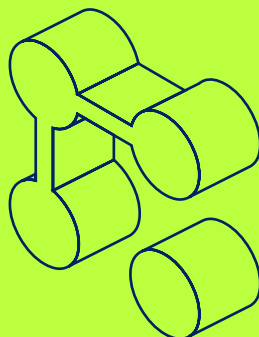




PMR DIGITAL
EXPERTS

RYNEK E-USŁUG W POLSCE 2025

Analiza rynku i prognozy rozwoju
na lata 2025-2030



© 1996–2025+ PMR MARKET EXPERTS

Spis treści

Ocena rynku e-usług w Polsce: streszczenie menedżerskie » 7

Ocena poszczególnych kategorii e-usług: stan obecny oraz prognozy rozwoju rynku na lata 2025-2030 » 20

Czynniki, które będą wpływały na rynek e-usług w Polsce » 21

Ogólne perspektywy makroekonomiczne » 21

Tempo wzrostu cen ogółem » 23

Rosnąca popularność internetu w Polsce » 24

Mobilność ludności » 25

Sytuacja na polskim rynku pracy » 26

Sytuacja materialna ludności w Polsce » 27

Sytuacja demograficzna w Polsce » 28

Otoczenie geopolityczne » 29

Kluczowe usługi klasyczne w e-dystrybucji: wartość, wolumen, subskrypcje, otoczenie konkurencyjne, profil konsumenta, formy płatności » 30

Usługi telekomunikacyjne » 30

Usługi ubezpieczeń » 39

Usługi beauty » 47

Food delivery » 54

Usługi fitness i sport » 60

E-zdrowie » 69

Q-commerce » 78

Usługi fintech » 89

E-bilety: transport/opłaty komunikacyjne: wartość, wolumen, subskrypcje, otoczenie konkurencyjne, profil konsumenta, formy płatności >> 96

- Bilety lotnicze >> **96**
- Komunikacja międzymiastowa >> **103**
- Opłaty za taksówkę (m-taxi) >> **111**
- Bilety kolejowe >> **117**
- Mobilne opłaty za parkowanie >> **125**
- Bilety na komunikację miejską >> **132**
- Współdzielona mobilność >> **140**

Kontent cyfrowy: wartość, wolumen, subskrypcje, otoczenie konkurencyjne, profil konsumenta, formy płatności >> 152

- Gry wideo >> **152**
- VOD&OTT >> **162**
- Muzyka cyfrowa >> **171**
- E-booki >> **180**
- Usługi randkowe >> **188**
- Treści dla dorosłych >> **196**
- Audiobooki >> **204**
- Prasa cyfrowa >> **213**

Ebilety: rozrywka: wartość, wolumen, subskrypcje, otoczenie konkurencyjne, profil konsumenta, formy płatności >> 221

- Bilety na wydarzenia muzyczne >> **225**
- Bilety na wydarzenia sportowe >> **231**
- Bilety do kina >> **239**
- Bilety do teatru >> **246**
- Bilety na kabarety i widowiska >> **251**

**Pozostałe usługi: wartość, wolumen, subskrypcje, otoczenie konkurencyjne,
profil konsumenta, formy płatności » 256**

Usługi turystyczne » **256**

E-hazard i e-Lotto » **263**

Usługi edukacyjne » **269**

Płatne ogłoszenia » **278**

Metodologia » 285

Spis grafik i tabel » 298

O PMR » 322

Spis grafik i tabel

Ocena rynku e-usług w Polsce: streszczenie menedżerskie » 7

Ocena poszczególnych kategorii e-usług: stan obecny oraz prognozy rozwoju rynku na lata 2025-2030 » 20

Prognoza PMR: PKB per capita oraz realna dynamika PKB w Polsce, 2021-2030 » 21

Prognoza PMR: Wskaźnik CPI w Polsce (% r/r), 2021-2030 » 23

Prognoza PMR: Odsetek osób w wieku 16-74 lat korzystających regularnie z internetu, odsetek osób korzystających z internetu w grupie wiekowej 65-74 lat (%) oraz odsetek osób kupujących online w ciągu ostatnich 12 miesięcy, 2021-2030 » 24

Prognoza PMR: Dynamika liczby pasażerów komunikacji miejskiej oraz pociągów w Polsce (% r/r), 2021-2030 » 25

Prognoza PMR: Średnioroczna stopa bezrobocia BAEL oraz realna dynamika przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia brutto w Polsce, 2021-2030 » 26

Prognoza PMR: Realna dynamika dochodu rozporządzalnego gospodarstw domowych w Polsce oraz konsumpcji prywatnej (% r/r), 2021-2030 » 27

Prognoza PMR: Liczba rezydentów w Polsce, udziały poszczególnych grup demograficznych oraz liczba rezydentów wraz z uchodźcami z Ukrainy, 2021-2030 » 28

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży usług telekomunikacyjnych w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 » 31

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży subskrypcji usług telekomunikacyjnych w Polsce, dynamika zmian oraz udział w sprzedaży usług telekomunikacyjnych online, 2019-2030 » 32

Prognoza PMR: Średnie miesięczne ARPU (zł netto) z subskrypcji usług telekomunikacyjnych w kanale internetowym w Polsce, 2019-2030 » 32

Prognoza PMR: Liczba RGU usług telekomunikacyjnych w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 » 33

Prognoza PMR: Liczba internetowych subskrypcji (RGUs) usług telekomunikacyjnych w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 » 34

- Prognoza PMR: Penetracja internetowymi usługami telekomunikacyjnymi (RGUs) wśród internautów w Polsce, 2019-2030 >>> **34**
- Analiza SWOT rynku internetowej sprzedaży usług telekomunikacyjnych w Polsce, 2025 >>> **35**
- Profil osób, które zakupiły usługę telekomunikacyjną w kanale online (%), 2024 >>> **35**
- Liczba dostawców, od których respondenci zakupili usługę telekomunikacyjną w kanale online (%), 2024 >>> **36**
- Odsetek respondentów, których wydatki na usługi telekomunikacyjne w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), 2024 >>> **37**
- Odsetek respondentów, którzy planują zakup usług telekomunikacyjnych w kanale online, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), I poł. 2025-I poł. 2026 >>> **37**
- Przychody czołowych dostawców usług telekomunikacyjnych w Polsce (mld zł), 2024 >>> **38**
- Popularność poszczególnych form płatności ogółem za usługi telekomunikacyjne w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 >>> **39**
- Struktura wartościowa sprzedaży usług telekomunikacyjnych ogółem w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 >>> **39**
- Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży ubezpieczeń w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 >>> **40**
- Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży subskrypcji ubezpieczeń w Polsce, dynamika zmian oraz udział w sprzedaży ubezpieczeń online, 2019-2030 >>> **41**
- Prognoza PMR: Średnie miesięczne ARPU (zł netto) z subskrypcji ubezpieczeń w kanale internetowym w Polsce, 2019-2030 >>> **41**
- Prognoza PMR: Liczba użytkowników ubezpieczeń w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 >>> **42**
- Prognoza PMR: Liczba internetowych subskrypcji usług ubezpieczeniowych w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 >>> **42**
- Prognoza PMR: Penetracja kupujących usługi ubezpieczeń w kanale internetowym wśród internautów w Polsce, 2019-2030 >>> **43**
- Analiza SWOT rynku internetowej sprzedaży ubezpieczeń w Polsce, 2025 >>> **43**
- Profil osób, które zakupiły usługę ubezpieczeniową w kanale online (%), 2024 >>> **43**
- Liczba dostawców, od których respondenci zakupili usługę ubezpieczeniową w kanale online (%), 2024 >>> **44**

Odsetek respondentów, których wydatki na usługi ubezpieczeniowe zamówione w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), 2024 >>> **45**

Odsetek respondentów, którzy planują zakup usług ubezpieczeniowych w kanale online (%), I poł. 2025-I poł. 2026 >>> **46**

Popularność poszczególnych form płatności ogółem za ubezpieczenia w kanale internetowym w Polsce, 2024 >>> **47**

Struktura wartościowa sprzedaży ubezpieczeń ogółem w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 >>> **47**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży usług beauty w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 >>> **48**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników kupujących usługi beauty w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 >>> **49**

Prognoza PMR: Penetracja kupujących usługi beauty w kanale internetowym wśród internautów w Polsce, 2019-2030 >>> **49**

Analiza SWOT rynku internetowej sprzedaży usług beauty w Polsce, 2025 >>> **50**

Profil osób, które zakupiły usługę beauty w kanale online (%), 2024 >>> **50**

Liczba dostawców, od których respondenci zakupili usługę beauty w kanale online (%), 2024 >>> **51**

Odsetek respondentów, których wydatki na usługi beauty zamówione w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian (%), 2024 >>> **51**

Odsetek respondentów, którzy planują zakup usług beauty w kanale online (%), I poł. 2025-I poł. 2026 >>> **52**

Popularność poszczególnych form płatności za pojedyncze usługi beauty w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 >>> **53**

Struktura wartościowa sprzedaży usług beauty w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 >>> **53**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży usług food delivery w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 >>> **54**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników zamawiających usługi food delivery w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 >>> **55**

Prognoza PMR: Penetracja zamawiających usługi food delivery w kanale internetowym wśród internautów w Polsce (%), 2019-2030 >>> **55**

Analiza SWOT rynku food delivery online w Polsce, 2025 >>> **56**

Profil osób, które zakupiły usługę food delivery w kanale online (%), 2024 >>> **56**

Liczba dostawców, od których respondenci zakupili usługę food delivery w kanale online (%), 2024 >>> **57**

Odsetek respondentów, których wydatki na usługi food delivery w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian (%), 2024 >>> **58**

Odsetek respondentów, którzy planują zakup usług food delivery w kanale online (%), I poł. 2025-I poł. 2026 >>> **58**

Udziały w rynku głównych serwisów internetowych i aplikacji mobilnych oferujących usługi food delivery w kanale internetowym w Polsce, 2024 >>> **59**

Popularność poszczególnych form płatności ogółem za usługi food delivery w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 >>> **59**

Struktura wartościowa sprzedaży usług food delivery ogółem w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 >>> **60**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży usług fitness i sport w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 >>> **60**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży subskrypcji usług fitness i sport w Polsce, dynamika zmian oraz udział w sprzedaży usług fitness i sport online, 2019-2030 >>> **61**

Prognoza PMR: Średnie miesięczne ARPU (zł netto) z subskrypcji usług fitness i sport w kanale internetowym w Polsce, 2019-2030 >>> **62**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników kupujących usługi fitness i sport w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 >>> **63**

Prognoza PMR: Liczba internetowych subskrypcji karnetów sportowych oraz aplikacji sportowych i fitness w Polsce (mln), 2019-2030 >>> **63**

Prognoza PMR: Penetracja kupujących usługi fitness i sport w kanale internetowym wśród internautów w Polsce (%), 2019-2030 >>> **64**

Analiza SWOT rynku internetowej sprzedaży usług fitness i sport w Polsce, 2025 >>> **64**

Profil osób, które zakupiły usługę fitness i sport w kanale online (%), 2024 >>> **64**

Liczba dostawców, od których respondenci zakupili usługę fitness i sport w kanale online (%), 2024 >>> **66**

Odsetek respondentów, których wydatki na usługi fitness i sport zamówione w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), 2024 >>> **66**

Odsetek respondentów, którzy planują zakup usług fitness i sport w kanale online, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), I poł. 2025-I poł. 2026 >>> **67**

Liczba obiektów fitness wybranych sieci w Polsce, 2024 ➤ **68**

Popularność poszczególnych form płatności ogółem za usługi fitness i sport w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 ➤ **68**

Struktura wartościowa sprzedaży usług fitness i sport ogółem w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 ➤ **69**

Portfolio usług fitness i sport oferowanych przez MNO w ramach płatności Direct Billing, 2025 ➤ **69**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży usług e-zdrowia w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 ➤ **70**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży subskrypcji usług e-zdrowia w Polsce, dynamika zmian oraz udział w sprzedaży usług e-zdrowia online, 2019-2030 ➤ **71**

Prognoza PMR: Średnie miesięczne ARPU (zł netto) z subskrypcji usług e-zdrowia w kanale internetowym w Polsce, 2019-2030 ➤ **71**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników kupujących usługi e-zdrowia w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 ➤ **72**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników subskrybujących usługi e-zdrowia w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 ➤ **73**

Prognoza PMR: Penetracja kupujących usługi e-zdrowia w kanale internetowym wśród internautów w Polsce (%), 2019-2030 ➤ **73**

Analiza SWOT rynku internetowej sprzedaży usług e-zdrowia w Polsce, 2025 ➤ **74**

Profil osób, które zakupiły usługę e-zdrowia w kanale online (%), 2024 ➤ **74**

Liczba dostawców, od których respondenci zakupili usługę e-zdrowia w kanale online (%), 2024 ➤ **75**

Odsetek respondentów, których wydatki na usługi e-zdrowia zamówione w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), 2024 ➤ **76**

Odsetek respondentów, którzy planują zakup usług e-zdrowia w kanale online, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), I poł. 2025 – I poł. 2026 ➤ **76**

Przychody czołowych dostawców usług e-zdrowia, oferujących sprzedaż w kanale online w Polsce (mln zł), 2023 ➤ **77**

Popularność poszczególnych form płatności ogółem za usługi e-zdrowia w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 ➤ **78**

Struktura wartościowa sprzedaży usług e-zdrowia ogółem w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 ➤ **78**

Prognoza PMR: Wartość rynku q-commerce w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2021-2030 >>> **79**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników korzystających z usług q-commerce w Polsce oraz dynamika zmian, 2021-2030 >>> **80**

Prognoza PMR: Penetracja korzystających z usług q-commerce wśród internautów w Polsce (%), 2021-2030 >>> **81**

Analiza SWOT rynku q-commerce w Polsce, 2025 >>> **82**

Profil osób, które skorzystały z usług q-commerce w Polsce (%), 2024 >>> **82**

Liczba dostawców, od których respondenci zakupili usługę q-commerce (%), 2024 >>> **84**

Odsetek respondentów, których wydatki na usługi q-commerce wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), 2024 >>> **84**

Odsetek respondentów, którzy planują zakup usług q-commerce, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), I poł. 2025-I poł. 2026 >>> **85**

Zestawienie ofert wybranych firm q-commerce w Polsce, 2025 >>> **86**

Popularność poszczególnych form płatności ogółem za usługi q-commerce w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 >>> **88**

Struktura wartościowa sprzedaży usług q-commerce ogółem w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 >>> **88**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży subskrypcji usług fintech, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 >>> **89**

Prognoza PMR: Średnie miesięczne ARPU (zł netto) z subskrypcji usług fintech w Polsce, 2019-2030 >>> **90**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników usług fintech w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 >>> **91**

Prognoza PMR: Penetracja kupujących usługi fintech w kanale internetowym wśród internautów w Polsce, 2019-2030 >>> **91**

Analiza SWOT rynku internetowej sprzedaży usług fintech w Polsce, 2025 >>> **91**

Profil osób, które zakupiły usługę fintech w kanale online (%), 2024 >>> **92**

Liczba dostawców, od których respondenci zakupili usługę fintech w kanale online (%), 2024 >>> **93**

Odsetek respondentów, których wydatki na usługi fintech zamówione w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), 2024 >>> **93**

Odsetek respondentów, którzy planują zakup usług fintech w kanale online (%), I poł. 2025-I poł. 2026 >>> **94**

Gracze na polskim rynku usług fintech, według udziałów w liczbie płatnych użytkowników, 2024 >>> **94**

Popularność poszczególnych form płatności ogółem za usługi fintech w kanale internetowym w Polsce, 2024 >>> **95**

Struktura wartościowa sprzedaży usług fintech ogółem w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 >>> **95**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży biletów lotniczych w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 >>> **96**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników kupujących bilety lotnicze w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 >>> **97**

Prognoza PMR: Penetracja kupujących bilety lotnicze w kanale internetowym wśród internautów w Polsce (%), 2019-2030 >>> **98**

Analiza SWOT rynku internetowej sprzedaży biletów lotniczych w Polsce, 2025 >>> **98**

Profil osób, które zakupiły bilety lotnicze w kanale online (%), 2024 >>> **99**

Liczba dostawców, od których respondenci zakupili bilety lotnicze w kanale online (%), 2024 >>> **100**

Odsetek respondentów, których wydatki na bilety lotnicze zamówione w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian (%), 2024 >>> **100**

Odsetek respondentów, którzy planują zakup biletów lotniczych w kanale online (%), I poł. 2025-I poł. 2026 >>> **101**

Główni przewoźnicy oferujący zakup biletów lotniczych w kanale internetowym oraz przykładowe aplikacje mobilne internetowej sprzedaży biletów lotniczych w Polsce, 2025 >>> **101**

Popularność poszczególnych form płatności za pojedyncze zakupy biletów lotniczych w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 >>> **102**

Struktura wartościowa sprzedaży biletów lotniczych w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 >>> **102**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży biletów autobusowych międzymiastowych w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 >>> **103**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży subskrypcji biletów na komunikację autobusową międzymiastową w Polsce, dynamika zmian oraz udział w sprzedaży biletów na komunikację autobusową międzymiastową online, 2019-2030 >>> **104**

Prognoza PMR: Średnie miesięczne ARPU (zł netto) z subskrypcji biletów na komunikację autobusową międzymiastową w kanale internetowym w Polsce, 2019-2030 >>> **104**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników kupujących bilety autobusowe międzymiastowe w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 ➤➤ **105**

Prognoza PMR: Liczba internetowych subskrypcji biletów na komunikację autobusową międzymiastową w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 ➤➤ **105**

Prognoza PMR: Penetracja kupujących bilety autobusowe międzymiastowe w kanale internetowym wśród internautów w Polsce, 2019-2030 ➤➤ **106**

Analiza SWOT rynku internetowej sprzedaży biletów autobusowych międzymiastowych w Polsce, 2025 ➤➤ **106**

Profil osób, które zakupiły bilety na komunikację autobusową międzymiastową w kanale online (%), 2024 ➤➤ **106**

Liczba dostawców, od których respondenci zakupili bilety na komunikację autobusową międzymiastową w kanale online (%), 2024 ➤➤ **108**

Odsetek respondentów, których wydatki na bilety na komunikację autobusową międzymiastową zamówione w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), 2024 ➤➤ **108**

Odsetek respondentów, którzy planują zakup biletów na komunikację autobusową międzymiastową w kanale online (%), I poł. 2025-I poł. 2026 ➤➤ **109**

Główni przewoźnicy oferujący zakup biletów autobusowych międzymiastowych w kanale internetowym oraz przykładowe aplikacje mobilne internetowej sprzedaży biletów autobusowych międzymiastowych w Polsce ➤➤ **109**

Popularność poszczególnych form płatności ogółem za bilety autobusowe międzymiastowe w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 ➤➤ **110**

Struktura wartościowa sprzedaży biletów na komunikację autobusową międzymiastową ogółem w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 ➤➤ **110**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży usług taxi w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 ➤➤ **111**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników kupujących usługi taxi w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 ➤➤ **112**

Prognoza PMR: Penetracja kupujących usługi taxi w kanale internetowym wśród internautów w Polsce (%), 2019-2030 ➤➤ **112**

Analiza SWOT rynku internetowej sprzedaży usług taxi w Polsce, 2025 ➤➤ **113**

Profil osób, które zakupiły opłaty za taksówkę w kanale online (%), 2024 ➤➤ **113**

Liczba dostawców, od których respondenci zakupili usługę telekomunikacyjną w kanale online (%), 2024 ➤➤ **114**

Odsetek respondentów, których wydatki na opłaty za taksówkę zamówione w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian (%), 2024 >>> **115**

Odsetek respondentów, którzy planują zakup usług m-taxi w kanale online (%), I poł. 2025-I poł. 2026 >>> **115**

Popularność poszczególnych form płatności za pojedyncze zakupy usług m-taxi w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 >>> **116**

Struktura wartościowa sprzedaży usług m-taxi w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 >>> **117**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży biletów kolejowych w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 >>> **117**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży subskrypcji biletów kolejowych w Polsce, dynamika zmian oraz udział w sprzedaży biletów kolejowych online, 2019-2030 >>> **118**

Prognoza PMR: Średnie miesięczne ARPU (zł netto) z subskrypcji biletów kolejowych w kanale internetowym w Polsce, 2019-2030 >>> **119**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników kupujących bilety kolejowe w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 >>> **120**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników subskrybujących bilety kolejowe w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 >>> **120**

Prognoza PMR: Penetracja kupujących bilety kolejowe w kanale internetowym wśród internautów w Polsce (%), 2019-2030 >>> **120**

Analiza SWOT rynku internetowej sprzedaży biletów kolejowych w Polsce, 2025 >>> **121**

Profil osób, które zakupiły bilet kolejowy w kanale online (%), 2024 >>> **121**

Liczba dostawców, od których respondenci zakupili bilety kolejowe w kanale online (%), 2024 >>> **122**

Odsetek respondentów, których wydatki na bilety kolejowe zamówione w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), 2024 >>> **123**

Odsetek respondentów, którzy planują zakup biletów kolejowych w kanale online (%), I poł. 2025-I poł. 2026 >>> **123**

Główni przewoźnicy oferujący zakup biletów kolejowych w kanale internetowym oraz przykładowe aplikacje mobilne internetowej sprzedaży biletów kolejowych w Polsce, 2025 >>> **124**

Popularność poszczególnych form płatności ogółem za bilety kolejowe w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 >>> **124**

Struktura wartościowa sprzedaży biletów kolejowych ogółem w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 >>> **125**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży biletów parkingowych w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 ➤➤ **125**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników kupujących bilety parkingowe w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 ➤➤ **126**

Prognoza PMR: Penetracja kupujących bilety parkingowe w kanale internetowym wśród internautów w Polsce, 2019-2030 ➤➤ **127**

Analiza SWOT rynku internetowej sprzedaży biletów parkingowych w Polsce, 2025 ➤➤ **127**

Profil osób, które zakupiły bilety parkingowe w kanale online (%), 2024 ➤➤ **128**

Liczba dostawców, od których respondenci zakupili bilety parkingowe w kanale online (%), 2024 ➤➤ **129**

Odsetek respondentów, których wydatki na bilety parkingowe zamówione w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian (%), 2024 ➤➤ **129**

Odsetek respondentów, którzy planują zakup biletów parkingowych zamówionych w kanale online (%), I poł. 2025-I poł. 2026 ➤➤ **130**

Popularność poszczególnych form płatności za pojedyncze zakupy biletów parkingowych w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 ➤➤ **131**

Struktura wartościowa sprzedaży biletów parkingowych ogółem w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 ➤➤ **131**

Portfolio usług dostępu do aplikacji biletów parkingowych oferowanych przez MNO w ramach płatności Direct Billing ➤➤ **132**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży biletów na komunikację miejską w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 ➤➤ **132**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży subskrypcji biletów na komunikację miejską w Polsce, dynamika zmian oraz udział w sprzedaży biletów na komunikację miejską ogółem, 2019-2030 ➤➤ **133**

Prognoza PMR: Średnie miesięczne ARPU (zł netto) z subskrypcji biletów na komunikację miejską w kanale internetowym w Polsce, 2019-2030 ➤➤ **133**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników kupujących bilety na komunikację miejską w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 ➤➤ **134**

Prognoza PMR: Liczba internetowych subskrypcji biletów na komunikację miejską w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 ➤➤ **135**

Prognoza PMR: Penetracja kupujących bilety na komunikację miejską w kanale internetowym wśród internautów w Polsce (%), 2019-2030 ➤➤ **135**

Analiza SWOT rynku internetowej sprzedaży biletów na komunikację miejską w Polsce, 2025 ➤➤ **136**

Profil osób, które zakupiły bilety na komunikację miejską w kanale online (%), 2024 >>> **136**

Liczba dostawców, od których respondenci zakupili bilety na komunikację miejską w kanale online (%), 2024 >>> **137**

Odsetek respondentów, których wydatki bilety na komunikację miejską w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), 2024 >>> **138**

Odsetek respondentów, którzy planują zakup biletów na komunikację miejską w kanale online, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), I poł. 2025-I poł. 2026 >>> **138**

Popularność poszczególnych form płatności ogółem za bilety na komunikację miejską w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 >>> **139**

Struktura wartościowa sprzedaży biletów na komunikację miejską ogółem w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 >>> **140**

Portfolio usług sprzedaży biletów na komunikację miejską oferowanych przez MNO w ramach płatności Direct Billing, 2025 >>> **140**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży usług współdzielonej mobilności w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 >>> **141**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży usług współdzielonej mobilności w Polsce w podziale na segmenty, dynamika zmian oraz udział w rynku usług współdzielonej mobilności w Polsce, 2019-2030 >>> **141**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników kupujących usługi współdzielonej mobilności w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 >>> **142**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników kupujących usługi współdzielonej mobilności w kanale internetowym w Polsce w podziale na segmenty oraz dynamika zmian, 2019-2030 >>> **143**

Prognoza PMR: Penetracja kupujących usługi współdzielonej mobilności w kanale internetowym wśród internautów w Polsce (%), 2019-2030 >>> **143**

Analiza SWOT rynku współdzielonej mobilności w Polsce, 2025 >>> **144**

Profil osób, które zakupiły usługę wynajmu rowerów miejskich w kanale online (%), 2024 >>> **144**

Liczba dostawców, od których respondenci zakupili usługę wynajmu rowerów miejskich w kanale online (%), 2024 >>> **145**

Odsetek respondentów, których wydatki na usługi wynajmu rowerów miejskich zamówione w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian (%), 2024 >>> **146**

Odsetek respondentów, którzy planują zakup usług wynajmu rowerów miejskich w kanale online (%), I poł. 2025 – II poł. 2026 >>> **146**

Profil osób, które zakupiły usługę wynajmu hulajnóg elektrycznych lub carsharing w kanale online w 2024 r. (%), 2025 ➤➤ **147**

Liczba dostawców, od których respondenci zakupili usługę wynajmu hulajnóg elektrycznych lub carsharing w kanale online (%), 2024 ➤➤ **148**

Odsetek respondentów, których wydatki na usługi wynajmu hulajnóg elektrycznych lub carsharing zamówione w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian (%), 2024 ➤➤ **148**

Odsetek respondentów, którzy planują zakup usług wynajmu hulajnóg elektrycznych lub carsharing w kanale online (%), I poł. 2025–I poł. 2026 ➤➤ **149**

Główne serwisy internetowe i aplikacje mobilne oferujące współdzieloną mobilność w kanale internetowym w Polsce, 2025 ➤➤ **149**

Popularność poszczególnych form płatności za pojedyncze usługi wynajmu rowerów miejskich w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 ➤➤ **150**

Popularność poszczególnych form płatności za pojedyncze zakupy usług wynajmu hulajnóg elektrycznych/carsharing w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 ➤➤ **151**

Struktura wartościowa sprzedaży usług wynajmu rowerów miejskich w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 ➤➤ **151**

Struktura wartościowa sprzedaży usług wynajmu hulajnóg elektrycznych/carsharing w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 ➤➤ **152**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży gier cyfrowych w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 ➤➤ **153**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży subskrypcji gier cyfrowych w Polsce, dynamika zmian oraz udział w sprzedaży gier cyfrowych online, 2019-2030 ➤➤ **154**

Prognoza PMR: Średnie miesięczne ARPU (zł netto) z subskrypcji usług gier cyfrowych w kanale internetowym w Polsce, 2019-2030 ➤➤ **154**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników kupujących gry cyfrowe w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 ➤➤ **155**

Prognoza PMR: Liczba subskrybentów serwisów/platform gamingowych w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 ➤➤ **156**

Prognoza PMR: Penetracja kupujących gry cyfrowe w kanale internetowym wśród internautów w Polsce (%), 2019-2030 ➤➤ **156**

Analiza SWOT rynku internetowej sprzedaży gier cyfrowych w Polsce, 2025 ➤➤ **157**

Profil osób, które zakupiły cyfrowe wersje gier wideo w kanale online (%), 2024 ➤➤ **157**

Liczba dostawców, od których respondenci zakupili cyfrowe wersje gier wideo w kanale online (%), 2024 ➤➤ **158**

Odsetek respondentów, których wydatki cyfrowe wersje gier wideo w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), 2024 >>> **159**

Odsetek respondentów, którzy planują zakup cyfrowych wersji gier wideo w kanale online, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), I poł. 2025-I poł. 2026 >>> **159**

Wybrane platformy gamingowe oferujące dostęp do gier cyfrowych w Polsce, 2025 >>> **160**

Popularność poszczególnych form płatności ogółem za cyfrowe wersje gier wideo w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 >>> **161**

Struktura wartościowa sprzedaży cyfrowych wersji gier wideo ogółem w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 >>> **161**

Portfolio usług gier cyfrowych oferowanych przez MNO w ramach płatności Direct Billing, 2025 >>> **162**

Wartość internetowej sprzedaży usług VOD i OTT w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 >>> **162**

Wartość internetowej sprzedaży subskrypcji usług VOD i OTT w Polsce, dynamika zmian oraz udział w sprzedaży usług VOD i OTT online, 2019-2030 >>> **163**

Średnie miesięczne ARPU (zł netto) z subskrypcji usług SVOD w kanale internetowym w Polsce, 2019-2030 >>> **164**

Liczba użytkowników usług VOD i OTT w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 >>> **165**

Prognoza PMR: Penetracja kupujących usługi VOD i OTT w kanale internetowym wśród internautów w Polsce, 2019-2030 >>> **165**

Struktura liczby użytkowników usług VOD i OTT w kanale internetowym w Polsce, w podziale na subskrypcje i wyłącznie pojedyncze zakupy, 2019-2030 >>> **165**

Analiza SWOT rynku internetowej sprzedaży usług VOD i OTT w Polsce, 2025 >>> **166**

Profil osób, które zakupiły treści wideo w kanale online (%), 2024 >>> **166**

Liczba dostawców, od których respondenci zakupili treści wideo w kanale online (%), 2024 >>> **167**

Odsetek respondentów, których wydatki na treści wideo zamówione w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), 2024 >>> **168**

Odsetek respondentów, którzy planują zakup treści wideo w kanale online (%), I poł. 2025-I poł. 2026 >>> **168**

Główni gracze na polskim rynku usług VOD i OTT, według udziałów w liczbie płatnych użytkowników, 2024 >>> **169**

Popularność poszczególnych form płatności ogółem za usług VOD i OTT w kanale internetowym w Polsce, 2024 >>> **170**

Struktura wartościowa sprzedaży usług VOD i OTT ogółem w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 >>> **170**

Portfolio usług dostępu do serwisów streamingowych oferowanych przez MNO w ramach płatności Direct Billing >>> **171**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży muzyki cyfrowej w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 >>> **172**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży subskrypcji muzyki cyfrowej w Polsce, dynamika zmian oraz udział w internetowej sprzedaży muzyki cyfrowej, 2019-2030 >>> **173**

Prognoza PMR: Średnie miesięczne ARPU (zł netto) z subskrypcji usług muzyki cyfrowej w kanale internetowym w Polsce, 2019-2030 >>> **174**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników ogółem korzystających z subskrypcji muzyki cyfrowej w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 >>> **174**

Prognoza PMR: Penetracja korzystających z subskrypcji muzyki cyfrowej w kanale internetowym wśród internautów w Polsce (%), 2019-2030 >>> **175**

Analiza SWOT rynku internetowej sprzedaży muzyki cyfrowej w Polsce, 2025 >>> **175**

Profil osób, które zakupiły muzykę cyfrową w kanale online (%), 2024 >>> **176**

Liczba dostawców, od których respondenci zakupili muzykę cyfrową w kanale online (%), 2024 >>> **177**

Odsetek respondentów, których wydatki na muzykę cyfrową w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), 2024 >>> **177**

Odsetek respondentów, którzy planują zakup muzyki cyfrowej w kanale online, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), I poł. 2025-I poł. 2026 >>> **178**

Popularność poszczególnych form płatności ogółem za muzykę cyfrową w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 >>> **179**

Struktura wartościowa sprzedaży muzyki cyfrowej ogółem w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 >>> **179**

Portfolio usług muzyki cyfrowej oferowanych przez MNO w ramach płatności Direct Billing, 2025 >>> **180**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży e-booków w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 >>> **180**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży subskrypcji e-booków w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku handlu usługami online, 2019-2030 >>> **181**

Prognoza PMR: Średnie miesięczne ARPU (zł netto) z subskrypcji e-booków w kanale internetowym w Polsce, 2019-2030 >>> **181**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników kupujących e-booki w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 >>> **182**

Prognoza PMR: Liczba subskrypcji serwisów z e-bookami w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 >>> **182**

Prognoza PMR: Penetracja kupujących e-booki w kanale internetowym wśród internautów w Polsce, 2019-2030 >>> **183**

Analiza SWOT rynku internetowej sprzedaży e-booków w Polsce, 2025 >>> **183**

Profil osób, które zakupiły e-booki w kanale online (%), 2024 >>> **183**

Liczba dostawców, od których respondenci zakupili e-booki w kanale online (%), 2024 >>> **185**

Odsetek respondentów, których wydatki na e-booki w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), 2024 >>> **185**

Odsetek respondentów, którzy w planują zakup e-booków w kanale online (%), I poł. 2025-I poł. 2026 >>> **186**

Główne serwisy internetowe i aplikacje mobilne oferujące zakup e-booków w kanale internetowym w Polsce >>> **186**

Popularność poszczególnych form płatności ogółem za e-booki w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 >>> **187**

Struktura wartościowa sprzedaży e-booków ogółem w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 >>> **187**

Portfolio usług e-booków oferowanych przez MNO w ramach płatności Direct Billing >>> **188**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży usług randkowych w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 >>> **188**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży subskrypcji usług randkowych w Polsce, dynamika zmian oraz udział w sprzedaży usług randkowych online, 2019-2030 >>> **189**

Prognoza PMR: Średnie miesięczne ARPU (zł netto) z subskrypcji usług randkowych w kanale internetowym w Polsce, 2019-2030 >>> **189**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników usług randkowych w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 >>> **190**

Prognoza PMR: Liczba internetowych subskrypcji usług randkowych w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 >>> **191**

Prognoza PMR: Penetracja kupujących usługi randkowe w kanale internetowym wśród internautów w Polsce (%), 2019-2030 >>> **191**

- Analiza SWOT rynku internetowej sprzedaży usług randkowych w Polsce, 2025 >>> **192**
- Profil osób, które zakupiły usługi randkowe w kanale online (%), 2024 >>> **192**
- Liczba dostawców, od których respondenci zakupili usługi randkowe w kanale online (%), 2024 >>> **193**
- Odsetek respondentów, których wydatki na usługi randkowe w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), 2024 >>> **194**
- Odsetek respondentów, którzy planują zakup usług randkowych w kanale online, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), I poł. 2025-I poł. 2026 >>> **194**
- Popularność poszczególnych form płatności ogółem za usługi randkowe w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 >>> **195**
- Struktura wartościowa sprzedaży usług randkowych ogółem w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 >>> **196**
- Portfolio usług sprzedaży serwisów randkowych oferowanych przez MNO w ramach płatności Direct Billing, 2025 >>> **196**
- Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży treści dla dorosłych w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 >>> **197**
- Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży subskrypcji treści dla dorosłych w Polsce, dynamika zmian oraz udział w sprzedaży treści dla dorosłych online, 2019-2030 >>> **198**
- Prognoza PMR: Średnie miesięczne ARPU (zł netto) z subskrypcji treści dla dorosłych w kanale internetowym w Polsce, 2019-2030 >>> **198**
- Prognoza PMR: Liczba użytkowników kupujących treści dla dorosłych w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 >>> **199**
- Prognoza PMR: Liczba subskrypcji serwisów i aplikacji z treściami dla dorosłych w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 >>> **200**
- Prognoza PMR: Penetracja kupujących treści dla dorosłych w kanale internetowym wśród internautów w Polsce (%), 2019-2030 >>> **200**
- Analiza SWOT rynku internetowej sprzedaży treści dla dorosłych w Polsce, 2025 >>> **201**
- Profil osób, które zakupiły treści dla dorosłych w kanale online (%), 2024 >>> **201**
- Liczba dostawców, od których respondenci zakupili treści dla dorosłych (%), 2024 >>> **202**
- Odsetek respondentów, których wydatki na treści dla dorosłych wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), 2024 >>> **202**
- Odsetek respondentów, którzy planują zakup treści dla dorosłych, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), I poł. 2025-I poł. 2026 >>> **203**

Popularność poszczególnych form płatności ogółem za treści dla dorosłych w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 >>> **203**

Struktura wartościowa sprzedaży treści dla dorosłych ogółem w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 >>> **204**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży audiobooków w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 >>> **204**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży subskrypcji audiobooków w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku handlu usługami online, 2019-2030 >>> **205**

Prognoza PMR: Średnie miesięczne ARPU (zł netto) z subskrypcji audiobooków w kanale internetowym w Polsce, 2019-2030 >>> **206**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników kupujących audiobooki w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 >>> **206**

Prognoza PMR: Liczba subskrypcji serwisów z audiobookami w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 >>> **207**

Prognoza PMR: Penetracja kupujących audiobooki w kanale internetowym wśród internautów w Polsce, 2019-2030 >>> **208**

Analiza SWOT rynku internetowej sprzedaży audiobooków w Polsce, 2025 >>> **208**

Profil osób, które zakupiły audiobooki w kanale online (%), 2024 >>> **208**

Liczba dostawców, od których respondenci zakupili audiobooki w kanale online (%), 2024 >>> **210**

Odsetek respondentów, których wydatki na audiobooki w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), 2024 >>> **210**

Odsetek respondentów, którzy planują zakup audiobooków w kanale online (%), I poł. 2025-I poł. 2026 >>> **211**

Popularność poszczególnych form płatności ogółem za audiobooki w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 >>> **212**

Struktura wartościowa sprzedaży audiobooków w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 >>> **212**

Portfolio usług dostępu do audiobooków oferowanych przez MNO w ramach płatności Direct Billing >>> **213**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży prasy cyfrowej w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 >>> **213**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży subskrypcji prasy cyfrowej w Polsce, dynamika zmian oraz udział w sprzedaży prasy cyfrowej online, 2019-2030 >>> **214**

Prognoza PMR: Średnie miesięczne ARPU (zł netto) z subskrypcji usług prasy cyfrowej w kanale internetowym w Polsce, 2019-2030 ➤ **215**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników kupujących prasę cyfrową w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 ➤ **215**

Prognoza PMR: Liczba internetowych subskrypcji prasy cyfrowej w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 ➤ **216**

Prognoza PMR: Penetracja kupujących prasę cyfrową w kanale internetowym wśród internautów w Polsce (%), 2019-2030 ➤ **216**

Analiza SWOT rynku internetowej sprzedaży prasy cyfrowej w Polsce, 2025 ➤ **217**

Profil osób, które zakupiły prasę cyfrową w kanale online (%), 2024 ➤ **217**

Liczba dostawców, od których respondenci zakupili prasę cyfrową w kanale online (%), 2024 ➤ **218**

Odsetek respondentów, których wydatki na prasę cyfrową w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), 2024 ➤ **219**

Odsetek respondentów, którzy planują zakup prasy cyfrowej w kanale online, w podziale na subskrypcje oraz pojedyncze zakupy (%), 2024 ➤ **219**

Popularność poszczególnych form płatności ogółem za prasę cyfrową w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 ➤ **220**

Struktura wartościowa sprzedaży prasy cyfrowej ogółem w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 ➤ **221**

Portfolio usług prasy cyfrowej oferowanych przez MNO w ramach płatności Direct Billing, 2025 ➤ **221**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży biletów na rozrywkę w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 ➤ **222**

Prognoza PMR: Struktura wartościowa internetowej sprzedaży biletów na rozrywkę w Polsce, 2019-2030 ➤ **223**

Wybrani integratorzy i dystrybutorzy internetowej sprzedaży biletów na rozrywkę w Polsce, 2025 ➤ **223**

Analiza SWOT rynku internetowej sprzedaży biletów na rozrywkę w Polsce, 2025 ➤ **224**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży biletów na koncerty i inne wydarzenia muzyczne w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 ➤ **225**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników kupujących bilety na koncerty i inne wydarzenia muzyczne w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 ➤ **226**

Prognoza PMR: Penetracja kupujących bilety na koncerty i inne wydarzenia muzyczne w kanale internetowym wśród internautów w Polsce, 2019-2030 >>> **227**

Profil osób, które zakupiły bilety na koncerty i inne wydarzenia muzyczne w kanale online (%), 2024 >>> **227**

Liczba dostawców, od których respondenci zakupili bilety na koncerty i inne wydarzenia muzyczne w kanale online (%), 2024 >>> **228**

Odsetek respondentów, których wydatki na bilety na koncerty i inne wydarzenia muzyczne zamówione w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian (%), 2024 >>> **229**

Odsetek respondentów, którzy planują zakup biletów na koncerty i inne wydarzenia muzyczne w kanale online (%), I poł. 2025-I poł. 2026 >>> **229**

Popularność poszczególnych form płatności za pojedyncze zakupy biletów na koncerty i inne wydarzenia muzyczne w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 >>> **230**

Struktura wartościowa sprzedaży biletów na koncerty i inne wydarzenia muzyczne w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 >>> **230**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży biletów na wydarzenia sportowe w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 >>> **231**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży subskrypcji biletów na wydarzenia sportowe w Polsce, dynamika zmian oraz udział w sprzedaży biletów na wydarzenia sportowe online, 2019-2030 >>> **232**

Prognoza PMR: Średnie miesięczne ARPU (zł netto) z subskrypcji biletów na wydarzenia sportowe w kanale internetowym w Polsce, 2019-2030 >>> **232**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników kupujących bilety na wydarzenia sportowe w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 >>> **233**

Prognoza PMR: Liczba internetowych subskrypcji biletów na wydarzenia sportowe w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 >>> **234**

Prognoza PMR: Penetracja kupujących bilety na wydarzenia sportowe w kanale internetowym wśród internautów w Polsce (%), 2019-2030 >>> **234**

Analiza SWOT rynku internetowej sprzedaży biletów na wydarzenia sportowe w Polsce, 2025 >>> **235**

Profil osób, które zakupiły bilety na wydarzenia sportowe w kanale online (%), 2024 >>> **235**

Liczba dostawców, od których respondenci zakupili bilety na wydarzenia sportowe w kanale online (%), 2024 >>> **236**

Odsetek respondentów, których wydatki na bilety na wydarzenia sportowe w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), 2024 >>> **237**

Odsetek respondentów, którzy planują zakup biletów na wydarzenia sportowe w kanale online, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), I poł. 2025-I poł. 2026 >>> **237**

Popularność poszczególnych form płatności ogółem za bilety na wydarzenia sportowe w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 >>> **238**

Struktura wartościowa sprzedaży biletów na wydarzenia sportowe ogółem w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 >>> **238**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży biletów do kina w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 >>> **239**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży subskrypcji biletów do kina w Polsce, dynamika zmian oraz udział w sprzedaży biletów do kina online, 2019-2030 >>> **239**

Prognoza PMR: Średnie miesięczne ARPU (zł netto) z subskrypcji biletów do kina w kanale internetowym w Polsce, 2019-2030 >>> **240**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników kupujących bilety do kina w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 >>> **241**

Prognoza PMR: Liczba internetowych subskrypcji biletów do kina w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 >>> **241**

Prognoza PMR: Penetracja kupujących bilety do kina w kanale internetowym wśród internautów w Polsce, 2019-2030 >>> **242**

Profil osób, które zakupiły bilety do kina w kanale online (%), 2024 >>> **242**

Liczba dostawców, od których respondenci zakupili bilety do kina w kanale online (%), 2024 >>> **243**

Odsetek respondentów, których wydatki na bilety do kina w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), 2024 >>> **244**

Odsetek respondentów, którzy planują zakup biletów do kina w kanale online (%), I poł. 2025-I poł. 2026 >>> **244**

Popularność poszczególnych form płatności ogółem za bilety do kina w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 >>> **245**

Struktura wartościowa sprzedaży biletów do kina w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 >>> **245**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży biletów do teatru w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 >>> **246**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników kupujących bilety do teatru w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 ➤➤ **247**

Prognoza PMR: Penetracja kupujących bilety do teatru w kanale internetowym wśród internautów w Polsce (%), 2019-2030 ➤➤ **247**

Profil osób, które zakupiły bilety do teatru w kanale online (%), 2024 ➤➤ **248**

Liczba dostawców, od których respondenci zakupili bilety do teatru w kanale online (%), 2024 ➤➤ **249**

Odsetek respondentów, których wydatki na bilety do teatru w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian (%), 2024 ➤➤ **249**

Odsetek respondentów, którzy planują zakup biletów do teatru w kanale online (%), I poł. 2025-I poł. 2026 ➤➤ **250**

Popularność poszczególnych form płatności za pojedyncze zakupy biletów do teatru w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 ➤➤ **250**

Struktura wartościowa sprzedaży biletów do teatru w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 ➤➤ **251**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży biletów na kabarety i widowiska w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 ➤➤ **251**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników kupujących bilety na kabarety i widowiska w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 ➤➤ **252**

Prognoza PMR: Penetracja kupujących bilety na kabarety i widowiska w kanale internetowym wśród internautów w Polsce (%), 2019-2030 ➤➤ **252**

Profil osób, które zakupiły bilety na kabarety i widowiska w kanale online (%), 2024 ➤➤ **253**

Liczba dostawców, od których respondenci zakupili bilety na kabarety i widowiska w kanale online (%), 2024 ➤➤ **254**

Odsetek respondentów, których wydatki na bilety na kabarety i widowiska w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian (%), 2024 ➤➤ **254**

Odsetek respondentów, którzy planują zakup biletów na kabarety i widowiska w kanale online (%), I poł. 2025-I poł. 2026 ➤➤ **255**

Popularność poszczególnych form płatności za pojedyncze zakupy biletów na kabarety i widowiska w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 ➤➤ **255**

Struktura wartościowa sprzedaży biletów na kabarety i widowiska w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 ➤➤ **256**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży usług turystycznych w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 ➤➤ **257**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników kupujących usługi turystyczne w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2021-2030 >>> **258**

Prognoza PMR: Penetracja kupujących usługi turystyczne w kanale internetowym wśród internautów w Polsce (%), 2019-2030 >>> **258**

Analiza SWOT rynku internetowej sprzedaży usług turystycznych w Polsce, 2025 >>> **258**

Profil osób, które zakupiły usługę turystyczną w kanale online (%), 2024 >>> **259**

Liczba dostawców, od których respondenci zakupili usługę turystyczną w kanale online (%), 2024 >>> **260**

Odsetek respondentów, których wydatki na usługi turystyczne w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian (%), 2024 >>> **260**

Odsetek respondentów, którzy planują zakup usługi turystycznej w kanale online (%), I poł. 2025-I poł. 2026 >>> **261**

Przychody czołowych biur podróży, oferujących sprzedaż w kanale online w Polsce (mln zł), 2023 >>> **262**

Popularność poszczególnych form płatności za pojedyncze zakupy usług turystycznych w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 >>> **262**

Struktura wartościowa sprzedaży usług turystycznych w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 >>> **263**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży gier hazardowych i Lotto w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku handlu usługami online, 2019-2030 >>> **263**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników kupujących gry hazardowe i Lotto w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 >>> **264**

Prognoza PMR: Penetracja grami hazardowymi i Lotto w kanale internetowym wśród internautów w Polsce, 2019-2030 >>> **265**

Analiza SWOT rynku internetowej sprzedaży gier hazardowych i Lotto w Polsce, 2025 >>> **265**

Profil osób, które zakupiły usługę e-hazard w kanale online (%), 2024 >>> **265**

Liczba dostawców, od których respondenci zakupili usługę e-hazard w kanale online (%), 2024 >>> **266**

Odsetek respondentów, których wydatki na usługi e-hazard zamówione w kanale online w 2024 r. wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian (%), 2024 >>> **267**

Odsetek respondentów, którzy planują zakup usług e-hazard w kanale online (%), I poł. 2025-I poł. 2026 >>> **267**

Przychody czołowych organizatorów gier hazardowych drogą online w Polsce, 2023 >>> **268**

Popularność poszczególnych form płatności ogółem za gry hazardowe i Lotto w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 ➤➤ **268**

Struktura wartościowa sprzedaży gier hazardowych i Lotto ogółem w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 ➤➤ **269**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży usług edukacyjnych w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 ➤➤ **269**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży subskrypcji usług edukacyjnych w Polsce, dynamika zmian oraz udział w sprzedaży usług edukacyjnych online, 2019-2030 ➤➤ **270**

Prognoza PMR: Średnie miesięczne ARPU (zł netto) z subskrypcji usług edukacyjnych w kanale internetowym w Polsce, 2019-2030 ➤➤ **271**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników kupujących usługi edukacyjne w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 ➤➤ **272**

Prognoza PMR: Liczba internetowych subskrypcji usług edukacyjnych w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 ➤➤ **272**

Prognoza PMR: Penetracja kupujących usługi edukacyjne w kanale internetowym wśród internautów w Polsce (%), 2019-2030 ➤➤ **272**

Analiza SWOT rynku internetowej sprzedaży usług edukacyjnych w Polsce, 2025 ➤➤ **273**

Profil osób, które zakupiły usługę edukacyjną w kanale online (%), 2024 ➤➤ **273**

Liczba dostawców, od których respondenci zakupili usługę edukacyjną w kanale online (%), 2024 ➤➤ **275**

Odsetek respondentów, których wydatki na usługi edukacyjne w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), 2024 ➤➤ **275**

Odsetek respondentów, którzy planują zakup usług edukacyjnych w kanale online, w podziale na subskrypcje i pojedyncze zakupy (%), I poł. 2025-I poł. 2026 ➤➤ **276**

Popularność poszczególnych form płatności ogółem za usługi edukacyjne w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 ➤➤ **277**

Struktura wartościowa sprzedaży usług edukacyjnych ogółem w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 ➤➤ **277**

Portfolio usług edukacyjnych oferowanych przez MNO w ramach płatności Direct Billing, 2025 ➤➤ **278**

Prognoza PMR: Wartość internetowej sprzedaży płatnych ogłoszeń w Polsce, dynamika zmian oraz udział w rynku e-usług, 2019-2030 ➤➤ **278**

Prognoza PMR: Liczba użytkowników kupujących płatne ogłoszenia w kanale internetowym w Polsce oraz dynamika zmian, 2019-2030 ➤➤ **279**

Prognoza PMR: Penetracja kupujących płatne ogłoszenia w kanale internetowym wśród internautów w Polsce (%), 2019-2030 >>> **280**

Analiza SWOT rynku internetowej płatnych ogłoszeń w Polsce, 2025 >>> **280**

Profil osób, które zakupiły ogłoszenia w kanale online (%), 2024 >>> **280**

Liczba dostawców, od których respondenci zakupili ogłoszenia w kanale online (%), 2024 >>> **281**

Odsetek respondentów, których wydatki na ogłoszenia zamówione w kanale online wzrosły, spadły lub pozostały bez zmian (%), 2024 >>> **282**

Odsetek respondentów, którzy planują zakup ogłoszeń w kanale online (%), I poł. 2025-I poł. 2026 >>> **282**

Popularność poszczególnych form płatności za pojedyncze zakupy płatnych ogłoszeń w kanale internetowym w Polsce (%), 2024 >>> **283**

Struktura wartościowa sprzedaży płatnych ogłoszeń w kanale internetowym w Polsce, w podziale na poszczególne formy płatności (%), 2024 >>> **284**

Portfolio usług płatnych ogłoszeń oferowanych przez MNO w ramach płatności Direct Billing, 2025 >>> **284**

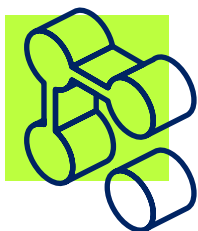
PMR MARKET EXPERTS

by Hume's

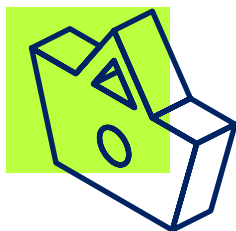
ROZUMIEMY, ŻE DANE TO NIE TYLKO LICZBY. TO FUNDAMENT DECYZJI, KTÓRE KSZTAŁTUJĄ PRZYSZŁOŚĆ TWOJEGO BIZNESU.

W PMR Market Experts od ponad 20 lat tworzymy cykliczne raporty branżowe, doskonaląc naszą wiedzę sektorową.

Nasze specjalizacje:



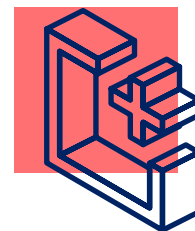
Digital & ICT



Retail



Pharma & Healthcare



Construction

Nasze raporty to coś więcej niż zestawienie faktów – **to rzetelna wiedza oparta na sprawdzonej metodologii**. Łączymy dane pierwotne i wtórne, własne algorytmy oraz modele ekonometryczne, by dostarczyć precyzyjnych informacji o rynku, jego wartościach, dynamice, segmentach i głównych graczach.

Jesteśmy częścią **Hume's Institute** – agencji badawczej 360 specjalizującej się w badaniach ilościowych i jakościowych, prognozowaniu oraz predykcjach rynkowych.

Doświadczenie w analizie i weryfikacji danych PMR Market Experts, unikatowe insights oraz sprawdzone prognozy dostarczane przez Hume's Institute dają realną wiedzę i przewagę naszym Klientom.

Z naszych usług skorzystało już ponad **600 klientów na całym świecie**. Przebadaliśmy ponad **5 000 marek**, działając na ponad **50 rynkach**. Zaufanie, jakim obdarzyli nas najwięksi gracze, potwierdza fakt, że współpracujemy z **70% firm z prestiżowej listy Fortune 500**.



tel.: +48 609 290 093
info@pmrcorporate.com
www.pmrmarketexperts.com



Królewska 57
30-081 Kraków
Poland