

Maja Leszczyńska

STAN I PERSPEKTYWY ROZWOJU BANKOWOŚCI ELEKTRONICZNEJ W POLSCE

1. Wstęp

Sektor bankowy jest obecnie obszarem wielu nowatorskich i interesujących przemian. Jednym z najbardziej ekspansywnych i wyraźnie zarysowujących się trendów rozwojowych są usługi o charakterze elektronicznym. Ogół tego rodzaju usług nazywamy bankowością elektroniczną lub e-bankingiem.

Wzrost znaczenia elektronicznych form obsługi w sektorze bankowym wynika z warunków społeczno-gospodarczych, w jakich funkcjonują instytucje finansowe, a przede wszystkim z oczekiwań klientów. Działający pod silną presją czasu klienci poszukują bowiem narzędzi zapewniających zdalny i nieograniczony czasowo ani przestrzennie dostęp do usług bankowych oraz wysoką jakość obsługi.

Celem niniejszego artykułu jest dokonanie charakterystyki usług elektronicznych, z których może skorzystać klient polskich banków oraz określenie perspektyw ich dalszego rozwoju. Osiągnięcie tak postawionego celu jest możliwe dzięki podjęciu rozważań dotyczących specyfiki elektronicznych usług bankowych, oferty bankowości elektronicznej dostępnej na rynku polskim oraz perspektyw jej dalszego rozwoju. Przyjęta konstrukcja artykułu pozwala na dokładne prześledzenie problematyki związanej z e-bankingiem, jego stanem i perspektywami rozwojowymi w polskich realiach społeczno-gospodarczych.

2. Specyfika elektronicznych usług bankowych

Współczesny klient instytucji finansowych stawia przed nimi duże wymagania w zakresie obsługi. Oczekuje dostępu do usług finansowych w dowolnym i dogodnym dla niego czasie i miejscu oraz w możliwie dowolny sposób. Odpowiedzią na tego rodzaju potrzeby jest ogół usług bankowości elektronicznej. Ich specyfika polega przede wszystkim na wirtualizacji kontaktów klient-bank. Klient staje się inicjatorem

większości operacji bankowych. Tradycyjnie funkcja ta realizowana była w wyniku osobistych kontaktów z pracownikiem banku. Obecnie coraz częściej klient za pomocą odpowiednich urządzeń, jak tonowe aparaty telefoniczne, wideofony, bankomaty, interaktywne telewizory, komputery, telefony komórkowe itp. [Ryznar 2003, s. 59], łączy się bezpośrednio ze skomputeryzowanym systemem bankowym, stając się tym samym jego aktywnym użytkownikiem. Skutkuje to standaryzacją i automatyzacją operacji finansowych oraz rezygnacją z wykorzystywania dokumentów papierowych w procesie obsługi klienta.

Bankowość elektroniczna, mimo iż dynamicznie się rozwija i zyskuje coraz więcej klientów, wciąż jest stosunkowo nowym obszarem działalności wielu banków. W związku z tym ciągle trudno odnaleźć jej ścisłą definicję. Według W. Chmielarza, podstawową ideą bankowości elektronicznej jest dążenie do stworzenia systemu, w którym rozliczenia finansowe odbywać się będą bez obiegu dokumentów papierowych, komunikacja klienta z bankiem oraz w obrębie samego banku odbywać się będzie na drodze teletransmisji, natomiast wszelkie dane będą przetwarzane i przechowywane w obrębie baz danych informatycznego systemu wspomagającego zarządzanie bankiem [Gospodarowicz 2002, s. 46].

B. Pilawski charakteryzuje e-banking, przeciwstawiając jego cechy cechom bankowości tradycyjnej i wymienia wśród nich:

- brak konieczności fizycznej obecności w banku,
- możliwość wykonania czynności bankowej o dowolnej porze,
- brak pośrednictwa personelu banku,
- automatyzm decyzji w stosunku do żądań klienta i brak możliwości negocjowania warunków,
- ograniczone możliwości uzyskania porady [Pilawski 2000].

Rada Bankowości Elektronicznej, czuwająca nad prawidłowym rozwojem elektronicznych kanałów dystrybucji w sektorze bankowym, definiuje bankowość elektroniczną w następujący sposób: „bankowość elektroniczna jest formą usług oferowanych przez niektóre banki, polegającą na umożliwieniu klientowi dostępu do jego rachunku za pośrednictwem komputera (bądź innego urządzenia elektronicznego, np. bankomatu, POS czy telefonu) i łączy telekomunikacyjnego (np. linii telefonicznej)” [www.rbe.pl].

Podsumowując, podkreślić należy następujące **cechy e-bankingu**:

- wirtualność kontaktów klient–bank,
- specyficzny sposób komunikacji, wykorzystujący najnowsze osiągnięcia teleinformatyki,
- brak czasowo-przestrzennych ograniczeń w dostępie do usług bankowych,
- standaryzację i automatyzację działań po stronie banku.

3. Oferta bankowości elektronicznej dostępna na rynku polskim

Bankowość elektroniczną można podzielić na dwie podstawowe kategorie: bankowość pozainternetową i internetową. **Bankowość pozainternetowa** wykorzystuje

różnorodne kanały komunikacji z bankiem i dzieli się na bankowość: terminalową, komputerową (modemową), telewizyjną i telefoniczną. Z kolei **bankowość internetowa** wykorzystuje Internet jako kanał komunikacji i bywa często, choć błędnie, utożsamiana z pojęciem bankowości elektronicznej.

Bankowość terminalowa jest najstarszą i najbardziej powszechną formą e-bankingu. Obejmuje bankomaty, terminale transakcyjne (POS – *points of sale*) i kioski multimedialne. Bankomaty są obecnie najpopularniejszymi narzędziami, dzięki którym możemy korzystać z usług bankowości terminalowej. Ich liczba wyraźnie i systematycznie rośnie, średnio o 800 rocznie, począwszy od 1995 r. [www.kartyon-line.net].

Znaczna większość dostępnych na polskim rynku bankomatów realizuje jedynie funkcję wypłaty gotówki, choć bankomaty wskazane przez poszczególne banki mogą również wykonywać inne zadania. Są to tzw. bankomaty wielofunkcyjne, zwane też inteligentnymi. W bankomatach tych realizować można operacje bezgotówkowe, takie jak: sporządzanie przelewów na wcześniej wskazane rachunki, sporządzanie wydruków wyciągów, zakładanie i zrywanie lokat, dokonywanie zmian PIN-u, wpłaty gotówki. Na polskim rynku takimi bankomatami dysponują następujące banki:

- Bank Zachodni WBK – bankomaty własne,
- Citibank – bankomaty wielofunkcyjne zlokalizowane przy placówkach,
- Kredyt Bank – bankomaty własne,
- Millenium – bankomaty wielofunkcyjne pod opieką sieci Euronet,
- Pekao – niektóre bankomaty własne [www.e-banki.pl].

Z kolei terminale transakcyjne umożliwiają realizację płatności za towar za pomocą karty płatniczej. Transakcje autoryzowane są przez centrum autoryzacji właściwe dla karty. Klient wprowadza PIN karty lub tylko podpisuje dokument obciążeniowy – paragon. Terminale POS są dostępne na rynku polskim w dwóch wariantach: stacjonarnej i mobilnej (przenośnej), choć zdecydowanie bardziej rozpowszechniona jest wersja stacjonarna. W niektórych placówkach handlowo-usługowych można również spotkać tzw. powielacze – imprinter. Są to urządzenia umożliwiające dokonywanie płatności kartami wypukłymi (magnetycznymi). Generują one pokwitowania, powielając dane zawarte na karcie (numer, datę ważności, imię, nazwisko).

Współcześnie oferta bankowości terminalowej jest w naszym kraju poszerzana o tzw. **kioski internetowe**, będące uboższą wersją znanych w innych krajach kiosków multimedialnych. W ofercie naszych banków są to odpowiednio obudowane komputery PC, ustawiane w dostępnych przez całą dobę przedsionkach banków lub w salach głównych. Kioski internetowe oferują klientom taką samą funkcjonalność, jak komputer osobisty z dostępem do Internetu. Pionierami tego typu bankowości terminalowej w naszym kraju są następujące banki:

- Bank Zachodni WBK – kioski na sali obsługi w placówkach lub w przedsionkach 24h,
- mBank – oferuje dostęp w kioskach Multibanku oraz własnych,

- Multibank – jeden kiosk w każdej placówce w przedśionku 24h oraz po kilka komputerów PC na sali,
- Kredyt Bank – kioski w placówkach na sali obsługi [www.e-banki.pl].

Home/office banking to system bankowości elektronicznej umożliwiający bezpośrednią komunikację z bankiem za pomocą łączy telefonicznych. Dostęp do rachunku w tym systemie jest uzależniony jedynie od posiadania komputera wraz z modemem podłączonym do linii telefonicznej. Usługa obejmuje zazwyczaj: udostępnienie informacji o banku, udostępnienie informacji o stanie rachunku/rachunków klienta, składanie zleceń otwartych. Należy zaznaczyć, że home/office banking zapewnia maksymalny poziom bezpieczeństwa usług o tak szerokich możliwościach w zakresie operacji aktywnych¹. Obecnie na rynku polskim coraz więcej banków oferuje produkty z zakresu bankowości modemowej. Zaliczyć do tej grupy należy m.in.: Bank Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych SA, Bank Gospodarki Żywnościowej SA, BPH PBK SA, BRE Bank SA, Citibank SA, ING Bank Śląski SA, Kredyt Bank SA, Raiffeisen Bank Polska SA, Societe Generale Bank Polska SA [www.rbe.pl].

Usługę **TV bankingu** wprowadził na rynek polski Invest Bank. Jest to obecnie jedyny bank w naszym kraju oferujący ten typ usług bankowości elektronicznej. Usługa jest automatycznym serwisem telewizyjno-telefonicznym zintegrowanym z systemem bankowym. Dostęp do Invest-Konta przez TV zapewnia każdy dekodery Telewizji Cyfrowej Polsat, wyposażony standardowo w modem i podłączony do odbiornika telewizyjnego. W ten sposób obsługa Invest-Konta jest osiągalna zarówno przez połączenie satelitarne, jak i modemowe (za pośrednictwem gniazdka telefonicznego). Modem wbudowany w dekodery Polsatu jest fabrycznie skonfigurowany.

W ramach kanału Invest-Konto przez TV, każdy posiadacz konta może skorzystać z usługi pasywnej, osoby zaś pełnoletnie na stałe zamieszkujące w Polsce także z usługi aktywnej. Szczegółowy opis możliwości oferowanych w ramach tej usługi prezentuje tab. 1.

Tabela 1. Możliwości oferowane w ramach usługi Invest-Konto przez TV

Rodzaj usługi	Dostępne możliwości
Pasywna usługa Invest-Konto przez TV	– uzyskanie informacji o saldzie wolnych środków przez satelitę i/lub modem, – uzyskanie informacji na temat historii rachunku – lista 15 ostatnich operacji, – uzyskanie informacji o ofercie banku.
Aktywna usługa Invest-Konto przez TV	– korzystanie z usługi pasywnej, – dokonywanie przelewów predefiniowanych, – realizacja polecenia przelewu.

Źródło: www.investbank.com.pl.

¹ Wszystkie transakcje uznające rachunki własne klienta (wewnętrzne operacje aktywne) oraz rachunki obce (zewnętrzne operacje aktywne).

Bankowość telefoniczna obejmuje dwie podstawowe usługi: bankofon i SMS-banking. **Bankofon** umożliwia zdalną obsługę rachunku za pomocą telefonu komórkowego lub stacjonarnego z możliwością tonowego wybierania numerów. Większość banków w Polsce oferuje tą drogą jedynie sprawdzanie salda. Jak podaje serwis eBanki.pl, jest to pierwszy i wciąż najbardziej popularny w naszym kraju kanał elektroniczny. Jednak wybrana grupa banków oferuje już na rynku krajowym aktywny dostęp do rachunku bankowego za pomocą telefonu. Obejmuje on następujące operacje:

- przelewy na dowolny rachunek (dane tego rachunku są podawane w czasie wykonywania operacji) lub na wcześniej wskazany (predefiniowane) rachunek (dane tego rachunku zostały wcześniej określone w placówce);
- dokonywanie płatności rachunków – klient, dokonując rejestracji, może zadeklarować maksymalnie dziewięć rachunków obcych, na które będzie dokonywał przelewów;
- operacje na lokatach terminowych – klient może otworzyć lokatę terminową, zlikwidować posiadane lokaty oraz uzyskać informacje na temat otwartych lokat [Gospodarowicz 2002, s. 63-64].

Usługa *phone banking* dostępna jest w dwóch wersjach: **samoobsługowej** i **call center**. Wersja samoobsługowa daje możliwość samodzielnego wykonywania operacji poprzez telefon. Dostęp do operacji na rachunku uzyskuje się przez wybranie z klawiatury telefonu cyfr odpowiadających możliwym do wykonania operacjom. Po stronie banku operacje realizowane są przez automat – tzw. IVR (Interactive Voice Response). Wersja *call center* to obsługa bankowa realizowana przez operatorów (pracowników banku). Na ogół wersja samoobsługowa daje możliwość przełączenia się (zwykle klawisz 0) na operatora, a tym samym natychmiastowego wyjaśnienia wszelkich problemów z bankofonem. Dzięki współpracy z *call center* możemy wykonywać takie operacje, jak: zmiana adresu korespondencyjnego, zamówienie karty płatniczej, zamówienie dodatkowego wyciągu itd.

SMS-banking jest kolejną formą bankowości telefonicznej umożliwiającą poza-internetowy dostęp do konta bankowego. Usługa taka znajduje się w ofercie następujących banków: Pekao SA, Bank Zachodni WBK SA, BPH SA, Citibank, ING Bank Śląski SA, Integrum, Inteligo, Kredyt Bank, mBank, Multibank, Nordea Bank, PKO BP SA, Raiffeisen Bank SA [www.e-banki.pl]. Operacje dokonywane za pomocą komunikatów SMS mogą mieć charakter pasywny lub aktywny, przy czym z wymienionej grupy banków jedynie Bank Pekao SA i BPH SA mają w swej ofercie, w ramach usługi SMS-banking, operacje zarówno pasywne, jak i aktywne. Wszystkie pozostałe banki oferują w ramach tej usługi jedynie operacje pasywne. Do operacji pasywnych zaliczyć należy m.in. uzyskiwanie informacji na temat salda rachunku lub rachunków, historii wykonanych operacji oraz informacji o kursach walut. W ramach usługi aktywnej możliwe jest także zakładanie lokat i wykonywanie przelewów na wcześniej podane numery rachunków.

Istnieją dwa sposoby dostępu do usługi SMS – powiadomienie (push) i pobieranie (pull). Pierwszy ze sposobów polega na automatycznym wysyłaniu komunikatów SMS na telefon klienta po zajściu jakiegoś zdarzenia (np. zmianie stanu konta lub wystąpieniu debetu na koncie) lub stale z określoną częstotliwością (np. raz dziennie). Z kolei drugi sposób zakłada komunikację interaktywną między klientem i bankiem. Klient wysyła do banku odpowiednio skonstruowany SMS, a w odpowiedzi otrzymuje żądane informacje.

Technologia WAP umożliwia użytkownikom telefonów komórkowych bezpośrednie korzystanie z zasobów Internetu. Specjalne przygotowane strony internetowe mogą być bowiem prezentowane w wyświetlaczu telefonu komórkowego. Usługę taką oferują: BPH SA, BZ WBK, mBank, Inteligo, PKO BP SA i inne banki. Operacje dostępne w ramach tej usługi na rynku polskim przedstawia tab. 2. Dzięki technologii WAP można nie tylko realizować operacje bankowe, ale również korzystać z serwisów informacyjnych. W banku BPH PBK SA serwis ten zawiera listę placówek wraz z adresami, listę bankomatów, a także informację o promocjach banku [www.bph.pl]. Serwis ING Banku Śląskiego oprócz informacji związanych z samym bankiem i jego funkcjonowaniem daje możliwość wysyłania poczty elektronicznej, sprawdzenia adresu restauracji lub hotelu w wybranym mieście, skorzystania z kalendarza i terminarza oraz uzyskania aktualnych danych na temat numerów kierunkowych, losowania Lotto, rozkładu jazdy PKP, repertuaru wybranych kin i teatrów, a także przeczytania horoskopu [www.ing.pl].

Komfort korzystania z usług bankowych z wykorzystaniem technologii WAP wciąż naruszają problemy związane z niepełną zgodnością wszystkich telefonów komórkowych z opracowanymi standardami oraz kłopoty z wyświetlaniem polskich znaków. Ponadto dużym utrudnieniem jest jeszcze brak pełnego bezpieczeństwa danych przesyłanych w sieci [Gospodarowicz 2002, s. 65].

Tabela 2. Operacje w ramach usługi WAP banking dostępne w wybranych bankach polskich

Operacja	BPH	BZ WBK	mBank	Inteligo	PKO BP
Saldo konta i historia operacji	×	×	×	×	×
Zmiana hasła	×	×	×	.	.
Zakładanie i zrywanie lokat	×	×	.	.	.
Przelewy na dowolne rachunki	×	×	.	×	×
Przelewy na wskazane rachunki	×	×	×	×	×
Przelewy z przyszłą datą realizacji	×	×	×	.	.
Przelewy na ZUS	.	.	.	.	.
Lista odbiorców dla przelewów	×	×	.	.	.
Anulowanie przelewu	.	×	.	.	.
Zlecenia stałe (z niezmienną kwotą)	.	.	.	.	.

^a Inteligo: przelewy na inne rachunki Inteligo (usługa EmailMoney).

^b Lista odbiorców definiowana na WWW, można jej używać w przelewach przez WAP.

Źródło: www.e-banki.pl.

Internet jest stosunkowo nowym kanałem dystrybucji usług bankowych, niemniej jednak jednym z najdynamiczniej się rozwijających. Szybki rozwój technologii internetowych umożliwił zaoferowanie klientom szerokiej gamy produktów po niższych cenach, w porównaniu z bankowością tradycyjną. Ponadto niskie koszty funkcjonowania podmiotów poprzez Internet sprawiły, że w sektorze bankowym pojawiły się podmioty prowadzące swą działalność jedynie w środowisku wirtualnym.

Bankowość internetowa daje nie tylko możliwość obsługi klientów 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu, ale również umożliwia wszechstronną prezentację oferty oraz badanie preferencji klientów, a co za tym idzie, indywidualizacji oferty. Początkowo serwisy WWW były wykorzystywane właśnie w celu prezentacji oferty. Dopiero rozwój technologii zabezpieczeń sieciowych umożliwił wykorzystanie Internetu jako kanału dystrybucyjnego. Obecnie banki standardowo oferują realizację następujących operacji za pośrednictwem Internetu: sprawdzanie stanu konta, sprawdzanie historii rachunku, przelew na inny rachunek, stworzenie listy odbiorców (używanej np. przy przelewach), zlecenia stałe (ze stałą kwotą i tytułem płatności), zakładanie i zrywanie lokat, wnioski o karty płatnicze, zamawianie książeczek czekowych. W niektórych bankach oferta ta może być rozszerzona o następujące operacje: przelewy z przyszłą datą płatności, szablony przelewów, wniosek o linię kredytową, zastrzeganie kart płatniczych, obsługa rachunków walutowych, zastrzeganie czeków [Gospodarowicz 2002, s. 67-68].

Wśród polskich banków udostępniających swe usługi drogą internetową wymienić należy Bank Pekao SA, BPH PBK SA, BZ WBK SA, Citibank, ING Bank Śląski, LUKAS Bank, Multibank.

Jak już wcześniej wspomniano niskie koszty prowadzenia działalności za pośrednictwem Internetu przyczyniły się do rozwoju nowej formy organizacyjnej współczesnego banku – banku wirtualnego. Bank taki nie ma oddziałów w sensie fizycznym, a klient komunikuje się z nim tylko za pomocą Internetu bądź telefonu. W Polsce do grupy banków wirtualnych zaliczyć należy, m.in. mBank, Inteligo, Volkswagen Bank.

Oferta polskich banków internetowych obejmuje jeden bądź dwa rodzaje kont osobistych, lokaty terminowe oraz karty płatnicze wydawane do kont osobistych. Podstawowym produktem tego rodzaju banków jest więc konto osobiste z kartą płatniczą o charakterze debetowym. Rachunki są otwierane i prowadzone bezpłatnie. Nie trzeba również deklarować stałych wpłat na konto ani minimalnej wielkości utrzymywanej kwoty. Na stronach internetowych obok tradycyjnych informacji odnaleźć można także wszystkie formularze niezbędne do zrealizowania poszczególnych operacji. Kontakt z pracownikiem banku następuje jedynie w momencie podpisywania umowy, którą pracownik dostarcza w umówione miejsce. Od tego momentu wszystkie operacje są realizowane w przestrzeni wirtualnej. Klient ma oczywiście możliwość kontaktu z bankiem za pomocą specjalnej linii telefonicznej [Gospodarowicz 2002, s. 70].

Najprężniej rozwijającym się polskim e-bankiem jest mBank, będący detaliczną częścią BRE Banku. Bank ten, zatrudniając jedynie 23 pracowników, zgromadził depozyty w wysokości 1,7 mld zł (stan z 26 listopada 2002 r.) [www.mbank.pl].

4. Perspektywy rozwoju bankowości elektronicznej w Polsce

Bankowość elektroniczna znajduje się obecnie w centrum zainteresowania wielu polskich banków. Powodem dynamicznego rozwoju tego rodzaju usług jest z jednej strony bardzo przychylna reakcja klientów, z drugiej zaś – jej pozytywny wpływ na zmniejszenie kosztów działalności instytucji finansowych. Wskazują na to badania przeprowadzone przez firmę Booz-Allen & Hamilton [Gołdecka 2002, s. 65], dotyczące banków amerykańskich, z których wynika, że koszt operacji przeprowadzonej w oddziale wynosi 1,07 dolara USA, przez telefon 0,54 dolara, przez bankomat 0,27 dolara, przez komputer 0,015 dolara, a przez Internet 0,01 dolara.

Ponadto, jak pokazują badania Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową [www.ibnigr.edu.pl], jest to kierunek, w którym winna podążać polska bankowość. Współczesny klient banku jest wciąż silnie związany z tradycyjną placówką. Jednak prognozy Instytutu pokazują, że w niedalekiej przyszłości od 60 do 80% wszystkich klientów w kontaktach z bankiem wybierać będzie różnorodne kanały dystrybucji. Na tej podstawie można więc wnioskować, że przyszłość polskiej bankowości to wielokanałowy model dystrybucji usług bankowych, z bardzo dużą rolą kanałów elektronicznych (terminali, telewizji, telefonów i Internetu).

Należy się spodziewać, że postępująca globalizacja i przystąpienie do Unii Europejskiej dodatkowo zdynamizują procesy rozwoju e-bankingu w polskim sektorze bankowym, głównie poprzez skrócenie cyklu transferu technologii do naszego kraju. Banki polskie, znajdujące się pod presją akcjonariuszy (niejednokrotnie zagranicznych), już w latach dziewięćdziesiątych zainicjowały pierwsze inwestycje w systemy e-bankingu. Ich efektem jest przede wszystkim wysoka jakość świadczonych usług w ramach bankowości terminalowej czy telefonicznej oraz dynamiczny rozwój systemów dystrybucji opartych na Internecie.

Bankowość terminalowa rozwijana przez polskie banki jest już głęboko osadzona w świadomości konsumentów i przez wielu jest postrzegana jako element standardowej oferty banków. Mimo to jest ona nadal przedmiotem inwestycyjnego zainteresowania banków. Zmiany zachodzące w bankowości terminalowej odpowiadają ogólnym trendom e-bankingu, banki oferują bowiem klientom urządzenia dające coraz większą swobodę działania, eliminując tym samym zadania pracowników banku z zakresu pośrednictwa. Wśród obecnych już na rynku polskim, lecz wciąż rozwijanych rozwiązań wymienić należy inteligentne bankomaty, mobilne terminale POS czy kioski internetowe. Te ostatnie, w postaci rozbudowanej, będą prawdopodobnie w przyszłości wiodącym rozwiązaniem w bankowości terminalowej. Pozwolą one realizować nie tylko operacje bankowe, ale również – jak to ma już miejsce

w innych krajach – będą bogatym źródłem informacji spoza sektora bankowego czy pozwolą klientom na zamawianie różnego rodzaju usług, jak np. dostawa kwiatów czy rezerwacja biletów.

Usługi bankowości telefonicznej są obecnie popularnym wśród klientów rozwiązaniem z zakresu e-bankingu. Dalszemu ich rozwojowi na rynku krajowym będą zapewne sprzyjały zmiany w sektorze telekomunikacyjnym. Wyrazem tych zmian są dwie wiodące tendencje:

- 1) zapoczątkowana w latach ubiegłych, a obecnie przynosząca coraz bardziej widoczne efekty, prywatyzacja i liberalizacja rynku telefonii stacjonarnej,
- 2) dynamiczny rozwój komunikacji mobilnej (telefonii komórkowej).

Obie wyżej wymienione tendencje sprzyjają rozwojowi bankowości telefonicznej, głównie poprzez nasilenie konkurencji w sektorze telekomunikacyjnym, a co za tym idzie, spadek cen usług. Ponadto stosunkowo słabo rozwinięta w Polsce sieć telefonii stacjonarnej² nie będzie stanowiła bariery rozwoju telefonii bankowej, gdyż w niedalekiej przyszłości podstawową rolę w kontaktach z bankiem będzie odgrywał telefon komórkowy. Świadczą o tym przede wszystkim trendy światowego rynku telefonicznego, na którym dokonuje się proces substytucji telefonii stacjonarnej mobilną. Potwierdzają to rezultaty badań przeprowadzonych przez firmę McKinsey. Wynika z nich, że w 2005 r. na świecie będzie więcej telefonów komórkowych niż telefonów stacjonarnych czy komputerów [Grzywacz 2004, s. 167]. Ponadto rozwój telefonii trzeciej generacji UMTS oraz możliwości prowadzenia rozmów wideotelefonicznych otworzy przed bankami nowe drogi rozbudowy oferty bankowości elektronicznej [Gospodarowicz 2005, s. 180].

Bankowość modemowa jest odpowiedzią przede wszystkim na potrzeby polskiego sektora gospodarczego. Jej ewolucja będzie w dalszym ciągu podążała w kierunku dostosowywania oferty do potrzeb przedsiębiorców, poprzez możliwie największe jej uelastycznienie oferty. Budowa modułowa i powiązanie systemów home/office banking z oprogramowaniem użytkowym przedsiębiorstw zdają się być w przyszłości podstawowym rozwiązaniem. Ponadto postępująca komputeryzacja kontaktów przedsiębiorstwa z otoczeniem (np. z ZUS-em) sprzyja również rozwojowi wirtualnych kontaktów z bankami [Grzywacz 2004, s. 169].

Kolejnym krokiem w zakresie rozwoju e-bankingu w naszym kraju jest rozbudowa systemów dystrybucji o możliwości, które niesie Internet. W dużej mierze rozwój bankowości internetowej uzależniony jest od rozwoju samej sieci w naszym kraju. Zależał on będzie przede wszystkim od przełamania barier infrastrukturalnych i psychologicznych. Bariery infrastrukturalne są związane z brakiem dostępu do komputera bądź do sieci. Z kolei bariery psychologiczne wiążą się ze sposobem, w jaki Internet i jego możliwości są postrzegane przez społeczeństwo. Obecnie z Internetu korzysta około 21% Polaków, czyli 6,5 mln osób³. Liczba ta do 2006 r. ma wzrosnąć

² Współczynnik 28,24 abonenta na 100 mieszkańców to zaledwie połowa odpowiadającego wskaźnika w wiodących gospodarkach europejskich (materiały źródłowe TP SA).

³ Według instytutów badawczych: Ipsos i SMG/KRC – podają za www.mbank.pl.

do 19,5 mln osób, co daje bankowości internetowej duże możliwości rozwoju. Ponadto warto zwrócić uwagę, że populacja internautów to głównie ludzie młodzi, pozytywnie nastawieni do wszelkich zmian i otwarci na nowe propozycje rynku, zwłaszcza te dające dużą dozę swobody oraz pozwalające zaoszczędzić cenny czas. Z kolei odpowiednie działania marketingowo-edukacyjne ze strony banków i innych instytucji, wpływające na świadomość klientów, mogą się przyczynić do przełamania barier psychologicznych i poszerzenia docelowego rynku bankowości internetowej o kolejne grupy wiekowe.

5. Zakończenie

Ogólne tendencje rozwojowe w naszym kraju tworzą sprzyjającą atmosferę dla rozwoju bankowości elektronicznej. Ich odpowiednie wykorzystanie może przynieść wymierne korzyści zarówno dla banków, jak i dla ich klientów.

Stworzenie interaktywnego systemu bankowego, działającego głównie poprzez elektroniczne kanały dystrybucji, wpłynie bowiem na sposób realizacji usług bankowych oraz role, jakie poszczególne podmioty pełnią w tym procesie. Zdecydowanie wzrośnie znaczenie bankowych systemów informatycznych, z którymi klient będzie się mógł bezpośrednio kontaktować. Zmaleje znaczenie pracowników jako podmiotów inicjujących operacje bankowe. Tym samym instytucje finansowe staną przed koniecznością przededefiniowania dotychczasowego sposobu funkcjonowania. Znajdzie to odzwierciedlenie w racjonalizacji kosztów działalności oraz lepszym wykorzystaniu możliwości pracowników. Placówki bankowe będą zmieniały się w centra realizujące przede wszystkim funkcje doradcze i edukacyjne.

Ponadto w obliczu przewidywanych zmian w funkcjonowaniu instytucji finansowych należy się również spodziewać, że zaspokojone zostaną dwie podstawowe, choć przeciwstawne tendencje zarysowujące się na współczesnym rynku bankowym. Klienci zgłaszają bowiem z jednej strony zapotrzebowanie na szybkość, tanią i spełniającą wymogi jakościowe obsługę, z drugiej zaś oczekują ze strony banków wykwalifikowanego doradztwa w zakresie złożonych usług finansowych [Gospodarowicz 2005, s. 11]. E-banking jest nurtem rozwojowym, dzięki któremu obie tendencje można pogodzić, usługi elektroniczne zapewniają bowiem realizację usług standardowych, a odciążone banki mogą prowadzić szeroko rozumiane doradztwo.

Literatura

- Gołdecka E. (2002), *Perspektywy nowoczesnych kanałów dystrybucji w polskiej bankowości*, „Bank” nr 7/8.
- Gospodarowicz A. (red.) (2002), *Technologie informatyczne w bankowości*, AE, Wrocław.
- Gospodarowicz A. (red.) (2005), *Bankowość elektroniczna*, AE, Wrocław.
- Grzywacz J. (2004), *Bankowość elektroniczna w działalności przedsiębiorstw*, SGH, Warszawa.

Pilawski B. (2000), *Bankowość elektroniczna – zagrożenia, ograniczenia i bariery rozwoju*, [w:] *Zastosowania rozwiązań informatycznych w bankowości*, red. A. Gospodarowicz, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej nr 855, AE, Wrocław.

Ryznar Z. (2003), *Multichanneling, czyli wielokanałowość*, „Bank” nr 07/08.

www.bph.pl.

www.e-banki.pl.

www.ibngr.edu.pl.

www.ing.pl.

www.investbank.com.pl.

www.kartyonline.net.

www.rbe.pl.

THE CURRENT STATE AND PERSPECTIVES OF DEVELOPEMENT OF E-BANKING IN POLAND

Summary

Electronic banking is a term for the process by which a customer may perform banking transactions electronically without visiting any kind of institution. This paper presents peculiarities of different kind of e-banking (point of sales, home/office banking, TV banking, phone banking, SMS banking, WAP banking and Internet banking).

In order to meet the expectations of customers many Polish banks started to offer this kind of services and nowadays we can observe their rapid growth the in Poland. The article presents the current state of e-banking in our country. The direction and perspectives of development in this area will be also presented.