

A



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

RÉSZÉRE

**A KERESKEDŐK KÖRÉBEN A KÁRTYÁS FIZETÉS
ELTERJEDTSÉGÉVEL, TAPASZTALATAIVAL, KONDÍCIÓIVAL,
ESETLEGES KÖLTSÉGEIVEL KAPCSOLATBAN VÉGZETT
FELMÉRÉS EREDMÉNYEI**

Budapest, 2007. augusztus 2.

TARTALOMJEGYZÉK

BEVEZETÉS	3
VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ	5
1. MINTAÖSSZETÉTEL	8
2. A KÁRTYAHASZNÁLAT MELLETT ÉS ELLEN HATÓ TÉNYEZŐK	11
2.1. A KÁRTYAHASZNÁLAT FŐ OKAI.....	12
2.2. A KÁRTYAHASZNÁLATTÓL VALÓ TARTÓZKODÁS HÁTTERE	13
2.3. A KÁRTYAHASZNÁLAT BEVEZETÉSÉNEK ESÉLYEI	15
3. A KÁRTYAHASZNÁLAT JELLEMZŐI	17
3.1. KÁRTYAFAJTÁK	18
3.2. AZ ELFOGADÓ BANKOK	21
3.2.1. A banki aktivitás jellemzői a kártyás fizetést alkalmazó cégek körében.....	24
3.2.2. A banki aktivitás jellemzői a kártyás fizetést nem alkalmazó cégek körében	26
3.3. A KÁRTYÁS FIZETÉSSEL IGÉNYBE VEHETŐ CSATORNÁK	27
3.4. A KÁRTYAHASZNÁLAT FORGALOMRA GYAKOROLT HATÁSA	29
3.5. A HASZNÁLT LEOLVASÓ KÉSZÜLÉKEK	30
3.6. A BANKI TRANZAKCIÓ HOSSZA.....	32
3.7. A BANKKÁRTYA HASZNÁLATTAL KAPCSOLATOS KOCKÁZATVISELÉS	33
4. A KÁRTYÁS FIZETÉS KERESKEDŐI KÖLTSÉGEI	35
4.1. A JUTALÉKOK FAJTÁI ÉS MÉRTÉKE	35
4.2. A JUTALÉKOK MEGHATÁROZÁSÁNAK MÓDJA	36
4.3. AZ INTERCHANGE-DÍJ RÉSZARÁNYA	37
5. A JUTALÉKOK ÁTHÁRÍTHATÓSÁGÁNAK JELLEMZŐI	38
6. A KÁRTYAHASZNÁLAT BEFOLYÁSOLÁSA KERESKEDŐI OLDALRÓL	40
7. A TRANZAKCIÓS DÍJ ESETLEGES CSÖKKENÉSÉNEK VÁRHATÓ HATÁSAI	43
8. AZ ALTERNATÍV FIZETÉSI MÓDOZATOK	45
8.1. AZ EGYES MÓDOZATOK RÉSZARÁNYA A TELJES FORGALMON BELÜL.....	45
8.2. AZ EGYES MÓDOZATOKHOZ KAPCSOLÓDÓ KÖLTSÉGEK	46
8.3. AZ EGYES MÓDOZATOKHOZ KAPCSOLÓDÓ PREFERENCIÁK	47
MELLÉKLETEK	48

BEVEZETÉS

A kártyás fizetésekkel kapcsolatban Magyarországon két probléma merül fel; egyrészt a kártyás tranzakció során a kereskedők által az elfogadó banknak fizetett díjak túl magas volta indokolatlan terhet jelen a kereskedőknek (ennek következtében a fogyasztóknak is), másrészt a magas díjak akadályozzák a kártyás fizetés terjedését, mivel egyes kereskedőknek a kereskedelem alacsonyabb profitrása miatt nem éri meg a magas kártyadíjak mellett kártyaleolvasót telepíteni.

A problémák körüljárása érdekében a GVH megbízásából a MASMI Hungary piackutatást végzett az alábbi célcsoportokban:

- nagyméretű kiskereskedelmi egységek (hipermarketek, szupermarketek, beszerzési társulások, szakboltok, drogériák, DIY),
- üzemanyag-forgalmazók,
- vendéglátó-ipari egységek (szállodák, éttermek),
- légitársaságok és utazási irodák,
- autókereskedések,
- műszaki cikket forgalmazó boltok, valamint
- online cégek és webáruházak.

A felmérést a személyes megkérdezés módszerével végeztük el, melynek során a cégek témában illetékes képviselőivel készítettünk interjút.

A mintát rétegzett mintavétellel állítottuk elő, azaz az adatbázisban található cégeket először minden célcsoporton belül árbevétel szerint csoportosítottunk, majd ezekből az alcsoportokból véletlenszerűen választottuk ki a felkeresendő cégeket. Az egyes elemszámokat a csoport előfordulási részarány határozta meg.

A jelen tanulmány a fent felsorolt témakörökben és célcsoportokban végzett felmérés eredményeit foglalja össze.

Az 503 fős mintasokaság úgynevezett **konfidencia intervalluma** $\pm 4,4\%$. Ez azt jelenti, hogy egy kétválaszos, eldöntendő kérdés esetén az ezen a mintán kapott 50%-os eredmény igen nagy valószínűséggel a valóságban is 45,6% és 54,4% között van.

Az alcsoportonkénti hibahatárok (95%-os valószínűségi szint mellett, maximális 50% esetén) a következők:

- n=50 esetén $\pm 14\%$,
- n=75 esetén $\pm 11,3\%$,
- n=100 esetén $\pm 9,8\%$,
- n=130 esetén $\pm 8,6\%$.

Az elemzésben a főbb eredményeket és a valóságos, lényeges – szignifikánsnak tekinthető – összefüggéseket emeljük ki. Akkor minősül valamely összefüggés **szignifikánsnak**, ha matematikai értelemben véve nem a véletlennek betudható eltérésről van szó, vagyis újabb adatfelvétel esetén ezt az összefüggést nagy (95%-os) valószínűséggel ismét tapasztalánk.

A tanulmány végén található MELLÉKLET tartalmazza az elemzés alapjául szolgáló adatokat (TÁBLÁK), valamint a kutatás lebonyolításához használt KÉRDŐÍV egy példányát.

A MELLÉKLET táblázataiban piros színnel jelöltük a teljes minta átlagánál szignifikánsan alacsonyabb, zölddel pedig a szignifikánsan magasabb értékeket. Az eltéréseket 95%-os szignifikancia szinten mutatjuk be, ami azt jelenti, hogy a színezéssel jelzett különbségek 95%-os valószínűséggel a valóságban is léteznek és azok nem pusztán a mintavétel tényéből fakadó véletlenszerű eltérések.

VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ

- A bankkártya elfogadási hajlandóság összefüggésben áll a cég méretével: minél kisebb a cég, annál jellemzőbb, hogy nem fogadnak el kártyát fizetési eszközként, és fordítva.
- A vizsgálatba bekerült kereskedelmi vállalkozások közül a vendéglátó cégek, a benzinkutak és a nagyméretű kiskereskedelembe sorolható cégek fogadnak el bankkártyákat az átlaghoz képest szignifikánsan magasabb arányban.
- A kártyát elfogadó cégek többsége a vásárlók igényeit jelölte meg a szóbanforgó fizetési eszköz alkalmazásának fő okaként. A második helyre az imázs megőrzésének és javításának szempontja került.
- A kártyahasználók túlnyomó többsége (86%-a) úgy véli, hogy hátrányba kerülne versenytársaival szemben, ha nem fogadna el bankkártyát. A legkevésbé az autókereskedők éreznék ezt veszélyes helyzetnek.
- A bankkártyát elfogadó cégek több mint felében úgy vélekedtek, hogy a kártyás fizetés időigényesebb, mint a készpénzes. Elsősorban a nagyméretű kiskereskedelembe sorolható cégeknél okoz ez időként kellemetlenséget.
- A jelenleg bankkártyás fizetést nem alkalmazó cégek több, mint egyötöde belátható időn belül be kívánja vezetni ezt a lehetőséget. A legtöbben a vevők igényeivel magyarázzák ezt a szándékukat. További 14% azoknak a részaránya, akik eredetileg nem gondoltak ugyan a kártyás fizetés bevezetésére, de a banknak fizetendő jutalék csökkenése esetén mégis hajlanának rá.
- Az összforgalmon belül a kártyás fizetéssel lebonyolított forgalom a vendéglátóhelyek (szállodák, éttermek) esetében a legnagyobb, míg az autókereskedéseknél a legkisebb.
- A két legelterjedtebb kártyafajta az EuroCard/Master Card, valamint a VISA; a felkeresett valamennyi kártyahasználó cégnél elfogadják ezeket.
- A kevésbé népszerű kártyákat (AMEX, JCB, DINERS) a vendéglátóhelyeken az átlagosnál szignifikánsabban magasabb hányadban említették (AMEX: 72%; JCB: 46%; DINERS: 46%). Az internetes értékesítést is végző cégek 67%-a fogad el AMEX kártyát a teljes mintán regisztrált 48%-kal szemben.
- A kártyás fizetést alkalmazó cégek döntő hányadára – 78%-ára – vonatkozik a „minden kártya elfogadása” szabály. Az átlagos részarányt jelentősen meghaladó értéket (85%) találunk a nagyméretű kiskereskedelem kategóriában. Elenyésző (2%) azoknak a cégeknek a hányada, ahol a „minden kártya elfogadása” szabályának feloldása esetén megválnának valamelyik kártyatípustól.
- Az OTP és a K&H kiemelkedik az elfogadó bankok sorából. Elsősorban a műszaki kereskedések esetében fordulnak elő viszonylag jelentős hányadban egyéb bankok.
- Az utóbbi években a felmérésbe bekerült kártyaelfogadó cégek csupán 8%-a váltott elfogadó bankot. Viszonylag nagyarányú „mozgásról” az autókereskedésekben, valamint a műszaki cikketek árúsító cégeknél számoltak be.
- A bankváltás leggyakoribb kiinduló és célpontja az OTP, illetve a K&H. Megfigyelhető ugyanakkor, hogy az előbbi sokkal gyakrabban szerepel célbankként, mint elhagyott bankként.

- A kereskedelmi cégek közel kétharmada saját kezdeményezésre alakította ki kapcsolatát a kártyaelfogadó bankkal, az esetek negyed részében pedig a bank kereste meg a céget.
- A bankok aktivitás szerinti erőssorrendje nagyjából tükrözi a jelenlegi pozíciókat, azaz a leggyakrabban az OTP és a K&H keresi fel ajánlataival (potenciális) ügyfeleit. Figyelemre méltó ugyanakkor a CIB aktivitása: noha csak 2%-ot képviselnek az elfogadó bankok között, a valamilyen banki ajánlattal találkozók 9%-a megnevezte ezt a pénzintézetet is.
- A kereskedelmi cégek alig több mint egyharmada vizsgált meg több banki ajánlatot is a bankkártyás fizetés bevezetése előtt. Ezek a vállalkozások a bank megválasztásakor elsősorban a felkínált szolgáltatások körét és színvonalát, valamint az árat és a jutalom mértékét vették szemügyre.
- Az elfogadó bankok erőteljes aktivitását jelzi, hogy a kártyás fizetést alkalmazó cégek közül – már a bevezetést követően – 23%-nyi hányadnak tettek ajánlatot, s a kártyást fizetéstől egyelőre tartózkodók 26%-át keresték meg az utóbbi időszakban. A bankok leginkább a nagyméretű kiskereskedelem és a vendéglátás képviselőinek körében mutatnak nagyfokú aktivitást.
- A bankkártyás fizetést alkalmazó cégek közel egynegyede érzékelt árbevétel- és/vagy profitnövekedést, mióta bevezette ezt a készpénzkímélő eszközt. A legmagasabb részarányt a nagyméretű kiskereskedelemben, a legalacsonyabbat pedig az autókereskedések körében tapasztaltuk.
- A kártyaelfogadó cégek közül imprinterrel 4%, POS terminállal 87%, hordozható POS terminállal pedig 14% rendelkezik.
- A banki tranzakció átlagos hossza valamivel kevesebb, mint négy nap. A leggyorsabb pénzhez jutási lehetőségről az autókereskedők számoltak be, míg a nagyméretű kiskereskedelmek és a benzinkutak képviselői az átlagosnál hosszabb átfutási időről adtak számot.
- A kereskedelmi cégek csupán elenyésző hányadában szoktak szembesülni késéssel a vásárlások értékének bank részéről történő megtérítésében.
- A cégek döntő hányada biztonságosnak érzi a kártyával való fizetés elfogadását, csak elvétve találkoznak visszaéléssel vagy olyan esettel, amikor a bank jogtalanul rájuk terhel valamilyen visszaélésből eredő veszteséget.
- A pénzügyi vezetők meglehetősen felületesen ismerik a kártyás fizetést terhelő jutalékok rendszerét. Az interchange-díj mértékével, sőt fogalmával csak elenyésző hányaduk van tisztában.
- A felmérés eredményei, valamint banki információk, források arra utalnak, hogy a kártyás fizetést terhelő éves fix díj ma már nemigen létezik a gyakorlatban.
- A válaszadók nyilatkozatai szerint a leginkább elterjedt Master Card és VISA kártyák tranzakciónkénti jutaléka átlagosan 2,1-2,2%. Ennél magasabb az AMEX-é (2,4-2,5%), valamint a DINERS-é (2,5-2,9%).
- Az 1 milliárd forintnál magasabb éves árbevételt elérő és/vagy láncként működő kereskedelmi cégek rendelkeznek a legnagyobb alkuerővel. Ugyanakkor a vendéglátásban tevékenykedő cégek alkuerője kisebb, mint a többi szegmenshez tartozóké.

- Noha a kártyás fizetést alkalmazó cégek csupán elenyésző hányada hárítja a vásárlókra a kártyás fizetés költségeit, lehetőség esetén akár minden negyedik cég így tenne. Az e szándékot beismerők a műszaki cikk kereskedelemben (35%) fordulnak elő a legnagyobb hányadban, s a legkisebben pedig a nagyméretű kiskereskedelemben (13%).
- A felmérés szerint a cégek egynegyede egyértelmű költségérzékenységet mutat az elfogadott bankkártyák kapcsán. A legnagyobb mértékben (43%) a műszaki cikk kereskedelemben tükröződött ez az álláspont, míg a benzinkutak csupán 10%-a mondana le annak a kártyának a használatáról, amelyeknek megemelkedne a jutaléka. Viszonylag szűknek (9%) tekinthető a kereskedelmi cégeknek az a szegmense, amelyik áremeléssel reagálna valamely kártyafajta jutalékának megemelésére.
- Míg a vendéglátó cégek 57%-a előbb-utóbb elfogadja a széles körben elterjedt kártyatípusokat, az autókereskedések közül csak 29% adja fel szuverenitását ilyen esetekben.
- Összességében elenyészőnek (6%) mondható azoknak a kereskedelmi cégeknek a részaránya, ahol erőteljesen ösztönzik a készpénzfizetést a kártyahasználattal szemben. Ugyancsak elvélve fordul az elő, hogy egy kereskedelmi cégnél befolyásolni próbálják az ügyfeleket abban, hogy milyen típusú kártyával fizessenek.
- A kereskedelmi cégek túlnyomó hányadánál nincs megszabva minimális vásárlási limit a kártyahasználat feltételeként.
- A cégek közel kétharmada (61%) nyitott lenne a jelenleginél alacsonyabb díjat felszámító bank ajánlatát elfogadni. A legnagyobb nyitottságról a műszaki cikk kereskedelem képviselői (70%) mutatták, a legkisebbet pedig az autókereskedők (50%). Kiugró költségérzékenységet és rugalmasságot mutattak az internetes értékesítést is végző cégek: 76%-uk váltana bankot alacsonyabb díjak esetén.
- Mindössze 8% azoknak a részaránya, akik annak tudatában is váltanának bankot, hogy az alacsonyabb díj fejében le kell mondaniuk a fizetési garanciáról. A leginkább elszántaknak – a meglehetősen alacsony elemszámban szereplő ún. egyéb kategóriát nem számítva – a nagyméretű kiskereskedelmi cégek (12%) tűnnek.
- A kártyás fizetést alkalmazó cégek szinte mindegyikében van készpénzforgalom is. Elterjedtségben az átutalás következik, különösen az internetes értékesítést is végző cégek esetében magas az előfordulási gyakorisága (96% az átlagos 72%-kal szemben). A vásárlási utalvány elsősorban a nagyméretű kiskereskedelemben jellemző.
- A készpénzes fizetés dominanciájának egyik magyarázata az lehet, hogy a kereskedők egyértelműen ezt tartják a legolcsóbb módozatnak. A második legolcsóbb megoldásnak az átutalás bizonyult, s csupán ezután következik a bankkártyás fizetés. A felmérés szerint az autókereskedők és a műszaki cikk kereskedelem képviselői tekintik a leginkább költségesnek a bankkártya használatot az alternatív fizetési módokhoz képest.
- Noha a bankkártyás fizetés költségmegtakarítás szempontjából – a készpénz és az átutalás után – csupán harmadik a rangsorban, preferáltsága összességében valamelyest megelőzi az átutalását.

1. Mintaösszetétel

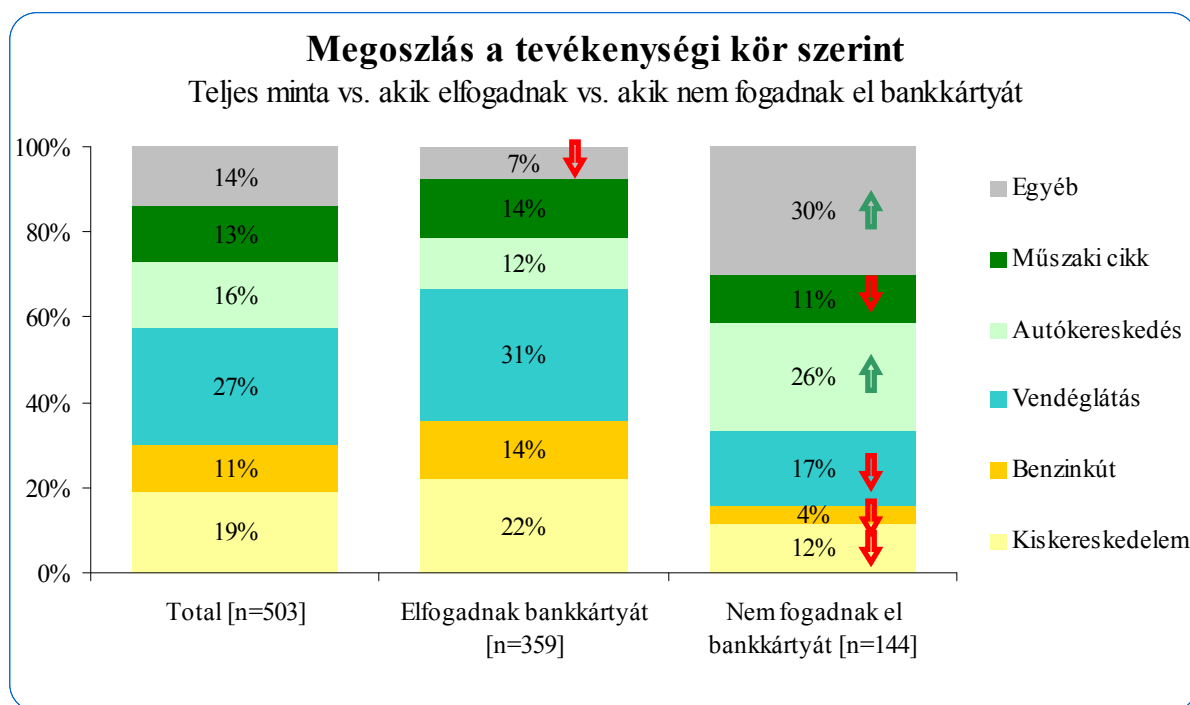
A cégek jellemzői közül

- a gazdálkodási formára,
- a tevékenységi körre,
- a foglalkoztatottak számára,
- a tulajdonosi szerkezetre, valamint
- az előző évi árbevétel nagyságára

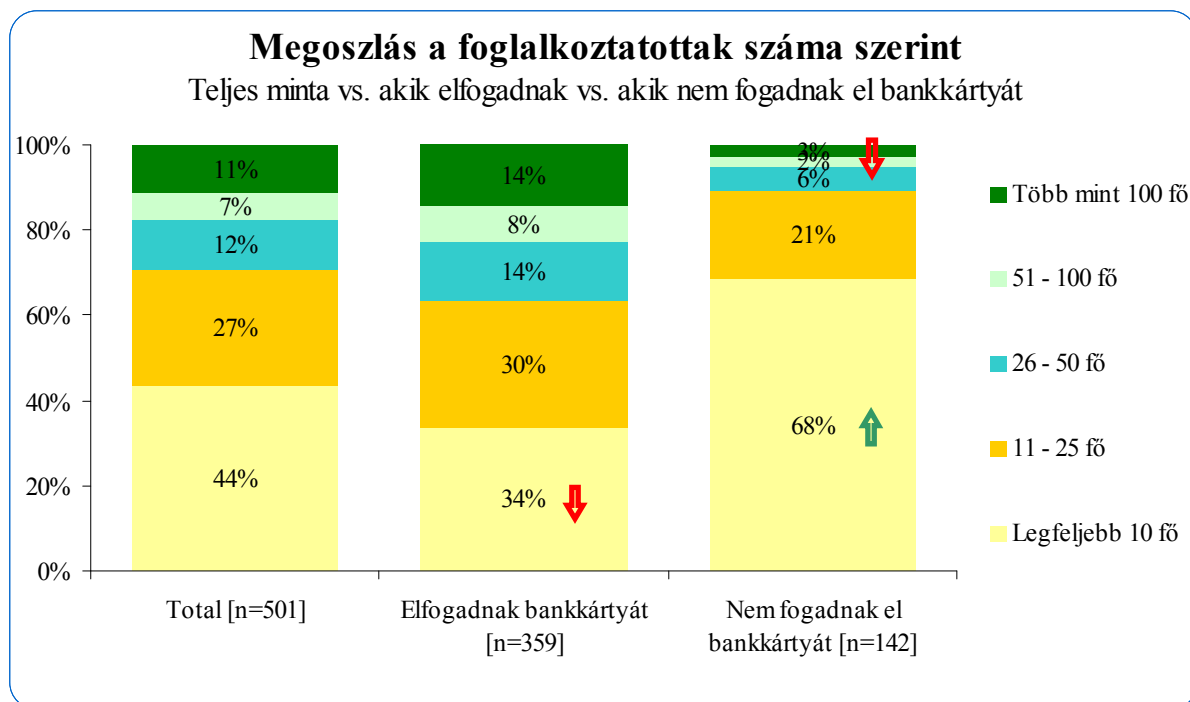
kérdeztünk rá.

A felmérésben részt vett cégek 71,4%-a (az 503 cégből 359) fogad el bankkártyát fizetési eszközként. Mivel ez a szempont határozta meg a lekérdezés irányát, a céges jellemzőket e tényező szerinti összehasonlításban mutatjuk be.

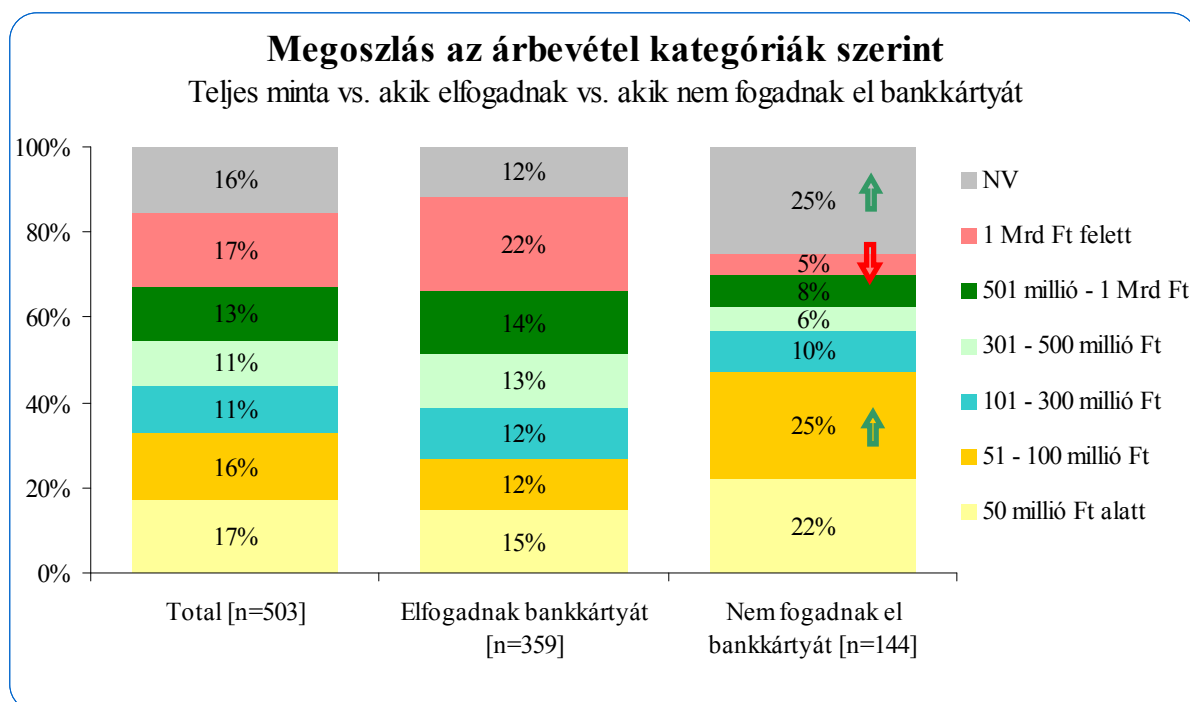
A tevékenységi körök szerinti megoszlásokból láthatjuk, hogy az autókereskedések, az utazási irodák és a webáruházak közül került ki a legtöbb kártyát el nem fogadó cég.



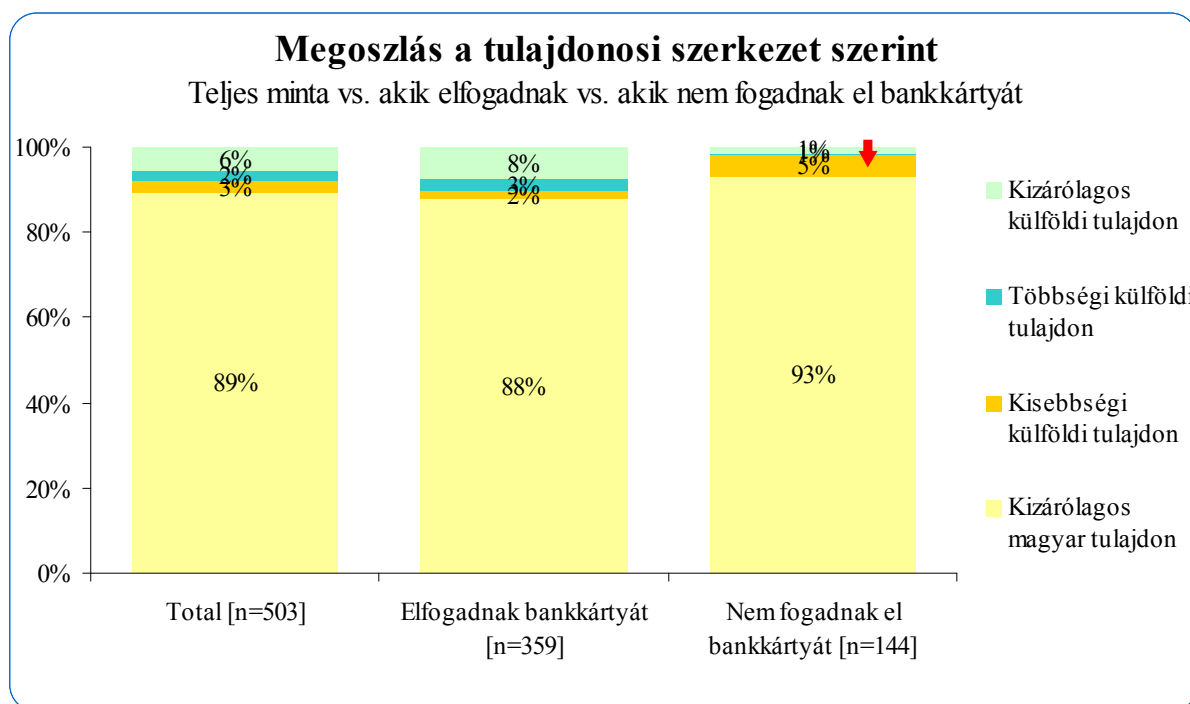
A bankkártya elfogadási hajlandóság összefüggésben áll a cég méretével: minél kisebb a cég, annál jellemzőbb, hogy nem fogadják el kártyát fizetési eszközként, és fordítva.



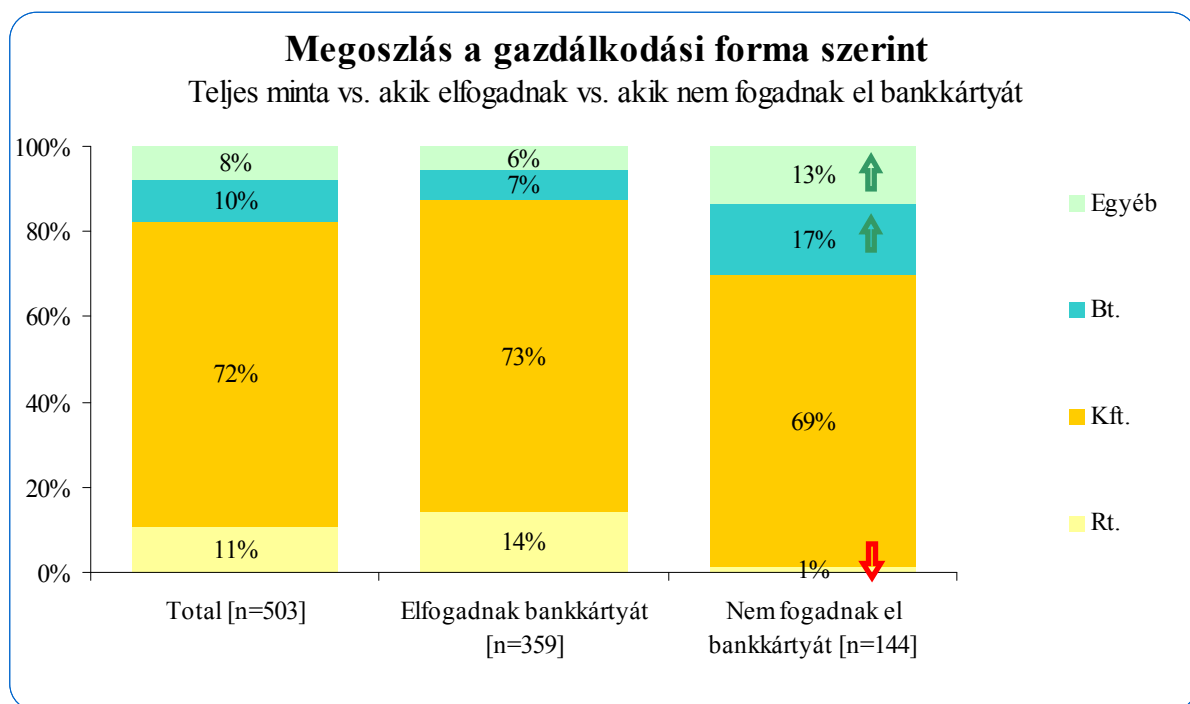
Mintánkban a bankkártyát el nem fogadó cégek felének árbevétele nem érte el a 100 millió forintot.



A felkeresett cégek 89%-a kizárólagos, 92%-a kizárólagos vagy többségi magyar tulajdonban van. A kizárólagos vagy többségi külföldi tulajdonban lévő cégek jellemzően elfogadják a bankkártyát fizető eszközként.

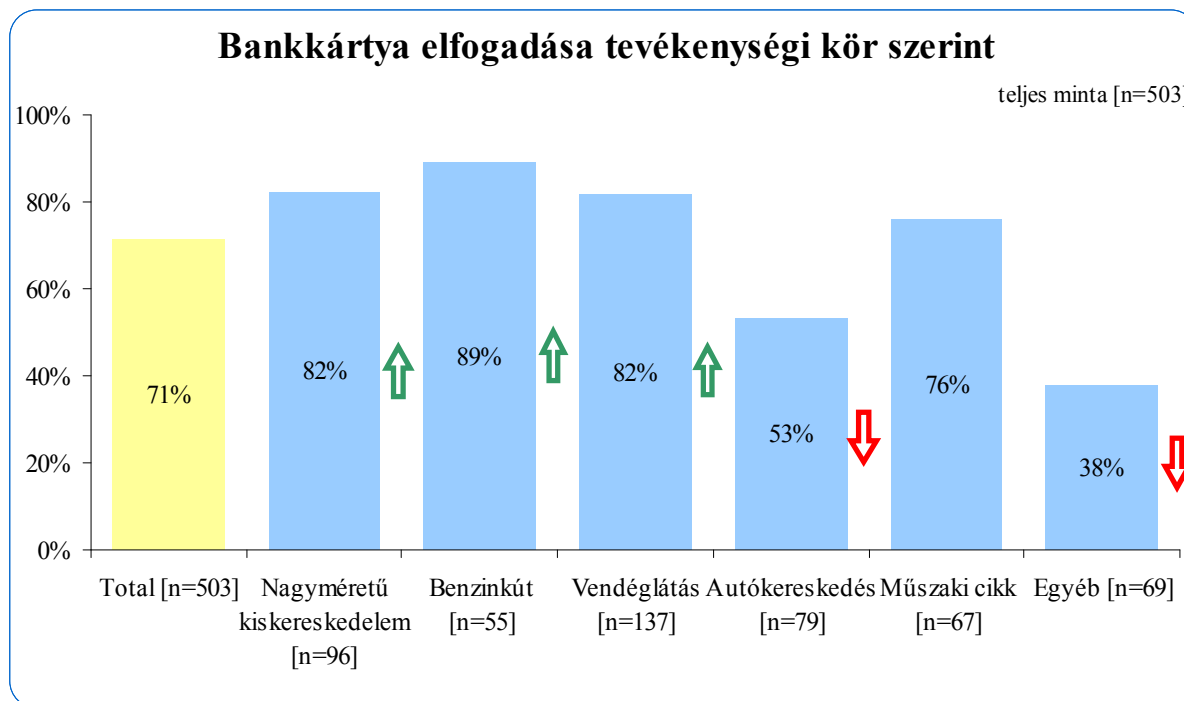


A bankkártyát el nem fogadó cégek között alig találhatóak részvénytársaságok, viszont az átlagnál magasabb a betéti társaságok és az egyéb formában működő cégek aránya.



2. A kártyahasználat mellett és ellen ható tényezők

A mintában 71% volt azoknak a cégeknek a részaránya, amelyek bankkártyás fizetést is alkalmaznak.



Az előzetes várakozásainknak megfelelően

- a vendéglátó cégek,
- a benzinkutak és
- a nagyméretű kiskereskedelem cégei

fogadnak el az átlagoshoz képest szignifikánsan magasabb arányban bankkártyákat.

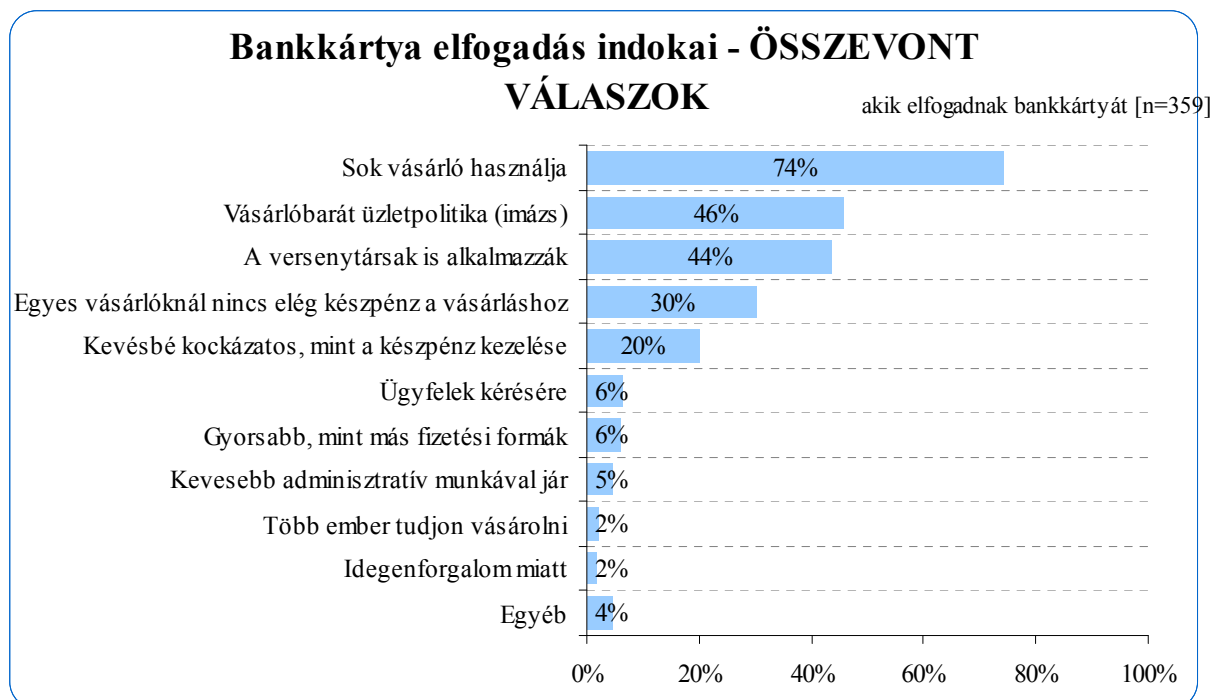
Ugyanakkor

- az autókereskedések, valamint
- az ún. egyéb kategóriát képező cégek

között a kártyás fizetést is alkalmazók részaránya jóval elmarad az átlagtól.

2.1. A kártyahasználat fő okai

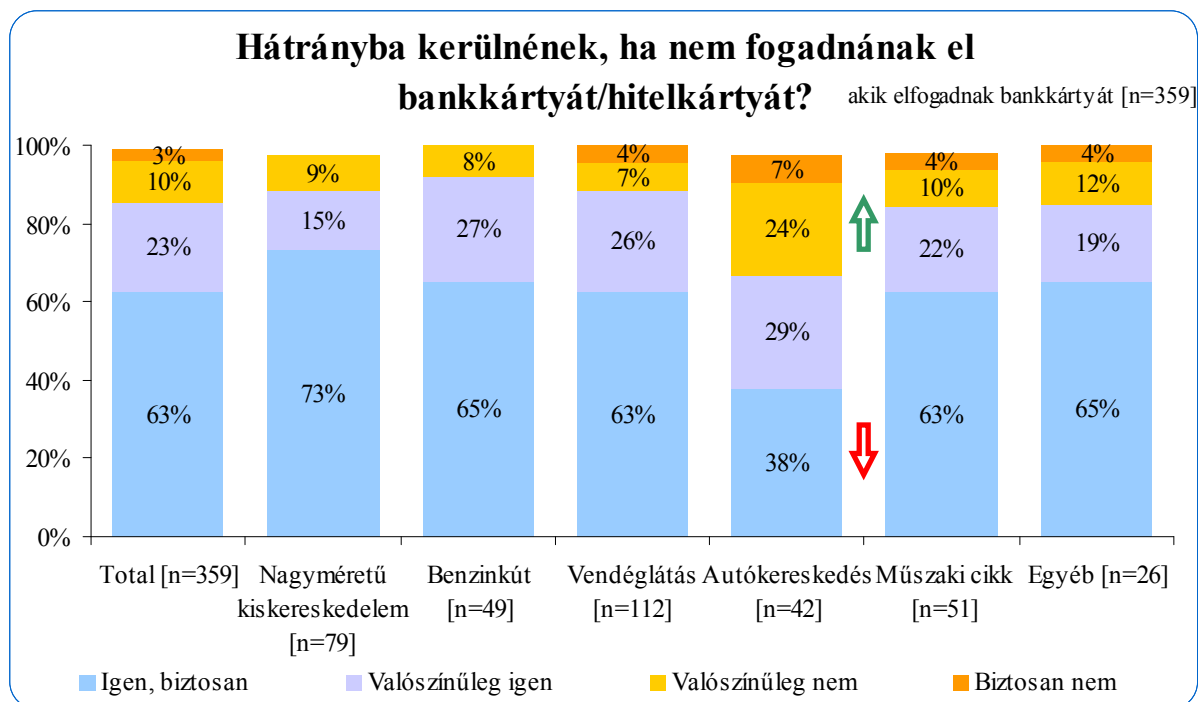
A bankkártyát használó cégeket képviselő válaszadók többsége több indokot is felsorolt a készpénzkímélő fizetési mód alkalmazásának okaként.



A válaszadók háromnegyede a vásárlók igényeit jelölte meg fő okként.

Az említési gyakoriság szerint második helyre került az imázs javításának, illetve megőrzésének szempontja. Különösen élesen jelentkezik ez az internetes értékesítést is végző cégeknél: itt - az átlagos 46%-kal szemben - 62%-ot tett ki az ezt a magyarázatot említők részaránya.

Viszonylag jelentős azoknak a hányada, akik a versenytársakkal való lépéstartást hozták fel indokként. A biztonságot ugyanakkor csak minden ötödik válaszadó említette.

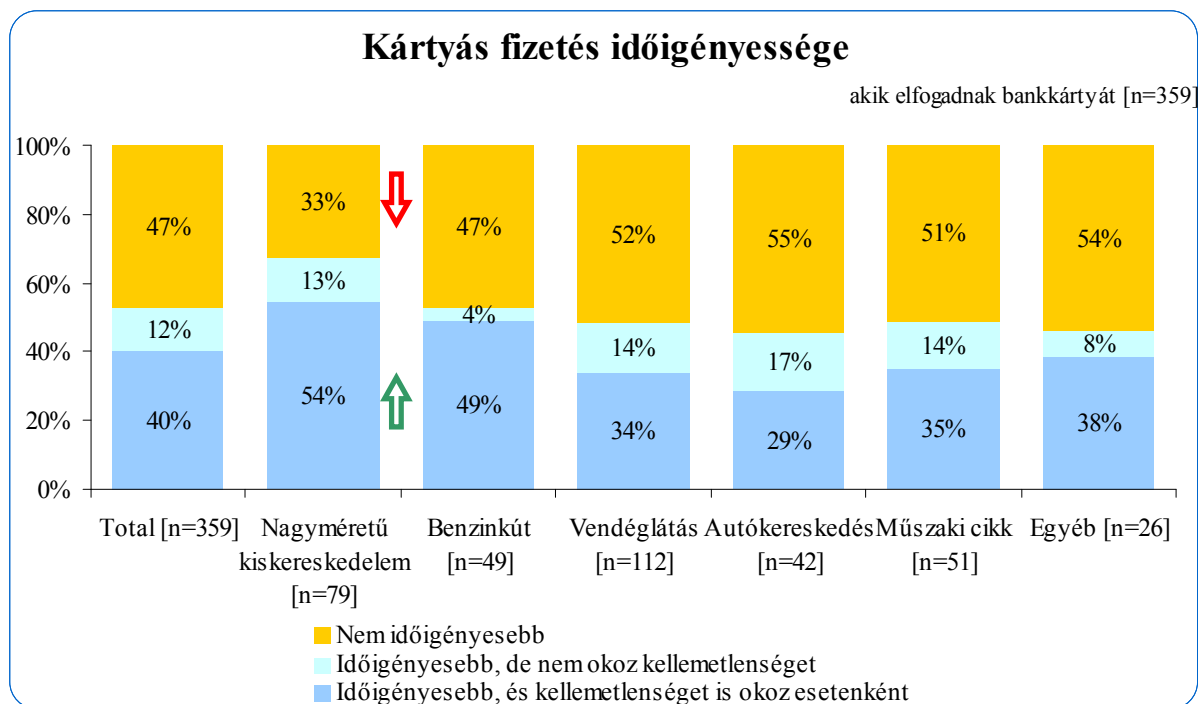


A kártyahasználók közel kilenczede (86%-a) úgy véli, hogy hátrányba kerülne versenytársaival szemben, ha nem fogadna el bankkártyát. A legkevésbé az autókereskedők éreznék ezt veszélyes helyzetnek: közel egyharmaduk úgy véli, hogy a bankkártya használat megszüntetése nem veszélyeztetné piaci pozíciójukat.

2.2. A kártyahasználattól való tartózkodás háttere

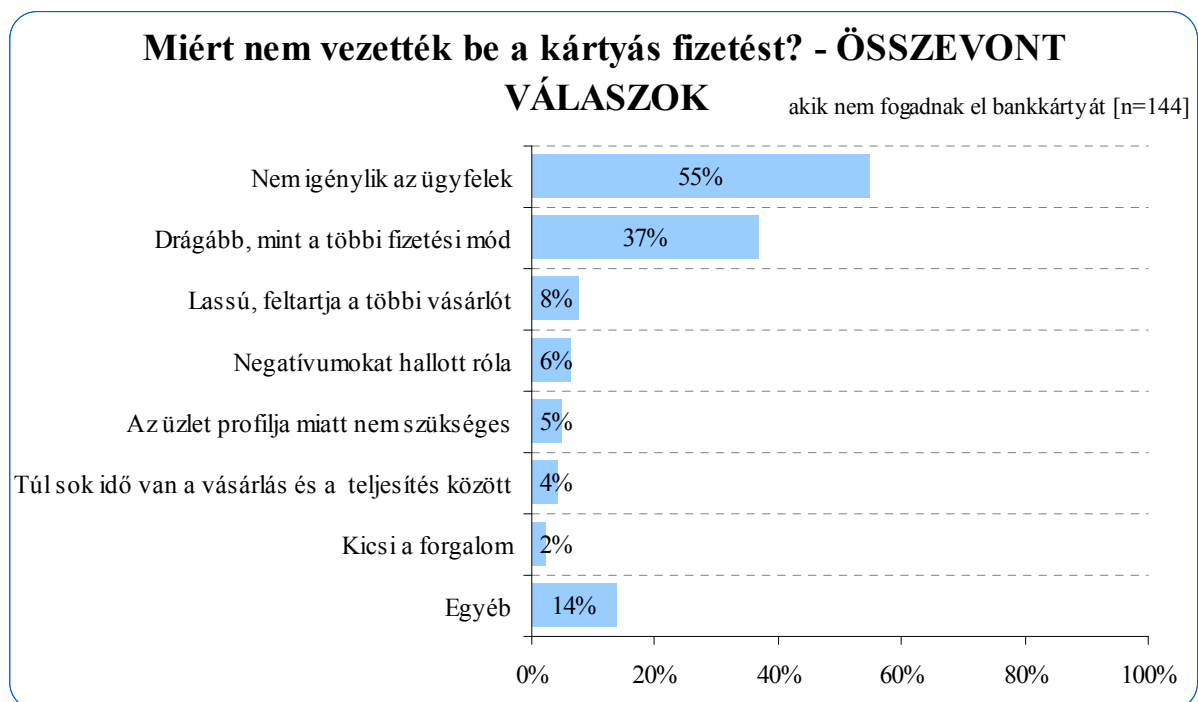
A mintában ugyan csupán 29%-ot (144 adatfelvételi helyszínt) képviseltek a kártyás fizetést nem alkalmazó cégek, a kártyahasználattól való tartózkodás indokaira némileg rávilágítottak a kártyás fizetést alkalmazók válaszai is.

A bankkártyát elfogadó cégek több mint felében úgy vélekedtek, hogy a kártyás fizetés időigényesebb, mint a készpénzes vagy az egyéb alternatív megoldás.



Elsősorban a nagyméretű kiskereskedelem üzleteiben tartják a legnagyobb hányadban (67%) lassúnak a kártyás fizetést, s 54% volt azok aránya, akik ezt kifejezetten kellemetlennek, azaz hátrányosnak is tekintik.

Természetesen, a kártyahasználattól való tartózkodás hátterét azon cégek esetében vizsgálhattuk a leghitelesebben, ahol – legalább is egyelőre – nem használják ezt a fizetési módot.



Mindössze két szempont hangzott el említésre méltó arányban:

- a vásárlói igény hiánya és
- a (készpénzhasználathoz viszonyított) többlet-költségigény.

2.3. A kártyahasználat bevezetésének esélyei

A kártyás fizetés további terjedésére reményt adhat felmérésünk azon eredménye, miszerint a jelenleg nem használók több mint egyötöde belátható időn belül be kívánja vezetni ezt a lehetőséget.



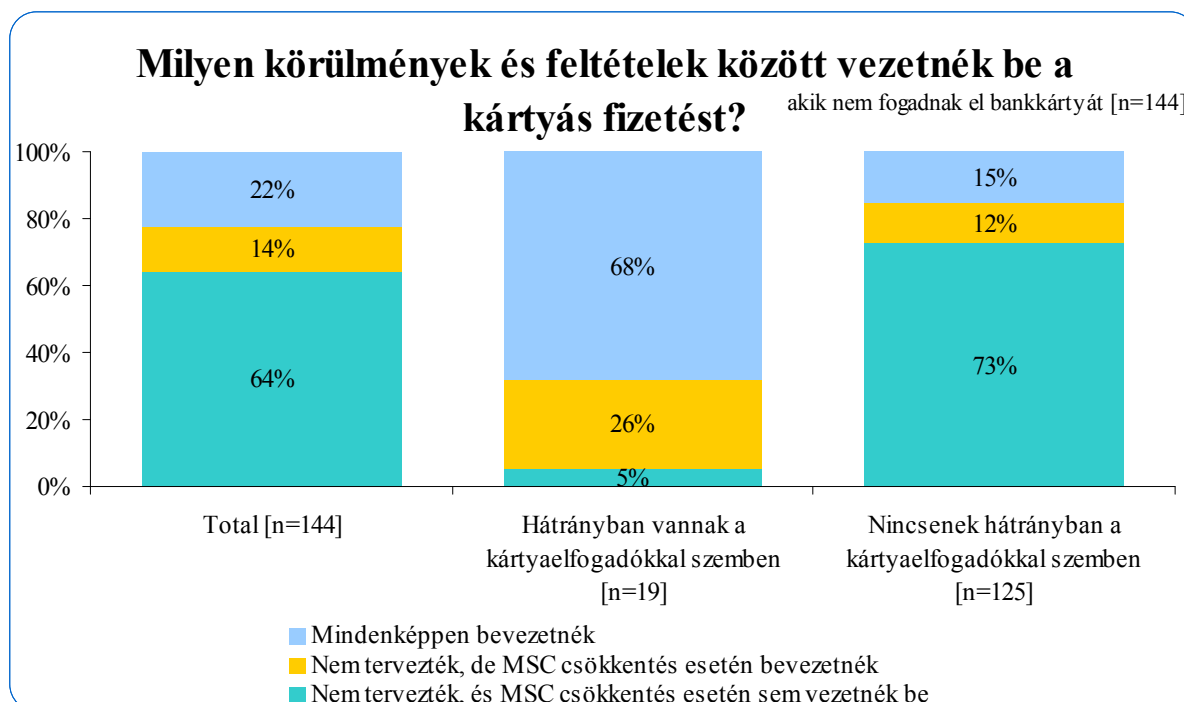
A bevezetést tervezők leggyakrabban hangoztatott indokai (zárójelben az említési gyakoriság):

- igénylik a vevők (50%),
- hiányában vevőket veszítenének (9%),
- a verseny rákényszeríti őket (6%).

A jövőbeni tartózkodás leggyakoribb magyarázatai:

- az igény hiánya (60%),
- a bevezetés magas költsége (19%),
- használata lassú és körülményes (6%).

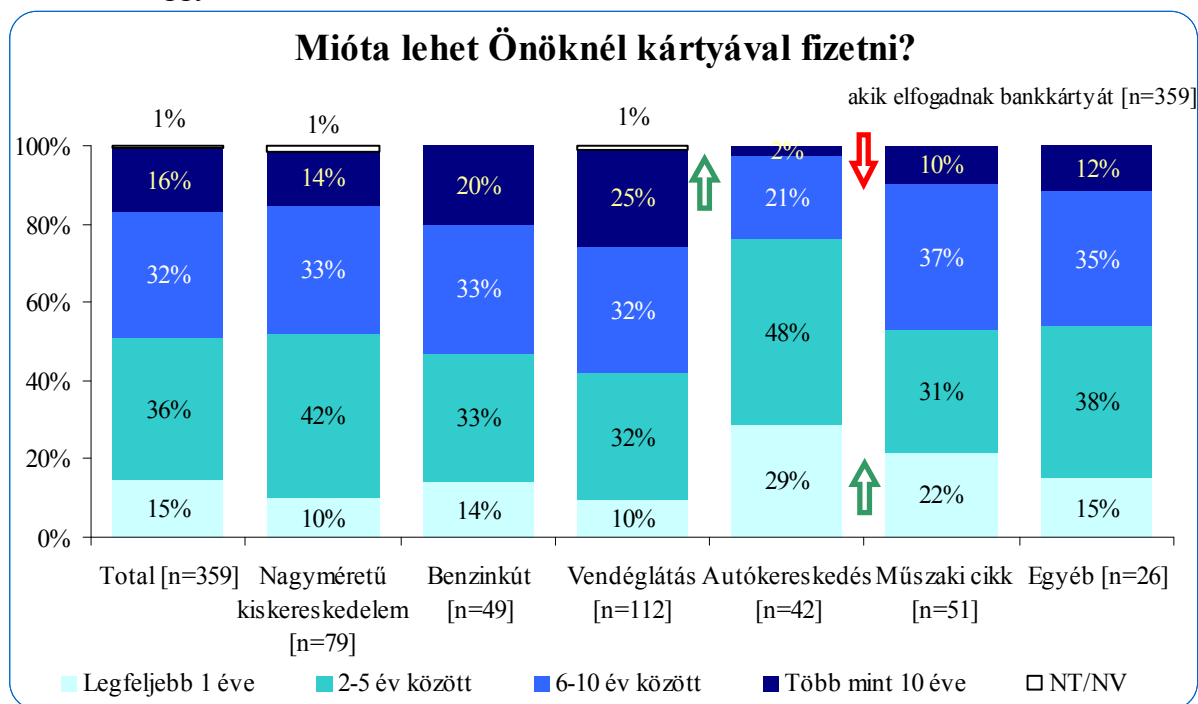
Noha, a kártyás fizetés bevezetését az érintettek 22%-a tervezi, mindössze 13% azoknak az aránya, akik hátrányosnak érzik, hogy vevőik egyelőre nem élhetnek a készpénzkímélő fizetési móddal.



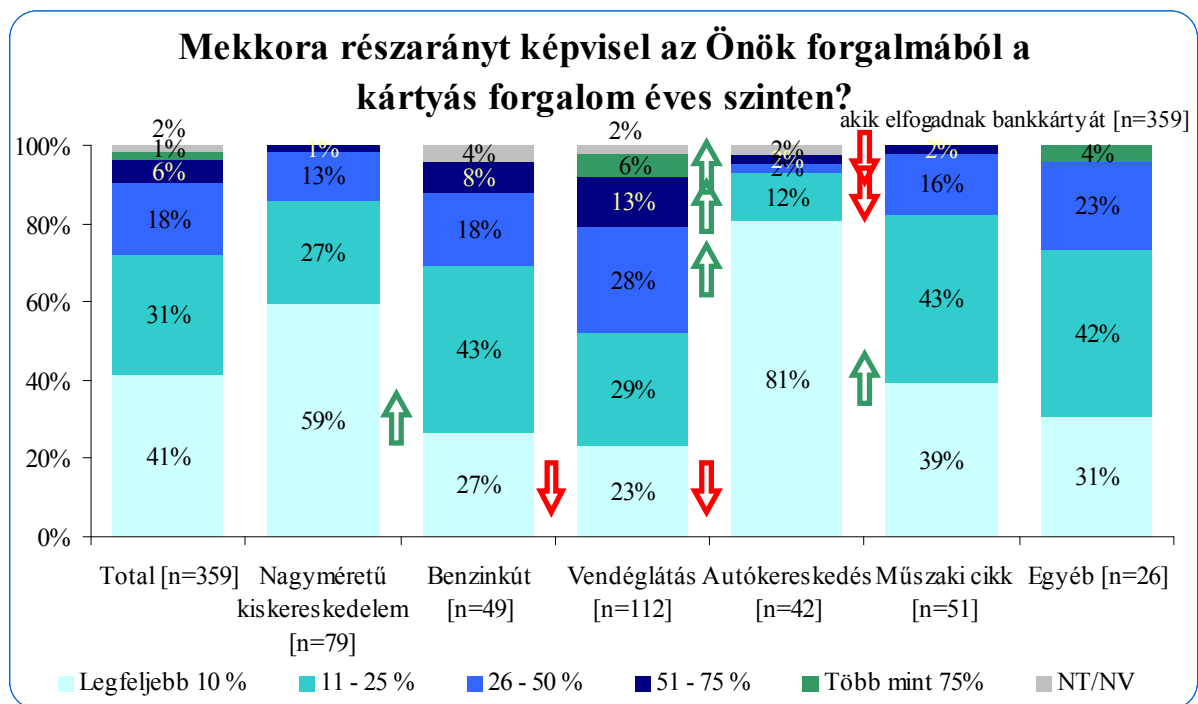
Felmérésünk szerint 14% azoknak a részaránya, akik eredetileg nem gondoltak a kártyás fizetés bevezetésére, de a banknak fizetendő jutalék csökkenése esetén mégis hajlanának rá. A jutalék csökkenésének lehetősége még azon kereskedők 12%-a számára is vonzóan tűnik, akik amúgy nem érzik a kártyás fizetés hiányának hátrányait.

3. A kártyahasználat jellemzői

A kártyaelfogadó cégek átlagosan valamivel több mint 6 éve tették lehetővé a kártyával való fizetést. A leggyakrabban említett évszám 2005 volt.



A kártyás fizetést alkalmazó vállalkozások több mint 40%-ában a forgalom kevesebb, mint 10%-a bonyolódik le kártyás fizetéssel. Mindössze 8% azoknak a cégeknek az aránya, amelyek árbevételük több mint felét a kártyás forgalomnak köszönhetik.



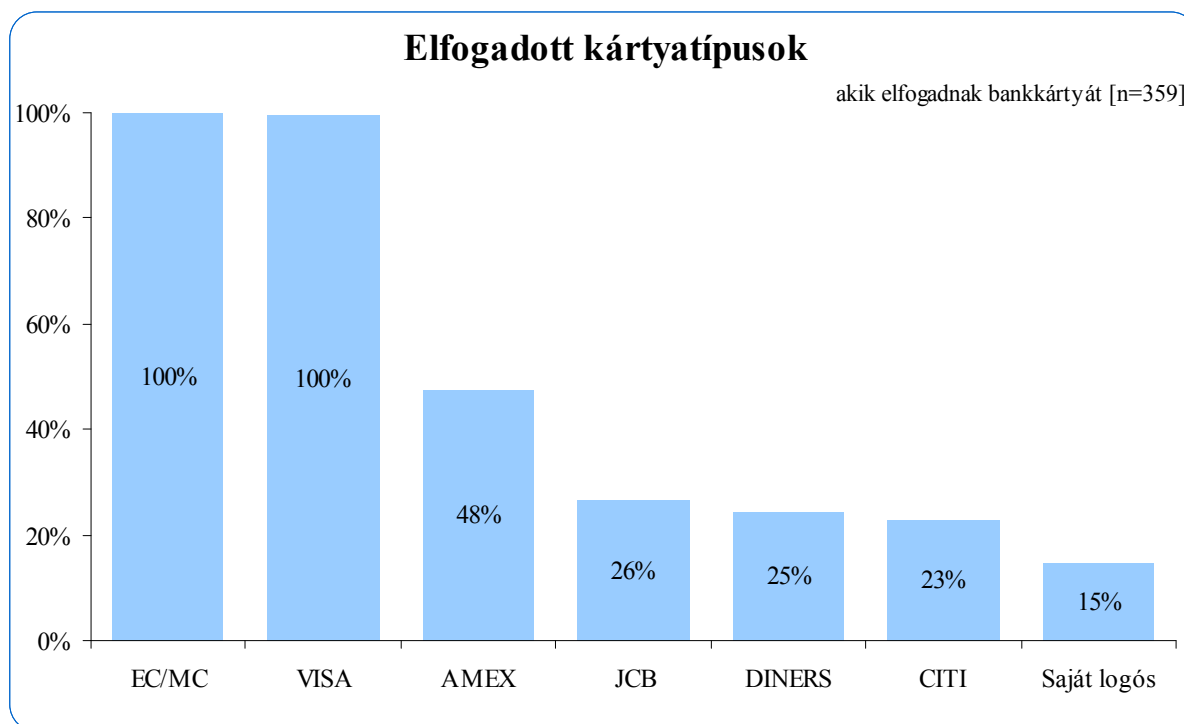
A legnagyobb hányadú kártyaforgalomról a vendéglátóhelyek (szállodák, éttermek), a legkisebb arányúakról pedig az autókereskedések számoltak be.

3.1. Kártyafajták

A két legelterjedtebb kártyafajta

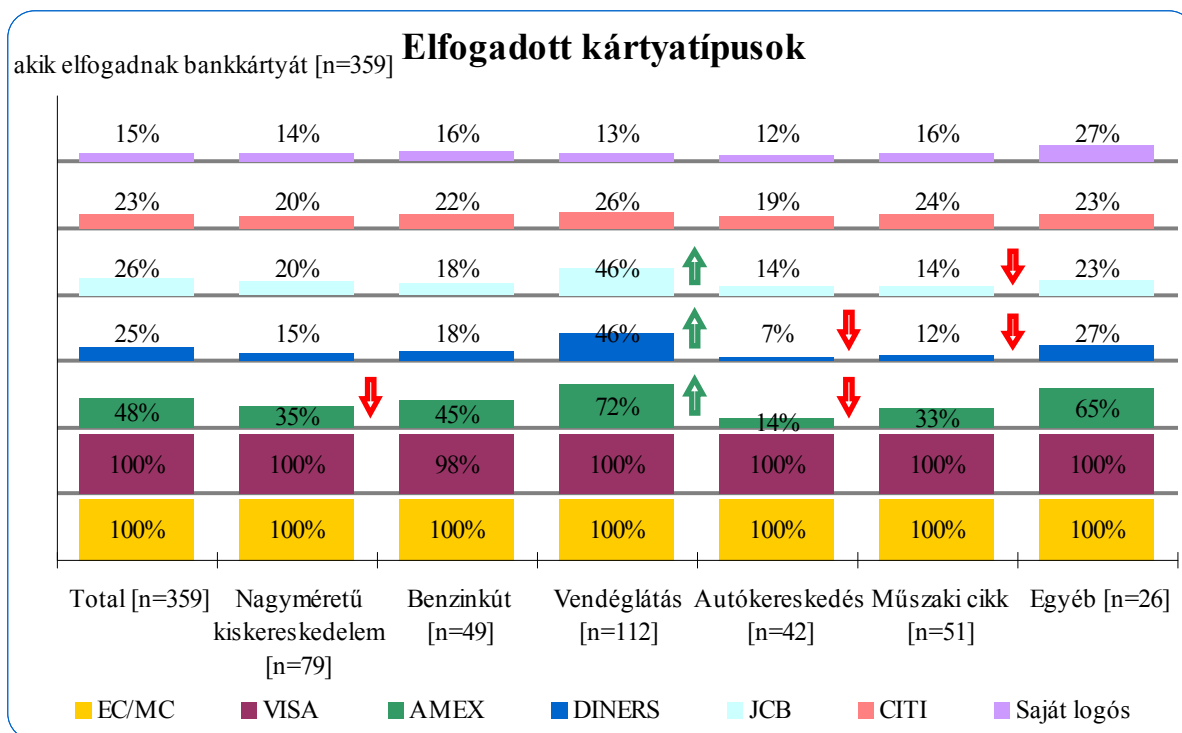
- az EuroCard/Master Card, valamint
- a VISA,

a felkeresett valamennyi kártyahasználó cégnél elfogadják ezeket.



A kevésbé népszerű kártyákat (AMEX, JCB, DINERS) a vendéglátóhelyeken az átlagosnál szignifikánsabban magasabb hányadban említették (AMEX: 72%; JCB: 46%; DINERS: 46%).

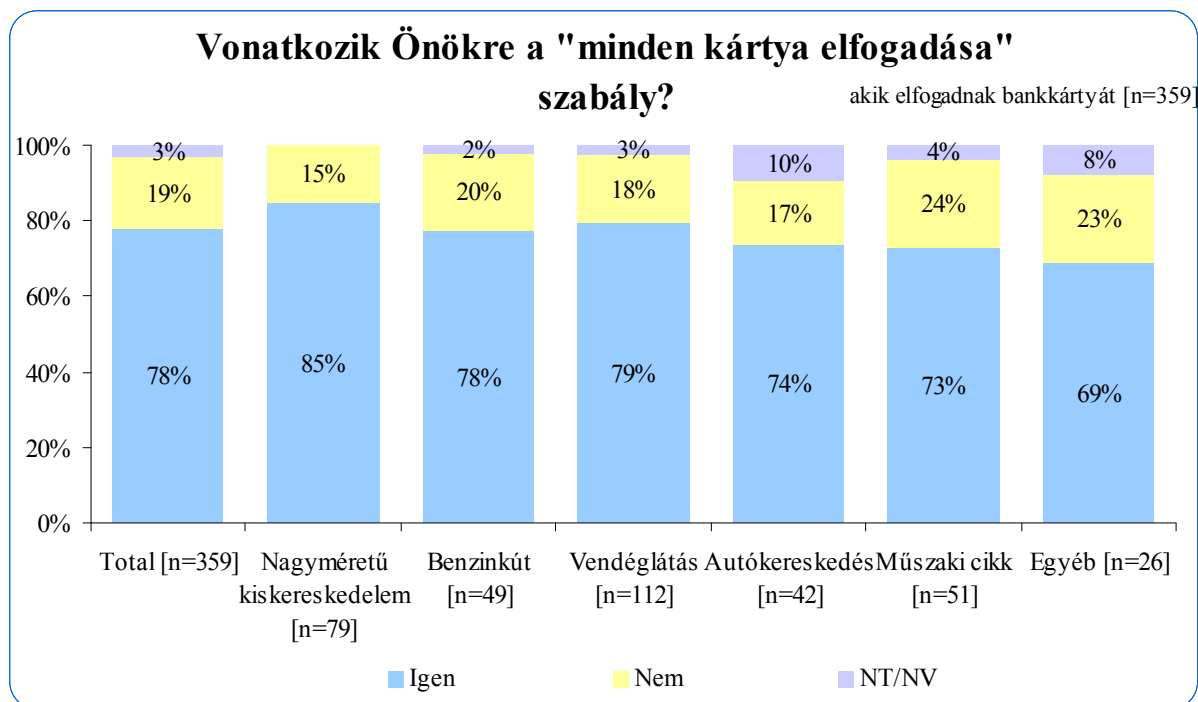
Az internetes értékesítést is végző cégek 67%-a fogad el AMEX kártyát a teljes mintán regisztrált 48%-kal szemben.



Egy-egy kártyacsaládon belül alig-alig fedezhető fel különbség az elfogadottság hányadában.



A kártyás fizetést alkalmazó cégek döntő hányadára – 78%-ára - vonatkozik a „minden kártya elfogadása” szabály. Az átlagos részarányt jelentősen meghaladó értéket (85%) találunk a nagyméretű kiskereskedelem kategóriában.

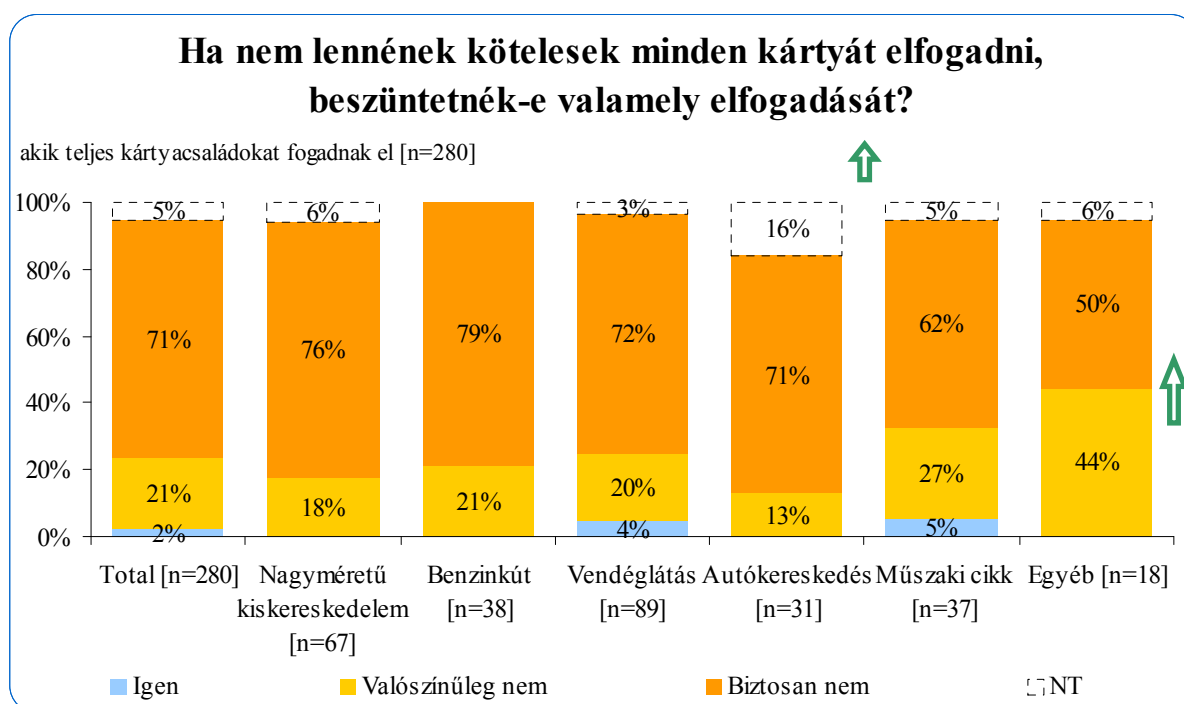


Azok közül, akikre nem vonatkozik a „minden kártya elfogadása” szabály

- az AMEX Blue (46%),
- az AMEX Green (39%),
- az AMEX Gold (39%), valamint
- a Cirrus (10%)

elfogadásától tartózkodnak a legnagyobb hányadban.

Szinte minden elutasítás mögött az igény hiánya áll.



Elenyésző (2%) azoknak a hányada, akik a „minden kártya elfogadása” szabályának feloldása esetén megválnának valamelyik kártyatípustól.

A kártyás fizetést alkalmazó cégek kevesebb mint 5%-ában számoltak be olyan esetről, hogy valamely kártya elfogadását egy idő után megszüntették. Noha, nagyon elemszámról (16) van szó, említésre méltó, hogy

- a DINERS

az említések 63%-ban szerepelt.

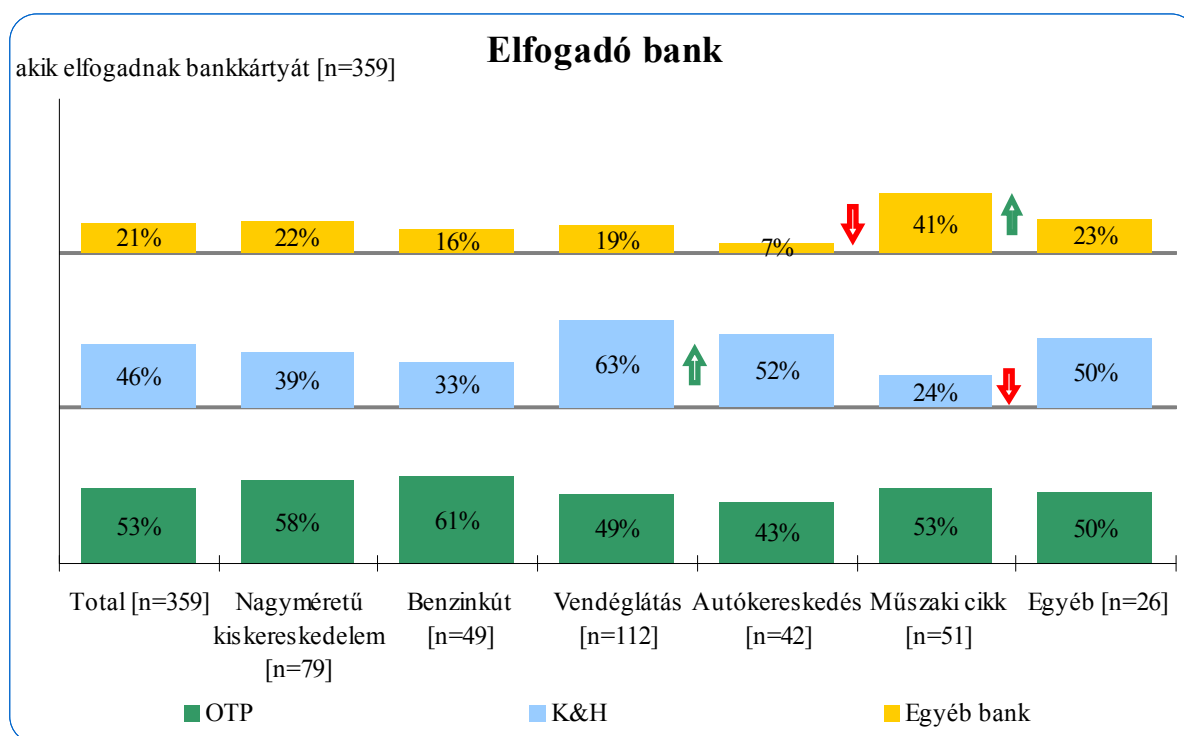
3.2. Az elfogadó bankok

A két legjelentősebb elfogadó bank

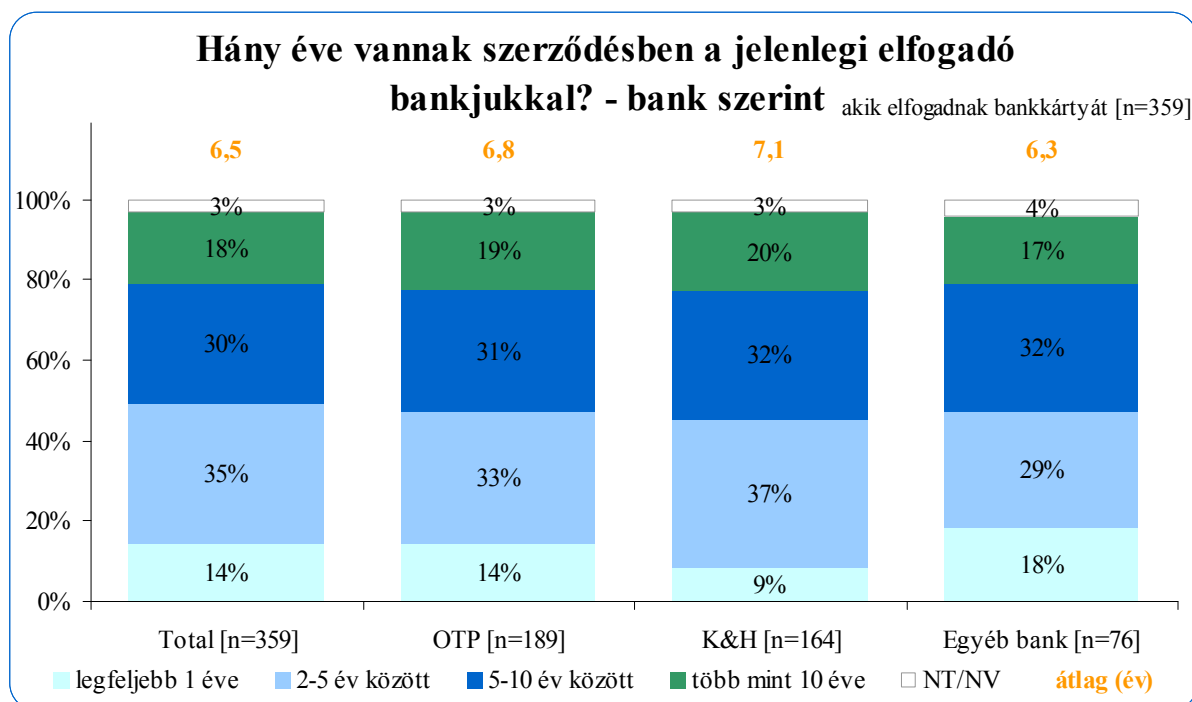
- az OTP és
- a K&H.

Az OTP a benzinkutak, a K&H a vendéglátás esetében szerepel a legmagasabb hányadban.

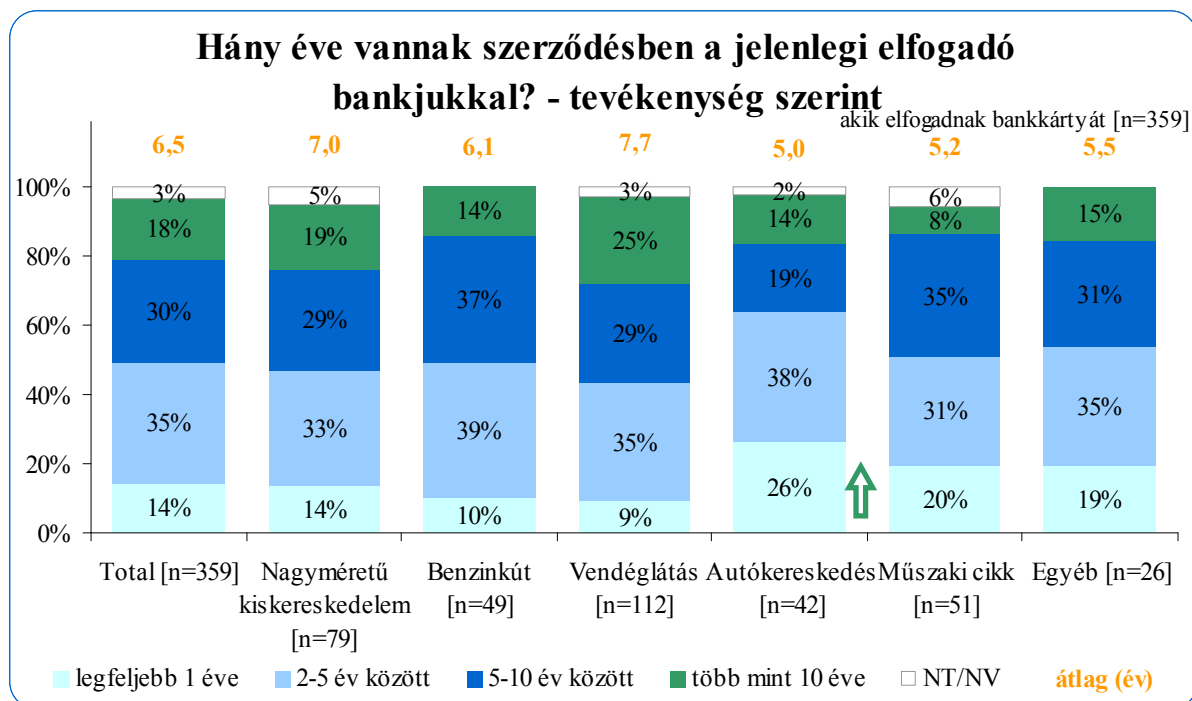
Elsősorban a műszaki kereskedések esetében fordulnak elő viszonylag jelentős hányadban (ERSTE Bank: 20%; Budapest Bank. 12%) egyéb bankok.



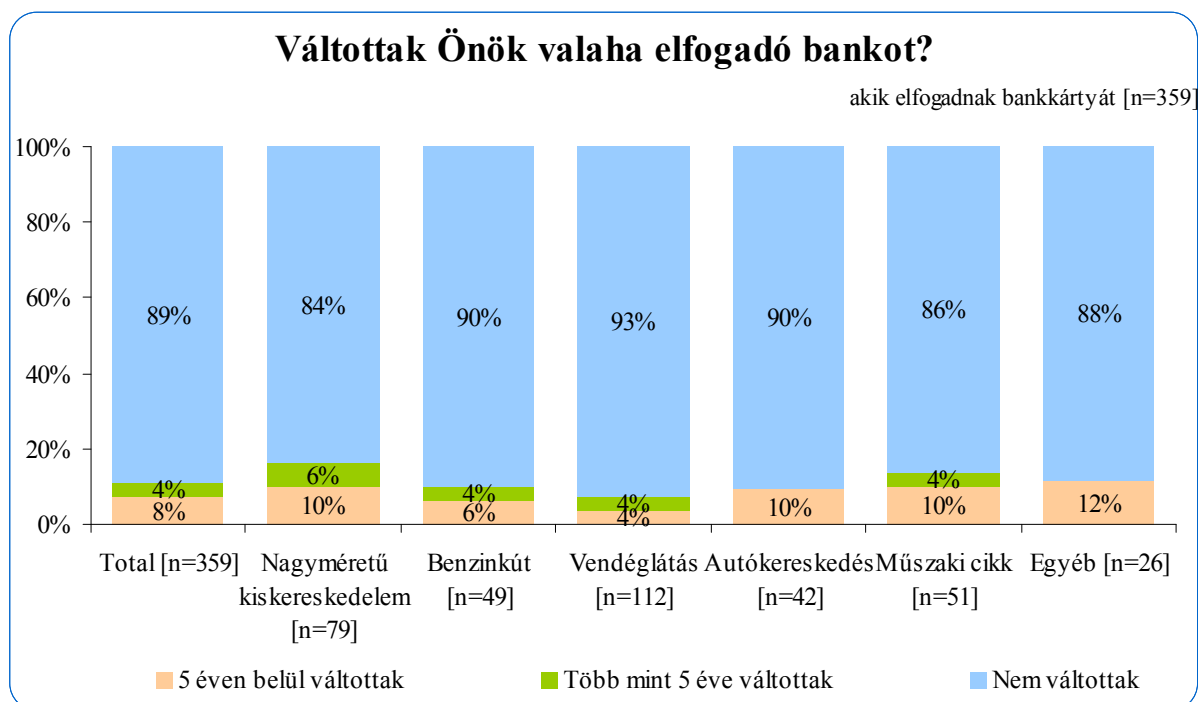
A jelenlegi kártyaelfogadó bankkal kialakult kapcsolatok átlagosan 6,5 évre nyúlnak vissza. A K&H esetében az átlag 7,1 év.



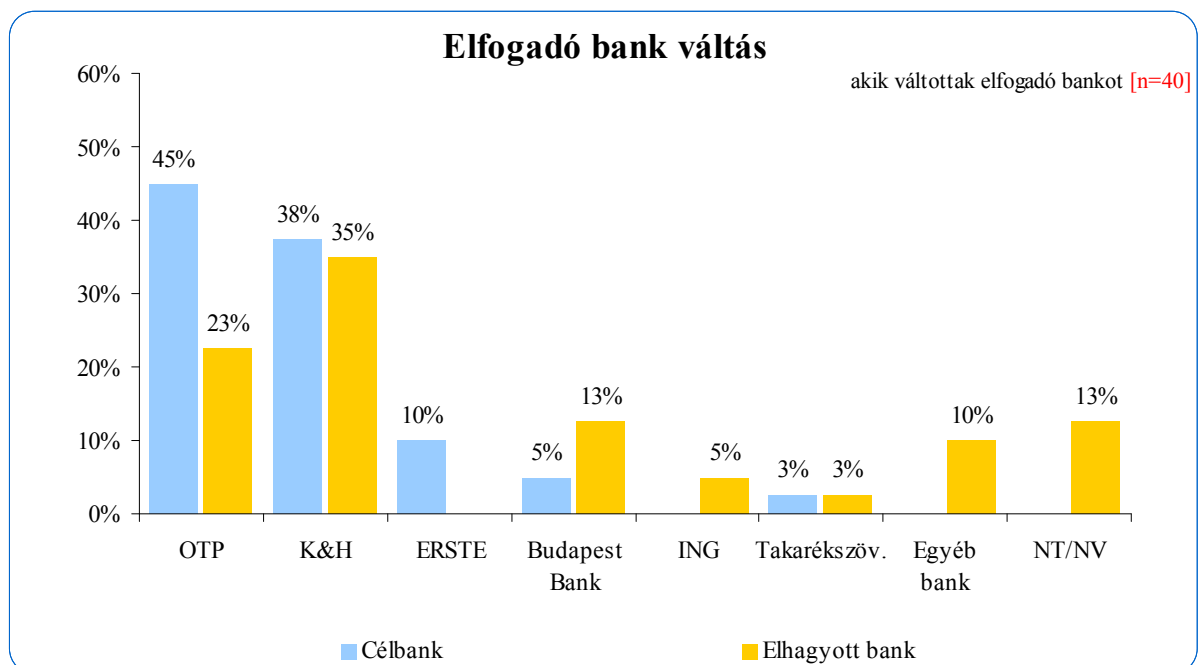
A legrégebbi tapasztalatokkal (7,7 év) a vendéglátó egységek rendelkeznek, a legrövidebb múltra (5,0 év) visszatekintőknek pedig az autókereskedések számítanak.



Az utóbbi években a felmérésbe bekerült kártyaelfogadó cégek csupán 8%-a váltott elfogadó bankot.

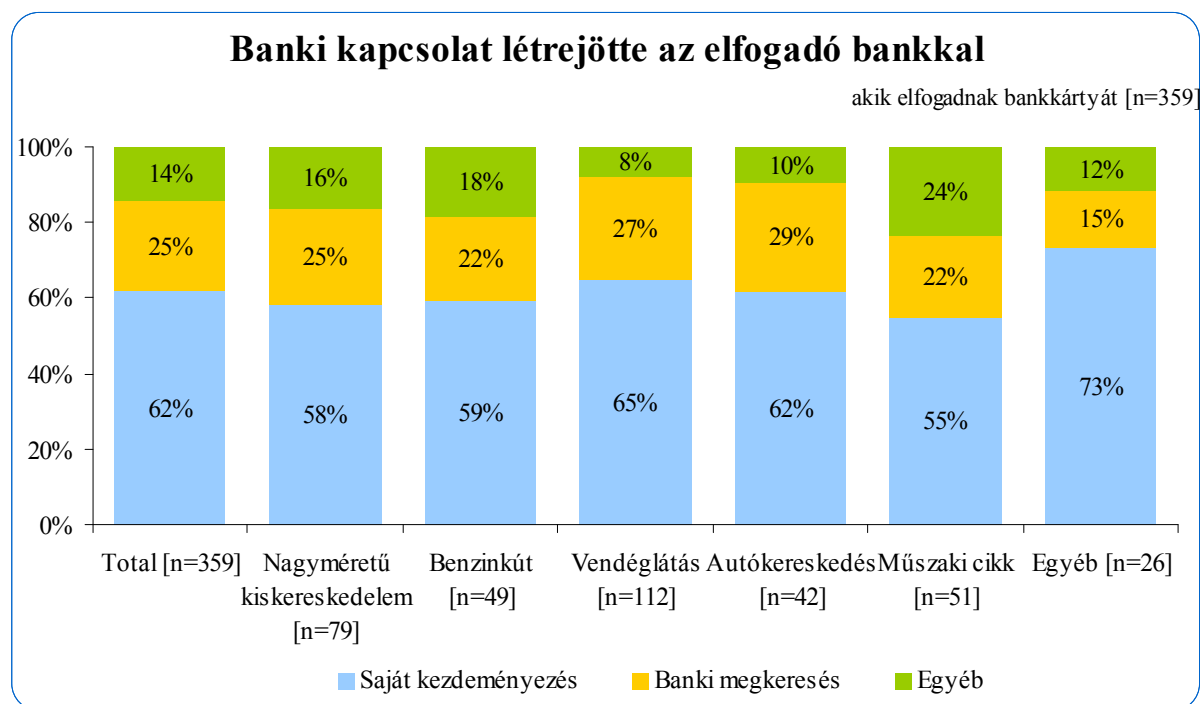


Természetesen a váltás leggyakoribb kiinduló és célpontja az OTP, illetve a K&H. Megfigyelhető ugyanakkor, hogy az előbbi sokkal gyakrabban szerepel célbankként, mint elhagyott bankként.



3.2.1. A banki aktivitás jellemzői a kártyás fizetést alkalmazó cégek körében

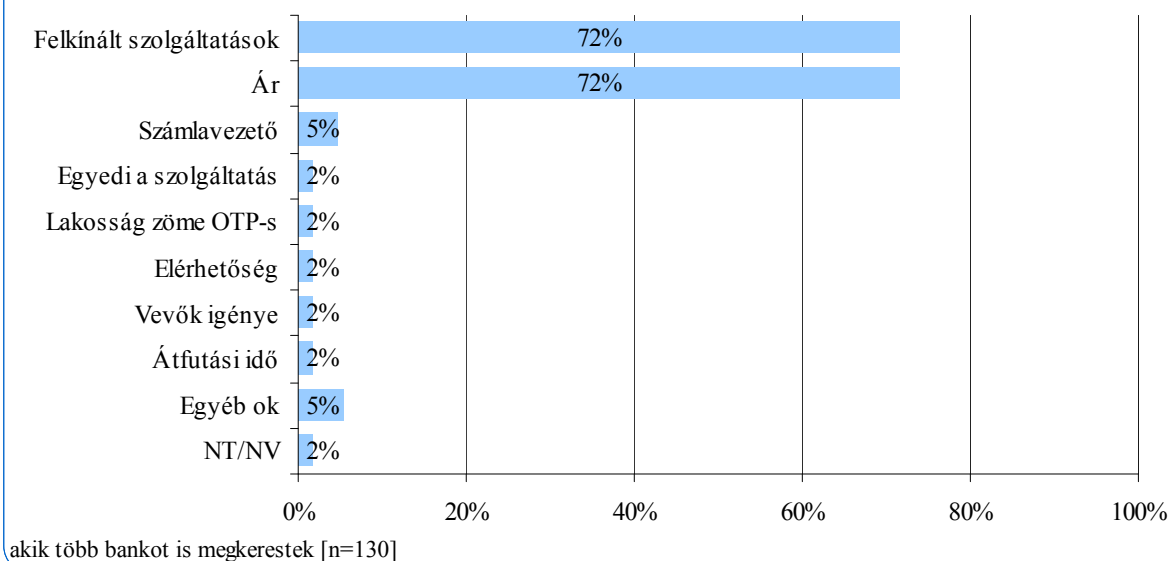
A kereskedelmi cégek közel kétharmada saját kezdeményezésre alakította ki kapcsolatát a kártyaelfogadó bankkal, az esetek negyed részében pedig a bank kereste meg a céget. Az ügynevezett egyéb esetek mögött általában az anyacég által diktált/kínált megoldást (bankot) kellett választani.



A bankok aktivitás szerinti erősrendje nagyjából tükrözi a jelenlegi pozíciókat, azaz a leggyakrabban az OTP és a K&H keresi fel ajánlataival (potenciális) ügyfeleit. Figyelemre méltó ugyanakkor a CIB aktivitása: noha csak 2%-ot képviselnek az elfogadó bankok között, a valamilyen banki ajánlattal találkozó 9%-a megnevezte ezt a pénzintézetet is.

A kártyás fizetést alkalmazó kereskedelmi cégek 36%-ában több elfogadó banki ajánlatot is értékelték mielőtt elkötelezték volna magukat. Az internetes értékesítést is végző cégek az átlagosnál is körültekintőbbek voltak, náluk 47% volt azoknak hányada, akik „megversenyeztették” az ajánlatokat.

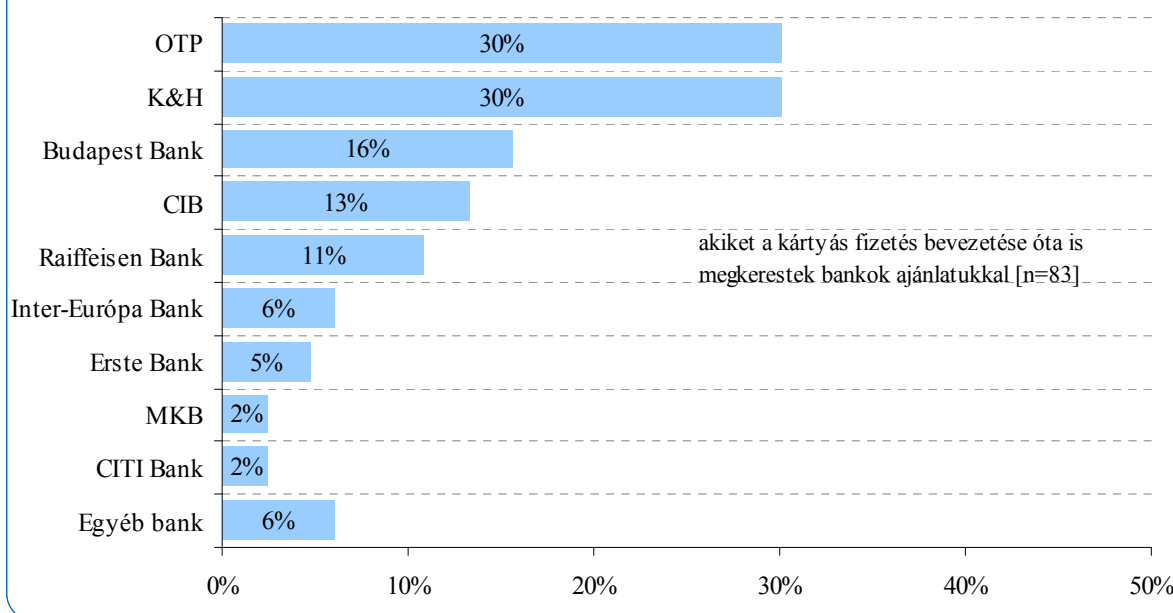
Milyen kritériumok alapján döntöttek az ajánlat elfogadásáról? - ÖSSZEVONT VÁLASZOK



A két kiemelkedően legfontosabb kritérium a felkínált szolgáltatások köre és színvonala, illetve az ár. Viszonylag kis jelentőségűnek tűnik annak a ténynek az előtérbe állítása, hogy a kártyaelfogadást kínáló bank egyúttal a számlavezető is.

Mint a korábbiakban láthattuk a bankkártyás fizetést alkalmazó cégek 25%-a esetében banki kezdeményezésre jött létre a szerződés. Körülbelül hasonló az aránya (23%) azoknak a cégeknek, amelyeket a kártyás fizetés bevezetése óta egy másik bank is megkeresett.

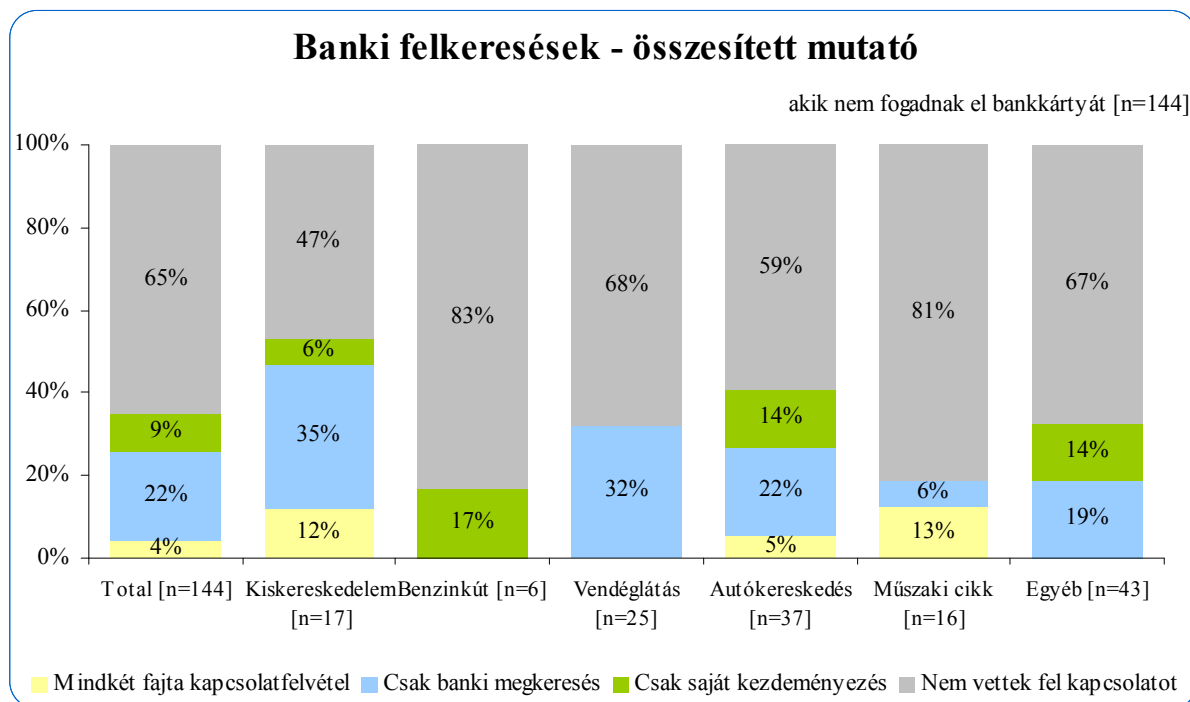
Más bankok is felkeresték?- ÖSSZEVONT VÁLASZOK



Ebben az összefüggésben is az OTP és a K&H a legaktívabb, s ugyanakkor a CIB mellett, a Budapest Bank és a Raiffeisen Bank is előkelő helyen szerepel.

3.2.2. A banki aktivitás jellemzői a kártyás fizetést nem alkalmazó cégek körében

A jelenleg (még) kártyás fizetést nem alkalmazó cégek több mint egyharmada találkozott már banki ajánlattal a bevezetésre vonatkozóan; 26%-ukat megkereste már valamelyik pénzintézet, 13%-uk pedig saját kezdeményezésre lépett kapcsolatba valamely elfogadóval.



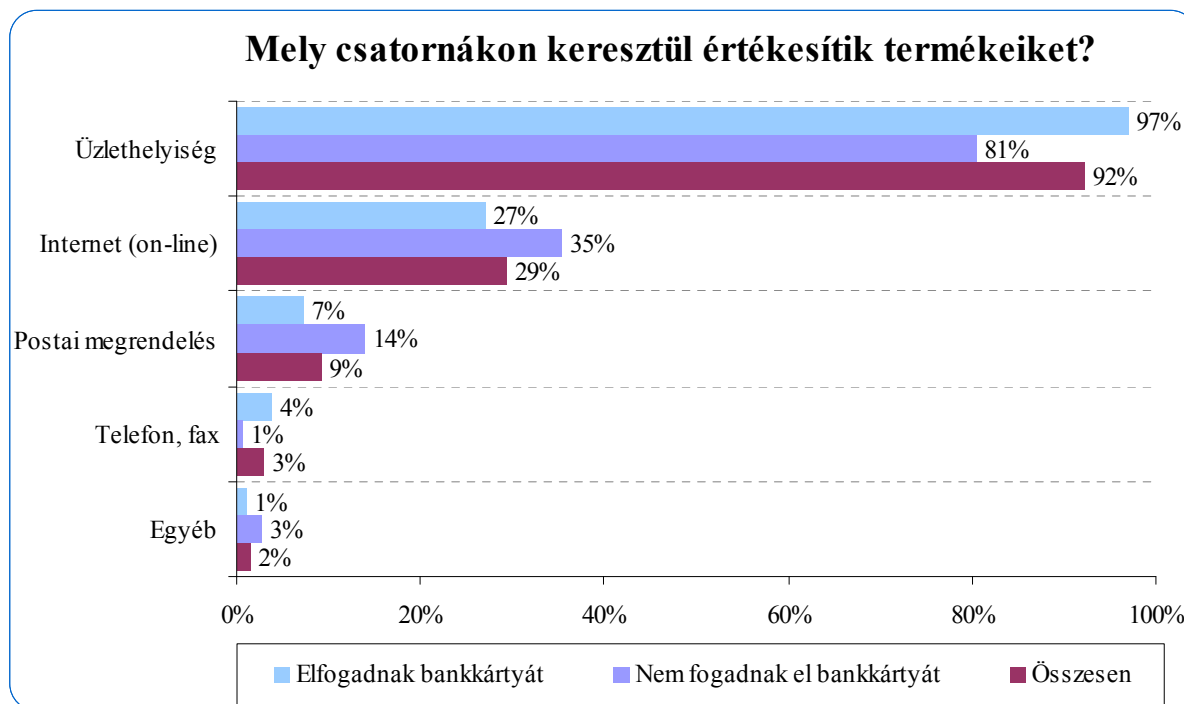
A bankok leginkább

- a nagyméretű kiskereskedelem (47%) és
- a vendéglátás (32%)

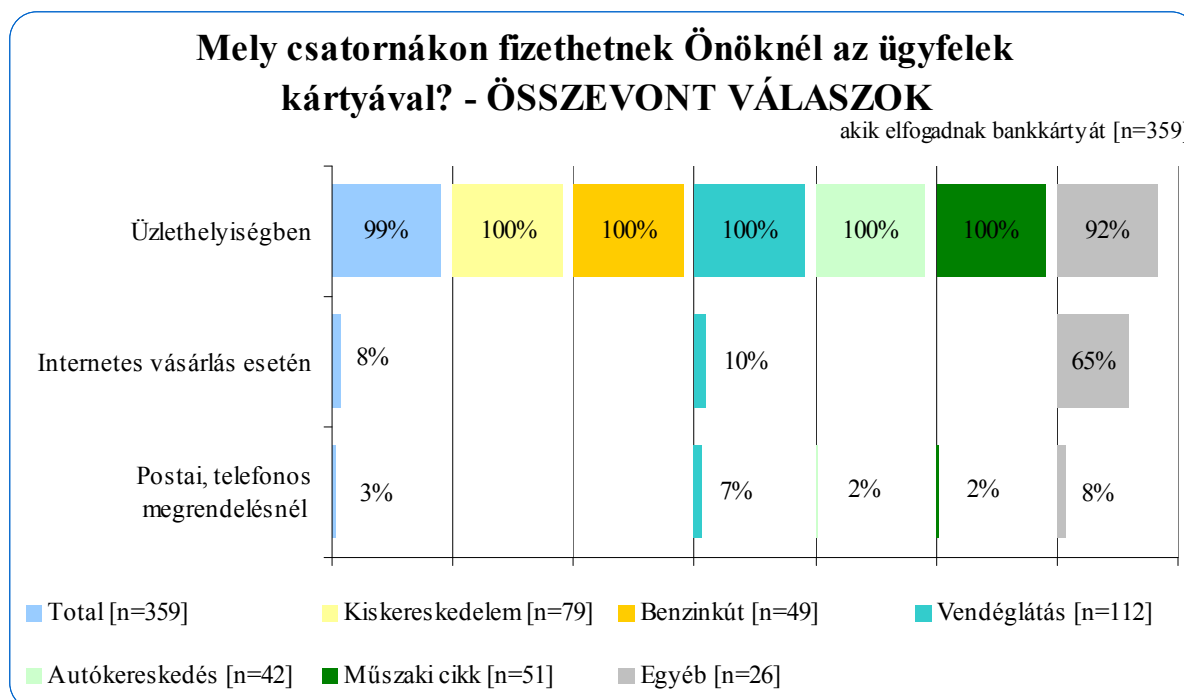
képviselőinek körében mutatnak nagyfokú aktivitást.

3.3. A kártyás fizetéssel igénybe vehető csatornák

A cégek döntő többsége rendelkezik üzlethelyiséggel, ahol termékeiket, szolgáltatásaikat értékesítik. A bankkártyát el nem fogadók esetében ez 81%-os részarányt jelent, azonban esetükben magasabb volt az online módon és/vagy a postai megrendelés útján történő értékesítés előfordulási hányada.

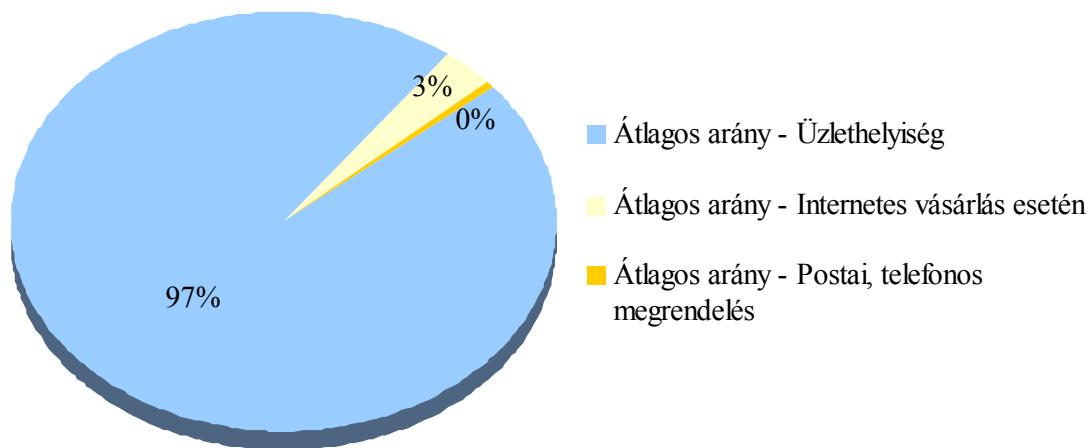


Gyakorlatilag csupán a vendéglátásban és (főleg) az ún. egyéb kategóriában fordul elő említésre méltó részarányban bankkártyával történő internetes, illetve postai/telefonos vásárlás.



Nem véletlen tehát, hogy a mintánkat alkotó cégek össz-kártyaforgalmának 97%-a az üzlethelyiségekben bonyolódik le.

Hogyan oszlik meg az Önök kártyaforgalma az említett csatornák között?

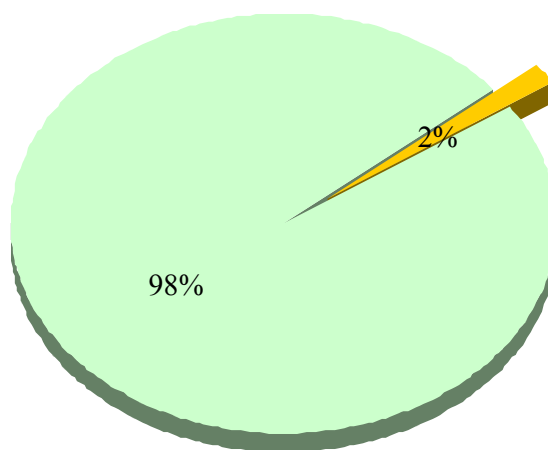


akik elfogadnak bankkártyát [n=359]

Elenyésző (2%) azoknak a cégeknek a részaránya, amelyekben működik „CASH BACK”.

Lehet az Önök üzlethelyiségében készpénzt felvenni?

akik elfogadnak bankkártyát [n=359]

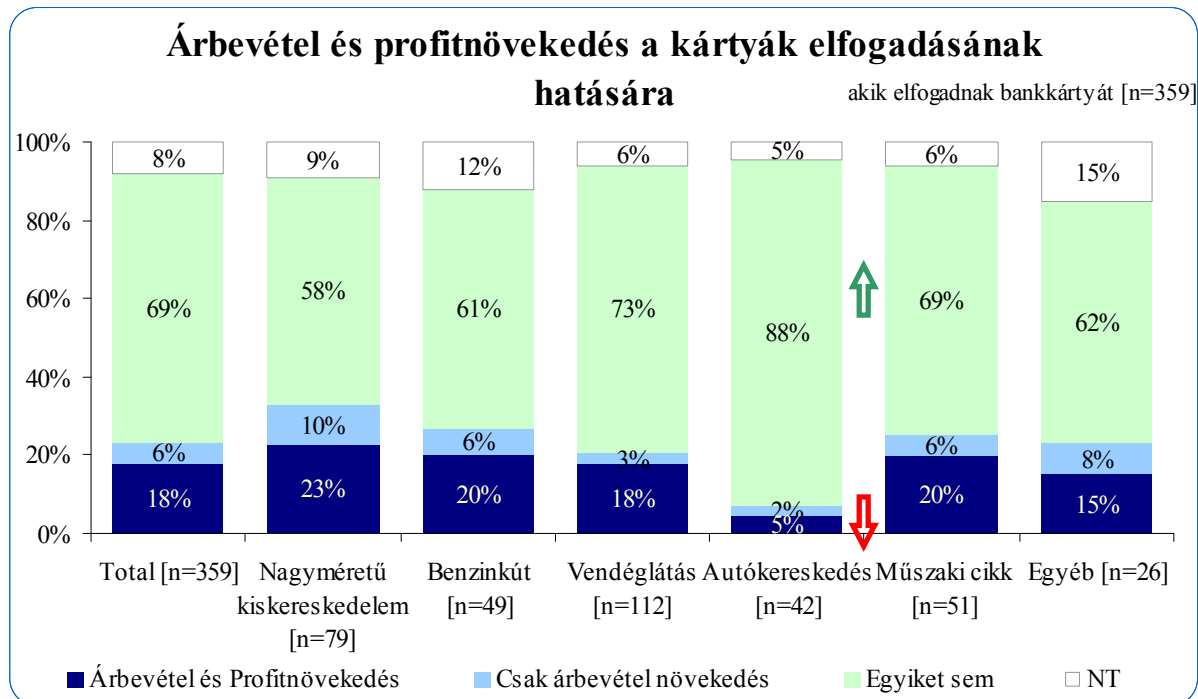


Igen

Nem

3.4. A kártyahasználat forgalomra gyakorolt hatása

A bankkártyás fizetést alkalmazó cégek közel egynegyede érzékelt árbevétel- és/vagy profitnövekedést, mióta bevezette ezt a készpénzkímélő eszközt. A legmagasabb részarányt a nagyméretű kiskereskedelemben, a legalacsonyabbat pedig az autókereskedések körében tapasztaltuk.

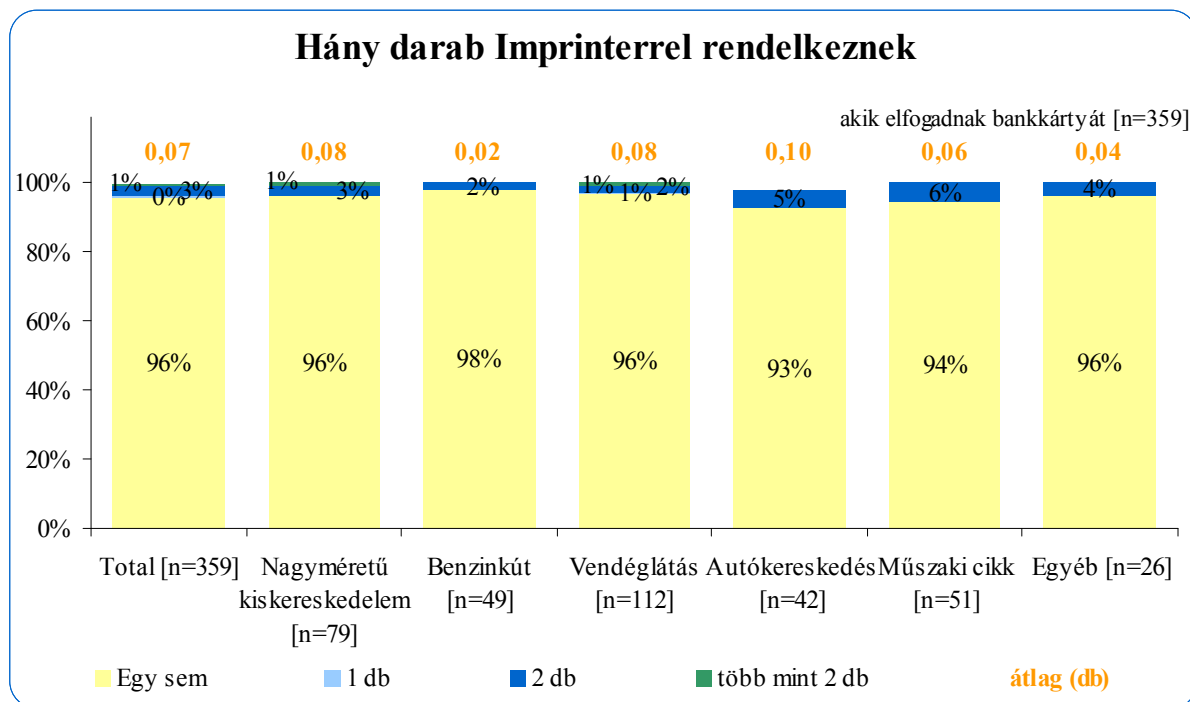


3.5. A használt leolvasó készülékek

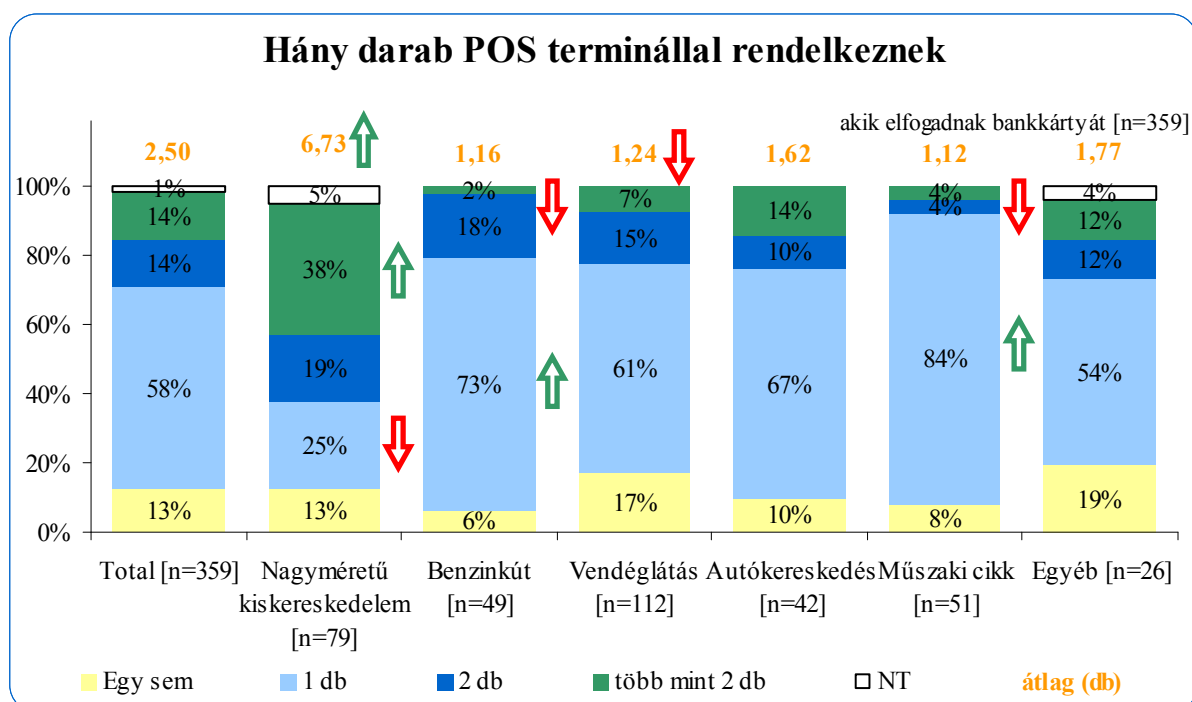
A kártyaelfogadó cégek közül

- imprinterrel 4%,
- POS terminállal 87%,
- hordozható POS terminállal pedig 14%

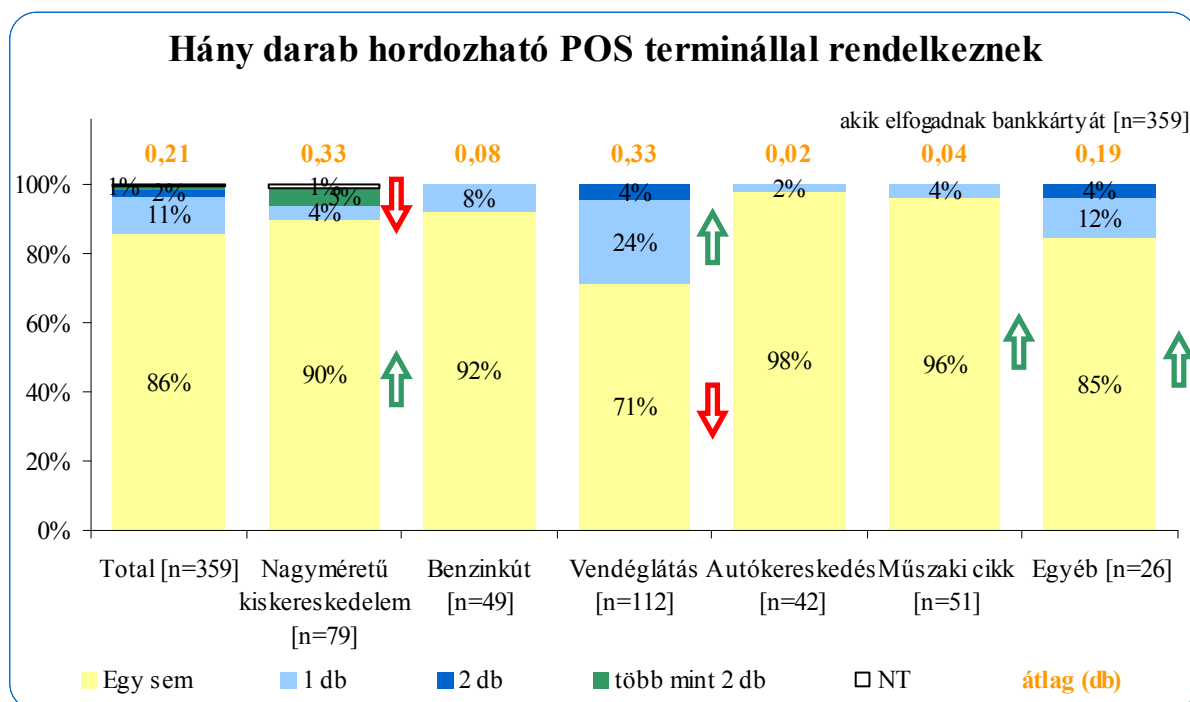
rendelkezik.



Messze a nagyméretű kiskereskedelmi cégek rendelkeznek a legtöbb POS terminállal.



A nagyméretű kiskereskedelmi cégeken kívül a vendéglátásban tekinthetők viszonylag elterjedteknek a hordozható POS terminálok.



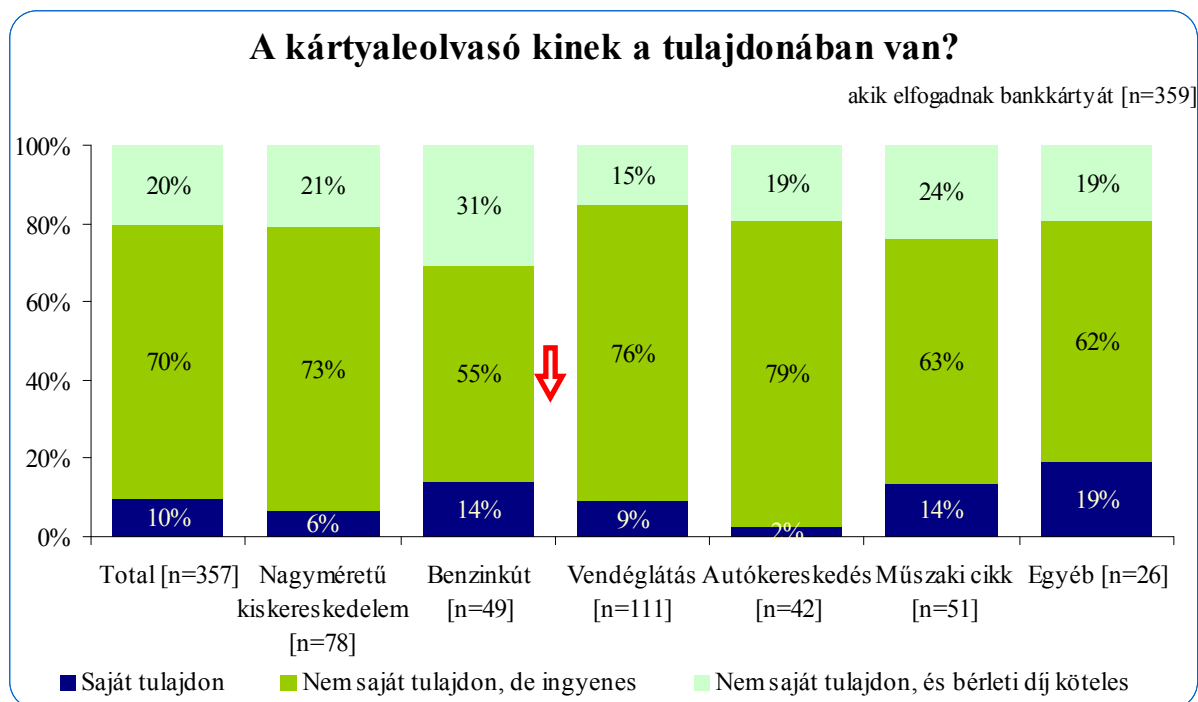
A leggyakrabban említett költségfajták az alábbiak:

- Imprinter
 - bérlemény, bérleti díj (33%)
 - jutalék (27%)
 - kezelési költség (7%)
- POS terminál
 - jutalék (25%)
 - bérlemény, bérleti díj (12%)
 - telefonköltség (11%)
 - papír (6%)

Mindössze a bankkártyát használó cégek 16%-ában tudtak összeget megnevezni egy készülék havi költségét illetően. A válaszok zöme 1-3 ezer forint közötti összeget jelölt meg.

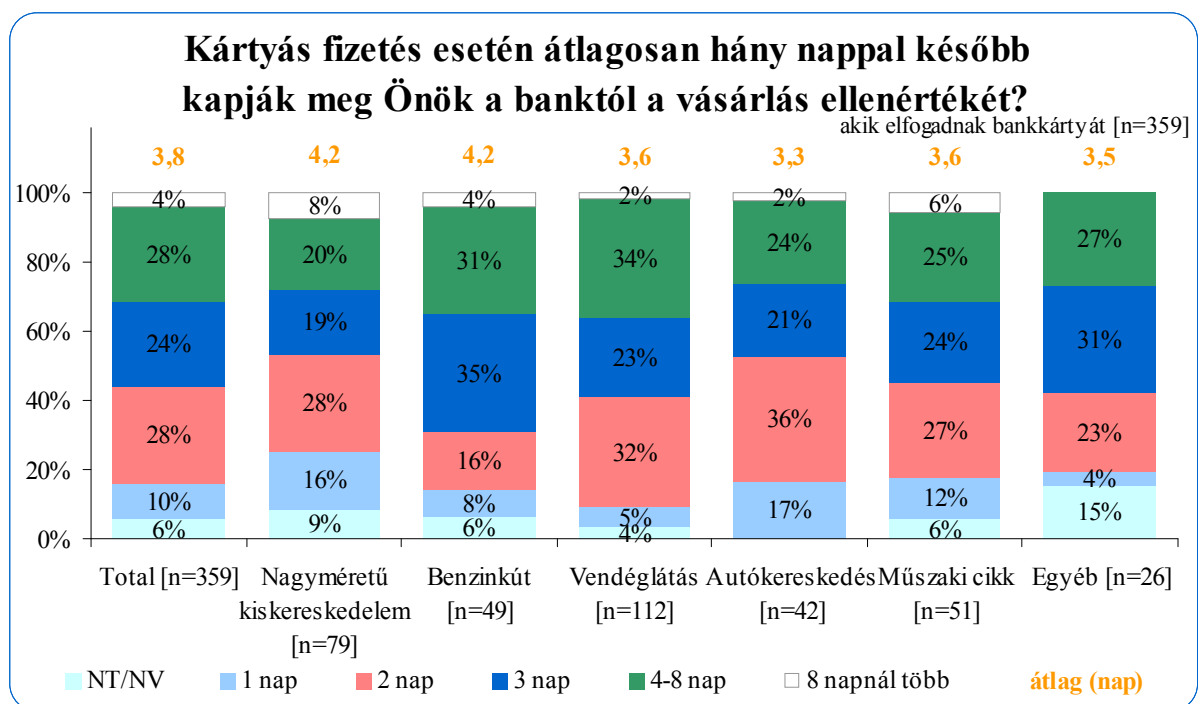
Noha csak minden tizedik bankkártyát használó cég rendelkezik saját tulajdonú kártyaleolvasóval, mindössze 20% azoknak az egységeknek a részaránya, ahol bérleti díjat is kell fizetni. Viszonylagosan a benzinkutaknál a leggyakoribb a bérleti díj fizetési kötelezettség.

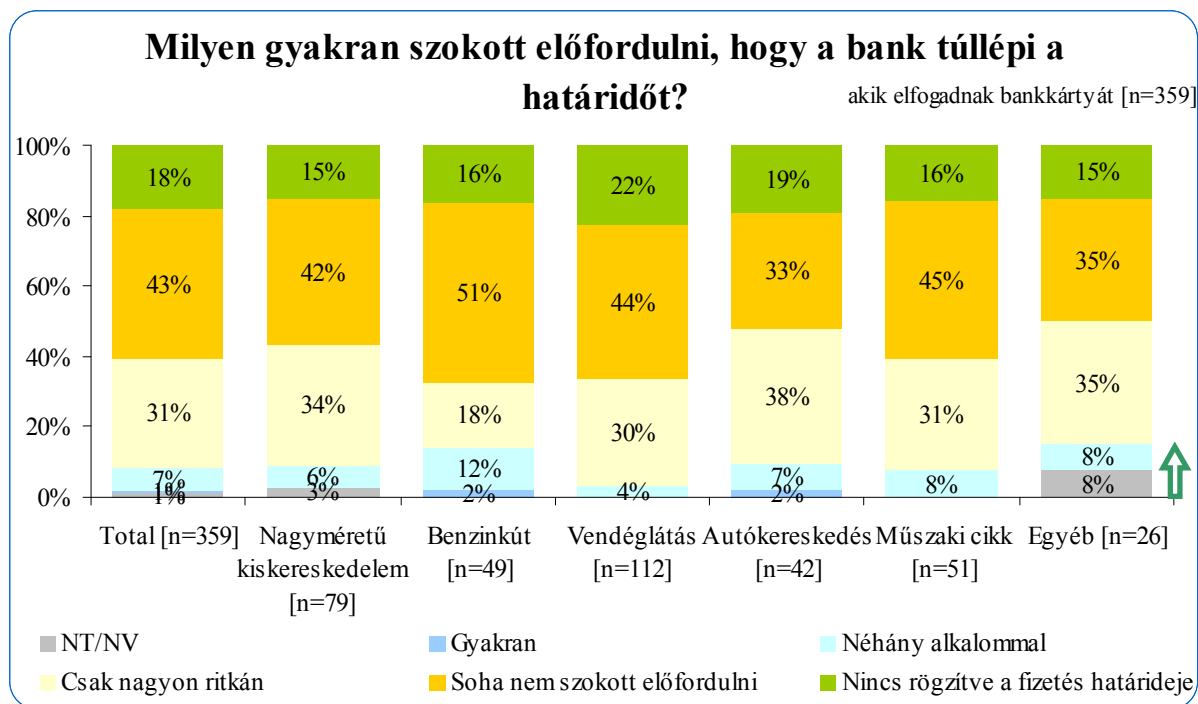
A legtöbb helyen (70%-ban) nem saját tulajdonú ugyan a kártyaleolvasó, de ingyenes a használata.



3.6. A banki tranzakció hossza

A banki tranzakció átlagos hossza valamivel kevesebb, mint négy nap. A leggyorsabb pénzhez jutási lehetőségről az autókereskedők számoltak be, míg a nagyméretű kiskereskedelem és a benzinkutak képviselői az átlagnál hosszabb átfutási időről adtak számot.

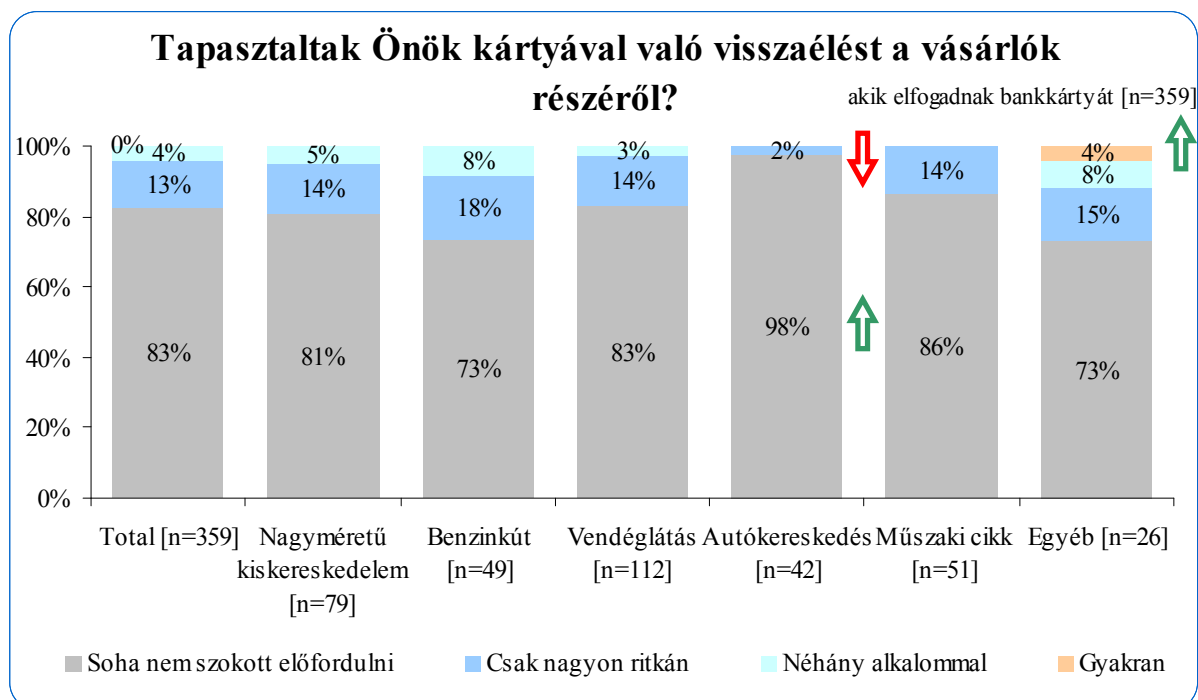




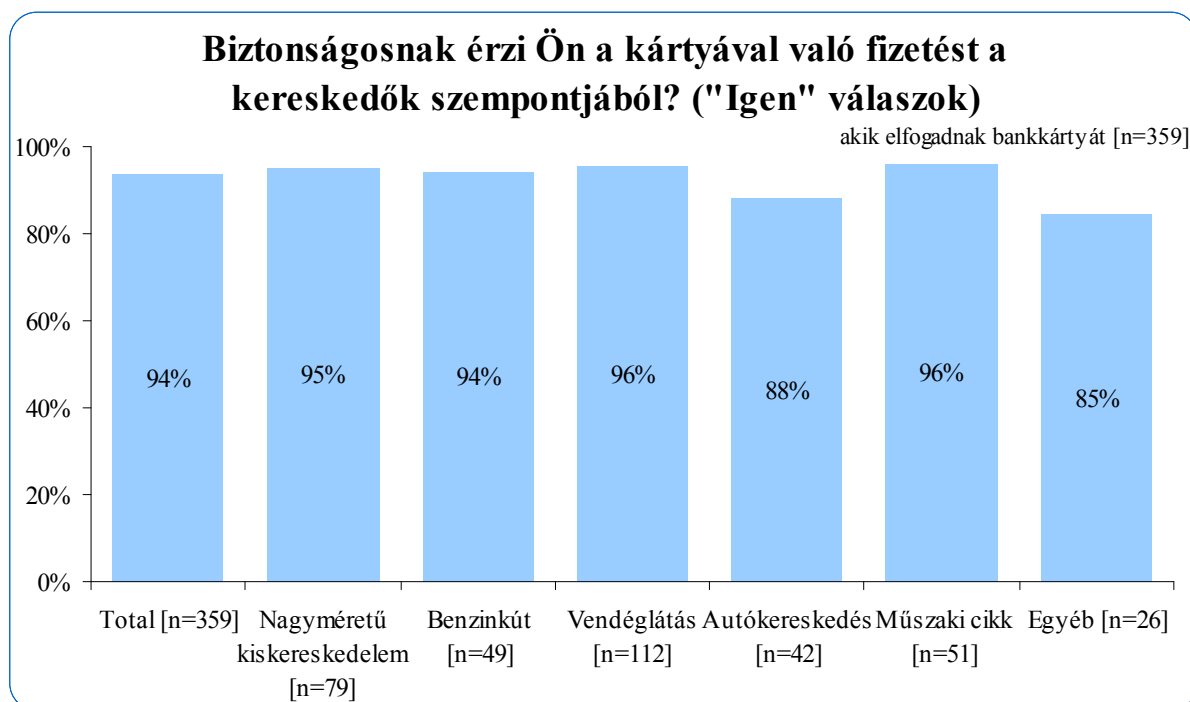
Amellett, hogy a cégek 18%-a nem rögzíti a fizetési határidőt a bankjával, alig-alig fordul elő késés a kártyával történő vásárlás értékének megtérítésében.

3.7. A bankkártya használattal kapcsolatos kockázatviselés

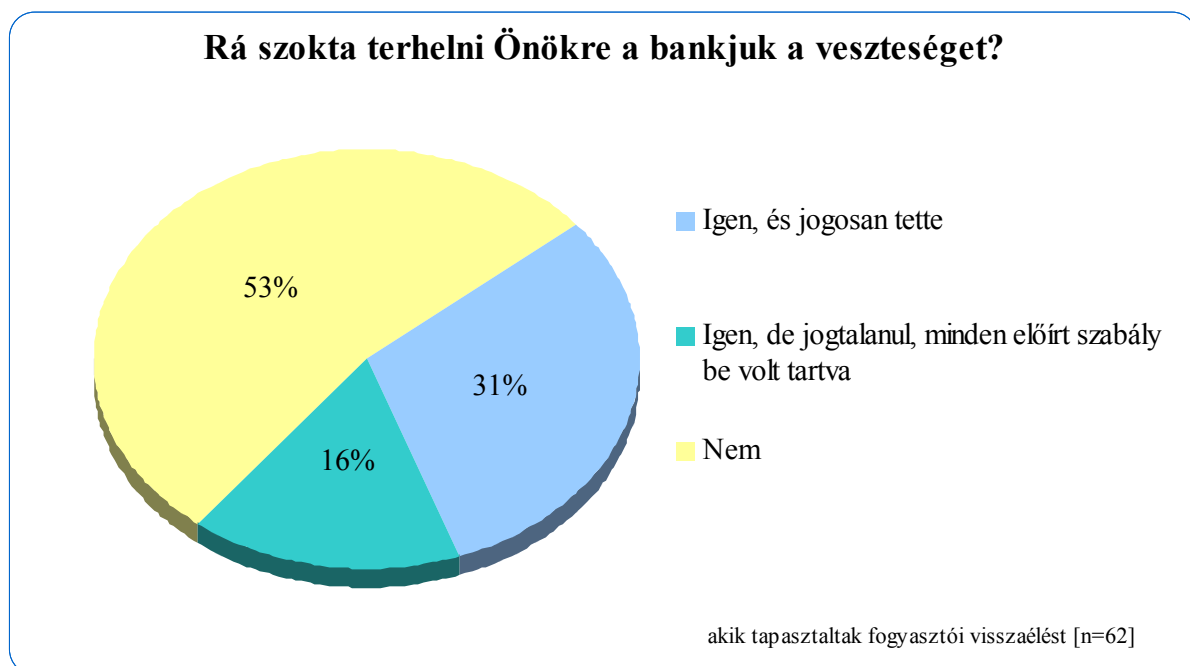
A bankkártyát használó cégek döntő hányadában (83%) még sohasem tapasztaltak kártyával történő visszaélést a vásárlók részéről.



Ennek megfelelően a válaszadók 94%-a egyértelműen biztosnak érzi a kártyás fizetést kereskedői szempontból.



Mint a fentiekből kiderült a kártyát használó cégek 17%-ban fordult elő már kártyával való visszaélés. A felmérésből az derült ki, hogy az esetek felében a bank magára vállalja a veszteséget és csak 16%-os az előfordulási gyakorisága annak, amikor a bank jogtalanul a kereskedőre terheli a kártyával való visszaélés veszteségét.



4. A kártyás fizetés kereskedői költségei

A kutatás – s természetesen a kérdőív – kártyatípusonként vizsgálta a kereskedőket terhelő költségeket.

4.1. A jutalékok fajtái és mértéke

Noha, a kérdőívben a tranzakciónkénti díj mellett a fix éves díjra vonatkozó kérdés is szerepelt, a felmérés eredményei, valamint banki források arra utalnak, hogy ez a költségforma ma már nem igen létezik a gyakorlatban.

Az alábbi táblázat kártyatípusonként mutatja be a tranzakciókat terhelő jutalék mediánjait. A mediánt a szélsőséges értékek kiszűrése végett alkalmaztuk. Mivel az internetes vásárlások jutalékát illetően nagyon kevés válasz hangzott el, a megfelelő oszlopokban – halványzürke színnel – szereplő értékek nem tekinthetők releváns információnak. Ugyancsak óvakodni kell messzemenő következtetések levonásától a DINERS, a CITI, a JCB, valamint Saját logós kártyák esetében.

Kártyatípusok	ON-US üzlethelyiség		ON-US internet		NEM ON-US üzlethelyiség		NEM ON-US internet	
	n=	átlag	n=	átlag	n=	átlag	n=	átlag
EC/MC	199	2,1%	7	1,7%	181	2,2%	10	2,1%
VISA	193	2,1%	7	1,9%	173	2,2%	8	2,1%
AMEX	94	2,4%	6	2,7%	68	2,5%	7	2,7%
DINERS	35	2,5%	3	3,0%	24	2,9%	3	3,3%
CITI	31	2,2%			22	2,3%	1	1,9%
JCB	40	2,4%	3	2,4%	30	2,6%	4	2,5%
Saját logós	16	2,4%			10	2,4%	1	1,9%

A válaszadók csupán a DINERS esetében érzékelnek szignifikánsan magasabb díjszázalékokat „NEM ON-US” viszonylatban, mint „ON-US” konstrukcióban. A kutatási eredmények erőteljesen sugallják, hogy a Master Card és a VISA kártyák egyik fő vonzereje a hozzájuk kapcsolódó jutalékok viszonylag alacsony szintje.

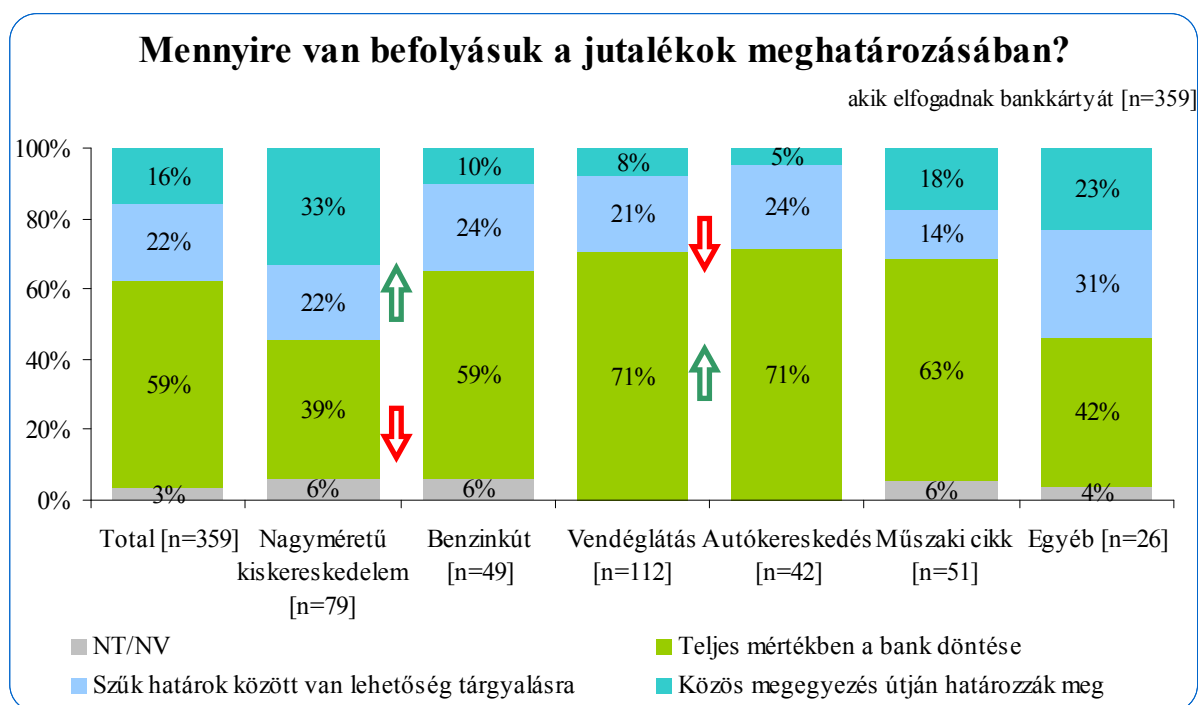
Megnevezés	ON-US üzlethelyiség						NEM ON-US üzlethelyiség						
	MINDEN MASTERCARD		MINDEN VISA		MINDEN AMEX		MINDEN MASTERCARD		MINDEN VISA		MINDEN AMEX		
	n=	átlag	n=	átlag	n=	átlag	n=	átlag	n=	átlag	n=	átlag	
Tevékenységi	Nagyméretű kiskereskedelem	46	1,9%	45	2,0%	15	2,1%	44	2,1%	43	2,1%	13	2,3%
	Benzinkút	16	2,0%	15	2,0%	9	1,7%	18	2,0%	16	1,9%	7	1,5%
	Vendéglátás	71	2,3%	68	2,3%	48	2,6%	58	2,3%	54	2,4%	32	2,8%
	Autókereskedés	26	2,0%	26	2,0%	5	2,1%	28	2,2%	27	2,2%	3	2,2%
	Műszaki cikk	29	2,1%	28	2,1%	9	2,6%	25	2,2%	24	2,2%	7	2,6%
	Egyéb	11	2,1%	11	2,1%	8	2,6%	8	2,4%	9	2,3%	6	2,5%
Árbevétel	50 millió Ft alatt	30	2,4%	30	2,4%	13	2,6%	17	2,6%	14	2,5%	6	2,6%
	51 - 100 millió Ft	26	2,1%	23	2,1%	13	2,4%	27	2,3%	24	2,4%	8	2,5%
	101 - 300 millió Ft	19	2,2%	19	2,2%	10	2,6%	24	2,4%	24	2,3%	12	2,7%
	301 - 500 millió Ft	25	2,1%	25	2,1%	15	2,5%	27	2,2%	27	2,2%	10	2,4%
	501 millió - 1 Mrd Ft	36	2,0%	37	2,0%	16	2,4%	37	2,1%	37	2,1%	12	2,6%
1 Mrd Ft felett	45	1,8%	42	1,9%	15	2,0%	41	2,0%	39	2,0%	14	2,2%	
Típus	Lánc	30	2,0%	28	2,1%	10	2,1%	24	2,1%	23	2,2%	10	2,1%
	Önálló	169	2,1%	165	2,1%	84	2,4%	157	2,2%	150	2,2%	58	2,5%
ÖSSZESEN	199	2,1%	193	2,1%	94	2,4%	181	2,2%	173	2,2%	68	2,5%	

Az egyes kártyákhoz kapcsolódó tranzakciós jutalékok tevékenységi körök szerinti bontásban történő szemügyre vétele azt sugallja, hogy a vendéglátásban tevékenykedő cégek alkuereje kisebb, mint a többi szegmenshez tartozóké. Ugyanez a megállapítás érvényes a legkisebb árbevételű cégekre is.¹

A másik véletlet az 1 milliárd forintnál magasabb éves árbevételt elérő és/vagy láncként működő kereskedelmi cégek képviselik. Ezek a vállalkozások nyilvánvalóan csak százalékban fizetnek kevesebb jutalékot. A nagy forgalmuk révén volumenben jóval magasabb bevételt jelentenek az elfogadó bankoknak, mint a kisforgalmú és magasabb hányadú jutalékot fizető vállalkozások.

4.2. A jutalékok meghatározásának módja

A felmérés egyik fő feladata annak feltárása volt, hogy milyen tárgyalási pozícióval rendelkeznek a kereskedelmi cégek a bankkártya használat jutalékának kialakításában.

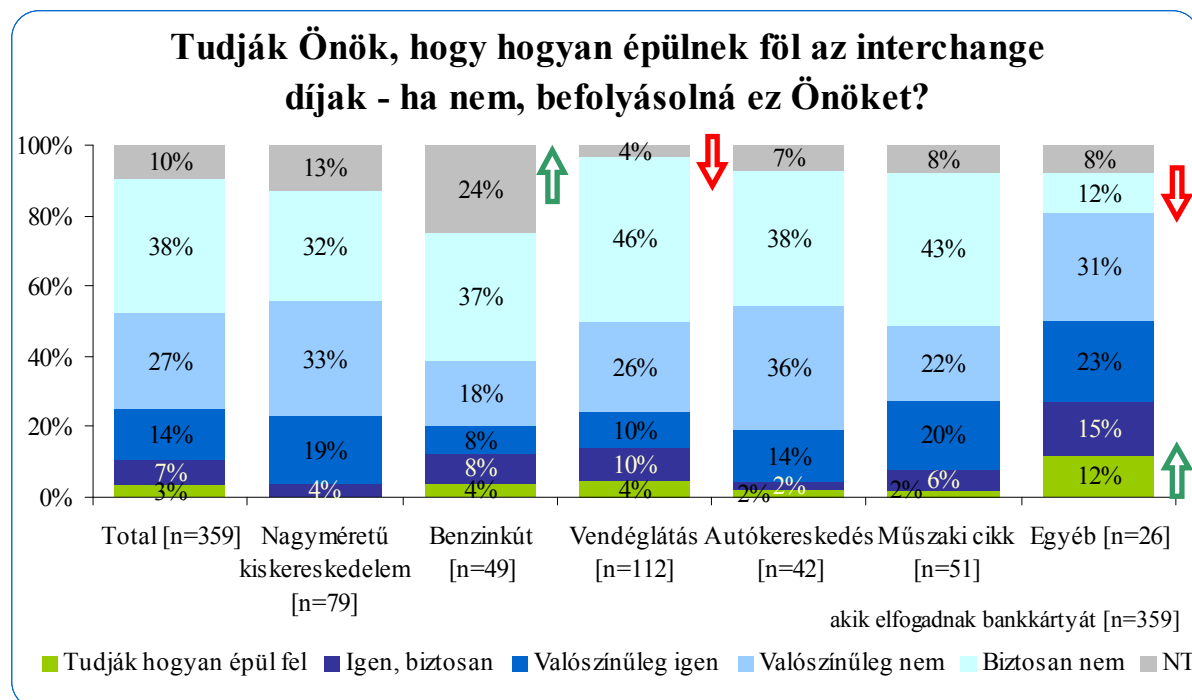


Egyértelműen a nagyméretű kiskereskedelem képviselőinek van a leginkább beleszólása a jutalékok kialakításába. A leggyengébb tárgyalási pozícióval a vendéglátók, valamint az autókereskedő cégek rendelkeznek.

¹ A két megállapítás közötti összefüggés nyilvánvaló, hiszen a vendéglátó cégek 30%-a tartozik az 50 millió forintnál kevesebb éves árbevételt produkáló vállalkozások körébe, míg a bankkártyát elfogadó adatszolgáltatók körében csak 15%-os ez a részarány.

4.3. Az interchange-díj részaránya

A felmérés eredményei egyértelműen bebizonyították, hogy a kereskedelmi cégek képviselői számára gyakorlatilag teljesen ismeretlen a kártyás fizetést terhelő jutalékok felépítése.



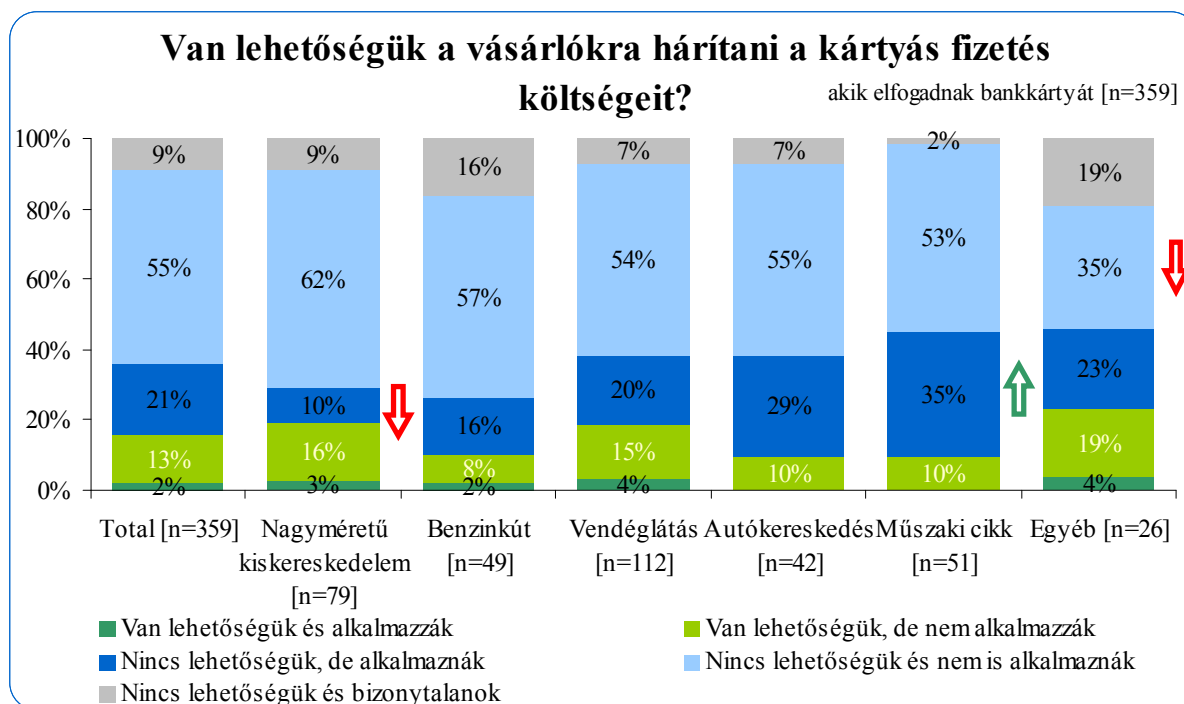
Mintánkban mintegy 21%-ra tehető azoknak a részaránya, akiket biztosan vagy valószínűleg befolyásolna az, ha ismernék a különböző költségelemeket. Ilyen jellegű nyilatkozatokat

- a műszaki cikk kereskedelem (26%), valamint
- a nagyméretű kiskereskedelem (23%)

képviselő tettek a legnagyobb hányadban.

5. A jutalékok átháríthatóságának jellemzői

A mintában 15% azoknak a részaránya, akiknek van lehetőségük a vásárlókra hárítani a kártyás fizetés költségeit. Igaz, közöttük mindössze egy 2%-nyi hányad az, amelyik él is ezzel a lehetőséggel.



A teljes mintában 21% azoknak a részaránya, akiknek nincs ugyan lehetőségük a költségek áthárítására, de ha lenne, akkor élnének vele. Különösen

- a műszaki cikk kereskedelemben (35%), valamint
- az autókereskedelemben (29%)

vélekedtek így viszonylag jelentős hányadban.

Azok aránya, akik alkalmazzák vagy – ha lehetőségük lenne rá – alkalmaznák, cégtípusonként a következő:

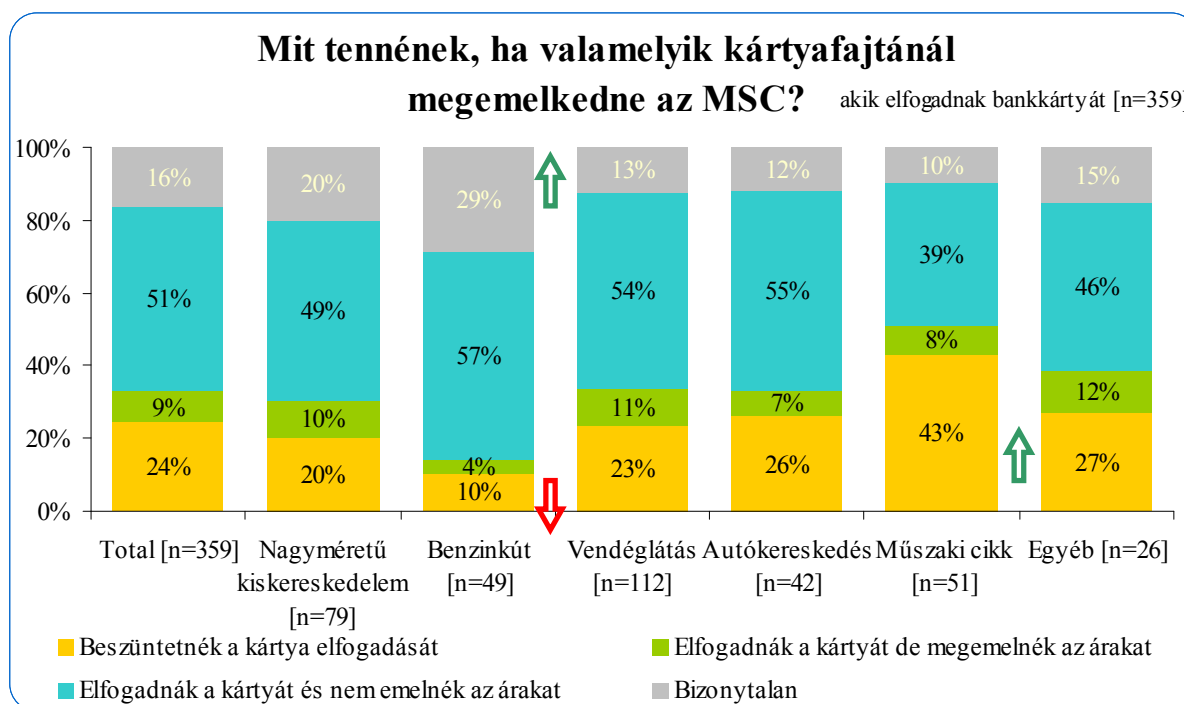
Műszaki cikk kereskedelem	35%
Autókereskedelem	29%
Egyéb kereskedelem	27%
Vendéglátás	24%
Benzinkutak	18%
Nagyméretű kiskereskedelem	13%
Együtt	23%

Azok, akik semmiképpen nem hárítanák át a kártyás fizetés költségeit a vásárlókra (68% az arányuk a teljes mintában) az alábbi indokokat említették (zárójelben az említési gyakoriság)

- a piacvesztés veszélye (48%),
- a költségek alacsony szintje (23%),
- üzletpolitika (13%).

Ehhez a témakörhöz szorosan kapcsolódnak kutatásunk azon eredményei is, amelyek arra adnak választ, hogy milyen reakciókat váltana ki a kereskedelmi cégeknél a jutalék (MSC) megemelkedése.

A felmérés szerint a kereskedelmi cégek egynegyede egyértelmű költségérzékenységet mutat az elfogadott bankkártyák kapcsán. A legnagyobb mértékben (43%) a műszaki cikk kereskedelemben tükröződött ez az álláspont, míg a benzinkutak csupán 10%-a mondana le annak a kártyának a használatáról, amelyiknek megemelkedne a jutaléka.



Viszonylag szűknek (9%) tekinthető a kereskedelmi cégeknek az a szegmense, amelyik áremeléssel reagálna valamely kártyafajta jutalékának megemelésére.

A legnagyobb hányadot azok a cégek képviselik, amelyeknél „lenyelnék” a jutalékok emelkedéséből származó többletköltségeket. Erre elsősorban

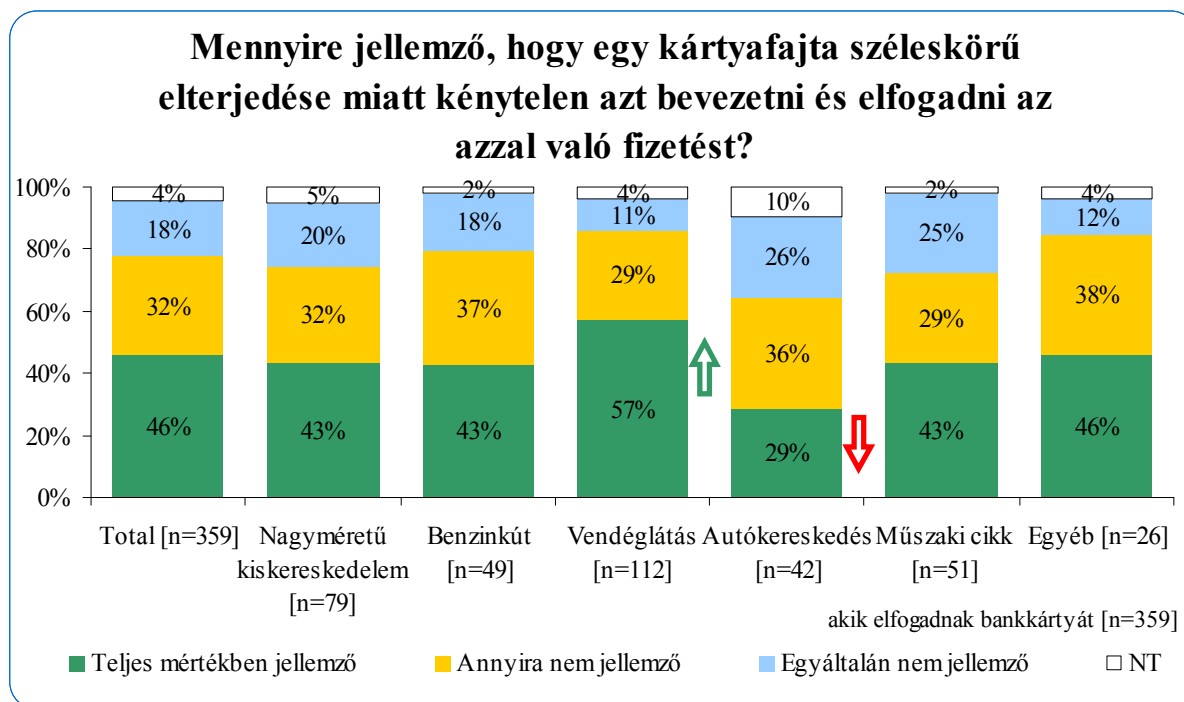
- a benzinkutaknál (57%),
- az autókereskedéseknél (55%) és
- a vendéglátó cégeknél (54%)

lennének hajlandóak.

6. A kártyahasználat befolyásolása kereskedői oldalról

A mintába került kereskedelmi cégek több mint felére kisebb-nagyobb fokú szuverenitás jellemző az egyes kártyafajták alkalmazását illetően.

A leginkább a vendéglátó, illetve más oldalról nézve az internetes értékesítést is végző cégek (57-57%) vetik magukat alá a kártyafronton érvényesülő trendeknek. A másik oldalon az autókereskedéseket kell kiemelni: itt csupán 29% azon válaszadók részaránya, akik nem merik elutasítani a széles körben elterjedő kártyák alkalmazását.



Összességében elenyészőnek (6%) mondható azon kereskedelmi cégek részaránya, ahol erőteljesen ösztönzik a készpénzfizetést a kártyahasználattal szemben. Ez elsősorban

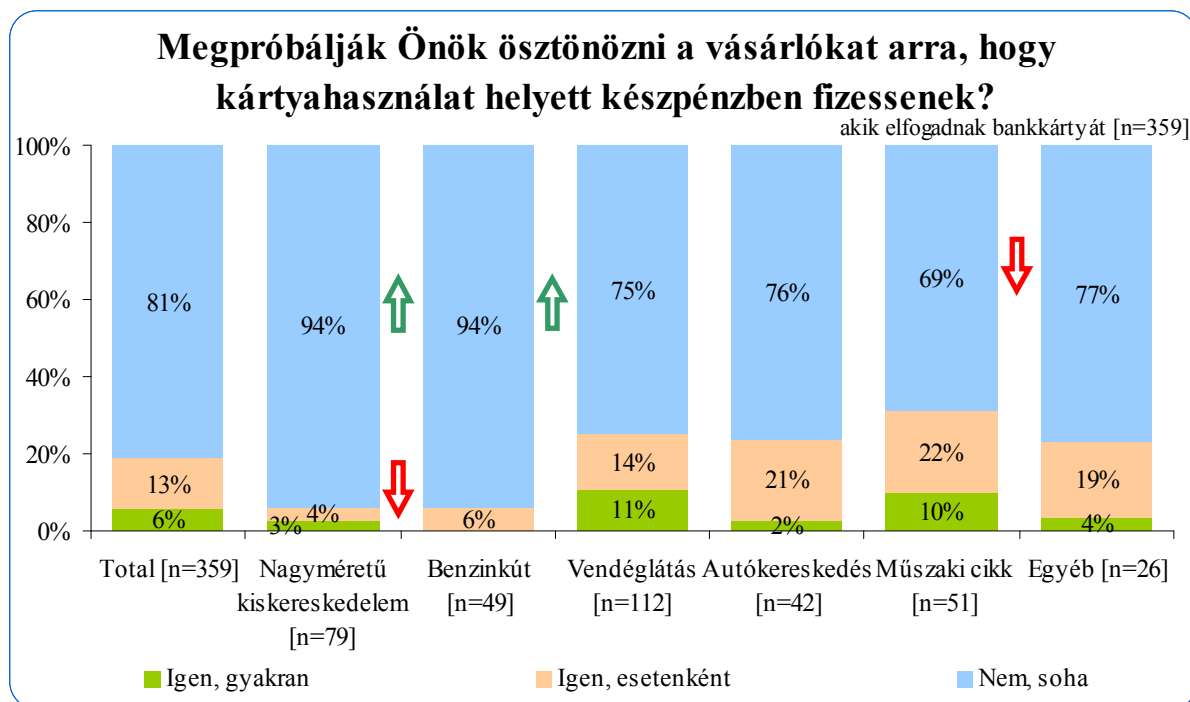
- a vendéglátó cégekre (11%), valamint
- a műszaki cikk kereskedelemre (10%)

jellemző.

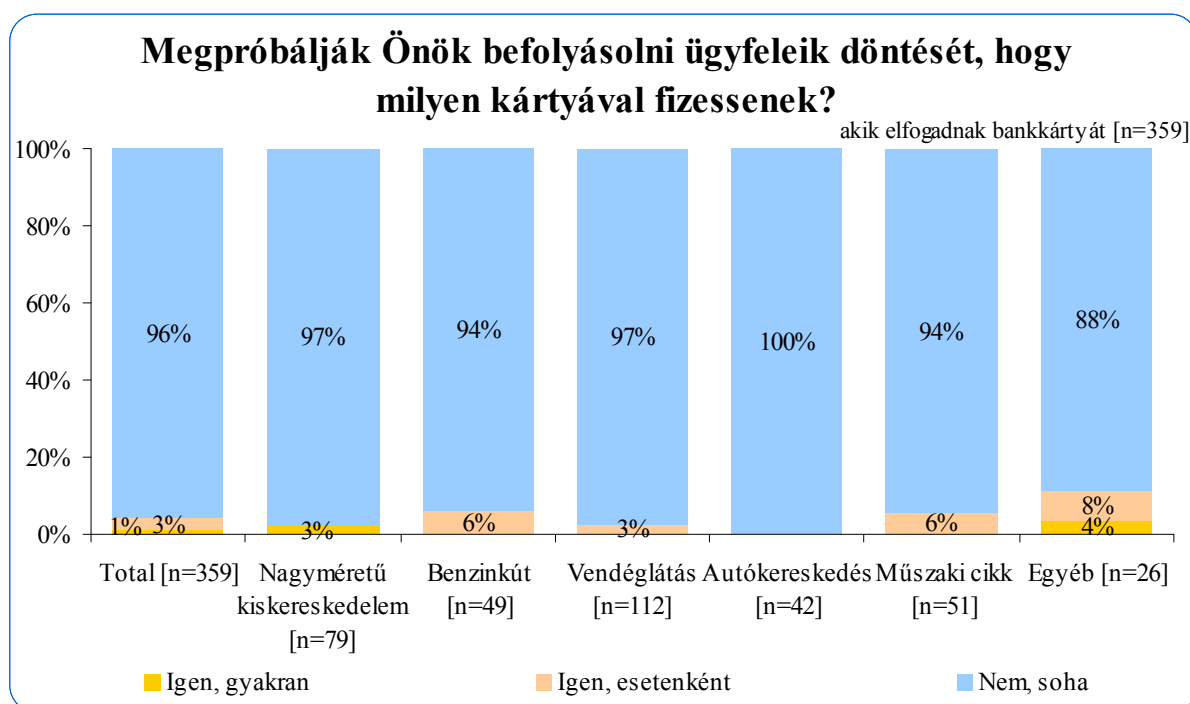
Ugyanakkor

- a nagyméretű kiskereskedelemben, valamint
- a benzinkutaknál

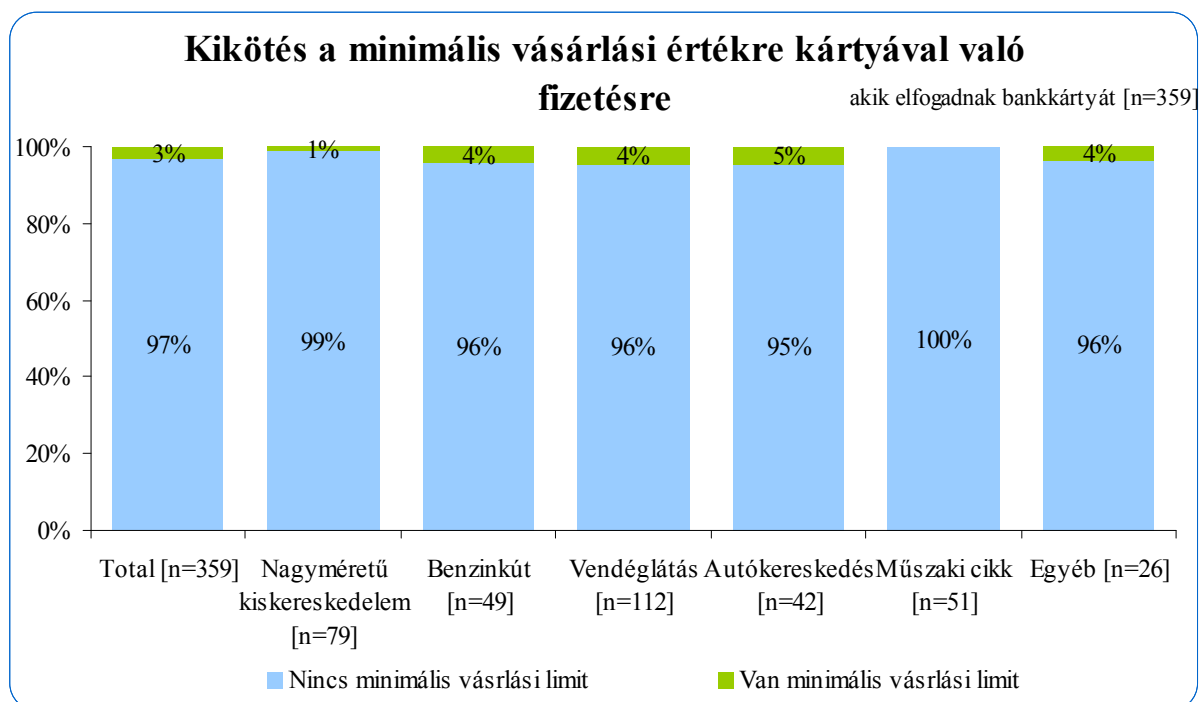
csak elvétve fordul elő, hogy a készpénzfizetést preferálnák a kártyahasználattal szemben.



Szinte alig-alig van példa arra, hogy egy kereskedelmi cégnél, egységnél befolyásolni próbálják az ügyfeleket abban, hogy milyen kártyával fizessenek. Ugyanakkor az internetes értékesítést is végző cégek 12%-a gyakran, 22%-a esetenként él ilyen ösztönzéssel.



A kereskedelmi cégek túlnyomó hányadánál nincs megszabva minimális vásárlási limit a kártyahasználat feltételeként.



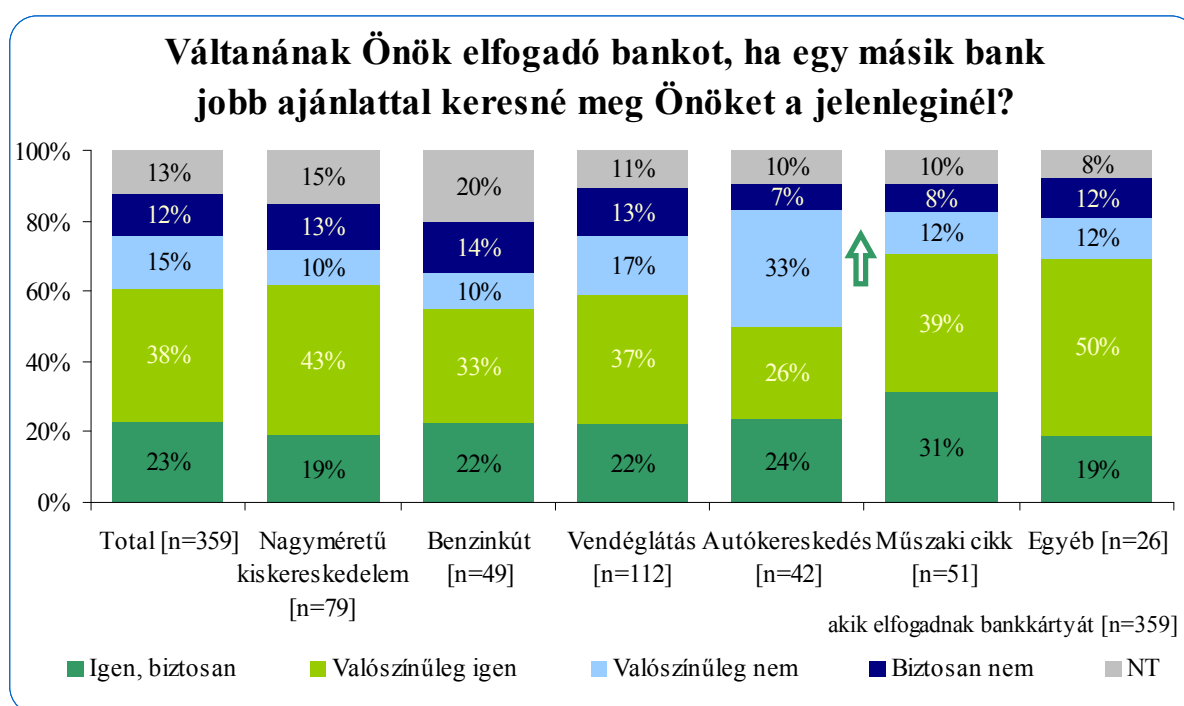
7. A tranzakciós díj esetleges csökkenésének várható hatásai

A vizsgálat további kulcskérdése az volt, hogy mennyire lehetne engedményre kényszeríteni a bankokat a tranzakciós díj kialakításában a piacuk megtartása érdekében.

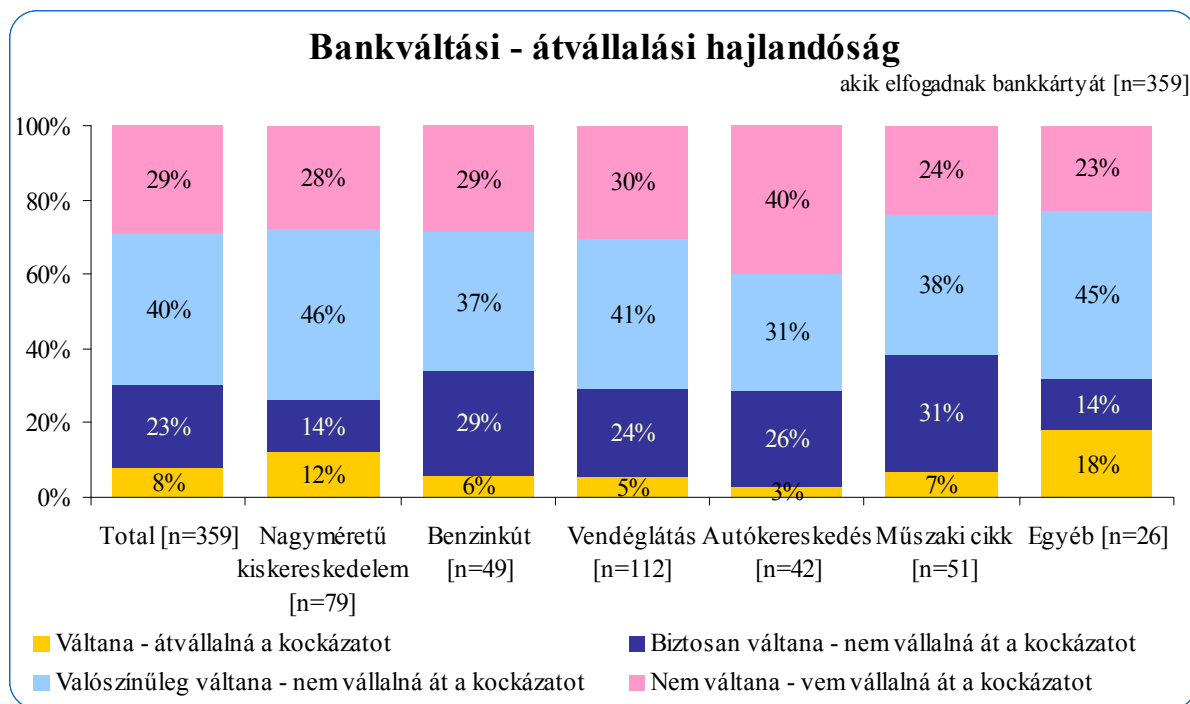
A vizsgálat azt mutatja, hogy a kereskedelmi cégek közel kétharmada (61%) nyitott lenne a jelenleginél alacsonyabb díjat felszámító bank ajánlatát elfogadni. A legnagyobb nyitottságról

- a műszaki cikk kereskedelem képviselői (70%) mutatták, a legkisebbet pedig,
- az autókereskedők (50%).

Kiugró költségérzékenységet és rugalmasságot mutattak az internetes értékesítést is végző cégek: 76%-uk váltana bankot alacsonyabb díjak esetén.



Sokkal kevésbé tűnnek rugalmasnak a kereskedelmi cégek, ha a bankváltási hajlandóság mellett a kockázatviselési szándékot is megvizsgáljuk. A kérdés tehát úgy hangzott, hogy „Átvállalnák Önök a fizetési garancia hiányából adódó kockázatokat alacsonyabb jutalék (MSC) fejében?”.



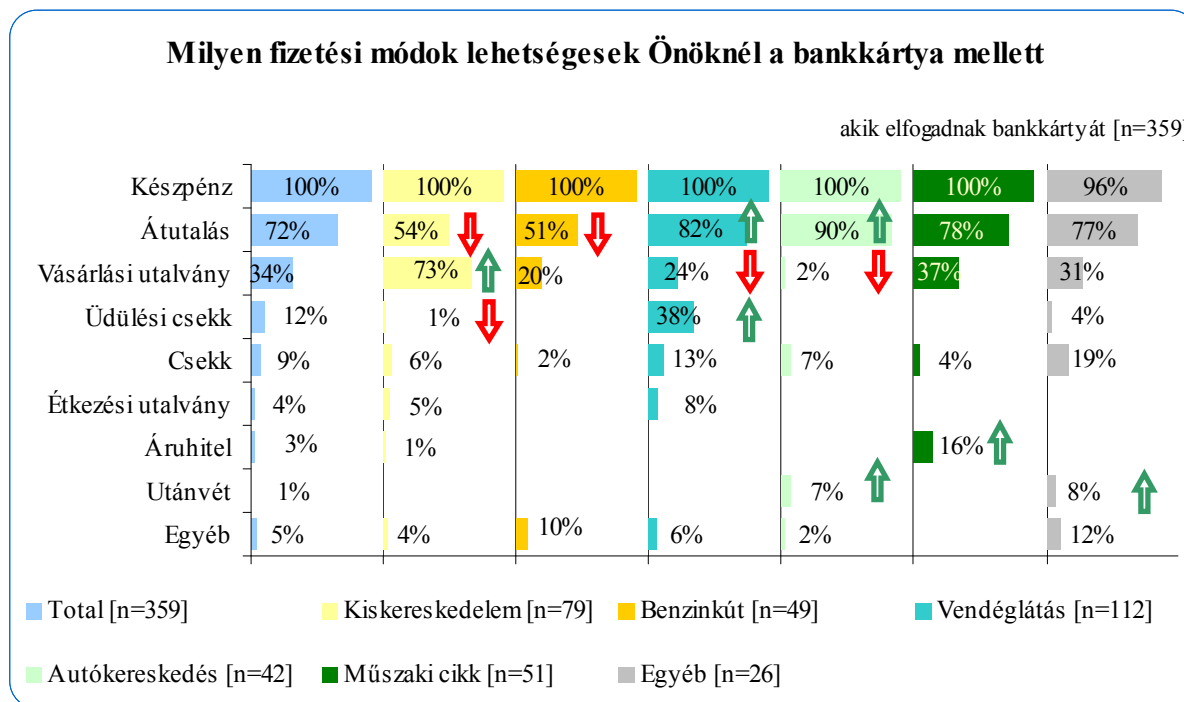
Mindössze 8% azoknak a részaránya, akik annak tudatában is váltanának bankot, hogy az alacsonyabb díj fejében le kell mondaniuk a fizetési garanciáról. A leginkább elszántaknak – a meglehetősen alacsony elemszámban szereplő ún. egyéb kategóriát nem számítva –

- a nagyméretű kiskereskedelmi cégek (12%)
tűnnek.

8. Az alternatív fizetési módok

A kártyahasználathoz fűződő preferenciák feltárásához vizsgálnunk kellett az alternatív fizetési módok előfordulási gyakoriságát, költségességét, kedveltségét.

A kártyás fizetést alkalmazó cégek szinte mindegyikében van készpénzforgalom is. Elterjedtségben az átutalás következik, különösen az internetes értékesítést is végző cégek esetében magas az előfordulási gyakorisága (96% az átlagos 72%-kal szemben). A vásárlási utalvány elsősorban a nagyméretű kiskereskedelemben jellemző.



8.1. Az egyes módok részaránya a teljes forgalmon belül

Valamennyi vizsgált kereskedelmi szektorban a készpénzfizetéssel lebonyolított vásárlások képezik az össz-forgalomban a legnagyobb hányadot.

A kártyás forgalom

- a vendéglátásban (29%) és
- a benzinkutaknál (23%)

képviseli a legnagyobb részarányt, a legkisebbet pedig

- az autókereskedelemben (9%).

Ugyancsak szignifikánsan átlag felettinek (26% vs 20%) tekinthető a kártyás forgalom hányada az internetes értékesítést is végző cégek körében.

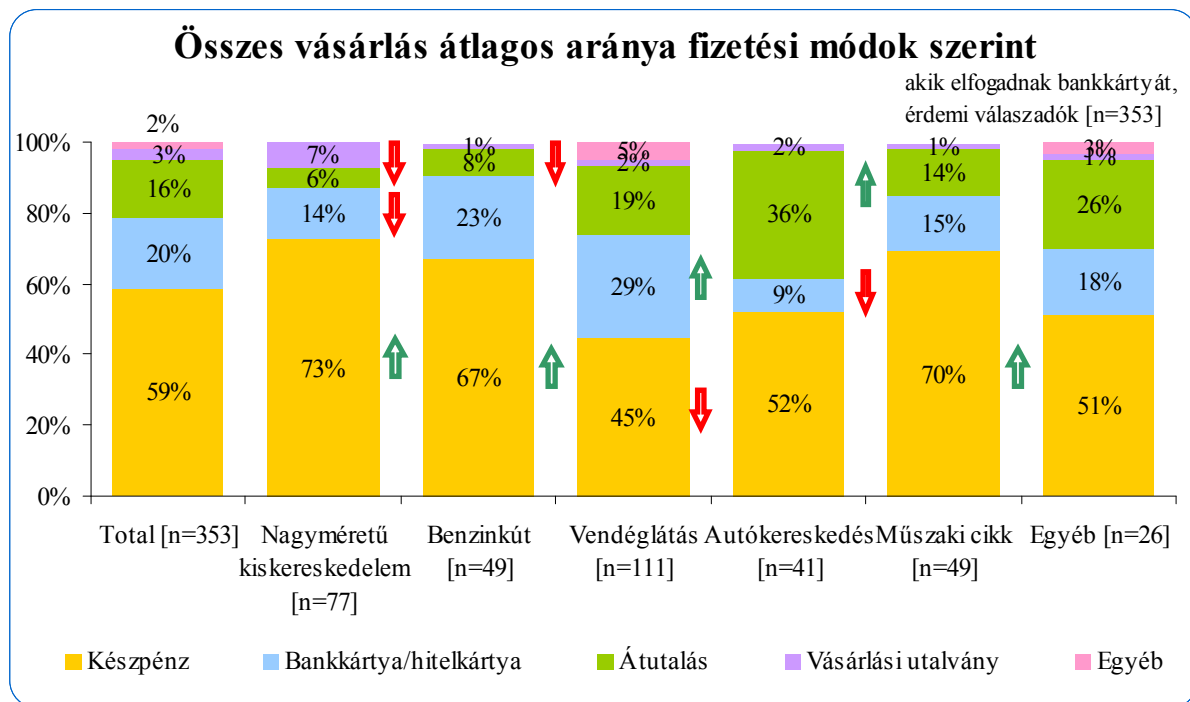
Az átutalással történő fizetés

- az autókereskedelemben (36%),

a vásárlási utalvány pedig

- a nagyméretű kiskereskedelemben (7%)

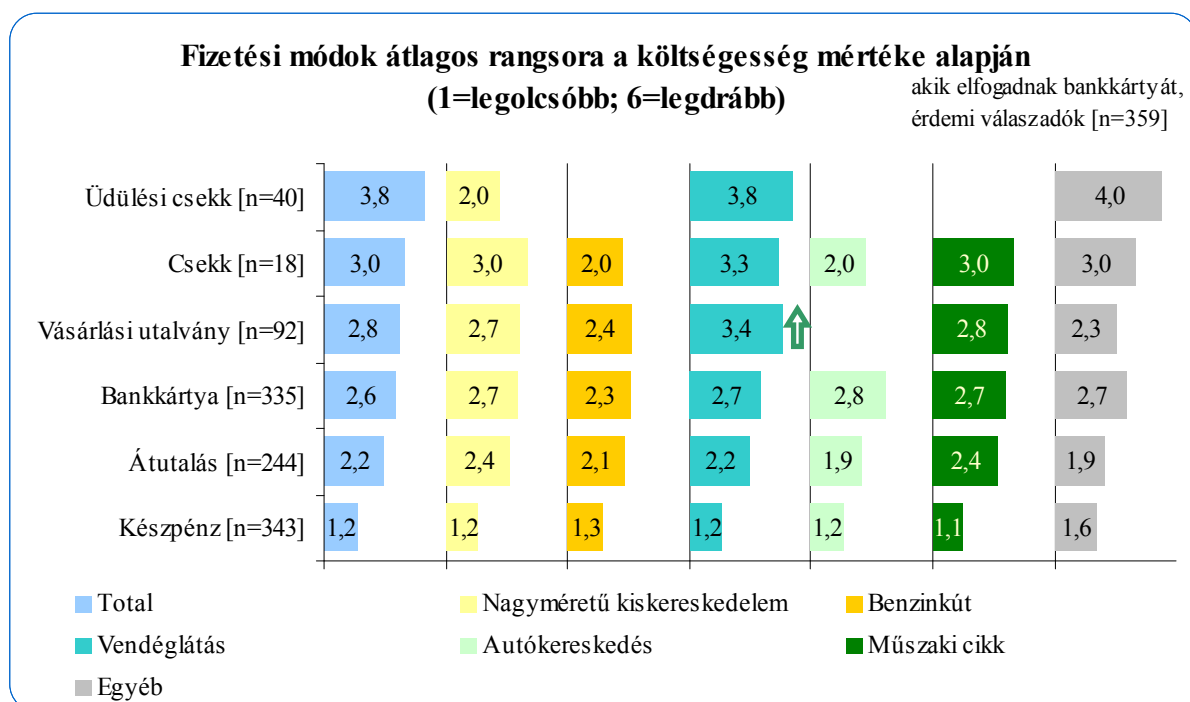
a legelterjedtebb.



8.2. Az egyes módokhoz kapcsolódó költségek

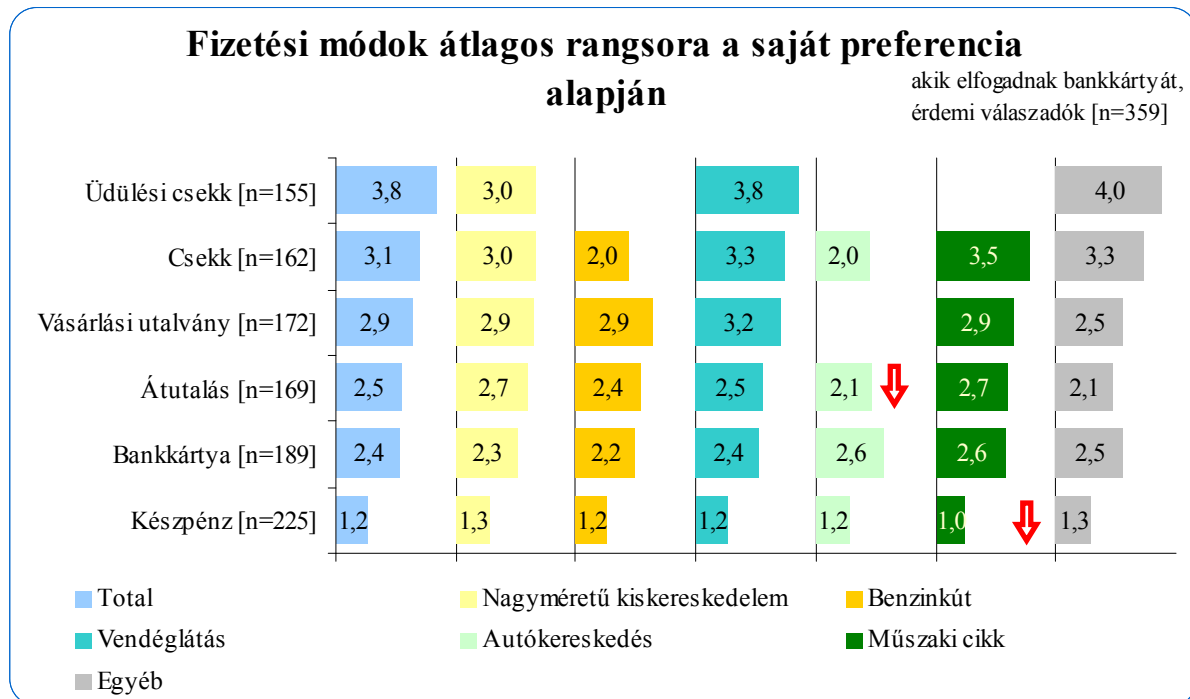
A készpénzes fizetés dominanciájának egyik magyarázata az lehet, hogy a kereskedők egyértelműen ezt tartják a legolcsóbb módotnak. A második legolcsóbb megoldásnak az átutalás bizonyult, s csupán ezután következik a bankkártyás fizetés.

A felmérés szerint az autókereskedők és a műszaki cikk kereskedelem képviselői tekintik a leginkább költségesnek a bankkártya használatot az alternatív fizetési módokhoz képest.

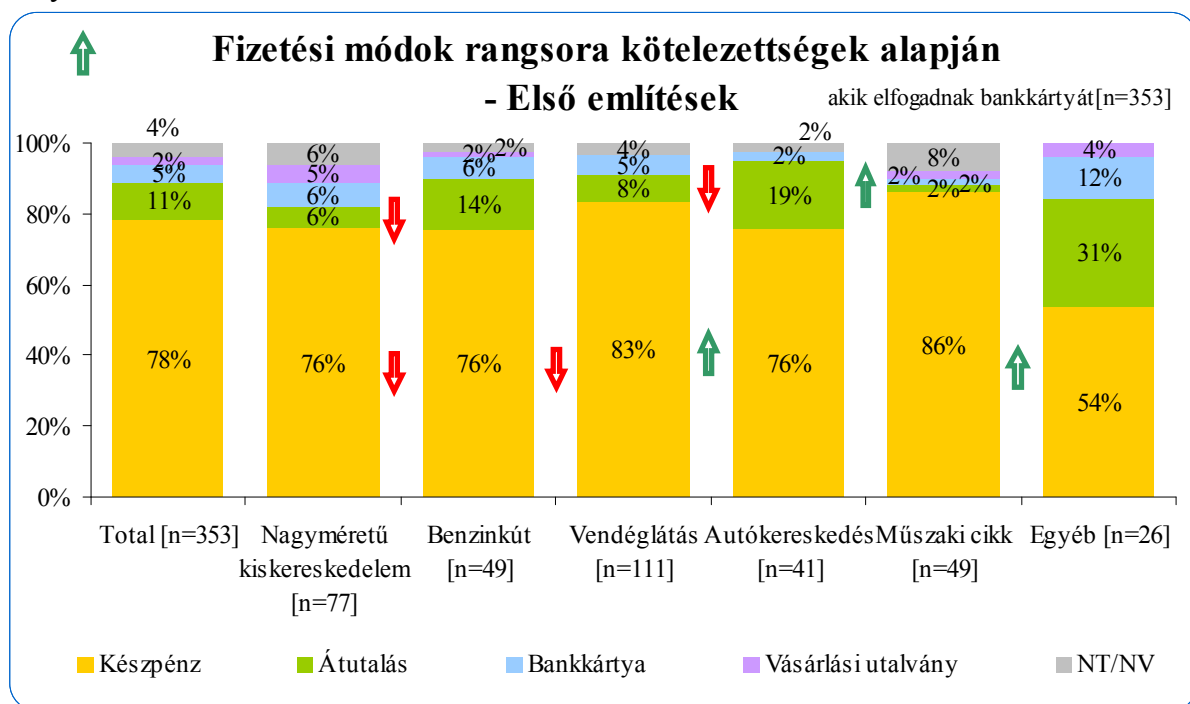


8.3. Az egyes módozatokhoz kapcsolódó preferenciák

Noha, a bankkártyás fizetés költségmegtakarítás szempontjából – a készpénz és az átutalás után – csupán harmadik a rangsorban, preferáltsága összességében valamelyest megelőzi az átutalását.



Ez a megállapítás a nagyméretű kiskereskedelem esetében érvényesül a legmarkánsabban. Az autókereskedések esetében ugyanakkor az összes alternatív fizetési mód kedveltebb, mint a kártyás.



MELLÉKLETEK