

ULOGA I ZNAČAJ MOBILNIH OPERATORA U PRUŽANJU FINANSIJSKIH USLUGA*

Snežana Kaplanović, Dalibor Petrović
Univerzitet u Beogradu - Saobraćajni fakultet,
s.kaplanovic@sf.bg.ac.rs, d.petrovic@sf.bg.ac.rs

Sadržaj: *U radu su predstavljene i analizirane različite mobilne finansijske servise. Pored toga, analiziraju se modeli saradnje između banaka i mobilnih operatera, a time i uloga mobilnih operatera u pružanju finansijskih usluga. Poseban akcenat je stavljen na razvoj mobilnog bankarstva u Srbiji, kao i na Telenor banku, prvu mobilnu i online banku u Srbiji.*

Glavne reči: *finansijske usluge, mobilni finansijski servisi, mobilni operator, banka*

1. Uvod

Pružanje finansijskih usluga izvan klasičnih bankarskih filijala sve više dobija na značaju. Njihova ubrzana ekspanzija, koju omogućava razvoj i primena savremenih informaciono-komunikacionih tehnologija, posledica je izmenjenih potreba i očekivanja korisnika, s jedne i interesa onih koji te usluge nude da, koristeći nove kanale komunikacije sa klijentima, sebi obezbede bolju tržišnu poziciju i stvore nove izvore generisanja prihoda, s druge strane. Iako se u ovu svrhu može koristiti širok spektar različitih tehnologija, počev od ATM (bankomata), POS terminala, pa sve do bežičnih tehnologija kratkog dometa, u poslednje vreme sve veću pažnju dobija upotreba mobilnih telefona. Štaviše, brojni uspešni primeri, ukazuju da isporuka finansijskih usluga putem mobilnog telefona, a posebno njihova isporuka segmentu stanovništva sa niskim prihodima, a koje, do samo koju godinu unazad, nije bilo uopšte atraktivno za zvanične finansijske institucije, postaje sve unosniji posao. Stoga ne čudi ni sve veća zainteresovanost, kako samih finansijskih institucija, tako i mobilnih operatera, ali i nekih drugih subjekata, za ovaj novi kanal distribucije.

Osnovni preduslov da se mobilni telefon iskoristi kao kanal za isporuku različitih finansijskih proizvoda i usluga jeste da korisnik poseduje mobilni telefon. U dosadašnjem periodu, broj pretplatnika na usluge mobilne telefonije konstantno je rastao. Prema podacima GSMA, ovaj broj nastavlja da raste i u 2015. godini, ali po nešto sporijoj stopi nego što je to bilo u prethodnom periodu. Razlozi ovakvog trenda su

* Ovaj rad je rezultat istraživanja na projektu 36022, koji se realizuje uz finansijsku podršku Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije

dvojaki, zasićenje tržišta u razvijenim zemljama, s jedne i teškoće da se i preostali deo stanovništva sa niskim prihodima uključi u korišćenje usluga mobilne telefonije na tržištima u razvoju, s druge strane [1]. U posmatranoj godini, globalna penetracija pretplatnika usluge mobilne telefonije bila je 63%, s tim da je, očekivano, ova stopa značajno varirala među regionima. U Evropi, koja beleži najveću stopu, ona je dosegla 85% i veća je i to skoro duplo, u odnosu na područje Sub-Saharske Afrike gde se beleži najniži nivo ove stope, u iznosu od svega 43% [1].

Iako razvijene zemlje imaju daleko razvijeniju, kako telekomunikacionu tako i bankarsku infrastrukturu, a samim tim i daleko veće mogućnosti za razvoj različitih mobilnih finansijskih servisa, njihovo prisustvo i razvoj se, ipak, mnogo više vezuje za zemlje u razvoju. Glavni krivci takvog stanja su, upravo, dobro razvijen bankarski sektor u razvijenim zemljama, kojeg odlikuje širok spektar, kroz dobro rasprostranjenu mrežu bankarskih filijala i bankomata, lako dostupnih finansijskih usluga, ali i čvrsto ukorenjene navike stanovništva u ovim zemljama proistekle iz višegodišnje prakse korišćenja debitnih i kreditnih kartica, a koje u velikoj meri zadovoljavaju njihove potrebe za bezgotovinskim plaćanjem. Pored toga, iako i u razvijenim zemljama dolazi do stagnacije, ipak najveći deo stanovništva ostaje veran laptop i desktop računarima, kao najvažnijem sredstvu za njihovu interakciju sa finansijskim institucijama.

S druge strane, veliki broj onih koji su isključeni iz regularnih finansijskih tokova, posebno onih sa niskim prihodima, pad cena mobilnih telefona i posledično njihova sve veća dostupnost širim slojevima stanovništva, kao i lakoća njihovog korišćenja osnovni su generatori razvoja i uvođenja različitih mobilnih finansijskih servisa u zemljama u razvoju. Međutim, globalno gledano, primetno je da se i pored pojave i razvoja sve većeg broja raznovrsnih kanala distribucije finansijskih usluga, dobar deo stanovništva još uvek nalazi van regularnih finansijskih tokova, kao i da je u ovom pogledu posebno alarmantna situacija u zemljama u razvoju.

2. Mobilni finansijski servisi

Budući da je reč o mladoj industriji, uporedo sa čijim razvojem se dešava i uvođenje, razvoj i usvajanje novih termina, važno je naglasiti da je primetan određeni stepen neujednačenosti i nedoslednosti, kako u finansijskom i tehnološkom sektoru, tako i u domaćoj i stranoj literaturi, u primeni istih. Stoga su, u cilju lakšeg razumevanja i izbegavanja mogućih konfuzija, brojne organizacije, poput *GSMA*, *the World Bank*, *Alliance for Financial Inclusion* (AFI), objavile svoje rečnike ključnih pojmova u vezi sa ovom oblašću.

„Mobilni finansijski servisi predstavljaju sveobuhvatan termin koji se koristi za pokrivanje širokog niza potencijalnih finansijskih usluga koje se mogu obezbediti putem mobilne mreže“ [2]. Pored mobilnog novca koji predstavlja dominantan oblik, a koji obuhvata mobilno plaćanje i mobilni prenos novca, u mobilne finansijske usluge spadaju i mobilna štednja, mobilno osiguranje i mobilni kredit [3]. Mobilni prenos novca podrazumeva transfer novca od jednog do drugog korisnika putem mobilnog telefona koji se može ostvariti unutar zemlje ili u i iz inostranstva, dok se pod mobilnim plaćanjem podrazumeva transfer novca koji je istovremeno praćen i kretanjem robe ili usluge u suprotnom pravcu. Razvoj mobilnih finansijskih servisa krenuo je upravo sa razvojem mobilnog novčanika koji je služio prvo za transfer novca, a onda i za plaćanje

roba i usluga, da bi se kasnije, na osnovu istorije ovih transakcija i time omogućene procene kreditne sposobnosti klijenta, razvili i mobilni krediti. Oni, zajedno sa mobilnom štednjom, predstavljaju možda i najznačajnije inovacije na ovom polju.

Pružaoци ovih usluga su kako finansijske institucije, tako i sami mobilni operatori. Takođe, to mogu biti i neki drugi subjekti, poput *BIM* u Peruu, *EzeeMoney* i *PayWay* u Ugandi, kao i *Tangaza* i *MobiKash* u Keniji [2].

Mobilni novac kao zamena gotovom novcu u velikoj meri olakšava i ubrzava transfer novca. Istovremeno, on omogućava da se transakcije izvršavaju uz niže troškove, ali veću sigurnosti i veću transparentnost istih. On se može koristiti u različite svrhe, od kupovine novina ili karte za prevoz, pa sve do transfera većih iznosa, kao što su slanje i prijem doznaka. Jedan od inovatora na ovom polju bili su Filipini kada je, 2001. godine, *SMART Communications* lansirala *SMART Money* [4].

U 2015. godini zabeležen je značajan uzlet industrije mobilnog novca, kako u ukupnom obimu (27,3%), tako i u ukupnoj vrednosti (31,5%), što je za posledicu imalo i porast prosečnog broja mesečnih transakcija po aktivnom korisniku na 11,2 [3]. U istoj godini, dominantan udeo u transakcijama mobilnog novca bio je onaj u formi P2P (*person-to-person*), čak 71,5% od ukupne vrednosti transakcija, a najveću ekspanziju doživljava slanje i prijem doznaka iz inostranstva, o čemu najbolje svedoči ostvareni rast njihovog obima od 51,8% [3]. Kada je reč o slanju i prijemu doznaka o uspehu mobilnog novca dovoljno govori i činjenica da je u zemljama Centralne Amerike, Keniji, Tanzaniji, Filipinima, Meksiku i Kolumbiji mnogo više doznaka poslato putem mobilnog telefona nego u vidu gotovog novca [2]. Budući da afričke zemlje prednjače kada je mobilni novac kao sredstvo plaćanja u pitanju, ne iznenađuje ni podatak da u 13 afričkih zemalja preko 10% odraslih osoba poseduje ovu vrstu računa, a da čak u pet od njih (Obala Slonovače, Somalija, Tanzanija, Uganda i Zimbabve) broj ovih računa premašuje broj računa otvorenih u zvaničnim finansijskim institucijama [5]. Uvođenje i ubrzan razvoj mobilnog novca beleži se i u ostatku sveta, a među poslednjim zemljama koje su se pridružile ovoj skupini zemalja jeste i Albanija, koja je slično Rumuniji koja je to uradila samo godinu dana ranije, uvela kenijski sistem plaćanja *M-Pesa* mobilnog operatora *Safarikom*.

O samoj ekspanziji ove vrste servisa najbolje svedoči činjenica da od kraja 2015. godine postoji čak 270 aktivnih servisa mobilnog novca i to u više od devedeset zemalja, od kojih oko njih šezdeset ima dva ili više ovakva servisa [1]. Potvrdu njihove sve veće rasprostranjenosti daje i podatak da je 2015. godine, posmatrajući globalno, čak 1,9 milijarda ljudi imala pristup mobilnim finansijskim uslugama [1].

Pored mobilnog novca, sve atraktivnija postaje i mobilna štednja. 36 servisa mobilne štednje prisutno je u 18 zemalja sveta i veoma se često ovi proizvodi kombinuju sa proizvodima mobilnog kredita [6]. Među najpoznatijim su *M-Pawa* u Tanzaniji i *M-Shwari* i *KCB M-Pesa* u Keniji. *M-Shwari* koji, od novembra 2012. godine, vodeći mobilni operator u Keniji *Safaricom* nudi u saradnji sa *Commercial Bank of Africa*, omogućava *M-Pesa* korisnicima otvaranje štednih računa u *Commercial Bank of Africa* i uzimanje kratkoročnih zajmova niže vrednosti. O popularnosti i zainteresovanosti korisnika za ovu vrstu proizvoda, ali i o koristima za one koji ovaj proizvod nude, dovoljno svedoči podatak da je samo nakon 15 meseci od njegovog uvođenja čak 6 miliona korisnika otvorilo *M-Shwari* račun, kao i da je dostignuti iznos štednje bio 270 miliona US\$, a da je vrednost uzetih zajmova dosegla iznos od 88 miliona US\$ [7]. Što

se samih servisa mobilnih kredita tiče, oni su prisutni u 16 zemalja, s tim da od 45 aktivnih, čak preko 80% njih beleži svoje prisustvo u Subsaharskoj Africi [6].

Savremene mobilne platforme omogućavaju i da se tradicionalni proizvodi osiguranja ponude na jedan sasvim nov način. U 2015. godini uvedeno je 20 novih servisa, te se brojka aktivnih servisa mobilnog osiguranja, na 33 tržišta u razvoju u okviru kojih oni funkcionišu, popela na cifru od 120 [6]. U ponudi proizvoda mobilnog osiguranja, iako u poslednje vreme beleže sporiju stopu rasta u odnosu na druge vrste osiguranja, najzastupljeniji su proizvodi životnog osiguranja. Nakon njih slede proizvodi zdravstvenog osiguranja, osiguranja od nezgode, kao i različite vrste osiguranja u poljoprivredi [6]. Uspešan primer životnog osiguranja je *Tigo's Family Care Insurance* proizvod nastao iz partnerskog odnosa *Tigo* mobilnog operatora i osiguravajuće kompanije. On je značajno uticao da se poveća broj onih koji poseduju polisu životnog osiguranja u Gani i to nudeći „freemium“ model osiguranja koji podrazumeva besplatno dobijanje osnovnog osiguranja, sa opcijom da se za dopunsko osiguranje dodatno plati [7].

3. Mesto i uloga mobilnog operatora u pružanju finansijskih usluga

Nivo saradnje između finansijskih institucija i mobilnih operatora varira, od situacija gde ova saradnja gotovo da izostaje do situacija kada postaju partneri. Uporedo sa variranjem ove saradnje, varira i uloga mobilnih operatora u pružanju finansijskih usluga. Pored modela u okviru kojeg vodeću ulogu ima finansijska institucija i modela u okviru kojeg vodeću ulogu ima mobilni operator, u grupu osnovnih modela prema [8] treba uključiti i treći, tzv. hibridni model.

Model saradnje u kojem banka ima vodeću ulogu karakterističan je za sredine koje odlikuje dobro razvijen bankarski sektor i visok stepen penetracije bankarskih usluga. U ovakvom modelu od mobilnog operatora se jedino očekuje da osigura bezbednu komunikaciju, a njegova uloga se svodi samo na prenos podataka između provajdera finansijskih usluga i korisnika istih. Prihode ostvaruje po osnovu saobraćaja ostvarenog na njegovoj mreži, kada banke nude web ili WAP bazirani interfejs, ili po osnovu naknade, kao što je to u slučaju primene USSD tehnologije. Saradnja banke sa mobilnim operatorima postoji, ali samo u meri u kojoj je banka prinuđena da koristi njihovu infrastrukturu.

Uvođenje mobilnog novčanika predstavlja sledeći korak za mobilnog operatora. Još viši nivo učešća mobilnih operatora u obezbeđivanju finansijskih usluga podrazumeva da mobilni operatori omogućavaju finansijskim institucijama hostovanje računa i da odobravaju transakcije u njihovo ime. U ovom slučaju, odgovornost leži na banci koja zapravo i izdaje račune, dok se mobilnom operatoru delegira uloga upravljanja istim.

Model u kojem vodeću ulogu igra mobilni operator karakterističan je za sredine koje odlikuje nizak stepen penetracije bankarskih usluga, ali visoka stopa penetracije mobilne telefonije, gde je mobilni operator uspeo da izgradi jak brend i stekne poverenje korisnika i gde samo regulatorno okruženje stvara povoljnu klimu za razvoj ovakvog modela, budući da omogućava mobilnim operatorima sticanje bankarske licence. U ovom modelu odgovornost u potpunosti leži na mobilnom operatoru, budući da on ne samo da

upravlja, već i izdaje račune. On postaje finansijska institucija i stiče pravo da pruža finansijske usluge.

Kod hibridnog modela reč je o zajedničkom ulaganju kao obliku saradnje između mobilnog operatora i finansijske institucije. Pored toga, u ovaj model spada i model u okviru kojeg vodeću ulogu ima neko ko nije ni mobilni operator ni banka. Najpoznatiji primeri zajedničkog ulaganja su oni implementirani od strane *SMART-a* na Filipinima i *MNT-a* u Južnoj Africi i na još nekim tržištima u Africi, dok su *Wizzit* u Južnoj Africi i *Celpay* u Južnoj Africi, Demokratskoj Republici Kongo i Zambiji, najpoznatiji kada je reč o modelu u okviru kojeg vodeću ulogu ima treća strana [8].

Širenje poslovanja mobilnih operatora u ovom pravcu bilo je prvenstveno u funkciji pospešivanja i dopune njihove osnovne delatnosti, pružanja telekomunikacionih usluga. U ovim početnim fazama, kod pojedinih mobilnih operatora, uvođenje mobilnog novca za dodatni motiv je imalo i da se, putem pružanja šireg spektra usluga, ojača brend i tako pridobiju novi korisnici. Kasnije, sa rastom prihoda kreće i njihovo sve veće interesovanje za širenje portfolija usluga i dobijanje bankarskih licenci.

Mobilni operatori imaju nekoliko opcija na raspolaganju. Jedna od tih opcija jeste partnerstvo mobilnog operatora sa postojećom bankom, a primer su *Safaricom* i *Commercial Bank of Africa* u Keniji. Duga opcija jeste da se u ove poslove uđe putem kupovine neke od već postojećih banaka, kao što je to uradio Telenor u Srbiji preuzimajući postojeću KBC banku. Treća opcija jeste i da oni sami započnu, a kasnije i prošire svoje poslovanje u ovoj oblasti apliciranjem za bankarsku licencu, a kao primer se može navesti *Bharti Airtel* u Indiji [9].

Jedan od najuspešnijih primera ulaska jednog mobilnog operatora na finansijsko tržište jeste primer već spomenutog Kenijskog nacionalnog mobilnog operatora *Safarikom*. Kolika je i kakva njegova uloga na ovom tržištu možda najbolje svedoči podatak da su vlasti u Keniji bile prinuđene da posegnu za merom kojom bi se ograničio rast broja transakcija izvršenih preko *M-Pese* kako bi se izbeglo moguće urušavanje postojećeg bankarskog sistema. Sama mera sastojala se u uvođenju poreza od 10% na sve transakcije veće od 20 dolara [10].

4. Mobilni operatori u Srbiji

Analizirajući podatke Republičkog zavoda za statistiku, moglo bi se zaključiti da Srbiju karakteriše veliki broj lica koja koriste mobilni telefon i što je možda još važnije, da taj broj konstantno raste. U 2014. godini njihov udeo u ukupnom broju stanovnika prvi put je premašio 90%, da bi dodatni rast od 0,8% ostvaren u 2015. godini, popeo udeo ovih lica na čak 91,4% [11].

Istovremeno, analizirajući podatke Narodne banke Srbije (NBS) o platnom prometu u Republici Srbiji, uočava se i da mobilno bankarstvo kao oblik bezgotovinskog plaćanja postaje sve atraktivniji. O trendu rasta transakcija koje su klijenti inicirali pristupom svojim računima preko aplikacije na mobilnom telefonu najbolje svedoče podaci NBS, a koji kažu da se broj transakcija mobilnog bankarstva u iznosu nešto nižem od 2,3 miliona ostvaren u 2015. godini, uvećao gotovo četiri puta u odnosu na broj ovih transakcija ostvaren u 2013. godini, kao i da se za isti ovaj vremenski period vrednost ovih transakcija uvećala za više od 7 puta. Ovo je, između ostalog, posledica i povećanog

broja klijenata koji su sa bankom ugovorili korišćenje mobilnog bankarstva, a kojih je u 2015. godini bilo blizu pola miliona [12].

Za banke u Srbiji moglo bi se reći da, zahvaljujući primeni najsavremenijih tehnologija, uspevaju da drže korak sa bankarskim sektorom razvijenih zemalja Evrope, barem kada je mobilno bankarstvo u pitanju. Većina njih je, prepoznajući prednosti ovog novog kanala komunikacije sa klijentima već uvela mobilno bankarstvo, tako da je mali broj onih koje to tek treba da učine. Prva banka koja je uvela mobilno bankarstvo u Srbiji bila je Banka Intesa i to putem aplikacije Intesa Mobi. Ova aplikacija, kao i većina aplikacija drugih banaka, klijentima banke pruža mogućnost obavljanja različitih usluga, od transakcionih do usluga dobijanja finansijskih informacija, a koje se odnose na račune klijenata ili na informacije sa finansijskog tržišta.

Banka Intesa je zaslužna za još jednu novinu na domaćem tržištu. Reč je o *Wave2Pay*, prvom mobilnom novčaniku u Srbiji, koji je, pre samo nešto više od mesec dana, tačnije u oktobru mesecu ove godine, Banka Intesa uvela u saradnji sa kompanijom Visa. *Wave2Pay* usluga omogućava beskontaktno plaćanje putem mobilnog telefona uz korišćenje virtualizovanih Visa Inspire i Visa Electron kartica, kako u zemlji, tako i u inostranstvu. Internet konekcija obavezna je za dobijanje informacija o stanju računa i izvršenim transakcijama po računu, dok je plaćanje moguće i bez internet konekcije [13].

Vredna pomena je i KOMEKEŠ usluga u okviru aplikacije za mobilno bankarstvo Komercijalne banke koja omogućava prenos novca putem mobilnog telefona, a koju je Komercijalna banka uvela pre nešto više od mesec dana. U okviru ove usluge primalac gotovine, koji ne mora da poseduje bankovni račun već samo broj registrovan kod jednog od mobilnih operatora koji posluju u Republici Srbiji, može poslati novac podići na bankomatima banke [14].

Relativno dobro razvijena bankarska infrastruktura i veliki broj izdatih platnih kartica, reklo bi se na prvi pogled da i ne ostavljaju mnogo prostora za ulazak novih igrača na tržište finansijskih usluga Srbije. Ipak, rastuća potreba korisnika da uz što niže troškove, brzo, lako i na siguran način izvrše plaćanje i činjenica da još uvek postoje brojna prodajna mesta gde je plaćanje nemoguće izvršiti karticom, s jedne, kao i relativno zadovoljavajući nivo pismenosti stanovništva u Srbiji, barem one u smislu digitalnih usluga, s druge strane, otvaraju dovoljno prostora mobilnim operatorima da se ne samo oprobaju, već i da ostvare dobre rezultate na ovom tržištu. Prednosti od ulaska na tržište finansijskih usluga prvi je uočio norveški mobilni operator koji je 2014. godine otvorio Telenor banku. Ona je deo Telenor grupe koja posluje na čak 13 tržišta u svetu, a ono što je novina u Srbiji u odnosu na sva ostala tržišta jeste upravo stvaranje prve finansijske institucije koja je u potpunosti u vlasništvu Telenora, Telenor banke, nastale po osnovu kupovine 100% akcija KBC banke [15].

Strateško opredeljenje ove banke jeste da sebe na tržištu Srbije pozicionira kao vodeću mobilnu i onlajn banku u potpunosti kreiranu po meri korisnika, odnosno banku koja će mobilne telefone i internet koristiti kao dva osnovna kanala komunikacije sa klijentima. To znači da će sve usluge klijentima banke biti dostupne gde god i u bilo koje vreme, a jedini kontakt sa bankom u smislu odlaska u istu, klijent će ostvariti samo prilikom potpisivanja dokumenata.

Ova banka, u 2015. godini, dakle samo nakon godinu i po dana poslovanja, zabeležila je 150.000 otvorenih tekućih računa, što je svrstava među najbrže rastuće onlajn banke u regionu centralne i istočne Evrope. Za ovako uspešne rezultate, delimično

je kriva i ponuda dinarske štednje po viđenju sa godišnjom kamatnom stopom koja trenutno iznosi 4%, a koja je u početnom period, u cilju privlačenja klijenata, dosegla i čitavih 7% [15]. Pored standardnih bankarskih usluga, ova banka je, sredinom ove godine, prva koja je svojim korisnicima ponudila i uslugu slanja novca na broj mobilnog telefona ili imejl adresu. Ova usluga omogućava slanje novca bilo kojem od kontakata u mobilnom telefonu, uz ograničenje da limit po transakciji iznosi 5.000 dinara [15]. Za očekivati je i da će širenje portfolija usluga i mogućnosti plaćanja mobilnim telefonom na različitim prodajnim mestima, Telenor banka vršiti u skladu sa razvojem infrastrukture za prihvatanje mobilnih i beskontantnih transakcija u Srbiji, a koja trenutno predstavlja ograničavajući faktor.

5. Zaključak

Isporuka različitih finansijskih usluga i proizvoda putem mobilnog telefona, a posebno njihova isporuka ruralnom segmentu i stanovništvu sa niskim prihodima, postaje sve unosniji posao. To su na vreme prepoznali i sami mobilni operatori koji su koristeći svoju infrastrukturu, veliku bazu već postojećih korisnika njihovih telekomunikacionih usluga, kao i poverenje istih krenuli sa širenjem svog poslovanja i u ovom pravcu. Počelo se sa uvođenjem mobilnog novca, da bi se preko partnerstva sa bankama i zajedničkog pružanja finansijskih usluga, došlo do situacije u kojoj pojedini mobilni operatori sami počinju da nude čitav spektar različitih telekomunikacionih i finansijskih usluga. Praksa je pokazala da ne postoji jedno idealno rešenje koje će sa istim stepenom uspešnosti biti implementirano na različitim tržištima. No, bez obzira kakvi će se modeli saradnje ostvariti i kakva će uloga mobilnih operadora biti, važno je obezbediti adekvatnu regulativu koja će omogućiti fer i korektnu utakmicu za sve učesnike. To će dovesti do daljih inovacija na ovom tržištu i neutralisati rizike koji bi mogli da dovedu do narušavanja stabilnosti finansijskog sistema.

Literatura

- [1] GSMA, *The Mobile Economy*, 2016.
- [2] R. Macmillan, *Digital Financial Services: Regulating for Financial Inclusion, An ICT Perspective*, GDDFI Discussion paper, ITU, 2016.
- [3] GSMA, *State of the Industry Report: Mobile Money*, 2015.
- [4] M. P. Subia and N. Martinez, *Mobile Money Services: "A Bank in Your Pocket": Overview and Opportunities*, Background note ACPOBS/2014/BN13. International Organization for Migration (IOM), ACP Observatory on Migration, 2014.
- [5] World Bank, *Global Financial Inclusion Report*, 2014.
- [6] GSMA, *Mobile Insurance, Savings & Credit Report*, 2015.
- [7] J. Grossman and P. K. Nelson, *Digital Finance for Development: A Handbook for USAID Staff*.
- [8] A. Mitha, *The transformative role of Mobile Financial Services and the role of German Development Cooperation*, Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), Eschborn, 2011.

- [9] R. Hanford, *Bharti Airtel subsidiary receives Indian banking licence*, Mobile World Live, 12 April 2016. Dostupno na: <http://www.mobileworldlive.com/featured-content/top-three/bharti-airtel-subsiadiary-receives-indian-banking-licence/>
- [10] G. Marković (2014) *Telekomunikacioni operateri na finansijskom tržištu: Bankarska panika u Keniji*, "Biznis & Finansije" br. 105. Dostupno na: <http://bif.rs/2014/04/telekomunikacioni-operateri-na-finansijskom-trzistu-bankarska-panika-u-keniji/>
- [11] RSZ, *Upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija u Srbiji, 2015*, Beograd, 2015.
- [12] <http://www.nbs.rs>
- [13] <http://www.bancaintesa.rs>
- [14] <http://www.kombank.com>
- [15] <http://www.telenorbanka.rs>

Abstract: *The paper presents and analyses the various mobile financial services. In addition, it analyses the existing models of cooperation between banks and mobile operators, and thus the role of mobile operators in the provision of financial services. Special emphasis is placed on the development of mobile banking in Serbia, as well as on the Telenor bank, the first mobile and online bank in Serbia.*

Key words: financial services, mobile financial services, mobile operator, bank

THE ROLE AND IMPORTANCE OF MOBILE OPERATORS IN PROVISION OF FINANCIAL SERVICES

Snežana Kaplanović, Dalibor Petrović