

II edycja
Konkursu „START DO KARIERY”
Fundacja Bankowa im. Leopolda Kronenberga

WYRÓŻNIENIE

**Bankowość w erze Internetu – rozwój usług
bankowości elektronicznej w Polsce
w perspektywie 3-5 lat**

Dagmara Socha
UNIWERSYTET ŁÓDZKI

Wstęp

Internet jest niewątpliwie medium przyszłości. I chociaż dalej możemy mówić, że znajduje się on w fazie rozwoju, to szybkość z jaką następuje ten rozwój jest kilka razy szybsza niż tradycyjnych mediów takich jak radio czy telewizji. Ten początkowo ściśle wojskowy i uniwersytecki kanał komunikacji staje się coraz bardziej popularny. W 2002 roku w Danii aż 63% dorosłego społeczeństwa używało sieci w ciągu miesiąca. Niewiele mniejszym udziałem może pochwalić się największa światowa gospodarka – Stany Zjednoczone - 62%. Mimo, iż w ostatnim okresie można mówić o małym wyhamowaniu dynamiki wzrostu, to jednak z roku na rok rośnie liczba osób korzystających z Internetu. Z badań przeprowadzonych przez sieć firm badawczych Taylor Nelson Sofres (TNS) wynika, iż w 2002 roku średnio 34% dorosłych użytkowników na świecie korzystało z Internetu (dane z 37 krajów). Oznacza to wzrost w stosunku do 2001 roku o 3% i 2000 roku o 7% (31% w 2001 roku i 27% w 2000 roku).

Przyszłość rynku bankowości internetowej

Czasy, kiedy dokonywano operacji bankowych tylko przy tradycyjnym okienku kasowym, już dawno minęły. Sektor finansowy jako jeden z pierwszych zaczął intensywnie wykorzystywać Internet w celach komercyjnych. **Bankowość elektroniczna stanowi najszybciej rozwijający się obszar usług bankowych. Tak jak i w innych dziedzinach gospodarki, komputery i Internet przyczyniły się do szybkiej modyfikacji istniejących struktur i wprowadzania na rynek nowoczesnych usług, wielokrotnie przyspieszających ich realizację.**

Bankowość elektroniczna znacznie różni się od tej z roku 1962, w którym People's National Bank w Wirginii zainstalował pierwszy terminal ATM (Automated Teller Machines). Tylko na polskim rynku działają już 3 banki całkowicie wirtualne, a liczba ich będzie z roku na rok wzrastać. Z biegiem lat zmienia się zarówno wyobrażenie jak i sama definicja bankowości elektronicznej. Dotyczy to zarówno pracowników w bankach jak i klientów korzystających z usług tych banków. Dlatego istotną sprawą jest dokładne zdefiniowanie tego obszaru bankowości, który w niedalekiej przyszłości będzie niezbędnym elementem w funkcjonowaniu każdej instytucji finansowej.

Podstawą bankowości elektronicznej jest przede wszystkim elektroniczna obsługa klienta, tj. włączenie klienta jako użytkownika do skomputeryzowanego systemu bankowego. Istotą jest zaś możliwość korzystania z usług bankowych niezależnie od miejsca i czasu. W. Chmielarz definiuje ją jako: „...nowoczesną formę realizacji usług bankowych, pozwalającą na korzystanie z nich z dowolnego miejsca na świecie bez fizycznej potrzeby odwiedzenia placówki banku”. A. Janc dodaje: "wszystkie usługi świadczone przez bankomaty, czytniki cyfrowe oraz wszelkiego rodzaju usługi na telefon stanowią bankowość elektroniczną".

Według autorów raportu EDS pod pojęciem bankowości elektronicznej kryją się wszelkie rozwiązania biznesowe i technologiczne, umożliwiające interakcję banku i jego klientów przez urządzenia techniczne przekazujące dane kanałami elektronicznymi, m.in.: telefony z obsługą WAP, IVR, call-center, SMS oraz Internet, przy jednoczesnej integracji takiego kanału wymiany usług i informacji w strukturze organizacyjnej i technologicznej banku.

Definicja ta określa trzy charakterystyczne cechy bankowości elektronicznej:

- głównym i najważniejszym wyróżnikiem jest stosowanie elektroniki;
- jest platformą pozwalającą na łatwy kontakt klienta z bankiem;
- stanowi integralną część banku.

Tak rozumiana bankowość elektroniczna dotyczy nie tylko najpowszechniej znanej bankowości internetowej, czy home-bankingu, ale również wszelkich usług wykonywanych za pomocą takich urządzeń jak PDA, telefon czy bankomat, np.: WAP Banking, SMS Banking, kiosk multimedialny.

Produkty finansowe, ze względu na swą abstrakcyjność, poddają się dematerializacji i obecnie związane są głównie z wymianą informacji. Amerykański ekonomista L. Downes uważa, iż pieniądź, poza wyjątkowymi sytuacjami, nie ma charakteru fizycznego i z upływem czasu jeszcze bardziej ten charakter straci. Z prognoz agencji badawczej Forrester Research wynika, iż z bankowości internetowej do 2005 roku będzie korzystać aż 110 milionów Europejczyków! I myślę, że jest to bardzo prawdopodobne.

Liczba dorosłych użytkowników korzystających z Internetu w wybranych krajach europejskich

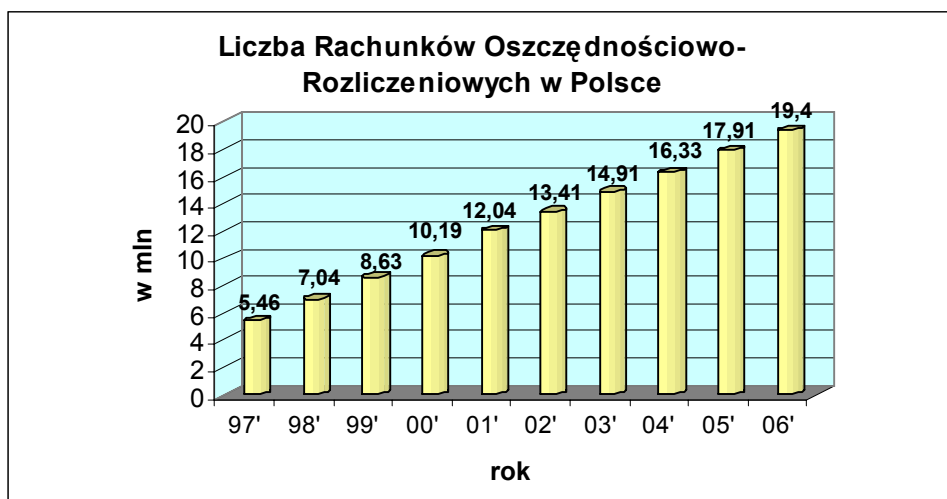
Kraj	2002 (w milionach)	2006 (w milionach)
Wielka Brytania	9,8	14,3

Niemcy	8,5	15,9
Kraje nordyckie	8,2	9,5
Polska	1,2	4,1

Źródło: Opracowania własne na podstawie danych z Internetu

W Polsce w 2002 roku korzystanie z Internetu deklarowało 18% dorosłych użytkowników. Oznacza to w stosunku do roku 2001 wzrost o 3%. Pomimo to nasz kraj wciąż znajduje się w grupie krajów o najniższym stopniu penetracji sieci (do 20%), podobnie jak np.: Rumunia, Argentyna, Bułgaria, Meksyk. Jednakże następuje obecnie bardzo dynamiczny wzrost ilości bankowych kont z dostępem przez Internet. W momencie uruchomienia pierwszego banku wirtualnego (mBanku) w listopadzie 2000, takich kont we wszystkich bankach było zaledwie ok. 50 tysięcy, w marcu 2001 roku 120 tysięcy, by w październiku 2002 roku przekroczyć milion rachunków, a obecnie wynosić około 1,2 mln (maj 2003). Jest to niewątpliwy sukces, zwłaszcza, że prawie 65% wszystkich internetowych rachunków utworzono w trzech bankach – mBanku, Inteligo i BZWBK. Ostatnie prognozy dotyczące rozwoju bankowości detalicznej, przygotowane przez Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową mówią, iż liczba kont osobistych w bankach wzrośnie z 14,4 mln obecnie do 19,4 mln w 2006 roku. Konta z dostępem przez Internet stanowią wtedy od 16 do 21% tej liczby w porównaniu z 7% obecnie. Z powyższych danych wynika, że Polska nadal jest atrakcyjnym rynkiem dla zagranicznych instytucji finansowych. Świadczy o tym również fakt, iż w Polsce ok. 51% dorosłej populacji korzysta z banków, podczas gdy w krajach zachodnich aż 95% populacji.

Dotychczasowa liczba RORów oraz prognoza do 2006 r. W największych polskich bankach



Źródło: E. Więclaw, „Na detalu można zarobić”, Rzeczpospolita, 19 listopada 2002 oraz opracowania własne

W najbliższych latach prawdopodobnie pojawią się nowe kanały komunikacji z bankiem, np. zarządzanie rachunkiem przy wykorzystaniu UMTS – telefonii komórkowej trzeciej generacji. Jednak przede wszystkim będziemy obserwować transformację obecnych sposobów komunikacji, tj. ich przystosowania do nowych, przyszłych usług. Na przykład bankomaty będą obsługiwać o wiele więcej funkcji niż obecnie – przelewy, zasilanie innych kart – przekształcając się w kioski multimedialne.

Liczba użytkowników kanałów internetowych, będzie rosła wraz z postępującą informatyzacją społeczeństwa. Wraz ze wzrostem dostępności usług internetowych i obniżaniem kosztów korzystania z nich będzie dodatkowo wzrastało zainteresowanie internetowymi kanałami dostępu do rachunku bankowego. Prawdopodobnie wzrośnie jeszcze znacznie SMS Banking oraz E-mail Banking. Natomiast zdecydowanie największy wzrost będziemy obserwować w telefonii komórkowej. Jednak z czasem telefonię GSM będą wypierać bardziej zaawansowane technologicznie kanały telefonii komórkowej, np. UMTS, co może powstrzymać rozwój WAP Bankingu.

Polskie banki ulepszają technologie pozwalające na interakcję konsultanta z klientem za pośrednictwem sieci. Ma to oczywiste zalety. Dla banku będą to obniżone koszty i lepsza jakość doradztwa, natomiast dla klienta przede wszystkim wygoda. Najprostszą realizacją tej idei jest tak zwany chatroom. Jest to wydzielona część serwisu WWW, na której klient może porozmawiać z doradcą bankowym za pomocą klawiatury i widzi na ekranie odpowiedzi, także pisane na klawiaturze.

Stworzenie i uruchomienie transakcyjnego serwisu WWW w Polsce kosztuje około 6-7 mln złotych (koszty projektu Volkswagen Bank Direct). Cena ta obejmuje koszt sprzętu, oprogramowania, szkolenia obsługi itp. Jak zatem widać bariery wejścia na ten rynek nie są duże. Wraz z wejściem naszego kraju do UE prawdopodobnie zwiększy się konkurencja banków europejskich, które posiadają rozwinięte kanały elektroniczne. Poza tym, banki te dysponując dobrze znaną marką, ogromnym kapitałem i sprawnymi służbami informacyjnymi, mogą zdecydować się na otwieranie wirtualnych oddziałów, uzupełniając ten kanał dystrybucji nielicznymi placówkami dla VIP-ów. Wkrótce może być to nie tylko najtańszy ale i jedyny sposób na szersze zaistnienie na polskim rynku. W czasie obserwowanej obecnie konsolidacji banków, na rynku zostało coraz mniej banków, które ze względu na

swoją sytuację finansową mogą znaleźć się w polu zainteresowania ewentualnego inwestora.

Zachodnie banki coraz bardziej interesują się rynkiem detalicznym w Polsce, który nadal jest w fazie rozwoju, gdyż mają świadomość, iż rynek korporacyjny jest już w zasadzie podzielony. Na jedną statystyczną placówkę w UE w 2002 roku przypadało mniej niż 2 tysiące mieszkańców. W tym samym roku w Polsce każda placówka musiała obsłużyć prawie 4 tys. osób. Ponadto należy tutaj zwrócić uwagę na to, iż w UE w związku z coraz szerszym wykorzystywaniem kanałów elektronicznych banki zamykają kolejne placówki. Obserwując trendy zachodzące na własnych rynkach, zagraniczne banki prawdopodobnie będą podążać szlakiem przetartym przez BRE Bank. Na projekt stworzenia bankowości detalicznej BRE przeznaczył zawrotną kwotę 50 mln dolarów. Porównując ją jednak z sumami inwestowanymi przez duże banki europejskie, łatwo można dojść do wniosku, że kolejny bank wirtualny to nie kwestia pieniędzy, a raczej chęci. Przykładem może być tu fakt, iż w marcu 2000 roku na konferencji Deutsche Banku w Berlinie bank ten poinformował, że zamierza przeznaczać co roku 1 miliard dolarów na sam rozwój oferowanych przez siebie usług elektronicznych! Przed przystąpieniem Polski do Unii Europejskiej każdy nowy bank musi mieć pozwolenie na działalność wydane przez NBP. W chwili akcesji takie ograniczenie zostanie zniesione i każdy bank europejski będzie mógł bez przeszkód operować na polskim rynku.

Wiele zmieniło się po wprowadzeniu w życie nowelizacji ustawy o prawie dewizowym. Już w lipcu 2002 roku gazeta Rzeczpospolita donosiła, że m.in. Royal Bank of Scotland planuje otwarcie swoich przedstawicielstw w naszym kraju i oferowanie Polakom kont zagranicą. Obecnie bada on bardzo intensywnie możliwości, jakie daje polska bankowość. Analitycy bankowi zwracają także uwagę na inny brytyjski bank – HSBC. Jest to o tyle prawdopodobne, iż bank ten chce zdywersyfikować swoją dotychczasową działalność. W listopadzie kolejne zagraniczne banki wyraziły chęć zainwestowania w polski rynek detaliczny.

Wszystkie te fakty świadczą o tym, iż być może już w przyszłym roku czeka nas kolejna rewolucja w bankowości. Obecnie wszystkie duże banki umożliwiają dostęp do rachunku przez Internet. Do przeszłości zatem należy opinia prezesa PeKaO S.A., która jeszcze do niedawna twierdziła, że rynek bankowości internetowej jest płytki ze względu na ograniczoną skalę potencjalnych użytkowników w stosunku do koniecznych nakładów finansowych. Dowodem na to może być ostatni zakup Inteligo

przez największy polski bank detaliczny PKO BP, uważany do tej pory za prawdziwego „dinozaura”.

Podsumowanie

Moim zdaniem, z czasem banki internetowe będą nam oferować coraz to nowsze, innowacyjne „produkty”. Należąc do nich będą między innymi doradztwo online, pieniądz elektroniczny (e-cash) i telewizja interaktywna. Rozwiną się także transakcje internetowe z wykorzystaniem protokołu SET (Secure Electronic Transactions – standard, który podnosi poziom bezpieczeństwa przy posługiwaniu się kartami kredytowymi podczas dokonywania transakcji przez Internet). W niedługim okresie czasu każdy bank będzie oferował usługi bankowości elektronicznej. Jednak nie wszystkie banki w najbliższym czasie staną się w pełni wirtualne (być może nigdy do tego nie dojdzie). Społeczeństwo musi się wcześniej w pełni z informatyzować. W miarę, jak klientami banków staną się dzisiejsi nastolatki, od dzieciństwa przyzwyczajeni do komputerów i Internetu, konta internetowe zyskiwać będą coraz bardziej na znaczeniu. Z konta prawdopodobnie będzie można korzystać każdą drogą. Każdym kanałem będziemy mogli zrealizować wszystkie operacje. Poza tym wśród czynników branych pod uwagę, przez klientów zainteresowanych założeniem konta z dostępem przez Internet, najczęściej wymieniane były: bezpieczeństwo – 42%, poziom opłat i prowizji – 34% oraz funkcjonalność strony internetowej banku – 28%. Jako czynniki zniechęcające wymieniano przede wszystkim: małe bezpieczeństwo – 32%, drogi i powolny dostęp do Internetu – 11% oraz niska funkcjonalność stron banków – 7%. Dlatego też, aby bankowość internetowa w Polsce mogła się w pełni rozwinąć, banki muszą przekonać swoich klientów o bezpieczeństwie transakcji zawieranych przez Internet oraz opłaty za dostęp do Internetu muszą spaść do porównywalnych opłat obowiązujących w UE (obecnie w Polsce i w Turcji mamy najwyższe opłaty w Europie). Mam nadzieję, że taka obniżka nastąpi w momencie wejścia Polski do UE.

Parafraza powiedzenia prezesa firmy Intel, wypowiedziana jeszcze przed „pęknięciem” dotcomowej bańki, iż za pięć lat wszystkie banki będą internetowe lub nie będzie ich wcale, nabiera nowego, coraz bardziej prawdopodobnego znaczenia.

Literatura:

- Augustyniak Sz., „*Firmy o bankowości elektronicznej*”, Computerland, 14 marca 2003
- Biały A., „*Prestiż i tajemnica*”, Rzeczpospolita, 17 lipieca 2002
- Chwiejczyk D., „*Banki rozgałęzione*”, Gazeta Bankowa, 31 marca 2003
- Emeł D., „*Wzrośnie sprzedaż w internecie - prognozuje BCG i Shop.org*”, Gazeta Wyborcza, luty 2003
- Grzechnik J., „*Bankowość internetowa*”, ICP, Gdańsk, maj 2000
- Hamilton C., „*Profiting From Europe's Internet Banking, Forrester Research*”, grudzień 2001
- <http://bankier.pl/wiadomosci>
- http://www.banking.com/aba/tech_ecomm_0100.asp
- <http://www.vnunet.com/News/1136361>
- <http://www.wired.com/news/business/0,1367,34867,00.html>
- Hubs A., „*Przejęcie roku*”, Gazeta Wyborcza, 15 listopada 2002
- Kitajewski M., „*Home Banking. Usługa przyszłości*”, Helion, Gliwice, 2001
- Kozieł E., „*Światowy raport o Internecie*”, Gazeta Wyborcza, 29 października 2002
- Król A., „*Bank na portalu*”, Bank 5/2001
- Kuźmierz J., „*Bez oddziałów*”, Bank 04/2001
- Kwaśnik M., „*Wyciskanie zysków z Internetu*”, BusinessWeek, styczeń 2003
- Maciejewski K., „*Masa krytyczna*”, Gazeta Bankowa, 13 stycznia 2003
- Macierzyński M., www.prnews.pl/html.php/display?article=860
- Myczkowska A., „*Dynamiczny przyrost kont internetowych*”, Rzeczpospolita, 18 stycznia 2003
- Sadkowski L., „*Dynamika wzrostu klientów banków wirtualnych będzie rosła*”, Prawo i Gospodarka, 3 listopada 2002
- Sadkowski L., „*Jest już ponad 1 milion internetowych kont bankowych*”, Prawo i Gospodarka, 3 listopada 2002
- Serwis internetowy MAGIT: Multimedia i Internet – www.magit.com.pl - „*Kioski Multimedialne*”
- Serwis internetowy Rady Bankowości Elektronicznej – www.rbe.pl, „*Bankowość elektroniczna i elektroniczna wymiana danych*”

Serwis internetowy www.jwb.onlinesse.pl, „*Bankowość, a możliwości Internetu*”

Serwis internetowy www.studenci.pl, „*Elektroniczna wymiana danych*”

Serwis internetowy www.webmaster.pckurier.pl - Leksykon webmastera

Śmiłowski E., Gazeta Bankowa, 7 kwietnia 2003

Światowy raport o Internecie, TNS OBOP, www.obop.pl

Urbaniak M., „*Czy moda może być elementem rozwoju?*”, Bank 05/2001

Więclaw E., „*Na detalu można zarobić*”, Rzeczpospolita, 19 listopada 2002

Witryny polskich banków elektronicznych: mBank (www.mBank.com.pl), Inteligo

(www.inteligo.pl), Bank Zachodni WBK (www.bzwbk.pl)