

Mobilo maksājumu instrumentu nozīme un attīstība banku darbībā

*Inna Dovladbekova, Jevgenijs Leontjevs*¹

Rīgas Stradiņa universitāte, Reģionālās ekonomikas un biznesa katedra, Latvija

¹ Rīgas Tehniskā universitāte, Latvija

Ievads. Darbības izmaksu optimizācija mūsdienās iezīmējas kā ļoti svarīga stratēģija, kas ļauj vadošajām bankām nostiprināt savas pozīcijas banku sektorā. 2008. gada ekonomiskās krīzes iespaidā izmaksu optimizācijas nozīme ievērojami pieauga. Bankas visos kontinentos piedāvā jaunus risinājumus, lai radītu rentablas biznesa attiecības gan B2C (*Business-to-Consumer*), gan B2B (*Business-to-Business*) līmenī, vienlaikus optimizējot finanšu rezultātus.

Kā bankas var efektīvi izmantot izmaksu optimizācijas stratēģiju attiecībā uz patērētājiem ar optimālu instrumentu klāstu, lai palielinātu peļņu uz vienu klientu vērtību, kopējo peļņu un izaugsmi? Labākais veids – aptvert jaunākās inovatīvas tehnoloģijas, lai radītu efektīvus risinājumus izmaksu optimizēšanai un peļņas kultivēšanai. Informācijas tehnoloģijas turpina attīstīties un būtiski ietekmēt to lietotāju dzīvi. Internets un mobilo telefonu sakari pavēra ceļu straujo tehnoloģisko inovāciju izstrādei visā pasaulē, un šo vadošo tehnoloģiju apvienošana ne tikai vienkāršoja sakaru infrastruktūru, bet arī padarīja lietotājus atkarīgus no jaunām tehnoloģijām. Mobilie tālruņi šodien kļūst arvien daudzfunkcionālāki. Uzņēmumi visā pasaulē arvien vairāk koncentrējas uz mobilo platformu, lai dažādotu klientu sasniegšanas līdzekļus un diferencētu savus pakalpojumus. Ar viedtālruņu un planšetdatoru tirgu strauju attīstību (viedtālruņu skaits 2016. gadā pieaugs par 90%, salīdzinot ar 2012. gadu) cilvēki kļūst daudz mobilāki, un tieši tāpēc uzņēmumi rada jaunas idejas, lai izstrādātu inovatīvus maksājumu risinājumus, kas pielāgotos mobilo cilvēku dzīvesveidam.

Darba mērķis un metodes. Identificēt mobilo maksājumu instrumentu attīstības pamatproblēmas un virzīšanas kanālus, balstoties uz zinātnisko, analītisko un statistisko informāciju un izmantojot salīdzinājuma, statistiskas, novērojuma un gadījuma pētījuma metodes.

Rezultāti. Mobilo maksājumu instrumenti ir vieni no visvairāk diskutējamiem banku produktiem un/vai pakalpojumiem, kas pašlaik attīstās telekomunikāciju nozarē. No vienkāršiem SMS servisiem līdz progresīvām svītrkoda biļetēm un daudziem citiem instrumentiem mobilie maksājumi ir tik ļoti attīstījušies, ka daži nozares eksperti uzskata, ka mobilais viedtālrunis varētu pilnībā aizstāt skaidro naudu ar bezskaidras naudas un bezkaršu maksājuma sistēmu palīdzību.

Secinājumi. Par spīti šķēršļiem un problēmām, var apgalvot, ka mobilo maksājumu tirgum nākotnē noteikti būs milzīga izaugsme. Vairāk, ka attālinātās komunikācijas (NFC – *Near-Field Communication*) tehnoloģija kļūs par šo izaugsmes līderi un transformēsies par “vadošo standartu”, ir diezgan augsta. Savukārt no papildu ienākumu iegūšanas NFC arī tiek apskatīts par nākamo populārāko aplikāciju mobilajiem pakalpojumiem.

Tomēr jāņem vērā, ka šajā jaunajā banku pakalpojumu attīstības tirgū katram tirgus dalībniekam vajadzētu būt piesardzīgam un rūpīgi izvērtēt savas iespējas iekšējā un ārējā vidē. Šis stāvoklis būs konstants, kamēr tirgus pilnībā nesasnies brieduma stadiju. Konkurējošie tehnoloģiskie standarti, drošības jautājumi un problēmas rast risinājumus konfliktējošo interešu vidē kavē izaugsmi un vispār-atzīto mobilās komercijas standartu akceptēšanu. Tai pašā laikā, kad mobilā industrija cīnās ar sadrumstalotiem standartiem un konkurējošiem tehnoloģiskiem risinājumiem, privāti finansēti inovatīvie jaundibināti (*start-up*) uzņēmumi piedāvā novatoriskus mobilo maksājumu instrumentus un rīkosies zibenīgi ātri, lai iekarotu tirgus daļu nišas patērētāju grupās.