

JANUSZ KUNKOWSKI*

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

ROLA I ZADANIA INTEGRATORÓW PŁATNOŚCI W POLSKIM E-HANDLU

Słowa kluczowe: integratorzy płatności, e-commerce, sklepy internetowe, metody płatności.

Klasyfikacja J E L: L81, L86, J33.

Abstrakt: W artykule przedstawiono znaczenie integratorów płatności przy obsłudze metod płatności, a także dokonano oceny czynników mających główny wpływ na podjęcie przez sklep internetowy współpracy z integratorem. Wykorzystano w nim dane statystyczne oraz wyniki badań empirycznych przeprowadzonych przez autora. Celem artykułu jest przedstawienie modelu funkcjonowania integratorów płatności w handlu internetowym oraz ich znaczenia dla rozwoju handlu internetowego w Polsce. Praca prezentuje również zmiany zachodzące na rynku e-płatności w Polsce ze szczególnym uwzględnieniem rosnącej roli integratorów płatności.

ROLE AND TASKS OF PAYMENT INTEGRATORS IN THE POLISH E-COMMERCE

Keywords: payment integrators, e-commerce, online stores, payment method.

J E L Classification: L81, L86, J33.

Abstract: The paper presents the role of payment integrators in the Polish e-commerce and estimates the factors which have a major impact on cooperation between an online store and the integrator. Author use the statistical data and results of the empirical research which have been conducted by him. The aim of this article is to show the model of payment integrators working and their significance for the development of e-com-

Data wpłynięcia: 24.05.2013; data zaakceptowania: 29.12.2013.

* Dane kontaktowe: janusz.kunkowski@umk.pl, Katedra Zarządzania Finansami, Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Uniwersytet Mikołaja Kopernika, ul. Garbina 13a, 87-100 Toruń, tel. 56 611 46 34.

merce in Poland. It also describes the main changes on the e-payment market with particular emphasis on the growing role of payment integrators.

Translated by Janusz Kunkowski

■■■ WSTĘP

Mnogość internetowych metod płatności sprawia, iż uczestnicy e-handlu mają dużą swobodę przy wyborze sposobu dokonania zapłaty za towary i usługi nabywane w Internecie. Wdrożenie płatności internetowych nie wymaga poniesienia wysokich nakładów inwestycyjnych, gdyż nie ma potrzeby rozwoju kosztownej fizycznej infrastruktury akceptacji danej metody płatności (Levitin 2007). Dzięki ciągle rosnącej liczbie użytkowników handel internetowy w Polsce rozwija się bardzo dynamicznie. Wzrost liczby użytkowników stymuluje rozwój rynku e-commerce, który pociąga za sobą większe zapotrzebowanie na obsługę różnorodnych metod płatności. Widać, iż handel internetowy stał się istotnym segmentem rynku detalicznego. W 2012 roku około 59% użytkowników Internetu w Unii Europejskiej dokonało zakupów online. Wciąż najbardziej rozwiniętym rynkiem e-handlu pozostaje Wielka Brytania (82%), a najsłabiej Rumunia (11%). Polska z wynikiem 47% plasuje się poniżej średniej unijnej, jednak wyprzedza takie kraje, jak Włochy, Hiszpania, Grecja, Węgry czy Portugalia (Eurostat 2012). Specyfika transakcji internetowych różni się od płatności tradycyjnych dlatego rynek płatności internetowych wymaga znacznie szerszej oferty dla zaspokojenia potrzeb szybko rosnącego handlu. Wdrożenie nowej metody płatności wiąże się z poniesieniem sporych nakładów inwestycyjnych przez sprzedawcę, dlatego w celu udostępnienia jak największej liczby metod większość sklepów internetowych decyduje się na współpracę z integratorami płatności internetowych. Udostępniają oni kompleksowe, łatwe do integracji rozwiązania informatyczne oraz wygodny model rozliczeń oparty na prowizji. Ponadto zapewniają duże bezpieczeństwo transakcji oraz transmisji danych.

1. METODYKA BADAŃ I PRZEBIEG PROCESU BADAWCZEGO

Celem pracy jest przedstawienie modelu funkcjonowania integratorów płatności w handlu internetowym oraz ich znaczenia dla rozwoju handlu internetowego w Polsce. Dodatkowym celem jest poznanie czynników sprzyjających współpracy sklepów internetowych z integratorami.

2. POJĘCIE I FUNKCJONOWANIE INTEGRATORÓW PŁATNOŚCI

Działalność integratorów płatności została uregulowana w ramach Ustawy z dnia 19 sierpnia 2011 r. o usługach płatniczych. Ustawa ta wdraża postanowienia dyrektywy 2007/64/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 13 listopada 2007 r. Przed uchwaleniem Ustawy, większość tego typu podmiotów funkcjonowała jako agenci rozliczeniowi. Obecnie integratorzy płatności mogą działać na obszarze Unii Europejskiej jako instytucje płatnicze. Jako pierwsza w Polsce zezwolenie Komisji Nadzoru Finansowego, podczas posiedzenia w dniu 27 listopada 2012 r., na prowadzenie działalności w charakterze instytucji płatniczej uzyskała firma PayU (KNF 2012).

Zgodnie z ustawą o usługach płatniczych, żeby świadczyć usługi płatnicze w charakterze krajowej instytucji płatniczej trzeba być osobą prawną i uzyskać zgodę Komisji Nadzoru Finansowego na prowadzenie tego typu działalności. Instytucje płatnicze muszą posiadać odpowiedni kapitał i objęte są stałym nadzorem Komisji. Głównym obszarem działania instytucji płatniczej jest świadczenie usług płatniczych, które rozumiane są jako: przyjmowanie wpłat i dokonywanie wypłat gotówki, wykonywanie transakcji płatniczych przy użyciu polecenia zapłaty, karty płatniczej oraz polecenia przelewu, wydawanie instrumentów płatniczych, transfer środków pieniężnych pomiędzy rachunkami bankowymi, świadczenie usługi przekazu pieniężnego. Instytucja płatnicza może zawierać umowy z przedsiębiorcami o przyjmowanie zapłaty przy użyciu instrumentów płatniczych. W ramach wykonywania usług płatniczych instytucja płatnicza ma prawo udzielić kredytu płatniczego na okres do 12 miesięcy, służącemu wykonaniu transakcji płatniczej. Nie może być on jednak udzielony ze środków pieniężnych przechowywanych przez instytucje w celu wykonania transakcji płatniczej. Ponadto może ona prowadzić systemy płatności oraz świadczyć usługi dodatkowe, takie jak wymiana walut, przechowywanie i przetwarzanie danych. Zgodnie z regulacjami wprowadzonymi przez ustawę instytucja płatnicza może wykonywać większość funkcji związanych z płatnościami, które wcześniej wykonywane były przez banki. Krajowe instytucje płatnicze podlegają wpisowi do rejestru, który prowadzony jest przez KNF. Instytucje nie mogą prowadzić działalności polegającej na przyjmowaniu depozytów, ponadto środki pieniężne złożone na rachunku w instytucji nie mogą być oprocentowane.

Celem zmian w obszarze usług płatniczych jest zwiększenie konkurencyjności rynku płatniczego oraz bezpieczeństwa i ochrony środków pienięż-

nych przetrzymywanych na rachunkach płatniczych instytucji. Jeżeli instytucja płatnicza przyjmuje od klientów środki pieniężne służące do wykonania transakcji, wówczas jest ona zobowiązana do ich ochrony. Ponadto musi przechowywać je osobno, oddzielając od środków z innego tytułu. Jeśli po otrzymaniu środków transakcja nie jest wykonana do końca dnia roboczego, wówczas środki trafiają na wyodrębniony rachunek bankowy lub są inwestowane w bezpieczne aktywa płynne. Dodatkowo środki te są wolne od zajęcia sądowego oraz nie wchodzi w skład masy upadłościowej. Instytucje płatnicze są stale monitorowane przez Komisję Nadzoru Finansowego, która w przypadku stwierdzenia istnienia nieprawidłowości może nałożyć karę pieniężną lub cofnąć licencję. Warto podkreślić, iż instytucje płatnicze mogą świadczyć usługi za pośrednictwem agentów, na podstawie umowy pisemnej z innym przedsiębiorcą lub oddziałem. Uzyskane zezwolenie pozwala na prowadzenie działalności na terenie całego Europejskiego Obszaru Gospodarczego (Ustawa o usługach płatniczych 2011).

Model współpracy sklepu internetowego z integratorem płatności jest stosunkowo prosty. W pierwszej kolejności podpisywana jest umowa ramowa. Następnie sprzedawca integruje swoją witrynę z systemem informatycznym integratora. Dzięki połączeniu systemów jeden dostawca usług płatniczych oferuje użytkownikom wybór spośród wielu metod płatności. Klient sklepu internetowego po dokonaniu zakupu i wyborze metody płatności automatycznie przenoszony jest na witrynę integratora płatności. Następnie niezbędne jest uzupełnienie danych do prawidłowego przeprowadzenia transakcji. Po pozytywnym procesie autoryzacji i potwierdzeniu przeprowadzenia płatności następuje powrót na witrynę sprzedawcy, który otrzymuje od integratora informacje o dokonaniu płatności przez klienta. Środki pieniężne trafiają na konto sklepu internetowego po kilku dniach. Model rozliczeniowy z reguły opiera się na prowizji od transakcji.

3. METODYKA BADAŃ I PRZEBIEG PROCESU BADAWCZEGO

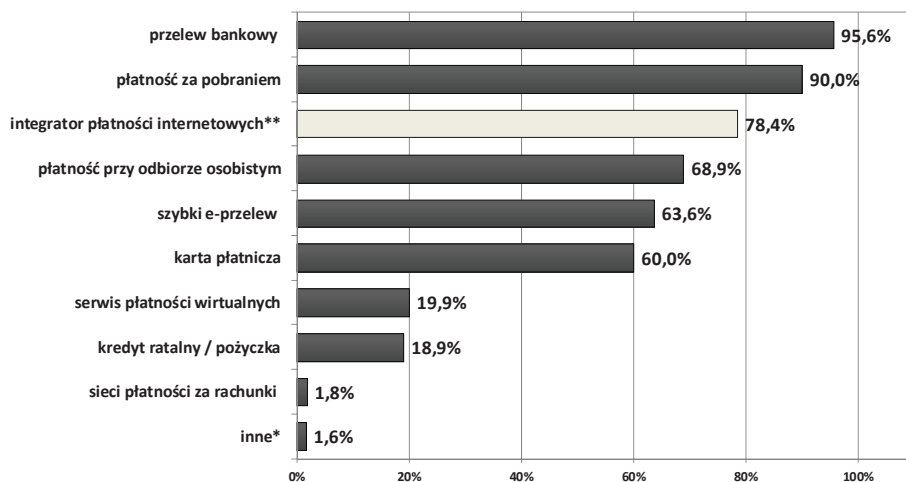
Praca oparta jest na wynikach badania ankietowego zrealizowanego w okresie od 8 do 16 maja 2012 r., na próbie celowej sklepów internetowych zarejestrowanych w katalogu portalu Sklepy24.pl. Kwestionariusz badania w ramach prezentowanych zagadnień został przygotowany przez autora pracy. Badanie miało charakter anonimowy i zostało przeprowadzone we współpracy z portalem Sklepy24.pl, który prowadzi jeden z największych w Polsce katalogów

firm handlu internetowego, obejmujący ponad 8 tysięcy podmiotów spośród około 12 tysięcy działających w Polsce. W sumie uzyskano 607 kompletnych odpowiedzi od respondentów. Sklepy internetowe biorące udział w badaniu prowadziły sprzedaż towarów i usług głównie w Polsce (99,8% sklepów internetowych), natomiast sprzedaż internetową do Unii Europejskiej zadeklarowało 33,1% sklepów, a do pozostałych krajów europejskich 9,6%. Branże, które były najliczniej reprezentowane w badaniu, to Dom i Ogród (28,2%), Odzież (18,9%), Dziecko (13,5%) oraz Zdrowie i Uroda (12,5%). Najmniej respondentów miały Auto i Moto (5,1%) oraz Delikatesy (4,4%). Zdecydowana większość (73,4%) sklepów internetowych to firmy zatrudniające mniej niż 6 osób, natomiast w gronie mikroprzedsiębiorstw znalazło się aż 84,9% respondentów. Ponadto aż 46% sklepów internetowych posiadało placówkę stacjonarną i prowadziło sprzedaż w sposób tradycyjny.

Uzyskane wyniki umożliwiły określenie zasięgu akceptowania metod płatności stosowanych w polskim e-handlu oraz analizę wpływu na rynek e-handlu takich innowacyjnych rozwiązań jak: integrator płatności internetowych, serwis płatności wirtualnych oraz e-przelew.

4. DOSTĘPNOŚĆ METOD PŁATNOŚCI W SKLEPACH INTERNETOWYCH

Wyniki badania uwidocznily występowanie znaczących dysproporcji w zasięgu akceptowania poszczególnych metod płatności przez sklepy internetowe. Formami płatności zdecydowanie najczęściej udostępnianymi przez sklepy internetowe były: przelew bankowy (95,6%), płatność gotówką przy odbiorze towaru (90%) oraz integrator płatności internetowych (78,4%) (wykres 1). Porównując wyniki badań z lat 2010 i 2012 widać, iż nieznacznie zmniejszyła się dostępność płatności za pobraniem (spadek z 92,5 do 90%) oraz płatności przy osobistym odbiorze towaru (spadek o 1 punkt procentowy). Warto jednak podkreślić, iż znacząco zwiększył się zasięg akceptacji integratorów płatności z 46,3 do 78,4%, e-przelewów z 51,2 do 63,6% oraz kart płatniczych z 54,5 do 60%.

Wykres 1. Metody płatności akceptowane przez sklepy internetowe w Polsce

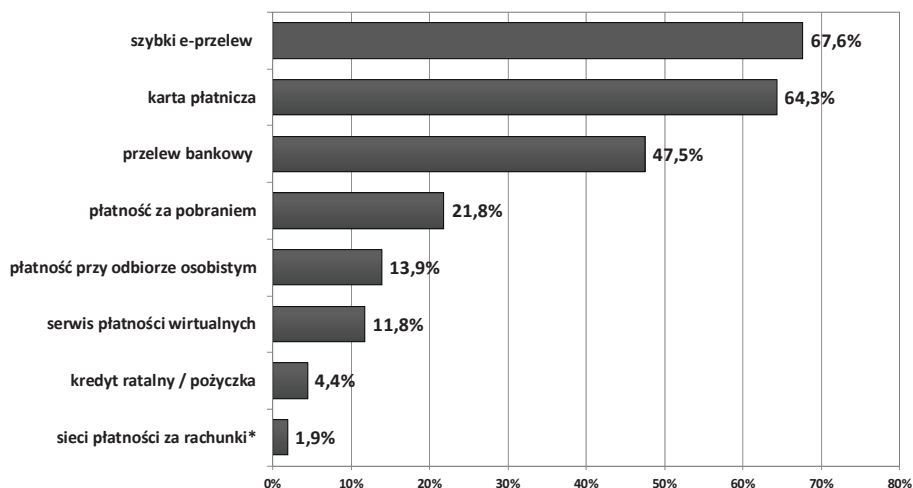
* udział pozostałych metod wynosił mniej niż 1%;

** Zasięg akceptacji integratorów oznaczał posiadanie ramowej umowy na obsługę płatności z takim podmiotem.

Źródło: opracowanie własne na podstawie (Kunkowski, Polasik 2012); próba N=607; odpowiedzi wielokrotne.

Sklepy internetowe zainteresowane są współpracą z integratorami głównie ze względu na kompleksową obsługę płatności, łatwą integrację oraz wygodny model rozliczeń oparty przede wszystkim na prowizji. Ponieważ na rynku pojawia się coraz więcej zróżnicowanych metod płatności, ich wdrażanie oraz podpisywanie umów z każdym dostawcą byłoby dla sklepów kłopotliwe i czasochłonne. Dlatego większość e-sklepów decyduje się na współpracę z integratorem płatności w celu udostępnienia szerokiej gamy metod płatności, obejmujących zarówno bankowe instrumenty płatnicze, jak i niebankowe systemy płatności, podpisując z reguły tylko jedną umowę. Ponadto dzięki współpracy z integratorem sklep internetowy ma możliwość uproszczenia procesu obsługi płatności poprzez przysyłanie automatycznych powiadomień o statusie płatności. Pozwala to na sprawne przeprowadzenie transakcji, gdyż sprzedawca nie musi samodzielnie sprawdzać operacji na rachunku bankowym, co przy dużej liczbie zamówień może być bardzo pracochłonne.

Wykres 2. Metody płatności obsługiwane przez integratora płatności

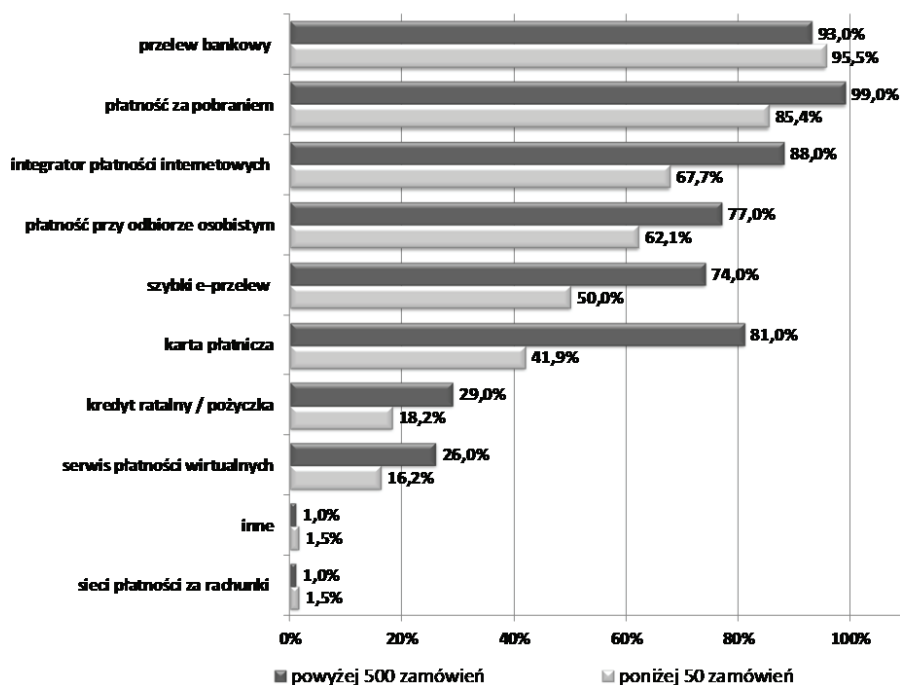


* udział pozostałych metod wynosił mniej niż 1%.

Źródło: opracowanie własne na podstawie (Kunkowski, Polasik 2012); próba N=476; odpowiedzi wielokrotne.

Obsługa kart płatniczych oraz e-przelewów przez sklep internetowy bez udziału integratorów płatności wymaga podpisania osobnej umowy z bankiem oraz integracji sklepu z systemem bankowym. Jest to proces kosztowny, dlatego większość sklepów internetowych biorących udział w badaniu udostępniła obsługę e-przelewów (67,6%) oraz kart płatniczych (64,3%) poprzez integratora płatności (Wykres 2). Może to świadczyć o dobrej współpracy, z której zadowolone są sklepy internetowe, wygodzie oraz wysokiej jakości usług. Akceptacja przelewów bankowych przez e-sklep nie wymaga ponoszenia wysokich kosztów oraz zmiany oprogramowania, dlatego często są one obsługiwane bez udziału integratorów.

Wykres 3. Metody płatności akceptowane przez sklepy internetowe, które realizują powyżej 500 zamówień oraz poniżej 50 zamówień miesięcznie



Źródło: opracowanie własne na podstawie (Kunkowski, Polasik 2012); próba N=100 (powyżej 500 zamówień), N=198 (poniżej 50 zamówień); odpowiedzi wielokrotne.

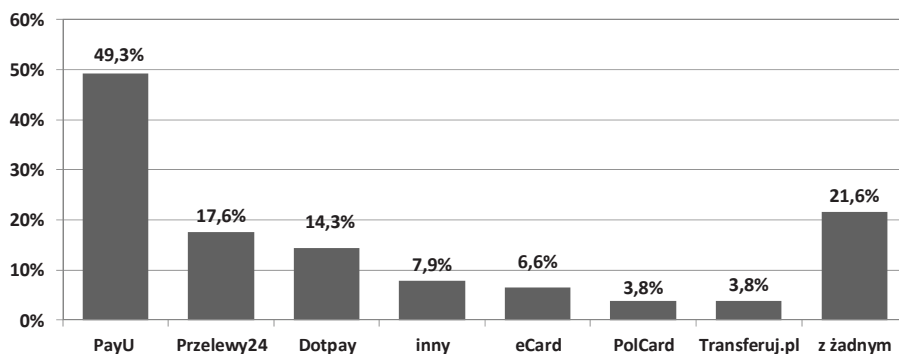
Małe sklepy internetowe (realizujące poniżej 50 zamówień) unikają udostępniania metod płatności, które generują dodatkowe koszty obsługi. Dlatego w celu minimalizacji kosztów częściej udostępniają one instrumenty płatnicze, które są popularne wśród klientów i nie wymagają dostosowywania systemów informatycznych.

Najpopularniejszymi metodami w małych sklepach są płatność gotówką za pobraniem oraz przelew bankowy (Polasik, Kunkowski, Maciejewski 2012). Należy jednak podkreślić, że duże sklepy znacznie częściej udostępniają płatność za pobraniem. Może to wynikać z faktu, iż czas oczekiwania na pieniądze przy obsłudze tej metody wynosi z reguły kilka dni, co zmniejsza płynność finansową sklepu. Dla dużych podmiotów jest to praktycznie nieodczuwalne, ale małe sklepy mogą mieć z tym problem. Ponadto znacząca niedostępność płatności za pobraniem (około 14% mniej w małych sklepach) może wynikać z obawy przed

pojedynczymi stratami wynikającymi z nieodebrania przesyłki przez klienta i narażaniem sklepu na koszty. Przelew bankowy jest metodą płatności, która znacząco poprawia płynność sklepu i minimalizuje ryzyko nieotrzymania zapłaty, gdyż zamówienie jest realizowane dopiero po otrzymaniu płatności. Dlatego małe sklepy tak chętnie udostępniają go swoim klientom. Kolejne różnice w dostępności pojawiają się przy metodach płatności, które wymagają ponoszenia kosztów prowizyjnych. Duże sklepy chętnie współpracują z integratorami płatności (88%), natomiast małe, ze względu na dodatkowe koszty, rzadziej decydują się na współpracę z nimi (67,7%). Widać, iż sklepy realizujące więcej zamówień doceniają wygodę oraz bezpieczeństwo i są w stanie zaakceptować prowizję pobieraną przez integratorów. Widoczny jest również fakt, iż wraz ze wzrostem liczby zamówień sklepy udostępniają swoim klientom coraz większy zakres akceptowanych instrumentów płatniczych, także tych mniej popularnych.

5. RYNEK INTEGRATORÓW PŁATNOŚCI W POLSCE

Wyniki przeprowadzonego badania wskazują, że najpopularniejszym integratorem płatności w Polsce jest firma PayU. Prawie połowa (49,3%) e-sklepów współpracujących z integratorami wybrała PayU (dawniej Płatnosci.pl), na kolejnych pozycjach znalazły się Przelewy24 (17,6%), DotPay (14,3%), eCard (6,6%) oraz PolCard (3,8%) (Wykres 4). Duże sklepy internetowe (realizujące powyżej 500 zamówień miesięcznie) bardzo często decydowały się na współpracę z więcej niż jednym integratorem płatności. Należy podkreślić, iż PayU jest częścią Grupy Allegro. Sklepy internetowe dokonujące sprzedaży przez serwis aukcyjny Allegro.pl, który jest niekwestionowanym liderem obrotów polskiego e-handlu, do obsługi płatności mogą wykorzystywać PayU. Poza tym integrator oferowany jest również w innych popularnych serwisach Grupy Allegro, np. Citeam, iStore.

Wykres 4. Zasięg obsługi integratorów płatności internetowych

Źródło: opracowanie własne na podstawie (Kunkowski, Polasik 2012); próba N=607; odpowiedzi wielokrotne.

Ważnym aspektem związanym z dokonywaniem zakupów w Internecie jest bezpieczeństwo transakcji. Badania przeprowadzone w USA pokazały, że w przypadku aukcji internetowych ocena ryzyka zakupu wpływa w znacznym stopniu na wybór metody płatności (Zhang 2006). W polskim e-handlu wiele osób decyduje się na płatność za pobraniem, ze względu na możliwość dokonania zapłaty dopiero w momencie otrzymania towaru, co podnosi poziom bezpieczeństwa dla kupującego. W ostatnim okresie obserwowany jest jednak spadek wykorzystania tej metody. Może to wynikać z dużej popularności programów ochrony kupujących, oferowanych przez coraz więcej firm. W większości przypadków programy tego typu są dla klientów bezpłatne i w znaczący sposób wpływają na poprawę wiarygodności zakupów internetowych i poczucie bezpieczeństwa klientów. Ochrona kupującego zapewniona przez PayU działa we wszystkich sklepach internetowych współpracujących z integratorem. Obejmuje ona osoby, które za towar zakupiony w Internecie zapłacą za pomocą konta PayU i daje możliwość uzyskania rekompensaty w wysokości do 10 tys. zł, jeśli klient nie dostanie zakupionego produktu albo otrzymany towar znacznie różni się od przedstawionego w ofercie (PayU 2012).

6. UDZIAŁ METOD PŁATNOŚCI W OBROTACH POLSKIEGO E-HANDLU

Największy udział w obrotach polskiego e-handlu wciąż mają przelew bankowy oraz płatność za pobraniem, które obsługują około 68% wartości sprzedaży realizowanej przez sklepy internetowe. Lata 2011–2012 przyniosły zmia-

ny w strukturze wykorzystywania metod płatności, gdyż odsetek wartości sprzedaży w e-sklepach, rozliczanych za pomocą płatności za pobraniem, znacząco się obniżył (spadek o 8,6 punktu procentowego w porównaniu z badaniem z 2010 r.) (Polasik, Kunkowski 2011). Można stwierdzić, że jest to pierwsza oznaka redukcji wykorzystania gotówki w zakupach internetowych przez klientów e-sklepów w Polsce.

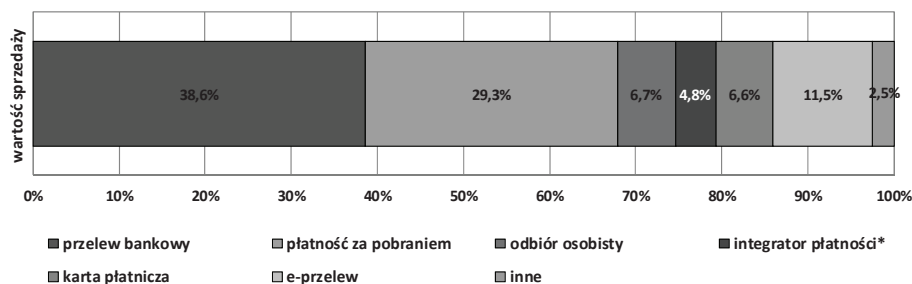
Istotnie zwiększyła się wartość obrotów z wykorzystaniem e-przelewów, których udział na poziomie 11,5% wartości transakcji oznacza ponad dwukrotny wzrost w porównaniu z rokiem 2010. E-przelewy na świecie występują przeważnie pod nazwą płatność typu pay-by-link i największą popularnością cieszą się w Holandii (Lange 2012). Umożliwiają one klientom banków wykonywanie szybkich płatności poprzez automatyczne generowanie przelewu po dokonaniu zakupu w Internecie. Płatność e-przelewem jest zbliżona do płatności zwykłym przelewem, jednak główna różnica polega na tym, że po zalogowaniu się do systemu bankowego klient otrzymuje wypełniony formularz przelewu, który może potwierdzić lub odrzucić, nie może natomiast dokonywać żadnych zmian. Po zatwierdzeniu transakcji jest on z powrotem przekierowywany do serwisu sprzedawcy (Kunkowski, Polasik 2012).

W tym miejscu należy wspomnieć, iż e-przelewy są jedną z najczęściej obsługiwanych metod płatności za pośrednictwem integratorów płatności. Popularność e-przelewów sprawia, że na rynku płatności pojawia się coraz więcej nowych metod opartych na przelewach bankowych i innowacjach, których celem jest przyspieszenie rozliczenia transakcji. Do najważniejszych rozwiązań, które pojawiły się na rynku w ostatnim okresie, można zaliczyć usługę BlueCash, e-pobranie (firmy Blue Media) oraz przelew natychmiastowy Express ELIXIR, stworzony przez Krajową Izbę Rozliczeniową. BlueCash to rozwiązanie służące do realizacji szybkich przekazów pieniężnych pomiędzy kontami w różnych bankach. Główną funkcją systemu BlueCash jest zamiana jednego przelewu międzybankowego na dwa przelewy wewnątrzbankowe. Rozwiązanie takie jest możliwe dzięki wykorzystaniu kont bankowych Blue Media jako kont pośredniczących w transakcji, co pozwala na transfer środków w ciągu kilku minut. Wadą systemu jest stosunkowo niski limit pojedynczej transakcji oraz ograniczone godziny realizacji szybkiego przelewu (BlueCash 2012). W ostatnim czasie spółka Blue Media wprowadziła również usługę e-pobranie, która łączy w sobie możliwość dokonywania zakupów za pobraniem oraz szybkość przelewów online. Wystarczy, że klient złoży zamówienie w sklepie i jako metodę płatności wybierze e-pobranie. Następnie wpłaci środki pieniężne na

podany rachunek bankowy, które będą oczekiwać na realizację zamówienia. Po odbiorze przesyłki przez kupującego pieniądze przekazywane są do sklepu internetowego. Dzięki tej usłudze zwiększa się poczucie bezpieczeństwa klienta, podobnie jak przy płatności za pobraniem, jednak koszt skorzystania z e-pobrania jest niższy niż w przypadku standardowej płatności za pobraniem. Istnieje także możliwość skorzystania z 17-dniowego kredytu pozwalającego dokonać płatności za zamówiony towar dopiero po jego otrzymaniu (E-pobranie 2013).

Kolejną usługą opartą na przelewach bankowych jest Express ELIXIR. Usługa umożliwia przekazywanie środków pomiędzy rachunkami klientów prowadzonymi w różnych bankach w trybie natychmiastowym, przez całą dobę, niezależnie od tego, czy przelewu dokonamy w dzień roboczy, czy w dzień wolny od pracy, natomiast obsługa pojedynczej transakcji jest krótsza niż 30 sekund. Rozwiązanie to pozwala na wysyłanie i otrzymywanie pilnych płatności w czasie rzeczywistym. Najważniejszą cechą usługi Express ELIXIR jest tzw. bezpośredniość zleceń, co oznacza, że do realizacji przelewów nie będą wykorzystywane żadne podmioty ani rachunki pośredniczące. Usługa jest wykorzystana wszędzie tam, gdzie terminy realizacji przelewu mają istotne znaczenie. Obecnie Express ELIXIR dostępny jest dla klientów siedmiu banków, jednak KIR zapowiada, że docelowo będzie z niego korzystać większość banków w Polsce (KIR 2013).

Wykres 5. Odsetek wartości sprzedaży obsługiwanych przez daną metodę płatności



* Udział integratorów płatności obejmuje tylko transakcje zrealizowane przy ich pomocy, których dany sklep internetowy nie potrafił przypisać do poszczególnych podstawowych metod płatności.

Źródło: opracowanie własne na podstawie (Kunkowski, Polasik 2012); próba N=607; odpowiedzi wielokrotne.

Wzrost udziału e-przelewów to niewątpliwie duży sukces sektora bankowego oraz integratorów płatności, gdyż ich przyrost następuje głównie kosztem płatności gotówką za pobraniem, w której obsłudze udział banków i integratorów jest minimalny. Natomiast przy obsłudze e-przelewów integratorzy płatności i banki odgrywają kluczową rolę oraz uzyskują znaczące źródło dochodów prowizyjnych. Dużą korzyścią dla banków z rosnącego znaczenia e-przelewów jest przyciąganie klientów do systemów bankowości internetowej, co powinno generować sprzedaż produktów i usług bankowych przez serwis.

Kolejną metodą płatności, również bardzo często obsługiwana za pośrednictwem integratorów płatności, jest karta płatnicza. Karty płatnicze są najczęściej wykorzystywanym bezgotówkowym instrumentem płatniczym na świecie (World Payments Report 2012), jednak ich udział w wartości sprzedaży w polskim handlu internetowym jest stosunkowo niski (6,6%) i nie wykazuje, jak na razie, tendencji wzrostowej, pomimo wysokiej dostępności kart płatniczych w sklepach internetowych (około 60%). Wydaje się, że dotychczasowa promocja wykorzystania kart płatniczych w e-handlu w Polsce, ze strony organizacji płatniczych i banków, nie była wystarczająca.

■■■ WNIOSKI

Na polskim rynku płatności internetowych w ostatnim okresie zaszły znaczące zmiany. Integratorzy płatności, wprowadzając prosty model współpracy i rozliczeń, dali sklepom internetowym możliwość łatwego udostępniania wielu metod. Dzięki temu sprzedawcy są w stanie zaakceptować niemal każdą formę zapłaty, jaką zażyczy sobie klient.

Warto zauważyć, że ostatnio coraz większą popularność zyskują instrumenty płatnicze oferowane przez instytucje pozabankowe. Ponadto rezygnacja z metod płatności opartych na gotówce, w przypadku których zazwyczaj nie jest stosowany integrator, na rzecz e-przelewów powinna być jednym z głównych czynników ich rozwoju. Przywiązanie klientów do wygody i szybkości realizacji transakcji oraz korzystania z bankowości internetowej mogą sprzyjać stopniowemu przejmowaniu przez integratorów płatności coraz większego udziału w obsłudze różnorodnych form płatności.

Barierą dla małych podmiotów, które dominują liczebnie w sieci, jest wdrożenie jednocześnie wielu metod płatności, co jest trudne i kosztowne. Sprzedawcy używali najszerzej dostępnych dla konsumentów metod, rezultatem czego przez długi czas była dominacja płatności za pobraniem oraz przelewów.

Korzystne zmiany prawne przyczyniły się do wzrostu liczby integratorów w Polsce, co z kolei wpłynęło na obniżkę opłat prowizyjnych, płaconych od transakcji przez e-sklepy.

Zmiany w strukturze wykorzystania płatności są częściowo skutkiem szerokiej dostępności usług przyczyniających się do zwiększenia bezpieczeństwa klientów. Ich popularyzacja powinna stymulować rozwój rynku e-commerce w Polsce. Widać, iż znacznie zwiększa się dostępność kart płatniczych oraz e-przelewów, czyli metod najczęściej obsługiwanych przez sklepy internetowe za pośrednictwem integratorów płatności. Jeśli opłaty za korzystanie z usług integratorów nie będą rosły, to współpraca pomiędzy nimi a sklepami internetowymi będzie się zwiększać.

Zagrożeniem dla rozwoju integratorów płatności mogą stać się przelewy ekspresowe, gdyż wiele wskazuje na to, iż w niedługim czasie płatności realizowane w czasie rzeczywistym staną się standardem rynkowym. Jeżeli największe banki zdecydują się na obsługę przelewów w czasie rzeczywistym, a koszt realizacji takiej usługi będzie dla klienta stosunkowo niski, wówczas ta metoda płatności może zyskać duży udział w rynku. Wydaje się, że jeśli opłaty za dokonanie przelewu natychmiastowego będą wysokie, to migracja będzie ograniczona. Najprawdopodobniej wzrost udziału przelewów ekspresowych odbędzie się kosztem udziału e-przelewów, na czym mogą ucierpieć również integratorzy płatności.

LITERATURA

- Blue Media (2013), e-pobranie, http://e-pobranie.pl/jak_to_dziala-sklep (dostęp: 19.05.2013).
- BlueCash (2012), szybkie przelewy międzybankowe, <https://bluecash.pl> (dostęp: 10.01.2013).
- Eurostat (2012), ec.europa.eu/Eurostat
- Komisja Nadzoru Finansowego (2012), http://www.knf.gov.pl/o_nas/komunikaty/169_posiedzenie_knf.html (dostęp: 10.05.2013).
- Krajowa Izba Rozliczeniowa (2013), Express ELIXIR, <http://www.expresselixir.pl> (dostęp: 18.05.2013).
- Kunkowski J., Polasik M. (2012), *Transakcje i płatności*, [w:] *e-Handel Polska 2012*, P. Jarosz, Dotcom River, Wrocław.
- Kunkowski J., Polasik M. (2012), *Polski rynek płatności internetowych : stan i uwarunkowania rozwoju*, [w:] *Determinanty potencjału rozwoju organizacji*, A. Stabryła, K. Woźniak (red.), Mfiles.pl. Kraków.

- Lange J., Longoni A., Screpnic A. (2012), *Ecommerce Europe Online Payments 2012 report*, Innopay BV, Brussels.
- Levitin A. J. (2007), *Payment Wars: The Merchant-Bank Struggle for Control of Payment Systems*, "Stanford Journal of Law, Business & Finance", vol 12: 2, 1-66, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.903140>.
- PayU (2012), <http://www.payu.pl/dla-kupujacych/bezpieczenstwo> (dostęp: 15.05.2013).
- PCI Security Standard Council (2012), <https://www.pcisecuritystandards.org> (dostęp: 12.07.2012).
- Polasik M., Kunkowski J. (2011), *Płatności w polskim handlu internetowym*, [w:] *e-Handel Polska 2010*, P. Jarosz, Dotcom River, Wrocław.
- Polasik M, Kunkowski J., Maciejewski K. (2012), *Efekt sieciowy na rynku usług płatniczych stosowanych w handlu internetowym*, „Zeszyty Naukowe – Ekonomiczne Problemy Usług”, nr 702, *Gospodarka elektroniczna. Wyzwania rozwojowe*, t. I, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin.
- Ustawa z dnia 19 sierpnia 2011 r. o usługach płatniczych (tekst jedn. Dz.U. Nr 199, poz. 1175, z 2011 r.).
- World Payments Report (2012), Capgemini & The Royal Bank of Scotland & Efma, 2012.
- Zhang H., Li H. (2006), *Factors affecting payment choices in online auctions: A study of eBay traders*, „Decision Support Systems”, 2006, 42 (2), November, 1076-1088, <http://dx.doi.org/10.1016/j.dss.2005.09.003>.

