

HOME BANKING I INTERNET BANKING JAKO NOWE PRODUKTY BANKOWE W POLSCE

Urszula GOŁASZEWSKA-KACZAN

1. Wstęp

Postępujący proces globalizacji zaostrza konkurencję na każdym polu, w tym także w ramach działalności bankowej. Powoduje to konieczność dostosowywania się wszystkich podmiotów działających w tym sektorze do nowych warunków i odpowiedzi na wyzwania, jakie stawia nowa sytuacja.

W ramach działalności bankowej walka z konkurencją nie może się jednak ograniczać tylko do zdobywania klientów poprzez stosowanie korzystniejszego oprocentowania czy niższych prowizji. Chcąc sprostać wymogom globalnego rynku banki muszą nastawić się na działalność innowacyjną. Poprzez innowacje bankowe rozumieć należy działania organizacyjne i techniczne, polegające na wprowadzaniu nowych produktów bankowych, zmian organizacyjnych oraz nowoczesnej techniki i technologii. [1, s.9]

Przyszły model polskiego systemu bankowego i jego integracja z bankowością europejską wymuszają także na polskich bankach działania innowacyjne. Celem niniejszego opracowania jest krótkie przedstawienie dwóch innowacji produktowych zaproponowanych przez banki polskie na przestrzeni ostatnich lat - home banking i internet banking. Z racji na ich nowość brak jest jeszcze dokładnych informacji na ich temat, jednak pewne tendencje są już możliwe do zaobserwowania.

2. Charakterystyka home banking i internet banking

Bankowość elektroniczna to forma usług oferowanych przez banki, polegająca na umożliwieniu klientowi dostępu do rachunku za pośrednictwem komputera bądź innego urządzenia elektronicznego i łącza telekomunikacyjnego. Następuje tutaj zastąpienie bezpośredniego kontaktu klienta z pracownikiem banku - kontaktem z maszyną.

W ramach tej grupy usług można wyróżnić: [2, s.74]

- użycie lub wykorzystanie bankomatów (*kiosk* lub *self-banking*),
- wykorzystanie łączności telefonicznej do kontaktów z bankiem i składania zleceń płatniczych i inwestycyjnych,
- zastosowanie komputera i dostarczonego przez bank oprogramowania (*home banking*) lub powszechnie dostępnych sieci (*internet banking*) do korzystania z oferty banku.

Z racji na cel pracy dwie pierwsze usługi zostaną w tym miejscu pominięte.

Home banking to możliwość korzystania przez klienta z zasobów systemu informatycznego banku przy wykorzystaniu systemu informatycznego klienta. Klient otrzymuje połączony z bankiem terminal z ekranem telewizyjnym, który umożliwia mu wydawanie poleceń bankowi przez całą dobę. [3, s.230]

Aby klient mógł skorzystać z usług typu home banking musi posiadać system informatyczny, system oprogramowania obsługujący dostęp do zasobów

informatycznych banku, dostęp do medium komunikacyjnego, chociaż często wystarcza posiadania modemu lub linii telefonicznej. [4, s.56]

Usługi home banking umożliwiają nawiązanie przez klienta w czasie rzeczywistym połączenia z oddziałem prowadzącym jego rachunek bieżący (pomocniczy, depozytowy, kredytowy). Można dzięki nim realizować polecenia przelewu z własnego rachunku, założyć lub zlikwidować rachunek lokaty terminowej, w dowolnym czasie uzyskać informacje o wysokości salda na rachunku, nowych produktach, a także przesłać dowolne informacje do i z banku za pomocą poczty elektronicznej.

Home banking doczekał się już różnorodnych klasyfikacji. I tak właśnie ze względu na rodzaj dopuszczalnych operacji wykonywanych przez klienta mówić można o usługach home banking pasywnych (biernych), gdy proces zleceń może jedynie czytać dane zawarte w systemie informatycznym banku oraz usługi aktywne, gdy proces zleceń może dokonywać za pośrednictwem procesu realizacji zapisów w systemie informatycznym banku. Innym podziałem usług home bankingu jest podział ze względu na tryb składania zleceń i proces realizacji usługi. W tym przypadku możemy mówić o usługach on-line, gdy procesy realizacji i zleceń dają klientowi dane możliwie najaktualniejsze i wykonują polecenia natychmiastowo oraz o usługach off-line, gdy proces realizacji nie podaje najaktualniejszych danych. [4, s.56-57]

W 1999 r. 40 działających w Polsce banków miało w swojej ofercie usługi z zakresu home banking, z usług tych korzystało 17 tys. firm. Liderem na rynku był Bank Rozwoju Eksportu S.A., licznym gronem klientów mogły się także poszczycić Bank Handlowy w Warszawie S.A., Bank Śląski S.A., Citibank oraz BIG Bank Gdański S.A. [2, s.75-76]

Internet w bankowości może być wykorzystywany na dwa sposoby. Może być po pierwsze traktowany wyłącznie jako medium komunikacyjne pomiędzy klientem a bankiem. Na komputerze instalowane jest oprogramowanie banku, które umożliwia dostęp do rachunku. Rozwiązanie to wiąże klienta z konkretnym stanowiskiem komputerowym. Z Internetu można też korzystać bez konieczności przywiązywania klienta do konkretnego komputera, poprzez identyfikację klienta przez podpis elektroniczny czy odpowiedni system identyfikacyjny.

Obecnie w Polsce usługi internet banking oferują m.in. Bank PeKaO S.A., Bank Przemysłowo-Handlowy, Wielkopolski Bank Kredytowy, Lukas Bank, Handlobank. Natomiast np. Kredyt Bank, Millennium, PKO BP S.A. planują w najbliższym czasie ich uruchomienie. [5, s.98]

Pionierem na tym polu był bank PeKaO S.A., który w 1998 roku jako pierwszy w Polsce i jeden z pierwszych w Europie Środkowej i Wschodniej uruchomił wirtualny oddział bankowy w internecie - TELEPEKAO 24. Oferuje on osobom fizycznym założenie konta osobistego Eurokonto WWW, w ramach którego świadczona jest większość usług bankowych związanych z funkcjonowaniem klasycznego rachunku. Z oferty TELEPEKAO korzysta ponad 7 tys. klientów, dziennie wpływa kilkadziesiąt wniosków o otwarcie Eurokonta WWW. Największą popularnością cieszą się przelewy i sprawdzanie salda rachunku. [6, s.18-19]

Inne rozwiązanie wybrały np. PBH i WBK. Zdecydowały się one na obsługę przez internet już istniejących rachunków, zapewniając na początek podstawowe operacje i prowadząc systematycznie ich rozbudowę. W ramach usługi PBH można przejrzeć historię rachunku z dwóch miesięcy, jego saldo, dostępne środki, dokonać przelewu na inne rachunki w bankach krajowych, zlecić wydanie książeczki czekowej, zastrzec zgubione чеки. Od listopada 1999 roku, kiedy to oferta została udostępniona, zainteresowała już 6 tys. klientów. [6, s.19]

WBK rozpoczął świadczenia usług internetowych we wrześniu 1999 roku. Początkowo były to tylko usługi pasywne, a od czerwca 2000, są to również usługi aktywne. Liczba zainteresowanych tą usługą przekroczyła 11 tys. i stale rośnie. [6, s.20]

Usługi oferowane przez polskie banki w ramach internet banking przedstawia Tab.1.

Banki oferujące powyższe usługi zapewniają, że klient nie musi się martwić o bezpieczeństwo swego konta i prowadzonych operacji. Praktycznie włamanie do konta jest niemożliwe. Poufność zapewnia szyfrowanie danych, użycie technologii SSL, klucza publicznego i prywatnego lub tokenu (który pozwala na stosowanie za każdym razem innej kombinacji cyfr, będącej elektronicznym podpisem klienta. [7, s.132]

Systemy bezpieczeństwa stosowane w polskich bankach przedstawia Tab.1.

3. Przyszłość home banking i internet banking

Specjaliści próbują odpowiedzieć na pytanie jaka jest przyszłość usług home banking i internet banking. W tym celu ważne jest rozpoznanie obecnej sytuacji w zakresie wykorzystywania tych usług i stosunku do nich klientów. Taką próbą oceny były badania przeprowadzone przez Fundację Edukacji i Badań Bankowych, które oceniały bariery stojące przed rozwojem tych form usług.

Wyniki badań pokazały m.in., iż do współpracy z bankiem przez łącze komputerowe ma zaufanie (rozumiane jako przekonanie klienta, że jego polecenia są wykonywane zgodnie z jego dyspozycjami) 48% badanych osób, zaś do internetu 36% badanych. Poczucie bezpieczeństwa (przekonanie, że nikt nieupoważniony nie dokona operacji na rachunku klienta) ma przy tym w stosunku do komputera 48% badanych (brak danych o internecie).

Rozpatrując szanse rozwoju usług home banking i internet banking nie można nie zwrócić uwagi na poziom dostępności badanych do niezbędnych urządzeń. Jak pokazały badania tylko 34% ankietowanych miało dostęp do komputera, 16% do internetu. Poziom dostępności nie jest przy tym równoznaczny z umiejętnością posłużenia się tymi instrumentami.[8, s. 47]

Autorzy badań wyodrębnili również barierę nazwaną barierą przywiązania, związaną z chęcią bycia zauważonym, chęcią bezpośrednich kontaktów z przedstawicielem banku. Prowadząc badania w segmencie przedsiębiorstw zauważyli, iż istnieje dodatnia korelacja pomiędzy wielkością firmy, a stopniem preferowania wykorzystania komputera i internetu. Za bezpośrednim kontaktem z bankiem (wizyty w banku) wypowiedziało się bowiem 62% badanych firm dużych, 76% średnich i aż 85% małych. [8, s.47-49]

Jednocześnie połączeniem komputerowym było także zainteresowanych prawie 14% firm dużych, 27% średnich i 61% małych, zaś wykorzystaniem internetu w kontakcie z bankiem - ponad 5% firm dużych, prawie 9% średnich i 17% małych. [9, s.31]

Dość tutaj można, iż usługa home banking uzyskała wśród badanych firm bardzo wysokie oceny - średnia ocena wśród firm dużych wynosiła 4,16, wśród średnich 4,27, a wśród małych 4,26 (brak ocen dotyczących internetu). [9, s.32]

Jednocześnie 60% badanych nie jest zainteresowana zakupem urządzeń niezbędnych do korzystania z omawianych usług. Natomiast wysokość opłat pobieranych przez banki za świadczone usługi nie ma wpływu na korzystanie z tej formy współpracy dla 35-45% przedsiębiorstw.

Na podstawie powyższych wyników autorzy omawianych badań twierdzą, iż home banking i internet banking, jako formy bankowości elektronicznej mają duże szanse

rozwoju. Banki nie mogą jednak ograniczać swojej działalności do informacji o produktach, lecz muszą spełniać także rolę nauczyciela i przewodnika w stosunku do klienta, który nie zna jeszcze najnowszych trendów . [8, s.50]

Podobnego zdania są fachowcy - ludzie praktyki. Przykładowo zdaniem A.Lesza, prezesa zarządu Softbanku, szczególnie dwa czynniki umożliwiają dynamiczny rozwój informatyki bankowej. Są to: zwiększone zainteresowanie klientem detalicznym oraz tendencja do obniżania kosztów. Koszt obsługi klienta w klasycznym oddziale bankowym jest ponad dziesięciokrotnie wyższy niż obsługa np. przez internet. Dlatego banki powinny zwracać większą uwagę na budowanie systemów zdalnego dostępu do oferty: produktów z zakresu home banking oraz rozwijać ofertę dostępną za pośrednictwem internetu. [10, s.25]

Ogrodnik, dyrektor zarządzający obszarem wspomagającym na temat bankowości elektronicznej w PBK, twierdzi, iż najbliższe lata należeć będą do nowoczesnych technologii. Czas to pieniądź i klienci nie chcą tracić go na uzyskiwanie informacji o swoich pieniądzach. W ramach home banking, czy korzystając z internetu, klient może bez ruszania się z domu przeprowadzać transakcje elektroniczne. [11, s.11]

4. Zakończenie

Dalszy rozwój usług home banking i internet banking wydaje się być nieunikniony. Jest to bowiem odpowiedź na potrzeby klientów jak i na działania konkurencji. Brak takich usług w ofercie banku stawia go już teraz na gorszej pozycji. Przyjąć bowiem należy, iż wraz z rozwojem nowoczesnej techniki i technologii, zwiększy się zarówno dostępność do mediów komunikacyjnych, jak i poziom umiejętności korzystania z nich. A to spowoduje dalszy wzrost zapotrzebowania na analizowane usługi.

Literatura

1. Z.Krzyżkiewicz, Innowacje bankowe, Wyższa Szkoła Ubezpieczeń i Bankowości w Warszawie, Warszawa 1996.
2. K.Jackowicz, Nowe kanały dystrybucji produktów bankowych a wybrane problemy zarządzania bankiem, w: "Bank i Kredyt" 2000, Nr1.
3. Z.Krzyżkiewicz, W.L.Jaworski, M.Puławski, Leksykon bankowo-giełdowy, Poltext, Warszawa 1998, s.230.
4. P.Żuk, Home banking - nowa metoda walki o klienta, w: "Bank" 1997, Nr6.
5. T.Porębska-Miąc, Bankowość elektroniczna jako element e-biznesu, w: "Bank", 2000, Nr9.
6. J.Kuźmierz, Pilot lub klawiatura, w: "Bank" 2000, Nr6.
7. Zawsze i wszędzie, w: "PC World Komputer" 2000, Nr3.
8. P.Karpiński, Szanse bankowości elektronicznej, w: "Bank" 2000, Nr20.
9. P.Karpiński, Bankowość elektroniczna, w: "Bank" 2000, Nr9.
10. Bankowość elektroniczna i outsourcing, w: "Bank" 2000, Nr9.
11. Prowokacje, w: "Bank" 2000, Nr8.
12. A.Borowski, Kasa w Sieci, w:"CHIP" 2000, Nr 10.

Dr Urszula **GOŁASZEWSKA KACZAN**

Wydział Ekonomiczny

Uniwersytet w Białymstoku

Dr Urszula GOŁASZEWSKA KACZAN
Wydział Ekonomiczny
Uniwersytet w Białymstoku

TABELA 1

Usługi oferowane przez polskie banki w ramach internet banking i stosowane systemy zabezpieczeń

BANK	Fortis Bank	Handlobank	Lukas Bank	Bank PeKaO	BPH	WBK	Citibank
Usługa	Pl.@netmailto :PI@net	HandloNET	LUKAS e-Bank	TELE- PEKAO24	BPH Sez@am	WBKonline	CitiDirect
Witryna WWW	www.fortis.ba nk.pl.	www.handlob ank.pl.	www.lucas. pl	www.pekao.co m.pl.	www.bph.pl.	www.wbk.pl.	www.citiban k.pl.
Dostępne operacje							
Składanie wniosku o dostęp do sieci	X	0	X	X	X	0	niepotrzebne
Wgląd w stan rachunku*	X	X	X	X	X	X	X
Otwarcie nowego rachunku	0	X	X	0	X	X	X
Historia operacji*	X	X	X	X	X	X	X
Przelew na inny rachunek*	X	X	X	X	X	X	X
Przelew na ZUS	wkrótce	0	0	X	0	X	X
Zakładanie/zrywanie zleceń stałych*	X	X	od X 2000	X	0	0	X
Zakładanie/zrywanie lokat*	X	X	X	X	X	X	X
Definiowanie listy odbiorców*	X	0	X	X	X	X	X
Wnioski o karty płatnicze/czeki*	X	0	X	X	X	0	X
Zastrzeganie kart płatniczych/czeków	0	0	X	0	tylko czeki	0	0
Korespondencja z bankiem*	X	X	0	X	X	tylko e-mail	X
Bezpieczeństwo							
Token	0	0	X	X	0	X	0
Protokół SSL/SGC	X	X	X	X	X	tylko SSL	X
Zmiana hasła*	X	X	telefon	X	X	X	X

*usługi standardowe; x - jest, 0 - brak Źródło: [12, s.193]