



FEDERACJA KONSUMENTÓW

Raport z badania ankietowego przeprowadzonego w oddziałach Federacji Konsumentów na przełomie grudnia 2012 i stycznia 2013 roku, dotyczącego postaw oraz świadomości konsumentów, związanych z użytkowaniem kart płatniczych

(wybrane zagadnienia)

Spis treści

Wstęp.....	3
I. Wyniki badań.....	5
II. Wnioski.....	13

Wstęp

Obrót bezgotówkowy od wielu lat systematycznie rośnie zarówno w krajach rozwiniętych, jak i rozwijających się. Polska nie jest tutaj wyjątkiem. Wzrasta liczba kart płatniczych oraz transakcji dokonywanych za ich pomocą, co jest sprzężone również ze wzrostem infrastruktury niezbędnej do funkcjonowania bezgotówkowych form płatności. Czynnikiem, które wpływają na rozwój obrotu bezgotówkowego są: liczba posiadaczy kart, liczba punktów, w których można dokonać zapłaty kartą, oraz koszt akceptacji kart płatniczych, a ten z kolei w dużej mierze zależy od wysokości opłaty interchange (ang. *interchange fee*) ponoszonej przez sprzedawcę.

W ciągu ostatnich kilku miesięcy temat rozwoju rynku opłat bezgotówkowych oraz wysokich opłat interchange na trwałe zagościł w debacie publicznej. Obecnie toczą się prace parlamentarne nad nowelizacją Ustawy z dnia 19 sierpnia 2011 r. o usługach płatniczych (DzU 2011 nr 199 poz. 1175), które mogą zmienić panujące *status quo*. W tym miejscu Federacja Konsumentów pragnie zwrócić uwagę na pojawienie się niepokojących prób podważenia zasady uznawalności kart płatniczych, co mogłoby doprowadzić do pogorszenia sytuacji konsumentów na rynku usług płatniczych oraz do zachwiania rozwoju obrotu bezgotówkowego w Polsce.

Mając na uwadze powyższe, Federacja Konsumentów postawiła zbadać, jak korzystanie z kart płatniczych wygląda z perspektywy konsumentów. W tym celu zostało przeprowadzone badanie ankietowe, podczas którego poruszono różne zagadnienia związane z korzystaniem z tej formy płatności.

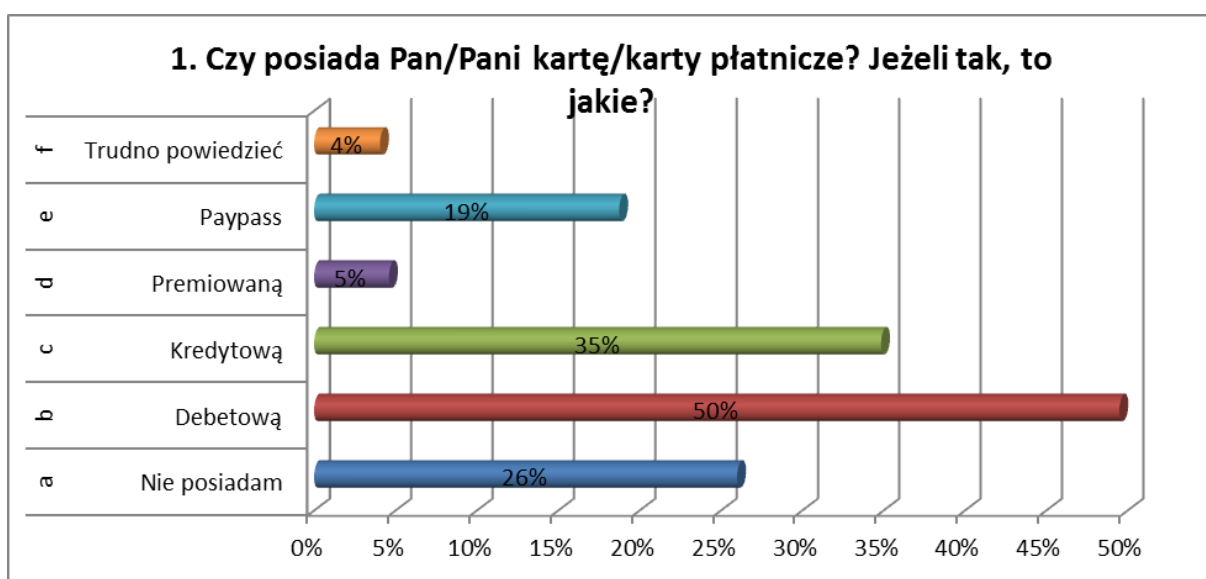
Pytania miały za zadanie zbadać przede wszystkim zwyczaje konsumentów odnośnie korzystania (bądź nie) z kart płatniczych, ich świadomość dotyczącą opłat związanych z korzystaniem z kart (kto je ponosi? kto na nich zarabia?) oraz to w jaki sposób wysokość tych opłat wpływa na ich skłonność do korzystania z kart płatniczych.

Ankieta składająca się z 12 pytań została przeprowadzona na grupie 2000 osób w oddziałach Federacji Konsumentów na terenie całego kraju. Większość pytań była pytaniami wielokrotnego wyboru; w przypadku pozostałych respondenci mieli możliwość wybrania jedynie jednej odpowiedzi. Ankietowani, którzy zadeklarowali brak posiadania karty płatniczej, kończyli wypełnianie ankiety na drugim pytaniu, gdyż badanie miało na celu określenie przede wszystkim wiedzy osób już posiadających karty.

Wyniki ankiet zostaną przedstawione w pierwszej części raportu, natomiast druga część zawiera wnioski wysunięte na podstawie otrzymanych wyników.

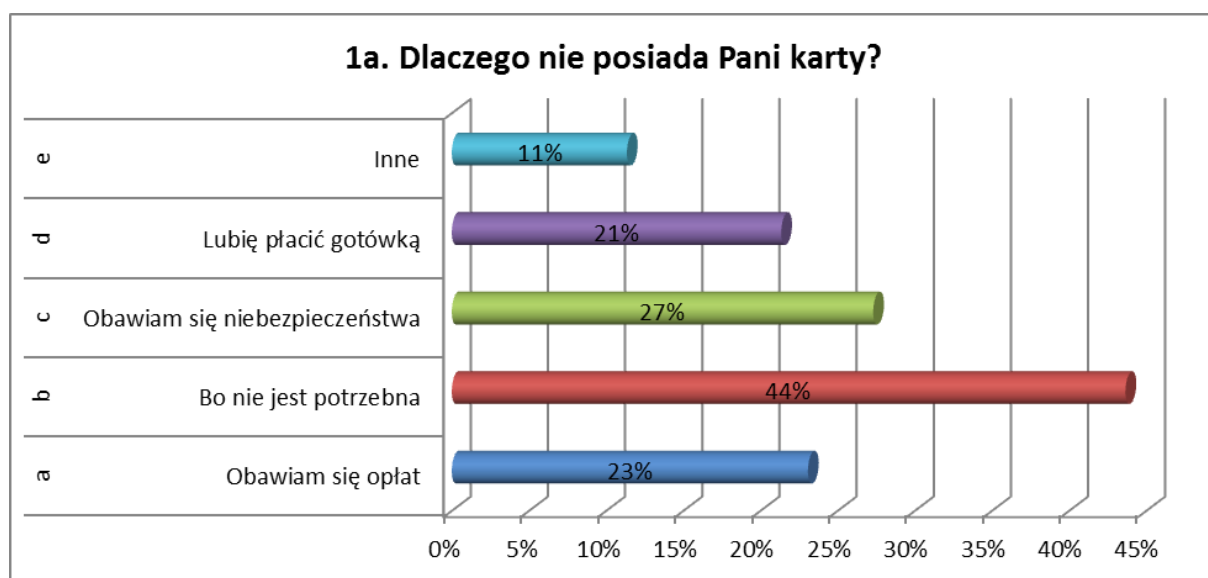
I. Wyniki badań

Wykres 1.



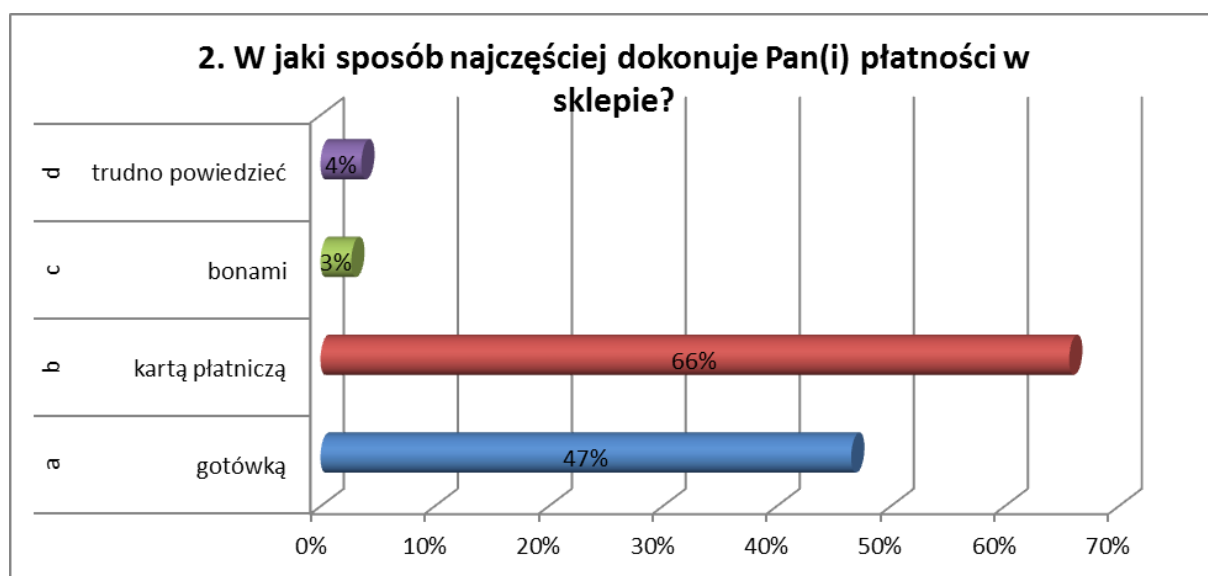
Pierwsze pytanie miało za zadanie określenie odsetka osób korzystających z karty (kart) płatniczej. Zebrane odpowiedzi wykazały, iż 76 % konsumentów korzysta z co najmniej jednej karty płatniczej. Wśród osób, które pozytywnie odpowiedziały na pytanie odnośnie korzystania z kart płatniczych największą popularnością cieszyła się karta debetowa (50 % badanych). Na drugim miejscu znalazła się karta kredytowa (35 %), a na kolejnych karta typu paypass (19 %) oraz premiowana (5 %). 4 % ankietowanych nie było pewnych, jakiego rodzaju kartę posiadają.

Wykres 1A.



Osoby niekorzystające z kart płatniczych swoją decyzję tłumaczyły najczęściej brakiem potrzeby korzystania z tej formy płatności (44 %), względami bezpieczeństwa (27 %) lub obawą przed opłatami (23 %). Z kolei 21 % ankietowanych stwierdziło, iż nie korzysta z kart, gdyż preferuje płacenie gotówką. Na inne przyczyny niekorzystania z kart wskazało 11 % respondentów.

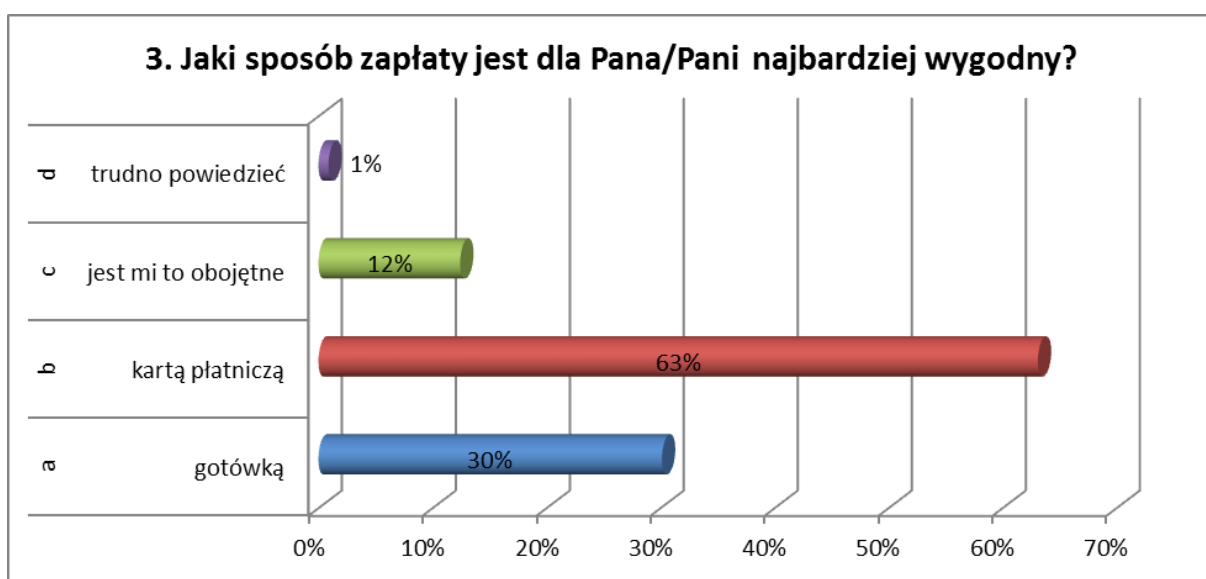
Wykres 2.



Od tego pytania ankietę wypełniały już tylko osoby, które są posiadaczami karty/kart.

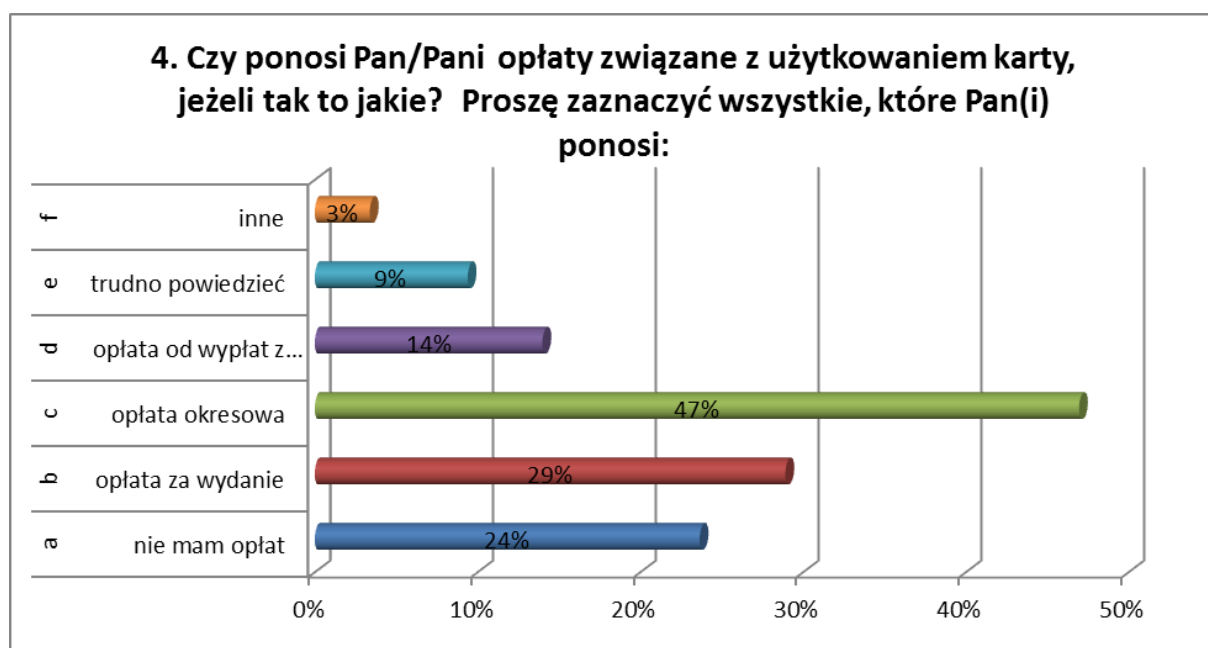
Pytani o najczęstszy sposób dokonywania płatności w sklepie ankietowani wskazywali na kartę płatniczą (66 %). 44 % respondentów woli płacić gotówką, z kolei 3 % badanych za najlepszy sposób dokonywania zakupów uznali zapłatę za pośrednictwem bonów. Problemy z określeniem sposobu najczęstszego dokonywania płatności miało 4 % badanych.

Wykres 3.



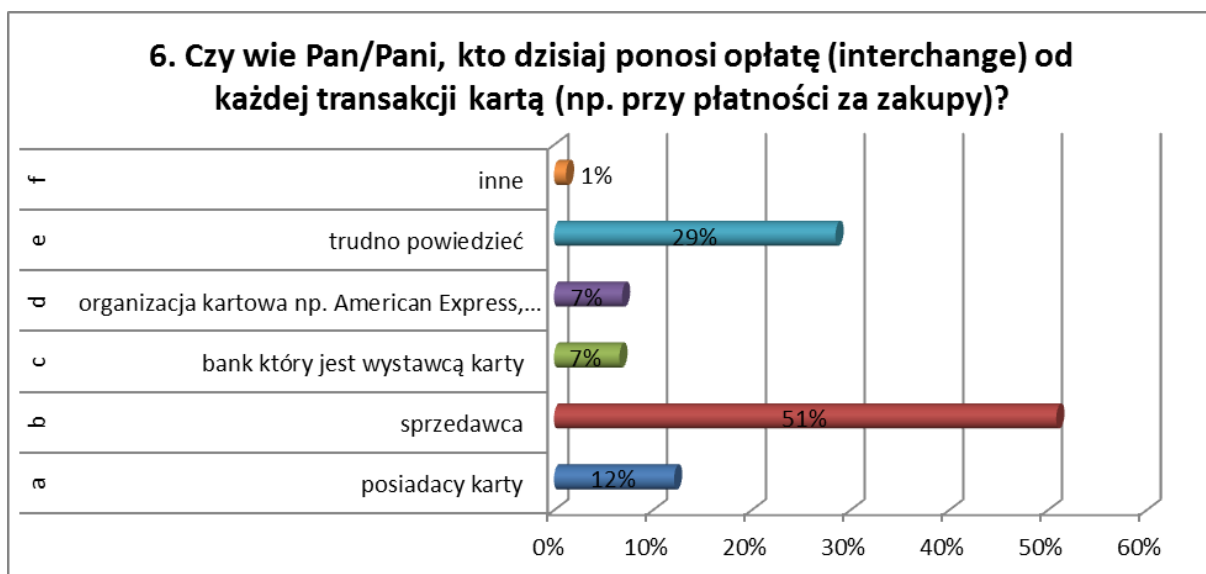
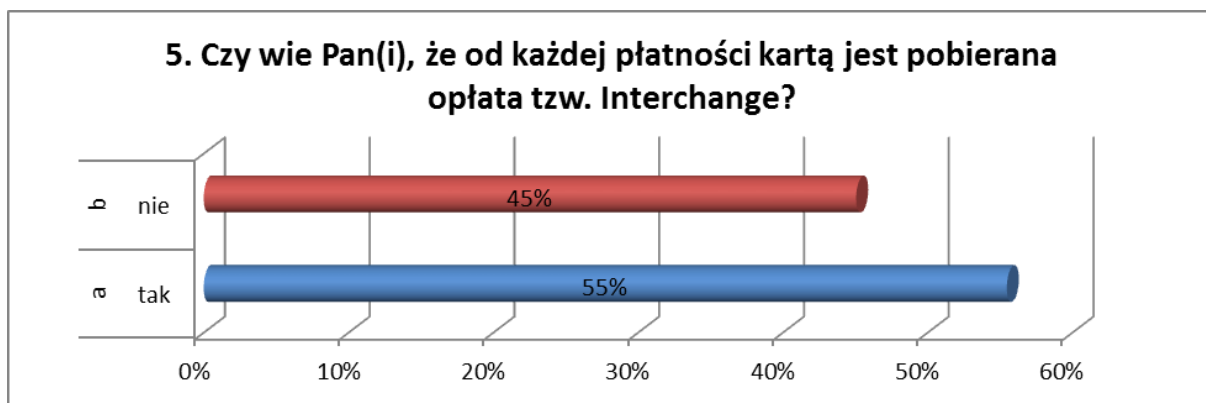
Nie bez znaczenia dla wyborów konsumenckich jest również wygoda poszczególnych form płatności. W związku z tym Federacja Konsumentów skierowała do ankietowanych pytanie odnośnie tego, jaki sposób zapłaty uważają oni za najbardziej wygodny. Wyniki pokazują, iż za najwygodniejszą formę zapłaty konsumenci uważają kartę płatniczą (63 %), gotówkę wybrało z kolei 30 % ankietowanych. Dla 12 % forma dokonywania płatności jest obojętna, natomiast 1 % respondentów nie miało sprecyzowanej odpowiedzi na zadane pytanie.

Wykres 4.



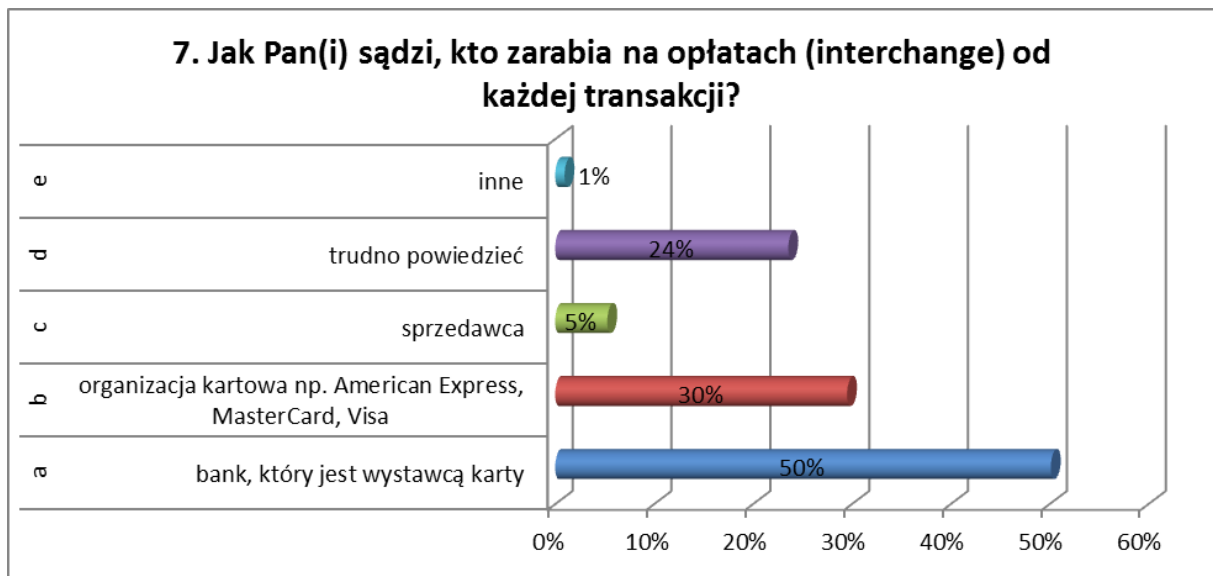
Konsumenci zostali również zapytani o to, czy wedle ich wiedzy ponoszą opłaty za użytkowanie karty. 67 % udzieliło odpowiedzi twierdzącej. Pytani o rodzaj opłaty badani najczęściej wskazywali opłatę okresową (47 %). Na kolejnych pozycjach znalazły się opłata za wydanie (29%) oraz opłata od wypłat z bankomatu (14 %). 24 % ankietowanych stwierdziło, iż nie ponosi żadnych opłat, natomiast 9 % nie miało wiedzy na ten temat.

Wykres 5 i 6.



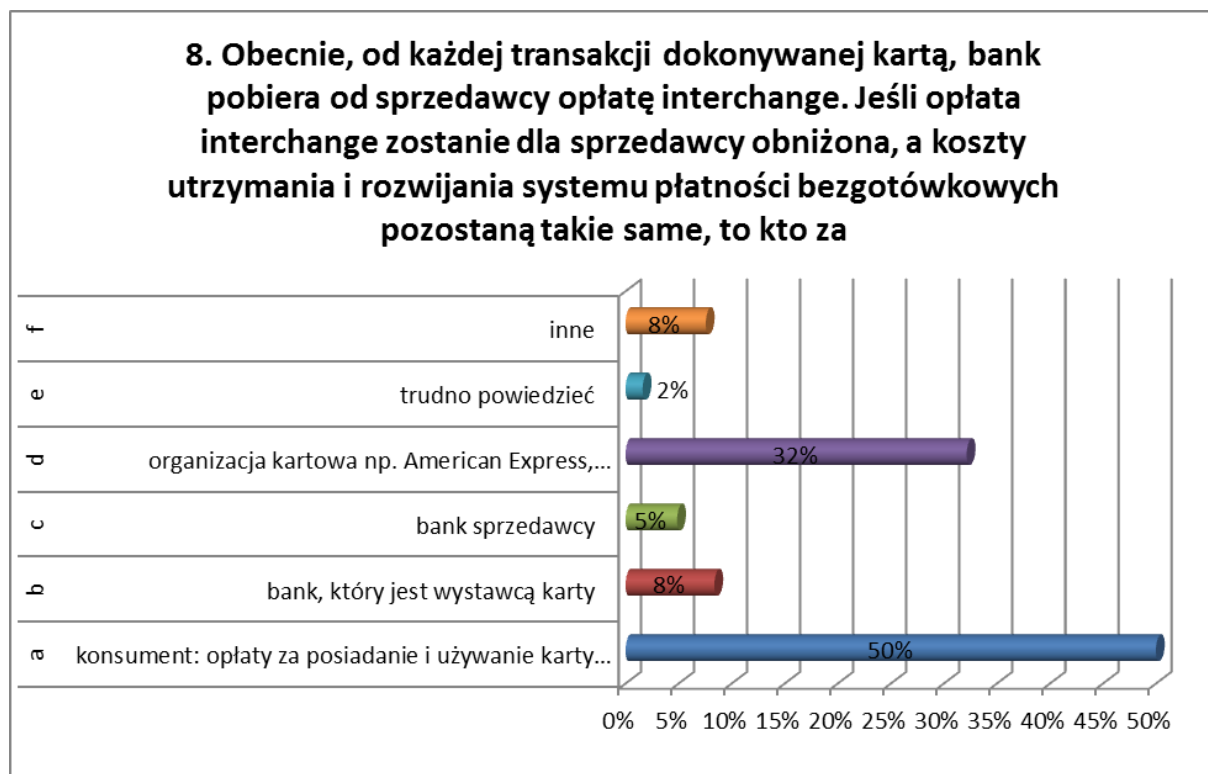
Federacja Konsumentów zbadała również poziom wiedzy odnośnie pobierania opłaty interchange. 55 % konsumentów stwierdziło, że byli oni świadomi tego, iż każda płatność kartą wiąże się z tą opłatą, natomiast pozostałe osoby uzyskały tę wiedzę podczas badania ankietowego. Respondenci zostali zapytani również o to, kto ich zdaniem ponosi opłatę interchange od każdej transakcji. 51 % wskazało na sprzedawcę, z kolei posiadacz karty, bank-wystawca karty oraz organizacja kartowa zostali wskazani odpowiednio przez 12, 7 i 7% badanych. 29 % badanych uznało, iż trudno to rozstrzygnąć.

Wykres 7.



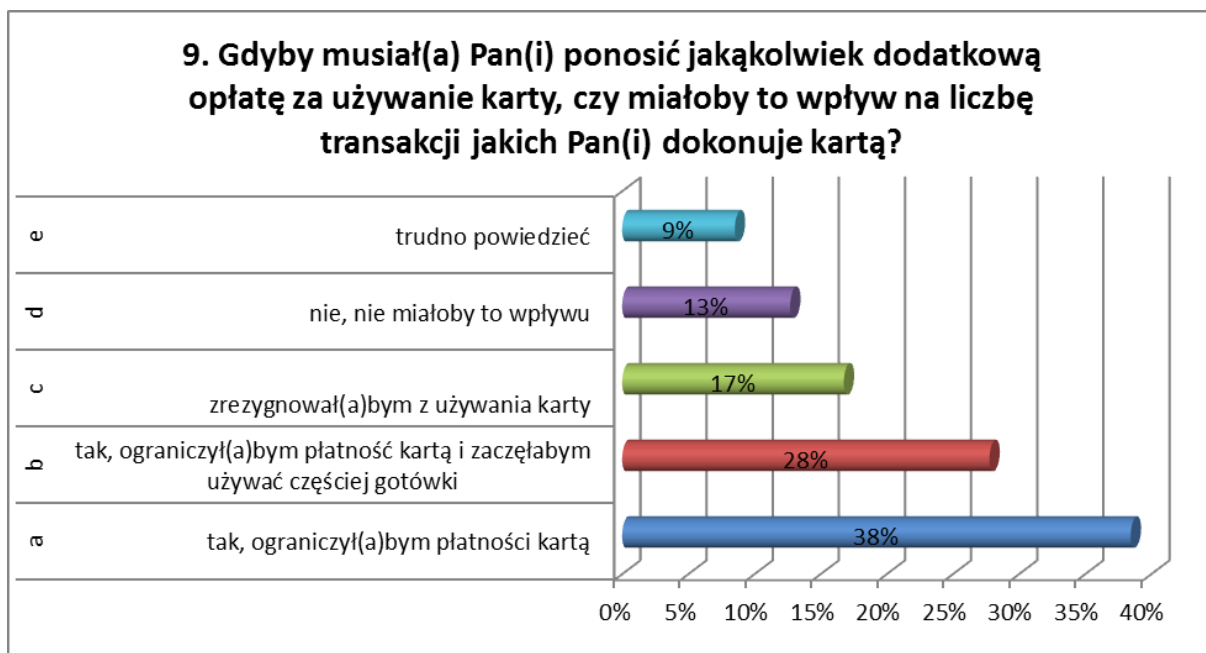
Następnie konsumenci zostali poproszeni o wskazanie największych, ich zdaniem, beneficjentów opłaty interchange. Najwięcej z nich wskazało na bank - wystawcę karty (50 %). Na drugim miejscu uplasowała się organizacja kartowa (30 %). Z kolei sprzedawców, jako tych, którzy na opłatach interchange zarabiają najwięcej wybrało 5 % ankietowanych. 24% osób nie miało wyrobionego zdania w tej kwestii.

Wykres 8.



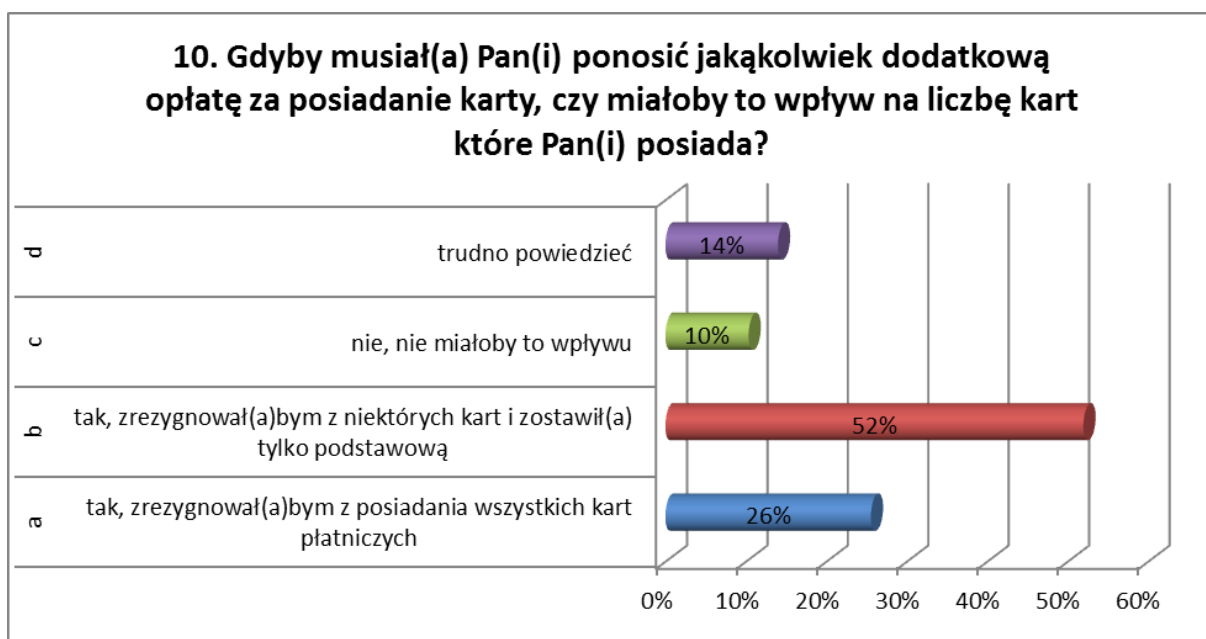
Kolejna część ankiety miała za zadanie zbadać to, jak - w ocenie respondentów - zmiana wysokości opłaty interchange wpłynie na sytuację poszczególnych interesariuszy. Połowa z nich zapytana o to, kto ich zdaniem poniesie koszty ewentualnego obniżenia opłaty interchange, wskazywała na konsumentów. Oznacza to, iż co drugi ankietowany obawia się, iż w sytuacji obniżenia opłaty interchange przy jednoczesnym zachowaniu na tym samym poziomie kosztów utrzymania i rozwijania systemu płatności bezgotówkowej, wzrosną opłaty za posiadanie i użytkowanie karty. Jako drugą kategorię podmiotów najbardziej narażoną na konieczność zapłaty różnicy pomiędzy pierwotną a obniżoną stawką interchange respondenci wskazali organizacje kartowe (32 %), natomiast na kolejnych pozycjach możemy znaleźć banki wystawiające karty (8 %) oraz bank sprzedawcy (5 %). 8 % badanych wskazało na inne podmioty, natomiast 2 % wstrzymało się od jednoznacznej odpowiedzi.

Wykres 9



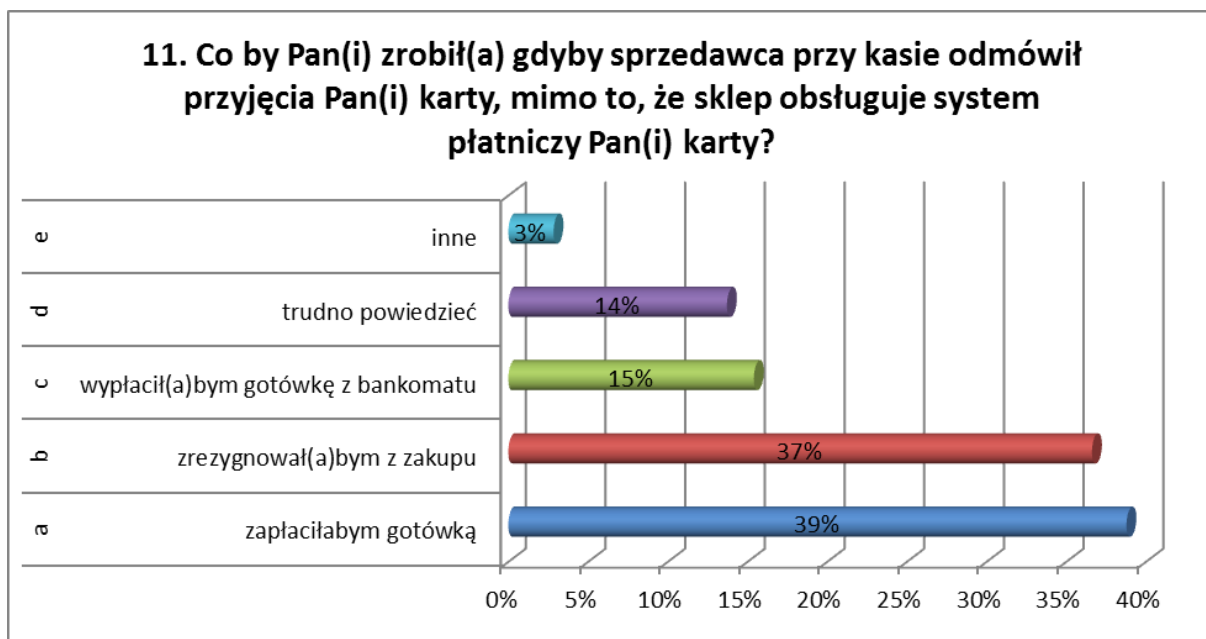
Konsumenci mieli również okazję wyrazić swoje zdanie na temat ich ewentualnej reakcji na wprowadzenie dodatkowych opłat za użytkowanie karty. Ponad jedna trzecia respondentów (38 %) stwierdziła, iż ograniczyłaby płatność kartą. Dla nieco mniejszej grupy (28%) ograniczeniu z korzystania z karty towarzyszyłoby częstsze korzystanie z gotówki. 17 % konsumentów w przypadku dodatkowych opłat zadeklarowało całkowitą rezygnację z używania karty. Jedynie 13 % badanych stwierdziło, iż dodatkowa opłata nie wpłynęłaby na ich zwyczaje związane z korzystaniem z karty.

Wykres 10



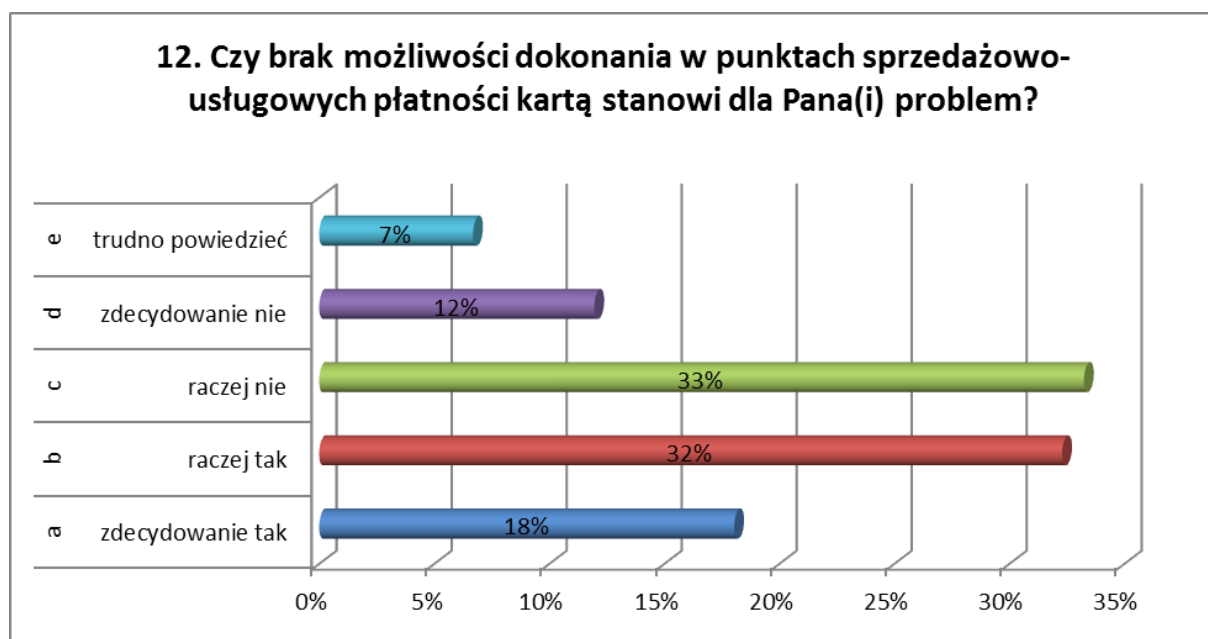
Dodatkowa opłata za samo posiadanie karty skłoniłaby aż 52 % konsumentów do rezygnacji z niektórych kart, a kolejne 26 % do rezygnacji z posiadania kart płatniczych w ogóle. Jedynie 10 % ankietowanych uznało, iż zmiana tego typu pozostałaby bez wpływu na ich korzystanie z kart, natomiast 14 % nie miało na ten temat zdania.

Wykres 11



Federacja Konsumentów zbadała również to, jak konsumenci zareagowaliby na odmowę przyjęcia karty przez sprzedawcę przy kasie w sklepie obsługującym system płatniczy karty należącej do konsumenta. Najwięcej ankietowanych w takiej sytuacji zapłaciłoby gotówką (39 %). Nieco mniejsza grupa klientów zrezygnowałaby z zakupu (37%), natomiast 15 % badanych wypłaciłoby gotówkę z bankomatu. Inne sposoby wyjścia z przedstawionej sytuacji zaprezentowało 3 % osób, natomiast 14 % badanych nie miało zdania.

Wykres 12



Na koniec Federacja Konsumentów postanowiła sprawdzić, czy brak możliwości dokonania płatności kartą w punktach sprzedażowo-usługowych stanowi dla ankietowanych problem. Połowa z nich odpowiedziała na pytanie twierdząco (z czego 18 % zaznaczyło odpowiedź „zdecydowanie tak”). Grupa, dla której brak możliwości dokonania zapłaty kartą nie stanowi problemu, wyniosła 45 % (12 % „zdecydowanie nie”), natomiast liczba niezdecydowanych wyniosła 7 %.

II. Wnioski

Przeprowadzona ankieta miała przede wszystkim za zadanie zbadanie postaw oraz poziomu wiedzy konsumentów, związanych z płatnościami za pomocą kart płatniczych. Jest to o tyle ważne, iż obrót bezgotówkowy stale i systematycznie zwiększa swoją obecność w życiu każdego z nas; niektórzy fachowcy prognozują wręcz, iż „pieniądz plastikowy” całkowicie wyprze tradycyjną gotówkę w ciągu najbliższych kilkudziesięciu lat.

Analizując odpowiedzi na pytania 1-7, można stwierdzić, iż poziom wiedzy konsumentów w Polsce (także tej intuicyjnej) na temat funkcjonowania systemu płatności kartami jest umiarkowany. Z jednej strony ponad 90 % respondentów nie miało problemu z określeniem tego, jakie opłaty są od nich pobierane w związku z korzystaniem z karty płatniczej, z drugiej 44 % z nich w momencie przeprowadzania ankiety nie było świadomych istnienia, kluczowej dla zrozumienia tego jak funkcjonuje system finansowania obrotu bezgotówkowego, opłaty interchange.

Z pewnością niepokojące jest to, iż ponad jedna czwarta osób nieposiadających karty płatniczej jako podstawę swojej decyzji wskazała obawę przed różnego rodzaju niebezpieczeństwami. Świadczy to o tym, iż podmioty zajmujące się promocją obrotu bezgotówkowego nie dotarły jeszcze do znacznej części społeczeństwa. Z kolei wyrażony w odpowiedziach na to samo pytanie lęk przed opłatami można potraktować jako wotum nieufności wobec banków, które nie zawsze w sposób należyty informują swoich klientów o kosztach związanych z korzystaniem z ich usług.

Rozdźwięk pomiędzy liczbą osób deklarujących korzystanie z gotówki podczas zakupów (47 %) oraz tymi, którzy taką formę płatności uznają za wygodną (30 %) wskazuje, iż spora część konsumentów potencjalnie jest gotowa częściej i więcej korzystać z bezgotówkowej formy płatności.

Przy badaniu nastawienia konsumentów wobec potencjalnych zmian w opłatach za korzystanie z karty dało się zauważyć wyraźną niechęć do ponoszenia jakichkolwiek dodatkowych opłat za używanie lub posiadanie karty. W jednym i drugim przypadku odsetek osób, dla których zwiększenie opłat nie wiązałoby się ze zmianą przyzwyczajień, był mniejszy niż 15 %. Powyższe dane każą sądzić, że, o ile oczywiście deklaracje konsumentów znalazłyby potwierdzenie w rzeczywistości, próby podniesienia opłat ponoszonych przez posiadaczy kart będą się wiązały z zahamowaniem rozwoju obrotu bezgotówkowego w Polsce poprzez zniechęcenie konsumentów do korzystania z innych niż gotówkowa form płatności.

Niechęć konsumentów do ponoszenia dodatkowych opłat pokrywa się z przeświadczeniem, wyrażonym przez połowę z nich, iż w przypadku obniżenia opłaty interchange to właśnie oni zostaną obciążeni kosztami wyrównania ewentualnych strat po stronie dotychczasowych beneficjentów opłaty.

Z kolei relatywnie wysoki odsetek osób, które zrezygnowałyby z zakupu w przypadku odmowy przyjęcia przy kasie ich karty płatniczej (37 %) wskazuje, iż ograniczenie swobody dokonywania zakupów za pomocą karty może wpłynąć negatywnie nie tylko na obrót bezgotówkowy, ale i na obrót handlowy w ogóle. Na konieczność zapewnienia konsumentom możliwości dokonywania zapłat za pomocą kart kredytowych wskazali sami ankietowani, spośród których połowa uznała, iż brak możliwości dokonania płatności kartą w punktach sprzedażowo-usługowych stanowi dla nich problem.

Z punktu widzenia organizacji zajmującej się ochroną praw konsumenckich najbardziej niepokojące są dane, które świadczą o niskiej świadomości dużej części ankietowanych (np. te, z których wynika, iż *gros* konsumentów rezygnuje z wyboru karty z powodu obawy przed niebezpieczeństwami lub opłatami). Sytuacja ta z pewnością będzie stanowić dla nas impuls do dalszego uświadamiania i edukacji mniej świadomych uczestników rynku.

Wszelkie prawa autorskie do raportu są zastrzeżone na rzecz Federacji Konsumentów.