

# Łukasz Zakonnik

---

## Płatności mobilne w Polsce w świetle badań ankietowych użytkowników

---

Ekonomiczne Problemy Usług nr 113, 419-428

---

2014

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

*ŁUKASZ ZAKONNIK*

Uniwersytet Łódzki

## PLATNOŚCI MOBILNE W POLSCE W ŚWIETLE BADAŃ ANKIETOWYCH UŻYTKOWNIKÓW

### Streszczenie

W prezentowanym artykule przedstawione są najważniejsze aspekty funkcjonowania płatności mobilnych w Polsce. Stanowi on także próbę odpowiedzi na pytanie, czy płatności mobilne są atrakcyjne dla użytkownika i co o tym może decydować? Odpowiedź na powyższe pytanie opiera się na analizie otrzymanych wyników badań ankietowych użytkowników płatności mobilnych w Polsce.

**Słowa kluczowe:** płatności mobilne, narzędzia płatnicze, płatności detaliczne

### Wprowadzenie

W przeciągu ostatnich kilkunastu miesięcy w Polsce, mamy możliwość doświadczyć w mediach natłoku informacji reklamowych, dotyczących nowoczesnych narzędzi płatniczych. O ile jeszcze niedawno wydawało się, że w płatnościach detalicznych w świetle rzeczywistości jest do wyboru albo gotówka albo klasyczna karta płatnicza, o tyle obecnie banki i inne instytucje płatnicze (lub quasi-płatnicze) chcą tą sytuację diametralnie zmienić. Początkowo symbolem nowości stały się płatności zbliżeniowe powiązane z kartami płatniczymi. Obecnie taką rolę zaczynają odgrywać płatności mobilne<sup>1</sup>. O ile wspomniane płatności zbliżeniowe (rozumiane tu jako dodatkowa funkcjonalność karty płatniczej) nie

---

<sup>1</sup> Termin płatności mobilne nie posiada powszechnie przyjętej definicji. Jedno z bardziej ogólnych określeń mówi, że płatności mobilne to płatności, które są zainicjowane przy pomocy urządzenia mobilnego (na przykład telefonu komórkowego) (EBC 2013).

stwarzają poważnego ryzyka dla instytucji wprowadzających dane rozwiązanie (w końcu kartę płatniczą i tak klient będzie używał, nawet jeśli nie będzie dokonywał płatności zbliżeniowo), o tyle próba wprowadzenia płatności mobilnych obarczona jest już większym ryzykiem. Warto zwrócić uwagę, że jeszcze w 2012 r. płatności mobilne na przykład w handlu elektronicznym, stanowiły margines rzędu 1–2% (Jarosz 2012, s. 33–49), choć zwracano uwagę, że sytuację tę może zmienić zaangażowanie się banków – a właśnie tego doświadczyliśmy w 2013 r. (Piątek 2012, s. 12). Prognozy są już zdecydowanie lepsze i zakładają, że w 2015 r. łączna wartości transakcji mobilnych w Polsce będzie bliska kwocie 30 mld zł („Rzeczpospolita” 2013). Dalej idące przewidywania mówią o tym, że płatności mobilne już w 2020 r. będą bardziej popularne od zwykłych płatności online (Polskie Radio 2013).

W tym miejscu można się zastanowić, co jest tak charakterystyczne dla płatności mobilnych, że zakłada się ich ogólny sukces (czyli z jednej strony przekonają do siebie użytkownika, a z drugiej strony przyniosą zyski operatorowi usługi płatniczej)? I czy w ogóle ten sukces będzie miał miejsce? Jeśli chodzi o zyski operatora wydaje się, że jednym z istotnych czynników promocji płatności mobilnych jest chęć ucieczki przed opłatami interchange (czyli prowizją od płatności kartowej), które uważa się za nieodpowiednie (Byrski Traple, 2013). Niestety, bardzo trudno dotrzeć do informacji, informujących, jakie korzyści odnoszą operatorzy<sup>2</sup>. W związku z powyższymi uwagami, w prezentowanym artykule autor stara się przeanalizować płatności mobilne z punktu widzenia użytkownika, a tym samym postara się udzielić przynajmniej częściowej odpowiedzi na przedstawione powyżej pytania.

## 1. Podział płatności mobilnych w Polsce

Zanim przedstawione zostaną wyniki badania, należy po krótko scharakteryzować płatności mobilne, co ułatwi późniejszy opis uzyskanych wyników.

Jeszcze stosunkowo niedawno użytkownik płatności mobilnej w Polsce miał do czynienia z dwiema metodami na dokonanie płatności – albo z wyspecjalizowanym systemem płatniczym (formą elektronicznej portmonetki) oferowanym przez instytucję quasi-finansową, albo po prostu z płatnością dokonywaną przy pomocy wysyłania wiadomości SMS o podwyższonej wartości – Premium SMS (Zakonnik 2010, s. 147–155). Obecnie płatności mobilne można podzielić (w uproszczeniu) z uwzględnieniem kategorii operatorów usług (3 grupy) oraz ze względu na sposoby technicznej obsługi płatności (4 grupy) (NBP 2013).

---

<sup>2</sup> Urywkowe dane nie są optymistyczne. Przykładowo w sieci jednego z hipermarketów w Polsce, który zaangażował się w płatności mobilne, dokonywano średnio tylko 1/2 płatności mobilnej dziennie (dane na koniec 2013 r., „Wprost” 2013).

Pierwszą grupę operatorów usług stanowią banki. Do liderów tej grupy zaliczyć można bank PKO B.P. (z rozwiązaniem o nazwie IKO) oraz bank Pekao S.A. (z rozwiązaniem o nazwie PeoPey) – co oczywiście nie oznacza braku aktywności innych banków. W obydwu wspomnianych przypadkach płatność może być realizowana w powiązaniu z rachunkiem bankowym lub na podstawie przedpłaty (forma elektronicznej portmonetki, gdzie gromadzone są środki do dokonania późniejszej płatności).

Drugą grupę stanowią płatności mobilne powiązane z operatorami sieci telefonii komórkowej. Rozwiązania takie proponuje na przykład Orange (pod nazwą Orange Cash) oraz T-Mobile (pod nazwą MyWallet). Nie można jednak nie zauważyć, że operatorzy Ci współpracują z konkretnymi bankami.

Trzecią grupę stanowią płatności mobilne oferowane przez instytucje quasi finansowe. Pionierem w tej grupie w Polsce była (i jest) firma mPay. Obecnie liczącymi się rozwiązaniami są także usługi: SkyCash czy moBilet. Na przykładzie tego ostatniego rozwiązania widać mocne powiązanie z konkretnymi towarami/usługami, które można kupić płacąc mobilnie (bilety komunikacji miejskiej, czy opłaty parkingowe). Omawiana grupa wykorzystuje najczęściej formę elektronicznej portmonetki.

Przechodząc do technicznej obsługi płatności, pierwszym sposobem jej dokonania jest wykorzystanie aplikacji instalowanej w telefonie i wymiana komunikatów płatniczych między uczestnikami transakcji (najczęściej wykorzystuje się tu sieć Internet). Czasami nie trzeba instalować aplikacji – wykorzystuje się wtedy komunikaty USSD (ang. *unstructured supplementary service data*), czyli mechanizm umożliwiający komunikację pomiędzy telefonem komórkowym a poszczególnymi elementami sieci komórkowej.

Kolejnym sposobem jest generowanie jednorazowych kodów autoryzujących transakcje, które są podawane później w terminalach płatniczych. Oczywiście generowanie tychże kodów odbywa się najczęściej przy pomocy specjalnej aplikacji zainstalowanej na telefonie. Oprócz wspomnianych kodów wykorzystywane są też kody QR (ang. *quick response code*).

Trzecim sposobem jest skorzystanie z wiadomości SMS (wspominane już Premium SMS). Ogólnie zasada dokonania płatności z użyciem Premium SMS sprowadza się do umożliwienia uzyskania dostępu do danego towaru/usługi dopiero w chwili, kiedy zostanie wysłany SMS o podwyższonej wartości.

Czwartym sposobem jest użycie standardu komunikacji radiowej bliskiego zasięgu (NFC – *Near Field Communication*). Możliwe jest więc dokonanie płatności poprzez zbliżenie narzędzia płatniczego (na przykład telefonu) do terminala. Mamy w tym miejscu do czynienia z płatnościami zbliżeniowymi. Pomimo że płatność mobilną można zrealizować zbliżeniowo, to jednak płatności zbliżeniowe w Polsce wciąż zapewniają głównie karty płatnicze. Dzięki ogólnoswiatowym standardom payWave (organizacja VISA) oraz PayPass (organizacja MasterCard), zbli-

żeniowo przy użyciu karty płatniczej, można płacić na całym świecie (Zakonnik 2012, s. 603–612). Niestety, nie można tego napisać o rozwiązaniach płatności mobilnych jako takich.

## **2. Cel badania i opis realizacji badania**

### **Cel badania**

Cel badania został już ogólnie nakreślony we wstępie artykułu. Szczegółowymi celami było natomiast:

- określenie ogólnego stanu wiedzy badanych na temat płatności mobilnych w Polsce (ankietowani ustosunkowywali się do samego terminu płatności mobilne, określali znanych sobie operatorów płatności mobilnych oraz podawali kategorię produktów i usług najczęściej kupowanych z wykorzystaniem płatności mobilnych),
- określenie zalet płatności mobilnych,
- określenie potencjalnych wad (zagrożeń) związanych z płatnościami mobilnymi,
- określenie subiektywnego stosunku badanych do płatności mobilnych (ankietowani wyrażali chęć lub brak chęci do korzystania z płatności mobilnych).

### **Sposób realizacji badania**

Przed przystąpieniem do realizacji badania, autor dokonał założenia odnośnie tego, kto jest obecnie głównym użytkownikiem płatności mobilnych (a więc kto będzie decydował o właściwym sukcesie lub porażce tego rozwiązania). Autor zdecydował się na przebadanie osób w wieku od około 19 lat do około 35 lat. Dobór takiej grupy był podyktowany tym, że płatności mobilne skierowane są do osób młodych, nieobawiających się nowości, posiadających wystarczającą wiedzę techniczną jak i odpowiednie narzędzia (na przykład telefon z systemem operacyjnym, umożliwiającym instalację odpowiedniego oprogramowania). W efekcie powyższych rozważań, badaniu poddano zasadniczo dwie grupy osób. Jedną z grup stanowiła młodzież akademicka (19–24 lat), drugą grupę stanowiły osoby młode po ukończeniu studiów (25–35 lat). Badanie przeprowadzono w dwóch turach i zakończono w końcu 2013 r. Ankietę internetową rozesłano do około 500 osób uzyskując 17% odpowiedzi.

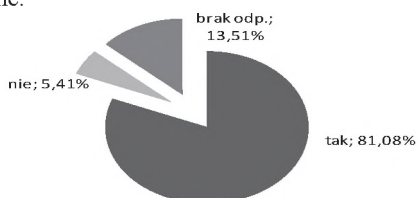
### 3. Wyniki badania

Poniżej przedstawiono odpowiedzi na pytania zawarte w ankiecie.



Rys. 1. Czy wiesz, na czym polegają płatności mobilne (dalej w skrócie PM)?

Źródło: opracowanie własne.



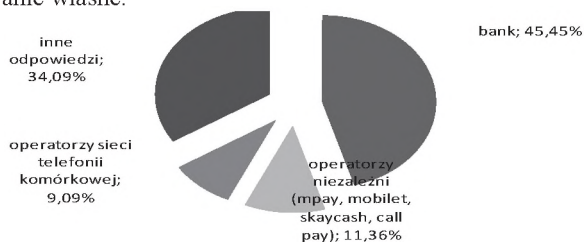
Rys. 2. Jeśli korzystasz z PM, to czy z ich użytkowania jesteś zadowolony?

Źródło: opracowanie własne.



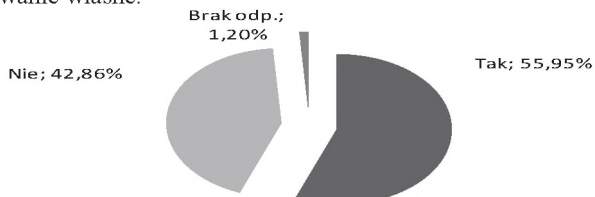
Rys. 3. W jakiego rodzaju transakcjach mają zastosowanie PM (wymień je)?

Źródło: opracowanie własne.



Rys. 4. Wymień operatorów PM

Źródło: opracowanie własne.



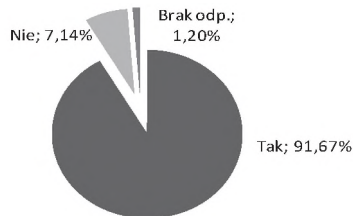
Rys. 5. Czy w użytkowaniu PM dostrzegasz jakieś niebezpieczeństwa?

Źródło: opracowanie własne.



Rys. 6. Jeśli w użytkowaniu PM dostrzegasz niebezpieczeństwa, to wymień je

Źródło: opracowanie własne.



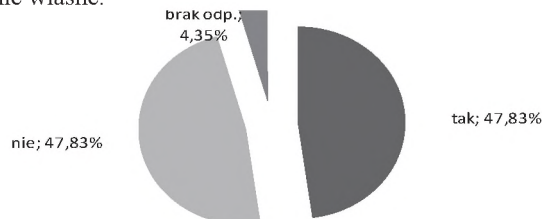
Rys. 7. Czy widzisz korzyści wynikające z użytkowania PM?

Źródło: opracowanie własne.



Rys. 8. Jeśli w użytkowaniu PM dostrzegasz korzyści, to wymień je

Źródło: opracowanie własne.



Rys. 9. Jeśli nie korzystasz z PM, to czy chciałbyś korzystać z nich w przyszłości?

Źródło: opracowanie własne.



Rys. 10. Jeśli nie chcesz korzystać z PM to podaj powód tej decyzji?

Źródło: opracowanie własne.

Jak widać na podstawie uzyskanych odpowiedzi, większość badanych nie miała problemów z identyfikacją pojęcia płatności mobilne (znajomość pojęcia deklarowało ponad 82% badanych – rysunek 1). Zastanawiać mogło, na ile deklarowana wiedza jest zgodna z rzeczywistością. Oceniając otrzymane wyniki badania, można stwierdzić, że jest z tym pewien problem. Badani w pytaniu dotyczącym wskazania operatorów płatności mobilnych z jednej strony bardzo poprawnie wskazali banki (ponad 45% badanych), na kolejnym miejscu wskazywano operatorów niezależnych, takich jak mPay czy SkyCash – około 11% badanych (rysunek 4), ale z drugiej strony 34% badanych nie było w stanie określić jakiegokolwiek poprawnego operatora płatności mobilnych (rysunek 4). Także kolejne otrzymywane odpowiedzi sugerowały, że pojęcie płatności mobilnych czasami było opatrnie interpretowane (świadczy o tym na przykład część odpowiedzi dotycząca pytania nr 6 – rysunek 6). Zaznaczyć jednak należy, że pomyłki tego typu nie przekraczały kilku procent udzielanych odpowiedzi. W tym kontekście nie można jednak nie zauważyć, że badani dość poprawnie wyróżniali grupy towarów i usług, które można kupić przy pomocy płatności mobilnych (w podobnych proporcjach wskazywano na opłaty związane z komunikacją miejską i parkowaniem, jak również zakupy w hipermarketach, czy zakupy online – rysunek 3). Podsumowując ten wątek, rodzi się przypuszczenie, że wiedza badanych, choć nie bardzo głęboka (bazuje zapewne głównie na informacjach przekazywanych w mediach – często w formie reklamy), to jednak jest wystarczająca.

Przechodząc dalej w opisie uzyskanych wyników z ankiety, cieszy zdecydowanie pozytywna deklaracja dotycząca zadowolenia z użytkowania płatności mobilnych (aż 81% osób korzystających z płatności mobilnych jest zadowolonych z faktu, że ich używa – dane na podstawie rysunku 2). Co więcej, blisko 92% badanych widzi konkretne korzyści związane z rozważaną formą dokonywania płatności (na podstawie rysunku 7). Wśród tych korzyści na pierwszym miejscu pojawiała się – co wydaje się dość oczywiste – kwestia szybkości dokonywania transakcji (wskazywało na to blisko 53% badanych). Z kolei zastanawia fakt, że na wygodę użytkowania płatności mobilnych zwróciło uwagę stosunkowo niedużo badanych – tylko 26%. Nie można pominąć tego, że płatności mobilne jako potencjalny uniwersalny środek płatności widziało tylko 7% badanych, a 14% badanych bierze pod uwagę możliwość rezygnacji z innych instrumentów płatniczych na rzecz płatności mobilnych (wszystkie dane na podstawie rysunek 8). Ta ostatnia informacja zastanawia tym bardziej, kiedy weźmie się pod uwagę koncepcję zakładającą, że w przyszłości telefon zastąpi ma portfel w kieszeni użytkowników. Oczywiście należy uwzględnić w tych wszystkich rozważaniach poprawkę na to, że płatności mobilne są jednak dość sporym novum dla wielu użytkowników.

W opisie uzyskanych wyników niestety zauważyć można niepokojące stwierdzenia dotyczące płatności mobilnych. I tak zdecydowanie ponad połowa badanych (56% – na podstawie rysunku 5) widzi konkretne niebezpieczeństwa związane z ich



użytkowaniem. Wśród tych niebezpieczeństw, jako najważniejsze wymieniano luki w szeroko rozumianym bezpieczeństwie przeprowadzanych transakcji (obawa o ochronę przesyłanych danych – wskazywało na to 50% badanych – i obawa przed kradzieżą narzędzia płatniczego – 36% badanych – wyniki na podstawie rysunku 6). Powyżej wymieniane niebezpieczeństwa, choć nie są bezzasadne, to można jednak założyć, że w dużej mierze wynikają raczej z naturalnego lęku przed stosowaniem nowego instrumentu płatniczego niż rzeczywistej wady rozwiązania.

Wydaje się, że rzeczywistym problemem w płatnościach mobilnych jest kwestia tego, jak zachęcić osoby, które do tej chwili z płatności mobilnych nie korzystały, aby skorzystały z nich w przyszłości. Blisko połowa tych osób (48% badanych – rysunek 9) jasno stwierdziła, że nie zamierza w ogóle korzystać z płatności mobilnych. Jako główny powód podawano subiektywną niechęć („nie widzę potrzeby korzystania” – wskazywało na to 43% badanych – rysunek 10). Co ciekawe, tylko 13% (rys. 10) wskazywało na ograniczenia natury technicznej. To ostatnie stwierdzenie wydaje się jednak osłabione faktem, że badani charakteryzowali się większą niż przeciętna sprawnością w obsłudze nowych technologii.

## Podsumowanie

Ogólne cele przeprowadzonego badania wydają się osiągnięte. W artykule przedstawiono wystarczająco wysoki stan wiedzy badanych na temat płatności mobilnych. Określono zakres identyfikowanych przez użytkowników zalet i wady płatności mobilnych. Wydaje się, że zalety przysłoniły wady analizowanych płatności, co w badaniu przekłada się na pozytywny odbiór płatności mobilnych. Podstawowym problemem pozostaje jednak wciąż przekonywanie niezdecydowanych do analizowanej formy płatności. Dodatkowo należy wspomnieć, że o ile zalety płatności mobilnych kojarzą prawie wszyscy, o tyle chyba za mało zrobiono w kwestii przekonywania użytkowników, że płatności mobilne są bezpieczne i mogą skutecznie zastępować inne narzędzia płatnicze.

Oczywiście nie można zapominać, że przeprowadzone badanie ma swoje słabe strony. Podstawową słabą stroną – choć zostało to już odpowiednio uargumentowane – jest to, że badanie dotyczyło określonej grupy wiekowej użytkowników płatności mobilnych. Bez wątplenia – skoro zakłada się, że płatności mobilne mają kiedyś stać się jedną z podstawowych form dokonywania płatności – uzasadnione jest rozszerzenie badania na inne grupy wiekowe. Wątek ten stanowi przyszły kierunek prac w omawianym zakresie. Kolejną słabą stroną badania jest fakt, że płatności mobilne – pomimo tego, że w Polsce funkcjonują tak naprawdę już od kilku lat – to w rzeczywistości dopiero w przeciągu ostatnich kilkunastu miesięcy stały się czymś więcej niż swoistą ciekawostką (z pewnością zawdzięczają to szerokiej akcji reklamowej wielu banków). W związku z powyższym, badania dotyczące

płatności mobilnych muszą być ponawiane w celu określenia, czy ta forma płatności już osiągnęła odpowiedni stopień dojrzałości na rynku.

## Literatura

- Byrski J., Traple E. (2013), Konstytucyjność ustawowego uregulowania maksymalnego poziomu opłaty interchange, „Państwo i Prawo” 2013, nr 6.
- Commerce 2012 Report Internet Standard (2012), (red.) K. Piątek, Warszawa, <http://www.internetstandard.pl/news/385767/Raport.eCommerce.2012.juz.dostepny.html> (dostęp 10.01.2014).
- Europejski Bank Centralny (2013), *Słownik pojęć*, <http://www.ecb.europa.eu/home/glossary/html/glossm.en.html> (dostęp 10.01.2014).
- NBP (2013), *Ocena funkcjonowania polskiego systemu płatniczego w I półroczu 2013 r.*, Departament Systemu Płatniczego NBP, Warszawa, [http://nbp.pl/systemplatniczy/ocena/ocena2013\\_1.pdf](http://nbp.pl/systemplatniczy/ocena/ocena2013_1.pdf) (dostęp 10.01.2014).
- Polskie Radio (2013) Płatności mobilne mają przyszłość <http://www.polskieradio.pl/111/1894/Artykul/981427,Platnosci-mobilne-maja-przyszlosc> (dostęp 10.01.2014).
- Raport e-handel Polska 2012 (2012), (red.) P. Jarosz, Dotcom River, Wrocław, <https://www.sklepy24.pl/raport-ehandel-polska-2012-pobierz> (dostęp 10.01.2014).
- „Rzeczpospolita” (2013): *Płatności mobilne coraz popularniejsze*, <http://www.ekonomia.rp.pl/artykul/1042836.html> (dostęp 10.01.2014).
- „Wprost” (2013): *1000 transakcji PeoPay w sklepach Biedronka*, <http://www.wprost.pl/ar/430816/1000-transakcji-PeoPay-w-sklepach-Biedronka-Aplikacja-dostepna-jest-juz-na-Windows-Phone/> (dostęp 10.01.2014).
- Zakonnik Ł. (2010), *Płatności mobilne w Polsce – stan obecny i perspektywy rozwoju*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Ekonomiczne Problemy Usług nr 58, Szczecin.
- Zakonnik Ł. (2012), *Analiza obaw związanych z płatnościami zbliżeniowymi w Polsce na podstawie badań młodzieży akademickiej*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Ekonomiczne Problemy Usług nr 87, Szczecin.

**MOBILE PAYMENTS IN POLAND – USER SURVEY****Summary**

In the present article, the author summarizes the most important aspects of mobile payments in Poland. The author tries to answer the question of whether mobile payments are attractive and what could determine this. The answer to this question is based on the analysis of the results of surveys of users of mobile payments in Poland.

**Keywords:** mobile payments, payment tools, retail payments

*Translated by Łukasz Zakonnik*