

Monika Szafrńska
Uniwersytet Rolniczy w Krakowie

Czynniki determinujące zachowania wiejskich gospodarstw domowych na rynku płatności bezgotówkowych **Factors determining behaviours of rural households on non-cash payment market**

Celem artykułu jest charakterystyka i ocena zachowań finansowych mieszkańców obszarów wiejskich na rynku płatności bezgotówkowych oraz identyfikacja czynników determinujących intensywność stosowania przez mieszkańców wsi poszczególnych metod płatności. Głównym źródłem danych do analizy były informacje pochodzące z badań własnych (grupa 500 wiejskich gospodarstw domowych). Do oceny stopnia zaawansowania obrotu bezgotówkowego mieszkańców wsi wykorzystano wskaźnik „lejkowy”.

Jak wynika z przeprowadzonych badań, stosowane przez mieszkańców wsi formy płatności zależą od wielu zmiennych, zarówno o charakterze demograficznym, ekonomicznym, jak i psychologicznym. Najwyższym poziomem obrotu bezgotówkowego (poziom 5 wskaźnika „lejkowego”) cechowały się osoby najmłodsze, z wykształceniem średnim, gospodarstwa domowe o wyższej dochodowości oraz respondenci uzyskujący dochód ze stałej pracy. Instrumenty bezgotówkowe preferowały także osoby charakteryzujące się wysokim poziomem wiedzy finansowej oraz respondenci posiadający zaufanie do instytucji finansowych. Istotną barierą w wykorzystaniu bezgotówkowych instrumentów płatniczych przez mieszkańców wsi był ograniczony dostęp do kanałów bezgotówkowych.

***Słowa kluczowe:** wiejskie gospodarstwa domowe, płatności bezgotówkowe*

Wprowadzenie

Rynek płatności detalicznych odgrywa istotną rolę w funkcjonowaniu gospodarki każdego kraju. Zmiana struktury dokonywanych płatności poprzez rozwój obrotu bezgotówkowego może przynieść istotne korzyści dla państwa, przedsiębiorców i społeczeństwa. Zwiększenie liczby płatności dokonywanych bez użycia gotówki oraz wzrost udziału pieniądza bezgotówkowego w ogólnej masie pieniądza oznacza zmniejszenie wysokich kosztów obrotu gotówkowego dla wszystkich podmiotów ponoszących te koszty (bank centralny, banki komercyjne i ich klienci, administracja), pozwala także na zmniejszenie szarej strefy oraz ograniczenie wykluczenia finansowego¹.

Pomimo dynamicznego rozwoju rynku instrumentów bezgotówkowych w Polsce, zasadniczą rolę w codziennych płatnościach gospodarstw domowych wciąż odgrywa gotówka. Według szacunków NBP około 90% operacji statystycznego polskiego gospodarstwa domowego ma formę gotówkową².

¹ Strategia rozwoju obrotu bezgotówkowego w Polsce na lata 2009-2013, NBP, ZBP, eKoalicja, Warszawa 2009, s. 6-7.

² M. Polasik, J. Marzec, P. Fiszeder, J. Górka: Modelowanie wykorzystania metod płatności detalicznych na rynku polskim. NBP, Departament Edukacji i Wydawnictw, Warszawa 2012, s. 9.

Barierami dla rozwoju obrotu bezgotówkowego w Polsce są: przyzwyczajenie do gotówki, stosunkowo niskie dochody społeczeństwa, niski stopień jego ubankowienia, samowykluczenie (lęk przed wykorzystaniem nowoczesnych instrumentów płatniczych) oraz niewystarczające działania edukacyjne. Cechą, która wywołuje największe dysproporcje w tym zakresie jest miejsce zamieszkania. Problem ten dotyczy głównie terenów wiejskich w Polsce, które charakteryzują się bardzo małym zagęszczeniem infrastruktury bankowej, niższym współczynnikiem internetyzacji oraz jednocześnie wyższym współczynnikiem wykluczenia cyfrowego mieszkańców.

Cele i metody

Celem artykułu jest charakterystyka i ocena zachowań finansowych mieszkańców obszarów wiejskich na rynku płatności bezgotówkowych oraz identyfikacja czynników determinujących intensywność stosowania przez mieszkańców wsi poszczególnych metod płatności. Poznanie zachowań finansowych gospodarstw wiejskich w zakresie stosowania wybranych instrumentów płatniczych umożliwi podjęcie odpowiednich działań prorozwojowych dla obrotu bezgotówkowego na terenach niezurbanizowanych (właściwe programy edukacyjne, usługi finansowe dostosowane do potrzeb i wymagań wiejskich gospodarstw domowych, itp.).

Do realizacji celu pracy wykorzystano źródła pierwotne i wtórne. Głównym źródłem danych do analizy i wnioskowania były informacje pochodzące z badań własnych, które przeprowadzono w 2013 roku na grupie 500 losowo wybranych wiejskich gospodarstw domowych. Zastosowano dobór warstwowy proporcjonalny. Populację generalną stanowiła liczba osób zamieszkująca wiejskie gospodarstwa domowe w Małopolsce, natomiast kwotowo dobierani byli respondenci (osoby powyżej 18 roku życia) z uwzględnieniem podregionu zamieszkania wg GUS³, co zdecydowało o strukturze próby (podregion krakowski – 12%, nowosądecki – 38%, oświęcimski – 27% i tarnowski – 23%). Zastosowano technikę wywiadu kierowanego z wykorzystaniem kwestionariusza wywiadu. Wywiad przeprowadzono z osobą odpowiedzialną za podejmowanie decyzji finansowych w gospodarstwie domowym. Poza informacjami uzyskanymi ze źródeł pierwotnych, w pracy wykorzystano również raporty z badań dotyczących obrotu bezgotówkowego innych autorów.

Do oceny stopnia zaawansowania obrotu bezgotówkowego mieszkańców wsi wykorzystano wskaźnik „lejkowy” korzystania z obrotu bezgotówkowego opracowany przez D. Maison. Jest to wskaźnik nieciągły obejmujący 7 poziomów (od 0 do 6). Poziom 0 odzwierciedla najniższy stopień korzystania z obrotu bezgotówkowego, natomiast poziom 6 oznacza najwyższy poziom korzystania z obrotu bezgotówkowego przejawiający się nie tylko powszechnością określonych zachowań, ale również ich największą intensywnością. Wyższy poziom wskaźnika zawiera cechy charakterystyczne dla niższego poziomu⁴. W przeprowadzonych badaniach wyodrębniono 6 poziomów (od 0 do 5). Poziom 0 oznacza brak obrotu bezgotówkowego, natomiast poziom 5 odpowiada poziomom 5 i 6 wskaźnika „lejkowego” wg D. Maison. Wymienione poziomy zostały skumulowane, ponieważ w grupie 6 zaobserwowano tylko kilka przypadków badanego zjawiska. Charakterystykę poszczególnych poziomów zawiera tabela 1.

³ Rocznik Statystyczny Województw GUS 2010, Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa, s.95.

⁴ D. Maison: Postawy Polaków wobec obrotu bezgotówkowego. NBP, Warszawa 2010, s. 89-93.

Tabela 1. Poziomy wskaźnika „lejkowego”.
Table 1. Level of the funnel index

Poziom wskaźnika Index level	Nazwa poziomu Name of the level	Charakterystyka poziomu Level characteristics
0	Nieubankowieni Unbanked	Brak konta No account
1	Tylko konto Only account	Konto w banku, brak karty debetowej, brak dostępu do bankowości internetowej Bank account, no debit card, lack of access to Internet banking
2	Kanal bierny Passive channel	Konto w banku, posiadanie karty debetowej lub dostępu do bankowości internetowej, ale nieskorzystanie z tych instrumentów Bank account, debit card, access to Internet banking but do not use these instruments
3	Nieaktywni Inactive	Korzystanie z karty i bankowości internetowej, ale nie w celu dokonywania płatności bezgotówkowych Using a debt card and Internet banking but not for the purpose of non-cash payments
4	Niski poziom obrotu bezgotówkowego Low level of non-cash transactions	Korzystanie z karty i bankowości internetowej ale przewaga transakcji gotówkowych Using a debt card and Internet banking but the prevalence of cash transactions
5	Średni poziom obrotu bezgotówkowego The average level of non-cash transactions	Przewaga transakcji bezgotówkowych The prevalence of cash transactions
6	Wysoki poziom obrotu bezgotówkowego High level of non-cash transactions	Zdecydowana przewaga transakcji bezgotówkowych The great prevalence of cash transactions

Źródło: opracowanie własne na podstawie D. Maison: Postawy Polaków wobec obrotu bezgotówkowego. NBP, Warszawa 2010, s. 90

Source: own elaboration based on D. Maison: Postawy Polaków wobec obrotu bezgotówkowego. NBP, Warszawa 2010, p. 90

W pracy zastosowano także statystyczne mierniki sumaryczne oraz nieparametryczny test χ^2 . Jeśli liczba obserwacji w komórkach tabeli kontyngencji była mniejsza niż 8, nie przeprowadzono postępowania testowego.

Zachowania wiejskich gospodarstw domowych wobec obrotu bezgotówkowego

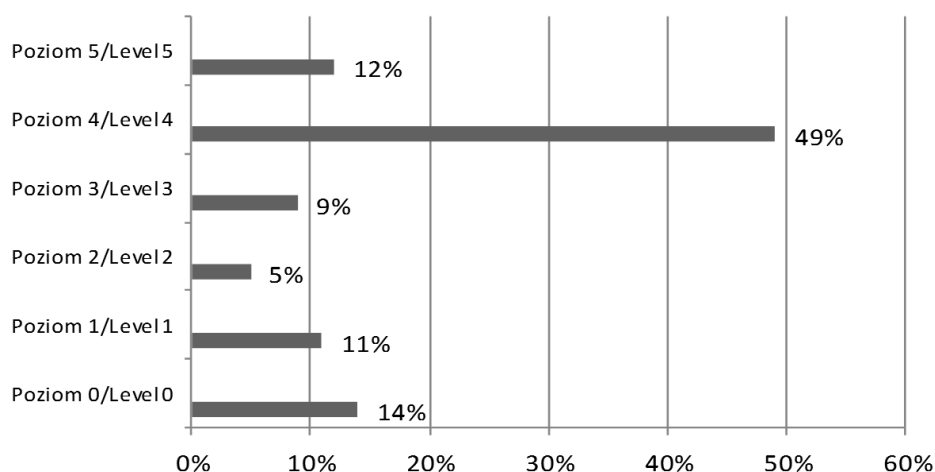
Wśród osób, które uczestniczyły w badaniu, 60% stanowiły kobiety, a 40% mężczyźni. Dominowali respondenci w wieku 36-59 lat (60%). Osoby z wykształceniem średnim stanowiły 72% badanych, natomiast respondenci w wykształceniu wyższym - 16%. W badanej grupie nie było osób z wykształceniem podstawowym. Prawie 40% ankietowanych gospodarstw domowych to rodziny czteroosobowe, a 1/3 - trzyosobowe. Głównym źródłem dochodów respondentów była praca najemna (71% wskazań). Wysoki udział dochodów z pracy najemnej w strukturze źródeł dochodów analizowanych gospodarstw domowych wynika ze specyfiki obszarów wiejskich w badanym regionie (Małopolska), z którą związane są zmniejszenie liczby gospodarstw indywidualnych i malejąca rola rolnictwa w gospodarce wiejskiej. Gospodarstwa domowe rolników stanowiły 23% badanej grupy, a rencistów/emerytów - 5%. W co trzecim badanym gospodarstwie domowym, przeciętny miesięczny dochód przypadający

na osobę w rodzinie nie przekraczał 1000 PLN. Co drugi badany ocenił poziom swojej wiedzy finansowej jako przeciętny.

Jak wynika z danych przedstawionych na wykresie 1, udział poszczególnych grup tworzących wskaźnik lejkowy jest zróżnicowany. Prawie 15% respondentów reprezentowało zerowy poziom obrotu bezgotówkowego. Są to osoby, które nie posiadały konta w banku. Rachunek bankowy jest podstawą do wykorzystania bezgotówkowych instrumentów płatniczych. Niski poziom ubankowienia skutkuje niższym wykorzystaniem usług finansowych takich jak karty, przelewy czy polecenie zapłaty. Pomimo, że stopień ubankowienia Polaków na obszarach niezurbanizowanych w latach 2006-2009 wzrósł o ponad 40%, polska wieś nadal charakteryzuje się najniższym wskaźnikiem ubankowienia⁵. Respondenci należący do grupy „nieubankowieni” to osoby najstarsze (61%), z wykształceniem średnim (57%), rodziny czteroosobowe (56%), o najniższej dochodowości (80%), gospodarstwa domowe rolników (50%), rencistów i emerytów (48%), oraz respondenci charakteryzujący się przeciętnym i niskim poziomem wiedzy finansowej (51%).

Wykres 1. Udział grup badanych gospodarstw reprezentujących poszczególne poziomy wskaźnika „lejkowego” (%)

Graph 1. Structure of the surveyed households representing different levels of the funnel index (%)



Źródło: badania własne
Source: own research

Kolejny poziom wskaźnika (1-5) to grupa osób ubankowionych (86%). Poziom ubankowienia w badanej grupie jest zdeterminowany wiekiem ($\chi^2=47,9$; $df=2$), poziomem wykształcenia ($\chi^2=41,9$; $df=2$), wielkością gospodarstwa domowego ($\chi^2=39$; $df=3$), wysokością przeciętnego miesięcznego dochodu ($\chi^2=194,4$; $df=5$), zależy od

⁵ T. Koźliński: Porównanie wyników badań ubankowienia Polaków przeprowadzonych przez NBP w 2006 i 2009 r. NBP, Departament Systemu Płatniczego, Warszawa 2009, s. 8.

głównego źródła dochodu gospodarstwa domowego ($\chi^2=18,3$; $df=2$), a także poziomu wiedzy finansowej ($\chi^2=49,7$; $df=3$). Rachunek częściej posiadały osoby w średnim wieku (75%), najlepiej wykształcone (72%), gospodarstwa dwuosobowe (75%), o wyższych dochodach (67%), respondenci zatrudnieni na umowę o pracę (65%), charakteryzujący się wysokim i bardzo wysokim poziomem wiedzy finansowej (odpowiednio 68% i 100%).

Prawie 65% badanych posiadających konto bankowe zadeklarowało, że nie odczuwało potrzeby korzystania z rachunku. Założyli konto w banku, ponieważ wymagał tego pracodawca lub konto było konieczne do uzyskania dopłat do rolnictwa z Unii Europejskiej. Świadczy to o ograniczonym zainteresowaniu znacznej części mieszkańców wsi korzystaniem z usług bankowych, co stanowi jedną z podstawowych barier obrotu bezgotówkowego na obszarach nieurbanizowanych w Polsce.

Kolejna grupa badanych to osoby, które posiadają konto, natomiast nie mają dostępu do bankowości internetowej (niemal $\frac{1}{4}$ badanych), nie posiadają również karty debetowej (14%). Zdaniem R. Katy mieszkańcy obszarów wiejskich dysponują mniejszymi możliwościami korzystania z szerokiej oferty usług finansowych banków niż mieszkańcy dużych miast, w szczególności jeśli chodzi o usługi nowoczesne. Jak wynika z badań R. Katy, ponad 13% banków spółdzielczych, które są głównymi podmiotami wiejskiego systemu finansowego, nie zapewnia klientom realizacji usług przez Internet⁶. Grupa respondentów reprezentujących poziom 1, stanowiła 11% badanych gospodarstw. Były to w równym stopniu kobiety i mężczyźni, respondenci reprezentujący wszystkie przedziały wiekowe, osoby z wykształceniem średnim (16%), dwuosobowe gospodarstwa domowe (24%) oraz rodziny rolników (21%), a także respondenci cechujący się niskim poziomem wiedzy finansowej (50%).

Następny poziom wskaźnika to tzw. „kanał bierny”. Grupa ta stanowiła 5% badanych. Otrzymane wyniki są zbieżne z wynikami uzyskanymi przez D. Maison⁷. W badanej grupie były to osoby najstarsze (24%), z wykształceniem wyższym (15%), gospodarstwa domowe trzyosobowe (8%), o wyższej dochodowości (miesięczny dochód na osobę w gospodarstwie domowym wynosił 2001-3000 PLN) oraz rodziny, w których głównym źródłem dochodu był dochód z gospodarstwa rolnego (11%).

Jak wynika z badań, prawie $\frac{3}{4}$ respondentów korzystało z usług bankowości internetowej. Natomiast, kartę debetową posiadało 86% osób, które posiadały rachunek. Otrzymane wyniki są zbieżne z rezultatami otrzymanymi przez Polasika i innych⁸. Z przeprowadzonej analizy statystycznej wynika, że fakt posiadania karty debetowej jest uwarunkowany wiekiem konsumentów ($\chi^2=20,4$; $df=2$), poziomem wykształcenia ($\chi^2=77,5$; $df=2$), liczbą osób w gospodarstwie domowym ($\chi^2=24,2$; $df=3$), wysokością dochodu ($\chi^2=70,1$; $df=5$) oraz zależy od poziomu wiedzy finansowej ($\chi^2=16,1$; $df=3$). Kartę debetową najczęściej posiadały osoby najmłodsze (84%) i w średnim wieku (93%), osoby z wykształceniem średnim (90%) i wyższym (86%), rodziny dwuosobowe (95%), średnio uposażone (87%) oraz osoby pracujące

⁶ R. Kata: Endogeniczne i instytucjonalne czynniki kształtujące powiązania finansowe gospodarstw rolnych z bankami, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2011, s. 343.

⁷ D. Maison: Postawy Polaków wobec obrotu bezgotówkowego. NBP, Warszawa 2010, s. 93.

⁸ M. Polasik, J. Marzec, P. Fiszeder, J. Górka: Modelowanie wykorzystania metod płatności detalicznych na rynku polskim. NBP, Departament Edukacji i Wydawnictw, Warszawa 2012, s. 25.

(85%). Kartę posiadały osoby cechujące się bardzo wysokim i wysokim poziomem wiedzy finansowej (85%).

W metodologii obliczania wskaźnika lejkowego nie bierze się pod uwagę innych, poza debetową, kart płatniczych. Realizowanie transakcji bezgotówkowych (płacenie za towary i usługi) umożliwia również karta kredytowa, która nie jest powiązana z rachunkiem bieżącym⁹. Taką kartę posiadało prawie 30% badanych. Korzystały z niej osoby w średnim wieku (62%; $\chi^2=64,6$; $df=2$), z wykształceniem zasadniczym oraz wyższym (odpowiednio 50% i 43%; $\chi^2=60$; $df=2$), rodziny dwuosobowe (50%; $\chi^2=30,3$; $df=3$), posiadające stałą pracę (29%; $\chi^2=9,0$; $df=2$) oraz osoby, które określiły stan swojej wiedzy finansowej jako bardzo wysoki (100%). Z kolei, kartę wirtualną posiadało 2% respondentów.

Niemal 11% osób, które korzystały z konta indywidualnego, nie posiadało w swoim portfelu żadnej karty. Były to kobiety (17%, $\chi^2=15,1$; $df=1$), osoby najstarsze (11%; $\chi^2=14$; $df=2$), z wykształceniem zawodowym (25%, $\chi^2=47,0$; $df=2$), rodziny najliczniejsze (13%), gospodarstwa domowe rolników (20%; $\chi^2=76,1$; $df=2$). Głównym czynnikiem, który wpłynął na fakt że respondenci nie korzystali z kart płatniczych były koszty pobierane przez instytucje finansowe związane z posiadaniem karty (45% wskazań). Prawie 1/3 osób, które nie posiadały karty wskazały odpowiedź, że w większości punktów handlowo – usługowych, z których korzystają na co dzień nie można płacić kartą płatniczą. Niemal 1/4 mieszkańców wsi wskazała na słabo rozwiniętą sieć bankomatów.

Z przeprowadzonych badań wynika, że 80% osób wykorzystuje kartę do wypłacania gotówki w bankomacie. Prawie 2/3 osób płaci kartą rachunki w punktach handlowo-usługowych. Do płatności przez Internet kartę wykorzystuje 5% respondentów. Sporadycznie karta jest wykorzystywana do wpłacania pieniędzy na rachunek klienta przez wplatomaty.

Grupa osób „nieaktywni” stanowiła 9% badanych. Taką postawą cechowały się głównie kobiety (11%), osoby w średnim wieku (14%), respondenci z wykształceniem zawodowym (27%), dwuosobowe gospodarstwa domowe (27%) oraz rodziny najliczniejsze (24%), a także emeryci i renciści (44%).

Jak wynika z wykresu 1, prawie co drugi badany reprezentował „niski poziom zaawansowania bezgotówkowego”. W porównaniu do wyników badań otrzymanych przez D. Maison otrzymano wartość o 10% wyższą. Wynika to z faktu, że w analizie ogólnopolskiej, grupa osób cechująca się średnim i wysokim stopniem zaawansowania bezgotówkowego była zdecydowanie liczniejsza¹⁰. W tej grupie dominowali mężczyźni (prawie 52%), osoby w średnim wieku (60,4%), z wykształceniem wyższym (68,8%), rodziny trzyosobowe (56,3%), o wyższej dochodowości, emeryci i renciści. Z kolei, najwyższym poziomem obrotu bezgotówkowego charakteryzowały się osoby najmłodsze (15,7%), z wykształceniem średnim (16,6%), rodziny trzy- i czterosobowe, osoby utrzymujące się z pracy najemnej.

Badania wykazały, że preferencje respondentów w zakresie wyboru formy płatności (bezugotówkowa/gotówkowa) zależą od wieku ($\chi^2=21,0$; $df=2$), wykształcenia ($\chi^2=100,4$; $df=2$), wielkości gospodarstwa domowego ($\chi^2=32,8$; $df=3$),

⁹ W. Grzegorzczak: Marketing bankowy, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz-Lódź 2004, s. 158.

¹⁰ D. Maison: Postawy Polaków wobec obrotu bezgotówkowego. NBP, Warszawa 2010, s. 94.

wysokości i źródła dochodu ($\chi^2=33,4$; $df=5$ i $\chi^2=32,8$; $df=2$) oraz poziomu wiedzy finansowej ($\chi^2=47,1$; $df=3$). Obrót bezgotówkowy preferują osoby w wieku 36-59 lat (75% osób z tej grupy używa instrumentów bezgotówkowych), z wykształceniem wyższym (95%), rodziny trzyosobowe (64%), gospodarstwa domowe o wyższej dochodowości (62%), respondenci uzyskujący dochód ze stałej pracy (61%) oraz osoby charakteryzujące się wyższym poziomem wiedzy finansowej (58%). Z kolei, rozliczenia gotówkowe wybierają osoby najstarsze (57% osób w tej grupie), z wykształceniem zawodowym (75%), osoby, które określiły stan swojej wiedzy finansowej jako zły (98%), rodziny dwuosobowe (75%), gospodarstwa domowe o niższej dochodowości (70% wskazań) oraz rolnicy (70%). Otrzymane wyniki są zbliżone z rezultatami badań innych autorów, z których wynika, że rolnicy korzystają z sposób pasywny z rachunku bankowego, ponieważ tylko co piąta osoba z tej grupy wykorzystuje ROR do transakcji bezgotówkowych¹¹. Natomiast, czynnikiem nie wpływającym na zachowania finansowe w tym zakresie jest płeć. Zarówno kobiety, jak i mężczyźni w jednakowym stopniu korzystali z instrumentów bezgotówkowych i gotówkowych ($\chi^2=3,5$; $df=1$).

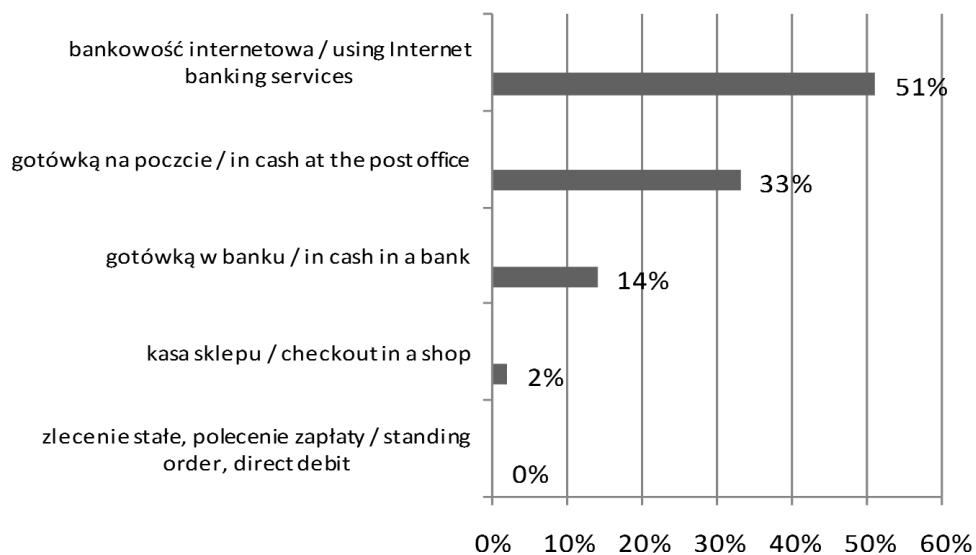
Konsumenci najczęściej regulowali rachunki przelewem za pośrednictwem serwisu bankowości internetowej (tabela 2). Były to osoby w średnim wieku (75%), z wykształceniem średnim (42%) i wyższym (100%), rodziny trzy- i czterosobowe (58%), posiadające stałe zatrudnienie. Co trzeci mieszkaniec wsi preferował płacenie rachunków gotówką na pocztę. Tę formę regulowania rachunków najczęściej wybierały kobiety (35%), osoby najstarsze (56%), z wykształceniem zawodowym (50%), rodziny trzyosobowe (43%), rolnicy (50%) oraz renciści i emeryci (50%). Dość duża grupa osób regulowała rachunki w banku, płacąc za nie gotówką (14%). Byli to mężczyźni (18%), osoby najmłodsze (15%), z wykształceniem zawodowym (25%), rodziny dwuosobowe (75%), utrzymujące się ze stałej pracy, respondenci nie posiadający rachunku bankowego (70%). Kolejnym sposobem regulowania rachunków w formie gotówkowej jest możliwość zapłaty rachunku w kasie sklepu/marketu. Ponieważ na obszarach wiejskich niewiele punktów oferuje taką możliwość, z tej formy płacenia rachunków korzystało tylko 2% badanych. Sposób ten najczęściej był wykorzystywany przez kobiety, osoby najmłodsze, respondentów z wykształceniem wyższym. Żaden z respondentów nie wskazał odpowiedzi, że korzystał z polecenia zapłaty.

Jak wynika z danych przedstawionych na wykresie 3, głównym motywem wyboru metody płacenia rachunków przez konsumentów była wygoda i szybkość (56%)¹². Ta cecha okazała się ważna dla mężczyzn, osób w średnim wieku, z wykształceniem zawodowym i średnim oraz osób pracujących. Ważnymi argumentami były kwestia przyzwyczajenia (44%) oraz brak kolejek (40%). Przyzwyczajenie wskazywały osoby najstarsze. Z kolei, brak kolejek wymieniali mężczyźni, osoby w średnim wieku, w wykształceniu wyższym, pracujący zawodowo. Co trzeci respondent wskazał na wysokość pobieranych opłat oraz bliską lokalizację placówki. Wysokość pobieranych opłat za rachunki biorą pod uwagę osoby najmłodsze, rodziny dwuosobowe, respondenci w wykształceniu średnim i wyższym.

¹¹ R. Kata: Endogeniczne i instytucjonalne czynniki kształtujące powiązania finansowe gospodarstw rolnych z bankami, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2011, s. 267.

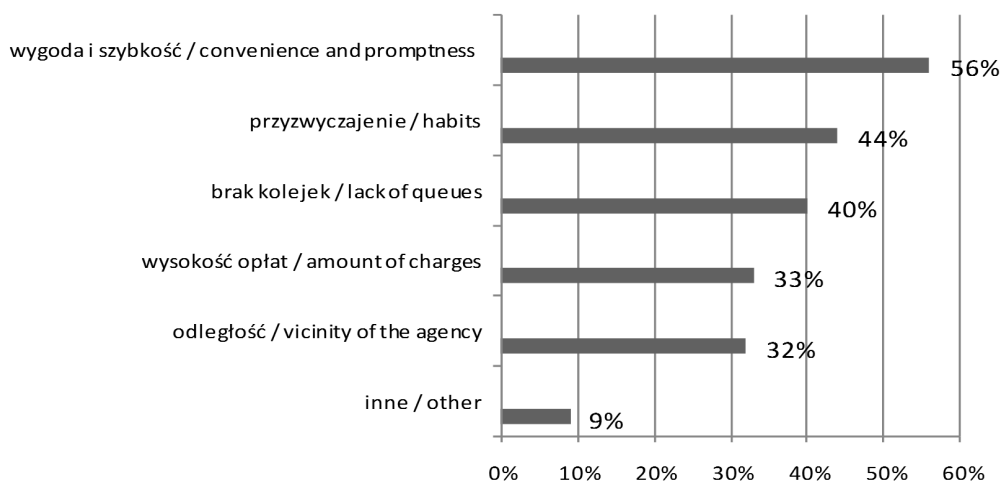
¹² wybór wielokrotny, n=500, 1085 wskazań

Wykres 2. Sposoby płacenia rachunków przez respondentów
Graph 2. Ways of paying bills by respondents



Źródło: badania własne, n=500
Source: own research, n=500

Wykres 3. Motywy wyboru metody płatności rachunków przez respondentów
Graph 3. The motivation for choosing a method of bills paying



Źródło: badania własne, n=500, wybór wielokrotny, 1085 wskazań
Source: own research, n=500, multiple choice, 1085 indications

Zauważono również, że wraz ze wzrostem dochodu na osobę w gospodarstwie domowym maleje znaczenie tego czynnika. Ważnym motywem, którym kierują się mieszkańcy wsi jest również zaufanie do pośrednika finansowego. Mniejsze znaczenie odgrywa możliwość złożenia reklamacji usługi oraz możliwość otrzymania bonusów czy nagród.

Podsumowanie

Przeprowadzone badania pozwoliły na określenie czynników determinujących zachowania finansowe badanych gospodarstw wiejskich na rynku płatności bezgotówkowych. Korzystanie z różnych form obrotu bezgotówkowego zależy zarówno od czynników demograficznych, psychologicznych, jak i ekonomicznych. Najwyższym poziomem obrotu bezgotówkowego (poziom 5 wskaźnika „lejkowego”) cechowały się osoby najmłodsze, z wykształceniem średnim, rodziny trzy- i czteroosobowe, gospodarstwa domowe o wyższej dochodowości oraz respondenci uzyskujący dochód ze stałej pracy. Z kolei, płatności gotówkowe (poziom 0-4 wskaźnika) preferowały osoby najstarsze, z wykształceniem zawodowym, rodziny dwuosobowe, gospodarstwa domowe o niższej dochodowości, rodziny rolników. Znaczną część grupy stanowiły osoby, które nie miały zaufania do instytucji finansowych, a głównym czynnikiem determinującym wybór metody płatności było przyzwyczajenie. Jest to grupa gospodarstw domowych, która wymaga pilnych działań edukacyjnych w zakresie obrotu bezgotówkowego.

Ze względu na fakt, że przeważająca część respondentów reprezentujących zerowy poziom wskaźnika to osoby osiągające niskie dochody, które jednocześnie deklarują, że ceny usług bankowych są w ich opinii zbyt wysokie (np. opłata za prowadzenie konta, opłaty za korzystanie z karty debetowej), banki powinny stworzyć atrakcyjną cenowo ofertę dostosowaną do potrzeb tego rodzaju konsumentów, co zapewne przyniosłoby korzyści obu stronom i znacznie przyczyniłoby się do rozwoju obrotu bezgotówkowego na obszarach wiejskich.

Ważnym czynnikiem determinującym korzystanie z konta bankowego, a także bezgotówkowych instrumentów płatniczych przez mieszkańców wsi jest poziom wiedzy finansowej. Badani reprezentujący zerowy poziom wskaźnika i cechujący się niskim poziomem obrotu bezgotówkowego, to osoby o przeciętnym lub niskim poziomie wiedzy finansowej. To właśnie ta grupa mieszkańców wsi powinna zostać objęta wszelkimi inicjatywami i działaniami edukacyjnymi wspierającymi promowanie obrotu bezgotówkowego w Polsce.

Istotną barierą w wykorzystaniu bezgotówkowych instrumentów płatniczych przez mieszkańców wsi był ograniczony dostęp do kanałów bezgotówkowych. Jest to związane przede wszystkim z gorszym rozwojem infrastruktury finansowej na obszarach wiejskich (banki, bankomaty), słabym dostępem do Internetu warunkującym możliwość skorzystania z produktów bankowości elektronicznej oraz gorszym rozwojem sieci akceptacji kart płatniczych.

Biorąc pod uwagę szybki rozwój polskiego systemu płatniczego oraz zmiany w zachowaniach płatniczych polskich konsumentów, interesujące byłoby kontynuowanie badań w tym zakresie w celu określenia dynamiki i kierunków zachodzących zmian.

Literatura

- Grzegorzczyk W.: Marketing bankowy, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz-Łódź 2004
- Kata R.: Endogeniczne i instytucjonalne czynniki kształtujące powiązania finansowe gospodarstw rolnych z bankami, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2011
- Koźliński T.: Porównanie wyników badań ubankowienia Polaków przeprowadzonych przez NBP w 2006 i 2009 r. NBP, Departament Systemu Płatniczego, Warszawa 2009
- Maison D.: Postawy Polaków wobec obrotu bezgotówkowego. NBP, Warszawa 2010
- Polasik, M., Marzec, J., Fiszeder P., Górka J.: Modelowanie wykorzystania metod płatności detalicznych na rynku polskim. NBP, Departament Edukacji Wydawnictw, Warszawa 2012
- Rocznik Statystyczny Województw GUS 2010, Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa
- Strategia rozwoju obrotu bezgotówkowego w Polsce na lata 2010-2013. NBP, ZBP, eKoalicja, Warszawa 2009

Summary

The article aims at characterization and assessment of financial behaviours of rural dwellers on non-cash payment markets and identification of factors determining the intensity of using individual methods of payment by the inhabitants of rural areas. The main source of data used for analysis was information originating from the authors' own investigations (a group of 500 rural households). The work made use of funnel index.

As results from the conducted studies, forms of payment used by rural dwellers depend on many variables, of demographic, economic and psychological character. Non-cash payments are more frequently used by younger persons, possessing secondary education, persons characterized by a higher level of financial awareness, households with higher incomes and respondents deriving income from permanent employment. Also persons who trust financial institutions. A significant barrier to using non-cash payment instruments by the rural dwellers was a limited access to non-cash channels.

Key words: rural households, non-cash payments

Informacja o autorze:

Monika Szafrńska

Uniwersytet Rolniczy w Krakowie
Katedra Zarządzania i Marketingu w Agrobiznesie
Al. Mickiewicza 21
30-120 Kraków
tel. 0-12 662 43 72
e-mail: mszafranska@ar.krakow.pl