

# Innowacyjne usługi płatnicze

Mariusz Szpringer, Włodzimierz Szpringer

- **Innowacyjne usługi płatnicze - to usługi płatnicze, w których zostały wprowadzone nowe rozwiązania, technologie lub standardy zmieniające w sposób jakościowy dotychczasowe metody dokonywania płatności, instrumenty płatnicze lub formy pieniądza.**
- **Kluczowe czynniki pojawienia się i rozwoju danej innowacji płatniczej (*consumer-centric payment models, technology-centric payment models, merchant-centric payment models*). Przykładem tego ostatniego może być swoisty pool stworzony w ramach sieci handlowej: Wal-Mart – Target).**

# Globalizacja – czy następuje unifikacja rozwiązań?

- **Globalizacja – w dużej mierze unifikacja rozwiązań**
- **Funkcja płatnicza + inne funkcje o wartości dodanej dla klienta**
- **Zamiast terminali PoS – urządzenia pozostające w dyspozycji konsumenta (smartfony)**
- **Użytkownik końcowy – „frontman” + back-office.**
- **Szybkie inicjowanie oraz procesowanie transakcji w czasie (prawie) rzeczywistym**

# Bankowe a pozabankowe systemy usług płatniczych

- **Prywatne, pozabankowe systemy - bez pośrednictwa rachunku bankowego.**
- **Banki dostarczają infrastrukturę systemu płatniczego.**
- **Na rynku usług płatniczych granica między bankami a parabankami jest coraz bardziej rozmyta.**
- **Konkurencja ustępuje miejsca współpracy korzystnej dla interesariuszy, coraz silniej regulowanej (PSD 2) i coraz łagodniej traktowanej przez organy antymonopolowe.**

# Konkurencja a współpraca

- **Usługa płatnicza – to wiązka różnych usług, o wartości dodanej dla stron transakcji. Banki korzystają z innowacji technologicznych rozwijanych poza sektorem bankowym.**
- **Niedostateczne zaangażowanie sprzedawców w innowacje procesowe w wielokanałowym handlu detalicznym. Niepełne jeszcze rozumienie przez sprzedawców znaczenia tych innowacji - jako aktywów strategicznych.**
- **„Zagadka jajka i kury” – prognoza przełomu w efekcie usług Cloud Computing, które nie wymagają od handlowców własnych inwestycji w software.**
- **Łańcuch wartości w systemach płatności (metody płatności, normy i standardy techniczne, międzybankowe środki transferu funduszy - łącznie z fizyczną infrastrukturą przeznaczoną do procesowania transakcji)**

# Płatności elektroniczne – instrumentem marketingu

- **Takie systemy jak: PayPal, Google Wallet czy ApplePay mają też wiele dodatkowych funkcji lojalnościowych np. nakręcania popytu na urządzenia Apple – w przypadku ApplePay, czy e-handlu – w przypadku PayPal, kupionego przez firmę eBay.**
- **Dla konsumentów kluczowe znaczenie ma wygoda, szybkość i bezpieczeństwo, a także koszty.**
- **Korzystanie z aplikacji w smartfonach pozostawia jeszcze wiele do życzenia, jeżeli chodzi o czas realizacji usługi.**
- **Czynnik niższego kosztu płatności mobilnych może tracić na znaczeniu w kontekście obniżek *interchange fee*.**
- **Masowość transakcji e-commerce umożliwia obniżkę kosztów całego systemu, na czym korzystają wszyscy interesariusze.**

# Metody płatności mobilnych

- Korzystające z technologii zbliżeniowej Near Field Communication (NFC), np. Google Wallet, który wykorzystuje platformę zawierającą oprogramowanie (Mobile Wallet), skojarzone z kartą kredytową użytkownika współpracującą z technologią NFC zawartą w smartfonie tego klienta, który może robić zakupy u autoryzowanych sprzedawców,
- Bazujące na wiadomościach SMS, skojarzonych z rachunkiem prowadzonym przez dostawcę telekomunikacyjnego np. M-Pesa w Afryce, gdzie dostęp do Internetu jest niewielki, za to wiele osób posiada telefony komórkowe,
- Polegające na interakcji oprogramowania telefonu bezpośrednio z urządzeniem sprzedawcy w obrębie point-of-sale, (*in-apps-purchase*), przykładem są Apple Apps Store czy Google Play, może być także wykorzystana karta kredytowa lub specjalnie w tym celu wydana przedpłacona karta.

# Szanse dla banków

- **Płatności mobilne - rewolucja w usługach bankowości detalicznej i na rynku przekazów pieniężnych.**
- **Przewaga konkurencyjna banków wypływa z roli rachunku bankowego, który stanowi gwarancję płynności oraz służy dokonywaniu rozliczenia i rozrachunku.**
- **Obejmuje to także systemy, które mają rozbudowane własne systemy rozliczeń (PayPal, AmazonPayments czy iTunes), realizowane na własnych platformach (eBay, Amazon, Apple).**
- **Handel mobilny - duże szanse dla banków, które mają przewagę konkurencyjną dzięki zaufaniu oraz cennym marketingowo bazom danych klientów.**
- **Poprzez odpowiedni dobór partnerów do współpracy banki mogą nie tylko potwierdzić swoją pozycję mimo coraz bardziej widocznego „odpośredniczenia” (*disintermediation*), ale też generować wartość dodaną.**
- **Banki mogą też korzystać z właściwości rynków dwustronnych – sprzedawcy i konsumenci – w linii horyzontalnej („*two-sided-markets*”) i dwuwarstwowych – w łańcuchu zakupów dóbr lub usług aż po ostateczny rozrachunek – w linii pionowej („*two-layer-markets*”).**

# Słaba współpraca rynku – brak globalnego standardu rynkowego

- Rynek jest podzielony między różne „ekosystemy” płatności mobilnych, konkurujące między sobą i niekompatybilne, co prowadzi do zamknięcia użytkownika w ramach jednego systemu (*lock-in effect*).
- Użytkownik, który chciałby skorzystać z platformy konkurencyjnej, traci specjalne oferty czy rabaty wynikające z systemów lojalnościowych.
- Angażowanie się firm w tego typu innowacje zależy w dużej mierze od efektu sieciowego, czyli perspektywy szybkiego upowszechnienia się danego instrumentu płatności.
- Bariery polegają także na tym, że firma posiadająca kluczowe aktywa (*essential assets*), aplikacje lub informacje nie chce się nimi dzielić z konkurentami, zwłaszcza usytuowanymi na szczeblu transakcji detalicznych.
- Systemy Mobile Wallets często emitują różne rodzaje wirtualnych walut, które są ograniczone tylko do tych systemów np. Facebook Credits (1 USD = 10 Facebook Credits ) czy Amazon Coins dla użytkowników czytników Kindle Tablets.



# Dyrektywy: PSD, EMD i PAD

- Celowa byłaby integracja dyrektywy PSD oraz dyrektywy o pieniądzu elektronicznym (EMD), gdyż ubieganie się o dwa zezwolenia jest obciążeniem dla instytucji świadczących szerokie spektrum usług płatniczych.
- Należy uściślić definicję usługi płatniczej oraz pieniądza elektronicznego - w kierunku szerszego ujęcia usługi płatniczej, zawierającej także pieniądz elektroniczny. W tym kierunku wydaje się zmierzać dyrektywa EMD 2.
- W projekcie PSD2 zmianę stanowi poszerzenie zakresu przedmiotowego i podmiotowego dyrektywy, a przede wszystkim wprowadzenie nowej kategorii podmiotu, tj. „dostawcy usług płatniczych będącego osobą trzecią” (*third-party payment service provider*, „TPP”) – wyzwania regulacyjne vs. możliwość ożywienia konkurencji na rynku usług płatniczych
- Celem PAD jest poprawa obecnej sytuacji na rynku usług rachunków bieżących dla konsumentów. Na tym rynku panuje słaba konkurencja między bankami i innymi dostawcami usług rachunku bieżącego, występują nieuzasadnione różnice w kosztach usług, konsumenci rzadko zmieniają dostawcę usługi, wiele osób nie posiada rachunku pomimo jego dużego znaczenia dla obrotu.

# One-stop-shopping?

- **Rozwój techniczny może zacierać granice między kategoriami produktów, ponieważ rodzaje urządzeń dostępowych i kanały dostępu są coraz bardziej wymienne, upowszechniają się standardy interoperacyjności oraz kompatybilności sprzętu i oprogramowania.**
- **Globalni gracze mogą mieć przewagę władzy rynkowej przy transgranicznym oferowaniu innowacyjnych rozwiązań płatniczych.**
- **Duże skoki o charakterze przełomowych innowacji mogą wystąpić szczególnie w krajach, gdzie infrastruktura płatności jest jeszcze słabo rozwinięta.**
- **Przyszłość należy do *one stop-shopping* (*multichannel shopping, ubiquity commerce*): mechanizmy płatności będą uwzględniały wszelkie sytuacje, w jakich znajdzie się konsument: e-commerce, m-commerce i tradycyjny handel w lokalu dostawcy, a także transakcje zakupu zarówno dóbr materialnych, jak i wirtualnych.**

# Efektywność a bezpieczeństwo

- **Mogą powstać napięcia między wymogami narzędzi płatności cenionymi przez użytkowników (tanie, szybkie, łatwe) a bezpieczeństwem transakcji i ochroną prywatności.**
- **Na przeszkodzie innowacji płatniczych mogą stać m.in. regulacje prawa telekomunikacyjnego i bankowego, które w Polsce utrudniają pójście śladem Apple iTunes, który archiwizuje dane z kart płatniczych użytkowników, dzięki czemu każdy kolejny dostęp do serwisu jest szybki**
- **Innym postulatem jest możliwość rozliczania płatności za cudze usługi na jednej fakturze – operatora telekomunikacyjnego.**
- **Płatności mobilne leżą także w interesie akceptantów, gdyż ze względu na tańszą infrastrukturę mogą oni ponosić niższe opłaty.**

# Łagodzenie konfliktu interesów między uczestnikami systemu

- **Innowacje płatnicze zmierzają do łagodzenia konfliktu interesów między akceptantami a konsumentami dóbr lub usług – minimalizacji rozpiętości między kwotą, którą klient płaci a kwotą, którą kupiec otrzymuje.**
- **Widać to wyraźnie na przykładzie opłaty interchange i w eksperymentach z płatnościami w serwisach Peer2Peer, Google czy Facebook.**
- **Rozwój prywatnych systemów płatności w takich serwisach wskazuje także na braki regulacji systemów płatności o powszechnym zastosowaniu (systemy kart płatniczych, gotówka, чеки).**
- **Czasami systemy zachęcające konsumentów do korzystania z instrumentów, które obiektywnie są droższe niż to odczuwają konsumenci, określa się jako „korupcję” jednej ze stron systemu, kosztem pozostałych np. klientów kosztem kupców.**

# Usługi płatnicze poza stroną WWW banku oraz rachunkiem bankowym

- **Obszar m-płatności wymaga skojarzenia kompetencji regulacyjnych i ekonomicznych - z zakresu prawa bankowego, prawa telekomunikacyjnego, prawa mediów i prawa nowych technologii. Specjalizacja doradców prawnych i wdrażanie przez banki produktów wirtualnych – to kluczowe wyzwania.**
- **Można wskazać na system płatności Facebook`a (Facebook Credit), który dotyczy opłat na rzecz różnych firm aktywnych w ekosystemie Facebook`a np. operatorów gier online, wirtualnych światów. Nowatorski projekt jednego z banków dotyczący bankowości internetowej korzysta z aplikacji Facebooka.**
- **Nowe formy płatności wpływają także na modele biznesowe banków lub parabanków, które umożliwiają np. szybkie płatności mobilne (Gobank, Moven, Simple, Bluebird, Fidor, Jibun).**
- **Powstają systemy typu *social lending* (Zopa, Friendsurance, eToro), a także systemy automatycznego pożyczania w bankomatach**

# Zagrożenia ze strony niektórych instytucji płatniczych

- Firmy zajmujące się przekazami pieniężnymi (Western Union, Hawala, oanda.com). Wiele z nich należy do systemu SWIFT, budzą jednak wątpliwości z perspektywy regulacji zwalczających pranie pieniędzy.
- Piramidy finansowe powiązane z cyberprzestępczością (eGold, WebMoney), oferujące programy inwestowania o wysokiej stopie zwrotu (“High Yield Investment Programs”), zwane także schematami Ponziego.
- Systemy płatności mobilnych podatne na ataki z zewnątrz i ryzyko zarażenia wirusami lub programami szpiegującymi jest tam nadal znaczne.
- Systemy finansowania społecznościowego, które może polegać bądź to na udzielaniu pożyczek w sieci bądź na zbieraniu funduszy na podany cel (*online social lending systems*: zopa.com, prosper.com, lendingclub.com, smava.de, Tellrock).
- Systemy Peer2Peer (CashEdge’s Popmoney network, Fiserv’s ZashPay network), w których płatność idzie z rachunku na rachunek.
- Adresy e-mail lub specjalnie utworzone wirtualne konta, jak również numery i karty telefonów komórkowych – jako token. Powstają standardy zwiększające bezpieczeństwo płatności mobilnych (UICC - *universal integrated circuit card*, ITSI - *individual terminal subscriber identity*)

# BitCoin

- **Bitcoin - przełomową innowacją?**
- **Bitcoin nie ma znamion publiczno - prawnego środka płatniczego, nie jest pieniądzem elektronicznym, nie jest też instrumentem finansowym w rozumieniu ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o obrocie instrumentami finansowymi.**
- **Tym samym należy go postrzegać jako instytucję cywilno-prawną, opierającą się na umowie pomiędzy korzystającymi z Bitcoin.**
- **„Waluty” wirtualne nie są środkami pieniężnymi i instrumentami finansowymi, nie są też regulowane ani nadzorowane, mogą służyć celom spekulacyjnym, ich kurs jest bardzo zmienny, a ich posiadacze mogą stracić znaczną część lub wszystkie środki zamienione na „waluty” wirtualne, mogą służyć praniu pieniędzy, gdyż transakcje z ich użyciem są w dużej mierze anonimowe.**

# Big Data – zarządzanie bazami danych

- Projekt Digital Asset Grid (DAG) zainicjowany przez Innotribe – innowacyjne ramię systemu SWIFT. Projekt wychodzi z założenia, że współczesne banki są nie tylko instytucjami finansowymi, ale także zarządzają ogromnym zasobem danych klientów.
- Klienci powinni uzyskać większe zaufanie do metod pozyskiwania danych o nich w epoce Big Data – powinni poczuć się w większym stopniu dysponentami swoich danych, do których obecnie dostęp jest często zbyt łatwy np. z serwisów społecznościowych.
- *“Money is meaningless, because businesses no longer deal with money. They deal with data”* .(...)
- *“Banks need to think about how they reconstruct themselves for the 21st century, as new data-management firms from upstart payments processors to internet service providers to mobile carriers all move towards the payments space”*. (...)
- *“The greatest opportunities and threats lie in the data. Apple, Amazon, Google and Facebook are talked about with admiration, but the core of this companies is not music, books, search and social networking. It is data management”*.

(Ch. Skinner)