

Krzysztof Ulanowski

Wrzuć grosik w Sieć!



Fot. Peter Galbraith

System mikropłatności miał swoją premierę na naszym rynku kilka lat temu. Do korzystania z niego zachęcała firma eCard SA. Mikroplacić można by za towary i usługi, jak np. pliki muzyczne, czy artykuły w gazetach. Zaletą systemu polega na tym, że mikropłatnik ma możliwość uiszczenia ceny już od jednego grosza.

Sposób na hakera

Jednocześnie mikropłatnik może być spokojny o stan swoich oszczędności. Dokonanie mikroprzelewu nie ma prawa skutkować tym, że jakiś zdolny, a pozbawiony moralnych oporów haker, bezczelnie wyzeruje nasze konto bankowe.

Jak to możliwe? Mikropłatnik rejestruje się na witrynie firmy, gdzie otrzymuje hasło uprawniające do wglądu w stan rachunku. Następnie zakłada specjalne subkonto, na które – kartą, przelewem lub przekazem – wpłaca zaledwie kilkadziesiąt złotych. I to z tego subkonta dokonuje groszowych przelewów.

Posiadając mikrokonto możesz dokonywać zakupów za kliknięciem w sposób całkowicie bezpieczny. Połączenia z systemem szyfrowane są 128 bitowym SSL-em. Nie musisz posiadać kart płatniczych ani konta bankowego. Wystarczy, że zasilisz mikrokonto wybraną kwotą, a zostanie ono aktywowane – tak kilka lat temu reklamowała się firma eCard.

Firma zachęcała do systemu również witryny internetowe – eCard miał być bowiem jedynie pośrednikiem:

Każda witryna, która chce sprzedawać produkty w systemie, musi zainstalować dowolną aplikację, realizującą sprzedaż przez Internet. Wszystkie sklepy internetowe mogą wprowadzić mikropłatności od zaraz. Serwisom przystępującym do programu, eCard dostarcza bezpłatnie uniwersalne oprogramowanie, integrujące ich aplikacje sprzedaży z systemem.

Jak przekonać do płacenia przez Internet tych, którzy nie mają za grosz zaufania do sieciowych zabezpieczeń? Jak za pomocą domowego komputera zapłacić za coś, co jest warte mniej niż złotówka?

Ponure wróżby

Spółka eCard ostrzegala też, że – rezygnując z sięgnięcia po mikropłatności – lada dzień pozbawieni zostaniemy dostępu do znacznej części sieciowej skarbnicy:

Dobiega końca okres darmowego korzystania z zawartości internetu – serwisów informacyjnych, artykułów prasowych, analiz i raportów, archiwów, plików muzycznych i graficznych. Jeśli portale i tematyczne serwisy internetowe nie znajdą stabilnych źródeł finansowania, zbankrutują – wieszczęli firmowi spece od marketingu. – Bankructwo grozi wszystkim portalom i serwisom informacyjnym. Nawet te największe, jak Yahoo! i AOL, notują straty.

Trudno odmówić racji, zarówno zachętom, jak i ponurym wróżbom. Dlaczego zatem mikropłatności do tej pory nie zawojowały rynku? Wyjaśnił nam to Sebastian Ramatowski, dyrektor handlowy eCard SA:

System funkcjonalnie działa i nadal jest w naszej ofercie handlowej. Niestety, jak większość tym podobnych projektów, nie spełnił pokładanych w nim nadziei. Rynek zweryfikował funkcjonalność takich produktów i poszedł w kierunku przede wszystkim Premium SMS, elektronicznych rachunków bankowych. Oczywiście osobną kwestią jest brak kontentu, który napędziłby tym podobne systemy. Systemy takie przetrwały i rozwinęły się jedynie tam gdzie był rynek (vide PayPal lub systemy krajów Dalekiego Wschodu – tam panuje inna kultura, inna popularność i wykorzystanie Internetu).

Dyrektor Ramatowski wymienił też kilka firm, które obecnie współpracują z eCardem, przyjmując pieniądze od mikropłatników. Są to m.in. CT Creative Team SA, Zakład Poligraficzny „EMIX”, IT – Consulting, Slash Sp. z o.o., a nawet znane wydawnictwo C.H. Beck Sp. z o.o.

Za wcześnie na trąbienie

Mikropłatnościami zainteresowany jest też największy polski portal:

– Klient, dokonując zakupów w naszych serwisach, może wybrać płatność on-line lub off-line – tłumaczy Iza Dunin – Wąsowicz, kierownik Biura Obsługi Klienta Indywidualnego Onet.pl. – Metody on-line realizują systemy mTRANSFER, Płacę z Inteligo, eCard oraz firma DialCom24 SC, obsługująca płatności w Internecie pod adresem www.przelewy24.pl. Off-line to standardowy przelew bankowy, bądź płatność przekazem pocztowym. Klienci mogą ponadto aktywować zakupione przez nich usługi za pośrednictwem SMS. Zamierzamy realizować również projekt systemu mikropłatności.

Czy to jednak wystarczy do sukcesu? Czy raczej wypadałoby ogłosić podzwonne systemu, który wciąż jest jeszcze w powijakach? Zapytaliśmy o to zarówno fachowców w branży, jak i zwykłych internautów:

– Sklepy internetowe obracają często o wiele większymi sumami niż 5 czy 10 zł, a do tego służą serwisy finansowe w stylu www.przelewy24.pl, www.payu.pl, czy www.allpay.pl, które w prosty sposób umożliwiają płatność kartą kredytową, czy też przelewem z dowolnego banku – zwraca uwagę Przemysław Ulanowski, właściciel sklepu internetowego ze sprzętem komputerowym w Krakowie. – Mamy też mTransfer, flagową usługę mBanku dla kont firmowych, prowadzonych u nich, która umożliwia przelew z jednego konta w mBanku na drugie w czasie rzeczywistym. Na dodatek specyfika polskiego rynku, brak zaufania internautów, skutkuje tym, że klient najczęściej jako formę zapłaty wybiera wysyłkę za zaliczeniem pocztowym lub odbiór osobisty. Taki sposób jest nawet korzystniejszy dla sklepu, ponieważ prowizje pocztowe pokrywa odbiorca. A w przypadku wszelkich opłat on-line sklep obciążany jest prowizją operatora. Skutkiem tego są wyższe ceny. Jeżeli doliczymy do tego jeszcze transport, klient może poczuć się skutecznie zniechęcony.

Nasz rozmówca nie przekreśla jednak całkowicie zalet mikropłatności:

– Osobiście nie mówię „nie” takim formom płatności, jednak dopiero przy dużym lub sporym obrocie, który zapewni firmie płynność finansową i odpowiednie zyski po odliczeniu prowizji operatora, która nierzadko jest wysoka. A drobiazgami się nie handluje, bo to się w sprzedaży on-line nie opłaca. Cena kupowanych najczęściej produktów oscyluje pomiędzy 180 a 300 zł.

Internet jak agora

Sklepy komputerowe nie wykazują więc ogromnego zainteresowania. A gazety internetowe? Wbrew ponurym prognozom, dostęp do większości artykułów w Internecie nadal jest bezpłatny, a portale jakoś funkcjonują.

– Pomysł generalnie uważam za dobry i w którymś momencie przynajmniej niektóre treści można by w systemie mikropłatności sprzedawać – mówi jednak Dariusz Kaczyński, redaktor naczelny „Aglomeracji”, gazety internetowej obsługującej Kraków, Poznań i Wrocław. – Ale na pewno nie w naszym przypadku w tym momencie – dodaje od razu. – Na to bowiem dzisiaj mogą sobie pozwolić giganci, którzy mają już wyrobioną markę. Osobiście jestem przywiązany do idei Internetu jako agory wymiany darmowych informacji, choć dopuszczam możliwość płacenia za niektóre treści. Z czegoś serwisy muszą żyć. Można publikować darmowe informacje podstawowe i płatne rozbudowane, żeby czytelnik mógł, zanim zapłaci, zdecydować, czy warto.

A co na to potencjalni czytelnicy i klienci? Radosław Łazarz, doktor filozofii z Wrocławia:

– Byłbym skłonny zapłacić za wiadomości archiwalne, już niedostępne, ale za inne – raczej nie. Sam system mikropłatności brzmi jednak ciekawie.

Adrianna Krawańska, 30-letnia informatyczka z Poznania ma podobny pogląd:

– Do założenia takiego odrębnego konta musiałby mnie skłonić jakiś bardzo ciekawy artykuł, który chciałabym przeczytać i to raczej archiwalny niż informacje bieżące. Tak samo z muzyką. Czasami szukam starych, oryginalnych nagrań i wtedy gotowa byłabym zapłacić, aby je zdobyć.

Wirtualna łatwość wydawania

Donata Wójcik, absolwentka ekonomii ze Świnoujścia w ogóle nie lubi kupować w Internecie:

– Uważam, że „wirtualne pieniądze” wydaje się o wiele szybciej i łatwiej. Poza tym wprawdzie spędzam w Sieci praktycznie cały dzień, ale zajmuję się tam raczej rozrywką, zatem – paradoksalnie – nie mam czasu, aby załatwiać przez Internet swoje sprawy. Mam świadomość jednak, że kiedy rozpoczną pracę i nie będę miała możliwości, by wyjść w ciągu dnia do banku, różne formy płatności przez Internet mogą okazać się przydatne.

Jeszcze inni nie mają żadnych oporów:

– Jakby się możliwość płacenia w systemie mikropłatności pojawiła, to dlaczego nie miałbym z niej korzystać? – pyta Marek Juszkiewicz, właściciel firmy geodezyjnej z Koszalina. W bardziej rozbudowany sposób wypowiadają się Polacy mieszkający na Zachodzie:

– Nie lubię płacić przez Internet i w Polsce nigdy bym się na to nie zdecydowała – przyznaje Karolina Krysińska z Brisbane w Australii. – Czytałam wiele o oszustwach i to

mnie zniechęciło. Z tego samego względu nie otworzyłabym w Polsce konta w e-banku. W Australii mam więcej zaufania do ludzi i instytucji, poza tym czasami płacenie kartą jest tu jedyną możliwością. Z mikropłatności mogłabym korzystać pod warunkiem łatwości przelewu i braku bezsensownych opłat „za nic”, które powodują fikcyjność oszczędności, związanej z zakupem przez Internet.

– Ogólnie rzecz biorąc, pomysł jest dobry – uważa z kolei Beata Rosińska-Raju z Londynu. – W Anglii też coś takiego istnieje, ale nie jest to jeszcze szeroko rozpowszechniona forma płatności. Dość dużo kupuję przez Internet i używam karty kredytowej. Jeszcze nie zdarzyło mi się kupować nic poniżej, powiedzmy, 3–5 funtów. Często sama opłata za dostawę wynosi 2, 95 funta. Bardzo nie lubię wklepywania numeru karty przez Sieć i w związku z tym trzymam się pewnych zasad. Nie robię tego w pracy, żeby dane nie „latały” po naszym serwerze. Mam jedną kartę, której używam praktycznie wyłącznie do zakupów telefonicznych i internetowych, więc gdyby działo się coś podejrzanego, łatwo byłoby to zauważyć.

Kto szuka, ten znajduje

Pani Beata nie jest jednak pewna, czy zdecydowałaby się na mikrokonto:

– To zależałoby od tego, jakby to wszystko działało – zastanawia się. – Zdecydowanie nie płaciłabym za przeglądanie wiadomości w Internecie, a w każdym razie nie w Anglii. Mamy tu szeroki, bezpłatny dostęp do informacji, w tym serwis BBC Online, Yahoo! itp. Poprzez mnóstwo portali mamy dostęp do informacji archiwalnych i bardzo rzadko się zdarza, że za coś trzeba płacić. Jeżeli szukam wiadomości na jakiś określony temat i trafiam na artykuł, za który trzeba zapłacić przed przeczytaniem, po prostu szukam dalej i na ogół znajduję.

Czy ten powszechny opór konsumentów przed płacaniem za e-artykuły oznacza, że portale nadal będą egzystować na granicy opłacalności? W Internecie pojawił się interesujący pomysł, jak temu zaradzić. Skoro witryny internetowe generują ruch w sieci telekomunikacyjnej, zatem dzięki nim operatorzy osiągają większe dochody. Powinni więc dzielić się z witrynami zyskiem, proporcjonalnie do ich udziału w połączeniach.

– Pomysły krążą różne, tym bardziej w Internecie – powiedziała nam Maria Piechocka, szef biura prasowego Telekomunikacji Polskiej SA w Poznaniu. – Do nas żadne oficjalne wystąpienie w tej sprawie nie dotarło. A „faktów internetowych” nie komentujemy.

