

SZKOŁA GŁÓWNA HANDLOWA W WARSZAWIE

KOLEGIUM EKONOMICZNO-SPOŁECZNE

PODYPLOMOWE STUDIA BANKOWOŚCI

Mikołaj Woźniak

Numer albumu: 105523

Ile banku w płatnościach mobilnych?

Analiza porównawcza chińskiej platformy Wechat Pay oraz mobilnych aplikacji bankowych dostępnych na rynku polskim

Praca seminaryjna przygotowana
w Instytucie Bankowości
pod kierunkiem
prof. dr hab. Małgorzaty Zaleskiej

WARSZAWA 2020

Praca porównuje polski model płatności mobilnych oparty na sektorze bankowym z systemem chińskim, zdominowanym przez firmy technologiczne i reprezentowanym przez platformę Wechat. Przedstawiona zostaje charakterystyka środowiska społecznościowo-usługowego, które umożliwiło wytworzenie się wiodącego w Chinach systemu transakcji dostępnego na smartfonach.

Opisane rozwiązania zastosowane w systemie Wechat są porównane z ofertą aplikacji bankowych w Polsce, wykazując dużą zbieżność funkcji w zakresie usług finansowych pokazując tym samym, że badany model niebankowy ma podobną ofertę. Dalsze badanie wykazało jednak, że platforma chińska znacznie przewyższa programy mobilne w Polsce pod względem opcji dodatkowych, między innymi dzięki integracji z aplikacjami zamawiania jedzenia, rezerwacji biletów, czy dokonywania zakupów online.

Twierdzenie, że Wechat jest niezależny od banków, okazało się błędne. Korzystanie z funkcji płatniczej wymaga weryfikacji poprzez powiązanie konta z bankową kartą kredytową. Ponadto, o ile przelewy i transakcje online-to-offline rzeczywiście są obsługiwane przez funkcję e-portfela, tak za bardziej złożone produkty typu kredyty odpowiada wtyczka powiązanego kapitałowo neobanku WeBank.

Analiza SWOT dla banków polskich względem modelu chińskiego pokazała dużą przewagę sektora bankowego pod względem procesów weryfikacji tożsamości klienta i oceny ryzyka. Proponowane rozwiązania to między innymi współpraca z zewnętrznymi portalami e-handlu przy tworzeniu wtyczek do aplikacji bądź tworzenia kont kombinowanych, oraz dedykowane usługi kredytowe i związane z zarządzaniem ryzykiem i weryfikacją tożsamości.

Spis treści

1. Wprowadzenie	1
2. Przegląd literatury	2
3. Charakterystyka polskich aplikacji bankowych	3
3.1. Inna perspektywa	5
4. Charakterystyka systemu chińskiego	6
4.1. Ekosystem Wechat	7
4.2. Wechat Pay a rozwiązania finansowe	10
5. Porównanie modeli	12
5.1. Środowisko funkcjonowania	12
5.2. Model polski a Wechat	14
5.3. Bezpieczeństwo danych	16
6. Wnioski dla sektora bankowego	16
7. Podsumowanie	19
Indeks ilustracji.....	21
Indeks tabel	21
Przypisy.....	21

1. Wprowadzenie

Kiedy przyglądamy się przewidywaniom futurologów z XX wieku, możemy dostrzec, że pewna ich część rzeczywiście się sprawdziła. Szczególnie wizjonerskie są w tym kontekście wizje Stanisława Lema, który w swoim „Obłoku Magellana” wydanym w latach 50-tych wspominał o uniwersalnej bazie danych, z której każdy może czerpać i wchodzić z nią w interakcję na osobistym podręcznym urządzeniu.¹ Niecałe 70 lat później, ludzkość rozwinęła taką technologię i rzeczywiście, każdy z dostępem do smartfona może korzystać z wiedzy zgromadzonej na Internecie, a ponadto wchodzić w interakcję z innymi użytkownikami, czy nawet dokonywać zakupów z dostawą do domu, za które można zapłacić kilkoma kliknięciami na telefonie. Stanowi to niewątpliwą szansę oraz wyzwanie dla współczesnej bankowości, choć w skali świata, adaptacja przyjęła różne formy.

W niniejszej pracy, chciałbym przedstawić system platformy skonsolidowanych usług Wechat Pay i porównać go z polskim systemem aplikacji płatności mobilnych. Model stosowany w Polsce jest konserwatywny i oparty na zdominowaniu transakcji przeprowadzanych za pomocą telefonu przez banki. Drugi, stosowany w Chinach, jest oparty na primacie instytucji niefinansowych. Wybrałem model chiński ze względu na rozległe doświadczenia własne na polu akademickim oraz zawodowym związane z tym krajem oraz radykalne różnice w stosunku do systemu polskiego, między innymi dominację firm technologicznych przy zminimalizowanej roli banków, inną strukturę płatności i odmienną, opartą na integracji płatności z usługami komercyjno-społecznościowymi strategią biznesową.

Celem tej analizy jest identyfikacja mocnych i słabych stron obu systemów oraz wyciągnięcie wniosków biznesowych dla praktyków sektora bankowego. Ma wzbogacić bazy relatywnie nielicznych dotąd opracowań na temat alternatywnych platform płatniczych w kontekście polsko-chińskim oraz przygotować podstawy dla dalszych, bardziej szczegółowych prac badawczych, ze wskazaniem na prace doktorskie.

W związku z tym, badania przybiorą formę jakościową – skupię się na powyższym case study, wspomagany analizą porównawczą tekstu.

Praca składa się z kilku części, mianowicie przeglądu literatury, podania definicji kluczowych dla pracy terminów, a następnie przybliżenia modelu polskiego oraz przedstawienia struktury oferowanej przez chiński Wechat Pay. W kolejnej części, porównam oba systemy, a na końcu przedstawię wnioski praktyczne.

2. Przegląd literatury

Ze względu na ciągły rozwój zagadnień związanych z fintechami w kontekście mobilnych platform płatniczych oraz wybór tematu, który niejako przeciera szlak, literatura naukowa jest stosunkowo nierozbudowana. W związku z tym, przy budowaniu bazy merytorycznej posiłkowałem się przede wszystkim artykułami publikowanymi online przez badaczy oraz specjalistów związanych ze światem bankowości.

W swoich badaniach, podzieliłem prace na trzy segmenty, mianowicie na teksty związane z polskimi aplikacjami bankowymi, analizy dotyczące platformy Wechat Pay oraz roli tej aplikacji na chińskim rynku płatności mobilnych, a także (nieliczne) teksty porównujące szeroko rozumiany system zachodni stosowany w Europie (model niemiecko-japoński) i oparty na instytucjach niebankowych model chiński.

2.1 Rynek polski

Innowacje technologiczne zastosowane w polskich aplikacjach bankowych szczegółowo opisuje Anna Rejer. Zaznacza, że aplikacje mobilne staną się podstawowym kanałem dostępu do rachunku bankowego, odnosi się też do usług Apple Pay, Google Pay, oraz BLIK.ⁱⁱ

Interesujące podejście prezentuje Bożena Żuławnik, skupiając się na przyszłości aplikacji bankowych. Twierdzi, że w ciągu 10 lat, tego typu programy mobilne będą oferować możliwość zakupu biletów lotniczych czy wypożyczenia samochodu, ale też same zaoferują komplementarne usługiⁱⁱⁱ (nota bene, to zasadniczo dekada na osiągnięcie tego, czym strona chińska dysponowała już 5 lat temu).

2.2. Rynek chiński

Tomasz Dziawgo przygląda się zagadnieniu konkurencji dużych firm technologicznych w chińskim sektorze bankowym, skupiając się na zabezpieczeniach oferowanych przez platformy Wechat Pay oraz Alipay (liderów rynku chińskiego), a także przedstawiając ich przewagi konkurencyjne.^{iv}

Dogłębny opis platformy Wechat w ujęciu strategii biznesowych oferuje Mathew Scott, przedstawiając ewolucję, jaką przeszedł model płatności chińskich – z bazującego na kartach kredytowych na taki oparty na transakcjach mobilnych. Określa Wechat nie jako platformę społecznościowo-płatniczą, ale „system operacyjny życia w Chinach”.^v

W opublikowanym w 2019 roku badaniu rynku mobilnego w Chinach, firma Daxue Consulting skompletowała dostępne formy płatności i warunki korzystania z głównych platform płatności,

w tym również Wechat Pay. Szczególnie warte uwagi jest podkreślenie, że strategia rozwoju Wechat zakłada poszerzenie wachlarza usług o usługi strictly finansowe^{vi}, m.in. fundusze inwestycyjne czy ubezpieczenie, stając się de facto bezpośrednią konkurencją dla tradycyjnych instytucji bankowych.

2.3. Porównanie modeli

Lech Okoń przygotował wyczerpujący z perspektywy różnic konsumpcyjnych tekst dotyczący płatności bezgotówkowych. Pochyla się nad brakiem modułu płatności zbliżeniowych NFC w modelu smartfona Xiaomi i po analizie tematu dochodzi do wniosku, że to rozwiązanie technologiczne jest opóźnione w stosunku do chińskiego modelu płatności mobilnych.^{vii}

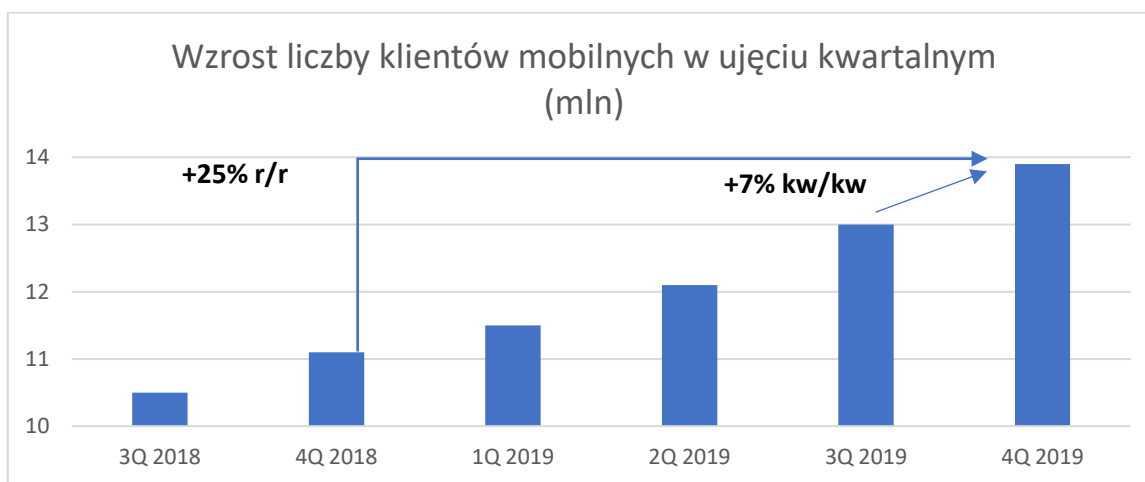
Bardziej systemowe i pełne podejście przyjęto w raporcie przygotowanym przez grupę The Paypers na zlecenie Europejskiej Rady Płatności. Wechat Pay jest tam zidentyfikowany jako jeden z trzech największych e-portfeli świata i porównywany z innymi tego typu platformami.^{viii} Stanowi atrakcyjny punkt odniesienia, choć analizuje tylko funkcjonalność programu jako e-portfela, nie całości aplikacji, przez co pomija aspekt usług finansowych czy dodatkowych (wypożyczanie rowerów, rezerwacja biletów, itp.).

Choć to porównanie Chin oraz Stanów Zjednoczonych, to liczby i bardzo interesujące przykłady dotyczące różnic mentalnościowych przytacza Sharon Rosa-Bohrer. Odnotowuje, że ze względu na dominację rynkową i brak pośredników, platformy chińskie mogą sobie pozwolić na wyjątkowo niskie opłaty za płatności. Gdyby ten sam model zastosować w USA, lokalne banki traciłyby 43 miliardy dolarów rocznie.^{ix}

3. Charakterystyka polskich aplikacji bankowych

W Polsce działa 18 aplikacji do bankowości mobilnej stworzonych na zamówienie banków. Według danych z 4 kwartału 2019 roku, 13.8 milionów^x, a więc prawie 1/3 Polaków korzysta z takiego programu (a 6.5mln klientów loguje się na rachunki już jedynie za pomocą aplikacji).^{xi} Patrząc na informacje Banku Światowego, wliczając dodatkowo użytkowników internetowych, wynik w modelu polski jest ponad dwukrotnie wyższy od średniej światowej (52,4% v 24,9%).^{xii} Może to sugerować, że instytucje finansowe na rynku rodzimym dostosowują się do szybko postępujących zmian technologicznych i w tym kontekście, można by uznać to za zgodne ze stanem faktycznym.

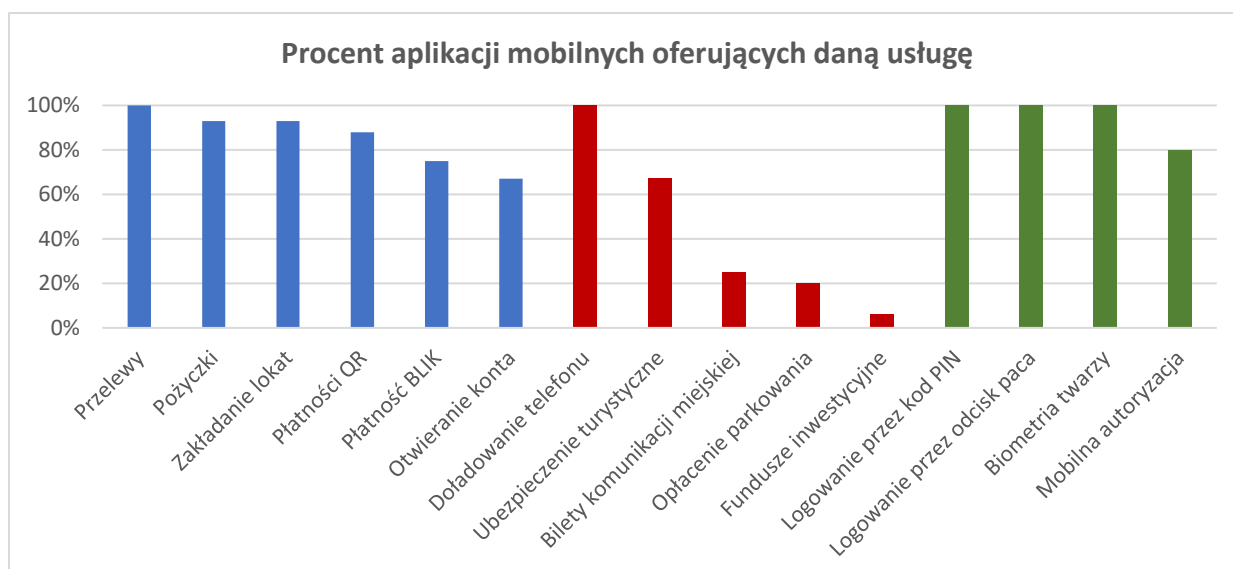
Rozwój usług internetowych tworzy nowe możliwości interakcji z klientem. Jednocześnie, model dominacji rynkowej oparty głównie na rozmiarze i fizycznej obecności wydaje się tracić na znaczeniu, a na pierwszy plan przechodzą wygoda użytkownika i czas przeprowadzania operacji.^{xiii} Stąd między innymi skokowy wzrost znaczenia fintechów i rzucanie wyzwania staremu łaadowi przez podmioty niebankowe – zjawisko jednak bardziej odczuwalne na Dalekim Wschodzie niż w Polsce.



Ilustracja 1. Wzrost liczby klientów mobilnych w ujęciu kwartalnym (mln). Źródło: Boczoń, 2020.

Zwłaszcza ostatnio widoczna jest dynamika, z jaką przybywa użytkowników aplikacji bankowości mobilnej. Było to 13,9 milionów (przyrost o 2,7mln w stosunku do roku poprzedniego i 25% rok do roku) w porównaniu do 18 milionów osób korzystających z bankowości internetowej.^{xiv} Patrząc na wykres powyżej, można dostrzec wzrost skokowy.

Firmy podążają za klientem w ujęciu wymiarowym (z „rzeczywistego” na cyfrowy), oraz rywalizują z konkurencją. To pozwala wytworzyć mapę najważniejszych opcji w aplikacjach bankowych. Funkcje oferowane przez najważniejsze według raportu Cashless^{xv} mobilne programy bankowe można podzielić na finansowe, usługowe oraz związane z bezpieczeństwem. Pierwsza grupa związana jest przede wszystkim z dostępem do oferty bankowej. Można przypisać tam przelewy (oferowane przez 100% badanych przez Cashless aplikacji), składanie wniosku o kredyt (93%), zakładanie lokat (93%), inicjowanie płatności za pomocą kodu QR (88%), płatność za pomocą BLIK (75%), a także możliwość założenia rachunku bankowego (67%).



Ilustracja 2. Procent aplikacji mobilnych oferujących daną usługę. Źródło: Raport Cashless dot. bankowości mobilnej, autor.

Przez funkcje usługowe można rozumieć wszelkie dodatki i udogodnienia w ramach poszerzenia użyteczności aplikacji bankowej o ofertę pozabankową. Przykłady z powyższego raportu to doładowanie telefonu (100%) oraz zakup ubezpieczenia turystycznego (67%), ale już jedynie 25% aplikacji oferuje możliwość zakupu biletów komunikacji miejskiej, 20% - kosztów parkowania, a jedynie jeden bank (ING Bank Śląski) oferuje zakup i umorzenie TFI.^{xvi}

Rozbudowane są także możliwości logowania i autoryzacji. 100% aplikacji oferuje logowanie do programu za pomocą kodu PIN, a także odciskiem palca na telefonach operujących na systemie Android. Tyle samo umożliwia wejście na konto za pomocą identyfikacji biometrii twarzy na urządzeniach iOS (Apple). 80% programów bankowych daje możliwość autoryzacji wykonywanych operacji za pomocą używanego smartfona.

Porównując oferty 15 głównych aplikacji bankowych w Polsce, można wysnuć wniosek, że największy nacisk kładziony jest na produkty bankowe i bezpieczeństwo (odpowiednio barwy niebieska i zielona na Ilustracji 2, a profil usługowy (czerwony) jest obecnie traktowany jedynie jako dodatek. Jako powody takiego stanu rzeczy można wymienić 1) zastrzeżenia dotyczące bezpieczeństwa, 2) konieczność pracy z osobami trzecimi, oraz 3) nieracjonalność inwestycji.

3.1. Inna perspektywa

Wiele czynników przemawia za wysokim poziomem rozwoju bankowości mobilnej w Polsce. W 2019 roku, IKO banku PKO SA została ponownie wybrana najlepszą aplikacją bankową na świecie.^{xvii} Z kolei Wojciech Bolanowski zauważa duże postępy w dziedzinie budowy ekosystemu klientocentrycznej bankowości mobilnej w Polsce, określając stan rodzimego rynku jako najwyższy poziom europejski”. Przyznaje jednak, że mimo tej dominacji, kraje Azji

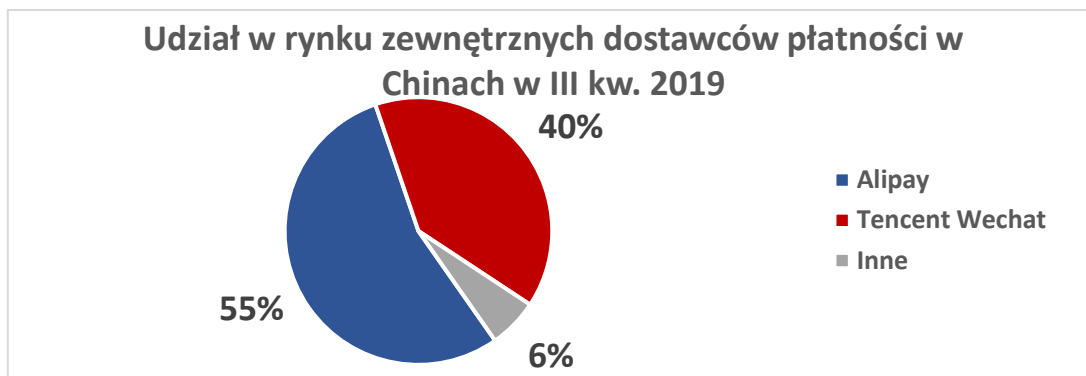
mają przewagę rynkową^{xviii}, a popularyzacja rozwiązań takich jak powszechne płatności kodami QR świadczy o wyższej świadomości technologicznej konsumenta na Dalekim Wschodzie.

Potwierdza to orientalistka Joanna Nowotna, przytaczając anegdotę: „wybrałam się do jednego z pekińskich sklepów z elektroniką. Sprzedawca, wskazując na tabliczkę z kodem QR do Alipay, zapytał: «Czy w Twoim kraju macie coś takiego?» Przeczącą odpowiedź skwitował krótkim stwierdzeniem: «Ależ jesteście zacofani».^{xix} Przykład stanowi doskonałą ilustrację różnic kulturowych przy wykorzystaniu technologii płatności – rozwiązania stosowane w Europie i uważane za innowacje są często nieznane w Chinach i vice versa. Dowodem tej rozbieżności jest chociażby polityka Xiaomi, chińskiego producenta smartfonów. W wypuszczanych przez siebie modelach, na rynku polskim przekraczających ceną 1000 złotych, nie uwzględnia technologii NFC, przez co niemożliwe jest dokonywanie płatności zbliżeniowych. Miron Nurski sugeruje, że jest to spowodowane projektowaniem urządzeń pod oczekiwania konsumenta chińskiego (gdzie Xiaomi ma 9%^{xx} rynku smartfonów obejmującego 780 milionów użytkowników^{xxi}), a Polska stanowi jedynie mały dodatek^{xxii}, mimo opanowania przez Xiaomi 27% lokalnej struktury sprzedaży telefonicznej w ciągu kilku lat.^{xxiii}

4. Charakterystyka systemu chińskiego

W przeciwieństwie do rozwiązań wykorzystywanych w Polsce i Europie, gdzie płatności mobilne są zdominowane przez aplikacje bankowe, w Chinach stosuje się przede wszystkim rozwiązania niezwiązane z tradycyjną bankowością. Chociaż w ocenie Zachodu platformy używane w Chinach, czyli Alipay i Wechat Pay, można rozumieć przede wszystkim jako e-portfele i zewnętrznych dostawców płatności na podobieństwo usług Apple czy Google Pay, uważam taką definicję za poważnie niedoszacowaną, do czego nawiążę w tym rozdziale. Ważną cechą modelu chińskiego jest wysoki poziom świadomości technologicznej konsumentów w Chinach. Wartość tamtejszego rynku płatności mobilnych ocenia się na 6.8 biliona dolarów na koniec 2018 roku,^{xxiv} co najlepiej porównać kwotą całkowitej sprzedaży detalicznej za ten sam okres, czyli 5.5 biliona dolarów.^{xxv}

Głównymi graczami na rynku płatności mobilnych są platformy Alipay oraz związany z firmą Tencent Wechat Pay. W ubiegłym roku, te dwie firmy odpowiadały w sumie za 94% udziału w sektorze dostawców płatności, który zdążył wzrosnąć o 15% r/r do poziomu 8,16 biliona dolarów.^{xxvi}

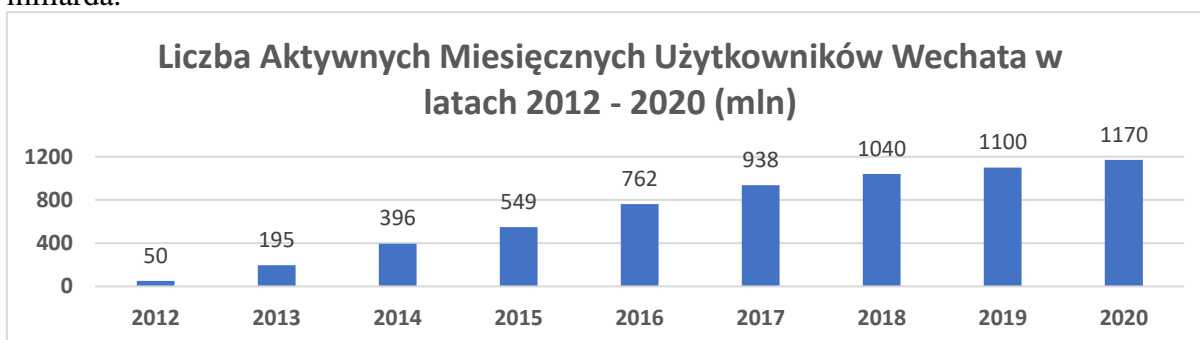


Ilustracja 3. Udział rynkowy zewnętrznych dostawców płatności w Chinach w III kw. 2019. Źródło: CBN, 2020.

Obaj duopolisci dysponują odmiennymi strukturami i strategią funkcjonowania. Przyjmuje się^{xxvii}, że Alipay proponuje znacznie bardziej rozwinięte usługi finansowe, a Wechat wykorzystuje swoją liczącą ponad miliard profili bazę użytkowników portalu społecznościowego i ekosystem usług dodatkowych. Ze względu na większą moim zdaniem innowacyjność tego drugiego systemu, zdecydowałem się opisać właśnie model Wechat Pay.

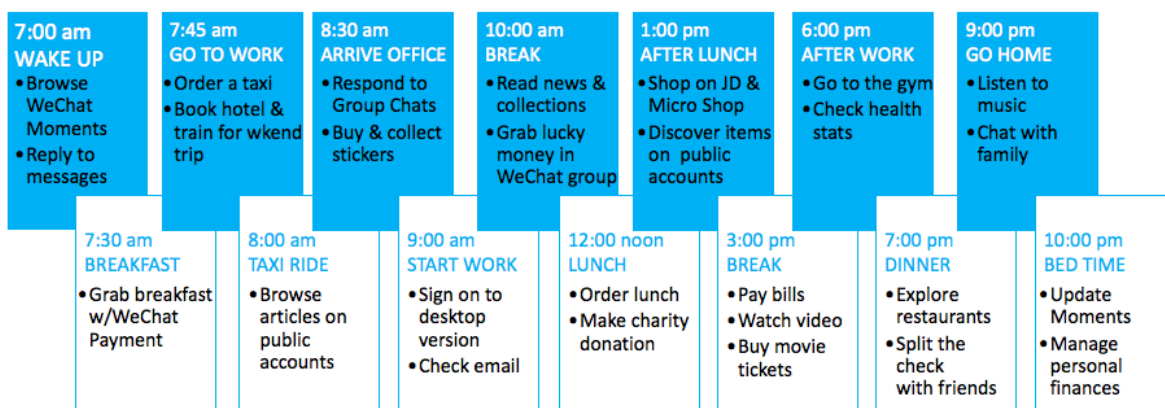
4.1. Ekosystem Wechat

Żeby zrozumieć fenomen Wechat Pay, należy najpierw pojąć strukturę większej sieci usługowej, której jest częścią. Wechat (chiń. 微信 – Weixin, pol. „Mała wiadomość”) to największy w Chinach komunikator społecznościowy w Chinach, aplikacja połączona z wachlarzem wtyczek w ramach pojedynczej aplikacji. Stworzony w 2001 roku przez firmę Tencent na fali wspieranego przez rząd w Pekinie trendu tworzenia kontrofert dla programów zachodnich typu Whatsapp, Paypal, czy Uber, z czasem zyskał miano „super-aplikacji”.^{xxviii} Zawdzięcza to miano rozbudowanej ofercie, gwarantującej konsumentom jeden pokrywający wiele sfer życia ekosystem usług. Rosnące znaczenie platformy oddają dane dotyczące miesięcznej liczby aktywnych użytkowników (ang. Monthly Active Users), która w pierwszym kwartale 2020 roku osiągnęła poziom 1.17 miliarda.^{xxix}



Ilustracja 4. Liczba aktywnych miesięcznych użytkowników Wechata w latach 2012-2020. Źródło: Iqbal, 2020.

To pokrywanie się ze stylem życia konsumentów ilustruje poniższy plan dnia^{xxx} prezentujący „Typowy dzień na Wechacie” i pokazujący, że program wspiera większość dobowych potrzeb konsumenta - m.in. czat, funkcje społecznościowe, wiadomości, płatności, gry, filmy, ostatnio także kredyty i inwestycje, dzięki czemu możliwe jest przeżycie dnia online bez wychodzenia z jednej aplikacji. Warto zwrócić szczególną uwagę na funkcje związane z płatnościami – zarządzanie finansami, czy zapłatę za usługi.



Ilustracja 5. Typowy dzień z aplikacją Wechat. Źródło: Chen, 2020.

System zawdzięcza wiele tych funkcji integracji z aplikacjami zewnętrznymi dostawców, którzy rozpoczęli współpracę z firmą Tencent w odpowiedzi na rosnące zagrożenie ze strony grupy kapitałowej skupionej wokół Jacka Ma, jednego z najbogatszych Chińczyków oraz twórcy struktur Alibaba, znanego w Polsce Aliexpress, a także rywala Wechata – Alipay.

Zmotywowani zbieżnością interesów, do tworzenia oferowanego przez Tencent ekosystemu usług dołączyli między innymi liderzy zakupów online, JD.com i Pinduoduo (konkurenci Alibaby), Meituan (największa aplikacja dostawy produktów żywnościowych), czy Didi Chuxing (usługa zamawiania taksówek, która kilka lat temu wykupiła w Chinach Ubera, międzynarodową firmę uważaną za pioniera tego typu usług na świecie). Dzięki wtyczce News, Wechat stał się dla znakomitej większości użytkowników głównym źródłem informacji, dopełniając tym samym procesu zastąpienia Internetu poza aplikacją.^{xxxi}

Poniższa tabela ilustruje główne funkcje z podziałem na zastosowanie społeczne, finansowe, oraz pomocnicze i ze względu na miejsce - z wyłączeniem opisu mini-aplikacji, których aplikacja oferuje ponad milion. Miano „super-aplikacji” Wechat zawdzięcza dostępowi do usług znacznie przekraczających zakres mocno wyspecjalizowanych odpowiedników zachodnich.

Typ funkcji	Nazwa	Funkcja	Zachodni odpowiednik
Spolecznościowe	Chat	Wysyłanie wiadomości i prowadzenie tele- i wideorozmów indywidualnych i grupowych	Facebook Messenger
	Moments	Zamieszczanie zdjęć, nagrań wideo i linków na profilu	Ściana Facebook
	Time Capsule	Zamieszczanie zdjęć i nagrań wideo wysyłanych do obserwujących (znikają po 24 godzinach)	Snapchat / Instagram
	Hongbao	Tradycyjna "czerwona koperta" stanowiąca tradycyjny chiński prezent noworoczny zawierająca nieznana odbiorcy przed otwarciem sumę pieniędzy. Funkcja wykorzystywana dodatkowo do hazardu ¹	Unikalne
Finansowe	Wechat E-wallet	E-portfel dający dostęp do środków online i otwierający poniższe funkcje	Google Pay / Paypal / aplikacje bankowe
	Wechat Pay	System zintegrowanej z aplikacją płatności umożliwiający transfer środków do innych użytkowników m.in. poprzez przelew czy skan kodu QR	aplikacje bankowe
	WeSure	Usługi zarządzania majątkiem, finansowe i ubezpieczeniowe	Aplikacje bankowe
	MiniFund	Usługa niskonakładowych funduszy inwestycyjnych (oprocentowanie 2.5-3.3%) ^{xxxii}	aplikacje bankowe
	Wechat Loan	Usługa w ramach ostatnio dodanego WeBank, umożliwia zasięgnięcie kredytu do 300 tysięcy juanów bez zabezpieczenia.	aplikacje bankowe
	Public Services	Opłata rachunków i mandatów, umawianie wizyt lekarskich.	Aplikacje medyczne / aplikacje bankowe
Usługowe	Food delivery	Zintegrowana wtyczka dostawy jedzenia	Pyszne / Uber
	News	Zawiera blogi i profile mediów opiniotwórczych. Dzięki funkcji "napiwku", możliwe jest dofinansowanie obserwowanych twórców.	Wordpress / Bloomberg
	E-commerce	Zintegrowane z Wechat Pay serwisy JD.com oraz Pinduoduo, wiodące firmy e-handlu.	Amazon / Allegro
	Taxi	Zintegrowana wtyczka Didi Chuxing, firmy oferującej e-usługi taksówkarskie	Uber / Taxify
	Movies	Wtyczka Maoyan, największego serwisu zakupu biletów kinowych	e-bilet / bilety24
	Travel	Rezerwacja biletów kolejowych, lotniczych, oraz hoteli poprzez agencję Yilong.	booking.com / skyscanner
	Location	Funkcja map i udostępniania lokalizacji znajomych	Google Maps / Facebook Location
	Housing	Wyszukiwanie nieruchomości mieszkalnych na zakup lub wynajem	Realtor / Otodom

Tabela 1. Wybrane funkcje Wechata. Źródło: Supchina^{xxxiii}, Dragon Social^{xxxiv}, opracowanie własne

¹ Ze względu na losową wysokość środków, które można otrzymać w grupach z kilkudziesięcioma członkami, użytkownicy nierzadko umilają sobie czas w ten mało regulowany prawnie sposób.

4.2. Wechat Pay a rozwiązania finansowe

Z perspektywy terminologii bankowej, oferowane przez aplikację Wechat Pay usługi finansowe nie czynią go bankiem internetowym. Z definicji, bank to instytucja finansowa posiadająca licencję na przyjmowanie depozytów i udzielanie kredytów.^{xxxv} Podobnie, polska Ustawa Prawo Bankowe Art. 2 mówi, że „Bank jest osobą prawną utworzoną zgodnie z przepisami ustaw, działającą na podstawie zezwoleń uprawniających do wykonywania czynności bankowych obciążających ryzykiem środki powierzone pod jakimkolwiek tytułem zwrotnym.”^{xxxvi}

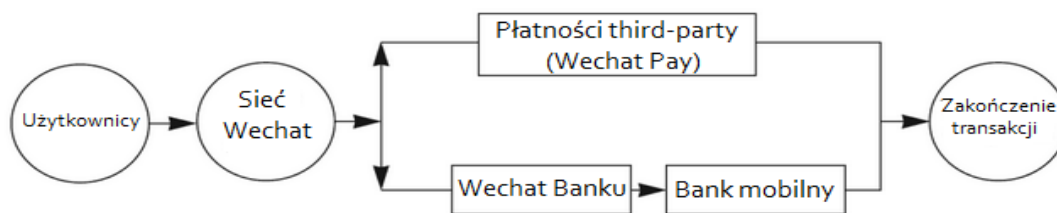
Aplikację oferowaną przez firmę Tencent należy rozumieć bardziej w kategorii fintechu. To relatywnie nowe i modne pojęcie, a więc odmienia się je przez wszystkie przypadki, nie do końca termin rozumiejąc i definiując. Przyjmując skonsolidowaną propozycję Patricka Scheuffela, określenie warto rozumieć jako „nową gałąź finansów, która wykorzystuje postęp technologiczny w celu poprawy działalności komercyjnej”.^{xxxvii}

Jako aplikacja technologii finansowej, Wechat Pay oferuje szereg sposobów płatności: opcję szybkiego skanu kodem, skan kodu QR, zapłatę na stronie internetowej, zapłatę wewnątrz aplikacji, oraz zapłatę w mini-aplikacjach firm partnerskich. To większość form proponowanych przez banki polskie – z wyłączeniem płatności zbliżeniowych w technologii NFC. Ligu Yu uważa to świadome posunięcie wynikające z natury rynku. Jego zdaniem, ten sposób płatności jest wytworzoną na potrzeby banków metodą mającą zastąpić karty kredytowe, których użycie w Chinach jest dość niewielkie.^{xxxviii} Stąd koncentracja aplikacji na kodach QR.

Ważną cechą systemu, interesującą szczególnie dla sektora bankowego, jest sposób, w jaki platforma zdobyła możliwość funkcjonowania na 25 rynkach i obsługę płatności w 12 różnych walutach pomimo nie bycia bankiem, a jedynie fintechową instytucją finansową. Firma Tencent osiągnęła to poprzez wykorzystanie transakcji spotowych (tj. rozliczanych w cenie obowiązującej danego dnia, a księgowanej do dwóch dni potem^{xxxix}) we współpracy z bankami partnerskimi, China Construction Bank oraz China Citic Bank, jak podaje strona internetowa usługodawcy. Choć usługa jest całkowicie zintegrowana z Wechat Pay, za kulisami to banki dokonują transakcji wymiany walut bazując na chińskich juanach, lub – jeżeli dana waluta nie jest obsługiwana, w dodatkowym przejściu przez dolary amerykańskie.^{xl}

Tu możliwy udział banków się nie kończy. Zdominowanie rynku przez instytucje niebankowe doprowadziło do tego, że idąc za klientem, banki stworzyły własne mini-aplikacje dostępne

w systemie Wechata, umożliwiając jeszcze jedną, dodatkową formę rozliczeń – jak na schemacie poniżej.^{xli}



Ilustracja 6. Schemat rozliczeń w sieci Wechat. Źródło: Xie, 2020.

Patrząc na poziom złożoności usług finansowych proponowanych na omawianej platformie, można wyróżnić dwa profile. Pierwszy jest obsługiwany bezpośrednio przez funkcję e-portfela, skupiając się na przelewach i płatnościach online-to-offline. Bardziej złożone są funkcje ubezpieczeń czy kredytów. Obie są obsługiwane przez firmy założone w ramach grupy kapitałowej Tencent.

Ubezpieczenia zapewniane są przez WeSure i mają w planie obejmować „wszystkie aspekty życia użytkowników” – w zaledwie dwa lata, zebrała 55 milionów klientów, a miesięcznie, wchodzi w interakcję z 400 milionami użytkowników Wechata.^{xlii}

Rozwiązanie wykorzystane przy udzielaniu kredytów stanowi przy okazji odpowiedź na pytanie „czy bankowość mobilna może odbywać się bez banków?”. W celu przeprowadzania bardziej złożonych niż same przelewy operacji płatniczych, grupa Tencent we współpracy z instytucjami finansowymi założyła w roku 2015 swój własny bank, obecnie wyceniany na około 21 miliardów dolarów.^{xliii} Jego główną cechą jest brak fizycznych placówek i oddziałów, co pozycjonuje go w roli neobanku. Kolejnym innowacyjnym rozwiązaniem jest rezygnacja z gwarancji majątkowych na rzecz oceny ryzyka poprzez wykorzystanie informacji big data na temat klienta, których według dostępnych źródeł posiada 15 petabajtów.²

WeBank udostępnia usługę kredytów bez zabezpieczeń w ramach usługi Wechat Pay, koncentrując się w ten sposób na kliencie masowym i niskiej wartości kredytów – średnio 1180 dolarów.^{xliiv} Taki produkt bankowy uważa się za jedną z najbardziej dostępnych w Chinach form finansowania – aż 75% jej odbiorców stanowią pracownicy produkcyjni i administracyjni niższego szczebla, tak zwane „niebieskie kołnierzyki”.^{xliv}

Kredyty to usługa dodatkowa, bez której środowisko usługowo-płatnicze, jakim jest sieć Wechat, mogłoby się obejść. Kluczową moim zdaniem rzeczą, do której nieodzowne pozostają tradycyjne instytucje bankowe, jest weryfikacja tożsamości w celach rozliczeniowych

² 1 petabajt = 1 000 terabajtów = 1 000 000 gigabajtów

i transakcyjnych. Truistycznie rzecz ujmując, Internet daje dużą anonimowość, a ta nie sprzyja bezpieczeństwu przelewów. Weryfikacja jest dodatkowo związana z przepisami wprowadzonymi przez rząd chiński, który dostrzegł rosnącą rolę płatności mobilnych i niski poziom uregulowania w porównaniu do sektora bankowego. Żeby zweryfikować swoje dane, użytkownik Wechat Pay musi powiązać swoje konto w aplikacji z kartą kredytową w chińskim banku. Wynika to z tego, że ta druga instytucja ma większe możliwości ustalenia tożsamości swoich klientów bazując na systemie znacznie bardziej restrykcyjnych warunków wejścia.^{xlvi}

Do niedawna oznaczało to, że pełny dostęp do płatności bezgotówkowych w Wechat Pay oraz Alipay mieli jedynie posiadacze rachunków bankowych w Chinach. Dopiero w zeszłym roku, w celu promocji turystyki i ekspansji gospodarczej, wprowadzono regulacje umożliwiające ludziom z zagranicy, a więc użytkownikom banków innych niż chińskie, weryfikację konta.^{xlvii}

Patrząc bliżej na sposób, w jaki środowisko Wechat oferuje usługi i produkty finansowe, można dostrzec, że o ile platforma zdołała (wraz z konkurencyjną Alipay) zdominować chiński rynek płatności mobilnych bazując głównie na swojej olbrzymiej bazie użytkowników i technologiach finansowych, tak usługi bardziej złożone takie jak kredyty, płatności w innych walutach, czy wstępna weryfikacja użytkownika, wymagają wkładu ze strony tradycyjnych banków.

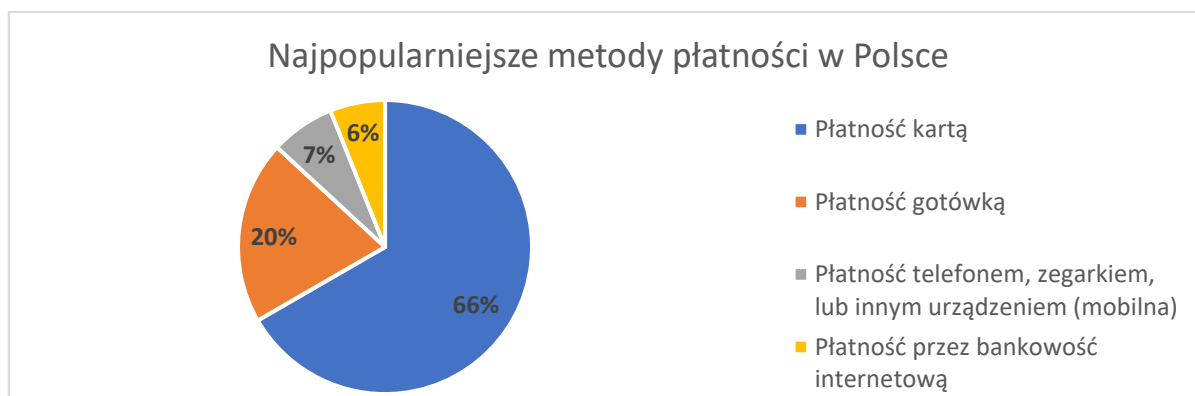
5. Porównanie modeli

Kiedy prowadziłem badania przygotowujące do tej pracy i poddałem projekt konsultacjom, jedna z obecnych specjalistek od bankowości zadała pytanie: „jak możesz porównywać te dwie nieporównywalne rzeczy – aplikacje bankowe i komunikator wzbogacony o e-portfel?”. Rzeczywiście, w tym świetle sprawiają wrażenie elementów z dwóch różnych światów, ale to przede wszystkim kwestia znalezienia właściwej płaszczyzny porównawczej i przyjrzenia się sprawie z odpowiedniej perspektywy.

5.1. Środowisko funkcjonowania

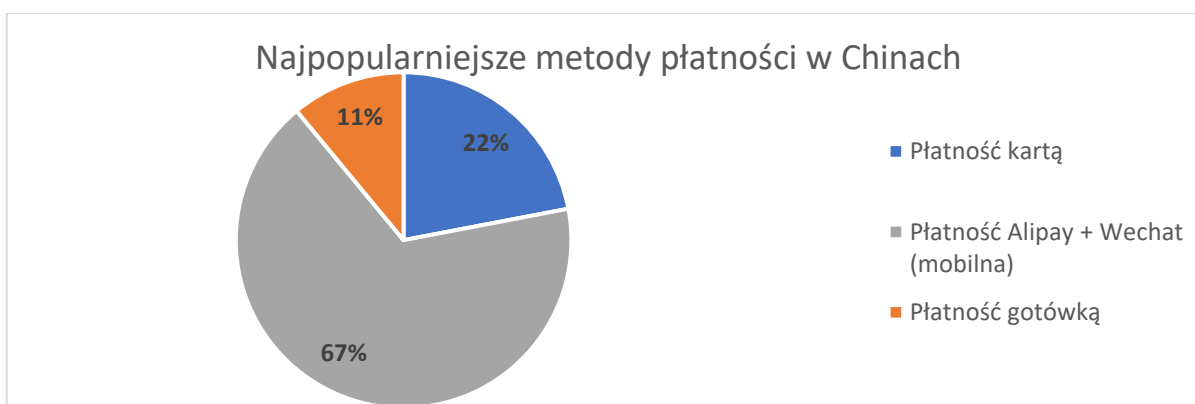
Po pierwsze, nie bez znaczenia są różnice związane z otoczeniem, w jakim operują oba systemy. Trudno skwantyfikować mentalność narodową i różnice cywilizacyjne, choć tutaj skłaniałbym się do metody Wymiarów Kulturowych Hofstede’a, do zapoznania się z którą zachęcam.^{xlviii} Dogodnym gruntem porównawczym będzie dla nas poziom świadomości technologicznej obywateli w kontekście sposobów i form przeprowadzania transakcji.

Pierwsza kwestia to struktura płatności w obu krajach. W badaniu „Płatności bezgotówkowe oczami Polaków 2019” przeprowadzonym na zlecenie Warszawskiego Instytutu Bankowości widać, że zaledwie 20% ankietowanych konsumentów na rynku polskim dokonuje płatności przede wszystkim za pomocą tradycyjnej gotówki.^{xlix} Co prawda 4 na 5 użytkowników preferuje płatności bezgotówkowe, ale prym wiodzie karta kredytowa, pokrywając się z modelem opartym na działalności banków. Godny uwagi jest stosunkowo niewielki jeszcze udział użytkowników korzystających głównie z form transakcji mobilnych – 7%.



Ilustracja 7. Najpopularniejsze metody płatności w Polsce. Źródło: Warto Bezgotówkowo 2020.

Inaczej sytuacja ma się w Chinach. Matthew Brennan wskazuje na przewagę form bezgotówkowych, wykorzystywanych przez 89% ankietowanych.¹ O ile na rynku polskim zdecydowanym liderem jest karta kredytowa (66%), tak konsumenci chińscy preferują płatności mobilne za pomocą Wechata lub Alipay (67%), co wpisuje się w twierdzenie o przeskoku technologicznym w Chinach i pominięciu fazy nieinternetowej, opartej na bankach. Płatność kartą pozostaje wyborem liczącym się i statystycznie chętniej wybieranym niż gotówka. Ta z kolei jest w omawianym modelu dalekowschodnim relatywnie mała.



Ilustracja 8. Najpopularniejsze metody płatności w Chinach. Źródło: Brennan

Patrząc na oba modele, można zauważyć zbieżność w postaci dominacji form płatności bezgotówkowej, choć przypadek polski opiera się na kartach kredytowych i bankach, a chiński – na płatnościach mobilnych obsługiwanych przez niebankowe firmy technologiczne, które rozbudowując się z podstawy komunikatora internetowego / e-sklepu, opierając się na olbrzymich rozległych bazach użytkowników, wytworzyły rozwiązania fintechowe.

5.2. Model polski a Wechat

Zestawiając te systemy, nie patrzymy tyle na aplikacje bankowe i komunikator, co raczej na dwa sposoby podejścia do tego samego tematu. Bazując na tabeli usług oferowanych przez polskie aplikacje bankowe, można porównać je z zakresem proponowanym przez model Wechat Pay, tym samym sprowadzając je do wspólnego mianownika. W celu zwiększenia przejrzystości, porównuję łączną ofertę 15 głównych aplikacji banków w Polsce (jako „metaaplikację”) nie z samym Wechat Pay, ale z platformą Wechat, bo stanowią integralną całość i komplementarne połączenie portalu społecznościowego i zakupowego z systemem płatności – realną innowację wartą analizy.

Przyglądając się obu rozwiązaniom przez pryzmat tych samych kategorii, można doszukać się znaczących podobieństw. Poprzez wykorzystanie swojego ekosystemu usług, platforma Wechat jest w stanie zagwarantować użytkownikowi dostęp do funkcji typu finansowego, usługowego i ochronnego.

W tej pierwszej kategorii, platforma posiada pełną ofertę z wyłączeniem zakładania lokat i otwierania rachunków bankowych przy czym to drugie zastępuje możliwością otwarcia e-portfela. Pamiętajmy tutaj, że przyglądamy się głównie aspektowi płatności mobilnych, nie bankowości mobilnej. Możliwość zakładania lokat najpewniej nie zostanie wprowadzona, także ze względu na politykę zwiększania bezpieczeństwa i stabilności stosowaną przez bank centralny Chin.

W 2019 roku, nowe regulacje zaskutkowały tym, że Bank of China został dozorcą wartych prawie 200 miliardów dolarów depozytów klienckich obsługiwanych dotąd przez dostawców płatności elektronicznych, w tym właśnie platformy Wechat.^{li}

Typ	Kategoria	Polskie aplikacje bankowe	Platforma Wechat
Finansowe	Przelewy	x	x
	Kredyty	x	x
	Zakładanie lokat	x	-
	Płatności QR	x	x
	Płatność przez pośrednika płatności (BLIK)	x	x*
	Otwieranie rachunku bankowego	x	~
Usługowe	Doładowanie telefonu	x	x
	Ubezpieczenie turystyczne	x	x
	Bilety komunikacji miejskiej	x	x
	Opłacenie parkowania	x	x
	Fundusze inwestycyjne	x	x
Ochrona	Logowanie przez kod PIN	x	x
	Logowanie przez odcisk palca	x	x
	Biometria twarzy	x	x
	Mobilna autoryzacja	x	x

Tabela 2. Porównanie funkcji polskich aplikacji bankowych i Wechata pod kątem funkcji płatniczych. Źródło: analiza własna

W porównaniu z teoretyczną „perfekcyjną aplikacją polską” w kategorii usługowej, Wechat oferuje 100% badanych możliwości. Cofając się do oryginalnego wykresu ze strony 5, można jednak zauważyć, że to właśnie profil związany z usługami pozabankowymi jest w oryginalnej ofercie rodzimej najbardziej ubogi i wymagający dalszych prac.

Wszelka funkcjonalność związana z ochroną i bezpieczeństwem również jest zapewniona w obu modelach. Znow – warto mieć na uwadze, że produkt firmy Tencent wymaga uprzedniego potwierdzenia tożsamości poprzez powiązanie z rachunkiem bankowym, co ma służyć rzetelnej weryfikacji danych.

W takim zero-jedynkowym ujęciu, obie propozycje wyglądają podobnie. Zadajemy tu jednak pytanie „jak bardzo Wechat spełnia warunki aplikacji bankowej?”. Analogiczne przyrównanie możliwości oferowanych przez polskie aplikacje bankowe z ofertą chińską ze strony 9 mogłoby jednak wyglądać całkiem inaczej. Nie ulega wątpliwości, że oba modele wykształciły się w nieco innych warunkach i że programy mają inne pierwotne zastosowanie.

Jak pokazały wcześniejsze rozdziały, oba systemy są charakterystyczne dla związanych z nimi obszarów geograficznych i cywilizacyjnych i sprawdzają się w swoich środowiskach. Różnica modeli wynika z tego, że w czasach największego wzrostu gospodarczego po wstąpieniu do Światowej Organizacji Handlu, Chiny przeskoczyły pewne etapy technologiczne, stąd

między innymi dlatego płatności kartą nie miały czasu się zakorzenić, a tak dużą rolę zaczęły pełnić płatności mobilne.^{lii} To samo zjawisko w Chinach doprowadziło do przejścia rynku tego typu transakcji przez firmy komercyjne, które działały szybciej i wyprzedzały wolniej dostosowujące się do zmian technologicznych konserwatywne banki. Można to porównać z przeskoczeniem przez Polskę etapu czeków, do dziś bardzo popularnych w Stanach Zjednoczonych. Właśnie ten efekt „przeskoku technologicznego” skutkuje różnicą w podejściu do płatności mobilnych między Polską i Chinami.

5.3. Bezpieczeństwo danych

Inny aspekt stanowiący różnicę to bezpieczeństwo danych. Nie znalazł się w tabeli porównania między innymi ze względu na inny typ przetwarzanych informacji. Aplikacje bankowe są związane przede wszystkim z rachunkami klientów, a platforma Wechat obsługuje 1.1 miliarda transakcji na mini-aplikacjach oraz przetwarza 45 miliardów wiadomości dziennie. Można rozumieć to jako nie tylko dane finansowe (e-portfel i transakcje), ale pochodzące z treści generowanych przez samych użytkowników.

Właśnie ta ostatnia kategoria danych związana jest z pewnymi kontrowersjami dotyczącymi dostępu do danych ze stroną rządową – zarzut stawiany także platformie społecznościowej Facebook, także w ramach niedawnego skandalu wokół Cambridge Analytica.^{liii} Ustawa o Cyberbezpieczeństwie Chińskiej Republiki Ludowej z listopada 2016 nakazuje firmom technologicznym przechowywanie danych internetowych przez okres minimalnie pół roku.^{liv}

W związku z tym, Polityka Prywatności^{lv} programu Wechat rzeczywiście wskazuje, że informacje mogą być zachowywane, wykorzystywane i wydawane na polecenie władz. To praktyka stosowana wobec firm operujących siecią danych personalnych użytkowników i podobne obwarowania można znaleźć w analogicznych dokumentach bankowych. Bank Pekao mówi na przykład o przekazywaniu informacji „*organom ścigania w razie zgłoszenia przez organ żądania na odpowiedniej podstawie prawnej (np. dla potrzeb toczącego się postępowania karnego)*”^{lvi}

6. Wnioski dla sektora bankowego

Można rzeczywiście założyć, że podczas swojego dynamicznego rozwoju gospodarczego Chiny pominęły znaczną część etapów rozwoju osiąganych sukcesywnie na Zachodzie, przez co mogły zacząć już od późnego stadium kart i rozwijać się w kierunku operacji bezgotówkowych na Internecie. Obecnie, strategia chińska nie jest możliwa do bezpośredniego zaadaptowania w Polsce. Jest to spowodowane przede wszystkim 1) obsługą płatności

mobilnych przede wszystkim przez banki, 2) brakiem zdecydowanego fintechowego lidera rynkowego (Paypal nigdy nie przyjął się na szerszą skalę, a Facebook wydaje się mieć inne priorytety), a także 3) niedostatecznym jeszcze spopularyzowaniem modelu transakcji mobilnych.

Banki nie mogą sobie także pozwolić na rozwiązania wykorzystywane przez spółki technologiczne, ale możliwe jest poczytywanie tego za ich mocną stronę. Pozycję banków polskich w stosunku do propozycji Wechat Pay można zilustrować za pomocą analizy SWOT. Przedstawia zalety i wady sektora, oraz możliwości i zagrożenia związane z rozwojem aplikacji.

Siłą gałęzi bankowej jest ugruntowana pozycja i relatywny brak konkurencji na rynku płatności mobilnych. Wyjątek może stanowić BLIK, ale należy rozumieć go przede wszystkim jako formę uiszczania opłat, a więc usługę uzupełniającą ofertę banków. Kolejną istotną zaletą są rozbudowane systemy bankowe gwarantujące bezpieczeństwo danych, w tym złożone procesy weryfikacji klientów i umiejętność zarządzania ryzykiem. Profesor Małgorzata Zaleska uważa, że banki muszą stale kontrolować, kto bierze kredyt i czy jest w stanie go spłacić, bo obniżenie wartości portfela kredytowego mogłoby wpłynąć na stabilność sektora i zagrozić poczuciu bezpieczeństwa deponentów.^{lvii} Siłą stanowi też pełny wachlarz usług finansowych obejmujących ofertę detaliczną oraz komercyjną. Przynajmniej dotychczas, obecność Wechat Pay na rynku usług finansowych skierowanych do firm była ograniczona, co może świadczyć o utrudnieniach, przypuszczalnie związanych ze skalą ryzyka i problemami z zabezpieczeniem.

Sily – przewagi konkurencyjne	Słabości
<ul style="list-style-type: none"> • Bezpieczeństwo danych i procesy weryfikacji • Ugruntowana pozycja rynkowa • Pełna oferta bankowości detalicznej oraz komercyjnej 	<ul style="list-style-type: none"> • Sztywność zabezpieczeń utrudnia rozszerzenie funkcjonalności • Brak integracji z usługami pozabankowymi • Ograniczona baza użytkowników
Możliwości i kierunki rozwoju	Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none"> • "Podwykonawstwo" jako usługa dedykowana • Współpraca z zewnętrzną usługą komercyjną / komunikatorem • Udostępnianie usług weryfikacji 	<ul style="list-style-type: none"> • Brak elastyczności kosztowej ograniczający konkurencyjność • Brak dostępu do dużych zbiorów danych w ramach big data • Dłuższy czas implementowania innowacji

Tabela 3. Analiza SWOT dla modelu bankowego względem modelu Wechat. Źródło: opracowanie własne.

Z drugiej strony, zaawansowane zabezpieczenia mają swoje wady, bo trudniej uwzględnić usługi dodatkowe niezwiązane z ofertą bankową. O tej komplikacji może świadczyć chociażby to, że niewiele polskich aplikacji bankowych oferuje możliwość kupienia biletów komunikacji miejskiej czy opłacenia biletów parkingowych. Idąc tym tropem, aplikacje te nie mają takiego zróżnicowania w funkcjach, są „tylko bankowe”, choć takie są obecnie oczekiwania samych użytkowników. W związku z tą jedno-celowością, sama baza użytkowników ogranicza się jedynie do klientów danego banku.

Istnieje również wiele zagrożeń, które w przyszłości będą mogły wprowadzić niekorzystne dla sektora bankowego zmiany na rynku płatności mobilnych. Pierwszym z nich jest cecha wspólna wielu dojrzałych i rozbudowanych organizacji, to jest długi czas wprowadzania innowacji, co jest związane z ilością procedur i mechanizmów wewnętrznych, jakim należy sprostać, żeby implementować nowe rozwiązania. Fintechy to często startupy, które nie mają tych obciążeń, wobec czego ich czas reakcji jest przeważnie znacznie krótszy.

Analogicznie, banki posiadają wytworzoną przez lata działalność infrastrukturę w postaci sieci fizycznych placówek generujących koszty, które w postaci dodatkowych opłat pokrywa klient. Brak takich obciążeń umożliwia Wechat Pay wykorzystanie innej strategii biznesowej i przyjęcie polityki braku opłat transakcyjnych przy przelewach u klientów indywidualnych aż do poziomu 10 tysięcy juanów, potem opłata wzrasta do 0.1%.^{lviii} Z kolei prowizja przy odbieraniu transakcji przez sprzedawców typu sklepy fizyczne oraz internetowe wynosi średnio 0.6%^{lix} i jest niewielka dzięki dużej liczbie użytkowników, zmniejszając pozycję ceny względem ilości w modelu równowagi ekonomicznej, obniżając cenę dzięki większej liczbie zakupionego towaru. Ta masowość stanowi następną siłę Wechat Pay, której banki nie są w stanie skopiować, a mianowicie dostęp do big data, czyli analizowanej przez systemy komputerowe sumy danych użytkowników.

Istnieje za to wiele możliwości wynikających z cech banków względem modelu Wechata. Program firmy Tencent niewątpliwie jest rewolucyjny w swojej naturze, ale przy głębszej analizie widoczne jest, że jego funkcjonowanie na tę skalę nie byłoby możliwe bez instytucji bankowych. To znajduje przełożenie na rozwiązania praktyczne, na które można ukierunkować się przy rozbudowywaniu rozwiązań w Polsce.

Przykładowo, po części zmuszony przez regulacje narzucone przez rząd chiński, a po części z chęci minimalizacji kosztów, Wechat w kwestii weryfikacji użytkownika przez rozpoczęciem korzystania z funkcji przelewów polega na bankach. Część instytucji bankowych w Polsce

uczestniczy przy rządowym programie Profilu Zaufanego, tym samym oferując dodatkową usługę swoim klientom.^{lx} Podobną funkcjonalność można wykorzystać w przypadku innych platform z różnych względów wymagających potwierdzenia tożsamości swoich użytkowników, w tym potencjalnych aplikacji fintechowych, których rozwiązania mogłyby wpłynąć na kształt rynku.

To prowadzi do następnej możliwości, a mianowicie współpracy z usługą komercyjną / komunikatorem. Sukces swojego systemu Wechat opiera na integracji komunikatora i źródła usług komercyjnych z domyślną formą płatności oferowanej przez Wechat Pay. Analogicznie, przed sektorem bankowym w Polsce pojawia się możliwość współpracy dedykowanej z platformą e-handlu, gdzie posiadanie konta na przykład na Allegro automatycznie wiązałoby się z wytworzeniem rachunku (lub przynajmniej e-portfela) w banku X. Możliwe byłoby też wytworzenie wtyczki danego usługodawcy w ramach programu mobilnego banku.

Ostatnia kwestia to podwykonawstwo przy usługach bankowych. Środowisko Wechat rzeczywiście oferuje kredyty w ramach aplikacji, ale głównie dzięki wsparciu współfinansowanego przez grupę Tencent neobanku WeBank. Taką symbiozę widać już w formie bardziej tradycyjnej i analogowej chociażby w salonach samochodowych, gdzie odpowiadają za kredyty na kupno pojazdów, znacznie ułatwiając proces zarówno dla nabywcy jak i sprzedawcy. Co za tym idzie, kolejnym krokiem na wyższym poziomie cyfryzacji byłaby integracja wtyczek obliczających wysokość kredytu z aplikacjami firm oferujących produkty oraz usługi online.

Podwykonawstwo ma tę zaletę, że mobilny Internauta w polskich warunkach nie posiada uniwersalnego programu typu Wechat, przez co będzie wykorzystywał przede wszystkim indywidualne aplikacje w celach zakupowych – opcję, której aplikacje bankowe w związku ze swoją naturą e-placówki nie oferują. Profesor Emil Ślęzak wskazuje, że wyższych marż banki mogą spodziewać się w ramach bankowości transakcyjnej, między innymi faktoringu i leasingu,^{lxi} co przekłada się na rozszerzenie oferty mobilnej o firmy. Przykładem takiego działania jest Idea Bank, którego platforma ma być według materiałów promocyjnych „najlepszą bankowością mobilną dla SME” (tj. Przedsiębiorstw Małych i Średnich).^{lxii}

7. Podsumowanie

Porównując oparty na fintechowych dostawcach płatności mobilnych model chiński z bazującym na systemie bankowym modelem polskim, można dostrzec duże różnice zarówno w formie dotarcia do klienta, jak i zakresie oferowanych usług. Ze względu na różnice

kulturowe, cywilizacyjne, oraz poziom zaawansowania technologicznego konsumentów, próba zaimplementowania systemu A w kraju B i vice versa najpewniej skończyłaby się fiaskiem. Wynika to z faktu, że w Polsce płatności mobilne i niemobilne są zdominowane przez instytucje bankowe oferujące karty kredytowe i aplikacje na smartfony.

Udział poszczególnych marek w rynku aplikacji jest z kolei tak pluralistyczny, że nie ma jednego i zdecydowanego lidera, który mógłby w najbliższej przyszłości liczyć na tytuł monopolisty. Z powodu obsadzenia rynku przez banki, próba wejścia na rynek z ofertą zbliżoną do środowiska Wechat mogłaby okazać się – przynajmniej w tym momencie – daremna.

Aplikacja firmy Tencent przejęła 40% rynku płatności mobilnych w Chinach mimo tego, że wyrosła na bazie komunikatora internetowego pokroju Gadu Gadu czy Messenger i rosła z czasem. Jej sukces wynika także z przeskoku technologicznego dynamicznie rozwijającej się gospodarki chińskiej, który umożliwił adaptację płatności mobilnych bez lat ewolucyjnego osiągnięcia poprzednich etapów (np. czeków czy kart kredytowych).

Czy w związku z tym można twierdzić, że model chińskich płatności mobilnych zagraża systemowi polskiemu opartemu na pluralistycznej sieci aplikacji mobilnych różnych operatorów? Moim zdaniem – przynajmniej obecnie, nie. Nie znaczy to jednak, że nie można czerpać z rozwiązań innych niż rodzime i niejako podążać nie „za klientem”, ale wręcz „z klientem” w jego podróży po sieci usług komercyjnych.

Sektor bankowy czeka działanie związane z dostosowaniem się do nowych oczekiwań klientów, w dobie nowej pandemicznej sytuacji. W tej nowej rzeczywistości i często miesiącach spędzanych w domu, wielu użytkowników musiało nauczyć się funkcjonowaniu w środowisku internetowo-mobilnym, przez co przeobraziły się ich oczekiwania względem usługodawców, sprzedawców i samych banków. Krzysztof Pietraszkiewicz ze Związku Banków Polskich uważa, że w kontekście obecnej sytuacji dotyczącej koronawirusa, banki rzeczywiście muszą zmienić zasady funkcjonowania, choć dzięki dotychczas zastosowanym zmianom, już dziś praktycznie wszystkie operacje finansowe mogą być wykonywane na odległość.^{lxiii} Perspektywy są więc dla rozwoju sektora optymistyczne.

Uważam, że najważniejszą zaletą systemu Wechat jest jego klientocentryczność i to wokół użytkownika buduje się środowisko usług – to właśnie można uważać za źródło sukcesu aplikacji. Adaptując się do tej koncepcji, można zaadaptować się do przyszłości.

Indeks ilustracji

Ilustracja 1. Wzrost liczby klinetów mobilnych w ujęciu kwartalnym.....	4
Ilustracja 2. Procent aplikacji mobilnych oferujących daną usługę.....	5
Ilustracja 3. Udział rynkowy zewnętrznych dostawców płatności w Chinach w III kw. 2019..	7
Ilustracja 4. Liczba aktywnych miesięcznych użytkowników Wechata w latach 2012-2020	7
Ilustracja 5. Typowy dzień z aplikacją Wechat	8
Ilustracja 6. Schemat rozliczeń w sieci Wechat	11
Ilustracja 7. Najpopularniejsze metody płatności w Polsce	13
Ilustracja 8. Najpopularniejsze metody płatności w Chinach.....	13

Indeks tabel

Tabela 1. Wybrane funkcje Wechata	9
Tabela 2. Porównanie funkcji polskich aplikacji bankowych i Wechata	15
Tabela 3. Analiza SWOT dla modelu bankowego względem modelu Wechat.....	17

Przypisy

-
- ⁱ Gliński, Mikołaj. „13 przepowiedni Lema, które się sprawdziły”. Culture.pl, 10.12.2019, dostęp 1.06.2020
- ⁱⁱ Ogonowska-Rejer, Anna. „Najciekawsze nowości w aplikacjach bankowych”. Rzeczpospolita Pieniądze, 2.05.2019, dostęp 1.06.2020
- ⁱⁱⁱ Żuławnik, Bożena. „Aplikacje bankowe pełne nowinek”. Parkiet, 24.01.2019, dostęp 1.06.2020
- ^{iv} Dziawgo, Tomasz. „Konkurencja dużych firm technologicznych w chińskim sektorze bankowym”. ChinyTech, 04.2020, dostęp 1.06.2020
- ^v Scott, Mathew. „WeChat is a way of life for 900 million daily users”. InTheBlack, 01.05.2018, dostęp 1.06.2020
- ^{vi} Daxue Consulting. „Payment methods in China”. Daxue Consulting, 29.05.2020, dostęp 1.06.2020
- ^{vii} Okoń, Lech. „Chińczycy mają w nosie NFC, choć płacą telefonem częściej niż Europejczycy”. Telepolis, 12.09.2018, dostęp 1.06.2020
- ^{viii} The Paypers. „Payment Methods Report 2019”. European Payments Council, 2019, dostęp 1.06.2020
- ^{ix} Rosa-Bohrer, Sharon. „Why China Leads the World in Mobile Payments”. Mobile Payment Conference, 2.07.2018, dostęp 1.06.2020
- ^x Boczoń, Wojciech. „To już rewolucja. Z bankowości mobilnej korzysta 14 mln Polaków”. Bankier, 11.03.2020, dostęp 1.06.2020
- ^{xi} Uryniuk, Jacek. „Banki z Polski mają już 13,8 mln klientów mobilnych”. Cashless.pl, 9.03.2020, dostęp 1.06.2020
- ^{xii} World Bank, „Financial Inclusion 2019”. Dostęp 1.06.2020
- ^{xiii} Srinivas, Val, et al. „2020 banking and capital markets outlook”. Deloitte, 3.12.2019, dostęp 1.06.2020
- ^{xiv} Boczoń, Wojciech. „To już rewolucja. Z bankowości mobilnej korzysta 14 mln Polaków”. Bankier, 11.03.2020, dostęp 1.06.2020
- ^{xv} Bolanowski, Wojciech. „Bankowość Mobilna i Płatności Mobilne w Polsce 2019”. Cashless, 03.2020
- ^{xvi} TFI – Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych to forma zbiorowego inwestowania pieniędzy w celu osiągnięcia wyższych niż w przypadku lokat zysków. (PKO SA, 2020)
- ^{xvii} Olszewski, Krzysztof. „IKO najlepszą mobilną aplikacją na świecie. Sukces PKO Banku Polskiego”. Money.pl, 12.02.2019, dostęp 1.06.2020
- ^{xviii} Bolanowski, Wojciech. „Bankowość Mobilna i Płatności Mobilne w Polsce 2019”. Cashless, 03.2020, dostęp 1.06.2020

-
- ^{xix} Nowotna, Joanna. „Płatności elektroniczne w Chinach: Tło historyczne, stan obecny i perspektywy rozwoju”, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Polsko-Chińska Rada Biznesu, 2018, dostęp 1.06.2020
- ^{xx} Team Counterpoint, „China Smartphone Market Share: By Quarter”. Counterpoint Research, 16.05.2020
- ^{xxi} Wong, Samantha. „Smartphone market in China”. Statista, 27.04.2020, dostęp 1.06.2020
- ^{xxii} Nurski, Miron. „Dlaczego większość smartfonów Xiaomi nie ma NFC?”. Komórkomania, 25.06.2018
- ^{xxiii} Canalys, „Rynek smartfonów w Polsce i na świecie w 1Q2020 według Canalys. Samsung wciąż na czele” Telepolis, 7.05.2020, dostęp 1.06.2020
- ^{xxiv} Jao, Nicole. „China’s mobile payment market fourth quarter growth dwindled”. Technode, 28.03.2019
- ^{xxv} National Bureau of Statistics of China. „Total Retail Sales of Consumer Goods up by 9.0 percent in the first twelve month 2018”. Stats.gov.cn, 24.01.2019, dostęp 1.06.2020
- ^{xxvi} CBN, „China’s Mobile Payments Market Grows Over 15% in Q3 2019, Alipay’s Market Share Exceed Half”, China Banking News, 21.01.2020, dostęp 1.06.2020
- ^{xxvii} Keyes, Daniel; Magana, Greg. „Chinese fintechs like Ant Financial’s Alipay and Tencent’s WeChat are rapidly growing their financial services ecosystems”. Business Insider, 18.12.2019, dostęp 1.06.2020
- ^{xxviii} Kiriakidis, David. „The Chinese ‘Super-App’ Changing the Face of Tech”. Fleximize, 2019. , dostęp 1.06.2020
- ^{xxix} Iqbal, Mansoor. „WeChat Revenue and Usage Statistics (2020)”. Business of Apps, 13.05.2020
- ^{xxx} Chen, Celia. „A typical day on wechat”. GCV Capital, 17.10.2016, dostęp 1.06.2020
- ^{xxxi} Li, Mia Shuang. „How WeChat became the primary news source in China”. Columbia Journalism Review, 10.01.2018 , dostęp 1.06.2020
- ^{xxxii} Liao, Shumin. „Tencent Introduces Mutual Fund Payment App to Vie With Alibaba’s”. Yicai Global, 20.11.2018, dostęp 1.06.2020
- ^{xxxiii} Feng, Jiayun. „What is WeChat? The super-app you can’t live without in China”. SupChina, 26.09.2019
- ^{xxxiv} Lui, Natalie. „WeChat Mini Programs: The Complete Guide For Business”. Dragon Social, 19.06.2020, dostęp 1.06.2020
- ^{xxxv} Barone, Adam. „Bank”. Investopedia, 21.04.2020, dostęp 1.06.2020
- ^{xxxvi} Prawo Bankowe, „Pojęcie banku”. Art. 2, Dz.U.2019.0.2357, dostęp 1.06.2020
- ^{xxxvii} Schueffel, Patrick. „Taming the Beast: A Scientific Definition of Fintech”. Journal of Innovation Management, 4,4 (2016) 32-54, dostęp 1.06.2020
- ^{xxxviii} Ligu Yu et al., „Mobile Payment and its Social Impact”. Mobile Applications and Solutions for Social Inclusion, 2018, dostęp 1.06.2020
- ^{xxxix} A. Kaźmierczak: *Polityka pieniężna w gospodarce otwartej*, Warszawa: Wydawnictwo naukowe PWN, 2008, dostęp 1.06.2020
- ^{xl} Wechat Pay. „Frequently Asked Questions”. , dostęp 1.06.2020
- ^{xli} Xie, Ping, et al. „Internet Finance in China”, 2018, dostęp 1.06.2020
- ^{xlii} WeSure. „Tencent’s insurance platform WeSure celebrates its 2nd anniversary; 55 million users within WeChat ecosystem”. PR Newswire, 12.12.2019, dostęp 1.06.2020
- ^{xliiii} Asiamoney. „WeBank: China’s financial unicorn”. Euromoney, 26.09.2019 , dostęp 1.06.2020
- ^{xliiv} WeSure. „WeBank: The World’s Leading Digital Bank Decoded”. PR Newswire, 31.10.2019, dostęp 1.06.2020
- ^{xlv} Ibid.
- ^{xlvi} Brennan, Matthew. „WeChat Real Name Verification: How to Verify WeChat”. China Channel, 8.06.2016
- ^{xlvii} Rei, Nakafuji. et al. „No bank account needed for Alipay and WeChat Pay”. Nikkei, 9.11.2019
- ^{xlviii} Hofstede Insights. „Country comparison”. Dostęp 1.06.2020
- ^{xlix} Warto Bezgotówkowo (kampania). „Polacy chętnie płacą bezgotówkowo, ale wciąż nie wszędzie mogą”. 2020, dostęp 1.06.2020
- ^l Brennan, Matthew. „Payment Methods In Convenience Stores: Beijing Zhongguancun”. China Channel, 5.03.2017, dostęp 1.06.2020
- ^{li} Balding, Christopher. „China Is Strangling Its Private Champions”. Bloomberg, 10.03.2019, dostęp 1.06.2020
- ^{lii} Klein, Aaron. „China’s digital payments revolution”. Brookings, 04.2020, dostęp 1.06.2020

-
- ^{liii} Cadwalladr, Carole; Graham-Harrison, Emma. „Revealed: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach”. The Guardian, 17.03.2018, dostęp 1.06.2020
- ^{liv} Chińska Republika Ludowa: Cybersecurity Law, Artykuł 23, Ustęp 3, 2016. , dostęp 1.06.2020
- ^{lv} Wechat. „Privacy Policy”. 2020. , dostęp 1.06.2020
- ^{lvi} Pekao SA „Polityka Prywatności”. 2020. , dostęp 1.06.2020
- ^{lvii} Ramotowski, Jacek. „Ten kryzys zapamiętamy na wiele lat”. Interia Biznes, 23.03.2020, dostęp 1.06.2020
- ^{lviii} Sampi. „Chinese Payment Systems Overview: WeChat Pay”. Sampi, 18.03.2020, dostęp 1.06.2020
- ^{lix} Dudarenok, Ashley. „A Brief Introduction to WeChat Pay”. Chozan, 16.06.2017, dostęp 1.06.2020
- ^{lx} iFirma. „Lista banków z możliwością założenia profilu zaufanego poprzez bankowość elektroniczną”. iFirma Pomoc, 2020, dostęp 1.06.2020
- ^{lxi} Rosik, Piotr. „Dlaczego polskie banki z trudem zarabiają”. Interia Biznes, 5.10.2019, dostęp 1.06.2020
- ^{lxii} Boczoń, Wojciech. „Idea Bank zapowiada Blika i nową bankowość mobilną dla firm”. PR News, 21.05.2020, dostęp 1.06.2020
- ^{lxiii} Balawender, Grzegorz. „Krzysztof Pietraszkiewicz: Nie ma obaw o kondycję banków”. Rzeczpospolita, 18.03.2020, dostęp 1.06.2020