



Polacy chętnie płacą bezgotówkowo, ale wciąż nie wszędzie mogą

Za najbardziej preferowaną formę płatności Polacy uznają płatność kartą, choć jedynie 8% z nich deklaruje przy tym, że w ogóle nie korzysta z bankomatów i gotówki. Najczęściej z brakiem możliwości płatności bezgotówkowych ankietowani spotykają się na targowiskach i bazarach (51%) – to jedne z wniosków płynących z badania „Płatności bezgotówkowe oczami Polaków 2019”, opublikowanego przy okazji kolejnej edycji kampanii informacyjnej „Warto Bezgotówkowo”.

Badanie przeprowadzone na przełomie września i października br. przez pracownię Pollster na zlecenie Warszawskiego Instytutu Bankowości potwierdziło rosnącą popularność płatności bezgotówkowych wśród Polaków. 79% z nich jako najbardziej preferowaną formę płatności wskazało kartę płatniczą, bankowość internetową lub płatność innym urządzeniem (np. telefonem lub zegarkiem). Jednocześnie co piąty badany wciąż deklaruje przywiązanie do tradycyjnej gotówki. Korzystając z bankomatu najczęściej jednorazowo wypłacana kwota waha się między 100 a 200 zł (33%). Do 100 zł pobiera 27% badanych, a powyżej 500 zł jedynie 11%.

– Płatności bezgotówkowe mają już ugruntowaną pozycję w świadomości Polaków – zarówno klientów indywidualnych, jak i przedsiębiorców. Są to szybkie, wygodne i bezpieczne formy płatności, a ich popularność i zaawansowanie technologiczne stawiają Polskę jako wzór na tle Europy. Udział obrotu bezgotówkowego w naszym kraju będzie w dalszym ciągu dynamicznie wzrastać. Jest to związane z m.in. dalszym rozwojem infrastruktury, w tym sieci punktów akceptacji nowoczesnych płatności – mówi **Włodzimierz Kiciński, Wiceprezes Związku Banków Polskich, Przewodniczący Koalicji na Rzecz Obrotu Bezgotówkowego i Mikropłatności.**

Popularność płatności bezgotówkowych w Polsce znajduje odzwierciedlenie w rozwijającej się liczbie punktów ich akceptacji. Według danych Fundacji Polska Bezgotówkowa – jednego z partnerów kampanii „Warto Bezgotówkowo” – obecnie na 1000 mieszkańców Polski przypadają 23 terminale, a jeszcze niedawno było to zaledwie 16. Jednak pomimo dynamicznego rozwoju, wciąż dla 37% Polaków podstawową barierą w płaceniu kartą jest brak terminala płatniczego w miejscu, w którym chcieliby takiej płatności dokonać. Najczęściej taka sytuacja spotyka ich na targowiskach i bazarach (51% wskazań), sklepach spożywczych (28%), a także punktach usługowych jak fryzjer, kosmetyczka czy warsztat samochodowy (ok. 25%). Warto zauważyć, że zdaniem osób w wieku 18-24 lata możliwości płatności kartą często brakuje w placówkach służby zdrowia (23%), a 17% Polaków w wieku 35-44 lata wskazuje również na szkoły czy przedszkola. Wśród innych trudności wskazywane są także problemy techniczne z urządzeniem (22%) czy awarie systemów płatniczych (18%). Warto wspomnieć, że dla 12% barierą jest informacja od sprzedawcy, że dopuszczalna minimalna kwota płatności kartą jest wyższa niż dokonywanych zakupów.

Te bariery stara się likwidować Polska Bezgotówkowa – *Prowadzony przez nas Program pozwolił na dynamiczny rozwój sieci akceptacji płatności bezgotówkowych - zwłaszcza w mniejszych ośrodkach, w segmencie małych i mikropodmiotów a także, co wyjątkowo cieszy, wśród podmiotów publicznych – jednostek samorządu terytorialnego i urzędów* – komentuje **dr Paweł Widawski, Wiceprezes Fundacji Polska Bezgotówkowa.** *W całej Polsce funkcjonuje już ponad 215 tys. terminali z Programu Polska Bezgotówkowa z czego aż 65% znajduje się w ośrodkach poniżej 100 tys. mieszkańców* – dodaje dr Widawski.



Inauguracja tegorocznej kampanii „Warto Bezgotówkowo” przypada w miesiąc po wejściu w życie zmian wynikających z unijnej dyrektywy PSD2, która dotyczy wszystkich użytkowników bankowości elektronicznej w Polsce. Jedną z nowości jest m.in. częstsze wpisywanie kodu PIN przy okazji płatności kartą – również w przypadku szóstej z kolei transakcji poniżej 50 zł, dotychczas w ogóle niewymagających dodatkowej autoryzacji. Jak wynika z badania, 50-złotowy limit na płatność bez podania PIN-u jest najbardziej preferowany przez 43% Polaków. Niewiele mniej osób byłoby za dwukrotnym zwiększeniem tego limitu (40%). Powyżej 100 zł bez dodatkowej autoryzacji chcieliby płacić jedynie 14% ankietowanych.

Jednym z celów Koalicji na Rzecz Obrotu Bezgotówkowego i Mikropłatności – inicjatora kampanii „Warto Bezgotówkowo” jest również popularyzacja tzw. mikropłatności. Są one definiowane jako transakcje bezgotówkowe, nieprzekraczające kwoty 20 zł. Z badania WIB wynika, że Polacy najczęściej korzystają z nich przy zakupie biletów komunikacji miejskiej (23%), automatach z przekąskami (22%) i płatnościach za parking (15%).

Organizatorzy kampanii podkreślają, że wraz z rozwojem obrotu bezgotówkowego, należy również pamiętać o bezpiecznym korzystaniu z nowoczesnych form i metod płatności. Zapewnienie wysokiego poziomu cyberbezpieczeństwa to, zdaniem bankowców ankietowanych przez Związek Banków Polskich w sierpniu br., główne wyzwanie związane ze wspomnianą dyrektywą PSD2 – twierdzi tak aż 57% badanych. Jako ważny obszar w tym przypadku wskazano również edukację klientów (35% wskazań). Działania w tym zakresie podejmują organizatorzy akcji „Warto Bezgotówkowo” – Warszawski Instytut Bankowości oraz Fundacja KIR na Rzecz Obrotu Bezgotówkowego Cyberium.

*- Oprócz promocji obrotu bezgotówkowego, działania Fundacji Cyberium koncentrują się na „wykluczeniu” cyfrowym, czyli podnoszeniu kompetencji w tym zakresie, poprzez edukację i upowszechnianie wiedzy na temat cyberzagrożeń i kształtowanie właściwych postaw różnych grup docelowych: dzieci, młodzieży, studentów, pracowników sektora bankowego. Tym celom służy m.in. uczestnictwo Fundacji w partnerskim projekcie „Bezpieczeństwo w Cyberprzestrzeni”, realizowanym w ramach dwóch programów edukacyjnych, koordynowanych przez Warszawski Instytut Bankowości: „Bankowcy dla Edukacji” oraz „Nowoczesne Zarządzanie Biznesem” - mówi **Dorota Dublanka, Prezes Fundacji KIR na rzecz Rozwoju Cyfryzacji Cyberium.***

Jednym z założeń kampanii WB jest także, stałe podnoszenie świadomości klientów w zakresie cyberbezpieczeństwa. Niestety, jak wynika z badania WIB, aż 22% Polaków przyznało się, że w ciągu ostatniego roku udostępniło innej osobie swój kod PIN do karty płatniczej, login lub hasło do bankowości internetowej. Oczywiście, zdecydowana większość badanych nie popełnia takich błędów i dba zarówno o podstawowe dane swojego internetowego konta bankowego (88%) i swojej karty (79%) – jednak nieprzestrzeganie zasad bezpieczeństwa przez pewną część klientów niesie za sobą duże zagrożenie.

Więcej informacji: WartoBezgotowkowo.pl