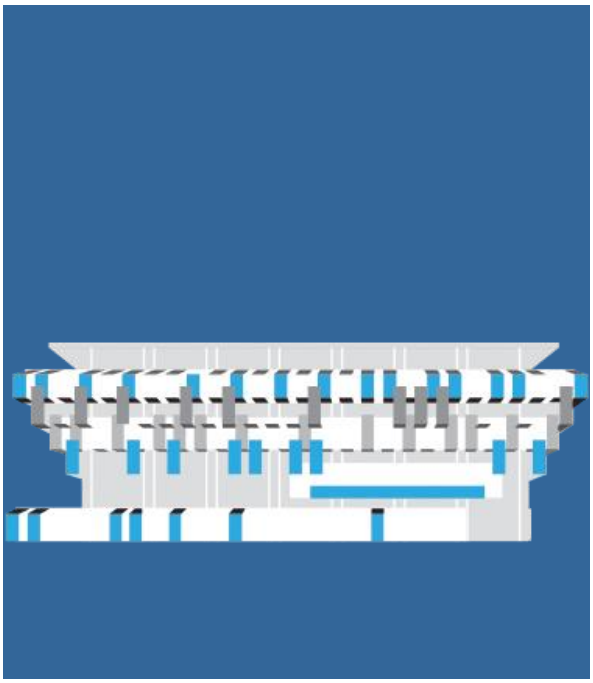


מחלקת מערכות
תשלומים וסליקה

העדפות השימוש ביישומוני התשלום

וסקרי יומן הוצאות בשימוש ביישומוני התשלום

ינואר 2024

אורי אלטלט, מחלקת מערכות תשלומים וסליקה - Ori.Altalat@boi.org.il

ערד אמיר, מחלקת מערכות תשלומים וסליקה - Amir.arad@boi.org.il

הקדמה

הקלות והנוחות שמספק לנו הטלפון החכם הפך אותו לחלק חיוני מחיי היומיום שלנו בכמעט כל דבר שאנו עושים ובכלל זה השימוש באמצעי ובשירותי תשלום, שעוברים ושימשיכו ככל הנראה לעבור מהפכה של ממש ושזמינים לנו כמעט בכל מקום ובכל עת. לרובנו יש יישומון (אפליקציה) תשלום אחד או יותר שמאפשרים לנו להעביר כסף בין יחידים ולשלם בבתי עסק.

דוגמה ממחישה אחת לשימוש הקל והנוח של יישומון התשלום היא יכולתו לאסוף כסף מקבוצה ולהפוך את המורכבות של איסוף כסף מעמיתים עבור מתנה קבוצתית להיסטוריה רחוקה. אין עוד, בין היתר, גבייה פיזית של כסף מזומן מדויק או דאגה לעודף לפריטה, לשמירה בטוחה של הכסף ואף ניתן לעקוב בקלות אחר מי ששילמו ומי שלא.

מחלקת מערכות תשלומים וסליקה בבנק ישראל מבצעת סקרים תקופתיים כדי ללמוד על העדפת הציבור בכל הנוגע לשימוש באמצעי התשלום השונים. בסקירה זו בוצע לתוצאות הסקרים הללו ניתוח עומק מיוחד במטרה לבחון ביתר פירוט את העדפות השימוש ביישומוני התשלום.

תקציר מנהלים

סקירה זו נועדה לבחון את השימוש בפועל ואת העדפות השימוש ביישומונים להעברת תשלום בהשוואה למגוון אמצעי תשלום אחרים ובראייה מעמיקה יותר על פי חלקים באוכלוסייה. יישומונים להעברת תשלום מהווים שוק שגדל בשנים האחרונות במהירות ואף הכפיל את עצמו בשנת 2020[1] (רשות התחרות, 2021). להלן יוצגו הממצאים העיקריים, בדגש על השימוש ביישומוני תשלום[2]:



שיעור גבוה מסך הכספים שמועבר ביישומוני תשלום מיועד לתשלום עבור שירותים ומוצרים מבתי עסק (P2B – Person to Business) – 42%[3].



כרטיסי חיוב[4] ומזומן מדורגים כאמצעי התשלום האהודים ביותר על הצרכן הישראלי והנפוצים ביותר כיום במשק. אחריהם מדורגים ההעברה הבנקאית ויישומוני התשלום.



יישומון התשלום נתפש כאחד מאמצעי התשלום הנוחים יותר – כשמדובר באמצעי תשלום, הנוחות והמהירות בשימוש בהם הינם שני המאפיינים אשר יחידים ובתי עסק ציינו שהם המאפיינים החשובים ביותר עבורם. המאפיינים הללו הופיעו בתדירות גבוהה בעיקר בקרב בתי עסק.



העדפות השימוש בקרב האוכלוסיות החרדית והערבית וכן ביצוע עסקות בפועל על ידם ביישומוני התשלום הינה בתדירות נמוכה משמעותית לעומת שאר חלקי האוכלוסייה.



לרמת ההשכלה אין כמעט השפעה, אם בכלל, על העדפות השימוש ביישומוני התשלום.



רוב המשתמשים ביישומוני התשלום משלמים או מקבלים באמצעותם תשלומים באופן קבוע ולא באופן חד פעמי.

---

[1] בשנת 2020 צמח היקף הפעילות ביישומוני התשלום ב-**100%**, מספר העסקות עלה על 50 מיליון וסכום העסקות בהם הגיע ליותר מ-10 מיליארד ש"ח. כך עולה ממחקר של רשות התחרות שעסק בעולמות התשלום בין יחידים (P2P- Person to Person) ביישומוני התשלום. לעיון בדו"ח המלא.

[2] הנתונים יוצגו בהמשך הסקירה.

[3] הנתון המוצג הוא ממוצע משוקלל המחושב על פי נתח השוק שעולה מתוצאות הדגימות, של שני היישומונים שנבדקו.

[4] בשאלונים השתמשנו במינוח "כרטיס אשראי" במקום המינוח "כרטיס חיוב", מכיוון שזהו הביטוי המוכר יותר בציבור.



בסכומים נמוכים עולה הרצון להשתמש ביישומון תשלום לביצוע עסקה – הנתון הזה חזר על עצמו הן עבור יחידים כמקבלי תשלום/כמשלמים והן עבור בתי עסק כמקבלי תשלום/כמשלמים.



בתי עסק מחשיבים מאוד את האפשרות לשלוט בהכנסות בצורה טובה בבואם להשתמש באמצעי התשלום. לעמלה יש חשיבות רבה גם כן: בתי העסק רואים בעמלה את החיסרון המרכזי שקשור לשימוש באמצעי תשלום.



דפוסי ההעדפות של בתי עסק ושל יחידים בשימוש ביישומונים להעברת תשלום אינם שונים זה מזה באופן מהותי.

תוכן עניינים

הקדמה 2

תקציר מנהלים 3

1. מתודולוגיה 6

א. סקרי יומן הוצאות לביצוע תשלום ביישומוני התשלום 7

ב. סקרי העדפות הציבור בשימוש באמצעי התשלום 8

ממצאים 9

2. אמצעי התשלום והשימוש ביישומוני תשלום בפועל 9

א. סקרי יומן הוצאות לביצוע תשלום ביישומוני התשלום..... 9

ב. סקרי העדפות הציבור בשימוש באמצעי התשלום 15

3. מידת ההיכרות עם אמצעי התשלום השונים 15

4. העדפת אמצעי תשלום לפי סוג הוצאה/תשלום 22

5. העדפת אמצעי תשלום לפי סכום התשלום 25

6. העדפת אמצעי תשלום לפי מידת הנוחות, היתרונות והחסרונות בשימוש בהם 28

7. סיכום 42

רשימת מקורות 43

1. מתודולוגיה

2 יומני הוצאות על שימוש ביישומוני התשלום

המטרה: חקר שימוש בפועל של היישומונים באוכלוסייה - **5959** נדגמים בגימה שנעשתה ביולי 2022; ו **6055** נדגמים בדגימה שנעשתה בנובמבר 2022.

השיטה: הנדגם פותח את היישומון ובודק את השימוש שעשה בו בתקופה הנבחנת

סקר העדפות תשלום – יחידים

המטרה: חקר העדפות השימוש באמצעי תשלום בקרב אנשים פרטיים

1200 נדגמים כמשלמים, **1000** מתוכם כמקבלי תשלום

מועד הדגימה: 7.2022

השיטה: הנדגם משיב לשאלות על העדפותיו בשימוש באמצעי התשלום

סקר העדפות תשלום – בתי עסק

המטרה: חקר העדפות השימוש באמצעי תשלום בקרב עוסקים ובעלי עסקים

600 נדגמים כמשלמים, **500** מתוכם כמקבלי תשלום

מועד הדגימה: 7.2022

השיטה: הנדגם משיב לשאלות על העדפותיו בשימוש באמצעי התשלום

סקרי העדפות הציבור בשימוש באמצעי התשלום לשנת 2022 נערכו על ידי מכון "רושינק" למחקרי שווקים עבור מחלקת מערכות תשלומים וסליקה בבנק ישראל. במהלך שנה זו נערכו ארבעה סקרי העדפות ושני סקרי יומן הוצאות (הסבר מופיע בהמשך) קצרים וייחודיים עבור הבחינה של ביצוע תשלומים ביישומוני התשלום. כולם התקיימו במסדת (פלטפורמה) דיגיטלית ולכן מוטים המשיבים עליהם בהכרח לכיוון השימוש בטכנולוגיה.

רוב התוצאות מוצגות בקטגוריות הבאות, כפי שהן מקובלות גם על ידי רוב הגורמים המקצועיים בעולם: P2P/P2B/P2G/B2P/B2G/B2B/G2P/G2B[5]. כל קיצור מתאר את נותן התשלום ואת מקבל התשלום: **P**erson, **B**usiness, **G**overnment (יחיד, בית עסק, ממשלה, בהתאמה).

לצורך מתודולוגי ביצענו הפרדה בין שני המונחים ארנק דיגיטלי ויישומון להעברת תשלום:

א. ארנק דיגיטלי: כשמו כן הוא - מעביר את השימוש של הארנק הפיזי אל העולם המקוון. הארנק הדיגיטלי מאפשר שמירה של יתרת הכסף שנותרה בו לשימוש עתידי וכך הוא משמש למעשה כחשבון תשלום[6]. ארנקים דיגיטליים משוכללים אף מאפשרים בחלק מהשווקים שבהם הם

[5] אלה הברירות האפשריות, אין הכרח שכולן תופענה בתוצרים.

[6] בעתיד ייתכן שיישמרו גם מטבעות דיגיטלים בהנפקת הבנקים המרכזיים (CBDC) על גבי הארנקים הדיגיטלים בדיוק כמו מזומן שנשמר בארנק הפיזי. להרחבה נוספת על עולם ה-CBDC ראו דו"ח מסכם של הצוות ללימוד ובחינה של מטבעות דיגיטליים בהנפקת בנקים מרכזיים משנת 2018.

פועלים "לשמור" בתוכם דברים נוספים, כמו, כרטיסי נסיעה לרכבת, כרטיסי כניסה למופעי בידור, רישיונות וכד', ממש כמו בארנק הפיזי המסורתי[7];

ב. יישומון תשלום: רוב הכסף עובר דרך יישומון התשלום בצורה של "תיווך" ולזמן מועט[8]. עם זאת מטושטשים לעתים הגבולות הרעיוניים בין הארנקים הדיגיטליים לבין יישומוני התשלום ואפשר שיישומון תשלום מסוים יציע למשל לשמור בו כסף בסכום מסוים בדומה לארנק הדיגיטלי.

א. סקרי יומן הוצאות לביצוע תשלום ביישומוני התשלום

בסקר יומן הוצאות מתבקשים הנדגמים למלא ב"יומן" כמה נתונים שעוסקים בהוצאות/בתשלומים השוטפים שלהם, כאשר הנתונים משתנים מסקר לסקר ומשך הזמן שנדרש למילוי יומן ההוצאות משתנה גם הוא מסקר לסקר. הפרמטרים שייכללו בו תמיד הם סוג המוצר/שירות שנרכש ואמצעי התשלום שבו השתמש הנדגם לצורך הרכישה. לרוב גם יתבקש הנדגם למלא את סכום התשלום[9].

השאלה המרכזית בסקר יומן ההוצאות שלנו מתייחסת לתשלום שבוצע ביום שקדם לדגימה ולכן מכיל יומן ההוצאות נתונים של יום אחד בלבד. תחילה נשאל הנדגם לגבי כלל אמצעי התשלום – באמצעות איזה מהם הוא שילם, עבור מה בוצע התשלום ובאיזה סכום. בהמשך התבקש הנדגם במסגרת אותו סקר יומן הוצאות לפתוח בפועל את יישומון התשלום הייחודי שבו הוא השתמש ולענות על כמה שאלות המשך[10]. בוצעה דגימה נפרדת עבור כל אחד משני יישומוני התשלום המובילים בשוק והנתונים המוצגים הם מצרפיים עבור כלל היישומונים.

הרעיון המרכזי מאחורי שיטת הסקר הזו היא שהנדגמים לא עונים תשובות שהן מוטות כתוצאה מהעדפות, ממחשבות, מרגשות וכד', אלא שהם משיבים לאור עובדות "היסטוריות" ממשיות כפי שיישומון התשלום עצמו תיעד עבורם. בדרך זו בחנו את אופן השימוש באמצעי התשלום בפועל, בניגוד להעדפות השימוש, כפי שבחנו בסקרי העדפות השימוש באמצעי התשלום.

על ידי בחינה כוללת של השימוש בפועל לעומת העדפות השימוש ניתן להסיק היכן נמצאים הפערים או החסמים שבין ה"העדפה להשתמש" לבין ה"שימוש בפועל" ולהמשיך לחקור מהו מקורם וכיצד ניתן לצמצמם במידת הצורך.

ייתכן גם שבעתיד יישמרו על גבי הארנקים שיקים דיגיטלים. להרחבה נוספת על השיק הדיגיטלי ראו קול קורא להתייעצות עם הציבור לגבי אפיון השיק הדיגיטלי.

[7] בהקשרים מסוימים "ארנק דיגיטלי" משמעו יישומון המחובר לשבב שמאפשר תשלום בקירוב הטלפון/מכשיר חכם אחר למסוף התשלום. עם זאת, בסקירה זו בחרנו בהגדרה אחרת כפי שמופיעה בטקסט.

[8] הגדרה נוספת היא שיישומון תשלום הוא יישומון המאפשר תשלום דרך ה"ענן".

[9] להרחבה ולדוגמה לסקר יומן הוצאות נוסף, שונה במבנהו מזה שערכנו, ראו את יומן ההוצאות של הבנק המרכזי של ארצות הברית, סניף אטלנטה.

[10] בנספח 1 ניתן למצוא פירוט מלא של שאלוני סקר יומן ההוצאות.

המתודולוגיה בשתי דגימות יומני ההוצאות הייתה זהה: דגימה לאורך 30 ימים כדי להימנע מהטיות מקריות של ימים ייחודיים. כל מדגם יומי מהווה מדגם אקראי ארצי מייצג של האוכלוסייה בגילים 18-64 בישראל.

אמצעי התשלום שנכללו בסקר על פי סדר הופעתם הם: מזומן, שיק; העברה בנקאית[11]; כרטיס חיוב; ארנק דיגיטלי; **יישומון להעברת תשלומים (בכל דגימה היישומון הרלוונטי לה);** וכן יישומון תשלום עבור שירות ייחודי (מופיע בסקירה גם תחת המינוח "יישומון ייעודי")[12].

בדגימה של חודש יולי נדגמו בסך הכל 5,959 פרטים ובדגימה של נובמבר נדגמו בסך הכל 6,055 פרטים.

ב. סקרי העדפות הציבור בשימוש באמצעי התשלום

בסקרים אלה התבקשו הנדגמים להעיד כיצד הם **יעדיפו** להשתמש באמצעי התשלום במצבי התנהגות שונים – כמקבלי תשלום; כמשלמים; במצבי תשלום שונים; בסכום תשלום מסוים וכד'[13].

הסקרים הופנו לשני קהלי יעד - יחידים ובתי עסק. כל סקר מורכב משני שאלונים, האחד לגבי ביצוע תשלום והשני לגבי קבלת תשלום, כך שבפועל נערכו ארבע בדיקות שונות. השאלונים ליחידים נערכו באופן מקוון, כאשר הראשון נערך בקרב 1,200 נדגמים וכדי למנוע "התשה"[14] נערך השאלון השני בקרב 1,000 נדגמים בלבד מתוך אותם 1,200 משיבים שענו על השאלון הראשון. הנדגמים מייצגים את האוכלוסייה בגילים 18-74 בישראל שמחוברת למרשתת (אינטרנט) . המכסות נקבעו לפי הייצוג שמקובל בסקרי הלמ"ס. השאלונים שהופנו לבתי עסק נערכו גם הם באופן מקוון, בקרב 600 משיבים. המדגם מייצג עצמאים ובעלי בתי עסק קטנים (עד 20 עובדים) אשר מחוברים למרשתת. גם בסקר זה נדרשו לענות על השאלון השני 500 נדגמים בלבד מתוך אותם 600 הנדגמים שענו על השאלון הראשון, כדי להימנע מתופעת ה"התשה".

---

[11] העברה בנקאית מתייחסת רק לפעולות בבנק או ביישומון של הבנק, דוגמת יישומון "לאומי".

[12] יישומון תשלום לשירות ייחודי הוא יישומון, לרוב של חנות מסוימת שמשיקה אותו ושמאפשר תשלום באמצעות אותו יישומון ולקבל גם לרוב הטבות, אך הוא מיועד כאמור לחנות או לסוג שירות מסוימים. לדוגמה, היישומון של "פנגו" שמאפשר תשלום על חניה, היישומון של Yellow (ילו), שמאפשר תשלום על תדלוק ובחנות הנוחות והיישומון של Moovit (מוביט), שמאפשר תשלום בתחבורה ציבורית.

[13] בנספחים 3-6 ניתן למצוא פירוט מלא של שאלוני הסקרים.

[14] תופעת ה"התשה" נוצרת כאשר נדגם במחקר מבצע את הנדרש ממנו בצורה שטיבה הולך ופוחת ככל שמתקדמים במשימה שאליה הוא נדרש במסגרת המחקר (במקרה שלנו, ככל שהוא נדרש לענות על יותר שאלות) מסיבות של שעמום או של עייפות. למקור: https://dictionary.apa.org/fatigue-effect.

2. אמצעי התשלום והשימוש ביישומוני תשלום בפועל

במערך התשלומים הישראלי קיימים מגוון של אמצעי תשלום, כאשר לכל אמצעי תשלום יש את המאפיינים הייחודיים לו ואלה הם שקובעים על פי רוב, כפי שהדבר משתקף בתוצאות הסקרים, את הסיבה העיקרית לבחירה בשימוש באותו אמצעי התשלום. המזומן מאפשר לשמור על עילום שם וזה ייחודי רק עבורו. עם זאת יש למזומן תכונה שמשותפת לו עם העברת זה"ב, למשל: שניהם סופיים מרגע ביצוע התשלום. הדבר הייחודי עבור השיקים היא האפשרות לפנות להליך גבייה מזורז בהוצאה לפועל. תכונה משותפת שיש לשיקים עם הוראת קבע או עם כרטיס חיוב, למשל, היא האפשרות לבצע תשלום מראש לתקופות עתידיות.

בהתאם לתכונות ולמאפיינים אלה מחליטים הצרכנים בבואם לבצע תשלום באיזה אמצעי תשלום הם מעוניינים להשתמש. בעזרת הסקרים שבוצעו ניתן למנות את התכונות שגורמות לציבור בישראל, הן לבתי עסק והן ליחידים, לשלם או לקבל תשלום באמצעי תשלום מסוים. אמצעי התשלום שמופיעים בסקרים שבוצעו הם: מזומן; שיק; העברת זה"ב; שיק בנקאי; העברה בנקאית; יישומון להעברת תשלום; יישומוני תשלום ייחודיים לבית עסק מסוים; ארנקים דיגיטליים; כרטיסי חיוב; כרטיסי חיוב מידי; וכן כרטיסי חיוב נטענים. רוב האמצעים מופיעים בכל התוצאות שיוצגו, אך משיקולים סטטיסטיים ו/או חוסר התאמה של אמצעי התשלום לסוג השאלה[15] לא בהכרח כולם.

א. סקרי יומן הוצאות לביצוע תשלום ביישומוני התשלום

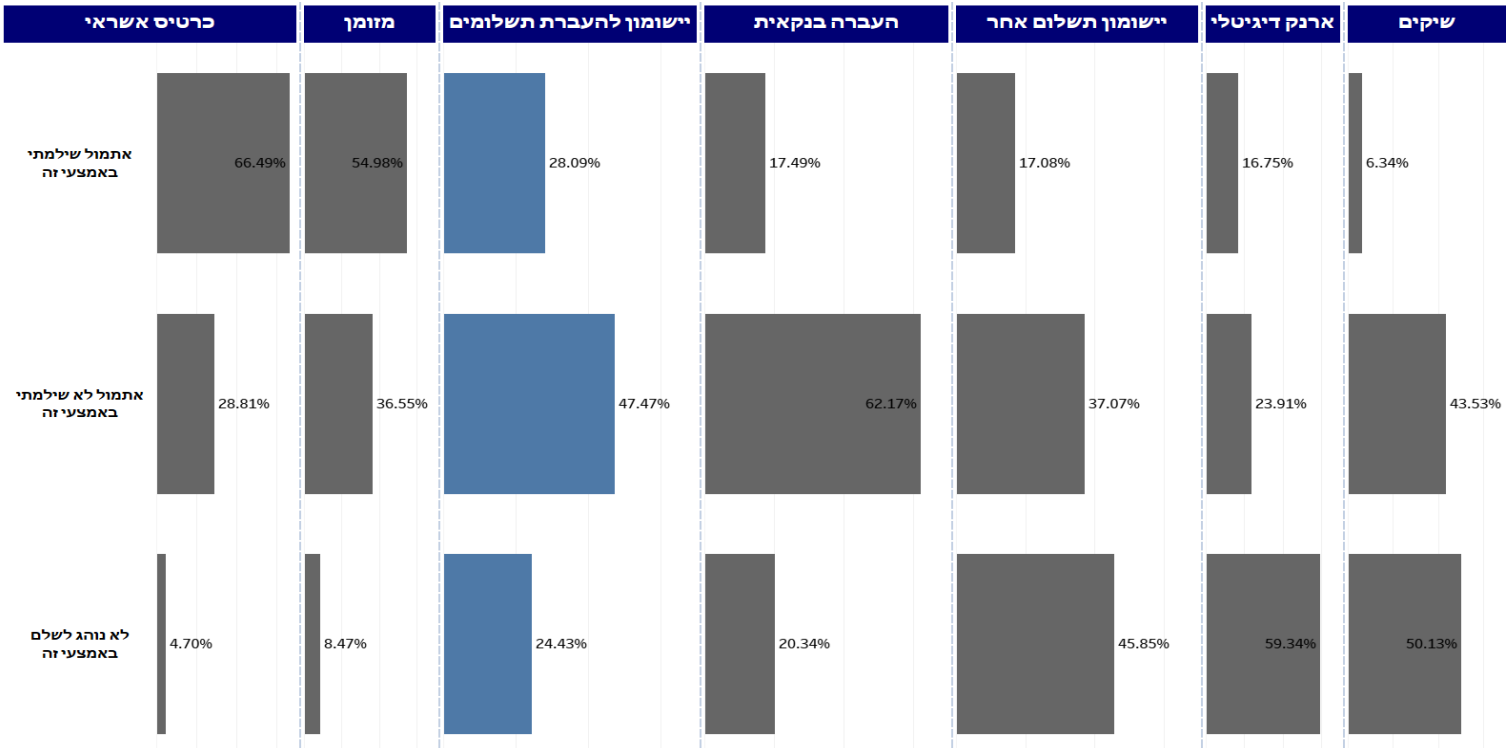
במסגרת השאלות בסקרי יומן ההוצאות התבקשו הנדגמים לפתוח את יישומוני התשלום שמותקנים במכשיריהם בפועל ולציין האם הם שילמו באמצעותם אתמול או שלא. הוספנו לשאלות את אפשרות המענה עבור מי שלא נוהגים בכלל לשלם באמצעות יישומוני תשלום[16], כלומר, הפירוש של התשובות הוא: אתמול שילמתי; אני נוהג/ת לשלם אבל אתמול לא שילמתי; אני בכלל לא נוהג/ת לשלם באמצעות יישומוני תשלום. הנתונים והמידע שמשתקפים בסקרי יומן ההוצאות הם נקודתיים ויש להתייחס לממצאים אלה בהתאם לכך ואין בזה משום השלכה על השימוש היומיומי בפועל, אלא רק בחינה של נקודת זמן ייחודית (התוצאות מוצגות באיור 1[17]).

[15] למשל – יחידים לא יכולים לקבל תשלום מכרטיס חיוב ולכן בשאלון זה אמצעי התשלום הייחודי הזה לא נשאל.
[16] בשאלה זו נבחן כל אמצעי תשלום בפני עצמו, כלומר ההשוואה היא בין שיעור המענה לכל אחת מהאפשרויות וכל התשובות מסתכמות למאה אחוזים עבור כל אמצעי תשלום. אמצעי התשלום הוצגו זה לצד זה, אך מסיבות אלה הגדלים של העמודות לא מופיעים באותו קנה מידה ולכן אינם ניתנים להשוואה באופן חזותי.
[17] "לפניך רשימה של אמצעי תשלום. נא לציין לגבי כל אחד מהם, מהי התשובה המדויקת ביותר לגביך."

משני מדגמי יומן ההוצאות עולה תמונה די דומה: כרטיסי חיוב ומזומן הם אמצעי התשלום שנמצאים בשימוש הגבוה ביותר ורוב הצרכנים עושים בהם שימוש קבוע. מידת השימוש ביישומוני התשלום היא די גבוהה - כשלושה רבעים מהנדגמים במסגרת סקרי יומן ההוצאות עושים בהם שימוש קבוע. לעומת זאת, אין שימוש גבוה ביישומוני תשלום ייעודיים לבתי עסק כדוגמת אלה של חברות הדלק. שיקים הם אמצעי התשלום שהיה הכי פחות בשימוש ביום שקדם לדגימה ומחצית מהנדגמים מעידים על חוסר השימוש בו בכלל.

איור 1: דפוסי השימוש בקרב הנדגמים בכל אמצעי תשלום שהוא ביום שקדם לדגימה, מתוך מדגמי יומן ההוצאות

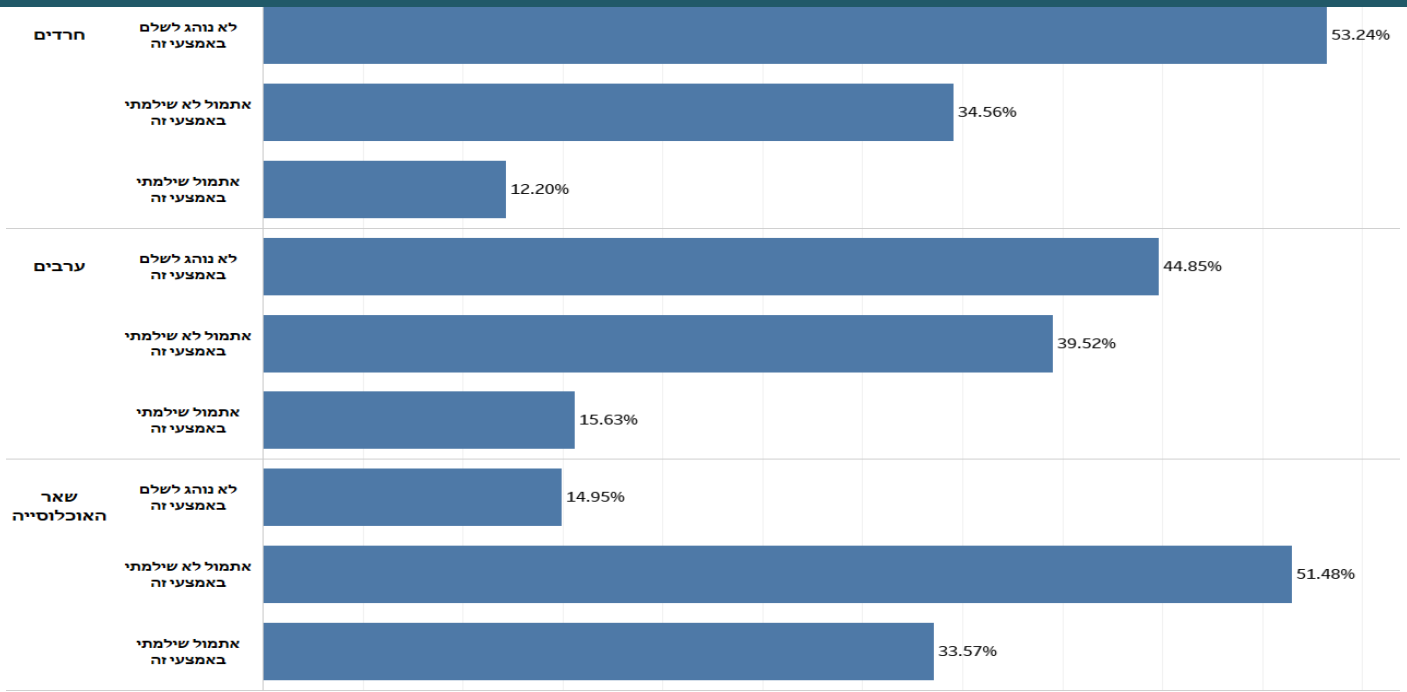
יישומון להעברת תשלומים הוא אמצעי התשלום השלישי במידת השימוש בו, מקדימים אותו במידת השימוש בהם רק כרטיסי חיוב ומזומן.



כשמתמקדים בחלוקה מגזרית רואים שהאוכלוסיות הערבית והחרדית משתמשות ביישומוני תשלום בצורה פחותה יותר מאשר שאר חלקי האוכלוסייה. ראו לדוגמה איור 2[18]:

איור 2: דפוסי השימוש ביישומון התשלום בקרב הנדגמים, לפי חלקי האוכלוסייה

כמחצית מקרב האוכלוסיות החרדית והערבית כלל לא נוהגים להשתמש ביישומון תשלום.

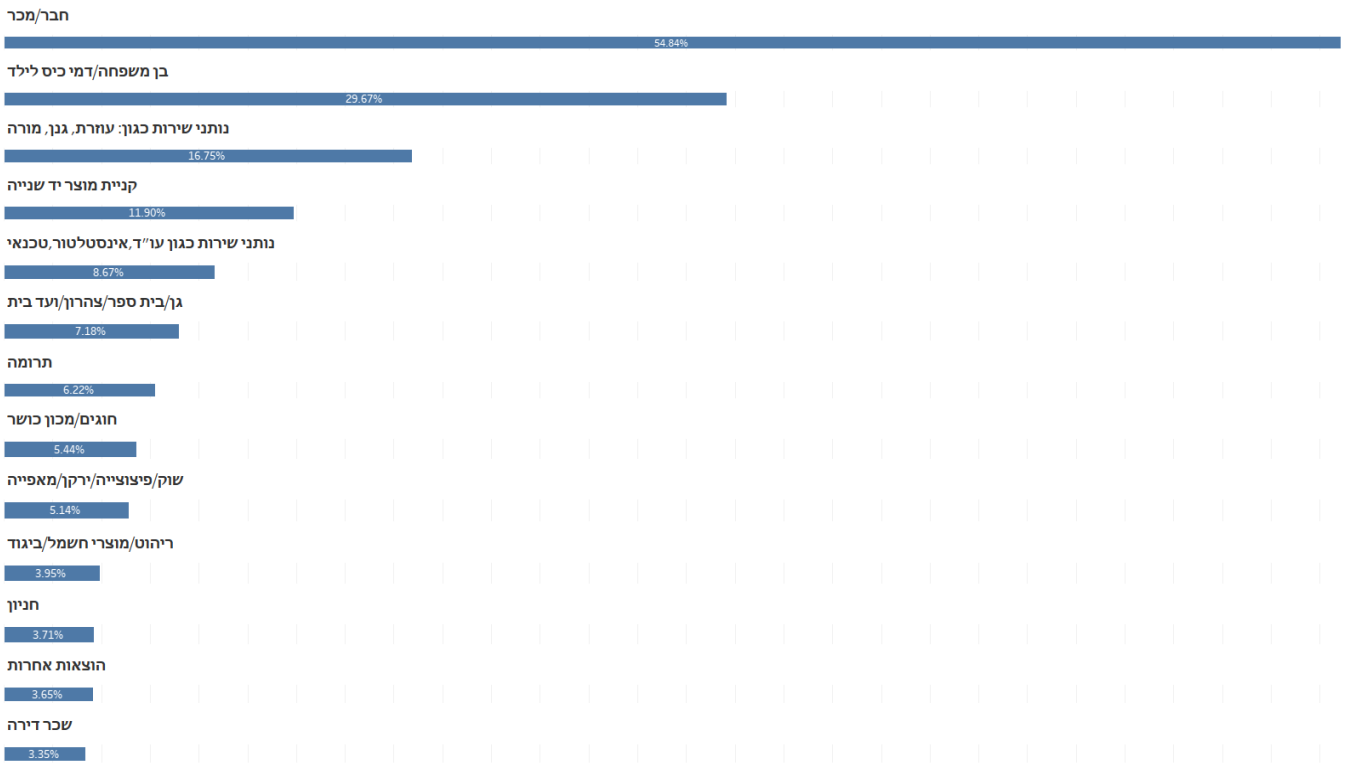


[18] "לפניך רשימה של אמצעי תשלום. נא לציין לגבי כל אחד מהם, מהי התשובה המדויקת ביותר לגביך."

כדי ללמוד על סוגי ההוצאות שעבורן נעשה תשלום באמצעות יישומון תשלום, נשאלו הנדגמים בסקר יומן ההוצאות לאיזה סוג של הוצאה הם השתמשו ביישומון התשלום (התוצאות מוצגות באיור 3[19]). התוצאות מלמדות שהשימושים הנפוצים ביותר הם תשלום לחברים (**55%**), לבני משפחה (**30%**) ולנותני שירות בסכומים נמוכים (**17%**). מעניין לראות שגם בתי עסק קטנים ו"מסורתיים", דוגמת ירקניות ומאפיות, נמצאים בשיעור מסוים ברשימה, משמע שיש בתי עסק כאלה שביצעו את המעבר לקבלת תשלום ביישומוני תשלום (על סוגיית קבלת תשלומים על ידי בתי עסק ראו בהמשך). בין סוגי התשלומים נמצאים אף תרומות שלהן יש שיעור מסוים של פעילות ובקרב האוכלוסייה החרדית שיעור זה הוא אף די גבוה (**16%**). כאמור, רוב השימושים הנפוצים הם לאנשים פרטיים, אך נותני שירות כמו מורים פרטיים ועוזרי בית נמצאים גם הם במעלה הרשימה. כאשר מסתכלים על חלוקה מגזרית השיעורים מעט משתנים אך המדרג נותר יחסית בעינו.

איור 3: דירוג שיעורי השימושים השונים כפי שמשתקפים ביומן הוצאות הראשון

תשלום לחברים הוא השימוש הנפוץ ביותר, יותר ממחצית מהנדגמים העידו על שימוש כזה.



[19] "נא לסמן מתוך הרשימה הבאה, אילו סוגי תשלום העברת אתמול ביישומון התשלום? ניתן לסמן יותר מסוג תשלום אחד שהעברת אתמול ביישומון התשלום".

העובדה שהנדגמים עשו שימוש נמוך ביישומוני תשלום לטובת תשלום עבור שכר דירה או ריהוט אינה מפתיעה, שכן במקרה של שכר דירה מדובר בתשלומים שמבוצעים פעם בחודש וכשמדובר למשל בתשלום עבור ריהוט התדירות היא אף נמוכה יותר. על אף העובדה שהדגימה נערכה במשך 30 ימים רצופים, מכיוון שהנדגמים נשאלו בנוגע ליום אחד בלבד שקדם לדגימה, סביר הוא שיתקבל דיווח נמוך אודות הכמות בנוגע לתשלומים אלה. עם זאת חשוב לבדוק שכאשר יש שימוש ביישומוני התשלום לצורך תשלומים מסוג זה, האם הם משמשים להעברת סכומים גבוהים בקרב האוכלוסייה. מאיור 4[20], שמציג סכומים ממוצעים עבור כל סוג של שימוש ביישומוני תשלום, נראה שהתשובה לכך היא חיובית: ניתן לראות תשלום על שכר דירה בסכומים של אלפי שקלים בממוצע ותשלום של מאות שקלים כשמדובר על ריהוט או על נותני שירות בסכומים גבוהים, כמו עורכי דין. אם נתעלם מעסקות של תשלום שכר דירה (שהן בשווי גבוה יותר בצורה קיצונית משאר העסקות) אזי נראה כי **ביישומוני התשלום שייכים חמשת השימושים הגבוהים בסכומם הממוצע של העסקות בהם לעולמות התשלום בבתי עסק או עבור שירות ולא לשם תשלום בין יחידים (P2P).**

במטרה לאשש את ההשערה שהשימוש העיקרי ביישומוני התשלום הוא מסוג P2P, נבחנה באמצעות גובה התשלומים שהועברו לבתי עסק מידת חדירתם של יישומוני התשלום גם לעולמות של ה-P2B וזאת בהתבסס על חלוקה לפי סוגי השימוש (איור 4). החישוב שבוצע הוא ממוצע משוקלל לפי נתח השוק של כל יישומון, בהתבסס על תשובות הנדגמים ביומני ההוצאות. ההשערה שהשימוש העיקרי ביישומוני התשלום הוא מסוג P2P התבדתה כאשר נחשף הנתון הבא:

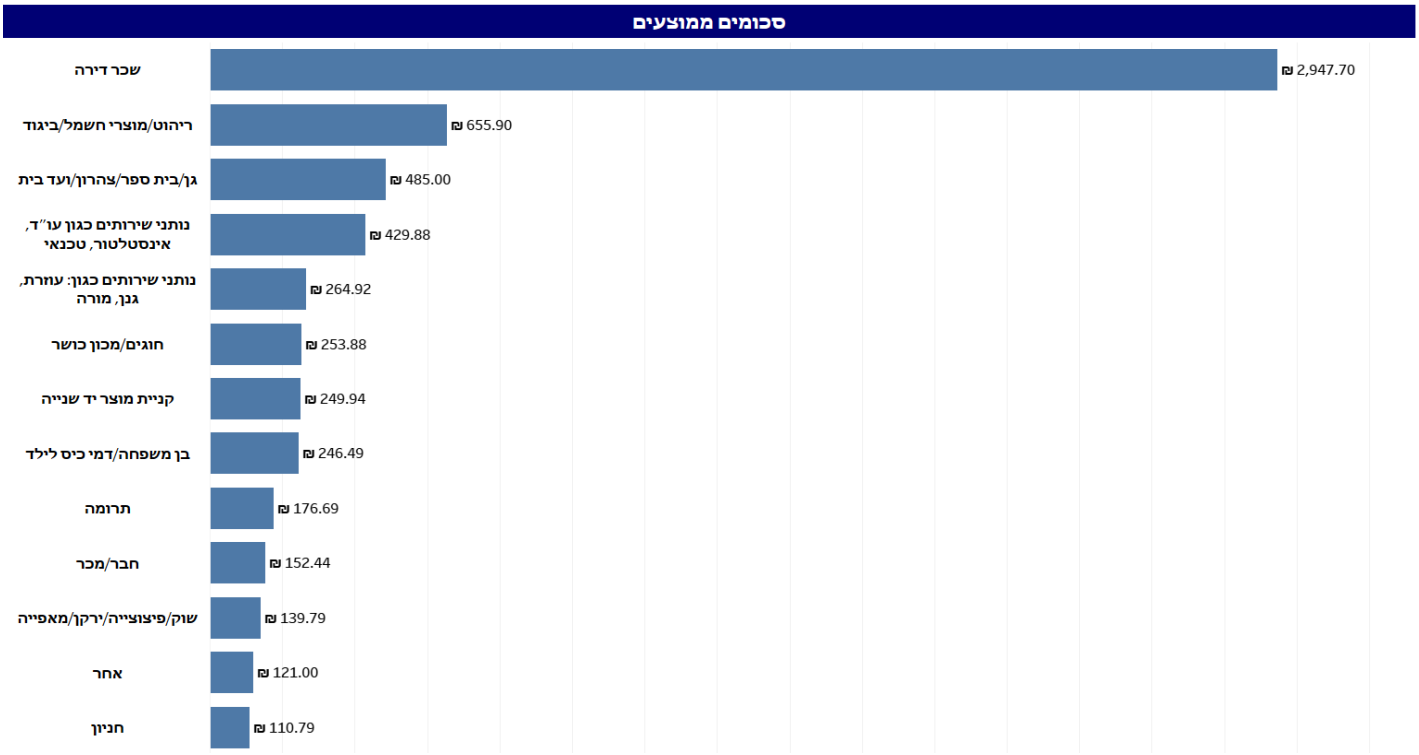
42%

מהסכומים שולמו לעסקים

[20] "מה היה הסכום שהוצאת אתמול על _____?".

איור 4: סכום תשלום ממוצע ביישומוני התשלום לפי סוג הוצאה

הנדגמים ביצעו באמצעות יישומון התשלום גם תשלומים בסכומים גבוהים.



עד כה בחנו את השימוש שעשו הנדגמים בפועל באמצעי התשלום בכלל וביישומוני התשלום בפרט. עם זאת אין העובדה שנדגם עושה שימוש באמצעי תשלום כלשהו מעידה על כך שהשימוש נובע רק מרצונו או מבחירתו של הנדגם. העדפות השימוש יכולות להיות מסיבות מגוונות שונות עד מאוד מאופי השימוש בפועל, כמו חוסר זמינות של אמצעי התשלום (אמצעי מקוון למשל), חוסר יכולת לבחור באופן עצמי את שיטת הביצוע או את קבלת התשלום (כמו קבלת שכר במקומות מסוימים), רצון או העדפה לאמצעי תשלום ייחודי של מקבל התשלום ועוד. על מנת להבחין בין השימוש בפועל לבין העדפות השימוש של הצרכנים נעבור כעת להסתכל על תוצאותיהם של ארבעת סקרי ההעדפות שביצענו.

ב. סקרי העדפות הציבור בשימוש באמצעי התשלום

בסקרי ההעדפות נשאלו נדגמים יחידים וגם כאלה שמייצגים את בית העסק שלהם, או שענו מנקודת מבטם כעוסקים ולא כיחידים (כאשר ליחידים בוצעה דגימה ולבתי עסק בוצעה דגימה נפרדת). השאלות נשאלו הן מנקודת מבט של משלמים והן מנקודת מבט של מקבלי תשלום[21].

השאלונים נבנו במבנה הדרגתי – תחילה נשאלו הנדגמים האם הם מכירים את אמצעי התשלום השונים, נבדקה מידת השימוש שלהם באמצעי התשלום שהם מכירים ובהמשך כיצד הם משתמשים באותם אמצעי תשלום במצבים שונים – כאשר הסכום משתנה, כאשר מטרת התשלום משתנה וכד'.

3. מידת ההיכרות עם אמצעי התשלום השונים

השאלה הראשונה שעליה ענו הנדגמים הייתה האם הם מכירים את אמצעי התשלום, כאשר הם נשאלו בכל פעם על אמצעי תשלום אחר. השאלה חזרה על עצמה בכל ארבעת סקרי ההעדפות, כדי לדעת האם בעל עסק או יחיד מכירים את האפשרות לקבל כספים באמצעות אמצעי תשלום מסוים, אך לא מכירים את האפשרות לשלם באמצעותו בעצמם.

כל מי שהכירו את אמצעי התשלום התבקשו בנוסף לציין האם הם גם שילמו השנה באמצעותו או לא. זו המחשה טובה להבדל שקיים בין סקר העדפות לבין סקר יומן הוצאות: סקר העדפות נסמך על זכרונו של הנדגם בטווח זמן של השנה האחרונה ואילו סקר יומן הוצאות נסמך על השימוש בפועל ביישומון תשלום/ארנק/חשבון בנק וכד'[22].

מאיורים 5[23] ו-6[24] עולה תמונה של היכרות גבוהה עם יישומוני התשלום (**93%** ו-**92%**, בהתאמה), כמעט כמו המזומן וכרטיס החיוב שהם אמצעי תשלום מרכזיים וותיקים יותר. כן יש הבדל של כ-10 נקודות האחוז בין השיעור של אלה שציינו שהם מכירים ומשלמים באמצעות יישומון התשלום לבין

[21] רוב אמצעי התשלום מופיעים בכלל השאלות ורוב השאלות נשאלו בכל ארבעת סקרי ההעדפות, אך מסיבות שונות, כמו אלה שהוזכרו בהערה 13, אין דמיון מוחלט בין השאלות לבין כמות אמצעי התשלום שמופיעים כאפשרות של מענה בכל שאלה.

[22] בשאלה זו, נבחן כל אמצעי תשלום בפני עצמו, כלומר ההשוואה היא בין שיעור המענה לכל אחת מהאפשרויות וכל התשובות מסתכמות למאה אחוזים עבור כל אמצעי תשלום. אמצעי התשלום יוצגו זה לצד זה, אך מסיבות אלה הגדלים של העמודות לא מופיעים באותו קנה מידה ולכן אינם ניתנים להשוואה באופן חזותי.

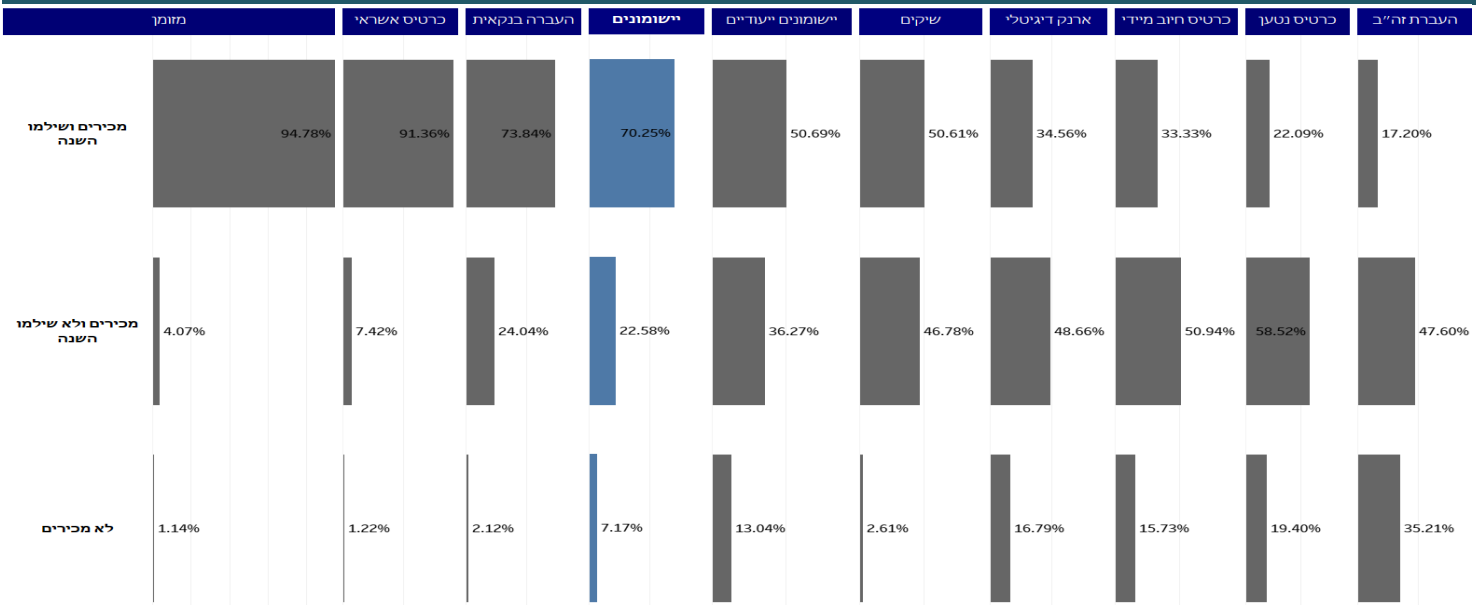
[23] "לפניך רשימה של אמצעי תשלום. נא לסמן לגבי כל אחד מהם מהי ההגדרה הנכונה ביותר לגבי כספים שאת/ה משלם/ת לבתי עסק/ נותני שירותים או לאנשים אחרים בסביבה שלך."

[24] "לפניך רשימה של אמצעי תשלום. נא לסמן לגבי כל אחד מהם מהי ההגדרה הנכונה ביותר לגבי כספים שאת/ה מקבל/ת ממקום העבודה שלך או מאנשים בסביבה שלך."

שיעור המכירים ומקבלים תשלום ביישומון התשלום שלהם. על הסיבה לכך נעמוד בהמשך באמצעות השאלות שיעסקו ביתרונות ובחסרונות שרואים הנדגמים באמצעי התשלום.

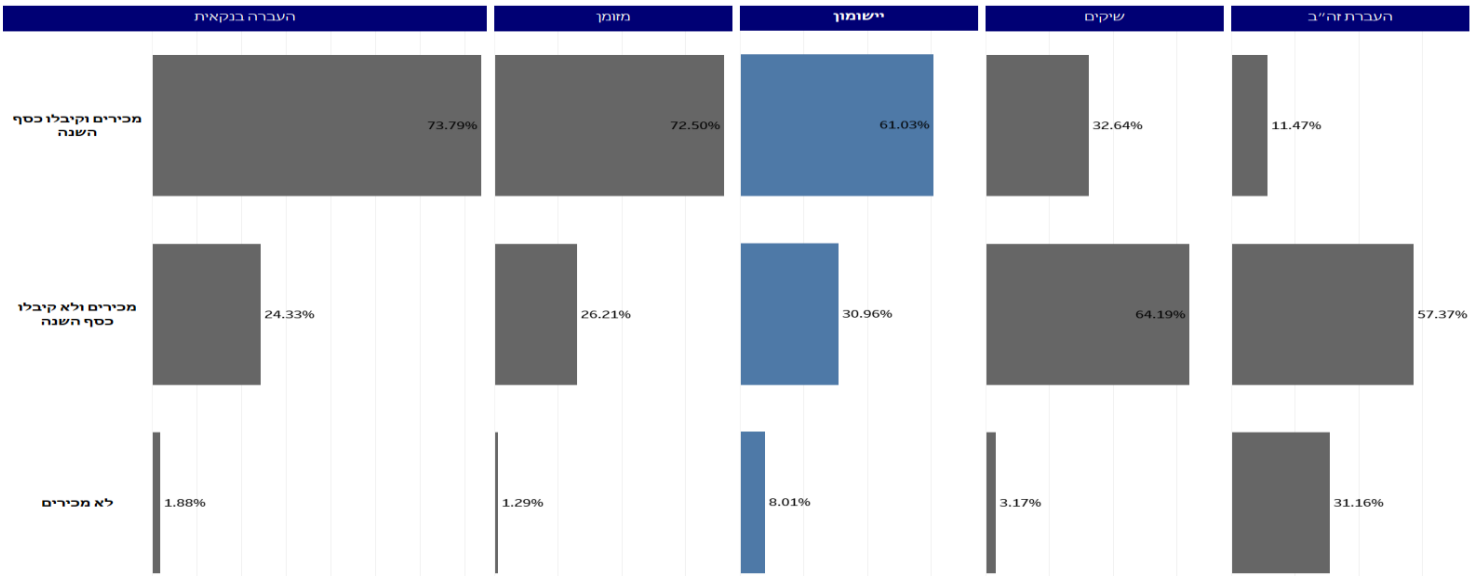
איור 5: רמות ההיכרות השונות עם אמצעי התשלום בקרב יחידים כמשלמים

רוב גדול של הנדגמים ביצע השנה העברת תשלום באמצעות יישומון התשלום.



איור 6: רמות ההיכרות השונות עם אמצעי התשלום בקרב יחידים כמקבלי תשלום

יחידים שמכירים יישומוני תשלום מעדיפים יותר להיות בצד המשלם מאשר בצד של מקבל התשלום, אם כי לא בהפרש ניכר.



בקרב בתי העסק (איורים 7[25] ו-8[26]) עולה תמונה מפתיעה: יותר ממחצית מבתי העסק הקטנים ציינו שקיבלו השנה תשלום באמצעות יישומון תשלום. החדירה של יישומוני התשלום לעולמות ה-P2B היא אם כך נרחבת ביותר וככל הנראה גם בעולמות ה-B2B, שכן יותר ממחציתם של בתי העסק גם מבצעים תשלומים באמצעות יישומוני התשלום. יותר בתי עסק קיבלו השנה לפחות תשלום אחד ביישומון תשלום (**64%**) מאשר בתי עסק שקיבלו תשלום בשיק (**48%**) וכך גם מן הצד המשלם.

שאלה זו נבחנה גם מנקודת המבט של חלוקה לאזורים גאוגרפים. באיור 9 ניתן לראות את היחידים שנמצאים בצד המשלם בקרב כלל האוכלוסיות שנבחנו ואת ההתפלגות של רמת ההיכרות של יישומוני התשלום ביניהם. ניתן לראות, בהתאם להערכה המוקדמת, כי יש אזורים גאוגרפים, בעיקר ירושלים, עם שימוש מתון יותר ביישומוני תשלום (**61%**) וזאת להערכתנו לאור הרכב האוכלוסייה המגוון והלא אחיד שנמצא בה במידה רבה לעומת ערים אחרות. ניתן לראות כי לא רק ששיעור הלא מכירים גדול יותר (**10%**), אלא גם ששיעור המכירים שבוחרים שלא לעשות שימוש ביישומוני התשלום הינו גדול (**29%**). באותו איור מופיעה גם החלוקה המגזרית ואכן האוכלוסיות החרדית והערבית, שלהן יש ייצוג גדול באזור ירושלים לעומת ערים אחרות, מציגות שיעור היכרות נמוך יחסית (**83%** בקרב החרדים, **85%** בקרב הערבים) עם יישומוני התשלום.

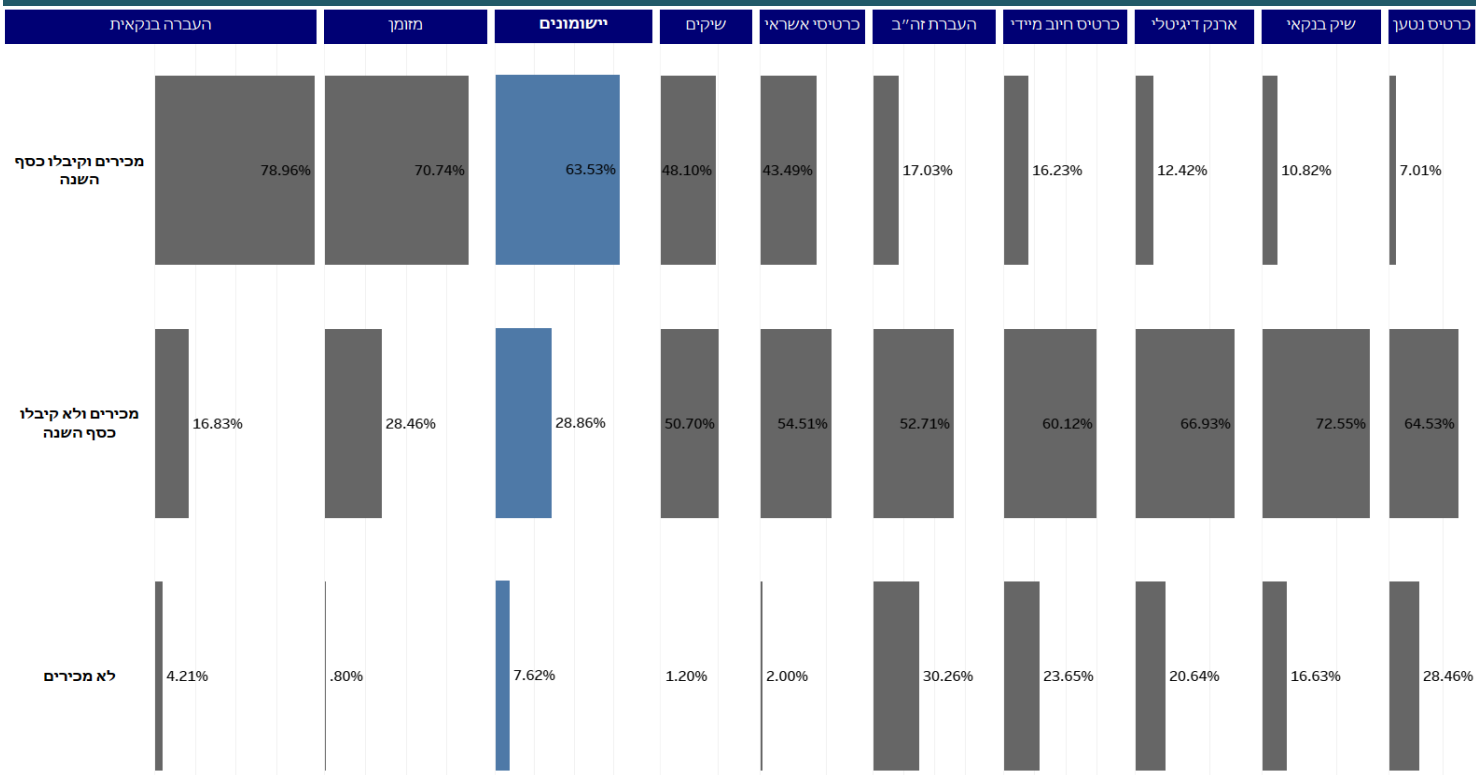
גם לרמת ההכנסה יש השפעה, בעלי הכנסה נמוכה בוחרים יותר שלא להשתמש ביישומון תשלום (**27%**). לרמת ההשכלה אין השפעה: כאשר בוחנים את הפילוח לפי רמת ההשכלה בקרב מקבלי תשלום יחידים, פרט לשוני קטן שנגלה בין אקדמאים לבין לא אקדמאים, כאשר סביר יותר שאקדמאים יקבלו תשלום ביישומון תשלום, לא מוצאים הבדלים משמעותיים בהקשר זה. הסיבות שאוכלוסיות מסוימות ישתמשו פחות באמצעי תשלום מסוים הן מגוונות, החל מחשדנות כלפי אמצעים מקוונים ועד לאיסורי שימוש מסיבות של דת, כמו איסורי ריבית. בהמשך נעמוד על החסרונות שמשתקפים באמצעי התשלום המרכזיים, כפי שהדבר נראה מנקודת המבט של כל חלק באוכלוסייה.

[25] "לפניך רשימה של אמצעי תשלום. נא לציין מהי ההגדרה הנכונה ביותר, בנוגע לקבלת תשלום מלקוחות בכל אחד מהם."

[26] "לפניך רשימה של אמצעי תשלום. נא לציין מהי ההגדרה הנכונה ביותר, בנוגע לתשלום של ההוצאות של העסק בכל אחד מהם."

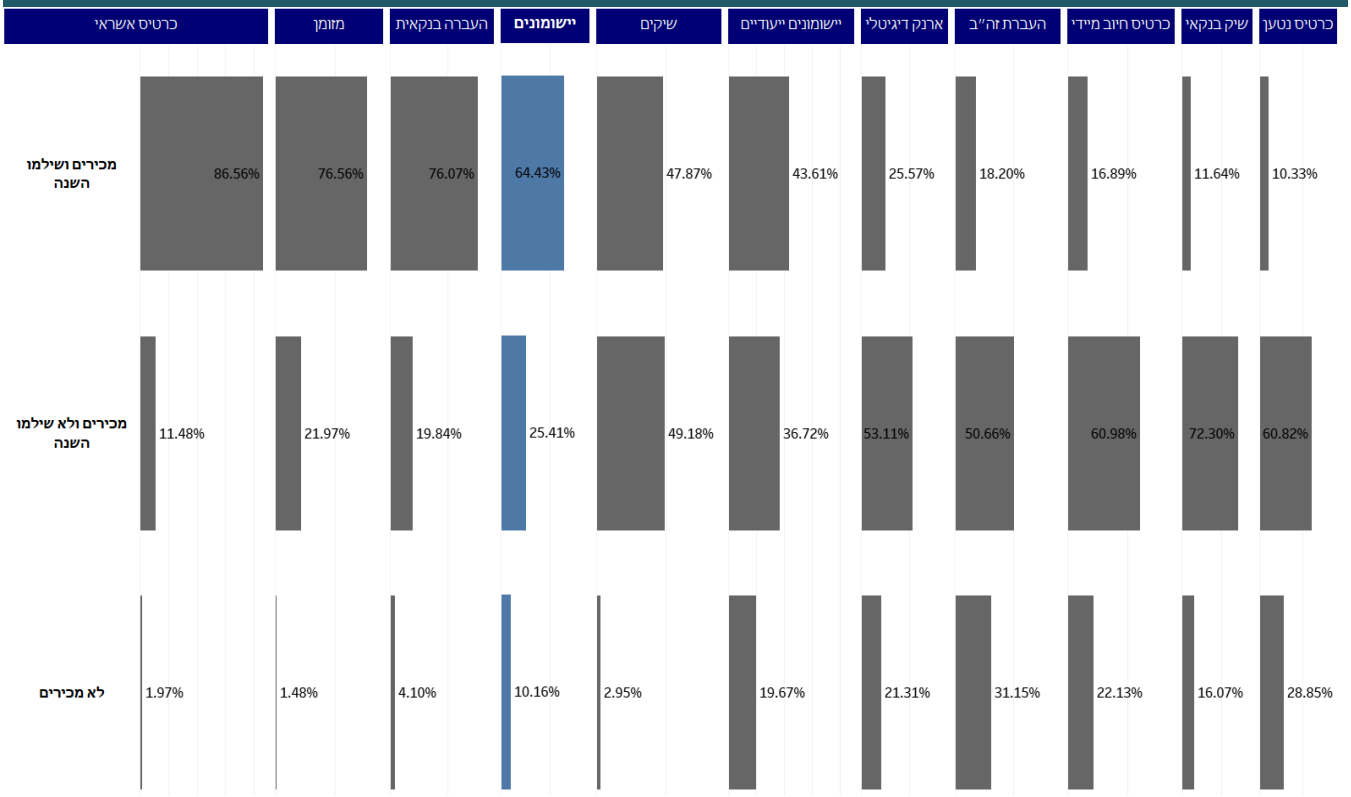
איור 7: רמות ההיכרות השונות עם אמצעי התשלום בקרב בתי עסק קטנים כמקבלי תשלום

רוב בתי העסק קיבלו לפחות פעם אחת השנה תשלום באמצעות יישומון תשלום.



איור 8: רמות ההיכרות השונות עם אמצעי התשלום בקרב בתי עסק קטנים כמשלמים

רוב בתי העסק גם מבצעים תשלומים באמצעות יישומוני התשלום.



נמצא אם כן כי רוב הנדגמים בכלל קבוצות הדגימה עשו שימוש ביישומוני התשלום. עם זאת אין בכך כדי להעיד על שימוש תדיר באותם יישומוני תשלום ומשום כך נשאלו אותם נדגמים שהעידו על שימוש אחד לפחות ביישומון התשלום באותה השנה, מהי התדירות שבה הם משתמשים ביישומוני התשלום – האם השימוש הוא נדיר ושנובע במקרה מסוים מכורח הנסיבות או שמא מדובר בנוהג שאותו הם אימצו לעצמם.

איורים 9[27], 10[28] ו-11[29] שלהלן מראים שרוב השימוש ביישומון תשלום בקרב יחידים לצורך ביצוע תשלומים נעשה בצורה סדירה, אחת לתקופה קצרה יחסית של לפחות פעם בשבוע או פעם בחודש. מעטים הם הנדגמים שהעידו על שימוש לעיתים רחוקות וככל הנראה הוא היה מקרי או מכורח הנסיבות. תמונה דומה עולה בקרב יחידים כמקבלי תשלום: רובם של הנדגמים מקבלים תשלום

[27] "לפניך רשימה של אמצעי תשלום. נא לסמן לגבי כל אחד מהם מהי ההגדרה הנכונה ביותר לגבי כספים שאת/ה משלם/ת לבתי עסק/ נותני שירותים או לאנשים אחרים בסביבה שלך."

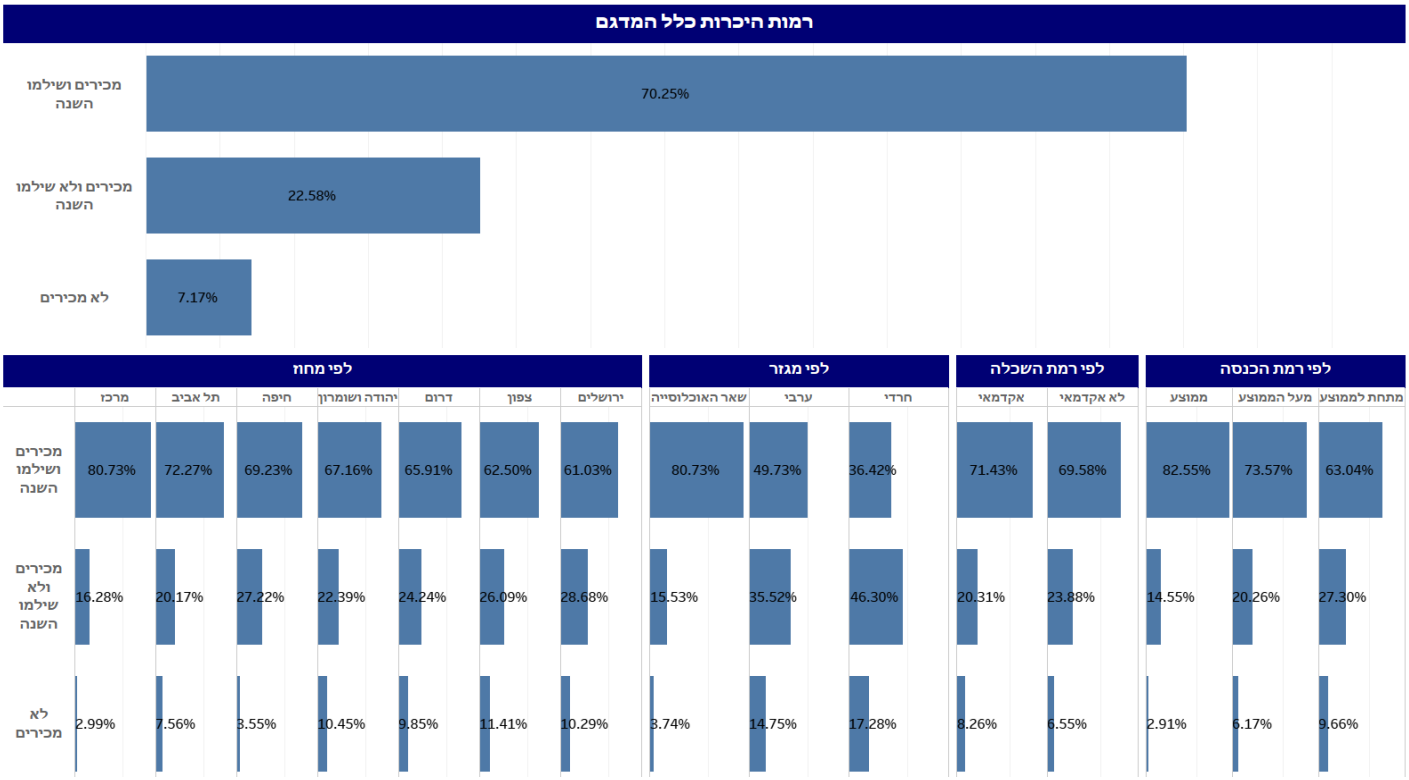
[28] "באיזו תדירות את/ה נוהג/ת לשלם כסף בכל אחד מהם, לחנויות, לבתי עסק, לשלם לאנשי מקצוע, לנותני שירותים או לקרובים/חברים בסביבה שלך".

[29] "באיזו תדירות את/ה נוהג/ת לשלם כסף בכל אחד מהם, לחנויות, לבתי עסק, לשלם לאנשי מקצוע, לנותני שירותים או לקרובים/חברים בסביבה שלך".

אחת לחודש לפחות (**81%**). בקרב בתי עסק כמקבלי תשלום האיור נראה דומה, אך כאשר מדובר על בתי עסק שמשלמים בעצמם, משלמים כשליש מבתי העסק ביישומון התשלומים רק לעתים רחוקות, שיעור שהוא נמוך עדיין, אך גבוה מאשר בשאר המדגמים. היחידים כמשלמים בקרב החלקים השונים באוכלוסייה מתנהגים בצורה שדומה לכלל המדגם, פרט לאוכלוסיות החרדית והערבית שמציגות שיעור גבוה יותר של שימוש לעתים רחוקות מזה של שאר חלקי האוכלוסייה (**32%** בקרב החרדים, **33%** בקרב הערבים) ובהתאמה גם שימוש שבועי נמוך יותר (איור 11). בקרב יחידים כמקבלי תשלום ראוי לציין כי יהודה ושומרון מובילה את המחוזות בשיעור מקבלי התשלום בצורה חודשית – **66%** לעומת **50%** במדגם הכולל.

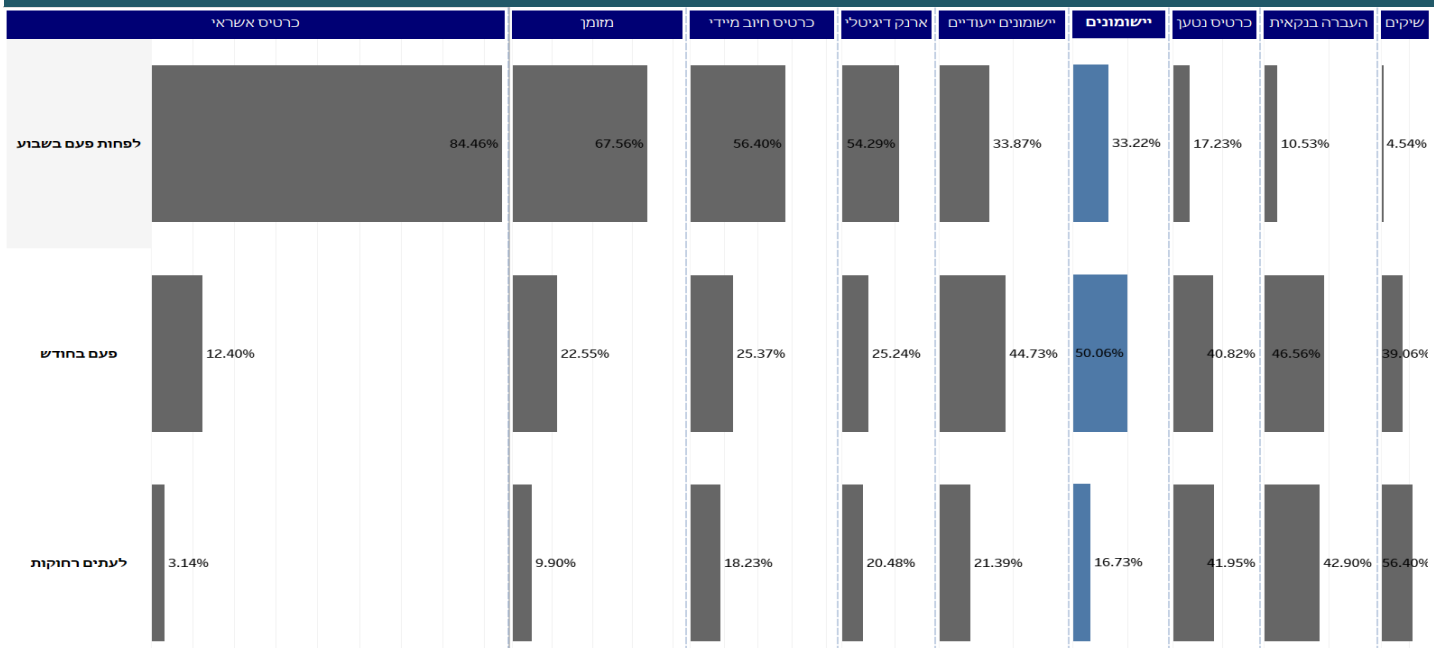
איור 9: התפלגות רמות ההיכרות עם יישומון תשלום בקרב חלקי האוכלוסייה השונים, יחידים כמשלמים

האוכלוסיות החרדית והערבית הן בעלות שימוש ביישומוני תשלום שהוא נמוך משמעותית משאר חלקי האוכלוסייה.



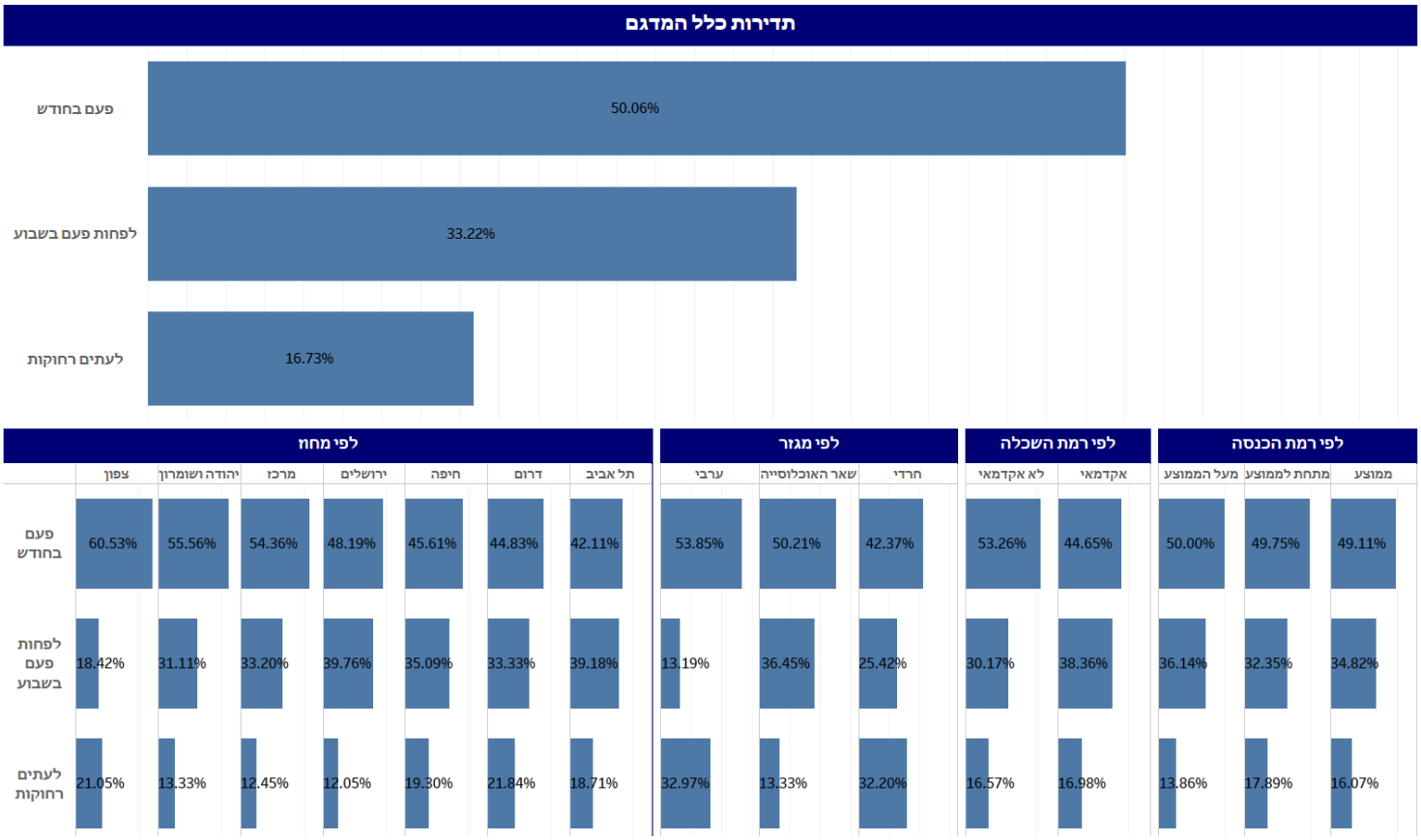
איור 10: תדירות השימוש בכל אמצעי תשלום שהוא, יחידים כמשלמים

הרוב המוחלט של המשתמשים ביישומון התשלום עושה זאת בצורה תדירה.



איור 11: תדירות השימוש בכל אמצעי תשלום שהוא, לפי חלקי אוכלוסייה, יחידים כמשלמים

שונות מהותית נמדדה רק בקרב האוכלוסיות החרדית והערבית.



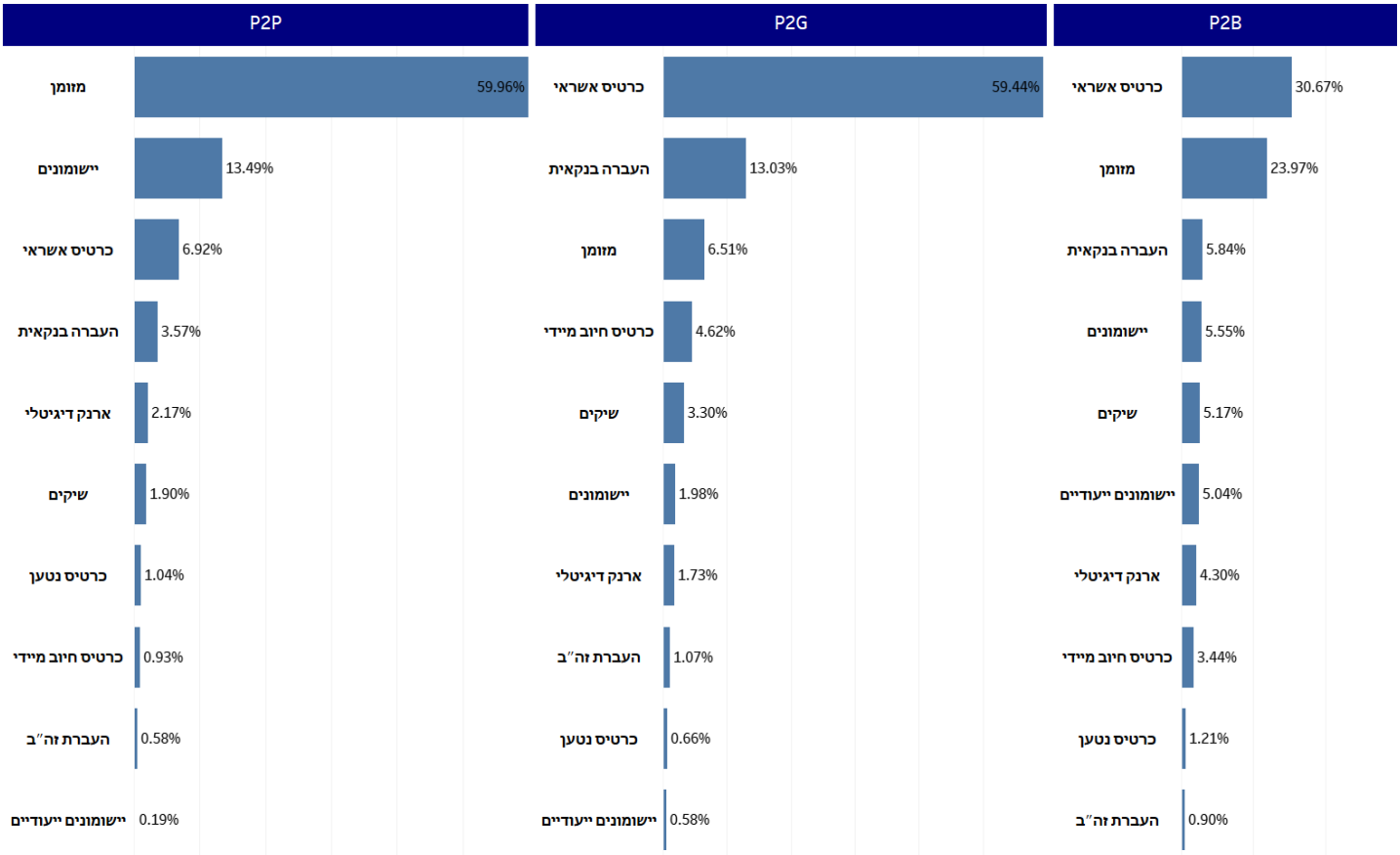
4. העדפת אמצעי תשלום לפי סוג הוצאה/תשלום

בהמשך הוצגו בפני הנדגמים סוגי הוצאה/תשלום שונים והם נשאלו באיזה אמצעי תשלום הם יעדיפו לבצע את התשלום עבורם או לקבל את התשלום באמצעותו. לאחר הביצוע של הצרפת הנתונים (אגרגציה) יוצגו התוצאות לפי הקטגוריות שהוגדרו בפרק המתודולוגיה. יש להדגיש כי שאלה זו עוסקת בהעדפות ולא בשימוש בפועל ולכן ייתכנו העדפות שאינן אפשריות לביצוע במצב הנוכחי של השוק, כמו ההעדפה לשלם בכרטיס חיוב לאדם אחר.

באיור 12[30] ניתן לראות שההעדפה בקרב יחידים לשלם ביישומוני תשלום אינה מהמובילות מבין אמצעי התשלום, מלבד בתשלום ליחידים אחרים, שבו יישומון התשלום נמצא במקום השני בסדר העדיפויות. ברוב השימושים מעדיפים היחידים לשלם במזומן או בכרטיס חיוב. ניתוח עמוק יותר של הסיבות לכך מוצגות בהמשך הסקירה.

איור 12: ההעדפה לתשלום ביישומון תשלום לפי סוג התשלום, יחידים כמשלמים

ההעדפה לשימוש ביישומון התשלום גבוהה רק בתשלומי P2P.

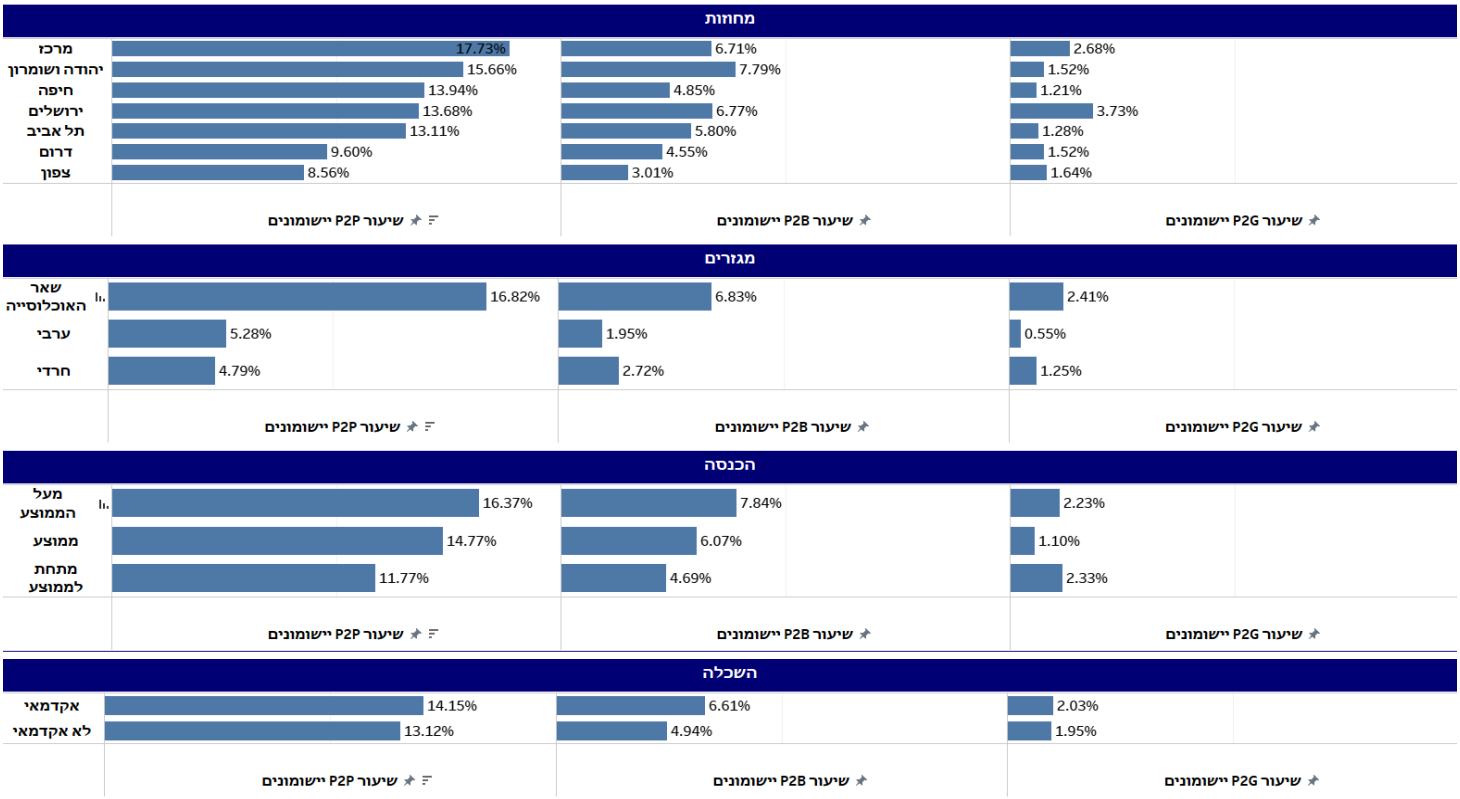


[30] "כיצד הכי תעדיף/י לשלם, בכל אחד מהמצבים/המקומות הבאים?"

איור 13[31] מראה את העדפותיהם של היחידים לפי חלקי אוכלוסייה[32] - ניתן לראות למשל שבמחוז המרכז ובאיו"ש ה-P2P נפוץ יותר מאשר במדגם הכללי (**18%** במרכז ו-**16%** באיו"ש, לעומת **13%** במדגם הכללי), אך בתל אביב למשל יש שיעור נמוך יותר (**13%**). האוכלוסיות החרדית והערבית מציגות שיעורים נמוכים משמעותית משאר חלקי האוכלוסייה (**5%**) ומהמדגם הכללי ובעלי הכנסה גבוהה מציגים שיעור גבוה (**16%**). תושבי איו"ש ובעלי הכנסה גבוהה מציגים שיעור גבוה גם בתשלום לבתי עסק (**8%**).

איור 13: ההעדפה לתשלום ביישומון תשלום לפי סוג התשלום לפי חלקי האוכלוסייה, יחידים כמשלמים

השונות הגדולה ביותר נמדדה בפילוח המגזרי: הבדלים משמעותיים בין האוכלוסיות החרדית והערבית לבין שאר חלקי האוכלוסייה.



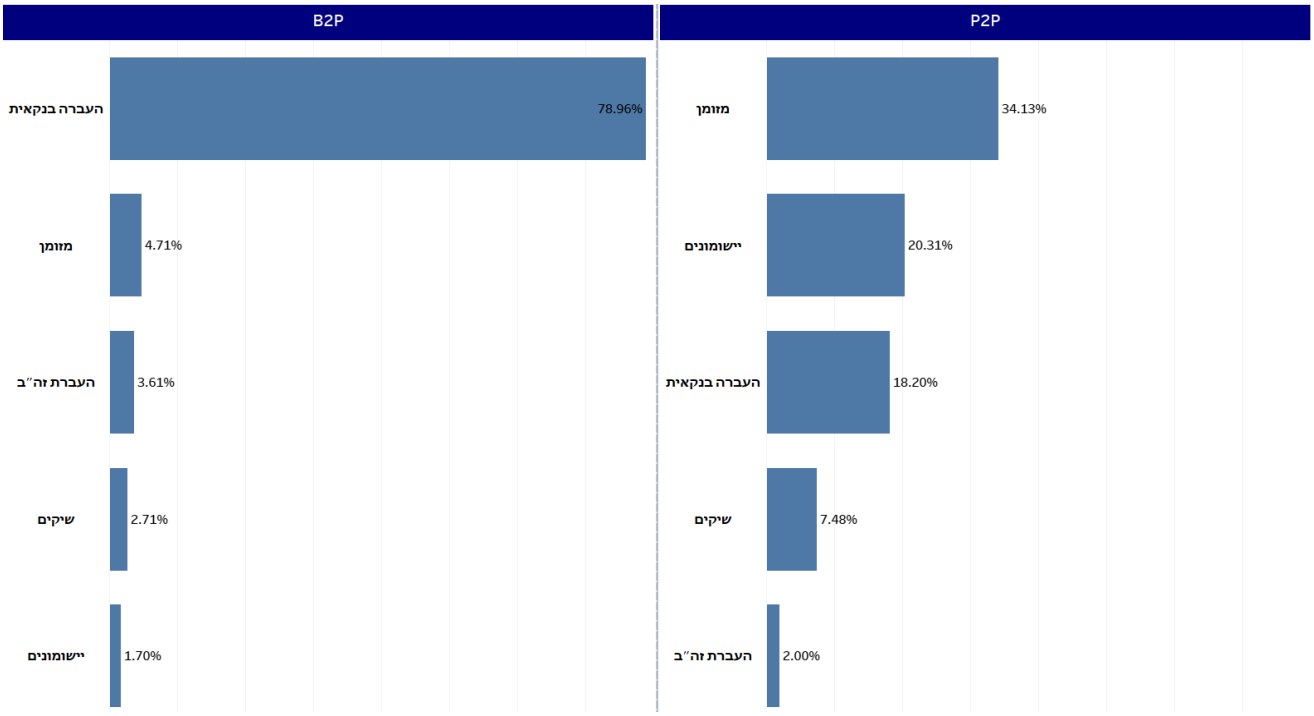
[31] "כיצד הכי תעדיף/י לשלם, בכל אחד מהמצבים/המקומות הבאים?"

[32] באיור זה מוצג רק השיעור של יישומוני התשלום, למשל, כמה בחרו לשלם P2P ביישומון התשלום במחוז מסוים ולכן השיעורים אינם מסתכמים למאה אחוזים.

איור 14[33] מציג את המדרג של אמצעי התשלום בראייה של יחידים כמקבלי התשלום. כאן יש הבדל משמעותי בין קבלת תשלום מבית עסק לעומת קבלת תשלום מיחיד אחר. כמעט ואף נדגם לא בחר להעדיף לקבל תשלום מבית עסק ביישומון תשלום (**2%**). מאחר שקבלת שכר היא האפשרות היחידה של תשלום זה, ניתן להסיק כי אין רצון כלל לקבל שכר עבודה באמצעות יישומון התשלום. בתחום זה ההעברה הבנקאית שולטת ללא עוררין עם כמעט **80%** מהנדגמים שבחרו באמצעי תשלום זה. לעומת זאת הייתה קבלת תשלום ביישומון תשלום מיחיד אחר מועדפת על ידי **20%** מהנדגמים, לעומת קבלת תשלום באמצעי תשלום אחרים.

איור 14: ההעדפה לקבלת תשלום ביישומון תשלום לפי סוג התשלום, יחידים כמקבלי תשלום

יישומוני התשלום נפוצים רק בתשלומי P2P.



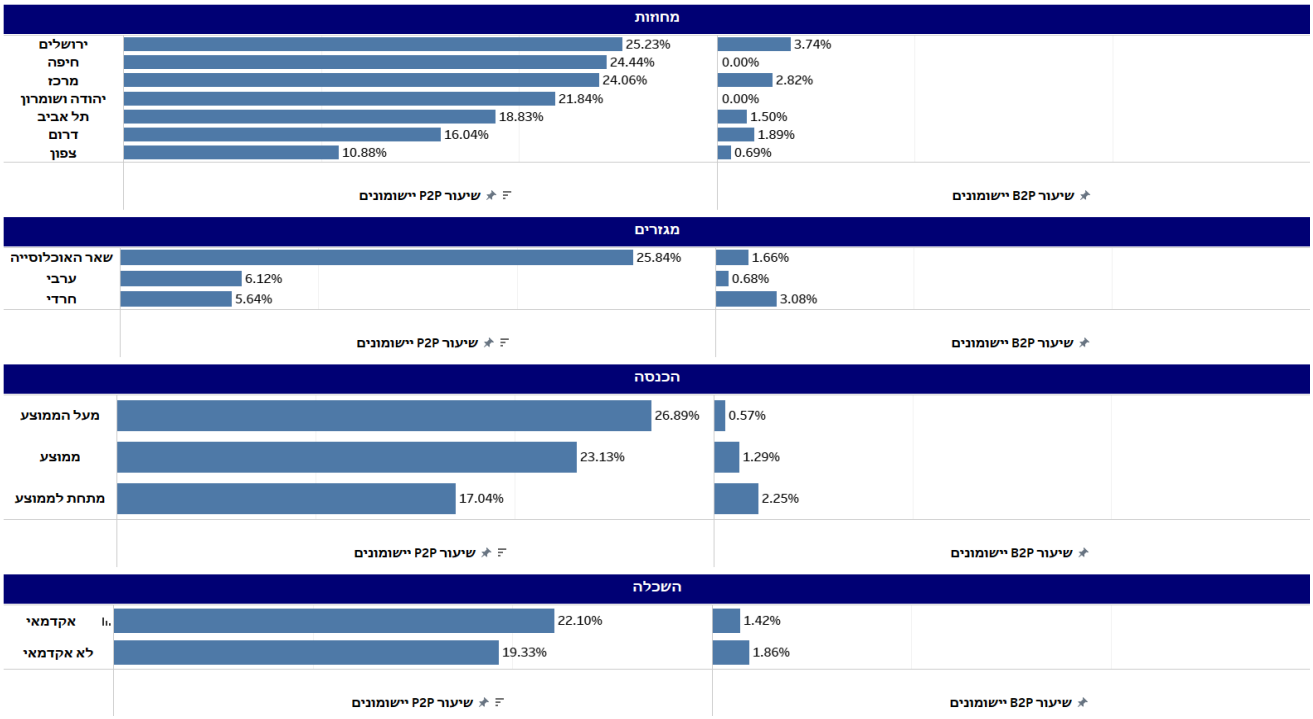
כשמדובר בהשוואה לשאר אמצעי התשלום שברשותם הביעו יותר נדגמים את העדפתם לקבל תשלום ביישומון התשלום מאשר לבצע תשלום באמצעותו. באיור 15[34] ניתן לראות שוב שתל אביב נמצאת מתחת לממוצע המדגמי (**19%**), כמו גם שניתן לראות שוב את ההשפעה של השייכות מגזרית על הרצון להשתמש ביישומון תשלום – בקרב האוכלוסיות החרדית והערבית שיעור הרצון להשתמש בו הוא נמוך משמעותית (**6%**). גם לרמת ההכנסה יש השפעה על הרצון להשתמש

[33] "כיצד הכי תעדיף/י לקבל כסף, בכל אחד מהמצבים/המקומות הבאים?"
[34] "כיצד הכי תעדיף/י לקבל כסף, בכל אחד מהמצבים/המקומות הבאים?"

ביישומון תשלום: ככל שההכנסה גבוהה יותר, הסבירות שתהיה העדפה לקבלת תשלום P2P ביישומון תשלום גדלה. בראייה של בתי עסק השיעורים מאוד נמוכים בכלל סוגי השימוש.

איור 15: ההעדפה לקבלת תשלום ביישומון תשלום לפי סוג התשלום לפי חלקי האוכלוסייה, יחידים כמקבלי תשלום

גם כאן ניתן לראות השפעה מהותית לשייכות מגזרית וכן שיישומוני התשלום נפוצים רק בתשלומי P2P.



5. העדפת אמצעי תשלום לפי סכום התשלום

בהמשך נשאלו הנדגמים שוב לגבי העדפת השימוש באמצעי התשלום, כאשר הפעם הבחירה היא בהתחשב בסכום התשלום שמועבר/שמתקבל. נזכיר שוב כי מדובר בהעדפות ולא בשימוש בפועל ולכן ייתכנו למשל תוצאות של העדפת שימוש במזומן בסכומים שלא מתאפשרים מכיוון שהם חורגים מהמותר בחוק הקיים[35] או העברות תשלום ביישומוני תשלום בסכומים שגבוהים מההגבלה שקיימת ביישומון התשלום.

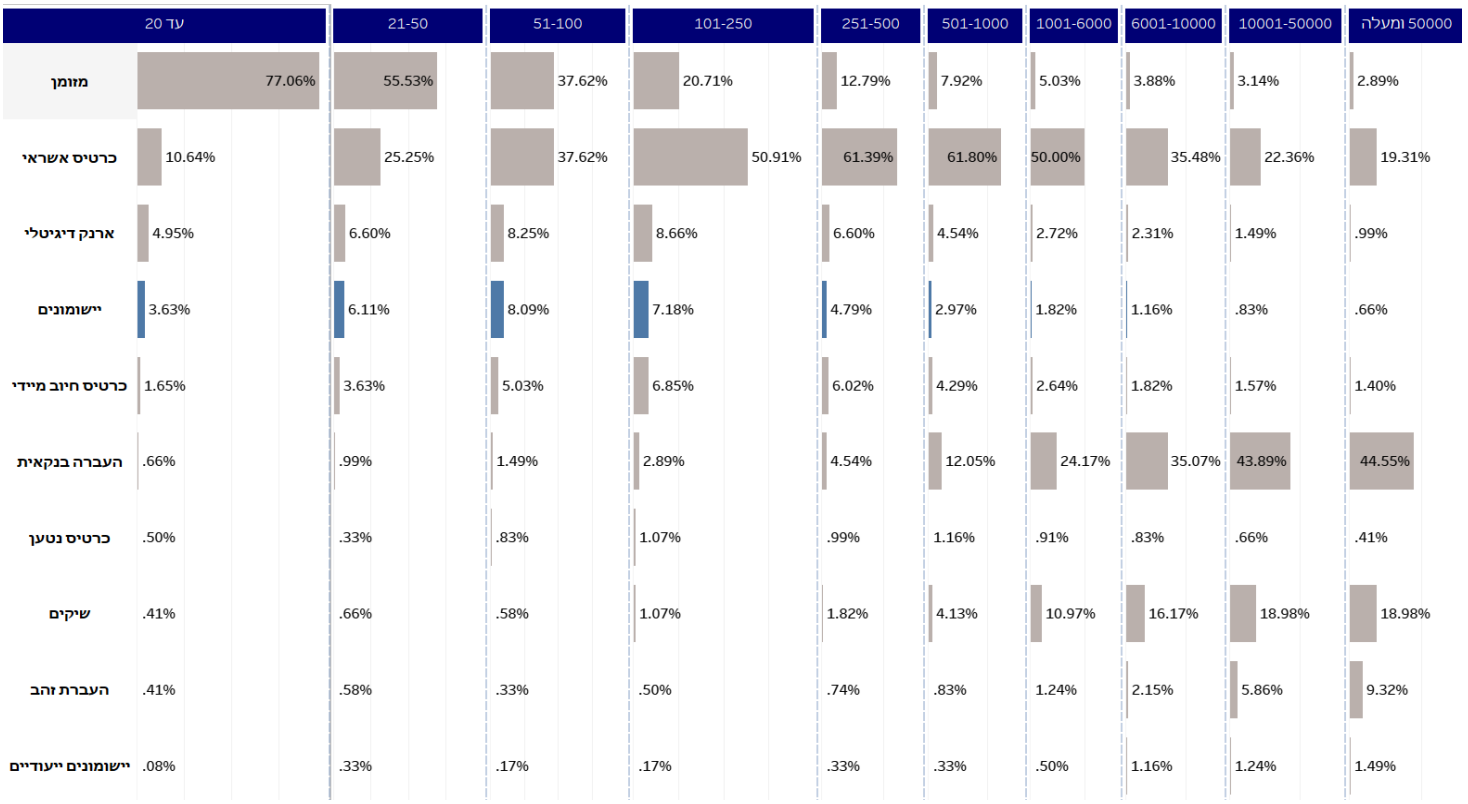
לסכום התשלום יכולה להיות חשיבות מכרעת על הבחירה באמצעי התשלום הרצוי, משיקולים שונים, כמו למשל מסגרת השימוש בכרטיס חיוב או מסגרת של חשבון העו"ש וכד'.

[35] חוק לצמצום השימוש במזומן, תשע"ח-2018. הנוסח המלא בכתובת: https://www.nevo.co.il/law_html/law00/154374.htm.

איור 16[37;36] מציג את העדפתם של יחידים <u>להעברת</u> תשלום בכל אחד מאמצעי התשלום לפי סכום התשלום שמועבר/שמתקבל. אמנם יישומוני תשלום אינם מהאמצעים המועדפים ביותר באף מדרגת סכום, אך הן כן נפוצות יותר כשמדובר במדרגות סכום נמוכות - שיעור השיא הוא **8%** בתשלום של **51-100** שקלים.

איור 16: העדפת אמצעי תשלום לפי סכום העסקה, יחידים כמשלמים

יישומוני התשלום נפוצים יותר במדרגות הסכום הנמוכות.



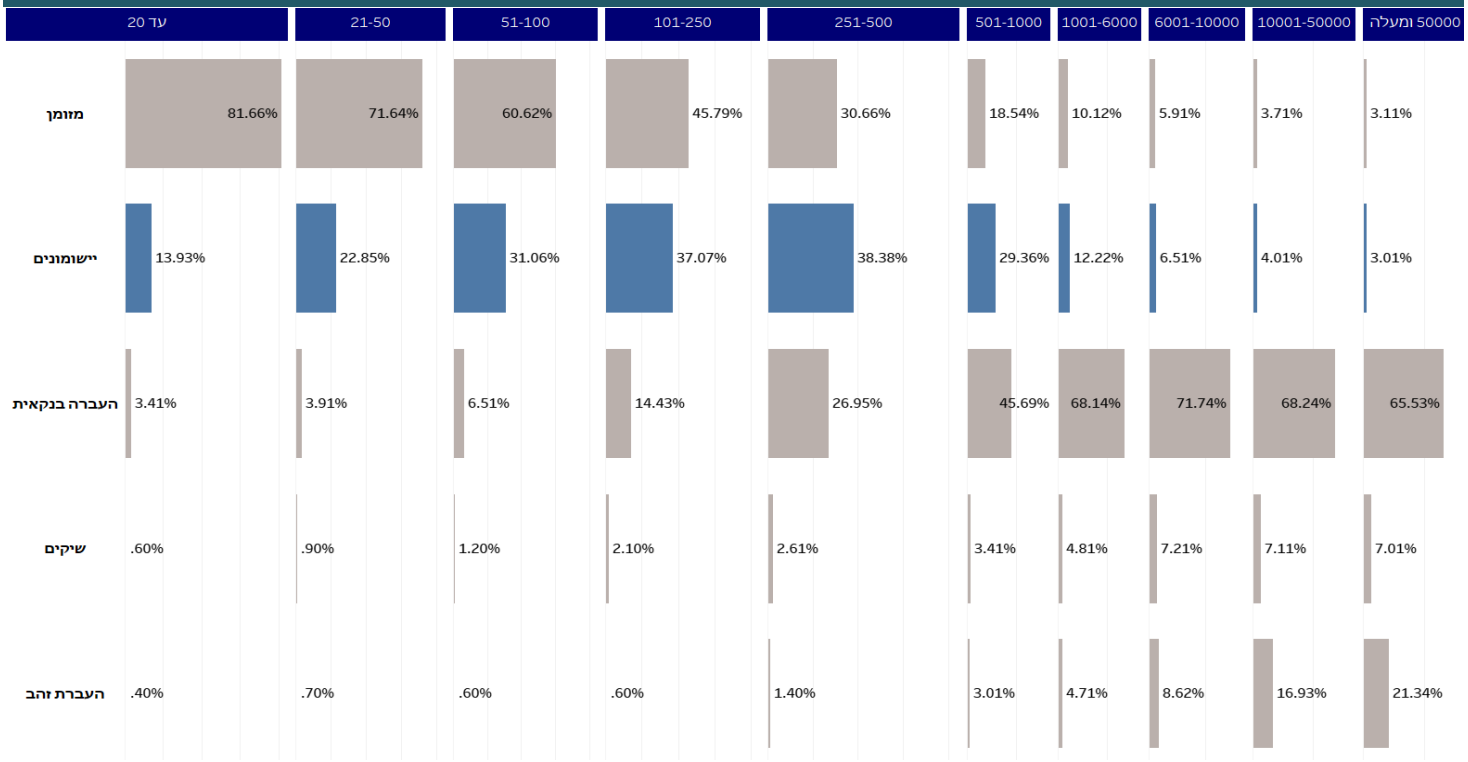
[36] הגדלים של העמודות אינם מופיעים באותו קנה מידה ואינם ניתנים לכן להשוואה באופן חזותי.

[37] "כעת נציג בפניך סכומי תשלום שונים. נא לסמן באיזו דרך את/ה הכי מעדיף/ה לשלם, בכל אחד מהם."

איור 17[38] מראה כי שיעור המעדיפים לקבל תשלום באמצעות יישומוני התשלום, גם כשהסכום הוא הפרמטר המשתנה, גבוה משיעור המעדיפים לבצע תשלומים בעזרתם[39]. שיעור הבחירה ביישומוני תשלום לקבלת תשלום מתחיל ב-**14%** במדרגה הנמוכה ביותר (**0-20** שקלים) ו"מטפס" עד לשיא של כ-**40%** במדרגה של **251-500** שקלים, כאשר יישומוני התשלום הם האמצעי המועדף ביותר לקבלת תשלומים במדרגה זו. לאחר מכן יורדים השיעורים בהדרגה עד לכ-**3%** במדרגה הגבוהה ביותר (**50,000** שקלים ומעלה).

איור 17: העדפת אמצעי תשלום לפי סכום העסקה, יחידים כמקבלי תשלום

גם בקבלת תשלומים מעדיפים יחידים יישומוני תשלום בסכומים נמוכים לעומת סכומים גבוהים.



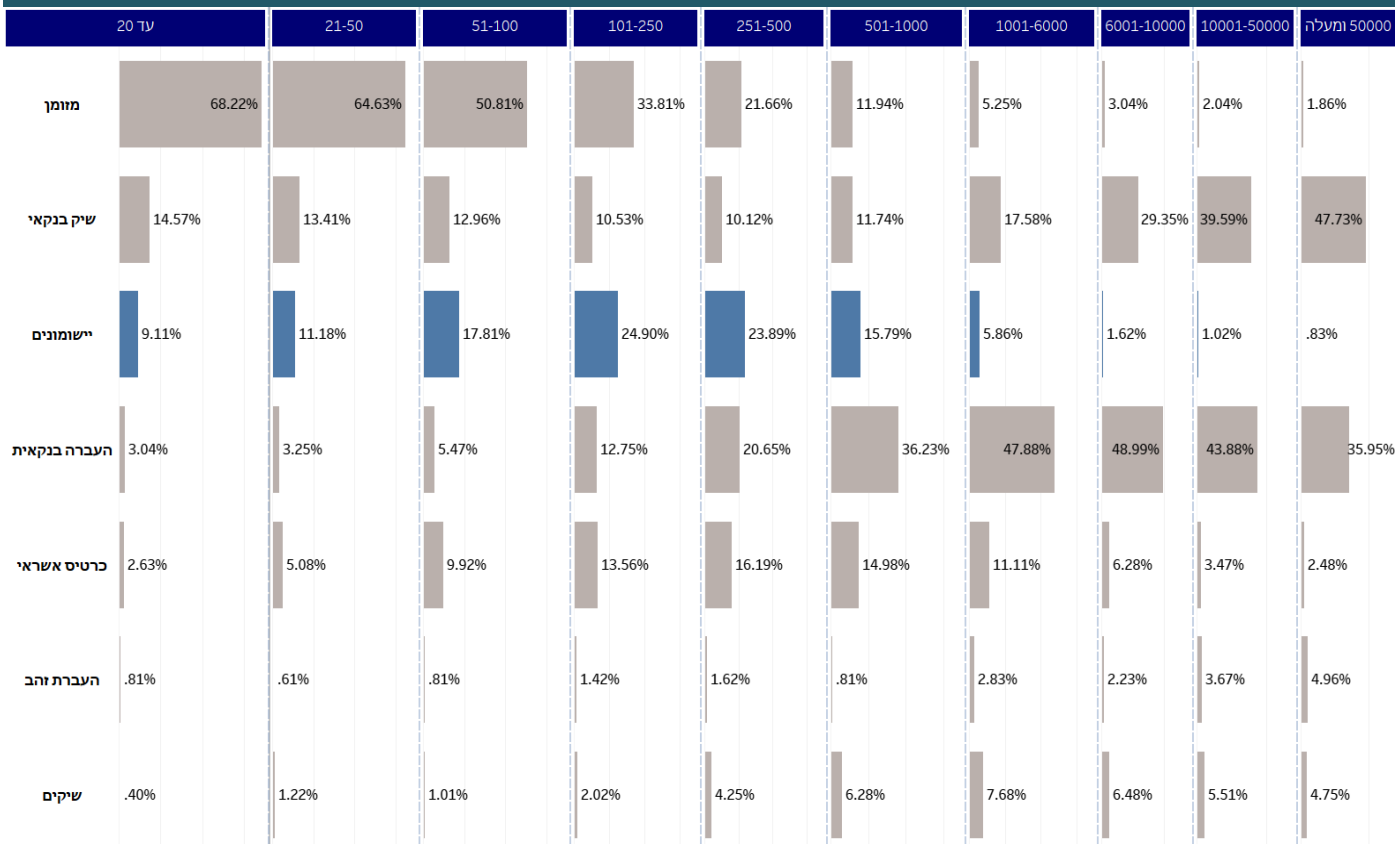
[38] "כעת נציג בפניך סכומי תשלום שונים. נא לסמן לגבי כל אחד מהסכומים, באיזו דרך את/ה הכי מעדיף/ה לקבל את אותו סכום."

[39] ייתכן שיש השפעה של כמות הברירות לבחירה מבין אמצעי התשלום על שיעור הבחירה ביישומוני התשלום, כאשר היא נמוכה יותר כשמדובר על קבלת תשלום.

באיור 18[40] שמתייחס לבתי עסק כמקבלי תשלומים - בקרב בתי העסק הסכומים המועדפים ביישומוני התשלום הם הנמוכים יותר, כשהשיא נמצא במדרגה של **100-200** שקלים וגם במדגם זה יישומוני התשלום הם האמצעי המועדף (**24%**) במדרגה של **251-500** שקלים. דפוס העדפה דומה עולה גם מתוך המדגם של בתי העסק כמבצעי תשלומים.

איור 18: העדפת אמצעי התשלום לפי סכום העסקה, בתי עסק כמקבלי תשלומים

גם בקרב בתי עסק קטנים ועוסקים יישומוני התשלום הם נפוצים יותר בסכומים נמוכים.



6. העדפת אמצעי תשלום לפי מידת הנוחות, היתרונות והחסרונות בשימוש בהם

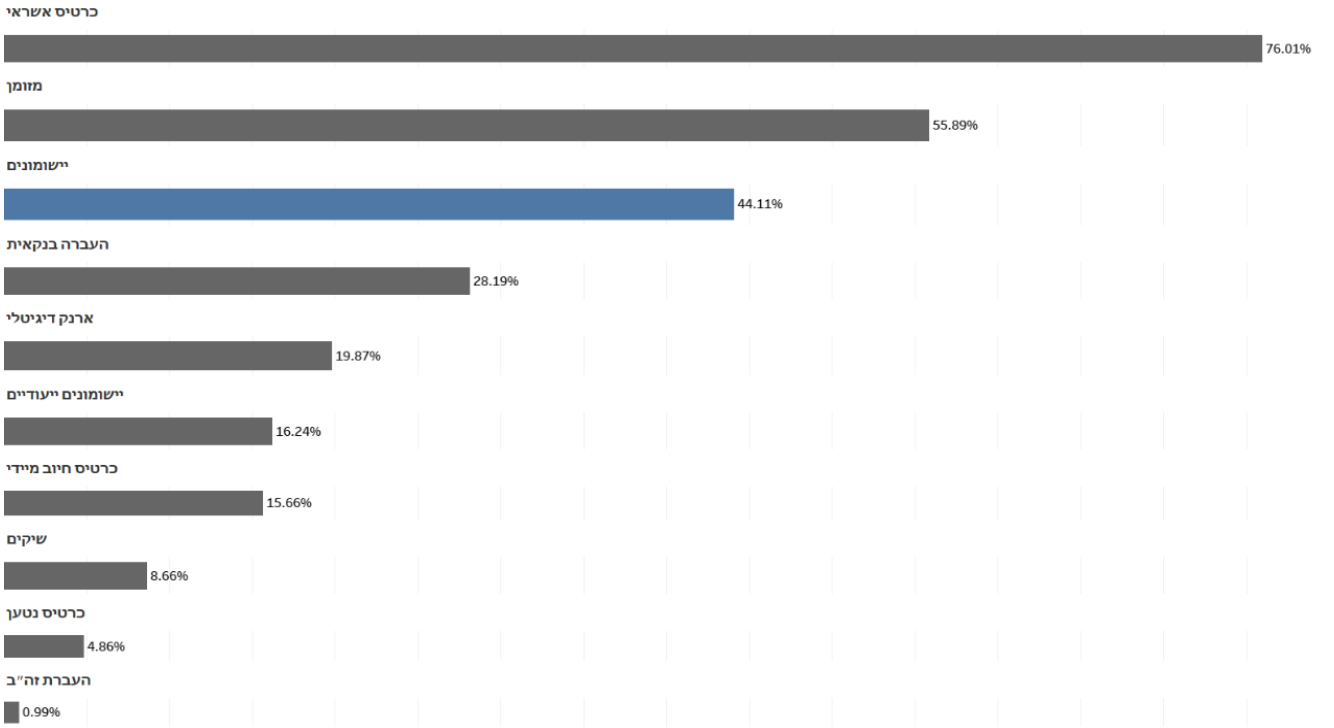
בהמשך נשאלו הנדגמים אילו הם שלושת אמצעי התשלום (או שניים, תלוי במדגם) שהם היו מגדירים כנוחים ביותר עבורם ומהם היתרונות מבחינתם של אותם אמצעי תשלום. לאחר מכן הם נשאלו לגבי אמצעי התשלום הפחות נוחים והחסרונות שהם רואים בהם.

[40] "עכשיו נציג לך סכומי כסף שונים. אם לקוח רוצה לשלם לך את אותו סכום, באיזה אמצעי הכי היית מעדיף/ה לקבל אותו מהלקוח?"

איור 19[41] מציג את דירוג אמצעי התשלום על פי שיעור הנדגמים שבחרו בהם בקרב יחידים כמשלמים לרשימת אמצעי התשלום הנוחים ביותר מבחינתם. ניתן לראות כי יישומוני התשלום נמצאים במקום השלישי במדרג, עם כמעט ממחצית מהנדגמים שבחרו בהם. הם גם המובילים מבין אמצעי התשלום הדיגיטלים.

איור 19: האם יישומון התשלום הוא אמצעי תשלום נוח? יחידים כמשלמים

כמעט מחצית מהנדגמים רואים ביישומון התשלום אמצעי תשלום נוח.

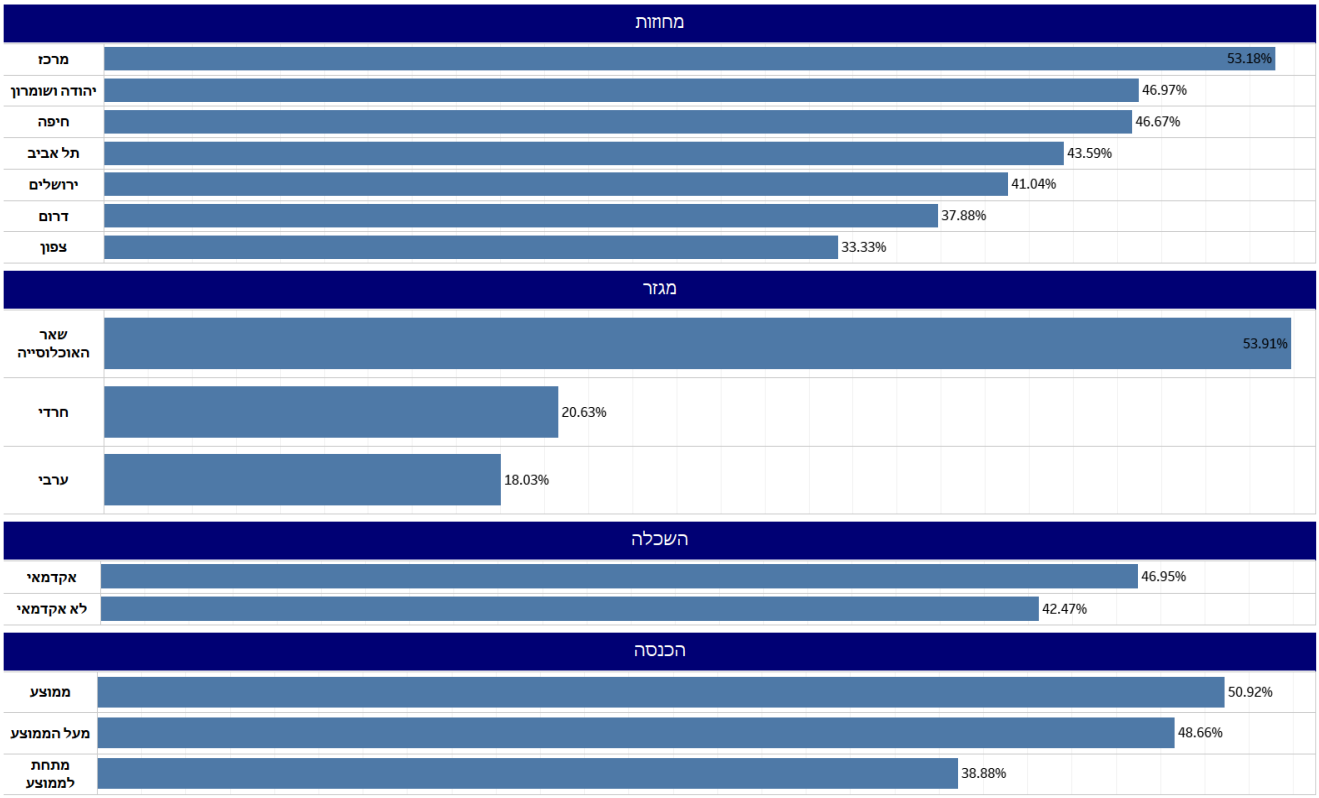


באיור 20[42] ניתן לראות כי יותר ממחצית מהאוכלוסייה במחוז המרכז בחרה ביישומוני תשלום כאמצעי נוח ושוב ניתן לראות שאוכלוסיות החרדית והערבית הן בעלות העדפות שונות מאלה של שאר חלקי האוכלוסייה, עם פערים גדולים מאוד בשיעור השימוש בהם (**21%** ו-**18%**, בהתאמה).

[41] "נא לציין מתוך הרשימה הבאה, מהם שלושת אמצעי התשלום שהכי נוח לך לשלם באמצעותם".
[42] "נא לציין מתוך הרשימה הבאה, מהם שלושת אמצעי התשלום שהכי נוח לך לשלם באמצעותם".

איור 20: האם יישומון תשלום הוא אמצעי תשלום נוח? יחידים כמשלמים, לפי חלקי האוכלוסייה

יותר ממחצית מהנדגמים שמתגוררים במחוז מרכז רואים ביישומון התשלום כאמצעי תשלום נוח.



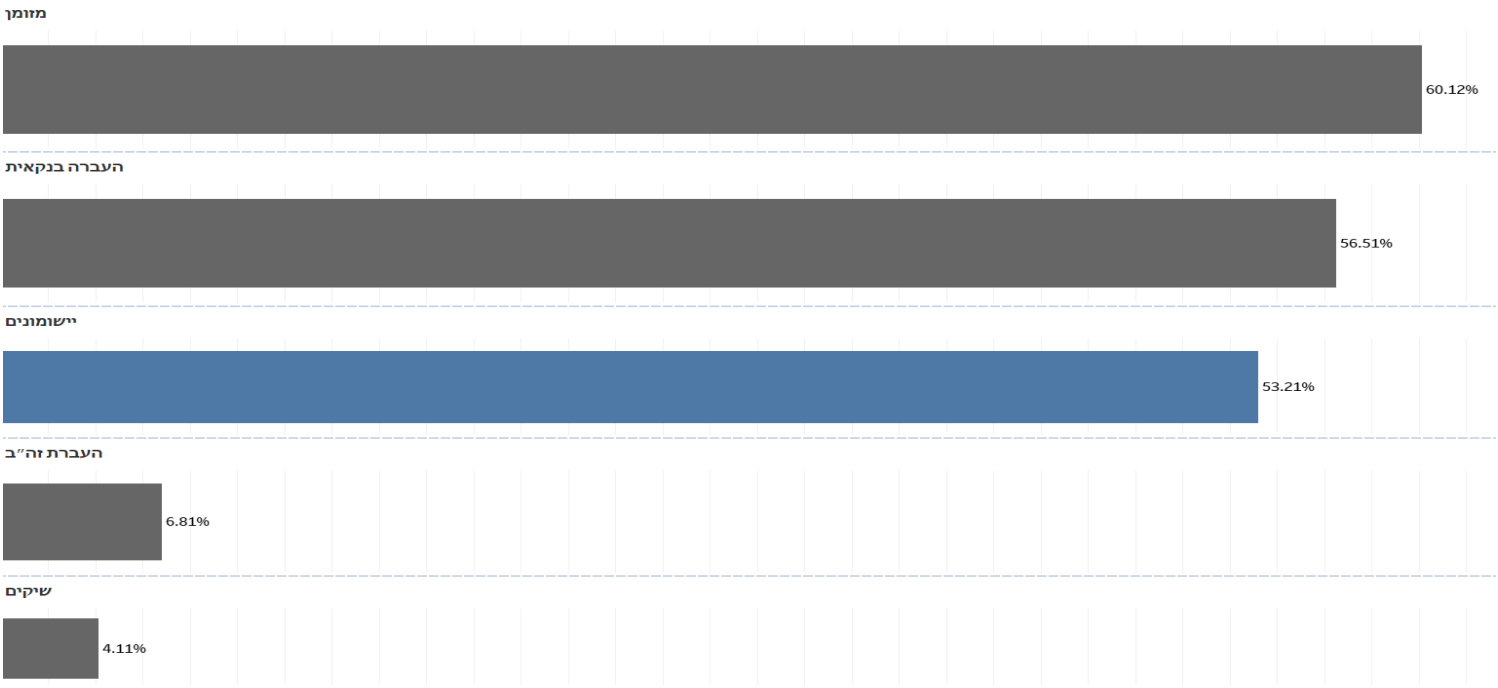
איורים 21[43] ו-22[44] מציגים את הדיווח של יחידים על אמצעי התשלום הנוחים להם לקבלת תשלום – כאן ניתן לראות ששיעור גבוה יותר של בעלי הכנסה גבוהה דיווחו שיישומון התשלום הוא בין אמצעי התשלום שהכי נוח להם לקבל תשלומים באמצעותו (**63%**).

כמו כן ניתן לראות בקרב האוכלוסיות החרדית והערבית שלא רבים בתוכן בחרו ביישומון התשלום כאחד מאמצעי התשלום שהכי נוח להם להשתמש בו (**26%** ו-**19%**, בהתאמה). בין המחוזות מוביל מחוז המרכז גם במדגם זה (**63%**). גם במדגם זה יותר ממחצית מהנדגמים סבורים שיישומוני התשלום הן אמצעי תשלום נוח.

[43] "נא לציין מתוך הרשימה הבאה, מהם שני אמצעי התשלום שהכי נוח לך לקבל בהם כסף".
[44] "נא לציין מתוך הרשימה הבאה, מהם שני אמצעי התשלום שהכי נוח לך לקבל בהם כסף".

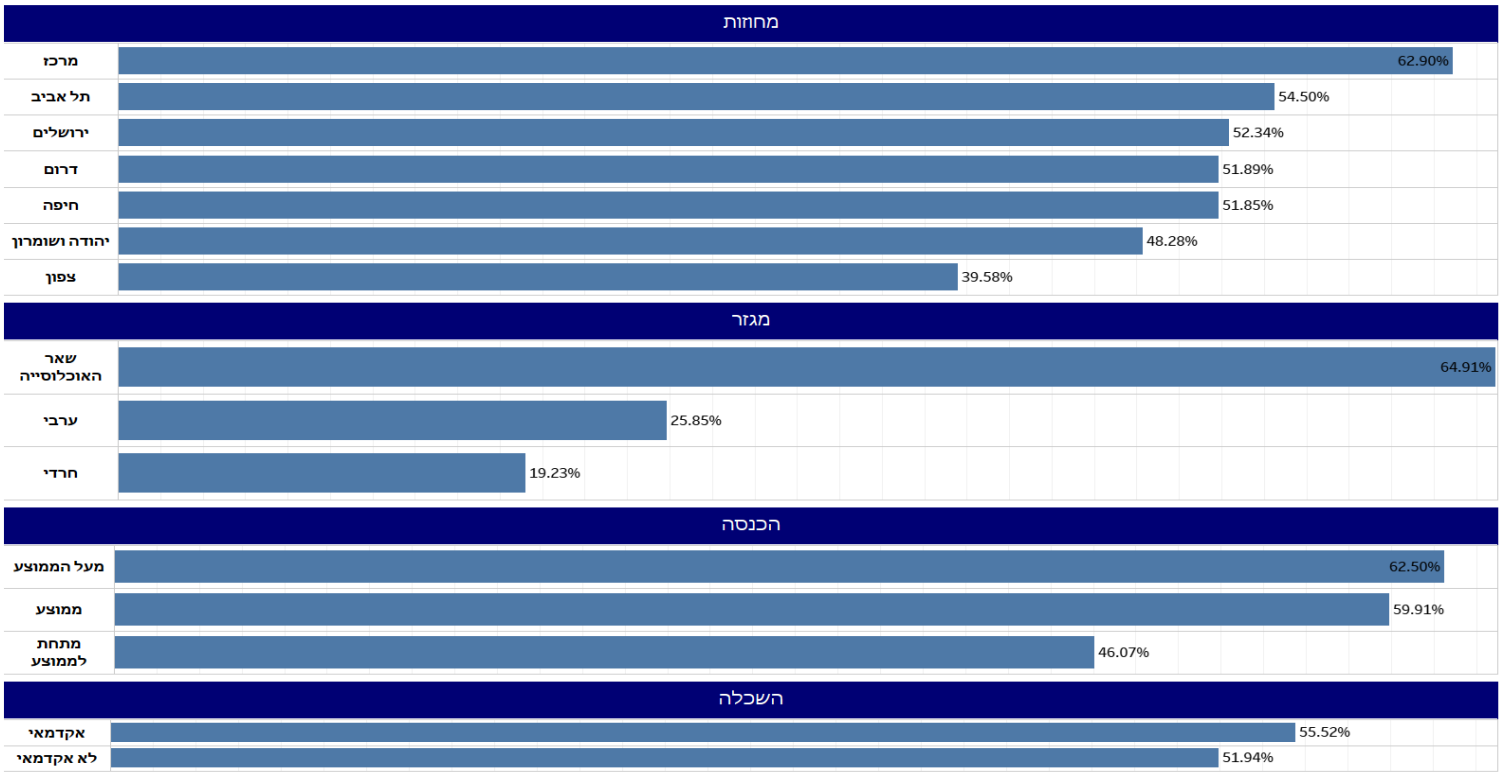
איור 21: האם יישומון התשלום הוא אמצעי תשלום נוח? יחידים כמקבלי תשלום

גם במדגם זה יותר ממחצית מהנדגמים סבורים שיישומוני התשלום הם אמצעי תשלום נוח.



איור 22: האם יישומון תשלום הוא אמצעי תשלום נוח? יחידים כמקבלי תשלום, לפי חלקי האוכלוסייה

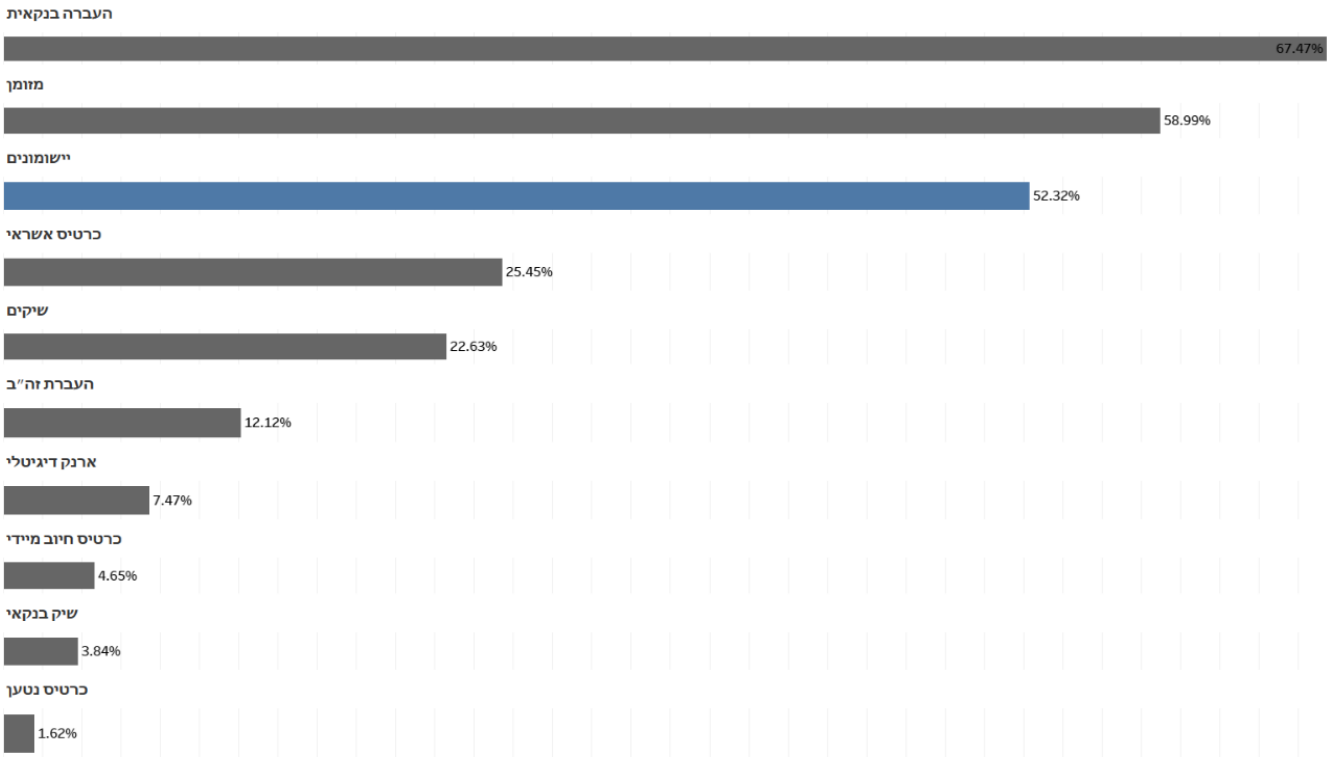
גם כאן ניכרת השונות גדולה בין האוכלוסיות החרדית והערבית לבין שאר חלקי האוכלוסייה.



באיור 23[45] ניתן לראות שגם בתי עסק רואים ביישומוני תשלום אפשרות נוחה לקבלת תשלום, במיוחד אלה שממוקמים במחוז חיפה (**69%**) כפי שרואים באיור 24[46]. כאשר בתי עסק נשאלים על היותם בצד המשלם, נמוך יותר השיעור הכללי בבחירה ביישומוני תשלום כאמצעי תשלום נוח (**40%**), אך גם במדגם זה המחוזות מרכז וחיפה מובילים את הדירוג (**46%** ו-**45%** בהתאמה).

איור 23: האם יישומון התשלום הוא אמצעי תשלום נוח? בתי עסק כמקבלי תשלום

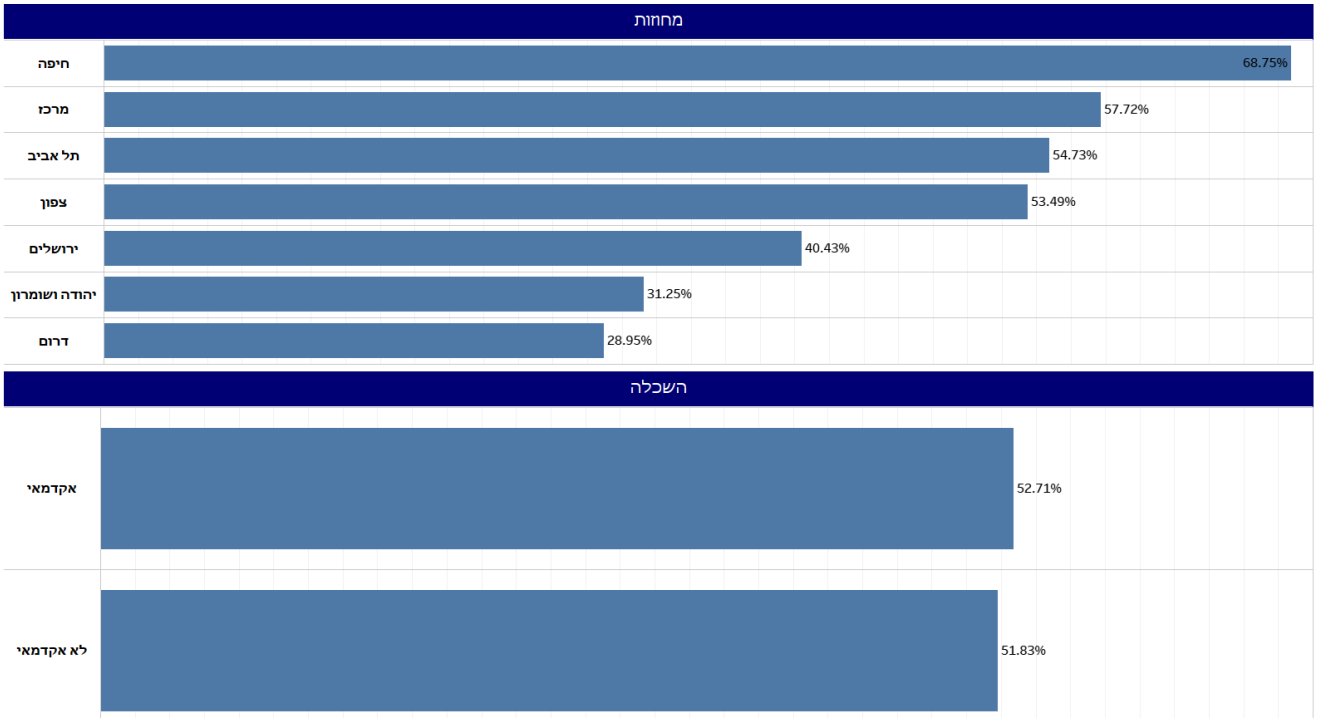
גם בתי עסק רואים ביישומוני התשלום אמצעי נוח לקבלת תשלום.



[45] "מהם שלושת אמצעי התשלום שהכי נוח לך לקבל בהם תשלום מלקוחות".
[46] "מהם שלושת אמצעי התשלום שהכי נוח לך לקבל בהם תשלום מלקוחות".

איור 24: האם יישומון תשלום הוא אמצעי תשלום נוח? בתי עסק כמקבלי תשלום, לפי חלקי האוכלוסייה

במחוז חיפה רואים שיעור גבוה של בתי עסק ביישומוני התשלום אמצעי נוח לקבלת תשלומים.

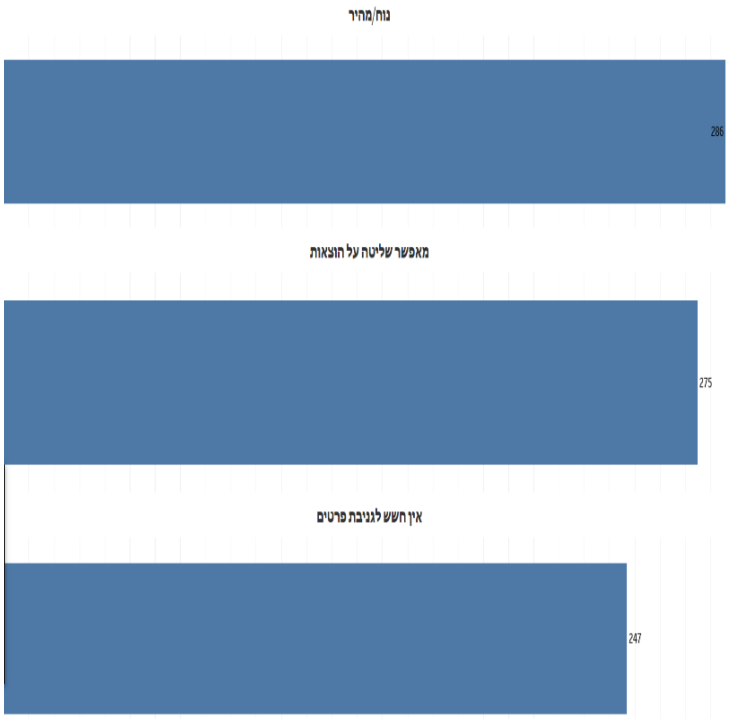


לאורך הסקירה נראה כי שני אמצעי התשלום המובילים בשימוש/העדפה הם מזומן וכרטיסי חיוב, לצד יישומוני תשלום והעברה בנקאית שתופסות אחת לכמה שאלות את הבכורה. הנדגמים נשאלו מהם היתרונות המובילים עבורם באמצעי התשלום שבהם הם בחרו, שהופכים אותם לנוחים כל כך עבורם. נציג זה לצד זה את יישומוני התשלום, את כרטיסי החיוב ואת המזומן ונעמוד על היתרונות המשותפים להם, אלה שהופכים אמצעי תשלום באשר הוא לנוח ושמיש יותר עבור הצרכן. איורים 25-27[47] מציגים את היתרונות המובילים עבור יחידים כמשלמים באמצעי התשלום.

[47] "מתוך הרשימה הבאה, מהם שלושת היתרונות העיקריים של תשלום ב:_____".

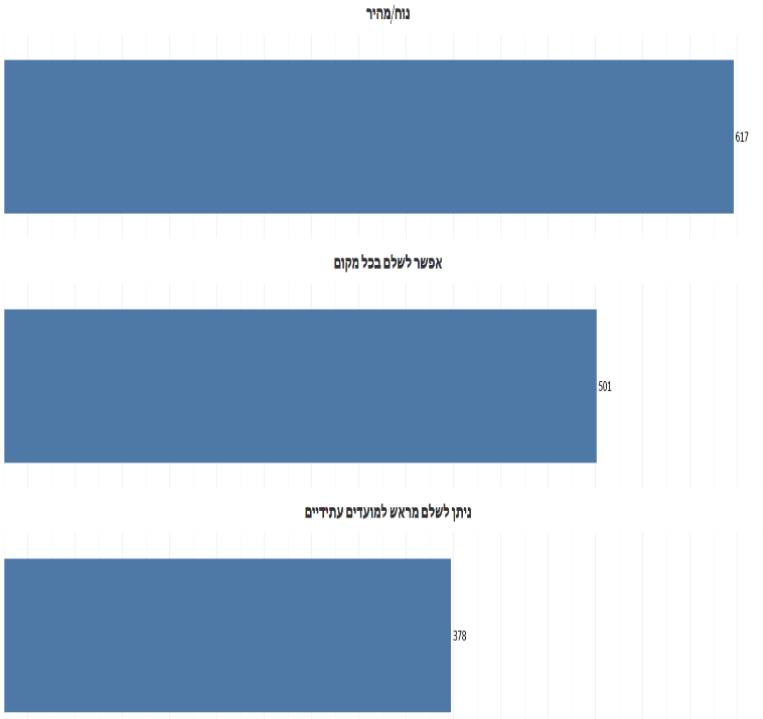
איור 25: היתרונות של המזומן עבור יחידים כמשלמים

היתרון המוביל – נוחות ומהירות.



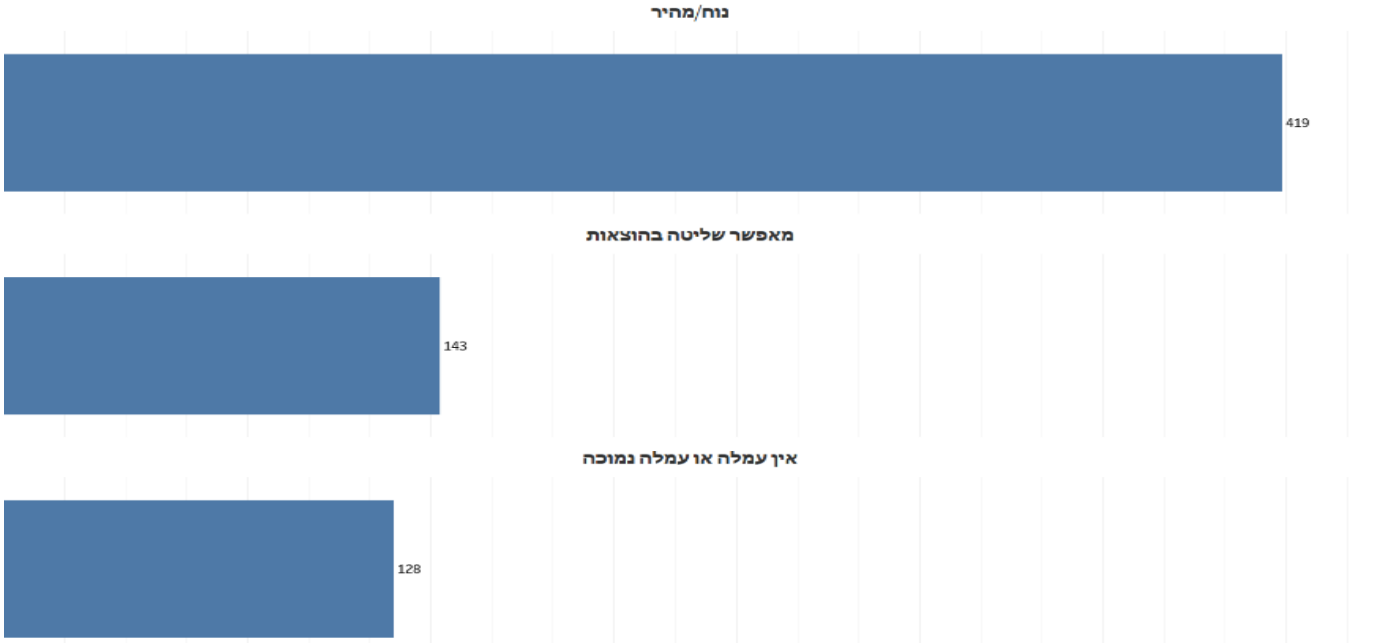
איור 26: היתרונות של כרטיסי החיוב עבור יחידים כמשלמים

גם כאן היתרון המוביל הוא נוחות ומהירות.



איור 27: היתרונות של יישומוני התשלום עבור יחידים כמשלמים

נוחות ומהירות הן התכונות החשובות ביותר עבור יחידים כשהם מבצעים תשלומים.



התכונה המובילה וזו שחוזרת על עצמה בכל שלושת אמצעי התשלום היא נוחות/מהירות. בעסקות מסוימות יש חשיבות מכרעת למהירות הביצוע של התשלום ועל כן אין זה מפתיע שתכונה זו נמצאת בראש בסדר היתרונות וכאשר רוב הפעולות בחיי היומיום יכולות להתבצע בלחיצת כפתור מהספה בסלון, לא מפתיע גם כי הנוחות מהווה מאפיין מתבקש.

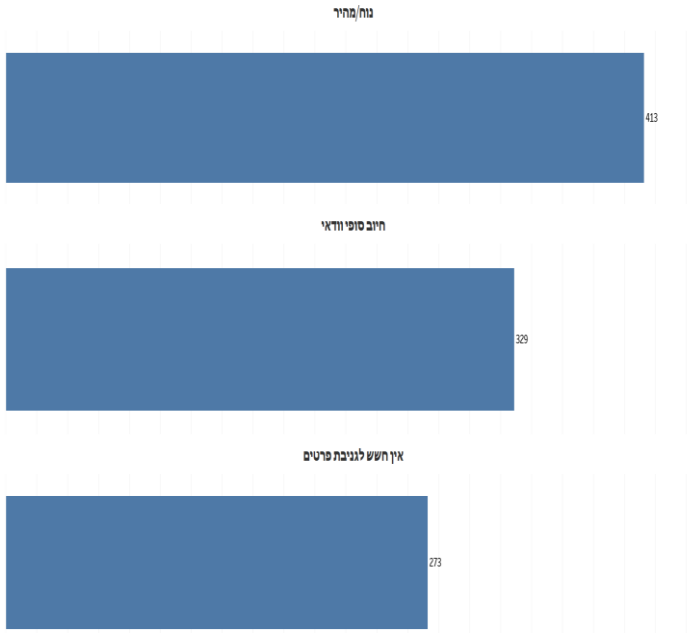
התכונה שחוזרת על עצמה במזומן וביישומוני תשלום היא האפשרות לשלוט בהוצאות. בתחום של כלכלה התנהגותית מוכר המונח "כאב תשלום" (Zellermayer Ofer, 1996; Lee Chang Yuan et al., 2019 ועוד) – מונח זה מתאר את הכאב של האדם הממוצע כאשר הוא נפרד מכספו בעת ביצוע תשלום על אף שהוא מקבל תמורה עבורו. כאב התשלום מורגש פחות ופחות כאשר התשלום מבוצע בצורה מהירה או ללא ביצוע פעולה פיזית מיוחדת כמו למשל הנחת כרטיס חיוב על מסוף תשלום, שהיא ללא הרגשת כאב תשלום, לעומת הכנסת הכרטיס והקלדת הקוד הסודי, פעולה פיזית שתורמת לתחושת כאב התשלום. ככל שאנו מקדישים פחות מחשבה וזמן לביצוע התשלום, אנו חשים פחות את הכאב ולכן זוכרים לאחר מכן פחות את התשלום שביצענו. כך עלול צרכן כלשהו לבצע עסקות רבות מבלי לזכור את הוצאת הכספים הרבה ולמשל, כשמדובר בכרטיס חיוב, יופתע הצרכן כשיתגלה לו גודל החיוב רק במועד של יום החיוב החודשי. על כן לא מפתיע שתכונה כמו שליטה בהוצאות מופיעה ביישומוני התשלום, שמצריכים הקלדת פרטים, ומזומן, שמצריך מפגש פיזי ותחושה פיזית של "אובדן" של הכסף – הם אלה שמאפשרים לזכור את ההוצאות/התשלומים בצורה טובה יותר מאמצעי תשלום אחרים.

כפי שרואים באיורים 28 ו-29[48] **הנוחות/המהירות חשובה גם עבור אלה שמקבלים את התשלום**.

מאפיין חשוב נוסף עבור מי שמקבלים את התשלום הוא **שהחיוב יהיה סופי וודאי**.

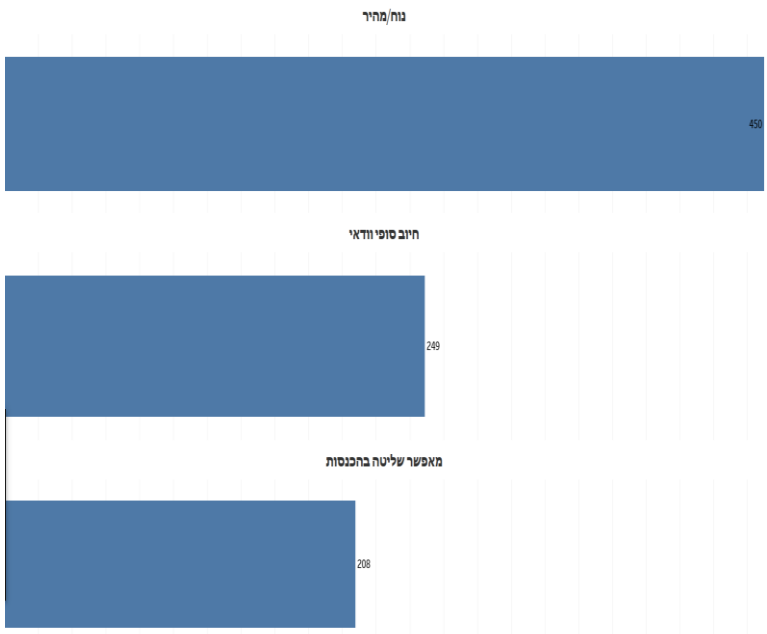
איור 28: היתרונות של המזומן עבור יחידים כמקבלי תשלום

נוחות ומהירות הן המאפיינים ששולטים גם במדגם זה.



איור 29: היתרונות של יישומוני התשלום עבור יחידים כמקבלי תשלום

חיוב סופי וודאי הוא מאפיין שחוזר על עצמו בשני אמצעי התשלום.



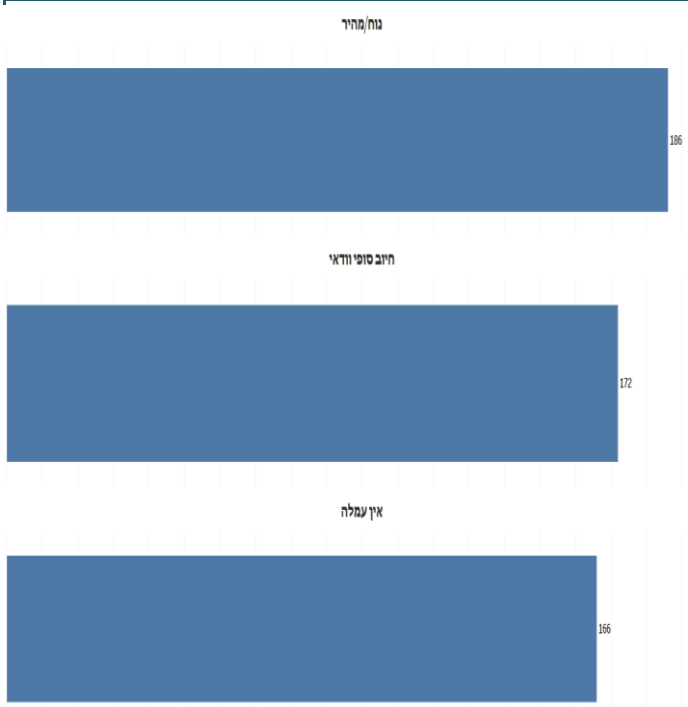
מבחינת בתי עסק כמקבלי תשלום, היתרונות המובילים[49] של יישומוני תשלום ושל כרטיסי חיוב הם זהים לחלוטין: נוח/מהיר, אפשרות לשלוט בהכנסות וחיוב סופי וודאי. האפשרות לשלוט בהכנסות חשובה מאוד עבור בתי עסק. שליטה בהכנסות, ריכוז שלהן, האפשרות לנתח אותן וכד' הן תכונות שעוזרות לנהל בין השאר את הנזילות של העסק, להציג את מצב העסק כשרוצים למשל לקבל הלוואה ובנוסף יש להכנסות חשיבות בשיקולי מיסוי והאפשרות לדווח ללא טעויות על פעילותו של בית העסק.

[48] "מהם מבחינתך שלושת היתרונות העיקריים של קבלת כסף ב:_____".

[49] "מהם שלושת היתרונות העיקריים של קבלת כסף מלקוח ב: _____".

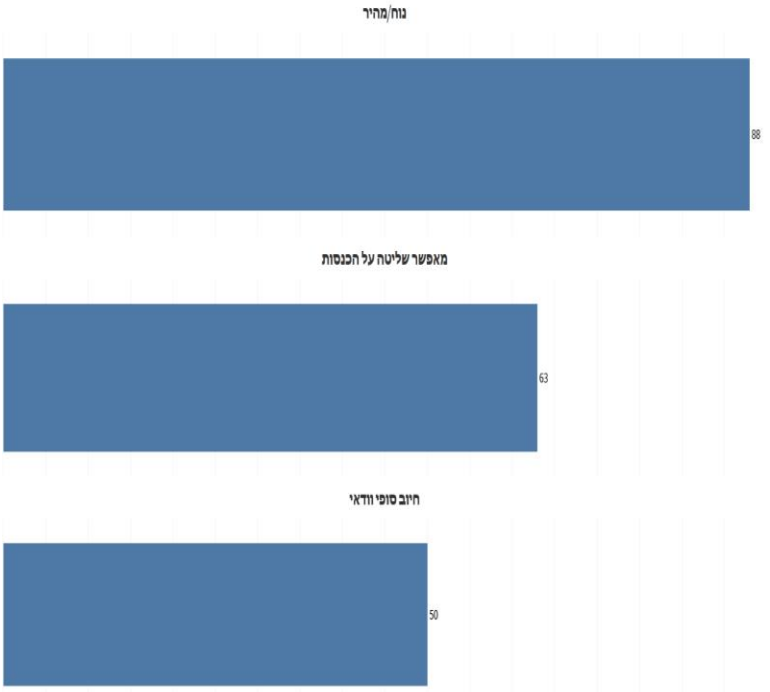
איור 30: היתרונות של המזומן עבור בתי עסק כמקבלי תשלום

נוחות ומהירות מובילים שוב.



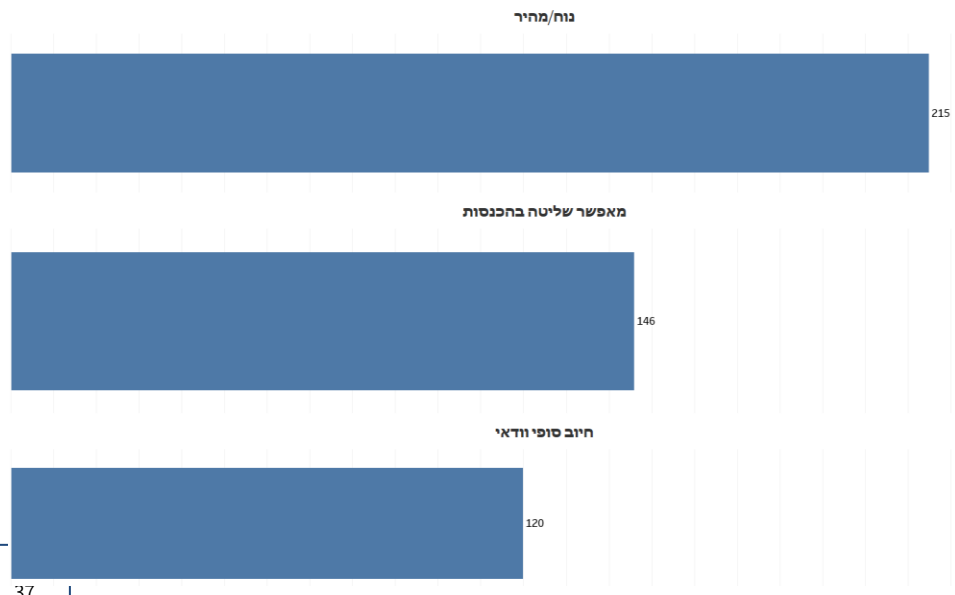
איור 31: היתרונות של כרטיסי החיוב עבור בתי עסק כמקבלי תשלום

שליטה בהכנסות היא מאפיין שחוזר על עצמו.



איור 32: היתרונות של יישומוני התשלום עבור בתי עסק כמקבלי תשלום

השליטה בהכנסות והנוחות/המהירות מופיעים בכלל אמצעי התשלום המוצגים כבעלי חשיבות רבה לבתי העסק.



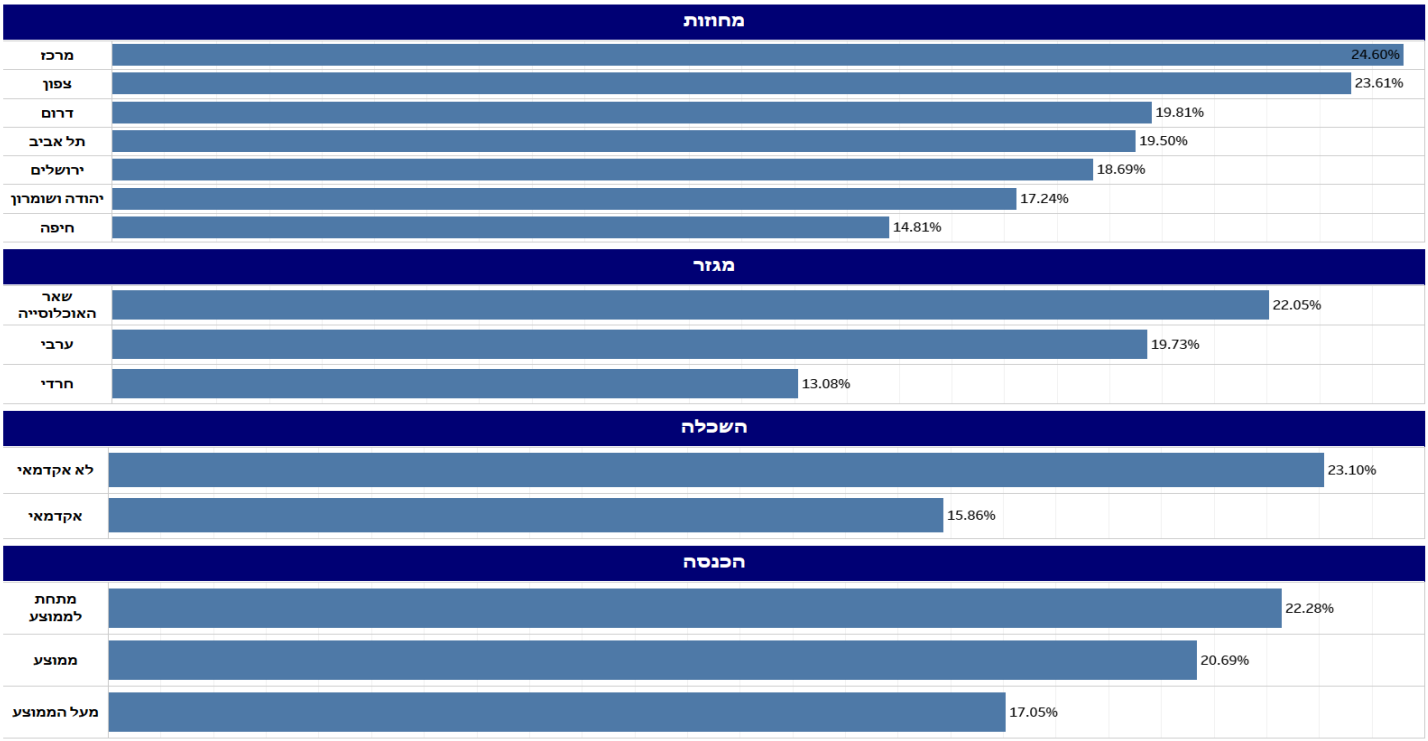
בדומה ליחידים דיווחו גם בתי העסק כי לצורך ביצוע תשלומים נוחות/מהירות ושליטה בהוצאות/תשלומים הם המאפיינים שמהווים יתרון מבחינתם.

כפי שהנדגמים נשאלו על נוחות ויתרונות של אמצעי התשלום, כך הם נשאלו גם על אי נוחות וחסרונות[50]. בקרב יחידים כמשלמים לא נרשמו הפתעות ויישומוני התשלום דורגו נמוך בין אמצעי התשלום מבחינת אי נוחות וחלקי האוכלוסייה שדירגו אותן כנוחות בשאלה הקודמת, דירגו אותן עתה בשיעור נמוך יחסית כלא נוחות. בקרב יחידים כמקבלי תשלום נרשמה הפתעה – האוכלוסיות החרדית והערבית מצביעות בשיעור נמוך יותר על יישומוני תשלום כלא נוחים (**13%** ו-**20%**, בהתאמה), לעומת שאר חלקי האוכלוסייה (**22%**).

[50] "כעת, מהם שני אמצעי תשלום שהכי פחות נוח לך לקבל בהם כסף".

איור 33: האם יישומוני תשלום אינם נוחים? יחידים כמקבלי תשלום, לפי חלקי האוכלוסייה

האוכלוסיות החרדית והערבית רואות את יישומוני התשלום כאינם נוחים בשיעור נמוך משאר חלקי האוכלוסייה.



בקרב מדגמי בתי העסק לא נרשמו הפתעות ומהנתונים מצטיירת תמונה הפוכה לשאלת הנוחות. מבחינת **חסרונות בולטים**[51] בקרב אמצעי התשלום כרטיסי חיוב, מזומן ויישומוני תשלום, בניגוד לשאלת היתרונות שבה היה מאפיין מובהק מרכזי ומוביל של נוחות/מהירות, מבחינת חסרונות אין מאפיין שהוא מובהק ומוביל בקרב היחידים כמשלמים. אי נוחות/אי מהירות מופיעה בכמה מאמצעי התשלום, כמו גם חוסר שליטה בהוצאות/תשלומים וחשש לגניבת פרטים.

גם בקרב יחידים כמקבלי תשלום לא נרשם חיסרון בולט, אך חוסר האפשרות לשלוט בהכנסות וחוסר נוחות/חוסר מהירות הופיעו בכמה מאמצעי התשלום. בקרב בתי עסק כמקבלי תשלום עניין חוסר הנוחות/מהירות חוזר על עצמו שוב בקרב כלל אמצעי התשלום שנבחנו. עניין העמלה מופיע בכמה מאמצעי התשלום ומהווה כפי הנראה חיסרון משמעותי עבור כל אמצעי תשלום.

חיסרון שחוזר על עצמו בכלל המדגמים אך אופייני רק למזומן הוא הצורך לשלם בצורה נוכחת (פיזית) והוא נדמה כחיסרון הבולט של המזומן בעיני הנדגמים. בתי עסק כמשלמים מעידים גם כן על חוסר

[51] "מהם מבחינתך שלושת החסרונות העיקריים של קבלת כסף מלקוח ב:_____".

נוחות או מהירות ועל קיומה של עמלה כחסרונות מרכזיים באמצעי תשלום. חוסר יכולת לשלוט בהוצאות/תשלומים מהווה גם הוא חיסרון משמעותי עבורם.

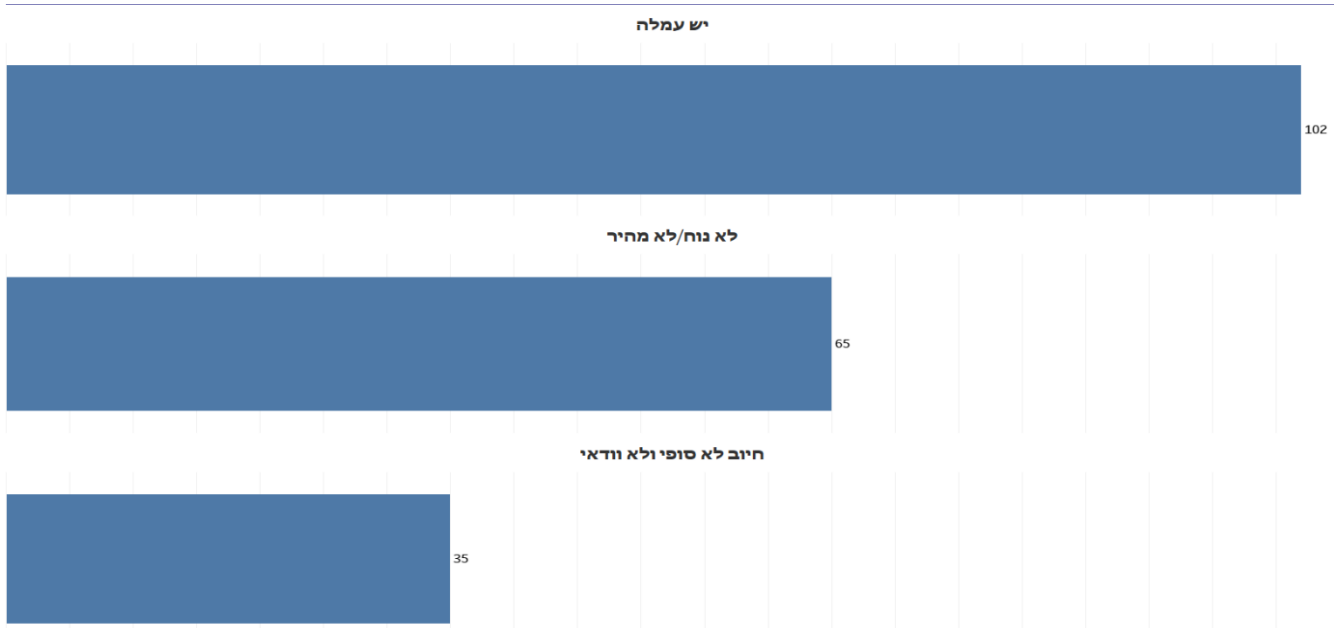
איור 34: החסרונות של המזומן, בתי עסק כמקבלי תשלום

הצורך לשלם בצורה פיזית חוזר על עצמו כחיסרון מרכזי של המזומן.



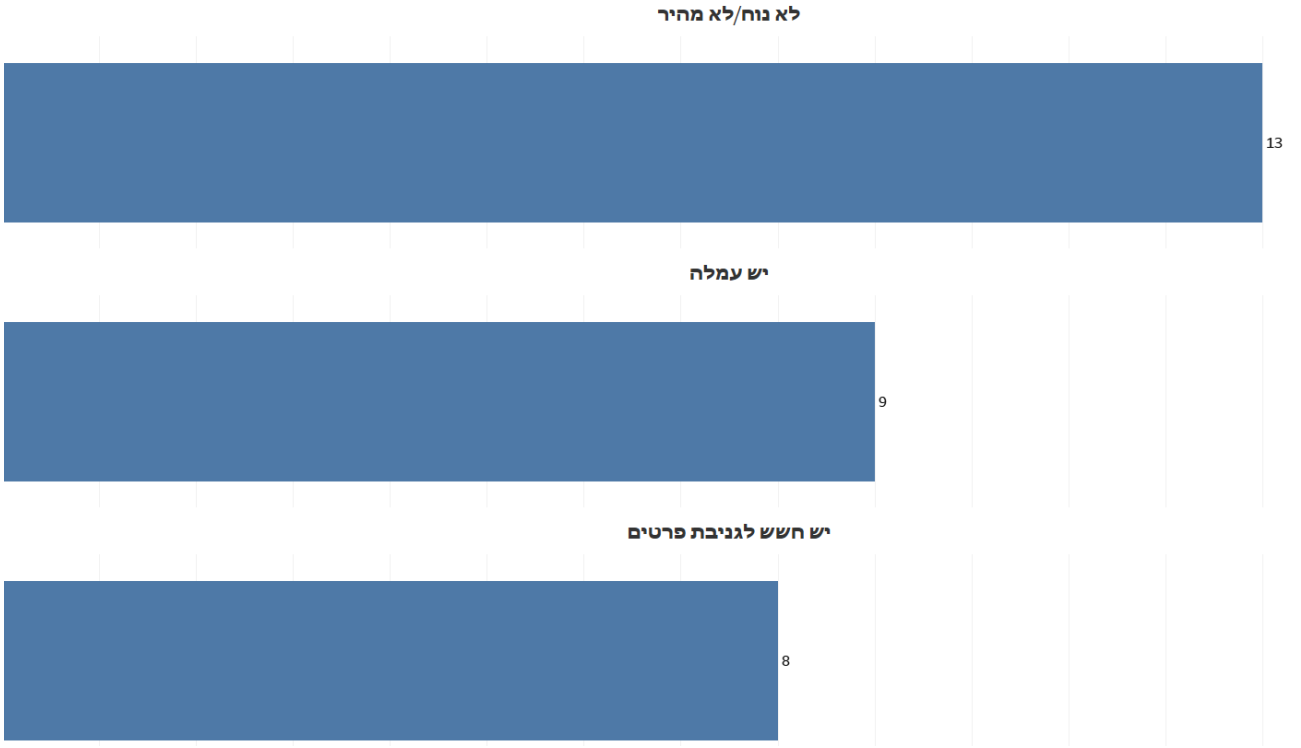
איור 35: החסרונות של כרטיסי החיוב, בתי עסק כמקבלי תשלום

הצורך בתשלום עמלה מהווה חיסרון מרכזי עבור בתי העסק.



איור 36: החסרונות של יישומוני התשלום, בתי עסק כמקבלי תשלום

עניין הנוחות והמהירות חוזר על עצמו גם במדגם זה – החוסר בנוחות ומהירות מהווה חיסרון משמעותי.



7. סיכום

לאורך הסקירה בחנו את דפוסי השימוש של הישראלים ביישומוני תשלום. גילינו שהאוכלוסיות החרדית והערבית כמעט ולא משתמשות ביישומוני תשלום וזאת אפילו לאחר שבחרנו לבחון רק את מי שיש להם את הזיקה לשימוש בטכנולוגיה בקרב אוכלוסיות אלה. נוכחנו לדעת כי רמת ההשכלה אינה משמשת כגורם מזרז לשימוש ביישומוני התשלום ואילו רמת ההכנסה נוגעת לעניין רק בנושאים מסוימים. לפני שניגשנו לביצוע הסקרים שיערנו כי יש לבעלי בתי העסק שיקולים שונים משל יחידים כשמדובר בשימוש באמצעי תשלום. השערה זו התבררה כשגויה, אך לא לחלוטין: מצאנו שוני, למשל, בהתייחסות ליתרונות וחסרונות בראייה של כל אמצעי תשלום לגופו. עם זאת, נוחות ומהירות בשימוש הן התכונות החשובות ביותר עבור כולם, כלומר זו נקודת דמיון. דוגמא נוספת לשוני נראתה בשליטה בהכנסות, שהיא מאפיין מרכזי חשוב בעיקר עבור בעלי בתי העסק.

אם כן, אינספור תובנות ניתן להפיק מהמידע שגובש ונאסף בסקירה זו. מידע זה יכול לשמש בקבלת החלטות בקרב קובעי מדיניות, בביצוע מחקרים באקדמיה, בהעשרת הידע הכללי ועוד. אנו מזמינים את הציבור להכיר מקרוב את הנתונים הגולמיים ולבחון ולגלות מסקנות נוספות שהיריעה קצרה כאן מלהכילן. הנתונים נגישים בצורה מקוונת בכתובת:

https://www.boi.org.il/roles/research-and-publications/all-researches/%D7%9E%D7%90%D7%9E%D7%A8%D7%99%D7%9D-%D7%95%D7%A0%D7%99%D7%99%D7%A8%D7%95%D7%AA-%D7%A2%D7%9E%D7%93%D7%94/paymentappsprefs

רשימת מקורות

1. דו"ח רשות התחרות, יולי 2021.
2. דו"ח מסכם של הצוות ללימוד ובחינה של מטבעות דיגיטליים בהנפקת בנקים מרכזיים, 2018.
3. יומן ההוצאות של הבנק המרכזי של ארצות הברית, סניף אטלנטה.
4. American Psychological Association, "Fatigue Effect".
5. חוק לצמצום השימוש במזומן, תשע"ח-2018.
6. Zellermayer, Ofer. The pain of paying. Carnegie Mellon University, 1996.
7. Lee, Chang-Yuan, et al. "Small probabilistic discounts stimulate spending: pain of paying in price promotions." Journal of the Association for Consumer Research 4.2 (2019): 160-171.