

Pritshmëritë në fushën e pagesave përgjatë 2022

Në tërësi, ajo çka këto dy vite të fundit po tregojnë është se digjitalizimi dhe novacioni nuk janë më diferencues të pranishëm në një kompani në treg. Përkundrazi, ruajtja e rritjes së qëndrueshme, në një treg ku ofruesit e shërbimeve të pagesave po mbijnë si kërpudhat pas shiut, është parësore.



Eneida THOMAJ

Drejtoresh e Përgjithshme
PAYLINK

Viti 2021, ashtu edhe si dhe viti i kaluar, ishte një vit me pritshmëri të larta për inovacione në fushën e pagesave, e ndikuar nga një pandemi që vijon të mbetet e pranishme midis nesh. Sigurisht pritshmëritë kanë ecur në nivel të kënaqshëm, jo vetëm në aspektin e zgjidhjeve teknologjike novatore, por edhe në aspektin e kuadrit rregullativ, që nxit pagesat pa para fizike. Në terma të zgjidhjeve teknologjike novatore mund të përmenden tashmë zgjidhje në treg të cilat synojnë gjithmonë e më shumë jo vetëm digjitalizimin, si kryefjala e dy viteve të fundit, por zgjidhje novatore që synojnë ndërveprim me klientin fundor, shoqëruar me rritje të ndjesisë së sigurisë nga ky i fundit (shembull pagesa 3DS nëpërmjet “two factor authentication”; pajisja me PIN nëpërmjet kërkesës me SMS nga vet klienti fundor; digital onboarding, etj).

Të dy këto tipare ndërthuren me

një qëllim të qartë nga ofruesit e shërbimeve të pagesave: ruajtjes së klientëve besnikë dhe rritjen e vazhdueshme të portofolit të klientëve, në një kohë kur zgjidhjet novatore po dalin shpesh e më shpesh në treg. Në nivel të kuadrit rregullativ, një sërë ndryshimesh pozitive janë vërejtur gjatë këtij viti, që mbështesin konkurrencën e kompanive ofruese të shërbimeve të pagesave, duke udhënë përparësi produkteve novatore “cashless” në treg (ligji i ri “Për shërbimet e pagesave”, projekt-rregulloret për licencimin e institucioneve të pagesave/institucioneve të parasë elektronike, apo ofruesit e shërbimeve të pagesave; projekt-rregullorja “Mbi transparencën për tarifën e lidhura me llogarinë e pagesës dhe mbi shërbimin e transferimit të llogarive të pagesës”, projekt-rregullorja “Për shlyerjen brenda vendit të transfertave kombëtare në Euro”, apo edhe projekt-rregullorja “Për debitimin direkt ndërbankar”).

Të gjitha këto nxitje në treg kanë dhënë efekte pozitive. Sipas statistikave të Bankës së Shqipërisë, rritja vjetore e kartave të pagesave, përgjatë 2019-2020, ishte 4.8%, rritje e cila vijon edhe gjatë 2021-shit, ku për 9 muajin kemi një rritje me rreth 5.4% të portofolit të kartave të pagesave në vend. Kjo vlerë është e rëndësishme, pasi në terma absolute për numrin e kartave të debitit për 9 muajin e 2021-shit janë në total 1.141 milionë karta, krahasimisht me 1.083 milionë karta, në fund viti 2020.

Prirje rritëse vërehet edhe në



Sipas studimit të Accenture (nëntor 2021), bankat duhet të dalin nga modeli tradicional i biznesit, duke synuar prirjet e digjitalizimit me modele nënkotaktore, për të pasur probabilitet të rritjes së të ardhurave vjetore me 4%.



terminalet e pranimit të kartave. Për 2019-2020 kemi një rritje prej 4.4% në терминаlet ATM, krahasimisht me 9 muajin e 2021-shit, përkundrazi 2020-ës, me rritje prej 10% në numër terminalesh; rritje me 8.5% në терминаlet POS për 2019-2020, e po ashtu rritje për 9 muajin 2021 në krahasim me 2020-ën, prej 9.9%. Rritje e qenësishme vazhdon të vërehet në pagesat me para elektronike, ku vetëm për gjysmën e parë të vitit 2021 numri total i pagesave me para elektronike arriti sa 78% e numrit të transaksioneve të kryera për vitin 2020. Të gjitha sa më lart tregojnë një prirje të ndryshimit të sjelljes konsumatore të klientit shqiptar. Kjo prirje është në linjë me atë çka vërehet edhe në tregjet ndërkombëtare. Në raportin e MasterCard: “Breaking through the Digital Noise” (2021), pohohet se 20-30% e kalimit global drejt digjitalizimit pritet të jetë e përhershme, e ndërkohë vërehet 95% rritje në shitjet online, në Korrik 2021, krahasuar me 2019-ën.

Konsolidimi i prirjeve të pagesave gjatë 2021-shit, në vijim të 2020-ës, si vit shënues ndaj ndikimit të pandemisë, është vërejtur jo vetëm në nivel global, por edhe në nivel lokal. Nisma rajonale si një skemë evropiane pagesash, apo skema lokale me produkte sipas kërkesave lokale ("tailor made") gjithmonë e më shumë po bëhen të pranishme në treg, për të konsoliduar aktorët në industrinë e pagesave. Sipas raportit Payments Innovation Jury të prillit 2021, përgjatë periudhës 2018-2021 besimi ndaj skemave lokale/rajonale të pagesave ka ardhur në rritje, sidomos nga rritja e investimeve prej ofruesve të këtyre skemave, por edhe nga mbështetja rregullatore. Po kështu, raporti nga Capgemini: "Payments, Top Trends 2021, Drivers, opportunities, and risks shaping financial services", përforcon idenë se si skemat lokale apo rajonale të pagesave kanë përparësi përkundrejt skemave ndërkombëtare të pagesave lidhur me: a) eficiencën e kostos, përpunimin transaksional që ndodh brenda vendit; b) ofrimin e produkteve sipas kërkesave të tregut të brendshëm; c) mbështetjen nga rregullatorët vendas.

Duke pasur një nivel të lartë konkurrence në treg, gjithmonë e më shumë po identifikohen zgjidhjet "pagesa si shërbim" (payment as a service), si zgjidhje të fragmentizuara nga kompani "zinxhir", për të ulur kostot e operimit. Sipas Capgemini, në analizën e prirjeve të pagesave për vitin 2021, pohohet se 68% e drejtuesve të kompanive të pagesave, që morën pjesë në studimin e tyre, mendojnë se kanë një rrezik të lartë në humbjen e klientëve potencialë, nëse nuk i japin përparësi transformimit teknologjik. Për këtë arsye,

zgjidhjet "pagesa si shërbim" po marrin gjithmonë e më shumë hov këto vite. Nga ana tjetër, kjo rrit ekspozimin ndaj mashtrimeve, për shkak të fragmentizimit të shërbimit të pagesave. Për këtë arsye, ofruesit e shërbimeve të pagesave po konsiderojnë në mënyrë të vazhdueshme investimin në teknologji kundra mashtrimit (Capgemini Financial Services Analysis, 2020), ku 85% e firmave të marra në studim po investojnë në shërbime të certifikuara të nënkontraktuara, si dhe teknologji që përdorin metoda moderne në pikasjen e mashtrimeve; 79% po përforcojnë teknologjitë e ndërtuara së brendshmi për aplikacionet mobile që ata ofrojnë; 67% po rrisin analizën në përzgjedhjen e palëve ortakë të shërbimeve të tyre.

Sipas raportit të Capgemini (Payments, Top Trends 2021, Drivers, opportunities, and risks shaping financial services), theksohet se institucionet e pagesave po ofrojnë produkte bazuar në analizën e të dhënave të bazës së klientelës që kanë. Kjo arrihet në saj të përsosjes më tej të skemave të besnikërisë që institucionet kanë zhvilluar. E njëjta prirje vihet re edhe në tregun shqiptar, ku gjithmonë e më shumë po marketohen skemat e besnikërisë, nëpërmjet kanaleve të pagesave, sidomos nëpërmjet kartave të pagesave. Në këtë mënyrë, vet institucionet po shkojnë drejt modelit të ofertimit brenda aplikacioneve që zotërojnë, të disa opsioneve të kanaleve të pagesave, duke kulmuar në super aplikacione në treg. Këto super aplikacione i përshtaten të gjitha kategorive të bazës së klientelës (si atyre që kanë nevojë për mbështetje në përdorimin e shërbimeve digjitale, ashtu edhe "të rinjve" me të "rafinuar" në

përdorimin e këtyre shërbimeve). Po i njëjti raport thekson se tashmë dija digjitale e konsumatorit është çelës kryesor, në mundësimin e pagesave në format më të reja novatore. Kombinimi i identifikimit digjital, aksesimi mobile, dhe analizimi i të dhënave është një kombinim suksesi në ofrimin e shërbimeve me vlerë për klientin.

Nëse shohim dhe tregun amerikan, sipas raportit më të fundit nga Endava, prirjet në fushën e pagesave lidhen me: a) maturimin e "open banking" (ku tregu shqiptar po ecën drejt finalizimit të projekt-rregullores në këtë drejtim); b) maksimizimin e të ardhurave nga funksionaliteti i BNPL (karakteristikë kjo për gjeneratën e re të popullatës, e cila ka një model sjelljeje të blerjes së menjëhershme të produkteve me cilësi të lartë, pa rënë në detyrime afatgjata deri në 1 vit; c) evoluimin e mëtejshëm të pranimit të pagesave (në linjë me qëndrimin e bankave në vend për të ofruar sa më shumë kanale pagesash për grupet e synuara të klientëve që zotërojnë).

Në tërësi, ajo çka këto dy vite të fundit po tregojnë është se digjitalizimi dhe novacioni nuk janë më diferencues të pranisë së një kompanie në treg. Përkundrazi, ruajtja e rritjes së qëndrueshme, në një treg ku ofruesit e shërbimeve të pagesave po mbijnë si kërpudhat pas shiut, është parësore. Kjo u pohua në një studim më të fundit të kryer nga Accenture (nëntor 2021), me pjesëmarrjen e rreth 100 bankave të Amerikës së Veriut, Evropës, Azisë dhe Amerikës Latine, sipas të cilit u përforcua ideja se bankat duhet të dalin nga modeli tradicional i biznesit, duke synuar prirjet e digjitalizimit me modele nënkontraktore, për të pasur probabilitet të rritjes së të ardhurave vjetore me 4%. E këtu po shkon dhe tregu ynë!