

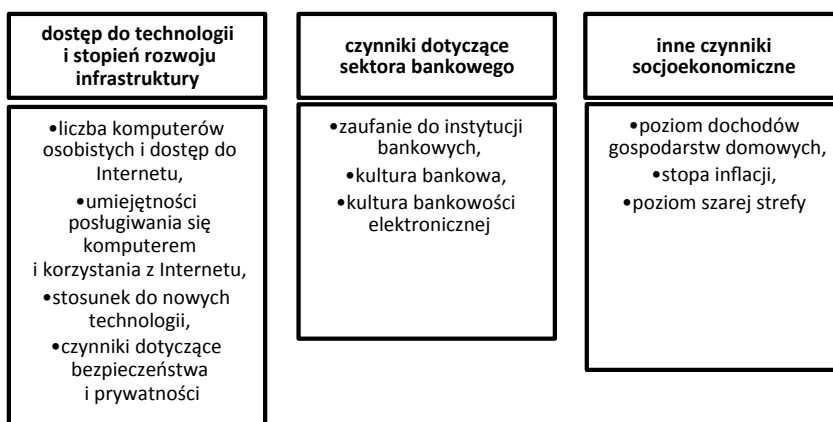
MAŁGORZATA GRZYWIŃSKA-RĄPCA,
MARIOLA GRZYBOWSKA-BRZEZIŃSKA

Wydział Nauk Ekonomicznych
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Czynniki determinujące zachowania studentów na rynku płatności bezgotówkowych

1. Wstęp

Rozwój bankowości elektronicznej w Polsce jest uwarunkowany różnymi czynnikami, które mają niewątpliwie wpływ na poprawne funkcjonowanie elektronicznej formy świadczenia usług bankowych. Determinanty rozwoju podlegają wielu klasyfikacjom¹ (rysunek 1).



Rysunek 1. Podział czynników wpływających na rozwój bankowości elektronicznej

Źródło: opracowanie własne na podstawie: C. Centeno, *Adoption of Internet Services in the Enlarged European Union, Lessons from the Internet banking case*, European Commission Joint Research Centre, 2003.

¹ C. Centeno, *Adoption of Internet Services in the Enlarged European Union, Lessons from the Internet banking case*, European Commission Joint Research Centre, 2002, s. 17.

Jednym z głównych czynników mających wpływ na dokonujące się zmiany w zakresie usług bankowych są elementy związane z dostępem do nowoczesnych technologii. Gwałtowny rozwój technik informacyjnych i telekomunikacyjnych pod koniec XX w. spowodował, że wyposażenie gospodarstw domowych w komputery z dostępem do Internetu systematycznie z roku na rok wzrasta².

Bardzo ważnym czynnikiem korzystania z bankowości elektronicznej jest stosunek do nowych technologii. Walory e-bankowości, tj. tanie konta, natychmiastowe przelewy, możliwość zarządzania finansami bez wychodzenia z domu, nie przekonują społeczeństwa. Bankowość elektroniczna to dziedzina, w przypadku której jedynymi ograniczeniami rozwoju są wyposażenie i wiedza potencjalnych klientów nowoczesnych usług, gdyż sama oferta banków jest bardzo zróżnicowana i ogólnie dostępna³. Istotnym warunkiem rozwoju bankowości elektronicznej jest także zaufanie do instytucji finansowych oraz poziom kultury bankowej w danym kraju⁴.

Głównym celem badań była identyfikacja i analiza czynników decydujących o wykorzystaniu bankowości elektronicznej przez studentów.

2. Segmentacja klientów na rynku usług bankowych

Procesy segmentacji klientów mają miejsce w różnych obszarach życia. W wymiarze usług bankowych ich celem jest optymalizowanie działań banku, a także efektywne wykorzystywanie zasobów finansowych, rzeczowych i ludzkich w zakresie poprawy kontaktu z klientem⁵. Dokonywanie podziałów, wyodrębnianie grup klientów staje się niezbędnym krokiem w celu osiągnięcia konkurencyjnej pozycji na rynku⁶. Banki starają się sprostać oczekiwaniom określonej grupy nabywców i w tym celu zaczęły poszukiwać metod ułatwiających identyfikację

² M. Grzywińska-Rapca, *Poziom wykorzystania technologii informatycznych w przedsiębiorstwach w Polsce*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2012, seria „Monografie i Opracowania”, nr 589.

³ http://www.witrynawiejska.org.pl/images/15431_wies_w_gospodarce_informacyjnej.pdf (data odczytu: 25.11.2011).

⁴ R. Kaszubski, P. Widawski, *Nowy początek prawny dla usług płatniczych na rynku wewnętrznym UE*, „Przegląd Prawa Gospodarczego. Glosa” 2004, s. 19–23.

⁵ E. Ślązak, *Znaczenie segmentacji w budowaniu przewagi konkurencyjnej banku*, w: *Współczesna bankowość*, t. 1, red. M. Zaleska, Difin, Warszawa 2007, s. 109.

⁶ M. Grzybowska-Brzezińska, *Zachowania nabywcy konsumentów na rynku żywności*, „Marketing i Rynek” 2009, nr 8, s. 27–32.

klientów⁷. Naturalnym kryterium podziału klientów bankowości jest ich wiek oraz styl życia. Oczekiwania poszczególnych grup klientów związane z ofertą banku przedstawia tabela 1.

Tabela 1. Oczekiwania klientów wobec banku i jego usług w zależności od fazy życia i statusu rodzinnego klientów

Ludzie młodzi	Są niezależni, oczekują więc od banku tanich, wygodnych form obsługi, najczęściej o charakterze rozliczeniowym i pożyczkowym. Interesują ich karty kredytowe dające możliwość korzystania z nieoprocentowanego kredytu.
Młode małżeństwa	Mają zwykle wspólne konta bankowe. Interesują się kredytami bankowymi, oszczędzaniem, a także usługami zabezpieczającymi rodzinę, głównie o charakterze ubezpieczeniowym.
Rodziny	Życie rodzinne jest fazą najdłuższą i najmniej jednorodną. Oczekiwania wobec banku mają wówczas charakter zróżnicowany i koncentrują się przede wszystkim na szybkiej i taniej obsłudze rozliczeń pieniężnych i kredytowych.
Osoby w wieku emerytalnym	Skupiają się głównie na kwestiach oszczędzania oraz poradach finansowych. Atrakcyjnym segmentem są zwłaszcza emeryci, którzy poza emeryturą mają zwykle dodatkowe źródła dochodu. To rodzi zainteresowanie poradami finansowymi w zakresie zarządzania kapitałem.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: J. Grzywacz, *Marketing w działalności banku*, Difin, Warszawa 2006.

3. Założenia metodyczne

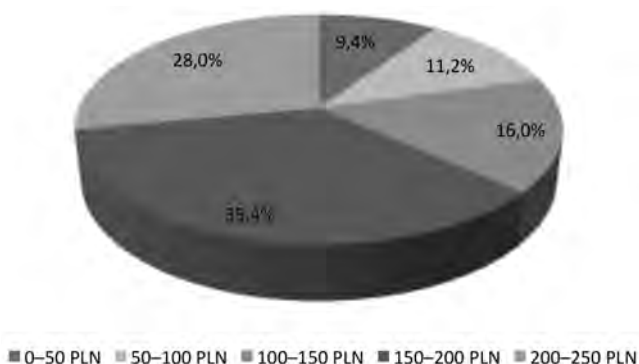
Przygotowany na potrzeby badania kwestionariusz ankietowy wypełniło 180 studentów reprezentujących trzy wydziały Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie (Wydział Nauk Ekonomicznych, Wydział Nauk Społecznych i Wydział Nauk Technicznych). Dzięki zebrany danym określony został wskaźnik lejkowy⁸, który jest wykorzystywany do mierzenia poziomu zaufania i korzystania z obrotu bezgotówkowego. Jest on oparty na zasięgu danego zjawiska w obrębie transakcji bezgotówkowych, wyrażony jako procent badanych posiadających np. konto lub dostęp do bankowości elektronicznej czy też płacących kartą.

⁷ J. Grzywacz, *Marketing w działalności banku*, Difin, Warszawa 2006.

⁸ Wskaźnik ten prezentowany jest także w raportach Narodowego Banku Polskiego.

4. Wartość transakcji bezgotówkowych respondentów

Poddając analizie odpowiedzi udzielane przez respondentów, można stwierdzić, iż pojęcie oraz zastosowanie płatności bezgotówkowych nie jest obce studentom Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie i w sposób czynny korzystają oni z transakcji dokonywanych za pośrednictwem plastikowego pieniądza. W analizowanej grupie 5% nie dokonywało transakcji bezgotówkowych, zaś pozostali studenci odpowiadający na pytanie mieli sposobność posługiwania się takowymi transakcjami. Wartości dokonywanych płatności bezgotówkowych były zróżnicowane (rysunek 2).



Rysunek 2. Miesięczna wartość dokonywania płatności bezgotówkowych wśród respondentów

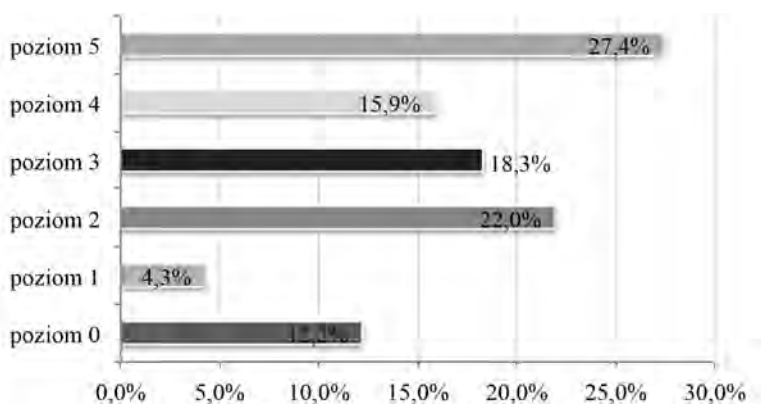
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Spośród podanych zestawów wartości największą liczbę wskazań przez respondentów miała ta znajdująca się w przedziale 150–200 PLN i uzyskała ona odpowiednio 35% odpowiedzi. Najbardziej wybieranym wariantem był zestaw o najmniejszym nominale – do 50 PLN (9%). Wybory ankietowanych danej grupy sugerują w 63% wartości z górnych przedziałów. Jest to wynik relatywnie wysoki przy uwzględnieniu dochodów studentów.

Aby obliczyć średnią wartość oraz najczęstszą wartość dokonywanych transakcji wśród ankietowanych, posłużono się średnią arytmetyczną oraz dominantą dla szeregu rozdzielczego. Wykorzystano trzy przedziały klasowe, które zostały wybrane względem jednego dominującego (150–200 PLN) i dwóch sąsiednich. Przybliżona wartość dominanty kształtuje się w okolicach 186 PLN. Wynik ten

sugeruje, iż wartość miesięcznych transakcji dokonywanych przez badaną zbiorowość w przybliżeniu wynosi 186 PLN.

W celu określenia stopnia korzystania z transakcji bezgotówkowych wśród studentów Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie posłużono się wskaźnikiem lejkowym⁹. Wskaźnik ten w analizie danych przyjmuje sześć poziomów (od 0 do 5), gdzie 0 odzwierciedla najniższy poziom korzystania z obrotu bezgotówkowego, zaś 5 oznacza najwyższą intensywność działań związanych z posługiwaniem się e-płatnościami. Adekwatnie do deklarowanych zachowań, a także częstotliwości korzystania z płatności bezgotówkowych badana zbiorowość została przyporządkowana do określonych poziomów. Procentowy układ prezentuje rysunek 3.



Rysunek 3. Procentowy rozkład wskaźnika lejkowego wśród respondentów

Źródło: opracowanie własne.

Odpowiednio osobami wyselekcjonowanymi do poziomu 0 zostali studenci, którzy nie mają konta bankowego. Można ich określić mianem niezagospodarowanego potencjału, gdyż mając możliwość korzystania z usług instytucji bankowych, nie robią tego. Stanowią oni znaczną grupę, jeśli weźmie się pod uwagę fakt młodego wieku, a także dostępność usług finansowych (12,2%). Wśród respondentów zaliczanych do poziomu 1 znaleźli się ci, którzy mają konto bankowe, lecz nie dokonują transakcji bezgotówkowych. W całej zbiorowości mają oni mało znaczący udział (4,3%). Kolejny poziom reprezentowany

⁹ Wskaźnik lejkowy określa, w jakim stopniu dana osoba korzysta z płatności bezgotówkowych – na którym poziomie jest w danym momencie. Kolejne poziomy zawierają się jedne w drugich – wyższe poziomy wskaźnika zawierają się w cechach niższych poziomów.

jest przez studentów, którzy również mają konto bankowe, dokonują transakcji bezgotówkowych, jednak bardzo rzadko, gdyż liczba miesięcznych płatności pozostaje w przedziale od 1 do 2. Stanowili oni bardzo liczną grupę, gdyż odpowiedzi te deklarowało 22% respondentów. Sytuacja może być spowodowana przywiązaniem do tradycyjnej formy dokonywania płatności w społeczności polskiej. Poziom 3, do którego należy mniejsza rzesza użytkowników e-płatności (18,3%), tworzą studenci, którzy mają konto bankowe. Jest to grupa bardziej zaawansowana pod względem dokonywania płatności bezgotówkowych niż studenci poziomu 2, jednakże mniej liczna. Za przyczynę takiego stanu rzeczy można uznać większą liczbę dokonywanych transakcji gotówkowych, które w opinii respondentów mogą wydawać się szybszym, a także bezpieczniejszym sposobem płatności za zakupione dobra. Przedostatni poziom charakteryzuje się w stosunku do poprzedniego przedziału większą częstotliwością dokonywania transakcji bezgotówkowych. Grupa ta stanowi 15,9% badanej społeczności. Na podstawie deklaracji respondentów można określić tę grupę jako użytkowników średnio zaawansowanych, jeśli chodzi o transakcje bezgotówkowe, gdyż stanowią oni przedział bliski najwyższemu i w stosunku do poprzednich wyszczególnionych poziomów wykorzystują częściej te transakcje. Do ostatniego poziomu zostali zaliczeni ankietowani, którzy oprócz posiadania konta najczęściej spośród badanej społeczności dokonują transakcji bezgotówkowych. Jest to grupa najbardziej aktywna, stanowiąca 27,4%.

Każdy typ zachowań prezentowanych przez ankietowanych jest determinowany przez różnego rodzaju bariery wynikające z dywersyfikacji poziomów. Bariery wejścia w badanej społeczności odgrywają znaczną rolę, gdyż nieposiadanie rachunku bankowego deklaruje 12,2% respondentów. Kolejne trzy poziomy, które łącznie stanowią 44,6%, dotyczą studentów, którzy mają wszelkie możliwości korzystania z transakcji bezgotówkowych, jednak – co można stwierdzić na podstawie deklarowanych zachowań – nie są zagorzałymi zwolennikami e-płatności.

5. Podsumowanie

Przeprowadzone badanie ankietowe miało na celu wskazanie stopnia wykorzystania transakcji bezgotówkowych przez grupę studentów. Uczestniczący w badaniu respondenci w sposób czynny korzystają z płatności bezgotówkowych (95%). Wartość miesięcznych transakcji bankowych kształtowała się

na stosunkowo niskim poziomie (dominanta na poziomie 186 PLN). Ten fakt może być uwarunkowany ograniczonym budżetem tej grupy, a także przywiązaniem do tradycyjnej formy płatności. Badani studenci mają świadomość postępujących procesów rozwojowych dokonujących się na rynku e-bankowości, co może być traktowane jako czynnik wpływający na rozwój tej kategorii usług.

Bibliografia

- Centeno C., *Adoption of Internet Services in the Enlarged European Union, Lessons from the Internet banking case*, European Commission Joint Research Centre, 2003.
- Grzybowska-Brzezińska M., *Zachowania nabywcze konsumentów na rynku żywności*, „Marketing i Rynek” 2009, nr 8, s. 27–32.
- Grzywacz J., *Marketing w działalności banku*, Difin, Warszawa 2006.
- Grzywińska-Rapca M., *Poziom wykorzystania technologii informatycznych w przedsiębiorstwach w Polsce*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2012, seria „Monografie i Opracowania”, nr 589.
- http://www.witrynawiejska.org.pl/images/15431_wies_w_gospodarce_informacyjnej.pdf (data dostępu 25.11.2011).
- Kaszubski R., Widawski P., *Nowy początek prawny dla usług płatniczych na rynku wewnętrznym UE*, „Przegląd Prawa Gospodarczego. Głosa” 2004, s. 19–23.
- Ślązak E., *Znaczenie segmentacji w budowaniu przewagi konkurencyjnej banku*, w: *Współczesna bankowość*, t. 1, red. M. Zaleska, Difin, Warszawa 2007.

* * *

Economic factors determining the behaviour of students in non-cash payments

Summary: Non-cash transactions are very broad in their scope, as they involve the spheres of banking, technology and information systems. So, the introduction of this type of payment method requires a certain level of skill and equipment from its users. The aim of the study was to identify and analyse the economic factors determining the use of electronic banking by students.

Keywords: non-cash transactions, student behaviour, economic factors