



Sebastian Ptak, Członek Zarządu Blue Media S. A.

Odpowiada m.in. za obszar bezpieczeństwa oraz rozwój biznesu, szczególnie za rozwój i nadzór nad Systemem Płatności BlueCash (system międzybankowych przelewów natychmiastowych).

Absolwent Wydziału Prawa Uniwersytetu Gdańskiego, stypendysta Ministerstwa Edukacji Narodowej.

Jest Członkiem Prezydium Forum Technologii Bankowych przy Związku Banków Polskich. W 2009 r. uhonorowany przez Związek Banków Polskich tytułem

Ambasadora Gospodarki Elektronicznej, rok później Odznaką Honorową ZBP, a w 2016 r. Medalem Mikołaja Kopernika w uznaniu szczególnych zasług w budowie i rozwoju sektora bankowego.

Czy bankowcy śnią o elektronicznych płatnościach?

Twórcy książek i filmów fantastyczno-naukowych przewidzieli wiele współczesnych innowacji – telefony komórkowe, ekrany dotykowe, biometryczną autoryzację, a nawet satelity. W klasyce science fiction nie znajdziemy jednak wielu pomysłów na to, jak ludzie mogliby płacić w przyszłości. Dlaczego? Bo ludzie będą kupować, ale nie będą płacić.

Sektor finansowy, a w szczególności bankowy, goni za nowinkami. Jednak banki wprowadzają innowacje nie tylko po to, by zwiększać przychody, ale by bronić swojej pozycji i udziałów w rynku – a zarazem swoich przychodów – przed firmami fintechowymi. Obszarem, w którym banki muszą liczyć się z coraz silniejszą konkurencją ze strony światowych fintechów są płatności.

Fintechy to – w uproszczeniu – innowacyjne firmy oferujące w oparciu o rozwiązania internetowe usługi finansowe, które są wygodne i dostosowane do potrzeb internetowych i mobilnych klientów. Najczęściej próbują wykorzystywać infrastrukturę bankową, np. rachunki bankowe i w oparciu o nią tworzyć usługi wygodniejsze i tańsze. Spółki te mocno podgryzają sektor bankowy, gdyż ich strategia często polega na odebraniu bankom „ostatniej mili”, czyli dostępu do klienta.

Wejście na rynek płatniczy technologicznych gigantów, dysponujących znaną i lubianą przez klientów marką, zasięgiem swoich urzędzeń i systemów operacyjnych może ograniczyć pozycję banków. Te, ograniczone do funkcji dostarczycieli pieniądza, stracą źródło dochodów, jakim jest obsługa płatności. Jest jednak możliwy i drugi scenariusz – współpraca banków i fintechów. W Polsce mamy długą tradycję współpracy firm technologicznych z instytucjami finansowymi. Jeżeli obie strony utrzymają tę współpracę, wszyscy na tym skorzystamy.

Gdzie kończy się pęd za nowymi rozwiązaniami, a zaczyna rzeczywistość?

Mechanizm elektronicznych płatności właściwie nie zmienił się od kilkadziesiąt lat. Opiera się albo na zastosowaniu karty płatniczej (znanej już od półwiecza!) albo polecenia przelewu. I chociaż co pewien czas pojawiają się nowe schematy i rozwiązania płatnicze, np. działające w oparciu o tzw. wirtualne portmonetki albo o kryptowaluty, to wciąż daleko im do popularności.

Mimo głośnych dyskusji o innowacjach w obszarze płatności należy mieć więc świadomość, że w rzeczywistości dyskutujemy niemal wyłącznie o „interfejsach”, tzn. o fizycznym doświadczeniu dokonywania płatności. Dlatego innowacje w obszarze elektronicznych płatności można dziś dostrzec na trzech głównych poziomach.

Pierwszy z nich to identyfikacja i autoryzacja z rosnącym znaczeniem biometrii. Wykorzystywanie danych biometrycznych jako metody w procesach autoryzacji i uwierzytelniania klienta nie jest niczym nadzwyczajnym. Logowanie do aplikacji bankowych przez odcisk palca powoli staje się standardem, także w Polsce. Odciskiem palca możemy autoryzować płatności, np. korzystając z usługi Android Pay, Apple Pay czy aplikacji Identity Check Mobile

od Mastercarda przy okazji zakupów internetowych. Ponadto na świecie testowane są już rozwiązania autoryzujące płatności w oparciu o identyfikację głosową (rozwija je np. polska spółka VoicePIN) lub rozpoznanie kształtu twarzy klienta (tzw. selfie pay od Mastercarda).

Poziom drugi to zmiana głównego nośnika informacji o płatności z plastiku (karty) na telefon. Biorąc pod uwagę fakt, że dzisiejsze smartfony mają więcej pamięci niż pierwszy prom kosmiczny Columbia, nie dziwi ich masowe wykorzystanie do agregowania wielu funkcji jednocześnie. I to właśnie dzięki tym możliwościom telefon wygrywa.

Smartfon stał się ekwiwalentem fizycznego oddziału banku – dzięki aplikacjom mobilnym możemy zlecać przelewy, otwierać lokaty czy starać się o kredyt. Nie musimy już odwiedzać lokalnych oddziałów naszych banków. Smartfony, dzięki różnorodnym aplikacjom płatniczym od BLIK-a po Android Pay, stają się powoli także nowym rodzajem fizycznej karty płatniczej.

Prędko, prędzej, automatycznie

Poziom trzeci dotyczy szybkości i wygody przelewów. Zgodnie z unijną zasadą „D+1”, zlecenie przelewu musi zostać zrealizowane przez dostawcę usług płatniczych najpóźniej do końca następnego dnia roboczego po złożeniu dyspozycji polecenia przelewu. Coraz więcej banków idzie o krok dalej i oferuje swoim klientom płatności ekspresowe, czyli takie, które pozwalają natychmiast bądź prawie natychmiast przenieść środki finansowe na wybrany rachunek. Kolejnym etapem przyspieszenia płatności będzie... zniknięcie procesu płacenia. Płatności będą bowiem odbywały się automatycznie.

Innowacje związane z szybkością i wygodą płatności to z mojej perspektywy szczególnie interesujący wątek. Opierają się one na prostym założeniu, że ludzie chcą kupować, ale nie chcą – a wręcz nienawidzą – płacić. Bo o ile kupowanie może sprawiać przyjemność, o tyle płacenie nie wywołuje już takich doznań. Dlatego sama płatność powinna być jak najszybsza, a jej moment jak najmniej zauważalny dla klienta. Dzięki automatyzacji to możliwe. Nowoczesne formy płatności staną się niewidoczne.

Amazon pod koniec 2016 r. pokazał, jak mogą wyglądać automatyczne płatności przyszłości, prezentując bezobsługowy sklep Amazon Go. Zasada działania jest bardzo prosta: klient wchodzi, wybiera produkty i wychodzi, bez stania w kolejce do kasy i fizycznego płacenia. Jak to możliwe? Wchodząc do sklepu należy zeskanować w terminalu smartfon wyposażony w aplikację Amazon Go. Wybór produktów i kompletowanie koszyka odbywa się pod czujnym okiem kamer oraz czujników zamontowanych w sklepie. Na koniec w aplikacji pojawia się lista zakupów. W momencie wychodzenia ze sklepu należność pobierana jest automatycznie z konta klienta.

Spójrzmy na Ubera – jednym kliknięciem załatwiamy wszystkie czynności związane z zamówieniem przejazdu. Sam proces płacenia jest niezauważalny, odbywa się niejako w tle. To samo dotyczy takich usług jak Spotify czy Netflix – przyzwyczailiśmy się mówić „mam Spotify”, a nie „płacę ze Spotify”, mimo że faktycznie co miesiąc płacimy abonament za dostęp do niego.

Popularyzacja bezobsługowych płatności to kwestia czasu. Tym bardziej, że zautomatyzowane płatności z elementem kontroli (w każdej chwili można cofnąć lub zareklamować płatność) są na rękę wszystkim: klientom, bankom, wydawcom kart płatniczych i dostawcom usług.

Wydaje się, że wszyscy powinni szukać sposobów na to, by proces płatności w ogóle zniknął.

Płacę tym, kim jestem

O ile wcześniej omawialiśmy rozwiązania już istniejące, to teraz zabawimy się w futurologów. Z czasem do płacenia nie będzie nam potrzebny żaden smartfon, karta czy zegarek. Nie będzie potrzebne żadne urządzenie. Reklamy już teraz przypominają, że gdy zapomnimy portfel, to zawsze możemy sięgnąć po telefon. A co jeśli zapomnę i portfela, i telefonu? Nic się nie stanie, bo do płacenia wystarczy mój palec, oko, twarz, głos albo moje zachowanie. Skoro

wszystkie urządzenie są niczym innym jak substytutem tego, że to ja osobiście mogę zarządzać swoimi środkami, to spokojnie można wyeliminować tych „pośredników” i autoryzować płatności zgodnie z tym, kim jestem.

To właśnie wokół biometrii pojawia się najwięcej futurystycznych innowacji płatniczych. Chociażby Fingopay – rozwiązanie autorstwa brytyjskiej firmy Sthaler, współpracującej z Visą i Hitachi. Fingopay do dokonywania płatności wykorzystuje biometrię naczyń krwionośnych i nie wymaga posiadania fizycznego nośnika – wystarczy rejestracja danych biometrycznych i powiązanie ich z numerem karty płatniczej Visy. Transakcja odbywa się po przyłożeniu palca do czytnika naczyń krwionośnych. Co ciekawe, do przyjęcia i zautoryzowania takiej płatności po stronie sprzedawcy wystarczy jedynie tablet z odpowiednim oprogramowaniem.

Z kolei w Korei Południowej jeszcze w tym roku mają rozpocząć się testy nowego biometrycznego systemu płatności o nazwie BioPay, działającego w oparciu o technologię palm vein (skan naczyń krwionośnych dłoni). Po rejestracji wzoru dłoni w bankomacie czy terminalu POS zaopatrzonym w skaner naczyń krwionośnych i po powiązaniu go z numerem karty użytkownicy BioPay będą mogli płacić poprzez zwykłe przyłożenie dłoni do terminala.

Choć powyższe rozwiązania są lub w niedługim czasie będą testowane, to droga do ich umasowienia jest bardzo długa. Podstawowe pytanie brzmi, czy klienci będą skłonni, by rejestrować swoje dane biometryczne. Wydaje się, że tak – dziś mało kto pamięta, że wielu bankowców było przekonanych, że ludzie nie zechcą udostępniać swoich wrażliwych danych telefonowi. Tymczasem klienci wręcz wymusili na bankach wprowadzenie aplikacji bankowych.

Podsumowanie

Płacenie nie jest naturalną czynnością dla człowieka, w przeciwieństwie do gromadzenia dóbr. W jakim kierunku zmierza rynek płatności, można dostrzec, przyglądając się historii płatności. To nic innego, jak historia stopniowego pozbywania się w procesie płacenia fizycznej reprezentacji wartości nabywanego lub zbywanego dobra lub usługi – od wymiany barterowej, przez reprezentację wartości w kruszcu, gotówkę, kartę płatniczą, smartfon aż do technologii pozwalających płacić bez jakiegokolwiek fizycznego nośnika.

Czy zatem bankowcy powinni cały czas myśleć o innowacjach płatniczych? Nie! Internet komercyjny ma ćwierć wieku, smartfony dziesięć lat. W tym czasie pojawiało się więcej innowacji w obszarze płatności niż kiedykolwiek wcześniej. Czy dekadę temu przewidywaliśmy, że telefon tak bardzo zmieni świat finansów? Raczej nie. Nie powinniśmy szukać innowacji płatniczych na siłę, powinniśmy raczej obserwować nowe technologie i wyciągać wnioski, jak one zmieniają nasz świat.

W sytuacji upowszechnienia się automatycznych płatności jest możliwe, że banki stracą bezpośredni kontakt z klientem. Dlatego bankowcy zamiast śledzić świat fintechów powinni brać z nich przykład i po prostu obserwować ludzi. Jeśli usługi bankowe, w tym płatnicze, mają realnie odpowiadać na potrzeby swoich klientów, banki muszą śledzić nawyki swoich klientów poza sferą bankową.

Jeśli chcemy wiedzieć, jak proces płatności będzie wyglądał za 5-10 lat, musimy zrozumieć nie tylko millenialsów, ale również ich młodszych, nastoletnich kolegów i koleżanki. Co istotne, dla tych pokoleń ważniejsze od regulacji rynkowych staje się zaufanie do samej marki. Z ubiegłorocznego badania Blue Media „Podejście Polaków do fintechu” wynika, że aż 72 proc. polskich millenialsów ufa koncernom technologicznym takim jak Google, Facebook czy Apple. Z kolei według amerykańskiego badania „The Millennial Disruption Index” 73 proc. ankietowanych millenialsów większym entuzjazmem darzy usługi finansowe oferowane przez firmy technologiczne niż banki. Dlaczego? Bo w świecie tych marek są zanurzeni w sposób naturalny, na co dzień.

Musimy szukać odpowiedzi nie tylko na pytanie, jak i gdzie klienci płacą, ale jak zmienia się ich życie pod wpływem technologii.

Artykuł ukazał się w czerwcu br. w publikacji Europejskiego Kongresu Finansowego "Wyzwania informatyki bankowej".