



Rewolucyjne innowacje (*disruptive innovations*) na rynku płatności

dr Jakub Górka

Wydział Zarządzania

Uniwersytet Warszawski

Forum Obrotu Bezgotówkowego „Innowacje i nowe technologie w systemie płatniczym – wizja idealnego rozwiązania dla dynamicznie rozwijającego się rynku”

Warszawa, 17 czerwca 2014 r.

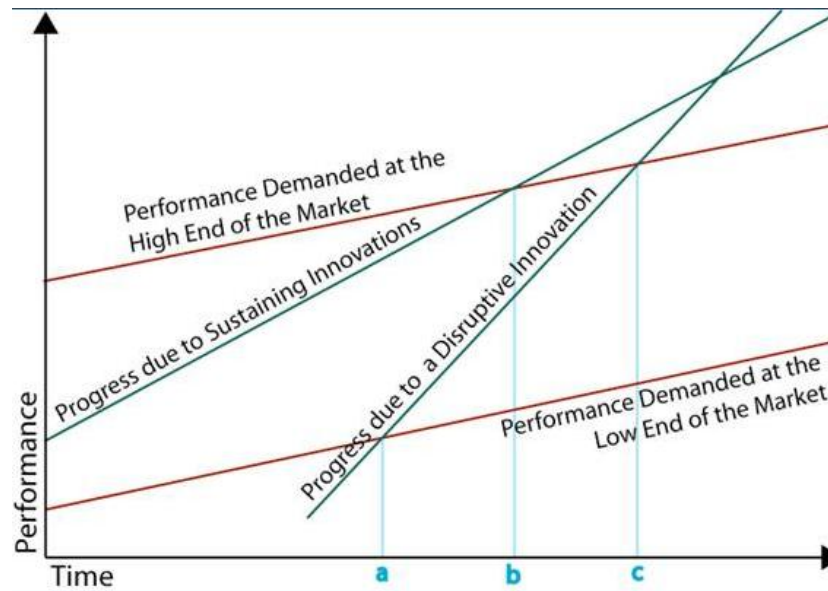
Innowacja rewolucyjna (przełomowa)



Disruptive innovation – innowacja, która tworzy nowy rynek i sieć wartości, ostatecznie zastępując dotychczasowe rozwiązania i technologie

(Clayton Christensen, 2003, *The Innovator's Solution*, Harvard Business School Press)

vs. innowacja ewolucyjna, przyrostowa



Źródło: Christensen C. 1997, *Innovator's Dilemma*, Harvard Business School Press

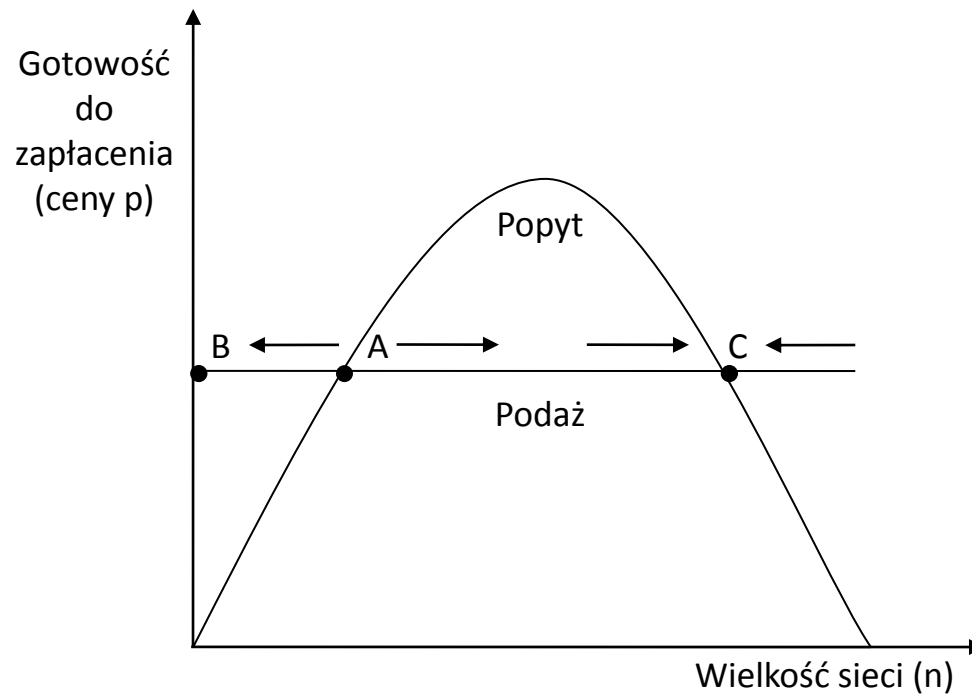
Innowacje na rynku płatności



Innowacja przyrostowa	Innowacja przełomowa
e-przelew	płatność one-click
zewnętrzny mPOS	smartfon jako POS
karty zbliżeniowe	płatności mobilne
instrumenty płatnicze SEPA	
karta EMV	



Popyt i podaż oraz punkty równowagi na rynku dóbr sieciowych



B, C – stabilne punkty równowagi
A – niestabilny punkt równowagi, punkt masy krytycznej

Źródło: Varian H., *Economics of Information Technology*, University of California, Berkeley, March 2003, s. 32.

Efekty sieci w modelu



- Założenie: Konsumenci i akceptanci są racjonalni i maksymalizują swoją użyteczność.
- Użyteczność dobra sieciowego:

$$a + b(n)$$

gdzie

a = wartość wewnętrzną, wartość dobra w izolacji

$b(n)$ = korzyść sieci (rosnąca funkcja liczby użytkowników n .); $b(0) = 0$

! decyzja do powzięcia zanim znana wielkość sieci

=> konsumenci i akceptanci często muszą opierać się na

oczekiwaniach: $a + b(n^e)$

- Koszt dobra sieciowego = cena p
- Decyzja $a + b(n^e) - p \geq 0 ?$

! 'czyste' dobro sieciowe: $b(n^e) - p \geq 0 ?$

W modelach zakłada się, że systemy płatności nie mają wartości w izolacji, dlatego instrumenty płatnicze są w pełni dobrem sieciowym. W rzeczywistości przy częściowo już rozpowszechnionym instrumencie płatniczym liczą się także jego cechy.

Sieci (standardy) konkurencyjne



$$a_1 + b(n^e)_1 - p_1 > a_2 + b(n^e)_2 - p_2$$

lub

$$b(n^e)_1 - p_1 > b(n^e)_2 - p_2$$

- Racjonalni konsumenci i akceptanci wybierają sieć o najwyższej użyteczności.
- Wejście pierwszym na rynek daje przewagę (*first mover advantage*).
- Czynniki istotne w kształtowaniu oczekiwań: siła marki i wspierających ją instytucji, cena, umiejętna promocja (PR, reklama itp.), moda, ewentualnie wewnętrzne lub dodatkowe cechy produktu.
- Czy sieci (standardy) mogą występować równolegle, współistnieć?
Czasami tak, czasami nie.

W pewnych okolicznościach konsumenci i akceptanci przejawiają naturalną skłonność do akceptacji jednej lub drugiej sieci (standardu), co często wiąże się z technologią, która jest przez tę sieć wykorzystywana.

Konkurencja wobec V/MC



- szczebel globalny,
- szczebel paneuropejski,
- szczebel lokalny/krajowy.



Kilka faktów

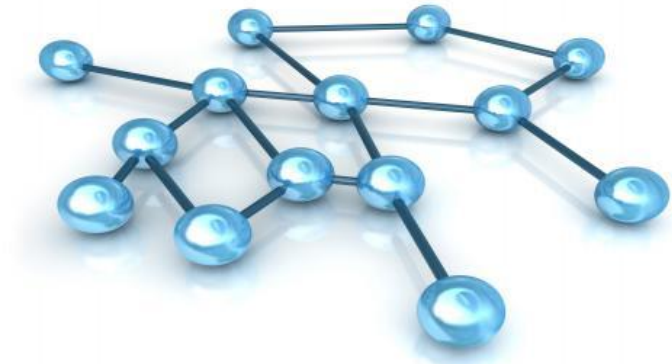


- > 95% płatności odbywa się w kraju.
- Instrument płatniczy może być w *co-badgu* z innymi instrumentami (zwłaszcza w ramach portfela elektronicznego).
- Krajowe instrumenty płatnicze są, jak wskazuje empiria, tańsze dla strony popytowej rynku (konsumentów i akceptantów).
- Krajowe systemy płatności wykorzystujące lokalne switche zapewniają większą poufność transakcji i danych klientów (ważne także z punktu widzenia bezpieczeństwa narodowego).
- W Europie działa ponad 20 krajowych systemów płatności kartowych. Zwłaszcza silną pozycję wobec systemów kart międzynarodowych mają: BankAxept (Norwegia), Dankort (Dania), Bancontact/Mister Cash (Belgia), Girocard i LSV (Niemcy), Cartes Bancaires (Francja), Multibanco (Portugalia).
- Budowa krajowego ekosystemu płatniczego i wsparcie innowacyjności działa stymulująco na wzrost gospodarczy i konkurencyjność rynku.
- Prawodawstwo europejskie (np. ograniczenie *interchange*, eliminacja zasad HACR i NDR, zwiększanie przejrzystości opłat, chęć regulacji XS2A w PSD2) sprzyja innowacjom.

Sieć kooperacji



- biznes sieciowy,
- masa krytyczna,
- koszty transakcyjne
(koordynacja działań, dostosowanie do prawa, ograniczona racjonalność, asymetria pozycji rynkowej)



IKO i PeoPay



Sieć akceptacji naziemnej	70 tys. terminali	48 tys. terminali
Sieć akceptacji internetowej	8 tys. sklepów	4 tys. sklepów
Sieć bankomatów	7 tys.	2 tys.
Liczba użytkowników	160 tys.	60 tys.

W relacji do całego rynku niska liczba i wartość transakcji, ale dynamiczne wzrosty

Potencjalna możliwość: porozumienie o wzajemnym udostępnieniu sieci akceptacji

Konsumenci – zwyczaje płatnicze



- Płatność ma być:
 - szybka,
 - wygodna,
 - tania (bezpłatna)
 - bezpieczna.

Inicjacja płatności – komunikacja urządzeń i wymiana danych



911813

dial2pay

782 658



Badania
doświadczeń
użytkowników
aplikacji mobilnych
(user experience)

Oczekiwania stron – nowy instrument płatniczy



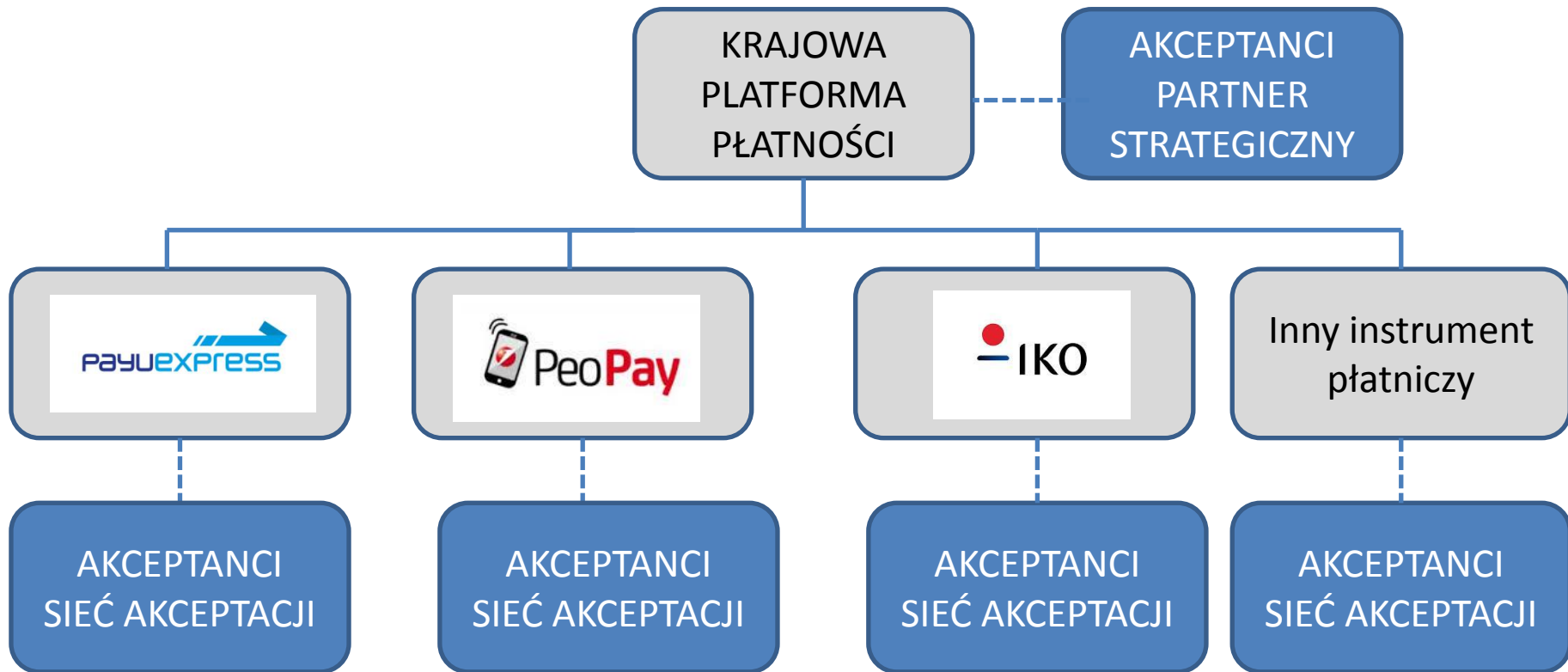
Akceptant	Bank
<ul style="list-style-type: none"> • koszt akceptacji i bezpieczeństwo, • szybkość i łatwość obsługi transakcji, • natychmiastowy rozrachunek, • usługi dodane (marketing, lojalność, zachowania konsumenckie) 	<ul style="list-style-type: none"> • umocnienie pozycji, • nowe źródła dochodu, • dywersyfikacja instrumentów płatniczych (uniezależnienie od dotychczasowych schematów płatności)
Agent rozliczeniowy	Innowatorzy, spółki technologiczne, instytucje płatnicze
<ul style="list-style-type: none"> • przychody – umowy z akceptantami, przetwarzanie transakcji • łatwość wprowadzenia instrumentu 	<ul style="list-style-type: none"> • nowe obszary działalności, • budowa pozycji rynkowej
Telekomy	Regulatorzy
<ul style="list-style-type: none"> • dywersyfikacja działalności • uzupełnienie dotychczasowej oferty i dodatkowe przychody 	<ul style="list-style-type: none"> • tworzenie konkurencyjnego i innowacyjnego rynku, • bezpieczeństwo systemu płatniczego, • uszczelnienie systemu podatkowego

Krajowa platforma płatności i usług

- Usługi dodane:
 - marketing, programy zakupowe i lojalnościowe,
 - big data, analiza zachowań zakupowych klientów,
 - usługi finansowe (np. kredytowanie zakupów).

Fundament platformy – nowy elektroniczny instrument płatniczy (ew. więcej niż jeden)

Model platformy płatności (usług)



Problem źródła pieniądza



- elektroniczna portmonetka,
- rachunek bankowy/płatniczy,
- kredyt,
- karta płatnicza,
- rachunek abonenta.

Dostęp podmiotów trzecich do rachunków bankowych/płatniczych



- projekt PSD2 (składowa "Pakietu płatności" z 24 lipca 2013 r.),
- propozycja poszerzenia katalogu usług płatniczych:
 - zał. I do propozycji PSD2 (definicja 3 w art. 4) Usługi płatnicze to:

...

7. Usługi oparte na dostępie do rachunków płatniczych świadczone przez dostawcę usług płatniczych, który nie jest dostawcą usług płatniczych prowadzącym rachunek, w postaci:

- a) usług inicjowania płatności;
- b) usług zapewniających dostęp do informacji.

Cel regulacji TPP



- wzrost konkurencyjności rynku płatności i poszerzenie katalogu usług płatniczych – konkurencja dla rozpowszechnionych międzynarodowych systemów płatności kartowych,
- redukcja kosztów akceptantów i pośrednio konsumentów (instrumenty płatnicze TPP tańsze od kart),
- konieczność uregulowania usługi, która zyskuje na popularności, stwarza ryzyka operacyjne a znajduje się poza nadzorem,
- wzrost innowacyjności rynku płatności (nowe modele biznesowe, sposoby dokonywania transakcji) – korzyść dla strony popytowej (wygoda, różnorodność, taniość),
- konieczność uregulowania zasad dostępu z powodu niechęci banków do współpracy z TPP (banki postrzegają TPP jako *free riders* i bez istotnej gratyfikacji finansowej nie chcą się z nimi integrować).

Przykłady TPP w UE (usługa inicjowania płatności)



Niebankowe

- Sofort banking
- DT-Online,
- Trustly,
- SafetyPay,
- Citadel,
- polscy integratorzy płatności (PBL).

Bankowe

- giropay (Niemcy)
- iDEAL (Holandia),
- eps (Austria),
- PostFinance (Szwajcaria),
- MyBank (Włochy).

Główne przepisy projektu PSD 2 dotyczące TPP



Artykuły	Zakres artykułów
Art. 4 (32, 33)	definicje usługi inicjowania płatności i dostępu do informacji o rachunku
Art. 4 (22)	konieczność silnego uwierzytelnienia
Art. 5	wymóg licencji instytucji płatniczej, TPP nadzorowane
Art. 58 (2b)	przymus identyfikacji TPP wobec banku (<i>standard komunikacji między TPP a ASPSP do wypracowania przez EBA – propozycja PE i KE</i>)
Art. 58 (2c)	zakaz przechowywania danych klienta przez TPP
Art. 58 (3)	ograniczenie praw dostępu TPP do rachunku (odpowiedź tak/nie ASPSP)
Art. 58 (4)	zakaz dyskryminowania TPP i ich zleceń płatniczych przez banki
Art. 64 i 65	odpowiedzialność TPP za błędy

Proponowany mandat dla EBA w zakresie wypracowania standardu komunikacji (wspólny interfejs) pomiędzy TPP a bankami, w tym zaadresowanie problemu zakresu dostępu TPP do loginów i haseł klientów oraz problemu identyfikacji TPP wobec banku i klienta.

Możliwe modele dostępu TPP do rachunku



1. Pełny dostęp do rachunku w imieniu klienta.
2. Ograniczony dostęp do rachunku klienta.
3. Przekierowanie (*re-directing*) na stronę banku z gwarancją płatności udzieloną przez bank (ASPSP) lub odmową wykonania zlecenia (w razie braku środków).

Ważne kwestie



- standard czy umowy między ASPSP a TPP (PE i KE za brakiem umów – rola EBA w wypracowaniu standardu).
- SecuRe Pay Forum (rekomendacje – styczeń 2013, maj 2014),
- bezpieczeństwo operacyjne, phishing,
- koszty dostępu,
- kapitały na pokrycie strat,
- aktualne prace nad PSD2 w Radzie UE,
- proces legislacyjny.



Dziękuję za uwagę

dr Jakub Górka

Strona WZ UW: www.wz.uw.edu.pl

Strona prywatna: www.jgorka.pl

E-mail: jgorka@wz.uw.edu.pl ; jgorka@jgorka.pl