

*Agnieszka Czajkowska-Hamdi\**

## **DOSTOSOWANIE KANAŁÓW DYSTRYBUCJI USŁUG BANKOWYCH W POLSCE DO KONKURENCJI BANKÓW UNII EUROPEJSKIEJ NA PRZYKŁADZIE INTERNETU**

### **1. STAN BANKOWOŚCI ELEKTRONICZNEJ W POLSCE NA TŁE ROZWIĄZAŃ W UNII EUROPEJSKIEJ**

Banki w Polsce muszą działać w sytuacji zwiększonej konkurencji i wymogów Wspólnoty Europejskiej. Muszą wprowadzać innowacje po to, aby sprawnie funkcjonować zgodnie ze standardami narzuconymi przez Unię Europejską. Tylko dynamiczny rozwój nowoczesnych form obsługi i różnorodna oferta oraz prowadzenie działań marketingowych pozwolą osiągnąć polskim bankom znaczącą pozycję na rynku i sprostać oczekiwaniom rodzącym się w związku z perspektywami jednoczenia się z Europą.

Polska jest krajem o ciągle niskim poziomie nasycenia placówkami bankowymi. W porównaniu z krajami Unii Europejskiej mamy prawie dwukrotnie mniej placówek na 1000 mieszkańców. Liczba placówek bankowych na 1000 mieszkańców w 1997 r. dla Unii Europejskiej wynosiła 0,48 średnio, natomiast w Polsce 0,25. W 1999 r. w Polsce funkcjonowały 2152 oddziały banków komercyjnych i 8131 innych placówek, co daje wskaźnik ubankowienia 0,27 bez uwzględnienia banków spółdzielczych i 0,31 przy ich uwzględnieniu<sup>1</sup>.

Podstawowym problemem banków w nowej sytuacji na rynku usług finansowych staje się z jednej strony identyfikacja potrzeb klientów, przewidywanie ich ewolucji oraz zaspokajanie poprzez oferowanie swoim klientom odpowiednich produktów w odpowiednim miejscu i czasie, z drugiej zaś uczynienie tego w sposób rentowny dla banku. W zakresie polityki dystrybucji oznacza to konieczność poszukiwania nowych, tańszych z punktu widzenia

\* Dr w Katedrze Finansów i Bankowości UŁ.

<sup>1</sup> K. Jackowicz, *Nowoczesne kanały dystrybucji produktów bankowych a wybrane problemy zarządzania bankiem*, „Bank i Kredyt” 2000, nr 1-2.

banku, a jednocześnie coraz dogodniejszych dla klientów kanałów dystrybucji. W warunkach szybkiego rozwoju techniki i konkurencji między bankami, współcześni menedżerowie bankowi muszą posiadać nowoczesną wiedzę socjotechniczną, aby umiejętnie ją wykorzystać w najnowszych technologiach.

Zdobywanie lojalnych, nowych klientów i pozyskiwanie zaufania dotychczasowych klientów, wzrost sprzedaży produktów – to najważniejsze średnio-okresowe cele działania współczesnych banków. Każdy z banków dąży do unowocześniania usług bankowych, ich dywersyfikacji i promocji. Nasilająca się konkurencja wymusza na bankach poszukiwanie rozwiązań dających możliwość polepszenia jakości usług w zakresie bezpieczeństwa, łatwości dostępu czy szybkości obsługi.

Postęp w zakresie usług bankowych wysokiej technologii można opisać w podziale na dwie grupy: bankowość elektroniczna i pieniądz elektroniczny. Termin bankowość elektroniczna dotyczy usług świadczonych przy wykorzystaniu elektronicznych kanałów dystrybucji, które mogą tworzyć zamknięte i otwarte sieci elektroniczne. Uzyskanie prawa dostępu opiera się na umowach zawieranych między klientem a bankiem oferującym usługi bankowości elektronicznej. Do usług tych należą operacje depozytowe, kredytowe, zarządzanie rachunkiem bankowym, doradztwo finansowe, operacje rozliczeniowe itp.

Nowe technologie bardzo szybko zmieniają sposób funkcjonowania sektora finansowego. Gwałtowny rozwój informatyki i telekomunikacji sprawia, że klientów trzeba szukać coraz intensywniej w cybersieci. Z jednej strony to fascynująca, nowa możliwość ograniczania kosztów. Z drugiej jednak, ów wyścig technologiczny pochłania olbrzymie pieniądze niezbędne na ciągłe modernizowanie sprzętu i oprogramowania.

Internet upowszechnił się szybciej niż jakakolwiek inna technologia – w ciągu czterech lat pozyskał 50 mln użytkowników. W latach 1998–1999 nastąpił dziesięciokrotny wzrost sprzedaży w sieci, a szacuje się, że w roku 2001 sięgnie ona co najmniej 500 mld USD – podaje „Computer Land”<sup>2</sup>.

Internet w XXI w. może stać się podstawową formą komunikowania się klienta z bankiem. Europejczycy na razie jednak dość ostrożnie odnoszą się do nowej formy kontaktu z bankiem. Świadczą o tym badania w kilku wybranych krajach Europy, dotyczące stosunku do bankowości internetowej klientów detalicznych. Kraje zostały wybrane tak, aby w próbie byli entuzjaści jak i oportuniści Internetu. Próba objęła 8 krajów Unii Europejskiej: Danię, Finlandię, Francję, Holandię, Niemcy, Szwecję, Anglię i Włochy. Okazało się, że tylko 1/3 respondentów z przebadanych krajów jest zainteresowana usługami bankowości internetowej<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> @@@ by do banku, „Gazeta Bankowa” 1–7 lutego 2000, s. 9.

<sup>3</sup> M. Regulski, *Nieuchronna konieczność*, „Bank” 2000, nr 10, s. 18.

Tabela 1

Największe banki internetowe w USA, Europie i Polsce

| Największe banki internetowe   | Liczba klientów e-banków |
|--------------------------------|--------------------------|
| Bank of America <sup>a</sup>   | 1 200 000                |
| Wells Fargo <sup>a</sup>       | 980 000                  |
| Barclays <sup>b</sup>          | 800 000                  |
| ING <sup>b</sup>               | 750 000                  |
| Deutsche <sup>b</sup>          | 625 000                  |
| Swedbank                       | 590 000                  |
| Rb of Scotland <sup>b</sup>    | 460 000                  |
| SEB <sup>b</sup>               | 410 000                  |
| BNP Paribas <sup>b</sup>       | 330 000                  |
| Loyds Tsb <sup>b</sup>         | 300 000                  |
| ABN Amro <sup>b</sup>          | 285 000                  |
| BSCH <sup>b</sup>              | 250 000                  |
| UBS <sup>b</sup>               | 250 000                  |
| Commerzbank <sup>b</sup>       | 240 000                  |
| HVB <sup>b</sup>               | 220 000                  |
| Credit Suisse <sup>b</sup>     | 213 000                  |
| HSBC First Direct <sup>b</sup> | 200 000                  |
| Den Norske Bank <sup>b</sup>   | 120 000                  |
| SG <sup>b</sup>                | 110 000                  |
| Unicredito <sup>b</sup>        | 80 000                   |
| Pekao SA <sup>c</sup>          | 5 000                    |
| BPH <sup>c</sup>               | 5 000                    |

<sup>a</sup> dane z I poł. 1999 r., <sup>b</sup> dane z XII 1999 r., <sup>c</sup> dane z III 2000 r.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: P. Karnaszewski, *Strażnicy naszych e-pieniędzy*, „Gazeta Bankowa” 2000 r., nr 42; A. Myczkowska, *Rynek czekają zmiany*, „Rzeczpospolita” 14.12.2000 r., s. E5; F. Kowalik, *Pl@neta Sez@mowa*, „Gazeta Bankowa” 2000, nr 12.

Informacje zawarte w tab. 1 wskazują, że największe banki internetowe na świecie mają ok. 1 mln klientów, tj. Bank of America, WELLS FARGO, Barclays, ING. Najlepiej prosperują banki amerykańskie, ale niektóre banki europejskie mogą również poszczycić się dużą liczbą klientów. Interesujące jest tempo rozwoju tych banków, np. Barclays ma obecnie ok. 1,2 mln klientów korzystających z usług internetowych, więc w ciągu kilkunastu miesięcy liczba ta wzrosła o ok. 400 tys. osób. Z usług internetowych Merita Nordbanken Group korzysta 800 tys. klientów w Finlandii oraz 500 tys. w Szwecji (grupa ta posiada większościowy pakiet w Banku Komunalnym SA). Niestety polskie banki jeszcze nie liczą się na rynku usług elektronicznych.

„Polskie instytucje finansowe muszą wdrażać technologie internetowe, jeśli chcą skutecznie konkutować z bankami europejskimi w ramach Unii. [...] Polskie banki komercyjne muszą nadrobić opóźnienie pod względem infrastruktury bankowości elektronicznej, m. in. zwiększyć liczbę zdalnych usług bankowych i liczbę bankomatów przypadających na milion ludności, co powinno przyczynić się do wzrostu udziału osób posiadających konto oraz wyższego udziału transakcji elektronicznych w ogólnym obrocie. W Polsce istnieje pilna potrzeba stworzenia podstaw prawnych obrotu elektronicznego oraz stworzenia infrastruktury techniczno-organizacyjnej dla zapewnienia bezpieczeństwa i pewności obrotu elektronicznego<sup>4</sup>.

Banki krajów Unii Europejskiej przebyły długą drogę do obecnego, poziomu systemów informatycznych. Przed systemem bankowym w Polsce stoi ogromna szansa ominięcia poszukiwań i wdrożenia najlepszych, sprawdzonych w praktyce systemów informatycznych. Opóźnienie technologiczne polskiej bankowości jest szansą na wykonanie skoku technologicznego i sięgnięcia po najnowsze, światowe rozwiązania, które uczyniłyby nasze banki nowoczesnymi instytucjami mogącymi szybko i sprawnie obsłużyć klienta i skutecznie sprostać konkurencji banków zachodnich. Banki zachodnie dokonały olbrzymich wydatków na inwestycje technologiczne, które nadal sprawnie funkcjonują, ale są przestarzałe. Ze względu na złożone systemy informatyczne będą wymagały wielkich nakładów finansowych na ich zastąpienie bardziej nowoczesnymi rozwiązaniami informatycznymi.

Na wdrażanie systemów bankowości elektronicznej europejskie banki wydały w 1999 r. ok. 1 mln USD dziennie, co wynika z raportu *The Future of E-Banking in Europe*, przygotowanego przez brytyjską firmę Datamonitor. Ogółem na ten cel w 1999 r. wydano 362 mln USD. Wydatki inwestycyjne ponoszone na budowę systemów bankowości elektronicznej nie maleją. Co więcej, możliwości tych systemów dorównują oferowanym przez nowe rozwiązania, zapewniając dostęp do elektronicznych oddziałów banków już nie tylko za pomocą komputerów osobistych, ale także specjalnych internetowych przystawek telewizyjnych i telefonów komórkowych. Autorzy raportu twierdzą, że w Europie do 2004 r. roczne wydatki na implementację różnych rozwiązań bankowości elektronicznej wzrosną czterokrotnie i osiągną wartość 1,4 mld USD<sup>5</sup>.

Liderami w bankowości elektronicznej w Europie są banki brytyjskie, które w 1999 r. wydały na ten cel ok. 99 mln USD. Na drugim miejscu znajdują się Niemcy (88 mln USD), następnie Francja (69 mln USD). Przewiduje się, że w 2004 r. liderem tego segmentu rynku finansowego pozostanie Wielka Brytania, z wydatkami rzędu 395 mln USD. Na drugim

<sup>4</sup> *Miscellanea, Sprawozdanie z IV Konferencji Naukowej, Zastosowanie rozwiązań informatycznych w bankowości, Wrocław, 19–20 września 2000 r.*, „Bank i Kredyt” 2000, nr 12, s. 85–86.

<sup>5</sup> W. Łęgowski, [www.computerworld.com.pl/wiadomości](http://www.computerworld.com.pl/wiadomości), 2000.02.15.

miejsu uplasuje się Francja (271 mln USD), wyprzedzając Niemcy (243 mln USD)<sup>6</sup>.

Do powszechnego wykorzystania sieci Internet banki podchodzą bardzo ostrożnie, głównie ze względów bezpieczeństwa. Silna reprezentacja banków w globalnej sieci nie przekłada się na dużą dostępność internetowych usług bankowych. Z 1200 stron internetowych (z czego 80% przypada na banki europejskie i amerykańskie) tylko 35 banków w Stanach Zjednoczonych i 21 w innych krajach świata świadczy w pełnym zakresie bankowe usługi internetowe<sup>7</sup>.

Wdrażanie nowych produktów bankowości elektronicznej jest działaniem długookresowym, angażującym dużą część nakładów inwestycyjnych, szczególnie w początkowym okresie ich wprowadzania. Wymagana jest centralna instalacja komputerowa wraz z odpowiednim oprogramowaniem (rozbudowaną bazą danych wraz z modułami) oraz system telekomunikacyjny dostosowany do obsługi klienta. Polskie banki podejmują widoczne i znaczące działania mające na celu praktyczne wykorzystanie możliwości stwarzanych przez bankowość elektroniczną. Utworzenie wspólnej sieci bankowości elektronicznej stwarza polskiemu systemowi bankowemu szansę działania w nowoczesny sposób i przybliża go do krajów Unii Europejskiej.

W przyszłości polskie banki będą musiały się dostosować do Dyrektywy Unii Europejskiej w sprawie handlu elektronicznego, która jest etapem przygotowawczym do regulacji dotyczących sprzedaży usług finansowych na odległość. Ma ona zapewnić swobodny dostęp do usług informatycznych na terenie rynku wewnętrznego krajów unii. Dyrektywa definiuje m. in. siedzibę operatora, jako miejsce prowadzenia rzeczywistej działalności gospodarczej – niezależnie od tego, gdzie umieszczone są strony internetowe i serwery. Dyrektywa zakazuje jednocześnie krajom członkowskim wprowadzania dodatkowych systemów autoryzacji dla usług społeczeństwa informatycznego, jeżeli nie są one stosowane przy zwykłym świadczeniu usług. Wprowadza jednocześnie możliwość świadczenia akredytacji dla dostawców usług o podwyższonym standardzie. Dyrektywa przewiduje powstanie odpowiedniego systemu nadzoru nad dostawcami oraz oceny zgodności urządzeń służących do tworzenia podpisu z wymogami określonymi w dyrektywie. Nakłada ona również obowiązek zapewnienia łatwego dostępu do podstawowych danych usługodawcy<sup>8</sup>. Planowany ostateczny termin wprowadzenia dyrektywy przez państwa członkowskie do 19 lipca 2001 r.

<sup>6</sup> *Ibidem*.

<sup>7</sup> K. Jackowicz, *Nowe kanały dystrybucji produktów bankowych a wybrane problemy zarządzania bankiem*, „Bank i Kredyt” 2000, nr 1–2, s. 76.

<sup>8</sup> P. Pieńkowski, *Elektroniczna dyrektywa*, „Gazeta Bankowa” 2000, nr 42, s. 38.

## 2. WYMAGANIA TECHNICZNE STAWIANE PRZY INSTALACJI INTERNETU

Do obsługi rachunków bankowych poprzez Internet wymagane są: Personal Computer, Internet Explorer 4,0 lub Netscape Navigator 4,7 (por. z tab. 2). Połączenia z bankiem realizowane są za pośrednictwem typowych łączy telekomunikacyjnych Telekomunikacji Polskiej SA (bezpośrednich lub dołączonych do centrali automatycznej linii telefonicznej banku lub łączy).

Tworzenie i rozwijanie nowego systemu dystrybucji produktów bankowych za pośrednictwem Internetu niesie ze sobą nowe problemy. Głównym z nich jest bezpieczeństwo. Komunikacja banku z klientem musi być niedostępna dla osób nieupoważnionych oraz odporna na włamania i fałszerstwa. Tę kwestię można rozwiązać na różne sposoby. Pierwszym sposobem jest wprowadzanie systemu haseł, kodowania transmisji transakcji, aż do zaawansowanych systemów identyfikacji klienta, np. za pośrednictwem czytników kart z procesorami. Bariere stanowi tu jednak brak polskich certyfikatów dla tego rodzaju rozwiązań<sup>9</sup>.

Dyrektywa Komisji Europejskiej podaje wiele definicji dotyczących zabezpieczenia środków na rachunkach prowadzonych drogą elektroniczną:

- podpis elektroniczny – dane zawarte w formie elektronicznej, które są przyłączone albo w logiczny sposób skojarzone z innymi danymi elektronicznymi i służy jako metoda weryfikacji danych (uwierzytelnienia);
- zaawansowany podpis elektroniczny – oznacza według dyrektywy podpis elektroniczny, który spełnia następujące warunki:
  - jest w sposób unikalny powiązany z sygnatariuszem,
  - jest zdolny do identyfikacji sygnatariusza,
  - jest powiązany z danymi, do których się odnosi, tak że każda następna zmiana tych danych jest możliwa do wykrycia,
  - jest tworzony przy użyciu środków, które sygnatariusz może utrzymywać pod własną kontrolą;
  - certyfikat – elektroniczne potwierdzenie, które łączy dane weryfikujące podpis z osobą i potwierdza tożsamość tej osoby;
  - kwantyfikowany certyfikat – certyfikat wystawiony przez dostawcę usług certyfikacyjnych<sup>10</sup>.

Dyrektywa nakłada obowiązek zapewnienia, iż zaawansowane elektroniczne podpisy będą, w odniesieniu do danych elektronicznych, spełniać wymogi prawne związane z podpisem w takim samym stopniu jak podpisy odręczne w odniesieniu do dokumentów papierowych. Kraje członkowskie winny

<sup>9</sup> „Gazeta Bankowa” 1998, nr 4, s. 21.

<sup>10</sup> Directive 1999/93/EC of 13 December 1999 on a Community framework for electronic signatures.

## Wymagania wstępne banków internetowych działających w Polsce

| Bank                    | Dostęp na od...<br>(mies., rok) | Usługa internetowa<br>i rachunek z którym<br>jest związana             | Kontakt e-mail www       | Minimalne miesięczne<br>wpływy na konto (zł) | Czas udostępnienia<br>produktu bankowego | Dostępne karty                                                                                                             | Oprocentowanie<br>w skali roku (%) | Opłaty (PLN)                                                             | Wymagania sprzętowe                  |
|-------------------------|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----------------------------------------------|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| Bankgesellschaft Berlin | 04.2001                         | Emailmaney,<br>Konto firmowe<br>Inteligo                               | inteligo.pl              | –                                            | –                                        | VISA Electron                                                                                                              | 18                                 | –                                                                        | PC+Internet,<br>IE 4.0 lub<br>NN 4.7 |
| BPH                     | 11.1999                         | BPH Sez@m,<br>Sezam,<br>Sezam Junior,<br>Sezam Student,<br>Złoty Sezam | e-bank@bph.pl            | 20–100                                       | 5 dni                                    | VISA Classic,<br>Eurocard/Mastercard,<br>VISA Sezam Electron                                                               | 8,5                                | –                                                                        | PC+Internet,<br>IE lub NN            |
| BSK                     | 03.2001                         | Konto,<br>Studenta,<br>Pakiet,<br>Pakiet Plus,<br>Pakiet Super         | bsk.com.pl               | 0                                            | 1 dzień                                  | VISA Electron,<br>Maestro,<br>VISA Classic Charge,<br>Eurocard/Mastercard,<br>Gold Charge,<br>VISA Electron<br>(kredytowa) | 7                                  | ponowne wygenerowanie<br>klucza – 30                                     | PC+Internet,<br>IE 4.0 lub<br>NN 4.7 |
| Fortis Bank             | 01.2000                         | Pl@net, Srebrny,<br>Złoty                                              | Info@fortisbank.com.pl   | 3 000                                        | 1 dzień                                  | VISA Gold,<br>VISA Classic                                                                                                 | 9,5                                | –                                                                        | PC+Internet,<br>IE 4.0 lub<br>NN 4.7 |
| Handlobank              | 05.2000                         | Handlonet,<br>Rachunek bieżący<br>w Handlobanku                        | handlobank@handlobank.pl | 0                                            | 1 dzień                                  | Maestro,<br>Eurocard/MasterCard,<br>VISA Electron,<br>VISA Classic                                                         | 7                                  | –                                                                        | PC+Internet,<br>IE 4.0 lub<br>NN 4.7 |
| Lukas Bank              | 03.2000                         | Konto osobiste,<br>Lukas e-Bank                                        | Lukasbank.com.pl         | 0                                            | 1 dzień                                  | VISA Electron                                                                                                              | 11                                 | za tokeny:<br>– wydanie – 95,<br>– używanie – 30,<br>– zastrzeżenie – 25 | PC+Internet,<br>IE 4.0 lub<br>NN 4.7 |
| mBank                   | 11.2000                         | eKonto,<br>eMax                                                        | Info@mbank.com.pl        | 0                                            | ok. 5 dni                                | VISA Electron,<br>VISA Gold                                                                                                | 15,5                               | –                                                                        | PC+Internet,<br>IE 4.0 lub<br>NN 4.7 |
| Pekao                   | 10.1998                         | Eurokonto WWW                                                          | telepekao@pekao.com.pl   | 100                                          | do 14 dni                                | IKM,<br>Maestro<br>Eurocard/MasterCard,<br>VISA Concerto                                                                   | 7                                  | wydanie tokena<br>– 30 rocznie                                           | PC+Internet,<br>IE 4.0 lub<br>NN 4.7 |
| PKO BP                  | 12.2000                         | e-superkonto                                                           | e.pkobp.pl               | 0                                            | 1 dzień                                  | PKO Ekspres ze<br>znakiem VISA<br>Electron                                                                                 | 12                                 | wydanie kolejnego tokena<br>– 200 rocznie,<br>(1 darmo)                  | PC+Internet,<br>IE 4.0 lub<br>NN 4.7 |
| Volkswagen Bank Polska  | 04.2001                         | Plus Konto                                                             | volkswagenbank.pl        | –                                            | –                                        | brak                                                                                                                       | 17,8                               | –                                                                        | PC+Internet,<br>IE 4.0 lub<br>NN 4.7 |
| WBK                     | 09.2000                         | WBK24                                                                  | Pomoc@wbk.com.pl         | 0                                            | natychmiast                              | Maestro                                                                                                                    | 8                                  | wydanie tokena<br>– 180 rocznie                                          | PC+Internet,<br>IE 4.0 lub<br>NN 4.7 |

PC – Personal Computer, IE – Internet Explorer, NN – Netscape Navigator.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie [www.ebanki.pl/banki/ranking/html](http://www.ebanki.pl/banki/ranking/html), 2001; *Banki on line – oferty banków*, money.pl. 2001; „Twój Pieniądz” 2001, nr 5, s. 34–38, M. Jasiński, *eBanki*, [www.ebanki.pl](http://www.ebanki.pl), 2001.03.12, [www.rbe.pl/bankowosc/bankowosc\\_internet.html](http://www.rbe.pl/bankowosc/bankowosc_internet.html), 2001.05.15.

również zapewnić dopuszczalność zaawansowanych podpisów elektronicznych jako dowodów w postępowaniu sądowym. Jednocześnie podpis elektroniczny nie może być pozbawiony mocy prawnej jedynie ze względu na to, że został on złożony w formie elektronicznej, bądź też nie jest oparty o kwalifikowany certyfikat wydany przez akredytowanego dostawcę usług certyfikacyjnych<sup>11</sup>.

Polskie Prawo Bankowe obowiązujące od 1998 r. precyzuje, że „Oświadczenia woli składane w związku z dokonywaniem czynności bankowych mogą być wyrażone za pomocą elektronicznych nośników informacji. Związane z czynnościami bankowymi dokumenty mogą być sporządzone za pomocą elektronicznych nośników informacji, jeżeli dokumenty te zostaną w sposób należyty utrwalone i zabezpieczone”<sup>12</sup>. Czynność dokonana w powyższej formie spełnia wymagania formy pisemnej.

Artykuł 68 pkt 2 PB upoważnia prezesa NBP do określenia, w drodze zarządzenia, szczegółowych zasad tworzenia i utrwalania, przekazywania i przechowywania dokumentów sporządzonych za pomocą elektronicznych nośników informacji. Wydawane przez prezesa NBP akty prawne pozostają wiążące dla banków, pomimo że nie mają charakteru źródeł prawa w znaczeniu konstytucyjnym. Płyną stąd następujące konsekwencje: banki mogą stosować elektroniczną formę oświadczeń woli, same zapewniając należyte utrwalenie i zabezpieczenie; jednakże ponoszą samodzielną odpowiedzialność za stosowane środki zabezpieczenia i utrwalenia<sup>13</sup>.

Ponadto artykuł 63 PB zezwala, aby rozliczenia pieniężne bezgotówkowe były przeprowadzane za pomocą elektronicznych nośników informacji, w tym za pomocą kart płatniczych.

Banki stosują różne formy zabezpieczeń systemów elektronicznych:

1) dyskietka wyposażona w kod znany tylko klientowi – dyskietki kluczowe zapewniają ochronę informacji o kliencie przy przeglądaniu danych, blokują możliwość generowania zleceń przez osoby nieuprawnione (rozwiązanie to jest stosowane w Banku Pekao SA);

2) karty kryptograficzne (Kredyt Bank PBI SA);

3) klucz z kodem uaktywniającym (RSA) – klient banku otrzymuje tzw. klucz elektroniczny z numerem licencji użytkownika, które uniemożliwiają połączenie się przez stronę trzecią innymi kopiami oprogramowania, co zabezpiecza użytkownika przed składaniem zleceń na jego konto z innego terminala;

4) PIN, czyli poufny numer identyfikacyjny (stosowany w Banku Śląskim SA, Banku Pekao SA); podczas połączenia z bankiem klient zobowiązany jest podać identyfikator uzyskany od administratora systemu;

<sup>11</sup> *Ibidem*.

<sup>12</sup> Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. Prawo bankowe, DzU 1997, nr 41, poz. 939, art. 7 ust. 1.

<sup>13</sup> Prawo bankowe – komentarz, W. Góralczyk red., Twigger SA, Warszawa 1999, s. 31.

5) system lokalnych haseł i logiów, które klient wpisuje podczas połączenia (jest ono niewidoczne dla innych, gdyż na ekranie pojawiają się gwiazdki), szyfrowanie danych i elektroniczny podpis (np. w BRE Bank SA, BH SA, Kredyt Bank PBI SA);

6) szyfrowanie transmisji danych za pomocą protokołu:

- SSL (Secure Sockets Layer) jest protokołem sieciowym używanym do zabezpieczonych połączeń internetowych; został opracowany przez firmę Netscape i powszechnie przyjęto go jako standard szyfrowania na stronach www, wykorzystuje 128-bitowe szyfrowanie danych,
- SET (Secure Electronic Transaction) jest protokołem służącym do bezpiecznego przeprowadzania transakcji internetowych kartami płatniczymi; dla uwiarygodnienia stron transakcji wykorzystuje on elektroniczne certyfikaty,

7) podpis elektroniczny (stosowany w Banku Pekao SA, Kredyt Bank PBI SA);

8) zabezpieczenie serwera sklepu przed dostępem do prywatnych informacji o klientach przez osoby do tego upoważnione, tzn. celowymi atakami przeprowadzanymi zarówno z zewnątrz (z Internetu) jak i od środka (z sieci lokalnej firmy);

9) firewall – zabezpiecza przed niedozwolonymi sposobami komunikacji z serwerem (nie pozwala na komunikację na innych portalach TCP/IP niż dozwolone), tzn. zapewnia ochronę przed bezpośrednimi atakami hakerów;

10) w pełni zabezpieczona lokalna baza danych, co uniemożliwia wejście do niej przy użyciu aplikacji zewnętrznych bez znajomości nazwy i hasła użytkownika;

11) hierarchiczność dostępu po stronie banku, która polega na tym, że możliwe jest nadawanie różnych uprawnień pracownikom banku obsługującym system, ogranicza to dostęp osób nieuprawnionych;

12) blokowanie konta – automatyczna blokada konta w przypadku kilkukrotnego (zwykle trzykrotnego) podania złych danych podczas logowania, tj. gdy wystąpi podejrzenie, że nastąpiła próba włamania;

13) automatyczne wylogowanie użytkownika systemu, jeśli stwierdzono brak aktywności przez jakiś czas, np. 10 minut.

Największy nacisk w bankach kładzie się na zabezpieczenie systemu: szyfrowanie transmisji algorytmem DES (Data Encipherment Standard), RSA (nazwa ta pochodzi od skrótu nazwisk twórców tego algorytmu: Rivest, Shamir, Adelman), podpis elektroniczny, kodowanie sprzętowe za pomocą kart magnetycznych oraz kart inteligentnych (z wbudowanym mikroprocesorem). Zapewniają one wiarygodność składanych zleceń. Bezpieczeństwo systemu charakteryzuje się tym, że klucze tworzone są przez użytkowników, baza danych i wszystkie przesyłane dane są zaszyfrowane, a okres wygaśnięcia hasła jest wymuszany przez system automatycznie.

W odniesieniu do transakcji elektronicznych powstał projekt ustanowienia funkcji notariusza elektronicznego bazującego na elektronicznym podpisie. Podpis ten powstanie przy użyciu dwóch tzw. kluczy – utajnionego, prywatnego (do tworzenia cyfrowego podpisu) oraz ogólnodostępnego, publicznego (do jego odczytania i weryfikacji). Prawdziwość takich kluczy, czyli algorytmów szyfrujących będą potwierdzały wyspecjalizowane firmy certyfikacyjne. W projekcie ustawy o podpisie elektronicznym proponuje się powołanie Krajowego Urzędu Certyfikacji, który będzie gwarantem wiarygodności wszystkich dostawców certyfikatów<sup>14</sup>.

### 3. SPRZEDAŻ USŁUG BANKOWYCH POPRZEC INTERNET W POLSCE

„Elektroniczne kanały usług bankowych to wszechstronne wykorzystanie urządzeń technicznych i technologii informacyjnej, zapewniające dostęp klientów do oferty produktowej banku”. Częścią bankowości elektronicznej jest „bankowość wirtualna, która jest kombinacją technologicznych i organizacyjnych innowacji, zapewniającą rozszerzenie tradycyjnych form usług finansowych oraz kreującą całkowicie nowe usługi świata cyberprzestrzeni”. Bank wirtualny jest z reguły wydzielonym podmiotem gospodarczym, zapewniającym dostępność pakietu usług bez fizycznego istnienia tradycyjnej obsługi kasowo-ladowej<sup>15</sup>.

Zakres usług dostępnych poprzez Internet dla podmiotów korporacyjnych jest zróżnicowany i zależy od indywidualnych ofert banków (tab. 2). Można je podzielić na następujące grupy:

a) dostęp do informacji ogólnej o banku: wykaz placówek, opis produktów bankowych, tabela stóp procentowych depozytów złotych i walutowych oraz kredytów i pożyczek, tabela prowizji i opłat, tabela kursowa, informacje o rynku giełdowym, rynku pieniężnym;

b) dostęp do informacji dotyczących rachunków klienta: salda rachunków, informacja o wolnych środkach na rachunkach, operacje z dnia, oprocentowanie rachunku, wysokość blokady i termin obowiązywania, liczba lokat terminowych, ich wartości i daty zapadalności;

c) składanie dyspozycji do banku: składanie poleceń przelewu między bankami, oddziałami, wewnątrz oddziału oraz poleceń przelewu do wykonania w przyszłości, składanie dyspozycji wypłaty za granicę, polecenie zastrzeżenia blankietów czekowych oraz odwoływanie zastrzeżeń, polecenie otwarcia lokaty oraz jej likwidacji, inne niestandardowe polecenia składane za pomocą poczty elektronicznej, która jest jedną z funkcji systemu;

<sup>14</sup> A. Gonton, *Elektroniczna umowa*, „Adwokat Domowy” 2000 nr 4, s. 21.

<sup>15</sup> A. J. Grandys, *Wprowadzenie bankowości elektronicznej jako źródła oszczędności kosztów dystrybucji usług finansowych*, „Biuletyn Bankowy” 1999, nr 11, s. 102.

d) księgowanie i przetwarzanie zleceń: przepisanie zleceń przysyłanych modemem lub na dyskietce oraz ich księgowanie, raportowanie transakcji składanych do banku oraz możliwość importu i eksportu danych do systemów finansowo-księgowych klienta, tworzenie bazy danych, ułatwiające prowadzenie operacji finansowych;

e) aktualizacja danych na dysku lokalnym: obsługa zbioru komunikatów dla klientów (przeglądanie zredagowanych komunikatów, modyfikacje komunikatów, usuwanie aktualnego zbioru komunikatów), aktualizacja danych: pełna i przyrostowa, kartoteki (zleceń do zrealizowania, zleceń zrealizowanych, zakładanie i przeglądanie kartotek), procedury techniczne (zakończenie miesiąca, definiowanie kont i kwot prowizji, generowanie dyskietki, wydruki kontrolne zleceń).

Internet daje wiele możliwości w zakresie świadczenia specjalistycznych usług bankowych. Na świecie jedynie 2% klientów zmienia bank z powodu niezadowolenia z jego usług. Dalsze 6% dokonuje zmiany w związku z przeprowadzką. Usługi bankowe świadczone przez Internet teoretycznie powinny pozwolić utrzymać wspomniane 6% klientów. Czy Internet to narzędzie do pozyskania nowych klientów? Czy otwarcie oddziału elektronicznego to raczej uatrakcyjnienie oferty dla obecnych klientów oraz sposób na redukcję kosztów? Trudno obecnie odpowiedzieć na te pytania, gdyż rachunki elektroniczne są nowością na polskim rynku<sup>16</sup>. Niemniej twórcy systemów bankowości internetowej w Polsce są dumni ze swoich osiągnięć i spoglądają optymistycznie na przyszłość oddziałów wirtualnych w naszym kraju.

mBank jako pierwszy wirtualny bank w Polsce, działający od listopada 2000 r., dostarcza produkty bankowe i inne usługi finansowe, funkcjonuje na prostych zasadach, zapewnia następujące korzyści klientowi indywidualnemu: wyjątkowo wysokie oprocentowania oszczędności na rachunku eMAX (16,5% na rachunku oszczędnościowym na żądanie, co przy kapitalizacji miesięcznej daje 17,81% efektywnie w skali roku) i na eKONTO (15,5% na rachunku oszczędnościowo-rozliczeniowym, co przy kapitalizacji miesięcznej daje 16,65% efektywnie w skali roku); nie pobiera opłat za prowadzenie rachunku oszczędnościowo-rozliczeniowego i konta osobistego oraz wypłaty gotówki w wybranej sieci bankomatów, jednakże za operacje rozliczeniowe przeprowadzone bezpośrednio w oddziale Banku pobierane są bardzo wysokie prowizje – przekraczające dwukrotnie kwoty płacone w innych bankach, co ma mobilizować klientów do rozliczeń drogą elektroniczną. Ponadto mBank wydaje darmo podstawowe karty płatnicze (VISA Electron oraz jest dostępny 24 godziny na dobę przez 7 dni w tygodniu z dowolnego miejsca w Polsce i na świecie<sup>17</sup>.

<sup>16</sup> P. G a m d z y k, *Banki za trzy lata*, „Computerworld” 1999, nr 2.

<sup>17</sup> *Szczegółowy regulamin mBanku*, <http://info.mbank.com.pl/regulamin.html>, 2001 r.

Dzięki samoobsłudze oraz braku fizycznych oddziałów do bezpośredniej obsługi klienta, koszty działania mBanku są dużo niższe w stosunku do bezpośredniej obsługi klienta, koszty działania banku są dużo niższe w stosunku do innego posiadającego setki placówek i dodatkowo oferującego kanały elektroniczne. Od początku działalności strategicznym planem BRE Banku SA było zdobycie 150 tys. klientów dla swojej bankowości elektronicznej w ciągu półtora roku. Nie będzie to łatwe zadanie do zrealizowania, biorąc pod uwagę, że pierwsze 6 banków świadczących usługi internetowe miało w sumie ok. 50 tys. klientów internetowych<sup>18</sup>. W połowie maja 2001 r. w mBanku było już otwarte ponad 50 tys. rachunków. mBank powstał w ciągu 100 dni i niewiele więcej czasu potrzebował na podwojenie wielkości rynku bankowości elektronicznej<sup>19</sup>. Niewątpliwie świadczy to, że rozpoczyna się w Polsce okres gwałtownych zmian modelu biznesowego bankowości detalicznej.

Pod adresem internetowym <http://www.pbg.pl/oe> Banku Pekao SA uruchomiony został 14 października 1998 r. Oddział Elektroniczny. Było to pierwsze tego rodzaju przedsięwzięcie w Polsce i Europie Środkowej. Za korzystanie z usług Oddziału Elektronicznego klient płaci 8 PLN miesięcznie, zaś za transakcje zlecone za pośrednictwem Internetu Bank pobiera opłaty niższe niż w przypadku klasycznych usług oddziałów bankowych<sup>20</sup>. Pojemność serwera pozwala oddziałowi na obsługiwanie 10 tysięcy klientów jednocześnie, przy zatrudnieniu kilku pracowników w banku wirtualnym. Oddział planował zatrudnienie 10 osób, które będą obsługiwać 150 tysięcy klientów<sup>21</sup>. Przy tak dużej wydajności pracy, bank osiąga kilkunastokrotne oszczędności kosztów personalnych.

Dystrybucja wsparta technologią informacyjną jest dobrą alternatywą dla tradycyjnych metod sprzedaży produktów bankowych. Jeden z twórców Oddziału Elektronicznego w Banku Pekao SA zauważa, że „dzięki rozwojowi technologii informacyjnej zachodzi wyraźnie dostrzegalny proces zmian kanałów i metod dystrybucji, który obejmuje indywidualizację produktu, ogranicza wpływy pośredników, radykalnie skraca cykle dostaw, prowokuje stopniowy zanik tradycyjnych form organizowania dystrybucji na korzyść wirtualnych metod”<sup>22</sup>.

Wielkopolski Bank Kredytowy SA to drugi bank, który udostępnił usługę bankowości internetowej w Polsce. Dostęp do bankowości internetowej

<sup>18</sup> E-banki, [www.ebanki.pl](http://www.ebanki.pl), 2001 r.

<sup>19</sup> Przewodnik po mBanku, [www.mbank.com.pl](http://www.mbank.com.pl), 2001.05.16.

<sup>20</sup> M Jędrzejewska, [www.pbg.pl/oe](http://www.pbg.pl/oe) – Oddział Wirtualny, „Bankier” 1998, nr 11.

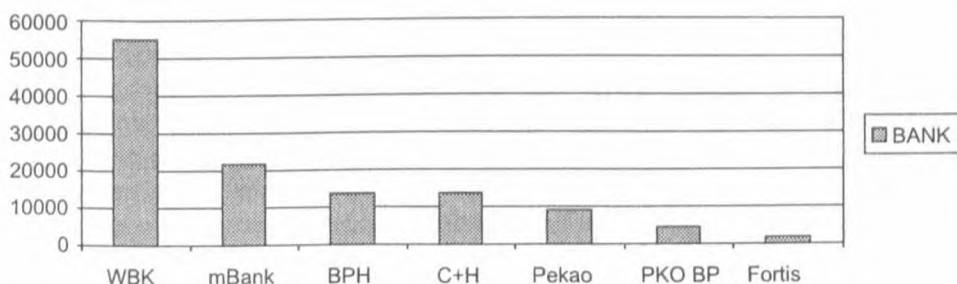
<sup>21</sup> B. Jachowicz, Bank wirtualny, „Lider” 1998, nr 4.

<sup>22</sup> A. J. Grandys, eBusiness – IT w sferze dystrybucji, Katedra Ekonomii i Marketingu, Politechnika Łódzka, Łódź 1999.

jest dla wszystkich klientów banków, bez konieczności zapisania się do osobnego oddziału elektronicznego<sup>23</sup>.

W połowie 1999 r. Internet stał się dodatkowym kanałem dystrybucji w Pierwszym Polsko-Amerykańskim Banku w Krakowie (obecnie Fortis Bank SA). Dzięki temu zarówno klienci indywidualni jak i instytucjonalni mogą wykorzystywać Internet do codziennej obsługi rachunku<sup>24</sup>.

Internet dociera również do banków detalicznych. Bezobsługowe sieci bankowości detalicznej w 1999 r. zaczęły budować Bank Handlowy SA i BIG Bank SA<sup>25</sup>. Ponadto w 2001 r. następujące banki sprzedają swoje usługi przez Internet: Bank Przemysłowo-Handlowy SA, Fortis Bank SA, Handlobank SA, Lukas Bank SA, PBS Sanok SA, PKO BP SA Integrum BGŻ SA, Inteligo Bankgesellschaft Berlin, Kredyt Bank SA, Millenium BIG Bank SA, Bank Zachodni SA. Z kolei banki zapowiadające dostęp internetowy w 2001 r. to: Bank Komunalny SA (w przyszłości Nordea Bank Polska SA), oraz PBK SA<sup>26</sup>, Kredyt Bank SA, Cuprum Bank SA, BISE SA, Raiffeisen Bank Polska SA, Invest Bank SA<sup>27</sup>. Aktualnie kilka banków zapowiada dostęp internetowy do kont osobistych: Bank Pekao SA (Eurokonta oddziałowe w 2002 r.), BWE (bank wirtualny w 2001 r.), Deutsche Bank Polska SA (koniec 2001 r.), Invest Bank SA, LG Petro Bank (bank wirtualny w 2001 r.), Millenium BIG Bank, Multibank (druga bankowość elektroniczna BRE Banku – III kwartał 2001), PBK (po fuzji z BPH) i in.<sup>28</sup>



C + H oznacza CITIBANK i HANDLOBANK

Wykres 1. Ranking banków internetowych według liczby klientów w 2001 r.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: *Dynamiczny Lukas Bank*, „Rzeczpospolita”, 12.04.2001 r.

<sup>23</sup> A. Jaczak, *Ach, pieniądze z Internetu*, „Computerworld” 1999, nr 6.

<sup>24</sup> A. Bielewicz, *Pieniądz na kliknięcie myszy*, „Computerworld” 1999, nr 10.

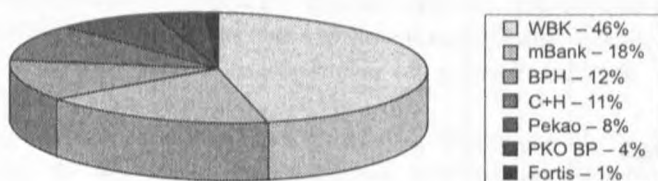
<sup>25</sup> M. Bonarowski, *Technologia w detalu*, „Gazeta Bankowa” 1999, nr 48/527.

<sup>26</sup> *Oferty niektórych banków*, www.ebanking.phg.pl, 04.09.2000.

<sup>27</sup> *Ranking banków elektronicznych*, www.rbc.pl/bankowosc/bankowosc\_internet.html, 2001.05.15.

<sup>28</sup> *Ranking banków elektronicznych*, www.ebanki.px.pl, 2001.05.05.

Wykres 1 przedstawia ranking banków internetowych według liczby klientów, z którego wynika, że na początku 2001 r. najczęściej internautów korzystało z usług WBK SA (55 000 osób), mBank (22 000 osób) oraz BPH SA (13 832 osoby). W marcu 2001 r. liczba wszystkich klientów indywidualnych korzystających z rachunków internetowych w Polsce wynosiła ok. 115 000 osób<sup>29</sup>. Pod względem liczby kont osobistych w Internecie przodują na rynku: WBK SA (46%), mBank (18%) oraz BPH SA (12%). Posiadają one łącznie ponad 3/4 wszystkich elektronicznych kont osobistych (zobacz wykres 2).



C+H oznacza CITIBANK i HANDLOBANK

Wykres 2. Ranking banków elektronicznych pod względem liczby kont osobistych w 2001 r.

Źródło: jak dla wykresu 1.

W tab. 2 przedstawione są wstępne warunki założenia konta internetowego. Niektóre banki żądają miesięcznych wpływów na rachunki. Eliminują w ten sposób tworzenie tzw. martwych kont, na których nie byłoby obrotu. Najbardziej wymagalnym w tym zakresie jest Fortis Bank SA, który żąda wpływów na konto w wysokości co najmniej 3000 zł miesięcznie. Może w ten sposób liczyć wyłącznie na zamożnych klientów. Inne banki nie decydują się na żadne ograniczenia co do wielkości wpływów, bowiem ich strategia polega na pozyskaniu jak największej liczby klientów. Czas udostępnienia produktu internetowego wynosi w większości przypadków tylko 1 dzień, zaś w mBanku i WBK kanał ten jest aktywowany natychmiast po uzyskaniu identyfikatora i hasła dostępu. Analiza kosztów zachęca do korzystania z sieci internetowej (tab. 3). Operacje dokonywane drogą internetową są tańsze niż składane w oddziale banku.

Według Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową za 10 lat Internet stanie się najważniejszym sposobem sprzedaży produktów bankowych. Zdaniem rzecznika prasowego BPH SA za 10 lat można się spodziewać znacznego zmniejszenia liczby placówek bankowych właśnie z powodu powszechności Internetu<sup>30</sup>.

<sup>29</sup> M. Jasiński, <http://www.ebanki.pl>, 2001.05.12.

<sup>30</sup> A. Lach, *Pierwszy wirtualny*, „Gazeta Bankowa” 1998, nr 43, s. 21.

Tabela 3

Opłaty miesięczne w bankach Internetowych (zł)

| Bank                       | Prowa-<br>dzenie<br>konta | Dostęp<br>przez<br>Internet | Wydanie<br>karty | Przelew    |                   |                      |                    |
|----------------------------|---------------------------|-----------------------------|------------------|------------|-------------------|----------------------|--------------------|
|                            |                           |                             |                  | w placówce | przez<br>Internet | na zlecenie<br>stałe | potwier-<br>dzenie |
| Bankgesellschaft<br>Berlin | 0                         | 0                           | 4,5              | 0,99       | 0,99–2,99         | 0,99                 | 5,99               |
| BPH                        | 0–2,5                     | 7                           | 0                | 3,3        | 0                 | X                    | 0                  |
| BSK                        | 1,5–12                    | b.d.                        | 10               | 0          | 0                 | 0                    | 0                  |
| Fortis Bank                | 5                         | 0                           | 50               | 0–3        | 1,5               | 1,5                  | 20 (fax)           |
| Handlobank                 | 7                         | 0                           | 24               | 4          | 1                 | 1                    | 0                  |
| Lukas Bank                 | 2,5                       | b.d.                        | 15               | 0          | 0,5               | 0                    | 0                  |
| mBank                      | 0                         | 0                           | 0                | 0          | 0                 | X                    | 5 (list)           |
| Pekao                      | 1,5–6                     | 2,5                         | 12               | 3          | 1                 | 0,4                  | 5 (list)           |
| PKO BP                     | 9                         | b.d.                        | 10               | 0          | 0                 | 0                    | 2                  |
| Volkswagen Bank            | 0                         | 0                           | 0                | 0          | 0                 | 0                    | b.d.               |
| WBK                        | 3–9                       | 4                           | 0                | 1,5        | 0,5               | X                    | 5                  |

X – dane niemożliwe; b.d. – brak danych.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie [www.ebanki.pl](http://www.ebanki.pl), 2001; *Banki on line – oferty banków*, money.pl. 2001; „Twój Pieniądz” 2001, nr 5, s. 34–38, M. Jasiński, *eBanki*, [www.ebanki.pl](http://www.ebanki.pl), 2001.03.12.

#### 4. OCENA ELEKTRONICZNYCH KANAŁÓW DYSTRYBUCJI USŁUG BANKOWYCH

W celu przedstawienia obiektywnej oceny systemu, należy ukazać jego zalety i wady z punktu widzenia banku i jego klienta. Zainteresowanie wykorzystaniem Internetu w świadczeniu usług bankowych wynika z jego licznych atutów.

##### Korzyści dla klienta:

1. Koszt transakcji internetowej jest około cztery razy niższy od kosztu transakcji telefonicznej oraz dziesięć razy niższy od kosztu transakcji zawieranej w oddziale; dla klientów przeprowadzających dużą liczbę operacji (na zachodzie realizacja typowej transakcji bankowej kosztuje ok. 1 USD – ta sama operacja przeprowadzona drogą elektroniczną kosztuje kilkadziesiąt razy mniej – porównaj z tab. 4).

2. Dokonywanie operacji bankowych bezpośrednio z siedziby firmy – klient ma wygodny i niezależny dostęp do usług przez całą dobę, co umożliwia szybki obrót pieniędzmi bez bezpośrednich kontaktów w banku prowadzącym rachunek.

3. Transakcje przebiegają szybko i dokładnie, co umożliwia lepsze zarządzanie środkami finansowymi (poprzez przyspieszenie transakcji płat-

niczych i przepływu strumieni pieniężnych oraz dzięki kontroli obrotów na rachunku).

4. Stwarza możliwość dostosowania usług do specyficznych potrzeb klienta oraz daje możliwość łatwego łączenia produktów w większe pakiety.

5. Kontrola, szybkie i efektywne zarządzanie zasobami finansowymi firmy – użytkownik w pełni kontroluje przepływ pieniądza oraz ma większe możliwości analityczne, posiada on łatwy dostęp do środków na rachunku i operacjach na nich wykonywanych.

6. Zapewnienie tajności, możliwość korzystania z wielostopniowego systemu zabezpieczeń, co zwiększa bezpieczeństwo dokonywanych operacji.

7. Internetowe usługi bankowe cechuje oszczędność czasu, co pozwala na uzyskanie dodatkowych oszczędności w postaci odsetek od środków pozostawionych na rachunku.

8. Niektóre banki tworzą sieć numerów dostępowych w największych miastach, aby zniwelować koszty połączeń międzymiastowych.

#### **Niedogodności dla klienta:**

1. Samodzielne wprowadzanie danych.

2. Ponoszenie kosztów zakupu sprzętu komputerowego, modemu, programu i ich instalacji.

3. Możliwość powstania sporu między bankiem (zobowiązanie do dokonywania transakcji).

#### **Korzyści dla banku:**

1. Korzystają z niego atrakcyjne segmenty klientów – klienci pierwszego banku w Internecie Security First Network Bank to głównie młodzi ludzie, zamieszkali w dużych miastach. Są otwarci na innowacje techniczne i technologiczne, przeważają wśród nich osoby często podróżujące w interesach, personel wojskowy i studenci. Są dobrze wykształceni, zamożni, dysponują znacznymi nadwyżkami finansowymi. Ich oczekiwania wobec banku można określić krótko: efektywność i nieprzerwany dostęp do usług, powiązany z ich wysoką jakością<sup>31</sup>.

Z punktu widzenia rynku finansowego, bardzo istotną informacją jest to, że wśród użytkowników Internetu wyróżniają się osoby z wykształceniem wyższym (w tym 46% ma dostęp do sieci), menedżerowie (według badań 54% ma dostęp do Internetu), przedstawiciele wolnych zawodów (46%), biznesmeni (30%) oraz studenci i uczniowie. Są to osoby, które zarabiają więcej niż przeciętni klienci banków lub mają szansę dołączyć do tej grupy i są otwarci na innowacje techniczne – czyli młodzież<sup>32</sup>.

<sup>31</sup> J. Harasim, *Nowe tendencje w dystrybucji usług bankowych*, „Bank i Kredyt” 1997, nr 12, s. 77.

<sup>32</sup> *Ranking banków elektronicznych*, [www.rbe.pl](http://www.rbe.pl), 2001.

2. Ułatwia ekspansję na nowe terytoria, także poza krajem macierzystym i nie wymaga tworzenia kosztownej infrastruktury.

3. Dzięki wystandaryzowanej technologii pozwala na skrócenie okresu wprowadzania nowych produktów i usług.

4. Dodatkowe prowizje za instalację systemu, abonamenty miesięczne.

5. Prowizje za usługi, z których klienci dotychczas nie korzystali.

6. Zmniejszenie kosztów personalnych w bankach, minimalna pracochłonność, a w przypadku wielu klientów redukcja zatrudnienia pracowników na hali operacyjnej. Koszty obsługi klienta przez Internet są dużo niższe od kosztów związanych z obsługą w placówce tradycyjnej, a wiąże się to z nietrwałością usług i brakiem kosztów materiałowych, co oznacza oszczędność pieniędzy<sup>33</sup> – w Polsce szacuje się, że oszczędności uzyskane dzięki powstaniu nowych kanałów kontaktu, mogą osiągnąć nawet 40% całkowitego kosztu obsługi klienta przy wykorzystaniu tradycyjnych metod komunikacji<sup>34</sup>. Analiza informacji zawartych w tab. 4 wskazuje, że koszty operacji dokonywanych za pomocą Internetu są dużo niższe od kosztów operacji dokonywanych w sposób tradycyjny, a nawet poprzez bankomaty i telefonicznie.

Również koszt uruchomienia placówki oddziału internetowego jest relatywnie niski. Zgodnie z szacunkami amerykańskich pionierów, technika ta stukrotnie zmniejsza koszty dokonywania transakcji bankowych. Tak więc sięgający około pół miliona koszt budowy systemu, powinien się zwrócić w krótkim czasie<sup>35</sup>.

Tabela 4

Koszt operacji bankowych dokonywanych za pomocą różnych kanałów dystrybucji

| Kanał dystrybucji                           | Koszt operacji bankowych (USD) |
|---------------------------------------------|--------------------------------|
| Tradycyjna operacja bankowa                 | 1,07                           |
| Operacja dokonywana za pomocą telefonu      | 0,54                           |
| Operacja dokonywana za pomocą bankomatu     | 0,27                           |
| Operacja dokonywana za pomocą home bankingu | 0,015                          |
| Operacja dokonywana za pomocą internetu     | 0,01                           |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: J. Pobierajło, *Bankowość elektroniczna*, „Bank” 1999, nr 5, s. 51.

<sup>33</sup> J. Stryczyński, T. Zarzycki, *Bank ery gospodarki elektronicznej*, „Bank” 2000, nr 9, s. 59.

<sup>34</sup> T. Porębska-Miąc, *Bankowość elektroniczna jako element e-biznesu*, „Bank” 2000, nr 9, s. 98.

<sup>35</sup> B. Jachowicz, *Bank...*

Wykorzystanie Internetu przez Fortis Bank przede wszystkim pozwoliło zwiększyć mu wielkość depozytów z 1,8 do 3 mld zł (w 1999 r.). Koszty systemu internetowego wyniosły tu 1 mln zł. Uzyskanie tego samego przyrostu wielkości depozytów możliwe byłoby przy budowie 10 tradycyjnych oddziałów za kwotę 10 mln zł<sup>36</sup>.

#### **Niedogodności dla banku:**

1. Problemy natury technicznej, czyli słabe wyposażenie klienta w sprzęt, zły jakości i niestabilne łącza telekomunikacyjne – problem ten dotyczy wielu obszarów kraju, szczególnie zaś pasa wschodniego i południowego.

2. Niebezpieczeństwo wykonywania transakcji przez osobę nieuprawnioną.

3. Obawa klientów o środki pieniężne zgromadzone na rachunku i niska „kultura informatyczna” klientów – w Polsce wciąż panuje brak zaufania do przekazu elektronicznego, a brak wyobraźni technicznej oraz lęk przed nowościami stanowią trudną do przebrnięcia barierę.

Po kilku latach działania banków internetowych można stwierdzić, że na pewno banki te charakteryzują się niższym poziomem kosztów transakcyjnych, ale niską rentownością. Wynika to przede wszystkim z następujących powodów:

- obok niskich kosztów transakcyjnych działalność ich charakteryzują wysokie koszty marketingowe oraz koszty wdrożenia technologii,

- pozyskują one depozyty od klientów po wyższym koszcie niż tradycyjne instytucje bankowe,

- na ogół nie odnoszą one sukcesów na rynku kredytowym, dlatego drogo pozyskane depozyty inwestują w aktywa charakteryzujące się niskim poziomem rentowności.

Mimo wszystkich zalet i korzyści klienci dość niechętnie i ostrożnie podchodzą do oferowanej przez bank nowej usługi. W wielu przedsiębiorstwach państwowych i budżetowych opór ten jest szczególnie silny. Wszelkie próby choćby testowej instalacji systemu są hamowane pod pretekstem: braku sprzętu, względami bezpieczeństwa lub paradoksalnie – wzrostem kosztów. W wielu takich przypadkach bank dostarcza i instaluje własny sprzęt, przeprowadza szkolenia, rezygnuje z opłat instalacyjnych. Zaś rzeczywistymi problemami nie są ani brak odpowiednich zabezpieczeń, ani wysoki koszt. Przeszkód można raczej upatrywać w podejściu przyszłych użytkowników.

Usługi bankowości elektronicznej są stosunkowo tanie, zwłaszcza w porównaniu z kosztami analogicznych usług w oddziałach banków. Powodem tego jest fakt, iż utrzymanie oddziałów internetowych kosztuje znacznie mniej niż utrzymanie oddziałów tradycyjnych. Opłaty za prowadzenie rachunków

<sup>36</sup> P. Doliniak, *Nadchodzi epoka e-bankingu*, „Bank, Prawo i Gospodarka” 2000, nr 3.

internetowych jak również prowizje banków nie są wysokie. Z poważniejszym wydatkiem łączy się jedynie użytkowanie tokena, jeśli bank stosuje tego typu zabezpieczenie. Jednak o ile same usługi są tanie, to zupełnie inaczej wygląda kwestia opłat za połączenia internetowe. Połączenie się z bankiem za pomocą modemu znacznie podraża koszty obsługi rachunku internetowego. Z kolei instalacja stałego łącza jest dobrym wyjściem dla osób spędzających w sieci dużo czasu. Ze względu bowiem na wciąż wysokie abonamenty, jest to nieopłacalna inwestycja dla osób łączących się z siecią jedynie w celach dokonania operacji bankowych<sup>37</sup>.

Zdaniem polskich analityków bankowych, na drodze do sukcesu upowszechniania internetowych usług finansowych stoją przede wszystkim:

- niechęć do sprzedaży drogą elektroniczną;
- niewielka popularność sieci – dostęp do PC ma ok. 20% gospodarstw domowych<sup>38</sup>;
- zaledwie 2–6% populacji ma dostęp do Internetu (dla porównania w Wielkiej Brytanii z Internetu korzysta 15% osób, a w Stanach Zjednoczonych 36% ludności to internauci)<sup>39</sup>;
- drogi dostęp do infrastruktury sieciowej (3,5 razy droższy niż w USA) i kosztowne komputery;
- brak wystarczających regulacji prawnych gwarantujących bezpieczeństwo elektronicznego obrotu.

#### PODSUMOWANIE

Wygoda klientów, wymogi konkurencji i trendy światowe – to na pewno wystarczające powody, by potraktować Internet jako niezbędny kanał dystrybucji usług bankowych oraz kontaktów z klientami i partnerami banku. Banki elektroniczne działają od niedawna i trudno jest jeszcze powiedzieć, czy uda im się pozyskać akceptację głównej części klienteli banków tradycyjnych. Dziś w Internecie funkcjonuje wiele portali, które pozwalają wybrać klientom z oferty kilkudziesięciu dostawców różne typy produktów, włącznie z kredytami hipotecznymi, usługami ubezpieczeniowymi i kartami kredytowymi. Wymagania związane z zapewnieniem kompleksowości obsługi bank może rozwiązać poprzez wchodzenie w alianse strategiczne z innymi uczestnikami rynku, którzy dodadzą do ofert banków innowacyjne elementy.

<sup>37</sup> G. Stanisławski, *Okiem Eksperta*, [www.money.pl](http://www.money.pl), 2001.05.05.

<sup>38</sup> *Biznes marzeń*, „Gazeta Bankowa”, 15–21 maja 1999, s. 38.

<sup>39</sup> A. Myczkowska, *Rynek czekają zmiany*, „Rzeczpospolita”, 14.12.2000 r., s. E5.

Na pewno przez pewien czas banki tradycyjne i internetowe będą obok siebie funkcjonować, walcząc między sobą o klientów. Głównym celem ich wyścigu staną się przede wszystkim ludzie młodzi, gdyż to oni są czołowymi odbiorcami usług elektronicznych. Klientów sektora bankowego będzie można zatem podzielić na: konserwatystów preferujących osobistą wizytę w tradycyjnych placówkach banków i nowatorów – entuzjastów korzystających z nowoczesnych rozwiązań. Banki będą musiały więc być obecne fizycznie (na ile będzie to konieczne) i wirtualne (na ile będzie to możliwe).

Zarówno klienci indywidualni, jak i instytucjonalni będą w coraz większym stopniu korzystać z bankowości elektronicznej. Łatwość kontaktu, oszczędność czasu, szybkość dokonywania operacji, ale przede wszystkim niskie opłaty za usługi pośredniczące i wysokie oprocentowanie środków to podstawowe atuty tego kanału dystrybucji usług bankowych. Bankowość elektroniczna w Polsce ma duży potencjał rozwoju wraz ze wzrostem liczby użytkowników Internetu.

*Agnieszka Czajkowska-Hamdi*

**ADJUSTMENT OF DISTRIBUTION CHANNELS OF BANK'S SERVICES  
IN POLAND TO THE COMPETITION OF BANKS OF THE EUROPEAN UNION  
ON THE EXAMPLE OF INTERNET**

Internet is the system of electronic connections between a company (or an individual client) and a bank. It enables such services like: order to pay, order to collect, bank transfer, reviewing in the balance of an account, which improves management of the corporate finance. Moreover, the electronic bank's systems give possibilities of quick access to different financial information. The article presents the list of services accessible in Internet as well as disadvantages and advantages of the system. Furthermore there are performed examples of the services and costs of the systems offered in Poland.