

BEZPIECZNE PŁATNOŚCI

Spółeczeństwo bezgotówkowe to nie wizja przyszłości

Gotówka nadal rządzi, ale jej korona straciła już swój blask. Nowe technologie wypierają monety i banknoty na wszystkich rynkach: od Szwecji po Koreę Południową, od Afryki po Indie. Konsekwencje dla instytucji finansowych, handlowców i społeczeństwa są daleko idące. Jakich zmian w sposobie dokonywania płatności możemy spodziewać się w przyszłości?

Michał Czerski

dyrektor sprzedaży, Worldline

Rządy i instytucje na całym świecie napędzają wprowadzanie elektronicznych alternatyw dla gotówki. Koszty dla gospodarki narodowej związane z jej drukowaniem i dystrybucją są bowiem wysokie – Mastercard szacuje je nawet na 1,5 proc. PKB. Sprzedawcy detaliczni i banki każdego roku wydają miliardy na przetwarzanie transakcji gotówkowych i utrzymanie infrastruktury do ich obsługi. Płatności elektroniczne to nie tylko tańsza alternatywa dla monet i banknotów, ale też szansa dla handlowców i konsumentów na wyeliminowanie ryzyka związanego z bezpieczeństwem przechowywania gotówki. Technologie elektroniczne sprawiają, że płatności są przejrzyste, łatwo weryfikowalne i identyfikowalne, co przynosi wyraźne korzyści zarówno dla finansów osobistych, jak i krajowych. Ponadto dane generowane przez płatności elektroniczne stanowią potencjalną kopalnię złota dla sprzedawców poszukujących nowych sposobów kontaktu z konsumentami.

Tempo przechodzenia na system bezgotówkowy jest różne w poszczególnych krajach. W niektórych z nich, takich jak Szwecja, Belgia czy Korea Południowa, rewolucja bezgotówkowa zachodzi bardzo szybko. Na innych rynkach zmiany mogą być wolniejsze z powodów kulturowych, społecznych i ekonomicznych. Niemniej jednak tendencja jest wyraźna: niezależnie od kultury płatniczej gotówka stanowi coraz mniejszy odsetek transakcji. Według szwedzkiego banku centralnego Riksbank w 2020 r. transakcje gotówkowe będą stanowiły zaledwie 0,5 proc. wartości wszystkich płatności dokonanych w Szwecji.

Polska bezgotówkowa

W Polsce liczba transakcji bezgotówkowych dokonywanych kartami płatniczymi w pierwszym kwartale tego roku wyniosła 88,7 proc. wszystkich operacji za pomocą kart, jak podaje NBP, natomiast transakcje gotówkowe, jak wypłaty w bankomacie, banku czy sklepie (cash back) to niewiele ponad 11 proc. transakcji z udziałem kart płatniczych. Trzeba jednak zaznaczyć, że wartość transakcji gotówkowych dokonywanych kartami nadal jest wyższa (54,5 proc. wartości wszystkich operacji) niż bezgotówkowych (45,5 proc.), a średnia wartość jednej transakcji gotówkowej wynosi 601,00 zł, podczas gdy w operacjach bezgotówkowych – 64,00 zł. Na rozwój społeczeństwa bezgotówkowego w Polsce mają wpływ również szybko rozwijające się nowe sposoby płatności, jak Blik, który w pierwszej połowie tego roku zarejestrował prawie 90 mln transakcji płatniczych, czyli tyle, co przez cały zeszły rok. Drugi kwartał 2019 r. był pod tym względem rekordowy – liczba operacji wyniosła 43 mln, z czego widać wyraźnie wzrost liczby przelewów wykonywanych na numer telefonu oraz płatności w tradycyjnych punktach handlowych i bankomatach, choć nadal zdecydowana większość transakcji (bo aż 70 proc.) jest realizowana w środowisku e-commerce.

Pożegnanie z kartami?

Karty kredytowe i debetowe były ogniwem łączącym świat fizyczny i cyfrowy, umożliwiając nową erę w historii usług płatniczych. Ale i one stoją obecnie w obliczu niepewnej przyszłości. Konsumentom coraz częściej korzystają z nowych form płatności i usług, przez co istnieje duże ryzyko, że karty utracą dominację pod względem udziału w rynku. Korzystanie ze smartfonów i mediów

społecznościowych sprzyja przechodzeniu na płatności bez kart, zarówno na rynkach rozwijających się, jak i rozwiniętych.

W odpowiedzi na to zagrożenie systemy kart płatniczych coraz mocniej zwracają się w stronę płatności bezgotówkowych, co jest zauważalne w przypadku przejęcia przez Mastercard spółki Vocalink, i rozwijają usługi takie jak płatności natychmiastowe czy zintegrowane z IoT. I chociaż karty nie znikną w najbliższej przyszłości, z czasem będą zyskiwać na znaczeniu alternatywne metody płatności.

Zmiana customer journey

Dzisiejsze nowe technologie integrują procesy płatności z łańcuchem wartości dodanych, a najważniejszym celem dla klienta nie jest samo płacenie, ale dokonanie zakupu. Cała procedura płatności jest zdigitalizowana i maksymalnie uproszczona, co zwiększa wygodę klienta i sprawia, że sprzedawcy są bardziej skłonni do zwiększania sprzedaży. W wyniku tej rewolucji postrzeganie procesu płatności przez klienta zmienia się na zawsze. Sprzedawcy handlując tym, czego konsumenci aktualnie potrzebują, w dogodnym dla nich czasie i w najbardziej bezproblemowy sposób. Jednym z takich modeli może być doświadczenie zamawiania podróży Uberem, gdzie transakcja płatnicza jest niewidoczna i uwalnia konsumenta od obaw o opłaty i napiwki.

Wiele technologii inicjowania płatności już teraz mocno się wyróżnia, w tym urządzenia do płatności zbliżeniowych noszone na ciele, takie jak zegarki czy biżuteria. Służy temu ciągły rozwój beaconów (czyli niewielkich nadajników łączących się ze smartfonami przez Bluetooth, które mogą skierować nas do sklepu czy poinformować o rabacie), danych biometrycznych i IoT. Sensory są wykorzystywane również w rozwiązaniach Grab and Go (tł. „weź i idź”), które zapewniają zupełnie nowy poziom spersonalizowanego doświadczenia, czyli dokonywanie zakupów bez korzystania z kas, gdy płatność

pobierana jest bezpośrednio z konta klienta. Po wejściu do sklepu klienci są automatycznie witani, mogą sprawdzić swoje listy zakupów i łatwo znaleźć znajdujące się na nich produkty, w międzyczasie otrzymują spersonalizowane oferty promocyjne – a wszystko to bez konieczności korzystania z pomocy kasjerów. Jeśli chodzi o koszty takiego rozwiązania, to jest ono korzystne dla sprzedawców detalicznych, którzy mogą wykorzystać powierzchnię zajmowaną wcześniej przez kasy i rozbudować asortyment sklepu, a pracownikom pracującym wcześniej na kasie powierzyć inne zadania.

Dobrze jest rozmawiać

Jednym z głównych trendów w handlu kontekstowym jest rozwój handlu konwersacyjnego – płatności inicjowane przez sieci społecznościowe, chatboty lub technologie głosowe, takie jak Asystent Google'a, Alexa Amazona czy Siri firmy Apple. Jako że chatboty i boty głosowe łączą aplikacje komunikacyjne z handlem, coraz większa liczba konsumentów korzysta z tych usług, aby znaleźć oraz wybrać produkty i usługi, a następnie za nie zapłacić. Facebook, WeChat, Snapchat, WhatsApp i inne komunikatory internetowe łączą ponad 2,5 miliarda ludzi na całym świecie, umożliwiając zarówno transfer pieniędzy, jak i interakcję konsumentów z markami i sprzedawcami. Ponad 10 mln firm w Chinach posiada konta na WeChat. Jest to coraz bardziej popularne rozwiązanie wykorzystywane przez małe firmy, które rezygnują z rozwijania własnej strony internetowej lub aplikacji mobilnych. Handel konwersacyjny może bowiem oferować poziom uwagi i wsparcia na tym samym poziomie, jaki klienci otrzymują od sprzedawców w sklepie, a nawet go przewyższać. Z perspektywy sprzedawcy jest to niewątpliwie znacznie wygodniejsze rozwiązanie.

Jeśli chodzi o budowanie marki i zaangażowania konsumentów, aplikacje do przesyłania wiadomości umożliwiają częste interakcje w czasie rzeczywistym i pomagają budo-

wać emocjonalny związek z klientami marki. Ovum przewiduje, że do 2020 r. 80 proc. marek będzie używać chatbotów do interakcji z klientami.

Na horyzoncie

Obecna rewolucja w płatnościach koncentruje się jeszcze na interakcjach międzyludzkich, natomiast kolejna faza będzie się skupiać na rozwiązaniach z wykorzystaniem IoT i sztucznej inteligencji. W perspektywie średnioterminowej będziemy również świadkami rozszerzenia obecnych ram płatniczych, aby umożliwić „dostęp” do kont bankowych konsumentów, co oczywiście wymaga ich zgody. Zasadniczo jednak będzie się to działo bez ingerencji człowieka, czy to za pomocą urządzenia, czy też oprogramowania AI. Na przykład podłączona do sieci lodówka może zamawiać jedzenie automatycznie, gdy wykryje, że kończy się zapas produktów. Samochody połączone przez IoT z systemem płatności będą w stanie uiścić opłaty parkingowe i opłaty drogowe bez potrzeby interakcji z kierowcą. To kolejny krok w stronę społeczeństwa bezgotówkowego i samoobsługowego.

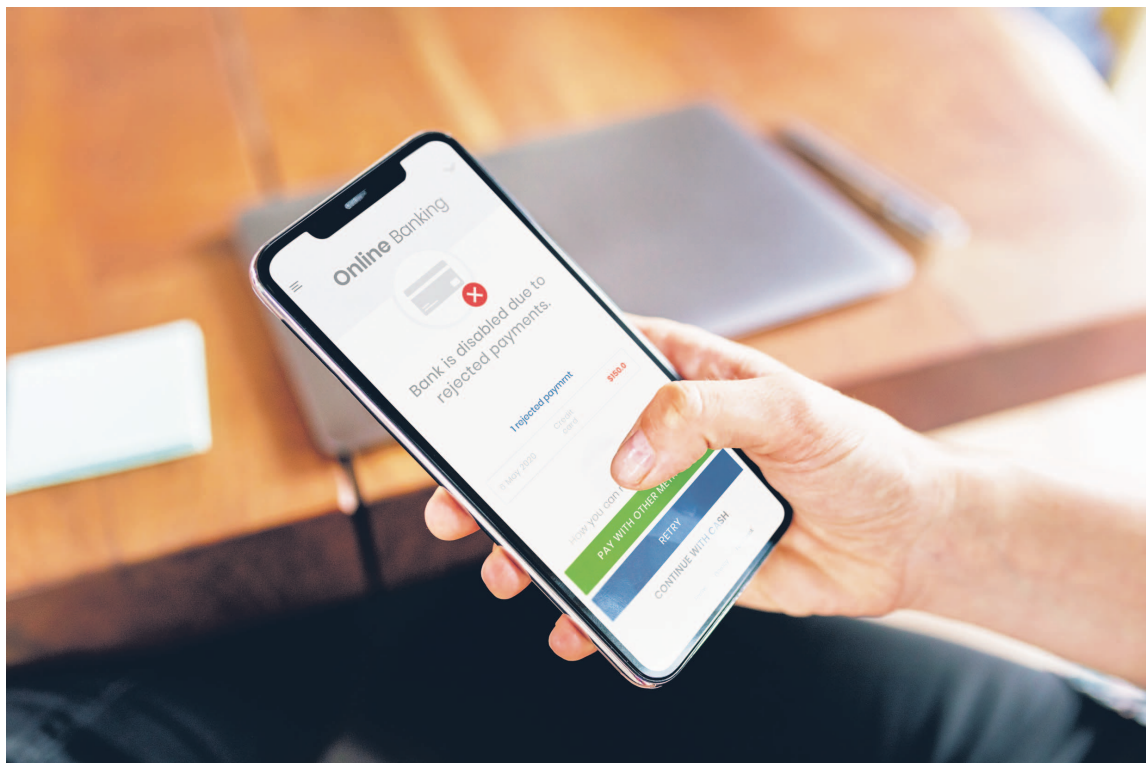
Przykładem konwergencji IoT ze światem płatności są nowoczesne terminale płatnicze (takie jak np. VALINA), które można podłączyć do dowolnego urządzenia, jak ekspres do kawy czy dystrybutor paliwa na stacji benzynowej. Konsumentom samodzielnie zamawiają kawę z takiego automatu, płacąc za nią kartą płatniczą lub skanując kod QR swoim smartfonem, dzięki czemu niepotrzebna jest obecność sprzedawców, a transakcja może się odbywać w dowolnym miejscu i czasie. Pojawienie się społeczeństwa bezgotówkowego stanowi poważne wyzwanie dla decydentów politycznych. Wzbudza to również obawy związane z integracją społeczną i prywatnością danych. Niemniej jednak wzrost płatności bezgotówkowych stwarza ekscytujące możliwości dla dzisiejszych handlowców w zakresie rozwoju nowych kanałów obsługi klientów i budowania relacji z nimi.



BEZPIECZNE PŁATNOŚCI

Płatności mobilne w Polsce

Jak wynika z raportu Intrum, mimo iż nadal preferowaną metodą płatności dla Polaków pozostaje gotówka, to aż 1/3 konsumentów w naszym kraju płaci za codzienne zakupy za pomocą urządzeń mobilnych. Tylko w pierwszej połowie 2019 r. dokonaliśmy ponad 38 mln zbliżeniowych transakcji, wykorzystując do tego celu nasze smartfony i smart-zegarki. Coraz większą popularność zdobywa także płatność systemem BLIK – w III kw. 2019 r. zapłaciliśmy w ten sposób aż 56 mln razy. Czy to oznacza, że wkrótce będziemy społeczeństwem bezgotówkowym? Co nas przyciąga do alternatywnych metod płatności i jak korzystać z nich bezpiecznie, aby nie paść ofiarą cyberprzestępstwa?

**Polacy chętnie płacą telefonem**

Liczba aktywnych użytkowników mobilnych aplikacji bankowych w naszym kraju wynosi już prawie 9,5 mln, co oznacza, że statystycznie przeszło już co trzeci Polak ceni sobie wygodne dokonywania transakcji w dowolnym momencie, bez konieczności logowania się do serwisu www swojego banku czy osobistego odwiedzania placówki. Rozwój technologii wprowadził również na rynek nowe metody płatności, które Polacy wręcz pokochali. – Jeszcze jakiś czas temu nowością było to, że mogliśmy udać się na zakupy bez gotówki, pozostawiając w portfelu tylko kartę. Dziś możemy się obyć zupełnie bez niej. Wystarczy nam smartfon, bez którego nie wychodzimy z domu. Jeżeli mamy na nim zainstalowaną aplikację naszego banku, nie tylko możemy zawsze szybko sprawdzić stan naszego konta, ale także zapłacić zbliżeniowo, a taką metodę płatności wybiera coraz więcej konsumentów w Polsce – komentuje Leszek Zięba, ekspert ZFPE, mFinanse. Na czym ona polega?

Płatność zbliżeniowa za pośrednictwem telefonu to transakcja bezgotówkowa, działająca w podobny sposób, jak płacenie zbliżeniowo kartą. Jest możliwa wtedy, kiedy nasz smartfon posiada wbudowany moduł NFC, czyli system pozwalający na bezprzewodowe przesyłanie danych na odległość 20 cm. Musimy również posiadać zainstalowaną aplikację banku, który pozwala na taką metodę płatności. Kojarzmy ją z naszą fizyczną kartą płatniczą. Podczas zakupów wystarczy, że zbliżymy telefon do terminala, a środki z naszego konta są automatycznie przekazywane odbiorcy. Jeżeli transakcja obejmuje kwotę poniżej 50 zł, zazwyczaj nie musimy jej potwierdzać. Jeżeli przekracza tę sumę lub ustawiamy takie zabezpieczenie, płatność będziemy musieli zatwierdzić wpisując kod PIN lub – w zależności od modelu smartfona czy systemu operacyjnego – poprzez zeskanowanie linii papilarnych. – Prawie wszystkie większe banki działające na polskim rynku umoż-

liwiają płatności zbliżeniowe telefonem, dlatego obecnie realnie szeroko grono konsumentów ma dostęp do tej metody płatności. Nie ma także dolnych limitów takich transakcji, więc zbliżeniowo zapłacimy nawet za paczkę chusteczek czy butelkę wody. Możemy w ten sposób lepiej panować nad swoimi wydatkami lub nawet zaoszczędzić. W aplikacji mobilnej banku od razu jest rejestrowana każda płatność, więc mamy łatwy i szybki podgląd na to, ile i na co wydajemy. Banki co chwilę zachęcają także do skorzystania z programów lojalnościowych, które są dedykowane klientom płacącym zbliżeniowo. Może być to np. oferowane zniżek w wybranych sklepach lub zwrot części kwoty wydanej na zakupach, tzw. cash-back – zaznacza Ewa Kozłowska, ekspert ZFPE, Gold Finance.

Nowinki w świecie płatności mobilnych, czyli Google Pay i Apple Pay

Stosunkowo od niedawna użytkownicy smartfonów z systemem operacyjnym Android i smart-zegarków z systemem Wear OS mogą płacić również za pośrednictwem usługi Google Pay. Sam proces płatności przypomina ten, który znamy z płatności zbliżeniowych kartą. Google Pay to nazwa aplikacji, a także nazwa usługi – wirtualnego portfela. Umożliwia znacznie więcej niż wygodne bezgotówkowe płatności (aby zapłacić dzięki Google Pay nie musimy posiadać włączonej aplikacji czy odblokowanego telefonu). Do usługi można dodać (poza kartami debetowymi i kredytowymi) karty lojalnościowe czy podarunkowe. Użytkownicy iPhone'ów również mogą skorzystać z podobnego rozwiązania, jakim jest Apple Pay. Aby dokonać płatności, należy potwierdzić swoją tożsamość, dotykając przycisk „home” odczytujący linie papilarnie lub, jeśli mamy nowszy model telefonu, dwukrotnie kliknąć w boczny przycisk i skorzystać z biometrii twarzy, czyli tzw. Face ID.

BLIK: „ulubieniec” polskich konsumentów

Kolejną metodą płatności, której możemy dokonać za pośrednictwem naszego smartfona, jest system BLIK, wprowadzony na rynek przez spółkę Polski Standard Płatności, utworzoną przez największe banki działające na polskim rynku. Dostęp do niego mają obecnie prawie wszyscy użytkownicy bankowości mobilnej. Największą zaletą tej metody jest bezpieczeństwo dokonywania płatności. Aby zapłacić BLIK-iem, należy otworzyć odpowiednią „zakładkę” w aplikacji mobilnej swojego banku, pobrać 6-cyfrowy kod PIN, którym autoryzujemy płatność. Jest on ważny 120 sek. (hakerzy mają więc mało czasu na przechwycenie naszych danych). Po tym czasie płatność jest niemożliwa. Aby zapłacić, trzeba cały proces powtórzyć od początku i wygenerować nowy kod.

– Płatności BLIK-iem cieszą się w naszym kraju bardzo dużą popularnością. Tylko w III kw. tego roku dokonaliśmy dzięki tej metodzie ponad 56 milionów transakcji. To intuicyjny w obsłudze system pozwalający na płatność w sklepie stacjonarnym i internetowym, ale także na wypłatę gotówki z bankomatu czy wykonanie przelewu bezpośrednio na telefon odbiorcy. Nie wymaga także podpisanie pod aplikację mobilną banku karty płatniczej, a jedynie zalogowanie się do aplikacji banku. Płatności dokonywane BLIK-iem zapewniają przede wszystkim większe bezpieczeństwo transakcji m.in. poprzez możliwość zidentyfikowania na wyświetlaczu telefonu kwoty i odbiorcy. Dobrą wiadomością dla konsumentów jest również fakt, że tę formę płatności honoruje coraz więcej punktów – zaznacza Leszek Zięba, ekspert ZFPE, mFinanse.

Płatności mobilne: najważniejsze jest bezpieczeństwo

Płatności mobilne z pewnością są wygodne i coraz bezpieczniejsze dzięki rozwojowi technologii i stosowanych zabezpieczeń, jednak nie można ukrywać, że korzystając z tego rozwią-



Liczba aktywnych użytkowników mobilnych aplikacji bankowych w naszym kraju wynosi już prawie 9,5 mln, co oznacza, że statystycznie przeszło już co trzeci Polak ceni sobie wygodne dokonywania transakcji w dowolnym momencie, bez konieczności logowania

zania narażamy swoje dane i oczywiście pieniądze na niebezpieczeństwo i to niestety czasami z własnej winy. Jedną z takich sytuacji jest np. zgubienie telefonu, co zwiększa ryzyko, że z naszych środków skorzysta nieuczciwa osoba. Co możemy zrobić w takim przypadku? – Pierwszym krokiem powinno być ustalenie, gdzie znajduje się obecnie nasz telefon. Wiele modeli smartfonów posiada wgraną usługę autolokalizacji, która pozwala na zdalne zlokalizowanie telefonu. Możemy w tym celu zainstalować wcześniej na nim jedną z dedykowanych aplikacji, których mechanizm działania jest podobny. Dodatkowo pozwoli zablokować lub wyczyścić urządzenie ze wszystkich danych, dzięki czemu ograniczymy działanie hakerów czy złodziei. Jeżeli jednak nie zgubiliśmy telefonu, a mamy pewność, że został skradziony, w takiej sytuacji zawsze powinniśmy udać się na policję, gdzie uzyskamy pomoc w zastrzeżeniu danych. O fakcie z pewnością powinien zostać również powiadomiony operator sieci komórkowej, z którego usług korzystamy. Jeżeli tego nie zrobimy i nie zablokujemy karty SIM, pozwalamy na to, aby osoby trzecie

korzystały z telefonu na nasz koszt – podpowiada Ewa Kozłowska, ekspert ZFPE, Gold Finance.

Niestety, kosztem, który wszyscy płacimy za rozwój technologii i dostęp do bankowości internetowej czy płatności mobilnych, jest także wzrost zagrożeń cyberprzestępczymi. Nasz telefon może zostać zainfekowany przez złośliwe oprogramowanie wyłudające dane. Aby się przed tym uchronić, warto zachować czujność, jeżeli otrzymamy podejrzane wiadomości, szczególnie z hiperłączami odsyłającymi nas do innych stron lub prób o przesłanie pieniędzy. Instytucje finansowe nigdy nie wysyłają do swoich klientów prośby o podanie danych do logowania – każda taka próba podszycia się powinna zostać zgłoszona do banku. Te z kolei nieustannie pracują nad zabezpieczeniami szyfrowania transakcji, ulepszając tym samym technologię ochrony np. poprzez wykorzystanie uwierzytelniania dwupoziomowego, polegającego na podaniu hasła oraz kodu, który zostanie nam wysłany w wiadomości SMS.

Aby zapewnić sobie jeszcze większe bezpieczeństwo, warto dodatkowo zainstalować w telefonie oprogramowanie antywirusowe, ale przede wszystkim unikać płatności przy korzystaniu z niepewnej, tzw. otwartej sieci Wi-Fi, np. w centrum handlowym. Jeszcze inny sposób na wyłudzenie od nas pieniędzy znaleźli oszuści wykorzystujący system płatności BLIK. Przestępcy przejmują konta użytkowników serwisów społecznościowych i piszą wiadomości do ich znajomych. Następnie przekonują ich do podania kodu BLIK w celu przekazania pieniędzy, argumentując to np. awaryjną sytuacją. Ofiary godzą się na transakcję i dokonują płatności w aplikacji mobilnej, tracąc przez to swoje pieniądze. Przed oszustwami możemy się jednak obronić – wystarczy każdą nietypową prośbę o gotówkę potwierdzać bezpośrednio z osobą, której mamy zrobić przelew, np. podczas rozmowy telefonicznej.

Na czym polega odroczone płatność?

Wypłata dopiero za kilka dni, a ulubiony sklep właśnie ogłosił promocję, która skończy się jutro? Czasy, w których zakupy były dokonywane wyłącznie w sklepach stacjonarnych, już dawno odeszły w niepamięć.



Piotr **Siwiec**

prezes zarządu, AIQLabs

Proces rozwoju sektora e-commerce drastycznie przyspieszyła sytuacja epidemiczna, wymuszająca na konsumentach większą zdolność do realizacji transakcji online. Jedną z dynamicznie rozwijających się metod zakupowych są odroczone płatności, które stały się alternatywą dla kredytów, popularnych chwilówek czy zakupów na raty. Taki sposób nabywania produktów lub usług jest korzystny nie tylko dla kupujących, ale również samych sprzedawców, którzy płatność otrzymują od razu. Konkurencja między sklepami internetowymi rośnie. To wszystko powoduje, że klienci mogą skorzystać z coraz liczniejszych promocji. Co zrobić, gdy wymarzony produkt jest oferowany w atrakcyjnej promocji, a na naszym koncie brakuje pieniędzy, by go kupić? Najczęściej w takiej sytuacji korzysta się z karty kredytowej albo limitu w rachunku konta bankowego. To jednak kosztuje. I właśnie dlatego w sklepach internetowych pojawia się coraz częściej usługa odroczonej płatności.



Proces rozwoju sektora e-commerce drastycznie przyspieszyła sytuacja epidemiczna, wymuszająca na konsumentach większą zdolność do realizacji transakcji online. Jedną z dynamicznie rosnących metod zakupowych są odroczone płatności, które stały się alternatywą dla kredytów, popularnych chwilówek czy zakupów na raty.

Alternatywa dla tradycyjnych metod płatności

Jest to innowacyjna forma płatności za zakupy w wybranych sklepach internetowych, która w prosty, szybki i bezpieczny sposób pozwala zapłacić za zakupy bez korzystania z pieniędzy z własnego konta czy karty kredytowej. Podczas zakupów w sklepie internetowym, który daje możliwość odroczenia płatności, wystarczy po prostu wybrać odpowiednią metodę zapłaty. Operator dedykowanego systemu odroczonej płatności zapłaci za nasze zakupy, a dodatkowo przyzna limit na kolejne wydatki. Pozwala też zapłacić za zakupy internetowe dopiero po otrzymaniu dostawy. Tak naprawdę płatności można dokonać dopiero, gdy będzie nam wygodnie. Nie trzeba płacić za produkt z góry, a dopiero wtedy, gdy go otrzymamy. Nawet jeśli towar nie spełni naszych oczekiwań, można go oddać, a transakcja płatności zostanie automatycznie anulowana.

Taki model sprawdza się szczególnie w okresie wzmożonych wydatków. Może to być okres wakacji, wyprawki szkolnej, a także gorący czas przed ważnymi świętami. Możemy coś kupić od razu, płacąc za to nawet miesiąc później i co najważniejsze: bez ponoszenia dodatkowych opłat. Zaletą tego modelu płatności jest jego prostota i przejrzystość. Z góry wiadomo, ile trzeba zapłacić i kiedy. Bez żadnych ukrytych opłat. Co ważne, cała procedura odbywa się online. Jako klient nie wykonujemy żadnego przelewu do sprzedawcy, nie musimy nawet informować go o tym, że ktoś inny zapłaci za nasze zakupy. Transakcję rozlicza się w dowolnym momencie. Nie trzeba przekazywać żadnych danych dostępowych do rachunku czy numeru karty kredytowej, co czyni transakcję całkowicie bezpieczną. Wszystkie zamówienia weryfikowane są za pomocą hasła SMS wysyłanego na numer telefonu. Dzięki czemu tak naprawdę generuje zyski firma, która oferuje odroczone płatności, skoro w ciągu 30 dni taka transakcja jest bezpłatna dla klienta? Operator zarabia, gdy konsument w przypadku wyższych kwot (choć nie tylko) nie chce mocno obciążać swojego portfela. Wówczas płatność jest rozkładana na wygodne raty z atrakcyjnym oprocentowaniem i dopasowana do wielkości koszyka zakupowego. Innym udogodnieniem dla klientów jest wprowadzenie dla niższych kwot możliwości odroczenia płatności o kolejne 30 dni za 5 proc. wartości transakcji. W rezultacie taki model przedłuża spłatę zobowiązania aż do 60 dni.

REKLAMA

eSERVICE

**eCOMMERCE
z eSERVICE**

Wybierz lepsze płatności online

Pełen wachlarz usług płatniczych w sieci. Obsługa płatności online oraz stacjonarnych.

Bez opłat za uruchomienie i przelewy na Twój rachunek.

bezugotowki.pl/ecommerce

BEZPIECZNE PŁATNOŚCI

Płatności mobilne i zbliżeniowe szturmem podbiły nasz rodzimy rynek

W 2019 r. Polska została pierwszym krajem na świecie, w którym 100 proc. terminali POS akceptuje transakcje zbliżeniowe. Jest to odpowiedź na oczekiwania stale rosnącej grupy konsumentów, którzy stawiają na nowoczesne, wygodne, a przede wszystkim bezpieczne płatności bezdotykowe. Polacy nie płacą wyłącznie kartami – coraz częściej za codzienne zakupy płacą także zegarkami, telefonami czy innymi urządzeniami wykorzystującymi technologię NFC.

NFC, czyli co?

NFC (z ang. Near Field Communication) to bezdotykowa i bezprzewodowa technologia, która umożliwia przesyłanie danych między urządzeniami na odległość do 20 centymetrów. Smartfony wyposażone w ten moduł mogą nie tylko szybko łączyć się z innymi urządzeniami, jak np. słuchawkami czy głośnikami bezprzewodowymi, ale także pełnić funkcję karty płatniczej.

Bezpieczne płatności z NFC

Zgodnie z danymi przedstawionymi w raporcie „Płatności Cyfrowe 2019” wydanym przez Izbę Gospodarki Elektronicznej, rośnie popularność płatności zbliżeniowych urządzeniami elektronicznymi w Polsce – w ubiegłym roku aż 30 proc. badanych zadeklarowało, że dokonuje transakcji mobilnych przy pomocy smartfonu lub tabletu, to o 7 proc. więcej niż przed rokiem¹. Obecnie na popularność transakcji wykonywanych w tej formie ma i będzie miała wpływ pandemia koronawirusa oraz zalecenia Światowej Organizacji Zdro-

wia (WHO). Według WHO obrót gotówką może być źródłem przeniesienia bakterii i wirusów, dlatego lepiej płacić zbliżeniowo, nie podając nikomu do ręki banknotów i monet czy klasycznej karty płatniczej. Aby zwiększyć bezpieczeństwo transakcji, w Polsce od 20 marca br. limit płatności bezdotykowych bez konieczności podawania kodu PIN został podniesiony z 50 do 100 zł – potwierdzenie jest wymagane dopiero przy większych kwotach. Dotyczy to zarówno kart, jak i urządzeń mobilnych wyposażonych w moduł NFC.

Jak wykonać płatność smartfonem z NFC

Wykonywanie płatności mobilnych wymaga przede wszystkim urządzenia z wbudowanym modułem NFC. Obecnie w tę technologię uzbrojone są nie tylko smartfony premium, ale także – za sprawą najnowszego Alcatela 1 S (2020), który deklasuje bezpośrednią konkurencję również potrójnym aparatem głównym i wydajnymi podzespołami – telefony budżetowe. Aby zmie-



nić smartfon w kartę do płatności zbliżeniowych, należy pobrać aplikację Google Pay lub odpowiednią bankową, służącą do płatności mobilnych, aktywować ją zgodnie z instrukcją i włączyć funkcję NFC. Po dodaniu do aplikacji danych z karty kredytowej czy debetowej telefon przekształca się w „elektroniczny portfel”. Przy płatności wystarczy zbliżyć urządzenie do terminala i zaakceptować transakcję w telefonie. Dla większego bezpieczeństwa finansów nowe smartfony są wyposażone w szereg zabezpieczeń. Przykładowo wspomniany wcześniej Alcatel 1 S (2020) posiada system rozpoznawania twarzy Face Key i czytnik linii papilarnych – po włączeniu takich zabezpieczeń nie trzeba się martwić, że po utracie te-

lefonu ktoś zapłaci nim np. za zakupy w sklepie.

– Coraz więcej osób wybiera telefony umożliwiające płatności zbliżeniowe. Nie mniej ważne są dla nich także inne kwestie – świetny aparat, obszerna pamięć, szybkie i bezproblemowe działanie, wydajna bateria czy dobry i duży wyświetlacz. Takimi cechami może pochwalić się nasz najnowszy Alcatel 1 S (2020). Ten model oferuje najlepsze rozwiązania technologiczne w przystępnej cenie – powiedział Adam Bialic, Marketing and PR Manager TCL Communications Poland.

Telefon wypiera portfel

Większość z nas praktycznie codziennie dokonuje płatności. Dawniej obracaliśmy tylko gotówką, później

normą stały się transakcje wykonywane za pomocą plastikowych kart płatniczych. Obecnie coraz większą popularnością cieszą się bezdotykowe płatności mobilne. Zgodnie z najnowszymi danymi NBP w III kwartale 2019 r. w Polsce przeprowadzono dokładnie 1 mld 241 mln transakcji zbliżeniowych dokonanych m.in. przy użyciu smartfonów wyposażonych w moduł NFC. Co więcej, w formie zbliżeniowej zrealizowano aż 88,8 proc. płatności bezgotówkowych². Dlatego dziś wybierając model telefonu warto postawić na taki, który sprosta wymogom rzeczywistości i umożliwi płatności bezgotówkowe.

1. https://eizba.pl/wp-content/uploads/2019/11/PLATNOSCI_CYFROWE_2019.pdf

2. https://www.nbp.pl/systemplatniczy/karty/q_03_2019.pdf

Jak rok 2020 zmienił płatności e-commerce – trendy, prognozy, rozwiązania

E-handel oraz płatności elektroniczne z roku na rok zyskują coraz większy udział w rynku sprzedaży detalicznej. W zależności od szerokości geograficznej, prognozowane wzrosty branży e-commerce wahały się od kilku do kilkunastu proc. rocznie, co dawało perspektywę na stabilny rozwój tej gałęzi gospodarki. Rok 2020, który bez wątpienia zostanie zapamiętany, istotnie przyspieszył ten trend.



Joanna Skoczylas

Produkt Manager, e-commerce, eService

Ostatnie miesiące wykreowały trzy główne trendy płatnicze u konsumentów, które już na stałe wpiszą się w model zachowania Polaków względem form płatności. Po pierwsze, płatności gotówkowe będą tracić na popularności na rzecz tych dokonywanych kar-

tami płatniczymi. Większy zwrot w kierunku płatności bezgotówkowych jest oczywiście spowodowany względami sanitarnymi, ale wpływ na niego miała również cykliczna i konsekwentna, trwająca od lat edukacja konsumentów przez podmioty z rynku finansowego czy też podniesienie limitu transakcji bezgotówkowych do 100 zł bez konieczności podawania PIN-u. Kolejnym kierunkiem jest umocnienie płatności zbliżeniowych, które są domeną Polaków – w Polsce już 89,4 proc. transakcji kartowych jest wykonywana zbliżeniowo¹. Trend ten znacząco umocnił się w naszym regionie, natomiast na rynkach

światowych wciąż był nowością, która zyskała na popularności w czasie pandemii. Ostatnim, ale nie mniej istotnym punktem podlegającym szybkiemu rozwojowi są handel i płatności w Internecie.

Sprzedający docenili nowoczesne technologie

Pandemia koronawirusa znacząco zmieniła przyzwyczajenia zakupowe klientów, co przełożyło się na powstanie tysięcy nowych sklepów online oraz zwiększenie wykorzystania nowych technologii w płatnościach elektronicznych. Tempo, w jakim zaszły zmiany podczas pandemii, można przyrównać do kilku lat intensywnych prac branży finansowej nad popularyzacją płatności bezgotówkowych, w tym transakcji online.

Z uwagi na ograniczenia w prowadzeniu działalności w punktach stacjonarnych, wielu przedsiębiorców uruchomiło sprzedaż online, a obsługa płatności była jej

nieodzownym elementem. Tak szybka zmiana kanału sprzedaży stanowiła wyzwanie, dlatego sprzedawcy docenili technologie, które pozwoliły przyjmować płatności bez w pełni funkcjonalnego sklepu internetowego. Przykładem może być SafeLink, czyli generowanie linków do płatności, a to dzięki swojej prostocie oraz bezpieczeństwu – wystarczy adres e-mail kupującego, który poprzez przekazany link do płatności może opłacić swoje zamówienie.

Zakupy poprzez aplikacje mobilne stają się coraz popularniejsze

To właśnie łatwość w dokonywaniu oraz sfinalizowaniu transakcji jest kluczowym elementem, który wpływa na to, z jakich rozwiązań korzystają konsumenci oraz które narzędzia zyskują popularność i w jakim tempie. Klienci zaufali aplikacjom mobilnym połączonym z płatnościami online, np. pozwalającym zapłacić za paliwo

na stacji benzynowej. Jak pokazują badania, zakupy poprzez aplikacje mobilne stają się coraz popularniejsze – ze smartfonu podłączonego do internetu korzysta w tym celu już ponad 2/3 kupujących².

Przyszłość płatności będzie skutkowała możliwością wyboru najbardziej optymalnej dla danego konsumenta formy płatniczej. Kolejnym krokiem w świecie płatności elektronicznych jest przeprowadzenie płatności w sposób jak najmniej angażujący kupującego, dzięki tzw. metodzie jednego kliknięcia (OneClick) czy coraz bardziej zaawansowane portfele elektroniczne.

1. Raport Specjalny | Polska Bezgotówkowa | Płatności bezgotówkowe w dobie pandemii COVID-19 BANK 2020/07 | Autor: Michał Polasik, Marta Jakubowska, Andrzej Meler, Joanna Szalacha-Jarmużek, Polasik research

2. Raport E-Commerce w Polsce. Gemius dla e-Commerce Polska 2020. Izba Gospodarki Elektronicznej, <https://eizba.pl/>