

Prihodnost v rokah mobilnega plačevanja

V Sloveniji smo lani dobili popolnoma neodvisen standard za mobilno plačevanje, ki je podprl brezpapirno in brezgotovinsko plačevanje. Hitro so ga sprejeli vsi uporabniki, podjetja, trgovci, pa tudi banke.

Evropski standard PSD2

Naj spomnimo, podjetji Petrol in Mbilis sta decembra na novinarski konferenci javno predstavili popolno novost, ki počasi postavlja temelje za standardizirano platformo za plačevanje po zgledu Nizozemske, Danske in ostalih skandinavskih držav. Mobilno plačevanje tako tudi v Sloveniji doživlja pomemben preskok na višjo raven, ki še poenostavlja in ceni celotno plačevanje. Omenjeni standard sovпада s trendi, ki jih narekuje direktiva Evropske skupnosti PSD2 (*Payment Services Directive*).

Številni strokovnjaki, na primer Tristan Louis, ustanovitelj in lastnik TNL.net, so že na začetku tega desetletja napovedovali, da se obeta nova doba plačevanja, v kateri bo nad gotovino in karticami

prevladalo plačevanje s telefonom. Tudi analiza s pomočjo orodja Google Trends kaže izjemen porast zanimanja za področje FinTech (*Financial Technology*) od leta 2015 naprej. A povprečni potrošnik bo v svoji denarnici našel 65 evrov bankovcev in drobiža, več kot enkrat na teden bo dvignil gotovino na bankomatu, v povprečni vrednosti več kot 60 evrov, in vsak dan bo več kot enkrat plačal z gotovino.

Gotovina res na smetišču zgodovine?

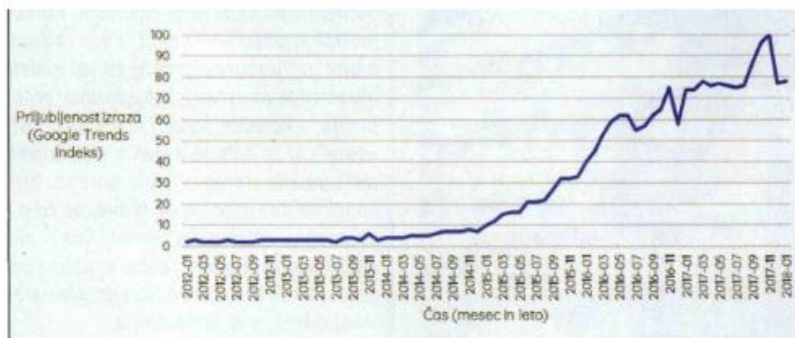
Evropska centralna banka je konec leta predstavila rezultate obširne analize uporabe gotovine, kartic in drugih plačilnih sredstev (sem sodi tudi mobilno plačevanje) v evroobmočju na prodajnih mestih v letu 2016. Gre za raziskavo SUCH (*Survey on the use of cash by householders*). V raziskavo je bilo vključenih več kot 92.000 potrošnikov, ki so poročali o svojih plačilih (skupaj so izvedli skoraj



200.000 plačil), dostopu do plačilnih instrumentov in vedenju v povezavi s plačevanjem.

Raziskava kaže, da smo v letu 2016 potrošniki izvedli 163 milijard transakcij, katerih skupna vrednost je predstavljala več kot 2.968 milijard evrov. Velika večina teh plačil (kar 96 %) se je zgodila v trgovinah z izdelki vsakodnevne po-

trošnje, restavracijah, na bencinskih servisih, manjših trgovnicah in trgovinah s trajnim blagom. Plačila na vseh teh mestih imenujemo plačila POS (*point of sale payments*) oziroma plačila na prodajnih mestih. Ostale 4 odstotke plačil so potrošniki naredili z nakazili med osebami, donacijami in drugimi prispevki. Rezultati raziskave kažejo, da je bila gotovina



daleč najpogosteje uporabljeno plačilno sredstvo, saj je bilo kar 79 odstotkov vseh plačil (to je predstavljalo 54 odstotkov vrednosti plačil) izvedenih na tak način. Z 19 odstotki so sledile kartice, s katerimi je bilo izvedenih 39 odstotkov vrednosti vseh plačil na prodajnih mestih. Največ plačil z gotovino je bilo izvedenih v državah južne Evrope ter v Nemčiji, Avstriji in Sloveniji. V Sloveniji je število vseh plačil z gotovino znašalo 80 odstotkov.

Samo vprašanje časa (in interesa potrošnikov)

Prevladujoči način plačevanja v letu 2017 je bila gotovina. Mobilno plačevanje pa je prihodnost, ki je prav vsakomur na voljo že danes in bo zagotovo zmagovalec prihodnosti. Tehnologija in rešitve so razvite, zato je poteza na strani potrošnikov in podjetij! Je za potrošnike iskanje drobiža, s katerim želijo plačati parkirnino, res najboljši način plačila? So za podjetja visoke provizije, ki jih plačujejo za vsako plačilo s kartico, res optimalne za njihov posel in rast?

Prepreke za plačevanje s telefonom in kako jih rešuje družba mBills

V evroobmočju je bil v letu 2016 delež plačil, izvedenih drugače kot z gotovino ali s kartico, le 2-odstoten. V naslednjih vrsticah si bomo pogledali alineje, ki nam bodo povedale, zakaj je temu tako in zakaj se mobilno plačevanje ne "prime" hitreje:

1. Preprostost in hitrost

Za plačilo z večino mobilnih rešitev je treba najprej odkleniti telefon, odpreti aplikacijo in vnesti geslo za vpis vanjo, sledi nekaj sekund, v katerih POS-terminal izvede plačilo, nato pa postopek še vedno ni zaključen. V večini primerov je namreč potrebno vnesti tudi PIN kodo na POS-terminal ali podpis. **Primož Zupan**, direktor M-bills: "V M-bills smo se odločili, da plačevanje na prodajnih mestih rešimo drugače – ne opiramo se na obstoječo tehnologijo in infrastrukturo POS-terminalov, temveč naš sistem komunicira neposredno z blagajniškim sistemom, zaradi česar je za plačilo dovolj ena aktivnost, in sicer ta, da prikažemo črtno kodo na zaslonu telefona. Plačilo tako ne zagotavlja le boljše uporabniške izkušnje na strani uporabnika, temveč je v primerjavi z ostalimi plačilnimi metodami tudi mnogo hitrejšo."

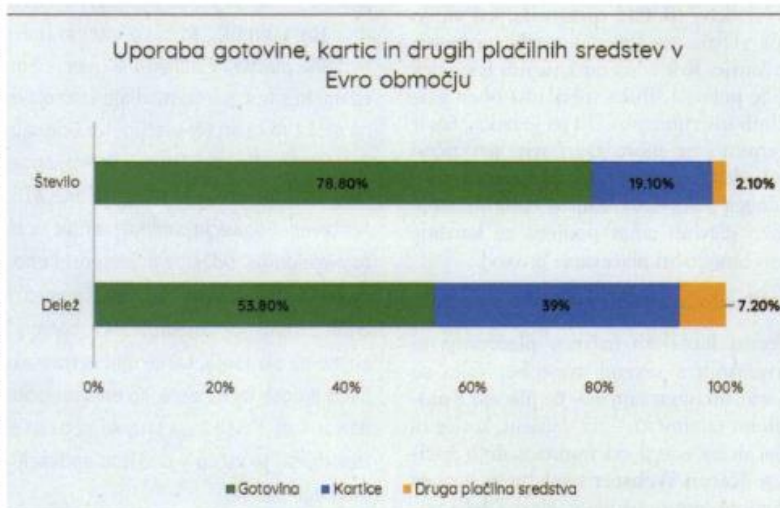


2. Zakaj kupiti novo, če lahko uporabiš, kar že imaš

Kot navedeno zgoraj, po navadi uvedba mobilnega plačevanja zahteva nakup novih POS-terminalov, zamenjavo programske opreme in podobno, za kar je seveda potreben visok finančni in časovni vložek. Spletna stran Business Insider to vidi kot enega od ključnih razlogov, ki združuje mobilne denarnice, da bi zavzele večji delež trga. Ponovno se torej izkaže, da je delovanje brez dodatnih naprav pomembna prednost in verjetno v prihodnosti ločnica med ponudniki mobilnega plačevanja, ki jim bo uspelo doseči kritično maso uporabnikov in plačil, ter tistimi, ki jim to ne bo uspelo.

3. Enotni standard mobilnega plačevanja

Na trgu obstajajo številne različne rešitve za mobilno plačevanje, med drugimi tudi Apple Pay, Android Pay, Samsung Pay in PayPal. Deloitte največjo težavo vidi v tem, da različne rešitve s seboj prinašajo različne uporabniške izkušnje, različne funkcionalnosti ter različne načine plačila za različne situacije. Poleg tega je večino od njih možno uporabljati le, če imaš telefon določene znamke in če kupuješ v določeni trgovini. Vse, kar si želi potrošnik (po mnenju strokovnjakov, na primer **Karen L. Webster**, direktorice Pymnts.com), je poenostavljena mobilna nakupna izkušnja.



Manjka enotni standard mobilnega plačevanja, kar omenjata **Debashish Banerjee** in **Craig Wigginton** iz Deloitta v svojem poročilu o uporabi mobilnega plačevanja in s čimer se strinjajo tudi v **Mbills**. **Jerica Urbančič**, vodja trženja v **Mbills**, pojasnjuje: *“Mbills je v Sloveniji in širši regiji postavil standard mobilnega plačevanja. Poenotili smo uporabniško izkušnjo ne glede na to, kaj, komu in kdaj potrošnik plačuje, in tako rešili enega ključnih problemov potrošnikov, ki ni značilen le za sfero mobilnega plačevanja, temveč je še v večji meri razširjen pri plačevanju v splošnem. Plačilo s kovanci na parkomatu, plačilo položnice na poštnem okencu, vračilo denarja prijatelju v spletni banki, plačilo z debetno kartico na bencinski črpalki in plačilo s kreditno kartico na spletu. To je zmeda, v kateri se je do sedaj tudi najbolj ozaveščen potrošnik težko znašel.”*

4. Navada je železna srajca

Na Nizozemskem so ugotovili, da so pomemben dejavnik pri izbiri načina plačila zlasti navade v zvezi s plačevanjem. **Urbančičeva**, po izobrazbi psihologinja, na to odgovarja: *“Pri nas lahko na podlagi pogovorov s svojimi (potencialnimi) uporabniki vsekakor potrdimo, da enako velja tudi za Slovenijo. Ampak koliko ljudi poznate, ki še vedno uporabljajo ročni kalkulator, budilko na nočni omarici, namizni koledar in papirnati zemljevid? Obstaja boljša alternativa – telefon, ki združuje vse te funkcije v eni napravi. Zakaj torej ne bi tudi nameste denarnice iz žepa potegnili telefon?”*

5. Razširjenost

Pomembno vlogo pri izbiri načina plačila igra tudi to, kako potrošniki zaznavajo lastnosti določenega načina plačevanja. Evropska centralna banka je potrošnike v raziskavi **SUCH** spraševala, kaj vidijo kot glavne prednosti uporabe gotovine in kartic. Kot eden od ključnih faktorjev se je pojavila široka sprejetost obeh plačilnih instrumentov. To pa je nekaj, česar trenutno ne more zagotoviti praktično nobeden izmed igralcev na področju mobilnega plačevanja. **Zupan** razkriva, da je eden glavnih ciljev podjetja za letošnje leto omogočiti plačevanje povesod.

6. Plačilo in sistem zvestobe v enem

Večina mobilnih načinov plačevanja ni povezanih s sistemi zvestobe. Tako so potrošniki pravzaprav – če plačajo z mobilnim telefonom – na slabšem, kot če bi plačali na enega od tradicionalnih načinov. **Karen Webster** s spletnega portala **Pymnts.com** pravi, da je glavna želja po-



trošnikov imeti račun, ki bo beležil vse kartice zvestobe, kupone, promocijske kode in podobne ugodnosti ter jih tudi avtomatsko upošteval pri nakupu. Po besedah **Urbančičeve** **mBills GO** (gre za plačilo s QR kodo na telefonu) združuje oboje: plačilo in sistem zvestobe. V tem *Business Insider* vidi ključno prednost mobilnih denarnic (kamor sodi **mBills**) v primerjavi z drugimi načini mobilnega plačevanja.

7. Zaupanje

Andrea Bauer v svoji knjigi *Trusting Mobile Payment: How the Trust-Factor forms the Mobile Payment Process* (2013) izposta-

vlja, da je zaupanje eden od ključnih faktorjev, ki določa, za katero plačilno metodo se bo nekdo odločil. Raziskovalci so ugotovili, da je pomembno predvsem zaupanje v ponudnika mobilnih storitev, ponudnika mobilnega plačevanja in tehnologijo, ki se uporablja. **Zupan** pravi, da je prav zato še posebej vesel, da je **mBills** pri uresničevanju vizije podprl tako pomemben igralec na slovenski sceni, kot je **Petrol**. **Mbills** je bilo poleg tega prvo podjetje, ki je prejelo dovoljenje Banke Slovenije za izdajanje e-denarja in opravljanje plačilnih storitev. ■

“Čisti računi, dobri prijatelji”

Ena od trenutno najbolj obetavnih inovacij na področju plačil za fizične osebe v Evropi (in v svetu), so tako imenovana **P2P** (*peer-to-peer* oziroma *person-to-person*) mobilna plačila. V porastu so namreč mobilne rešitve, ki omogočajo plačila med osebami in s tem poenostavljajo izmenjavo denarja med prijatelji in znanci. Medtem ko na globalni ravni tej plačilni funkcionalnosti pot utirajo svetovna imena, kot so **PayPal**, **Square**, **Venmo**, **Facebook Messenger**, na domačem terenu pot mobilnim plačilom med fizičnimi osebami tlakuje **Mbills AIR**, ki se uspešno kosa z omenjenimi svetovnimi rešitvami. *“Največja prednost rešitve je, da je povsem brezplačna tako za uporabnika kot za prejemnika. Odlikuje jo preprosta uporaba in hitrost prenosa denarja od pošiljatelja do prejemnika. Denar pošiljatelj namreč dobi takoj, v realnem času, kar bi lahko primerjali s hitrostjo pošiljanja SMS sporočil,”* navaja **Zupan**. Če uporabnik izgubi telefon ali mu ga ukradejo, lahko **mBills** transakcije takoj blokira. V najkrajšem možnem času bodo njegov račun začasno onemogočili in s tem zagotovili, da bo njegov denar ostal na varnem. Poleg tega stranki ni treba skrbeti, da bi nekdo plačeval z njegovim telefonom, saj je vstop v mobilno aplikacijo mogoč le z vnosom PIN-kode ali s pomočjo prstnega odtisa.