

Monika Szafrńska

Uniwersytet Rolniczy im. Hugona Kollątaja w Krakowie

WYBRANE ASPEKTY ZACHOWAŃ RYNKOWYCH AKCEPTANTÓW KART PŁATNICZYCH FUNKCJONUJĄCYCH NA OBSZARACH WIEJSKICH W MAŁOPOLSCE

*THE SELECTED ASPECTS OF MARKET BEHAVIOURS OF BUSINESSES
ACCEPTING PAYMENT CARDS FUNCTIONING IN RURAL AREAS
OF THE MALOPOLSKA REGION*

Słowa kluczowe: karty płatnicze, terminal POS, obszary wiejskie

Key words: payment cards, POS terminal, rural areas

Abstrakt. Przedstawiono wyniki badań, których celem była charakterystyka i ocena zachowań rynkowych akceptantów kart płatniczych, działających na obszarach wiejskich oraz identyfikacja czynników determinujących i różnicujących te zachowania. W badaniach uczestniczyło 117 punktów handlowo-usługowych, funkcjonujących na obszarach wiejskich w Małopolsce. Prawie 55% punktów handlowo-usługowych, które uczestniczyły w badaniu miało terminal POS, pozostałe podmioty nie akceptowały płatności kartami. Jak wynika z przeprowadzonej analizy, wyposażenie punktu w terminal POS zależało od rodzaju punktu handlowo-usługowego oraz okresu funkcjonowania przedsiębiorstwa na rynku. Karty płatnicze najczęściej akceptowały punkty handlowe oraz przedsiębiorstwa, których okres działania na rynku nie przekraczał 10 lat. Głównym motywem, dla którego właściciele sklepów i punktów usługowych, zdecydowali się na przyjmowanie płatności bezgotówkowych kartą było zainteresowanie ze strony klientów. Barrierami w rozwoju sieci akceptacji kart na obszarach wiejskich były duże opłaty pobierane przez agentów rozliczeniowych oraz to, że mieszkańcy wsi nie posiadali kart płatniczych.

Wstęp

Jak wynika z danych Narodowego Banku Polskiego (NBP), w ostatnich latach w Polsce zaobserwowano rosnące znaczenie kart płatniczych, jako jednej z form rozliczeń bezgotówkowych. W latach 2004-2012 wartość wskaźnika liczby bezgotówkowych transakcji przypadających na jedną kartę wzrósł z poziomu 11,1 transakcji do prawie 36 transakcji rocznie dokonywanych pojedynczą kartą, co stanowi wzrost o prawie 225% [*Diagnoza stanu...* 2013]. Pomimo dynamicznego rozwoju systemu kart płatniczych w Polsce, jest on jednym z najsłabiej rozwiniętych systemów wśród krajów Unii Europejskiej (UE). Świadczą o tym niskie wartości wskaźników charakteryzujących rynek kart w Polsce, takich jak: wskaźnik liczby kart przypadających na 1 mieszkańca (w Polsce 0,86 karty, co plasuje kraj na przedostatnim miejscu w UE), liczba bankomatów przypadająca na 1 mln mieszkańców (19 miejsce) oraz liczba terminali POS¹ przypadająca na 1 mln mieszkańców (24 miejsce) [ECB 2014]. Barrierami dla rozwoju płatności kartami są przyzwyczajenie do gotówki, stosunkowo małe dochody społeczeństwa, niski stopień jego ubankowienia i samowykluczenie. Dodatkowym problemem jest nierównomierne rozmieszczenie terminali POS. Sieć akceptantów najlepiej rozwinięta jest w dużych miastach. W mniejszych miejscowościach i na obszarach wiejskich, ze względu na słabo rozwiniętą infrastrukturę akceptacji, często trudne jest dokonanie płatności kartą [*Diagnoza stanu...* 2013].

¹ Terminal POS – (ang. *point of sale*) urządzenie do akceptacji kart płatniczych zainstalowane w punktach handlowo-usługowych.

Material i metodyka badań

Głównym celem pracy była charakterystyka i ocena wybranych aspektów zachowań rynkowych akceptantów kart płatniczych działających na obszarach wiejskich oraz identyfikacja barier związanych z nieakceptowaniem kart płatniczych przez punkty handlowo-usługowe funkcjonujące na terenach niezurbanizowanych.

Do realizacji celu pracy zostały wykorzystane źródła pierwotne oraz materiały wtórne, takie jak: czasopisma branżowe, raporty NBP i opracowania statystyki powszechnej. Głównym źródłem danych był kwestionariusz wywiadu. W badaniach uczestniczyło 117 punktów handlowo-usługowych, funkcjonujących na obszarach wiejskich w Małopolsce. Wywiad przeprowadzono z właścicielami punktów handlowo-usługowych. W celu prawidłowego przedstawienia badanego zjawiska, grupa podmiotów obejmowała zarówno podmioty, które posiadają terminal POS, jak i przedsiębiorstwa nieakceptujące płatności kartami.

Analiza statystyczna badanego materiału obejmowała sumaryczne mierniki statystyczne oraz *test niezależności* χ^2 . Test „chi kwadrat” jest wykorzystywany do oceny zależności pomiędzy dwoma zmiennymi charakteryzującymi daną populację, gdy przynajmniej jedna z cech jest niemierzalna [Kukuła 2003]. Wszystkie hipotezy weryfikowano przy poziomie istotności $\alpha = 0,05$.

Charakterystyka respondentów

Jednym z kryteriów podziału badanych punktów handlowo-usługowych była wielkość przedsiębiorstwa, mierzona liczbą zatrudnionych osób. Pod względem tej cechy w badaniach dominowały mikroprzedsiębiorstwa (65% podmiotów), a 35% wszystkich podmiotów stanowiły małe przedsiębiorstwa. W porównaniu do struktury mikro i małych przedsiębiorstw (MMP) w Polsce, omawiana grupa cechowała się wyższym udziałem mikroprzedsiębiorstw [Brussa, Tarnawa 2011]. Żaden z właścicieli średniego przedsiębiorstwa nie wyraził zgody na przeprowadzenie wywiadu.

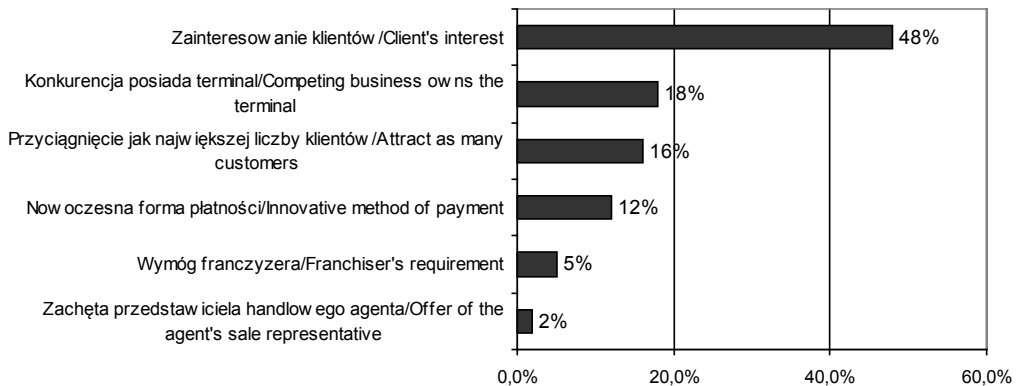
W grupie analizowanych podmiotów, większość stanowiły przedsiębiorstwa obecne na rynku od 6 do 10 lat. Prawie 1/3 badanych punktów handlowo-usługowych to przedsiębiorstwa o okresie funkcjonowania do 5 lat. Najmniej liczną grupą podmiotów były przedsiębiorstwa prowadzące działalność minimum 11 lat (26%).

Inną cechą podziału omawianej grupy podmiotów był rodzaj punktu handlowo-usługowego. W badaniach dominowały lokalne sklepy i sklepy samoobsługowe (razem 50%). Co dziesiąty podmiot zajmował się sprzedażą odzieży lub kosmetyków. Punkty sprzedaży środków do produkcji rolniczej stanowiły 8% analizowanych podmiotów, a bary/restauracje 7% wszystkich przedsiębiorstw. W badaniach brali udział także przedsiębiorcy prowadzący stacje benzynowe (6%), właściciele warsztatów samochodowych/punktów świadczących usługi wulkanizacyjne (5%) i osoby prowadzące sklepy ze sprzętem AGD/RTV (4%). Hotele i podmioty świadczące usługi agroturystyczne stanowiły 2% badanych przedsiębiorstw. W grupie inne podmiotów (8%) znalazły się: apteka, skład metalowy, salon meblowy, przedsiębiorstwo transportowe, fryzjer, krawiec i szewc.

Czynniki determinujące zachowania rynkowe akceptantów kart płatniczych funkcjonujących na obszarach wiejskich

Jak wynika z przeprowadzonych badań, 54% omawianych punktów handlowo-usługowych posiadało terminal POS. Pozostałe placówki nie akceptowały płatności kartami. Analiza statystyczna wykazała zależność pomiędzy rodzajem punktu handlowo-usługowego a posiadaniem terminala POS w punkcie ($\chi^2 = 53,00$, $df = 8$). Płatności kartami były akceptowane najczęściej w supermarketach, stacjach benzynowych i sklepach ze sprzętem AGD i RTV, najrzadziej natomiast w małych sklepach. Otrzymane wyniki były zbieżne z rezultatami badań przeprowadzonymi przez Koźlińskiego [2013], z których wynikało, że miejsca, w których Polacy najczęściej płacą gotówką, to małe sklepy spożywcze i sklepy osiedlowe.

Weryfikacja testem χ^2 ($\chi^2 = 6,75$, $df = 2$) wykazała również statystyczną zależność pomiędzy okresem funkcjonowania przedsiębiorstwa na rynku a posiadaniem terminala POS w punkcie.



Rysunek 1. Motywy zainstalowania terminala POS w punkcie handlowo-usługowym
Figure 1. Motives for POS terminal installation in a retail and services point

Źródło: badania własne, $n = 63$
 Source: own research, $n = 63$

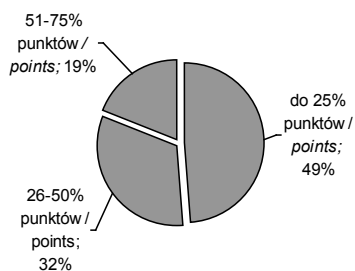
Najczęściej, w terminal do akceptacji kart były wyposażone przedsiębiorstwa działające na rynku od 6 do 10 lat (67%). Najrzadziej zaś przedsiębiorstwa o najdłuższym okresie funkcjonowania. Tylko 39% podmiotów z grupy przedsiębiorstw „najstarszych” akceptowało płatności kartami.

Przeprowadzona analiza statystyczna nie wykazała istotnej zależności pomiędzy wielkością przedsiębiorstwa a faktem posiadania terminala POS w punkcie ($\chi^2 = 2,94$, $df = 2$). Karty płatnicze akceptowało 50% mikroprzedsiębiorstw i 56% małych przedsiębiorstw.

Z punktu widzenia organizacji płatniczych oraz osób odpowiedzialnych za realizację strategii rozwoju obrotu bezgotówkowego, ważne jest określenie, jakimi motywami (czynniki wyboru) [Falkowski, Tyszka 2009] kierują się właściciele punktów handlowo-usługowych, podejmując decyzję o zainstalowaniu w placówce terminala do akceptacji kart płatniczych. Jak wynika z przeprowadzonych badań (rys. 1), prawie co drugi przedsiębiorca jako główny motyw podjęcia decyzji o zainstalowaniu terminala wskazał zainteresowanie klientów tą formą płatności. Również z badań przeprowadzonych na zlecenie Związku Przedsiębiorców i Pracodawców (ZPiP) wynika, że sprzedawcy uzależniali swoje decyzje o założeniu terminala POS w punkcie głównie od zainteresowania klientów (42%) [Tradycyjna gotówka... 2014]. Prawie 20% badanych wskazało na fakt, że konkurencja posiada terminal, w związku z czym podjęto decyzję o akceptacji kart płatniczych klientów. Ponad 15% osób stwierdziło, że możliwość płacenia kartą za zakupy i świadczone usługi pozwoli na przyciągnięcie nowych klientów i utrzymanie dotychczasowej grupy nabywców. Dla 12% właścicieli była to innowacyjna forma dokonywania płatności. W przypadku 5% punktów handlowo-usługowych, założenie terminala było wymogiem franczyzera. W dwóch placówkach terminal został założony po przedstawieniu oferty przez przedstawiciela handlowego agenta.

Omawiana grupa przedsiębiorstw podpisała umowy z różnymi agentami rozliczeniowymi. Większość badanych punktów współpracowała z bankiem PEKAO (40%). Prawie ¼ placówek była obsługiwana przez First Data Polska. Co dziesiąta umowa była podpisana z eService'em. Wśród pozostałych agentów rozliczeniowych, z którymi były podpisane umowy należy wymienić: Elavon i BPH. Zdecydowana większość właścicieli punktów handlowo-usługowych była zadowolona ze współpracy z agentami rozliczeniowymi (97%). W kilku przedsiębiorstwach (cztery przypadki) współpracę z agentem oceniono negatywnie. Powodem takiej oceny były wysokie prowizje pobierane przez agenta, zwłaszcza w przypadku niższych kwot rachunków klientów. Dlatego w wielu punktach handlowo-usługowych mających POS odnotowano brak możliwości płatności kartami zbyt małych kwot, np. do 15 zł, co było jedną z barier rozwoju obrotu bezgotówkowego w Polsce.

Posiadanie terminala do akceptacji kart płatniczych w punkcie handlowo-usługowym związane było z ponoszeniem kosztów jego utrzymania. Wszystkie przedsiębiorstwa wskazały opłatę pobieraną od transakcji realizowanych przy użyciu karty (tzw. opłata *interchange*, opłata wzajemna). Opłata ta wy-

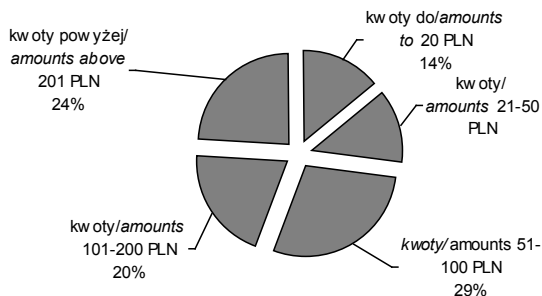


Rysunek 2. Procentowy udział klientów płacących kartami płatniczymi za produkty i usługi w badanych punktach handlowo-usługowych

Figure 2. Percentage of customers paying with payment cards for products and services in surveyed retail and services points

Źródło: badania własne, n = 63

Source: own research, n = 63



Rysunek 3. Przeciętne kwoty rachunków płaconych przez klientów kartami w badanych punktach handlowo-usługowych

Figure 3. Average invoice amounts paid by customers by payment cards in surveyed retail and services points

Źródło: badania własne, n = 63

Source: own research, n = 63

nosiła od 1,5 do 2,5% kwoty transakcji. Opłaty wzajemne w Polsce należą do najwyższych w Europie. Zgodnie z opublikowaną 30 października 2013 roku nowelizacją o usługach płatniczych, 1 lipca 2014 roku opłaty te zostaną obniżone. Często opłatą ponoszoną przez sprzedawców była opłata za dzierżawę terminala, którą wymieniło prawie 80% przedsiębiorców. Według danych udostępnionych przez respondentów, opłata za użytkowanie terminala POS wynosiła od 50 do 150 zł. Poza wymienionymi opłatami, w czterech przypadkach wystąpiły opłaty dodatkowe na poziomie 1-4% oraz marża agenta (3 przypadki). Wśród innych opłat wymieniane były opłaty za usługi telekomunikacyjne.

W prawie co drugim przedsiębiorstwie udział klientów płacących kartą był niewielki i nie przekraczał 25% wszystkich transakcji (rys. 2). W 17 przedsiębiorstwach wskazano, że udział transakcji kartami we wszystkich transakcjach mieścił się w przedziale 26-50%. W co piątym punkcie udział płatności kartami wynosił od 51 do 75% wszystkich transakcji. Żaden przedsiębiorca nie wskazał odpowiedzi, że udział transakcji za pomocą kart był wyższy niż 75%.

Prawie 1/3 respondentów wskazała, że rachunki płacone kartą to najczęściej kwoty od 51 do 100 zł (rys. 3). W 27% punktach handlowo-usługowych dominowały mikropłatności (do 50 zł), co czwarty przedsiębiorca wskazał odpowiedź, że przeciętny rachunek płacony kartą wynosił powyżej 200 zł, a co piąty – 101-200 zł.

Jak wynika z przeprowadzonych badań 54 punkty handlowo-usługowe nie były wyposażone w terminale POS. Zdaniem właścicieli sklepów i punktów usługowych, głównym powodem, dla którego nie instalowali terminali w punktach było to, że mieszkańcy wsi nie posiadali kart lub ich nie używali (46%). Związane to było z niskim poziomem ukartowania społeczeństwa w Polsce. Jak wynika z danych NBP, udział osób posiadających kartę płatniczą w ogólnej liczbie dorosłych Polaków wynosił około 66%. Wskaźnik ten był zróżnicowany w zależności od stopnia urbanizacji. Najniższy stopień ukartowania występował w małych miastach oraz na obszarach wiejskich [Diagnoza stanu... 2013]. Jak wynika z przeprowadzonej analizy, prawie 1/3 sprzedawców twierdziła, że do zainstalowania terminala POS zniechęcają ich duże opłaty związane z akceptowaniem płatności kartą. Co ósmy respondent wskazał, że w przypadku rozliczenia transakcji kartą musi czekać kilka dni aż pieniądze zostaną zaksięgowane na koncie przedsiębiorstwa. Taką odpowiedź zaznaczyło 5% badanych. Do grupy pozostałych czynników, które wymienili przedsiębiorcy należały: brak zainteresowania płatnościami kartami ze strony mieszkańców (5%), ryzyko związane z transakcją kartą (3%), brak odpowiednich warunków technicznych potrzebnych do zainstalowania terminala (2%) oraz fakt, że właściciele w ogóle nie myśleli o tej formie rozliczenia transakcji w sklepie.

Prawie 2/3 respondentów nie zamierzała w najbliższym roku zakładać terminala POS w swoim punkcie. Co piąty właściciel sklepu planował taką inwestycję. Tyle samo respondentów wskazało odpowiedź nie wiem.

Podsumowanie

Przeprowadzone badania umożliwiły poznanie rynkowych zachowań akceptantów kart płatniczych funkcjonujących na obszarach wiejskich. Jak wynika z przeprowadzonej analizy, wyposażenie punktu w terminal POS zależało od rodzaju punktu handlowo-usługowego oraz okresu funkcjonowania przedsiębiorstwa na rynku. Karty płatnicze najczęściej akceptowały przedsiębiorstwa handlowe oraz podmioty, których okres funkcjonowania na rynku nie przekraczał 10 lat. Najrzadziej płatności kartami akceptowały przedsiębiorstwa „najstarsze” oraz punkty usługowe. Głównym motywem, dla którego właściciele sklepów i punktów usługowych zdecydowali się na przyjmowanie płatności bezgotówkowych kartą, było zainteresowanie ze strony klientów taką formą płatności (48%).

Jak wynika z przeprowadzonych badań, w większości podmiotów zlokalizowanych na obszarach wiejskich i wyposażonych w terminal POS, udział osób płacących kartą nie przekraczał 25%. Przyczynami tej sytuacji były przyzwyczajenie konsumentów do płacenia gotówką oraz obawy związane z bezpieczeństwem płacenia kartą za dobra i usługi. Dlatego jednym z głównych działań w rozwoju sieci akceptacji kart na obszarach wiejskich powinny być działania edukacyjne, umożliwiające zmiany mentalnościowe mieszkańców wsi.

Barierą w rozwoju sieci akceptacji kart na obszarach wiejskich był również fakt, że konsumenci nie mieli kart płatniczych, co wynikało z niskiego poziomu ubankowienia mieszkańców wsi. Pożądanymi inicjatywami w tym zakresie powinny być działania popularyzujące korzystanie z rachunku bankowego oraz stworzenie przez banki, wzorem innych krajów UE, „taniego rachunku dla wszystkich”.

Literatura

- Brussa A., Tarnawa A. (red.). 2011: *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce*, PARP, Agencja Reklamowo-Wydawnicza, Warszawa.
- Diagnoza stanu rozwoju obrotu bezgotówkowego w Polsce*. 2013: Departament Systemu Płatniczego NBP, Warszawa.
- ECB Statistical Data Warehouse. 2014: <http://sdw.ecb.europa.eu>, dostęp 14.05.2014.
- Falkowski A., Tyszka T. 2009: *Psychologia zachowań konsumenckich*, GWP, Gdańsk
- Koźliński T. 2013: *Zwyczaj płacnicze Polaków*, NBP, Warszawa.
- Kukuła K. 2009: *Elementy statystyki w zadaniach*, wydanie II, PWN, Warszawa
- Tradycyjna gotówka w płatnościach wciąż degraduje plastikową kartę*. 2014: <http://media.netpr.pl>, data dostępu 14.05.2014.

Summary

The paper presents results of research conducted to characterize and assess market behaviours of businesses accepting payment cards operating in rural areas and the identification of factors determining and diversifying these behaviours. The study involved 117 points of sale, operating in rural areas in Malopolska. As results from conducted analysis, 54% of the surveyed retail and services points possessed a POS terminal, whereas the other did not accept card payments. Equipping a retail point with POS terminal depends on the kind of the retail and services point and the period of the business operation on the market. Payment cards were the most frequently accepted by self-service stores, petrol stations and shops selling television, radio and domestic appliances. Almost 70% of subjects operating on the market for between 6 and 10 years had POS terminals. The main reason why the owners of shops and service points decided to accept non-cash payments by card was interest among customers. The barriers to the development of payment card acceptance network in rural areas are high commissions charged by settlement agents and the fact that rural dwellers do not have payment cards.

Adres do korespondencji
dr inż. Monika Szafrńska
Uniwersytet Rolniczy im. Hugona Kołłątaja w Krakowie
Katedra Zarządzania i Marketingu w Agrobiznesie
Al. Mickiewicza 21, 30-120 Kraków
tel. (12) 662 43 72
e-mail: mszafranska@ar.krakow.pl