

Piotr Chmielewski^{*}

SYSTEM BEZGOTÓWKOWYCH TRANSFERÓW TELEFONICZNYCH JAKO NARZĘDZIE WALKI Z FINANSOWYM WYKLUCZENIEM OSÓB NAJUBOŻSZYCH W KRAJACH ROZWIJAJĄCYCH SIĘ

1. WSTĘP

Na początku 2013 r. bank PKO BP opublikował reklamę prezentującą nowatorskie i przyszłościowe produkty sektora bankowego. Jeden z jej epizodów dotyczył Afryki i w domyśle przedstawiał tamtejszy rynek finansowy jako pośledni w stosunku do innowacyjnego rynku polskiego. Reklama ta wywołała sprzeciw diaspory afrykańskiej w Polsce, która za pośrednictwem Fundacji Afryka Inaczej wystosowała list otwarty, w którym można było przeczytać: „PKO BP bierze nas za ignorantów. Rynek komórkowy ostatniej dekady to wzrost z 20 milionów do prawie 600 milionów aparatów na kontynencie afrykańskim. Natomiast w Afryce Wschodniej już funkcjonuje system komórkowych płatności znacznie bardziej nowatorski niż promowana przez PKO BP usługa – M-Pesa” [<http://afryka.org/afryka/pko-na-krancach-stereotypow,news>].

Rzeczywiście, system M-Pesa, który jest tematem tej pracy, ma ponad 17 mln użytkowników i jest jednym z najbardziej nowatorskich i dynamicznie rozwijających się przedsięwzięć w sektorze bankowym w Afryce. Celem niniejszego tekstu jest charakterystyka tej innowacji, która zrewolucjonizowała rynek usług finansowych w Kenii. Hipoteza postawiona w artykule dotyczy wysokiej skuteczności systemu telefonicznych transferów bezgotówkowych w finansowej emancypacji osób ubogich w krajach rozwijających się, a platforma bezgotówkowych transferów telefonicznych ma duże znaczenie w kontekście walki z ubóstwem, gdyż jak pokazuje przykład Kenii, może stać się pomostem pomiędzy osobami ubogimi, a konwencjonalnym sektorem bankowym. Dlatego też wybrane zagadnienie zostało przedstawione w kontekście jego wpływu na statut ekonomiczny osób najuboższych, które do tej pory miały ograniczony dostęp do

^{*} Doktorant na kierunku ekonomia, Instytut Finansów, Zakład Bankowości Centralnej i Pośrednictwa Finansowego, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Uniwersytet Łódzki.

konwencjonalnego sektora bankowego. Przedmiotem pracy jest również ukazanie, że innowacje w sektorze usług finansowych nie muszą zawsze pochodzić z krajów wysoko rozwiniętych gospodarczo.

2. SYSTEM M-PESA JAKO NARZĘDZIE EMANCYPACJI FINANSOWEJ

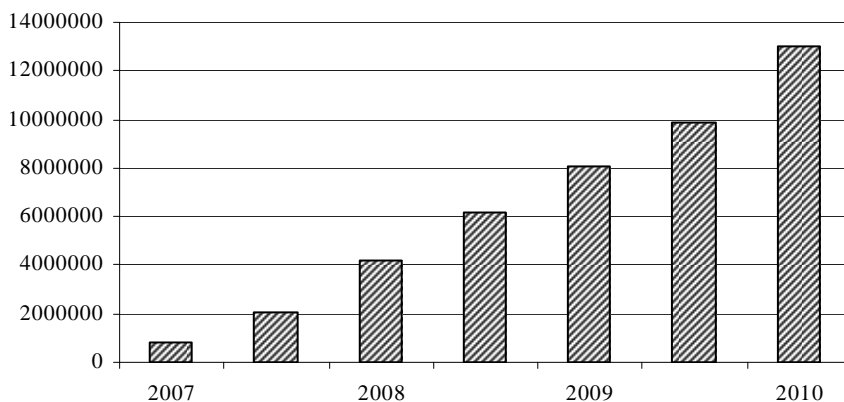
O fenomenie systemu M-Pesa świadczy fakt, że obecnie 80% dorosłych Kenijczyków korzysta z systemu telefonicznych transferów pieniężnych. W 2011 r. liczba klientów systemu M-Pesa przekroczyła 10 milionów przy dwa i pół razy mniejszej liczbie klientów konwencjonalnego systemu bankowego wynoszącej 4 miliony [<http://www.microfinancefocus.com/m-pesa-mobile-money>]. Czyni to M-Pesa niezwykle efektywnym narzędziem walki z finansowym wykluczeniem w Kenii. Dzięki swoim charakterystycznym cechom system M-Pesa odpowiada na zapotrzebowanie na usługi finansowe osób najuboższych. W 2009 r. 51% najuboższych gospodarstw domowych w Kenii (w tym przypadku jako najuboższe zdefiniowane są gospodarstwa, których dzienny dochód nie przekracza 3,5 USD) było użytkownikami systemu M-Pesa. Również ponad 60% gospodarstw wiejskich i 50% gospodarstw domowych, które nigdy wcześniej nie korzystało z formalnych usług finansowych używa platformy M-Pesa do transferów pieniężnych. Statystyki te ukazują jak rewolucyjną zmianą dla osób najuboższych okazało się pojawienie systemu płatności przez telefon komórkowy.

System ten umożliwia zarówno wpłaty i wypłaty depozytów, jak i transfery pieniężne wyłącznie za pomocą telefonu komórkowego. M-Pesa w porównaniu z nieformalnymi sposobami transferu pieniędzy w Kenii obarczona jest dużo mniejszym ryzykiem. Co więcej dla wielu osób, które mieszkają lub pracują z dala od centrów aglomeracji miejskich, M-Pesa jest bardziej efektywna od usług konwencjonalnych instytucji finansowych, ponieważ redukuje czas potrzebny do odwiedzenia placówki banku [<http://www.cgap.org/publications/mobile-phones-microfinance>]. Dla ubogich mieszkających z dala od punktów usługowych instytucji finansowych, każda transakcja wiąże się ze znacznymi kosztami. Osoby te mają do wyboru podróż do tego typu placówki na pieszo lub rowerze, co wymaga dużego nakładu sił i czasu oraz znacznie podnosi koszty utraconych korzyści ze straconego dnia pracy. Alternatywą dla takich osób jest transport publiczny, który jest dla nich relatywnie drogi – zazwyczaj za pokonanie 10 km trzeba zapłacić równowartość połowy dziennego wynagrodzenia [Mas i Radcliffe 2011: 178]. Dlatego system M-Pesa, który umożliwia szybkie i stosunkowo tanie wykonywanie transferów pieniężnych za pomocą telefonu jest dla najuboższych tak wygodnym rozwiązaniem. M-Pesa staje się tym samym efektywnym narzędziem finansowej emancypacji osób zamieszkujących tereny wiejskie, jak i obszary slumsów w stolicy Nairobi, w których konwencjonalne banki niechętnie otwierały swoje placówki.

3. NARODZINY I EWOLUCJA M-PESA

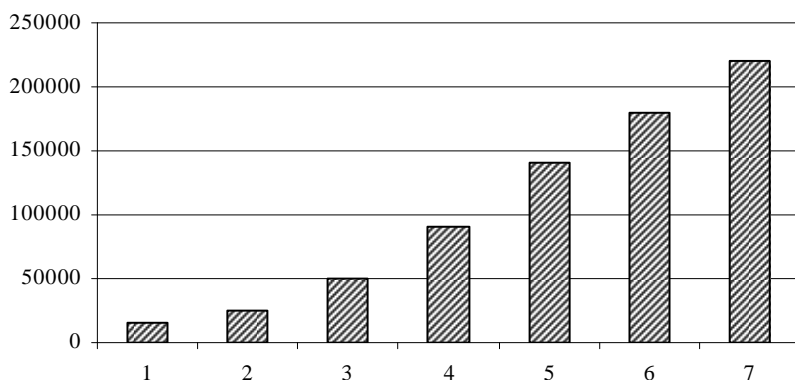
System M-Pesa narodził się dzięki kooperacji operatora sieci telefonii komórkowej Safaricom (której właścicielem jest Vodafone) i kenijskiej instytucji mikrofinansowej Fulu w 2007 r. „M” jest pierwszą literą słowa *mobile*, a *pesa* oznacza pieniądze w suahili. Początkowo projekt M-Pesa miał ułatwić spłaty rat mikrokredytu osobom korzystającym z usług mikrofinansowych poprzez wykorzystanie placówek Safaricom. W ten sposób chciano podnieść efektywność i zredukować koszty usług mikrofinansowych. Jednakże niemal od początku swojego istnienia system ten był wykorzystywany do realizacji wielu więcej celów niż jedynie spłata kredytów. Obecnie M-Pesa jest najbardziej popularnym systemem transferów pieniężnych i sposobem składania depozytów w Kenii. Po komercyjnym sukcesie osiągniętym w Kenii system M-Pesa został wprowadzony w sąsiedniej Tanzanii. Podobne projekty są również rozwijane w Południowej Afryce i Afganistanie, a wkrótce zostaną wprowadzone na tereny Egiptu i Indii [<http://www.microfinancefocus.com/m-pesa-mobile-money>].

W ciągu zaledwie 3 lat od narodzin systemu M-Pesa liczba jego klientów osiągnęła 10 milionów a obecnie przekracza 17 milionów. Stanowi to ponad 80% użytkowników sieci *Safaricom* i prawie 70% dorosłych Kenijczyków [<http://www.safaricom.co.ke/index.php?id>]. Miesięczna wartość transakcji w ramach systemu M-Pesa przekracza 45 miliardów KES co w skali roku stanowi równowartość 17% kenijskiego PKB. Tak duża kumulacja kapitału wynika jednak z mnogości transakcji, a nie ich wielkości – ponad połowa transakcji przeprowadzanych za pośrednictwem platformy M-Pesa nie przekracza wartości 1000 KES (30 PLN), przy czym ich średnia wartość wynosi 3300 KES (100 PLN).



Rys. 1. Liczba klientów platformy M-Pesa w latach 2007–2010

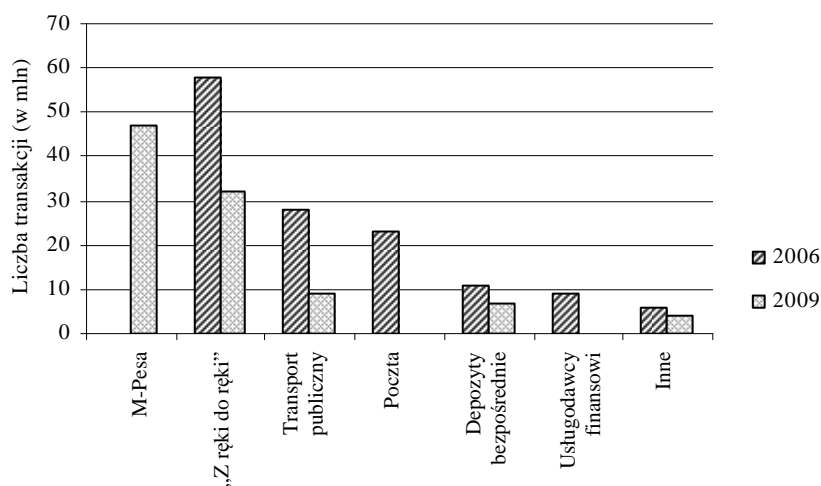
Źródło: Donovan [2012: 236].



Rys. 2. Liczba sprzedawców detalicznych platformy M-Pesa w latach 2007–2010

Źródło: jak do rys. 1.

Obecnie w Kenii ponad 75 przedsiębiorstw używa platformy M-Pesa by pobierać opłaty od swoich klientów – jednym z największych jest kenijska elektrownia, której 20% klientów płaci rachunki za prąd za pomocą telefonu. Przy najmniej dwa kenijskie banki – *Family Bank* oraz *Kenya Commercial Bank* umożliwiły swoim klientom spłatę kredytów i zaciąganie pożyczek za pomocą platformy M-Pesa.



Rys. 3. Porównanie popularności różnych typów transferów pieniężnych w 2006 i 2009 r.

Źródło: Mas i Radcliffe [2011: 174].

Przed powstaniem system M-Pesa najpopularniejszą drogą transferu pieniędzy w Kenii były *matatu* – lokalne minibusy pełniące rolę komunikacji miejskiej i międzymiastowej. Właściciele *matatu* nie posiadali jednak licencji na świadczenie usług finansowych i nie podlegali żadnej kontroli, przez co takie transfery obarczone były wysokim ryzykiem nadużyć i malwersacji. Druga co do popularności droga transferów pieniężnych – kenijska poczta, znana była z wysokich opłat administracyjnych oraz długiego czasu realizacji usług. Poczta w Kenii znana była również z okresowych problemów z utrzymaniem płynności finansowej – szczególnie w placówkach znajdujących się na terenach wiejskich. Inny formalny usługodawca transferów pieniężnych – instytucje zajmujące się pośrednictwem finansowym, nie był w stanie zaspokoić popytu na niewielkie transfery (instytucje te mają w Kenii około 840 placówek, tymczasem liczba punktów M-Pesa przekracza obecnie 28 tysięcy).

Dlatego pojawienie się systemu M-Pesa w ciągu zaledwie trzech lat zrewolucjonizowało kenijski system transferów pieniężnych. Na przestrzeni tego czasu liczba transferów pieniężnych przeprowadzana za pośrednictwem *matatu* zmniejszyła się trzykrotnie, a usługi finansowe świadczone przez lokalną pocztę zostały wyeliminowane niemalże całkowicie. Dość nieznaczny spadek usług świadczonych przez formalne instytucje pośrednictwa finansowego można tłumaczyć tym, że system M-Pesa ma wobec niego charakter bardziej kompatybilny niż konkurencyjny. Transfery przeprowadzane za pośrednictwem M-Pesa są zazwyczaj niewielkie i wykonywane są przez osoby ubogie, które i tak znajdują się poza nawiasem grupy klientów konwencjonalnych instytucji finansowych [<http://www.cgap.org/blog/where-will-next-big-innovation-microfinance-come>]. Duża część usług oferowanych przez system M-Pesa jakim są płatności bezgotówkowe znajduje się również poza obszarem działalności instytucji mikrofinansowych, dlatego nie jest z nimi skorelowana.

Według badań przeprowadzonych w 2010 r. ponad 70% kenijskich gospodarstw domowych korzystało z systemu M-Pesa wśród ubogich gospodarstw z terenów wiejskich odsetek ten przekraczał 50%, co stanowi niezwykle ważny krok w walce z finansowym wykluczeniem najuboższych.

4. ZASADY FUNKCJONOWANIA M-PESA JAKO SYSTEMU BEZGOTÓWKOWYCH TRANSFERÓW ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH

Kapitał skumulowany przez system M-Pesa w całości złożony jest w formie depozytu w kilku komercyjnych bankach w Kenii i chroniony jest przepisami Kenijskiego Banku Centralnego. W przypadku bankructwa lub problemów z płynnością finansową *Safaricom* – kreatora systemu M-Pesa, depozyty pozostaną własnością użytkowników M-Pesa, co minimalizuje ryzyko korzystania z tego systemu. Wszystkie transakcje w ramach systemu M-Pesa są elektronicz-

ne i mogą być monitorowane przez *Safaricom*, który składa regularne raporty z działalności platformy przed Kenijskim Bankiem Centralnym. Ponadto użytkownicy systemu M-Pesa dostają elektroniczne potwierdzenie każdej transakcji w formie SMS, a wszystkie transfery są księgowane przez *Safaricom* i użytkownicy platformy mają wgląd w historię wykonanych przez siebie operacji. Tak zaprojektowany system minimalizuje ryzyko defraudacji bądź pomyłek przy przeprowadzaniu transakcji, czego rezultatem jest duże zaufanie użytkowników M-Pesa do platformy, z której korzystają.

Pomimo że ponad 70% liczby wszystkich elektronicznych transakcji pieniężnych w Kenii odbywa się za pośrednictwem platformy M-Pesa, ich udział według wartości wynosi zaledwie 2,3% wszystkich transakcji [<http://www.cgap.org/blog/10-things-you-thought-you-knew-about-m-pesa>]. Zestawienie to ukazuje jak duże na miejscowym rynku jest zapotrzebowanie na usługi transferów bezgotówkowych o niewielkiej wartości. System M-Pesa został zaprojektowany z limitami wartości transferów, które wynoszą 70 tysięcy kenijskich szylingów (2,5 tysiąca polskich złotych), dla wypłat depozytów w ciągu dnia oraz 35 tysięcy KES (1,25 tysiąca PLN) dla wszystkich jednorazowych transakcji.

Osoby pracujące w punktach obsługi platformy M-Pesa, które świadczą usługi oferowane przez system są rekrutowane i szkolone przez *Safaricom*, który co dwa tygodnie przeprowadza kontrole w każdym punkcie sprzedaży. Osoby te w procesie otwierania nowych kont na platformie M-Pesa odgrywają kluczową rolę osobiście wypełniając niezbędne formularze i tłumacząc nowym klientom zasady funkcjonowania systemu. Minimalizacja wysiłku jaki musi podjąć potencjalny klient by założyć konto na platformie M-Pesa była priorytetem dla twórców systemu, którzy chcieli go spopularyzować również wśród osób niepiśmiennych i słabo zaznajomionych z obsługą telefonu komórkowego. Jest to kolejny czynnik, który odróżnia M-Pesa od konwencjonalnych instytucji finansowych, w których takie osoby są dyskryminowane.

Detaliczni sprzedawcy usług M-Pesa inwestują własny kapitał kupując i sprzedając pieniądze elektronicznej platformy. Z tego punktu widzenia mają one te same prawa i działają na tych samych zasadach co pozostali użytkownicy systemu, z tą różnicą, że ze względu na swoją działalność mają one zwiększone limity dziennych transakcji. Marża narzucana na usługi świadczone za pomocą platformy M-Pesa wynosi około 6% z czego większość (około 5%) trafia do sprzedawców detalicznych *Safaricom*. Tak zaprojektowany system czynni posadę operatora systemu M-Pesa bardzo atrakcyjną na kenijskim rynku pracy, dlatego liczba placówek sprzedaży detalicznej M-Pesa jest tak duża (prawie 30 tys.). Szacuje się, że średnio sprzedawca detaliczny na platformie M-Pesa może zarobić 440 KES dziennie (22 PLN), co dwukrotnie przewyższa średnie zarobki sprzedawcy w niewielkim kenijskim sklepie [Mas i Radcliffe 2011: 174]. Operatorzy platformy dbają o równowagę w stosunku klientów systemu i sprzedawców detalicznych, ponieważ ich dochód placówek M-Pesa zależy od

liczby transakcji jakie przeprowadzają. Zbyt duża liczba sprzedawców detalicznych w relacji do liczby klientów mogłaby sprawić, że otworzenie punktu sprzedaży detalicznej usług M-Pesa stałyby się nieopłacalne.

By utworzyć konta na platformie M-Pesa nowy użytkownik musi posiadać ważny dokument tożsamości ze zdjęciem. Pracownicy placówek M-Pesa przechodzą specjalne szkolenie ułatwiające im weryfikację autentyczności dokumentów tożsamości i jeśli nie są pewni wiarygodności dokumentu mają prawo odmówić świadczenia usług potencjalnemu klientowi. Do przeprowadzenia jakiegokolwiek transakcji w ramach systemu M-Pesa użytkownik potrzebuje karty SIM *Safaricom*, specjalnego kodu PIN oraz ważnego dokumentu tożsamości. Rejestracja w systemie oraz wpłacanie depozytów jest darmowe, natomiast transakcje transferu lub wypłaty środków pieniężnych obarczone są opłatą w wysokości około 30 KES (1PLN) a sprawdzenie stanu konta opłatą w wysokości 1 KES (około 0,03 PLN).

By dokonać transferu środków pieniężnych użytkownik M-Pesa musi zainstalować na swoim telefonie prostą aplikację, a następnie wszystkie transakcje może wykonywać za pomocą SMS wysłanego na serwer platformy, w którym wpisuje znany tylko jemu kod identyfikacji, numer odbiorcy oraz kwotę transferu. Dzięki takiemu rozwiązaniu minimalizowane są koszty transakcyjne i ryzyko, że transfer zostanie przerwany. Wszystkie środki systemu M-Pesa przechowywane są w formie depozytów o najwyższej płynności w Kenijskich bankach. Klienci M-Pesa nie otrzymują zysku z oprocentowanie depozytów – zgodnie z postanowieniem *Safaricom* i Vodafone zysk ten jest akumulowany i zostanie przekazany na działalność *non-profit*, której cel nie został jeszcze ustalony.

5. SYSTEM M-PESA JAKO SPOSÓB NA AKUMULACJĘ OSZCZĘDNOŚCI OSÓB UBOGICH

Z badań przeprowadzonych w 2009 r. przez *Georgetown University* wynika, że ponad 80% użytkowników platformy M-Pesa używa jej do kumulowania oszczędności. Fakt ten ma duże znaczenie szczególnie wobec trudności jakie napotykają instytucje mikrofinansowe w promowaniu pośród swoich klientów nawyku oszczędzania. Przez wiele lat w bankowości dominował pogląd, że osoby biedne nie są w stanie oszczędzać. Co więcej, przekonanie to towarzyszyło również samym ubogim. Dlatego instytucje mikrofinansowe, które próbowały promować pośród swoich klientów produkty oszczędnościowe trafiały na silny opór. Instytucje te, szukając remedium na taką sytuację, starały się wprowadzić nowatorskie rozwiązania, które miały przekonać osoby najuboższe, że posiadają oszczędnościowy potencjał, a systematyczne oszczędzanie nawet niewielkich sum może doprowadzić do skumulowania relatywnie dużej ilości kapitału.

Tymczasem w Kenii system M-Pesa w ciągu zaledwie kilku lat stał się najbardziej popularnym i skutecznym narzędziem promowania oszczędności pośród osób ubogich. Dzięki możliwości transakcji przez telefon osoby te nie muszą udawać się do placówek banków lub instytucji mikrofinansowych za każdym razem, gdy dysponują niewielką nadwyżką środków finansowych. Tendencja do kumulowania oszczędności klientów M-Pesa może się wydawać tym bardziej zaskakująca, że w swoich początkowych założeniach projekt ten miał na celu świadczenia usług oszczędnościowych, dlatego nie były one w żaden sposób promowane bądź reklamowane przez założycieli systemu bezgotówkowych transakcji telefonicznych. Konta na platformie M-Pesa nie są kontami oszczędnościowymi i nie posiadają żadnych z ich specyficznych cech. Dlatego z punktu widzenia klientów platformy M-Pesa oszczędzanie w jej ramach wiąże się z pewnymi niedogodnościami.

Największą wadą oszczędzania na platformie M-Pesa jest brak oprocentowania depozytów, co znacznie podnosi koszty utraconych korzyści, szczególnie w warunkach kenijskiej gospodarki, którą dotyczą szoki inflacyjne wywoływane nagłymi wzrostami cen paliw [Mas 2009: 17]. Mimo tego w Kenii system M-Pesa stał się jednym z najbardziej popularnych narzędzi mobilizacji oszczędności, co jest zjawiskiem tym bardziej wartym uwagi, że większość osób korzystających z systemu M-Pesa znajduje się poza nawiasem działalności konwencjonalnych instytucji finansowych. Szacuje się, że na platformie M-Pesa skumulowane są oszczędności ponad sześciu milionów Kenijczyków, którzy nigdy wcześniej nie mieli kontaktu z instytucjami finansowymi.

W kontekście walki z ubóstwem w Kenii fakt ten ma niebagatelne znaczenie. Oszczędności, poprzez zwiększenie krótkoterminowej płynności finansowej osób najuboższych, przyczyniają się do wzrostu poczucia bezpieczeństwa i większej skłonności do podejmowania ryzyka inwestycyjnego, co w długim terminie prowadzi do pomnażania zysków i wyjścia poza granicę ubóstwa [Mehran 2001: 115]. Ponadto osoby ubogie, które dysponują nawet niewielką sumą oszczędności w dużo mniejszym stopniu narażone są na szoki związane z nieszczęśliwymi wypadkami oraz kataklizmami naturalnymi, a ich konsumpcja podlega znacznemu wygłodzeniu. Dlatego zwiększenie wpływów kapitału z oszczędności dobrowolnych jest obecnie jednym z głównych wyzwań, które stoją przed instytucjami mikrofinansowym na całym świecie. W Kenii dzięki systemowi M-Pesa cel ten jest znacznie bliższy realizacji, jednakże wiąże się on z koniecznością redefinicji podstawowych usług oferowanych przez platformę transferów bezgotówkowych. W najbliższych latach *Safaricom* planuje rozbudować ofertę produktów oszczędnościowych i nawiązać ścisłą współpracę z instytucjami finansowymi, by skuteczniej odpowiedzieć na zaskakująco duży popyt na usługi oszczędnościowe pośród osób ubogich.

6. DETERMINANTY SUKCESU SYSTEMU M-PESA

Niewątpliwie popularność systemu M-Pesa została zbudowana na fundamentach, którymi jest jego prostota i przejrzystość. Aczkolwiek tak duży komercyjny sukces tej platformy, jak i jej dynamiczny rozwój tłumaczy się koincydencją kilku czynników. Po pierwsze w Kenii, jak i na terenie niemalże całej Afryki, telefon komórkowy stał się najbardziej powszechnym przejawem nowych technologii i obecnie zarówno na terenach miejskich, jak i wiejskich, większość gospodarstw domowych posiada przynajmniej jeden komórkowy aparat telefoniczny. Szacuje się, że w 2002 r. zaledwie 3% osób zamieszkujących kontynent afrykański posiadało telefon komórkowy, w 2009 r. odsetek ten przekroczył 50%, a w 2014 r. udział ten ma osiągnąć 3/4 ogółu społeczeństwa [www.wirelessintelligence.com]. Upowszechnienie się telefonu komórkowego, jak i jego charakterystyka – w szczególności karta SIM, która umożliwia identyfikację właściciela, wykreowały istotny potencjał, który został wykorzystany przez telefoniczny system płatności bezgotówkowych [Polasik i Maciejewski 2009: 37].

Po drugie, system M-Pesa w odróżnieniu od usług konwencjonalnych instytucji finansowych minimalizuje jednostkowe koszty transakcyjne. Dzięki możliwości identyfikacji użytkowników poprzez kartę SIM, operatorzy platformy M-Pesa nie muszą wystawiać dodatkowych kart płatniczych. Ponadto system płatności bezgotówkowych poprzez redukcję kontaktów pomiędzy pracownikami instytucji a klientami, obniża znacznie koszty personalne, które stanowią znaczną część budżetu konwencjonalnych instytucji finansowych, szczególnie z sektora mikrofinansów. Dzięki temu system M-Pesa jest w stanie wygenerować zysk z każdej transakcji, niezależnie od zasobności portfela osoby, która ją przeprowadza. Dlatego w przeciwieństwie do banków, operatorzy platformy M-Pesa nie tworzą podziału pomiędzy ubogimi i zamożnymi klientami, którzy posiadają zdolność kredytową i są w stanie składać relatywnie duże depozyty. Zamiast koncentrować się na relatywnie dużych i dochodowych transakcjach z zakresu usług finansowych, operatorzy systemu M-Pesa postawili na masowość niewielkich transakcji generujących jednostkowo relatywnie nieduży zysk, którego agregat stanowi o sukcesie całego projektu.

Kenii, jak i większości państw afrykańskich, w ciągu ostatnich lat towarzyszyła silna urbanizacja połączona z migracją z terenów wiejskich do miast. Niemniej jednak większość nowych mieszkańców terenów zurbanizowanych pozostaje w ciągłym kontakcie i ścisłych relacjach ze swoimi krewnymi z terenów wiejskich. Nie bez znaczenia jest tutaj lokalny czynnik kulturowy, który promuje więzi rodzinne w szerokim tego pojęcia znaczeniu. Zjawisko to kreuje znaczny popyt na krajowe usługi transferu pieniędzy. W tym kontekście znamienym wydaje się być fakt, że pierwsze hasło reklamowe, którym M-Pesa podbiło kenijski rynek było *Send money home!* (wyślij pieniądze do domu). Obecnie ponad

50% kenijskich gospodarstw domowych otrzymuje transfery pieniędzy od krewnych pracujących z dala od rodzinnego domu [Mas i Radcliffe 2011: 178]. Rdzeń działalności platformy M-Pesa oparty jest na usługach transferu pieniędzy, co stanowi pewnego rodzaju rewolucję w sektorze instytucji mikrofinansowych, które do tej pory swą działalność opierały na akcjach kredytowych i oszczędnościowych.

Po trzecie system M-Pesa cieszy się tak wielką popularnością pośród klientów, dzięki szerokiemu asortymentowi usług, który im oferuje. Osoba, która decyduje się na przystąpienie do platformy M-Pesa zyskuje możliwość transferu pieniędzy, pobierania niewielkich pożyczek, składania depozytów, opłacania rachunków, ubezpieczenia, otrzymywania emerytury i świadczeń socjalnych za pośrednictwem telefonu. Dlatego możliwości finansowych transferów osoby przystępującej do systemu M-Pesa zostają znacznie poszerzone, co przyczynia się do tak dużej popularności tej platformy.

7. KRYTYKA SYSTEMU M-PESA

Sukces M-Pesa stał się inspiracją do prób zrewolucjonizowania systemu mikrofinansów, który w ostatnich latach boryka się z wieloma problemami oraz spadkiem zaufania światowej opinii publicznej i donorów. W 2010 r. utworzona została organizacja mikrofinansowe *FrontlineSMS: Credit*, której większość transakcji odbywa się drogą bezgotówkowych transferów telefonicznych. System ten ma niewątpliwie swoje zalety – nadrzędną z nich jest znaczne ograniczenie kosztów administracyjnych związanych z ograniczeniem liczby interakcji pracowników instytucji mikrofinansowych i ich klientów. Ponadto system płatności bezgotówkowych jest bardziej przejrzysty i łatwiejszy w kontroli, co znacznie ogranicza prawdopodobieństwo nadużyć i defraudacji.

Niemniej jednak idea zastąpienia kontaktów pracowników instytucji sektora MFI i osób najuboższych przez telefoniczne transakcje bezgotówkowe poddawana jest często krytyce. W pierwotnym systemie mikrofinansowym zaprojektowanym na początku lat 80. przez Muhammada Yunusa pracownicy instytucji mikrofinansowych poprzez częste kontakty z klientem dbali o to by mikrokredyt przeznaczony był na cel inwestycyjny, a nie konsumpcyjny [Yunus i Jolis 2001: 33]. Dzięki częstym wywiadam środowiskowym, bank uzyskiwał również pewność, że jego klienci nie zadłużali się w kilku instytucjach jednocześnie oraz by nie spłacali rat kredytu poprzez zaciąganie kolejnej pożyczki. Zastąpienie personalnego kontaktu pracownika instytucji mikrofinansowej z jej klientami usługami świadczonymi za pomocą telefonu komórkowego negatywnie odbija się na możliwości kontroli i doradztwa osobom korzystającym z usług mikrofinansowych, co może przyczynić się do pogłębienie problemów, z którymi w ciągu ostatnich lat zmagają się sektor mikrofinansów.

8. ZAKOŃCZENIE

Bezspornie system M-Pesa nie stanowi remedium problemu wykluczenia finansowego osób najuboższych, aczkolwiek poprzez upowszechnianie dostępu do transferów pieniężnych, jest efektywnym narzędziem finansowej emancypacji osób znajdujących się poza nawiasem działania konwencjonalnych banków. Na podstawie charakterystyki systemu M-Pesa, która była celem artykułu, ukazano, że system bezgotówkowych transferów pieniężnych ma szansę stać się pośrednikiem pomiędzy osobami najuboższymi, a konwencjonalnym sektorem bankowym. Dzięki innowacyjnym rozwiązaniom i dużemu popytowi na usługi świadczone poprzez platformę typu M-Pesa środki pieniężne zakumulowane w systemie stają się atrakcyjne dla instytucji finansowych, dla których nieopłacalne byłoby obsługiwanie każdego ubogiego klienta osobno. Hipoteza postawiona w artykule została tym samym potwierdzona. Niewątpliwie sukces tego typu platformy stanowi istotny krok w kierunku upowszechnienia usług finansowych wśród najuboższych, którzy do poprawienia swojego ekonomicznego statutu potrzebują jednak o wiele szerszego zakresu usług – takich jak ubezpieczenia czy różnego rodzaju kredyty dopasowane do charakterystyki ich działalności gospodarczej, System bezgotówkowych transferów pieniężnych nie jest w stanie odpowiedzieć na ich wszystkie złożone zapotrzebowania, jednakże usuwa główne bariery pomiędzy osobami ubogimi, a konwencjonalnym sektorem finansów, co stanowiło główną hipotezę artykułu.

BIBLIOGRAFIA

- Donner J., Tellez Camilo A. T., *Mobile banking and economic development: Linking adoption, impact, and use*, „Asian Journal of Communication”, no. 18.
- Donovan K., 2012, *Mobile Money, More Freedom? The Impact of M-PESA's Network Power on Development as Freedom*, „International Journal of Communication”, no. 6.
<http://www.cgap.org/blog/10-things-you-thought-you-knew-about-m-pesa>.
<http://www.cgap.org/blog/where-will-next-big-innovation-microfinance-come>.
<http://www.cgap.org/publications/mobile-phones-microfinance>.
<http://www.microfinancefocus.com/m-pesa-mobile-money/>.
<http://www.wirelessintelligence.com>.
- Mas I., 2009, *Innovations: Resilience in a Turbulent World*, „The Economics of Branchless Banking”, vol. 4.
- Mas I., Radcliffe D., 2011, *Mobile Payments Go Viral: M-Pesa in Kenya*, „The Capco Institute Journal of Finance Transformation”, no. 32.
- Meehan F., 2001, *Microfinance. Theory Policy and Experience – Usage and Impact of Microcredit Provision*, Faculty of Business and Economics Mekelle University, Mekelle.
- Polasik M., Maciejewski K., 2009, *Raport NPB: Innowacyjne usługi płatnicze w Polsce i na świecie*, Warszawa.
- Yunus M., Jolis A., 2001, *Banker to the Poor: The Autobiography of Muhammad Yunus, Founder of Grameen Bank*, Oxford University Press, Oxford.

*Piotr Chmielewski***SYSTEM BEZGOTÓWKOWYCH TRANSFERÓW TELEFONICZNYCH
JAKO NARZĘDZIE WALKI Z FINANSOWYM WYKLUCZENIEM
OSÓB NAJUBOŻSZYCH W KRAJACH ROZWIJAJĄCYCH SIĘ**

Tematem niniejszego artykułu jest system M-Pesa, który od czasu swoich narodzin w Kenii w 2007 r. zdobył ponad 17 mln użytkowników i jest jednym z najbardziej nowatorskich i dynamicznie rozwijających się przedsięwzięć w sektorze bankowym w Afryce. Celem pracy jest charakterystyka tej innowacji, która zrewolucjonizowała rynek usług finansowych w Kenii i ukazanie jej w kontekście wpływu na statut ekonomiczny osób najuboższych, które do tej pory miały ograniczony dostęp do konwencjonalnego sektora bankowego. Hipoteza postawiona artykule dotyczy wysokiej skuteczności systemu bezgotówkowych transferów telefonicznych w znoszeniu barier pomiędzy osobami ubogimi, a sektorem usług finansowych. Zagadnienie zostało przedstawione na przykładzie kenijskiego systemu M-Pesa i do jego realizacji posłużono się analizą literatury przedmiotu – głównie anglojęzyczną. Artykuł ukazuje, że platforma M-Pesa jest niezwykle efektywną innowacją, która pochodzi z kraju rozwijającego się i stanowi odpowiedź na jego wewnętrzne problemy i jest dopasowana do jego unikalnej charakterystyki.

**MOBILE MONEY SYSTEM AS A TOOL OF FINANCIAL EMANCIPATION
OF THE POOREST OF THE POOR IN DEVELOPING COUNTRIES**

This article uses an examination of M-PESA, a large-scale financial service in Kenya, that is accessible from ordinary mobile phones. It has seen exceptional success since its introduction by mobile phone operator Safaricom in Kenya in March 2007 – it has already been adopted by 17 million customers. In this article M-PESA's market success is interpreted in the context of fight against poverty in developing countries. An innovational tool that has been introduced by mobile platform removes barrier to financial inclusion of the poorest of the poor and links them with conventional bank sector. Once poor people have access to cost-effective electronic means of payments such as M-PESA, they could, in principle, be profitably marketable subjects by a range of financial institutions.