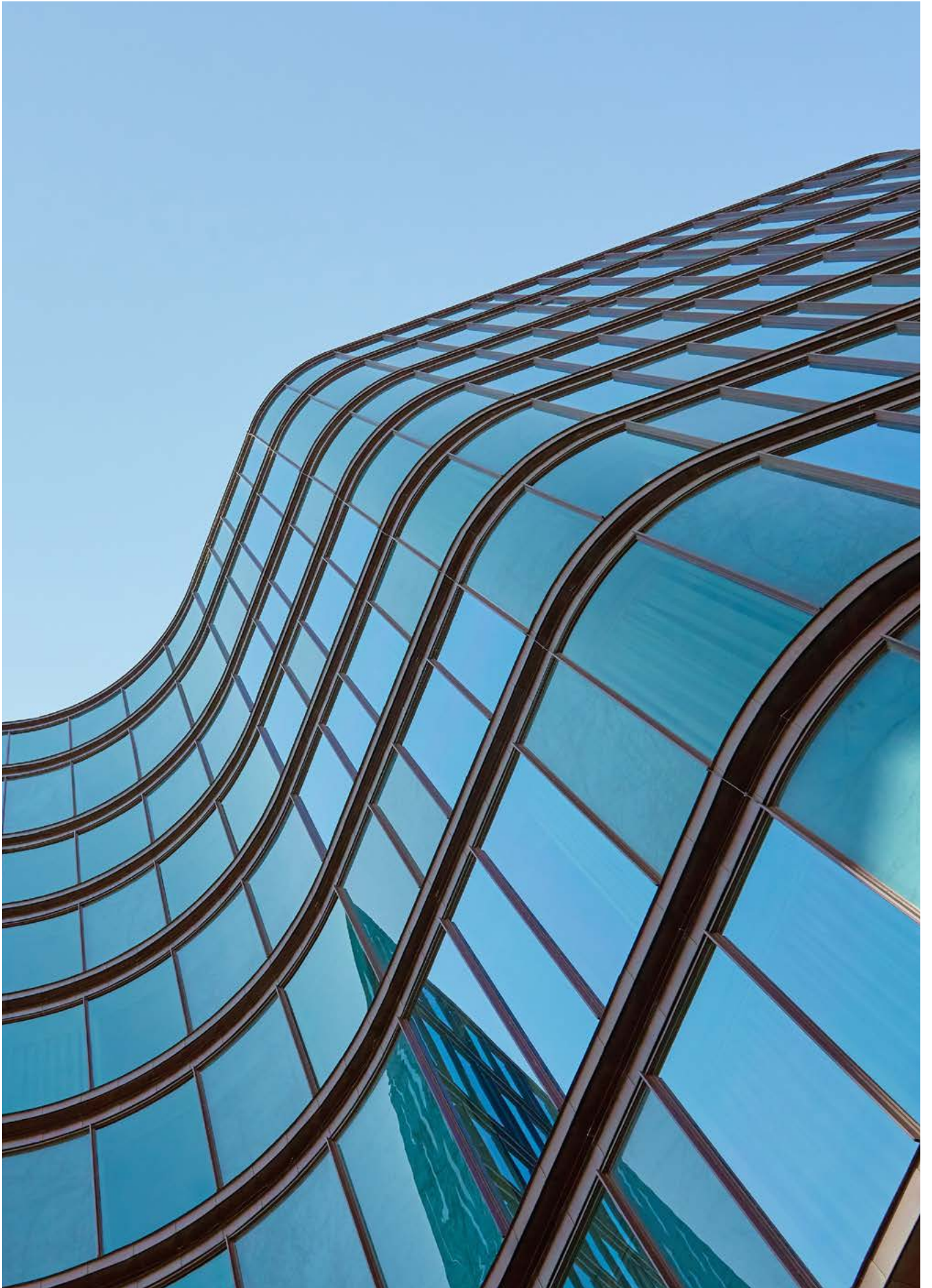
Wzrost wartości płatności BLIK o 1%

Źródło: EY.

Należy podkreślić, że przedstawione wyżej liczby obrazują łączny, **wielokanałowy wpływ płatności BLIK**. Ze względu na korelację między popularnością różnych form płatności elektronicznych, e-commerce, rozwojem internetu i powiązаныmi aktywnościami w gospodarce, trudno jest wyróżnić ich indywidualne kontrybucje. Analiza ekonometryczna oparta na danych obserwacyjnych, taka jak zastosowana

w tym opracowaniu, jest naszym zdaniem najlepszą dostępną metodą badawczą. Obarczona jest ona jednak niepewnością, zwłaszcza w kontekście badania przyczynowości. W związku z tym przedstawione szacunki należy interpretować ostrożnie, jako obrazujące możliwą skalę analizowanych efektów oraz potencjalnie uzależnione od dodatkowych czynników.





4

**Efekty
e-commerce
dla gospodarki
i rola BLIKA**

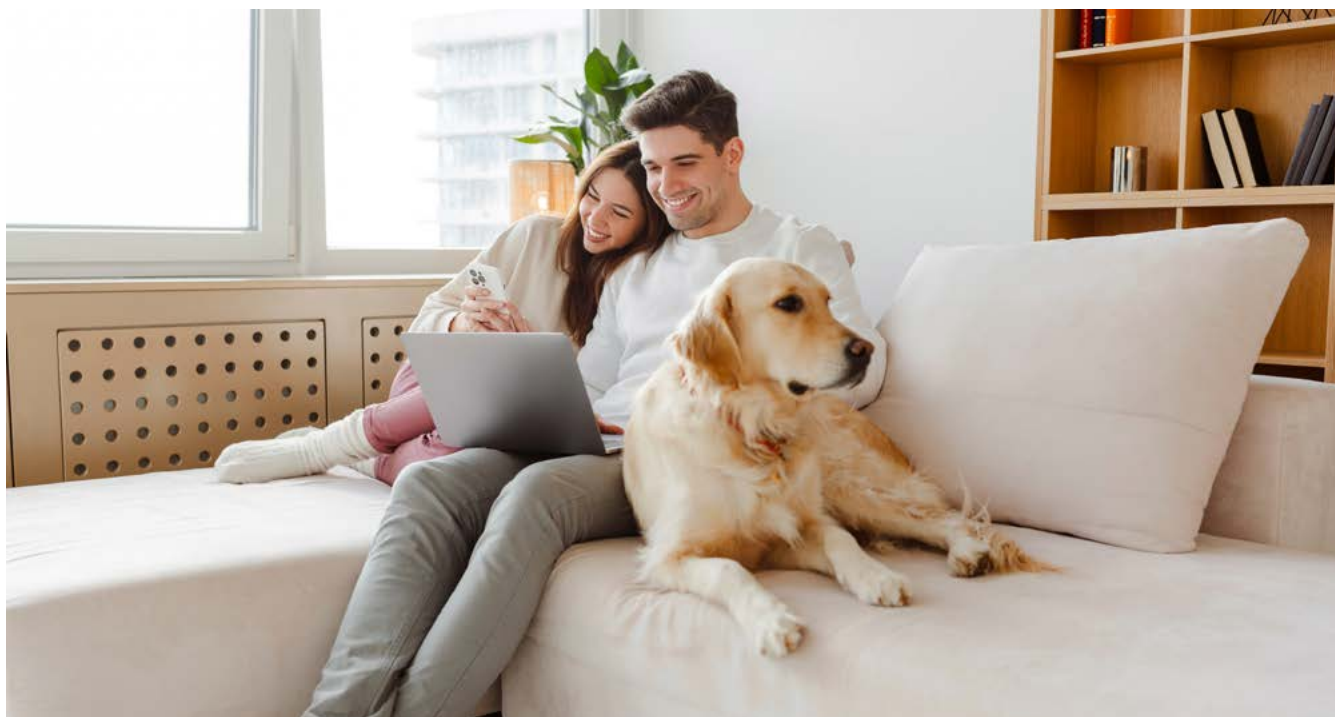


W rozdziale trzecim analizowaliśmy łączny, wielokanałowy wpływ BLIKA jako metody płatności bezgotówkowej na gospodarkę. W tej części skupiamy się na jego oddziaływaniu poprzez zwiększanie znaczenia sektora e-commerce, gdzie BLIK odgrywa kluczową rolę, czyli podkategorii wcześniej analizowanych efektów. Rozdział rozpoczynamy krótkim przypomnieniem funkcji, jaką pełni BLIK w rozwoju handlu online, omówionej szerzej w rozdziale pierwszym. Następnie przedstawiamy różne mechanizmy wpływu e-commerce na gospodarkę. Dalej skupiamy się na oszacowaniu, jak e-commerce przyczynia się do obniżenia kosztów działalności przedsiębiorstw handlowych oraz jaką część z tych efektów może wspierać BLIK. Na koniec badamy skutki tego typu zmian w kontekście całej gospodarki.

4.1. Znaczenie BLIKA w polskim e-commerce

Mimo że e-commerce jest obecny na rynku od wielu lat, niski poziom zaufania części konsumentów do zakupów online pozostaje istotnym problemem, ograniczając ich zaangażowanie w transakcje internetowe. Problem ten obejmuje brak pewności co do jakości produktów, brak gotowości klientów do korzystania z tego rodzaju usług oraz obawy związane z bezpieczeństwem transakcji³⁴. Badania wskazują, że istotnym czynnikiem przyspieszającym adopcję e-commerce, szczególnie w krajach rozwijających się, są narzędzia zwiększające zaufanie konsumentów oraz ułatwiające dokonywanie transakcji³⁵.

W kontekście Polski, BLIK można uznać za przykład innowacyjnego rozwiązania, które spełnia tego typu warunki. Aż 50% wartości transakcji w polskim e-commerce realizowanych jest za pomocą BLIK (zob. wykres 11). Prostota użytkowania, szybkość oraz szeroka dostępność tej metody płatności znacząco zwiększają wygodę konsumentów, a jednocześnie budują poczucie bezpieczeństwa podczas dokonywania transakcji online. Dzięki temu konsumenci, którzy wcześniej obawiali się płatności internetowych, częściej decydują się na zakupy w sieci, co przyczynia się do wzrostu rynku e-commerce w Polsce.



34 Chawla, N., & Kumar, B. (2021). E-Commerce and Consumer Protection in India: The Emerging Trend. *Journal of Business Ethics*, 180(2), 581-604. <https://doi.org/10.1007/s10551-021-04884-3>.

35 Hendricks, S., & Mwapwele, S. D. (2023). A Systematic Literature Review on the Factors Influencing E-commerce Adoption in Developing Countries. *Data and Information Management*, 8(1), 100045. <https://doi.org/10.1016/j.dim.2023.100045>.

4.2. Kanały oddziaływania e-commerce

E-commerce kształtuje gospodarkę poprzez różne mechanizmy, wspierając jej transformację i rozwój. Korzyści płynące z tego sektora obejmują między innymi zwiększenie zasięgu rynkowego, stymulowanie innowacyjności, poprawę produktywności oraz redukcję kosztów operacyjnych. W tym rozdziale omówimy różne kanały wpływu e-commerce na gospodarkę, uwzględniając najważniejsze aspekty tego oddziaływania.

Innowacyjność

E-commerce stymuluje innowacje zarówno w zakresie technologii, jak i procesów biznesowych. Firmy działające w tym sektorze często inwestują w nowe rozwiązania, takie jak zaawansowane systemy zarządzania danymi, personalizacja oferty czy automatyzacja obsługi klienta. Równocześnie presja konkurencyjna, typowa dla handlu elektronicznego, zmusza przedsiębiorstwa do ciągłego doskonalenia swoich produktów i usług³⁶. W rezultacie e-commerce działa jako katalizator postępu technologicznego, co przynosi korzyści nie tylko firmom, ale także konsumentom, którzy zyskują lepsze doświadczenia zakupowe i większy wybór³⁷. Ilościowe zmierzenie tych korzyści jest jednak trudne ze względu na ich złożoność i różnorodność.

Zasięg rynkowy

E-commerce znacząco zwiększa dostępność dóbr i usług zarówno na poziomie krajowym, jak i międzynarodowym - zasięg rynkowy jest jednym z jego najważniejszych kanałów wpływu na gospodarkę. W skali krajowej handel elektroniczny pozwala konsumentom uzyskać dostęp do szerszego wachlarza produktów i usług, które wcześniej były dostępne jedynie w dużych aglomeracjach. Z kolei na poziomie międzynarodowym e-commerce otwiera przed lokalnymi przedsiębiorcami możliwość

handlu na globalną skalę³⁸. Badanie Komisji Europejskiej³⁹ wskazuje, że ograniczenie barier w międzynarodowym handlu dobrami, wynikające z rozwoju e-commerce w UE, przyczyniło się do wzrostu PKB Polski o 0,24%. Jednak w związku z koncentracją na handlu międzynarodowym, zastosowane podejście nie jest raczej adekwatne do specyfiki e-commerce w Polsce⁴⁰.

Produktywność i redukcja kosztów operacyjnych

E-commerce przekształca model sprzedaży, eliminując wiele kosztów związanych z fizyczną infrastrukturą i wprowadzając nowoczesne rozwiązania technologiczne. Automatyzacja kluczowych procesów, takich jak zarządzanie magazynem, realizacja zamówień czy obsługa klienta, pozwala firmom na lepsze wykorzystanie zasobów⁴¹. Jednocześnie rezygnacja z kosztów wynajmu powierzchni handlowych czy zmiana roli personelu, który zamiast pracy w sklepie stacjonarnym koncentruje się na bardziej produktywnej obsłudze sprzedaży online lub innych zadaniach, prowadzi do znacznych oszczędności. Badania wskazują, że firmy e-commerce osiągają wyższą wydajność i produktywność⁴².

W dalszej części rozdziału przedstawiamy analizę, która pozwoli zrozumieć, jak BLIK, wspierając e-commerce, wpływa na koszty działalności przedsiębiorstw oraz jakie są ekonomiczne skutki tych zmian w perspektywie całej gospodarki. Koncentrujemy się na tym aspekcie ze względu na dostępność danych oraz podejścia umożliwiającego przybliżenie tego wpływu. Pozostałe obszary oddziaływania BLIK związane z e-commerce, które również mogą generować pozytywne efekty, pozostają poza zakresem naszej analizy ilościowej.

-
- 36 Lekmat, L. (2018). Antecedents of E-commerce Adoption in Thai SMEs. *UTCC International Journal of Business and Economics*, 10(2).
- Mohtaramzadeh, M., Ramayah, T., & Jun-Hwa, C. (2017). B2B E-commerce Adoption in Iranian Manufacturing Companies: Analyzing the Moderating Role of Organizational Culture. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 34(7), 621-639. <https://doi.org/10.1080/10447318.2017.1385212>
- 37 Lekmat, L. (2018). Antecedents of E-commerce Adoption in Thai SMEs. *UTCC International Journal of Business and Economics*, 10(2).
- 38 Kordić, N. (2014). The Extent of E-commerce Presence in Developing Countries. In *Sinteza 2014 - Impact of the Internet on Business Activities in Serbia and Worldwide*. <https://doi.org/10.15308/sinteza-2014-313-317>
- 39 Cardona, M., Duch-Brown, N., Francois, J., Martens, B., Yang, F. (2015). *The Macro-Economic Impact of E-commerce in the EU Digital Single Market* (JRC Working Papers on Digital Economy No. 2015/09). European Commission.
- 40 W badaniu założono, że handel zagraniczny w krajach UE reaguje w podobny sposób na upowszechnienie e-commerce. Jednak w Polsce udział handlu zagranicznego w e-commerce jest wyjątkowo niski - większość transakcji odbywa się w ramach krajowych zakupów. Sugeruje to, że uzyskany dla Polski szacunek dotyczący wpływu e-commerce na wzrost PKB może być nieprecyzyjny.
- 41 Mohtaramzadeh, M., Ramayah, T., & Jun-Hwa, C. (2017). B2B E-commerce Adoption in Iranian Manufacturing Companies: Analyzing the Moderating Role of Organizational Culture. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 34(7), 621-639. <https://doi.org/10.1080/10447318.2017.1385212>
- 42 Lekmat, L. (2018). Antecedents of E-commerce Adoption in Thai SMEs. *UTCC International Journal of Business and Economics*, 10(2).
- Mohtaramzadeh, M., Ramayah, T., & Jun-Hwa, C. (2017). B2B E-commerce Adoption in Iranian Manufacturing Companies: Analyzing the Moderating Role of Organizational Culture. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 34(7), 621-639. <https://doi.org/10.1080/10447318.2017.1385212>

4.3. Zmiany kosztów w sektorze handlu

Możliwą rolę BLIKA w obniżeniu kosztów w sektorze handlu analizujemy w dwóch krokach. Wpierw szacujemy, jak przeniesienie działalności handlowej do internetu wpływa na obniżenie kosztów firm w sektorze handlu. Następnie analizujemy znaczenie systemu płatności BLIK w tym procesie.

E-commerce a redukcja kosztów

Przeniesienie sprzedaży do Internetu prowadzi do redukcji wielu kosztów, takich jak wydatki związane z wynajmem powierzchni handlowych czy obsługą klienta w tradycyjnych sklepach, co w efekcie przyczynia się do zwiększenia rentowności przedsiębiorstw. Skalę obniżenia kosztów szacujemy, wykorzystując dostępne agregaty danych dla firm prowadzących sprzedaż detaliczną. Przedstawiona w badaniu „Cost behavior in e-commerce firms”⁴³ struktura kosztów opracowana na podstawie zbioru danych AMADEUS⁴⁴ wskazuje, że średni koszt operacyjny firm świadczących usługi e-handlu jest niższy o 17,1% w porównaniu do tradycyjnych form sprzedaży⁴⁵. W naszej analizie różnicę tę traktujemy jako źródło wzrostu produktywności wynikającego z transformacji modelu biznesowego na bardziej efektywny kosztowo⁴⁶.

BLIK a rozwój e-commerce

W opisanym wyżej procesie transformacji działalności handlowej ważną rolę odgrywają nowoczesne usługi płatnicze, takie jak BLIK. Aby określić wpływ BLIKA na obniżenie kosztów, przeskalowaliśmy różnicę w kosztach operacyjnych, uwzględniając udział e-commerce w całkowitej sprzedaży detalicznej (zgodnie z danymi GUS - 8,9%)⁴⁷ oraz udział sprzedaży realizowanej za pomocą BLIK na polskim rynku e-commerce, który wynosi ok. 50% (zob. wykres 11). Na tej podstawie szacujemy, że e-commerce w Polsce mógł ograniczyć koszty operacyjne w sektorze handlu o około 1,5% do 2023 r., co oznacza oszczędności sięgające ok. 2,8 mld złotych. Ze względu na znaczący udział w e-handlu, płatności BLIKIEM mogły wspierać redukcję kosztów o około 0,74%. Na podstawie szacunków z rozdziału 2, zakładamy, że ok. 45% z tego to efekty netto, które nie miałyby miejsca, gdyby BLIK nie istniał.

Powyższe wielkości stanowią wkład do modelu równowagi ogólnej, który wykorzystano w celu oceny szerszych efektów ekonomicznych związanych z redukcją kosztów firm przez e-commerce, w tym wspieranej przez BLIKA.



43 Argilés-Bosch, J. M., García-Blandón, J., & Ravenda, D. (2022). Cost Behavior in E-commerce Firms. *Electronic Commerce Research*, 23(4), 2101-2134. <https://doi.org/10.1007/s10660-021-09528-2>

44 Baza Amadeus to międzynarodowa platforma danych stworzona przez Bureau van Dijk (obecnie część Moody's), która zawiera szczegółowe informacje o ponad 22 milionach firm z 43 krajów europejskich. Zbiór obejmuje dane finansowe, struktury własnościowe oraz klasyfikacje sektorowe, co pozwala na przeprowadzanie porównań między przedsiębiorstwami.

45 W obliczeniach uwzględniono także średnią wielkość przedsiębiorstw dla obu modeli sprzedaży.

46 Należy zaznaczyć, że przeprowadzone porównanie kosztów może być obciążone błędem, ponieważ proste zestawienie średnich kosztów nie uwzględnia innych czynników, takich jak lokalizacja czy rodzaj oferowanych produktów, które mogą wpływać na wyniki analizy.

47 Zgodnie z danymi GUS za 2024 rok, średni udział e-commerce w całkowitej sprzedaży detalicznej wyniósł 8,9%.

4.4. Szersze efekty ekonomiczne

W analizie wpływu redukcji kosztów w sektorze handlu, przedstawione powyżej oszacowania pełnią rolę punktu wyjścia do bardziej kompleksowej oceny ekonomicznych skutków. Samo obniżenie kosztów operacyjnych stanowi jedynie efekt pierwszego rzędu, który nie uwzględnia pełnego obrazu wpływu na inne aspekty gospodarki. Aby ocenić długofalowe efekty, wykorzystaliśmy makroekonomiczny model równowagi ogólnej. Należy przypomnieć, że nasza analiza obejmuje tylko jeden kanał wpływu e-commerce, tj. redukcję kosztów, a nie jego całościowy efekt.

Opisaną powyżej redukcję kosztów zastosowaliśmy jako impuls w modelu EY-UPGRADE, który opisuje interakcje między podmiotami w gospodarce, uwzględniając m.in. wpływ zmian kosztów na ceny, konsumpcję, handel, produkcję oraz inwestycje w różnych sektorach. Umożliwia nam to określenie pełniejszych skutków ekonomicznych innowacji. Wprowadzenie redukcji kosztów operacyjnych do modelu realizowane jest przez odpowiednie dostosowanie produktywności sektora handlu⁴⁸. Poniżej przedstawiamy wyniki dla kluczowych wskaźników gospodarczych. Należy podkreślić, że one są rezultatem średnio- i długoterminowych zmian, które ujawniają się po odpowiednich dostosowaniach w gospodarce⁴⁹. Więcej szczegółów dotyczących naszego podejścia znajduje się w załącznikach technicznych do niniejszego opracowania.

Zmiany sektorowe

Wykres 18 przedstawia zmiany w cenach oraz realnej produkcji w podziale na poszczególne sektory gospodarki. Redukcja kosztów w sektorze handlu prowadzi do spadku cen usług sprzedaży, co korzystnie wpływa zarówno na konsumentów, którzy zyskują dostęp do tańszych produktów, jak i na producentów innych dóbr i usług, którzy mogą obniżyć koszty związane z dystrybucją. Produkty sektorów, które w dużym stopniu polegają na usługach handlowych, takich jak przetwórstwo żywności czy lekki przemysł, również tanieją.

Mimo obniżenia kosztów, nie wszystkie ceny spadają. Dzieje się tak, ponieważ wzrost produktywności wywołuje tzw. efekt dochodowy – dzięki niższym cenom w handlu, konsumenci mogą przeznaczyć więcej środków na zakup różnych dóbr, co z kolei wywiera presję na ich ceny. Jest to szczególnie widoczne w sektorach niezwiązanych bezpośrednio z handlem, takich jak wydobywanie surowców czy pozostałe usługi⁵⁰, gdzie ceny rosną.

Dodatkowo, wzrost produktywności sektora handlu powoduje wzrost stopy zwrotu z kapitału w Polsce, co przyciąga inwestycje. Zjawisko to wpływa na popyt sektorowy. Przykładem może być reakcja budownictwa i usług użyteczności publicznej, które mają duży udział w wydatkach kapitałowych. Wzrost poziomu inwestycji powoduje, że popyt na produkty sektora wzrasta i obserwujemy wzrost produkcji przy jednoczesnym wzroście cen.



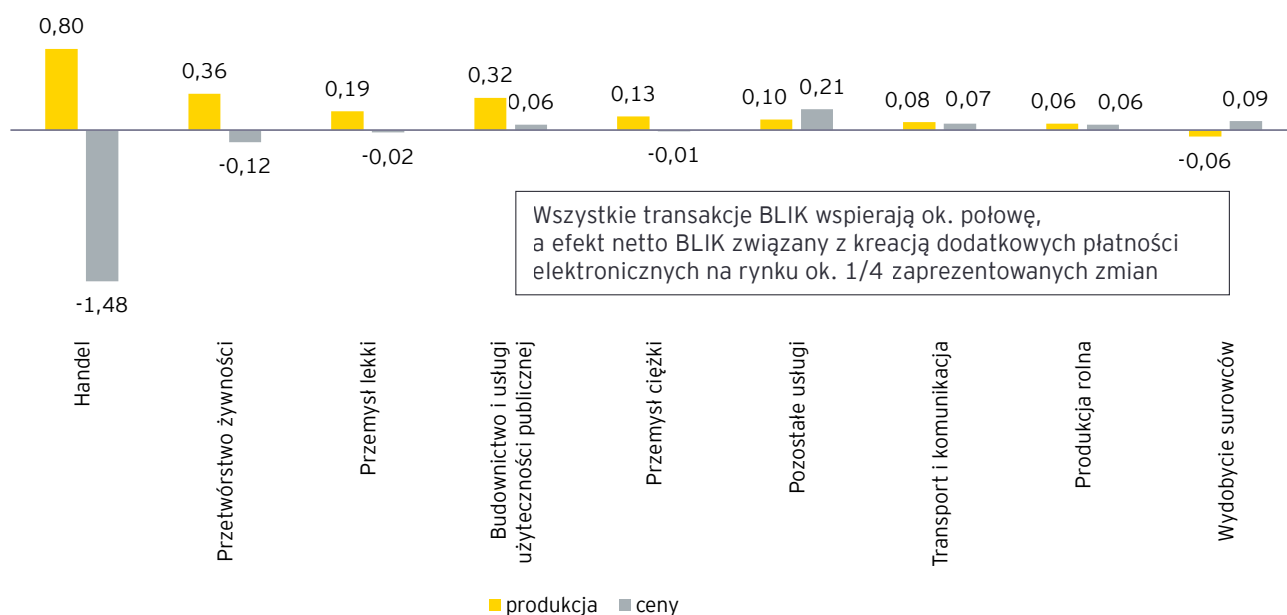
48 W modelu koszt sektora handlu jest zmienną endogeniczną (czyli zmienną, której wartość jest określana w wyniku działania modelu), co oznacza, że nie można nim bezpośrednio manipulować. Obniżka kosztów realizowana jest poprzez wzrost produktywności sektora, który prowadzi do zadanego spadku kosztów.

49 Z uwagi na fakt, że analizowane zmiany są ograniczonej skali, można oczekiwać, że dostosowania realizują się relatywnie szybko, tj. w perspektywie kilkuletniej.

50 Agregat "pozostałe usługi" obejmuje przede wszystkim usługi finansowe, administrację publiczną i obronę, edukację oraz opiekę zdrowotną i pracę socjalną.

Wykres 18.

Zmiana procentowa produkcji i cen sektorów w Polsce w reakcji na obniżenie kosztów sektora handlu przez e-commerce oraz rola BLIKA



Źródło: EY.



Zmiany makro

W ujęciu zagregowanym PKB Polski wzrasta o ok. 0,36%, z czego transakcje BLIKIEM mogą wspierać ok. 0,18% PKB (zob. wykres 19).

Produkcja sektora handlu odpowiada za około 1/4 całkowitego efektu⁵¹. Pozostała część wynika ze zwiększonej aktywności w innych sektorach gospodarki, co zostało wskazane powyżej.

Wzrost produktywności w sektorze handlu prowadzi do podniesienia stopy zwrotu z kapitału w Polsce, co z kolei zwiększa popyt inwestycyjny oraz poziom kapitału w gospodarce. W ujęciu zagregowanym inwestycje rosną o ok. 0,56%, a płatności z wykorzystaniem BLIKA mogą wspomagać ok. połowę wzrostu. Napływ kapitału stymuluje produkcję w sektorach takich jak budownictwo, co opisaliśmy w wynikach sektorowych.

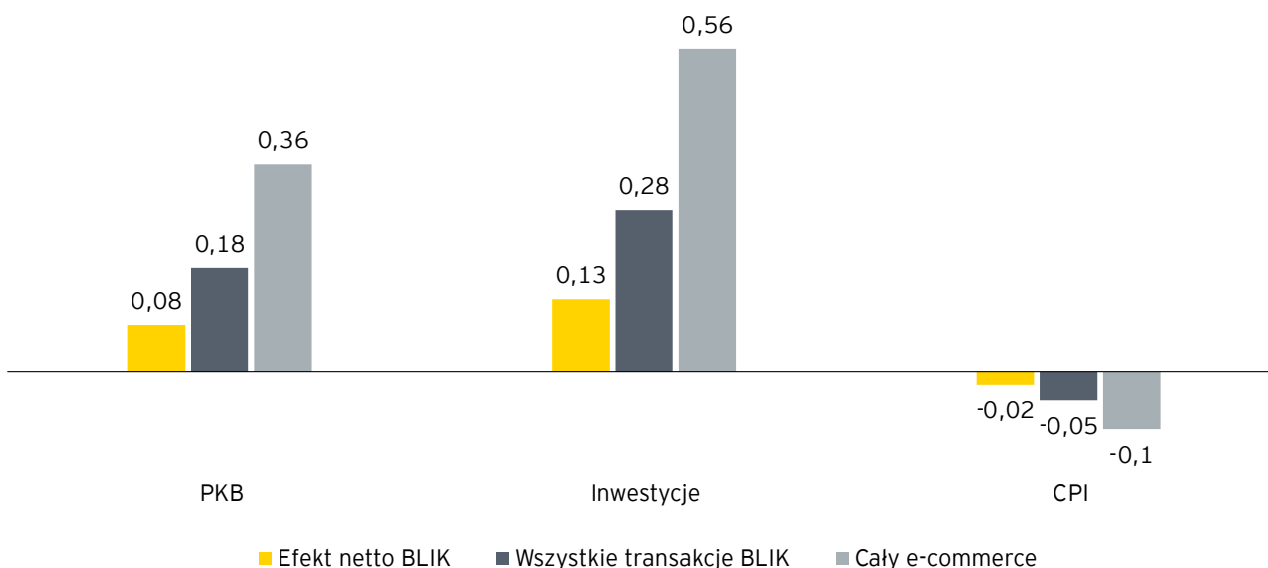
Model wskazuje również na spadek wskaźnika cen towarów i usług konsumpcyjnych (CPI) o ok. 0,10%. Sam BLIK wspiera obniżenie indeksu o ok. 0,05%. Spadek CPI jest przede wszystkim konsekwencją obniżenia cen w sektorze handlu. Aby zobrazować skalę wpływu, można powiedzieć, że gdyby cała ta zmiana zrealizowała się w ciągu ostatniego roku, inflacja byłaby niższa o 0,1 punktu procentowego.

Także w przypadku wskazanych wyżej zmian makro wspieranych przez BLIKA, około 45% to efekty netto, które nie byłyby wspierane w przypadku braku tego systemu w Polsce.

Przedstawiona analiza wskazuje, że nawet pojedynczy kanał oddziaływania BLIKA, taki jak sprzyjanie obniżce kosztów firm angażujących się w handel elektroniczny, może istotnie wpływać na funkcjonowanie gospodarki.

Wykres 19.

Zmiana procentowa podstawowych wskaźników makroekonomicznych w Polsce w reakcji na obniżenie kosztów sektora handlu przez e-commerce, w tym część wspierana przez BLIKA



Źródło: EY.

51 Wkład sektora obliczono jako zmianę produkcji przeważoną udziałem wartości dodanej tego sektora w całkowitej wartości dodanej (Gross Value Added, GVA).

Osoby kontaktowe



Dr Marek Rozkrut

Partner,
Główny Ekonomista EY
w regionie Europy i Azji Centralnej
Lider EY EMEA Economists Unit,
Lider Zespołu Analiz Ekonomicznych EY

marek.rozkrut@pl.ey.com
+48 508 018 368



Michał Kowalczyk

Menedżer w Zespole Analiz Ekonomicznych EY

michal.kowalczyk@pl.ey.com
+48 512 147 449



EY | Building a better working world

Celem działalności EY jest budowanie lepiej funkcjonującego świata poprzez wspieranie klientów, pracowników, społeczeństwa i planety w tworzeniu trwałych wartości oraz budowanie zaufania na rynkach kapitałowych.

Korzystając z danych, sztucznej inteligencji oraz zaawansowanych technologii zespoły EY pomagają klientom odważnie kształtować przyszłość i znajdować odpowiedzi na obecne i przyszłe wyzwania.

EY świadczy kompleksowe usługi w zakresie audytu, doradztwa, podatków, strategii i transakcji. Dzięki wiedzy sektorowej, globalnie połączonym, multidyscyplinarnym zespołom i różnorodnym partnerstwom EY może świadczyć usługi w ponad 150 krajach.

EY w Polsce to prawie 4000 specjalistów pracujących w 8 miastach: w Warszawie, Gdańsku, Katowicach, Krakowie, Łodzi, Poznaniu, Wrocławiu i Rzeszowie. Działając na polskim rynku co roku EY doradza tysiącom firm, zarówno małym i średnim przedsiębiorstwom, jak i największym korporacjom. Tworzy unikatowe analizy, dzieli się wiedzą, integruje środowisko przedsiębiorców oraz angażuje się społecznie.

Wszystko po to, aby z odwagą kształtować przyszłość.

Nazwa EY odnosi się do firm członkowskich Ernst & Young Global Limited, z których każda stanowi osobny podmiot prawny. Ernst & Young Global Limited, brytyjska spółka z odpowiedzialnością ograniczoną do wysokości gwarancji (company limited by guarantee) nie świadczy usług na rzecz klientów. Informacje na temat sposobu gromadzenia przez EY i przetwarzania danych osobowych oraz praw przysługujących osobom fizycznym w świetle przepisów o ochronie danych osobowych są dostępne na stronie ey.com/pl/pl/home/privacy. Firmy członkowskie EY nie prowadzą praktyki prawniczej, jeśli jest to zabronione przez prawo lokalne.

Poglądy stron trzecich przedstawione w niniejszym raporcie niekoniecznie odzwierciedlają poglądy globalnej organizacji EY ani jej firm członkowskich. Ponadto należy je rozpatrywać w kontekście czasu, w którym zostały wyrażone.

Analiza EY została przeprowadzona na podstawie publicznie dostępnych danych oraz wiedzy EY. EY nie przeprowadził audytu ani weryfikacji danych użytych w analizie.

Analizy EY oparte są m.in. na modelowaniu statystycznym, ekonometrycznym i/lub ekonomicznym. Z tego względu wyniki analiz należy traktować jako przybliżenie relacji występujących w rzeczywistości, warunkowe względem przyjętej metody analitycznej, wykorzystanych danych oraz założeń eksperckich. Ponadto wyniki analiz opierają się częściowo na danych historycznych oraz założeniach zewnętrznych lub eksperckich. EY nie składa żadnych oświadczeń ani zapewnień w zakresie możliwości utrzymania się tendencji historycznych w przyszłości ani w zakresie zasadności lub możliwości osiągnięcia założeń przyjętych w ramach niniejszego projektu. Zastrzegamy, że w przypadku zmiany założeń, wykorzystanych danych lub metod analitycznych, wyniki prowadzonych analiz mogłyby ulec zmianie w porównaniu do wyników przedstawionych w Raporcie.

Aby uzyskać więcej informacji, wejdź na www.ey.com/pl

© 2025 EYGM Limited.
Wszelkie prawa zastrzeżone.
SCORE: 00911-162

Niniejsza publikacja została sporządzona z należytą starannością, jednak z konieczności pewne informacje zostały podane w skróconej formie. W związku z tym publikacja ma charakter wyłącznie orientacyjny, a zawarte w niej dane nie powinny zastąpić szczegółowej analizy problemu lub profesjonalnego osądu. EY nie ponosi odpowiedzialności za jakiegokolwiek straty powstałe w wyniku czynności podjętych lub zaniechanych na podstawie niniejszej publikacji. Zalecamy, by wszelkie przedmiotowe kwestie były konsultowane z właściwym doradcą.

ey.com