

OPERATORZY TELEFONII KOMÓRKOWEJ -KONKURENCJA DLA BANKÓW

MARTA WIERZCHOWSKA

STUDENTKA SZKOŁY GŁÓWNEJ HANDLOWEJ W WARSZAWIE



CZERWIEC 2015



❖ Spis treści

❖ Wstęp	3
❖ ROZDZIAŁ 1. Istota, koncepcja i geneza płatności mobilnych	4
1.1. Definicja bankowości mobilnej.....	4
1.2. Czynniki wpływające na zapotrzebowanie na płatności mobilne	4
1.2.1. Rozwój telefonii komórkowej w Kenii.....	5
1.3. Narodziny bankowości mobilnej, czyli sukces operatora komórkowego Safaricom	8
1.4. System M-Pesa - przykład samowystarczalności operatora komórkowego w systemie bankowym.....	9
1.5. Reakcja banków w krajach wysokorozwiniętych na afrykańską innowację.....	10
❖ ROZDZIAŁ 2. Sytuacja na rynku bankowymw Polsce	12
2.1 Charakterystyka bankowości mobilnej w Polsce.....	12
2.2 Fuzje banków z telekomami - przykład zwiększenia swojej konkurencyjności poprzez łączenie usług.....	13
2.3 Bank Smart - przykład zwiększenia swojej konkurencyjności poprzez innowacje	16
2.4 Polski Standard Płatności – bankowa koalicja.....	17
2.5 System NFC – wzrost znaczenia telekomów w bankowości	18
2.6 Zmiana rozkładu sił na rynku bankowym, czyli narodziny systemu HCE.....	19
❖ Podsumowanie.....	21
❖ Bibliografia	23

❖ Wstęp

W poniższej pracy chciałabym zaprezentować znaczenie operatorów telefonii komórkowej w bankowości oraz konkurencję jaką stanowią na rynku bankowym. W tym celu niezbędne jest zapoznanie się z genezą usług mobilnych w bankowości, a także zbadanie kierunków rozwoju tego sektora. Jest to szczególnie interesujące zjawisko, gdyż mało kto spodziewał się, że wynalazek pochodzący z Afryki rozpowszechni się na tak dużą skalę oraz przybierze tak zróżnicowane formy. Co więcej, świadczenie usług bankowych przez telefony komórkowe to dziedzina, w której stale wprowadzane są nowe rozwiązania i konkurowanie na tym polu pozwala na generowanie wysokich zysków.

Usługi mobilne stanowią unikalny obszar bankowości, co potwierdza stosunkowo odmienna strategia działania, kultura oraz zróżnicowana grupa użytkowników. Głównie zwrócę uwagę na koncepcję świadczenia usług mobilnych, która przybiera inną formę w poszczególnych państwach, gdyż z powodu różnorodnych oraz stale zmieniających się potrzeb klientów, a także z chęci trafienia do większej ilości odbiorców, bankowość realizowana poprzez telefony komórkowe charakteryzuje się wysoką innowacyjnością i konkurencyjnością.

W szczególności chciałabym się skupić na sytuacji na polskim rynku bankowym, gdyż możemy zaobserwować narastającą konkurencję poprzez wprowadzanie nowych produktów i usług oraz różnorodnych form ich dystrybucji. W ostatnim czasie w Polsce widoczny jest także trend nawiązywania współpracy przez banki i operatorów telefonii komórkowych, a także tworzenie koalicji między podmiotami bankowymi. W swoim referacie duży nacisk kładę na motywy oraz istotę owej kooperacji w celu odpowiedzenia na pytanie, w jakim kierunku zmierza rozwój usług mobilnych oraz jak przedstawia się rozkład sił na rynku bankowym w Polsce.

Głównym tematem rozważań jest następująca kwestia: czy operatorzy telefonii komórkowej stanowią konkurencję dla banków czy bardziej trafnym określeniem w tym przypadku jest współpraca na zasadzie synergii?

❖ ROZDZIAŁ 1. Istota, koncepcja i geneza płatności mobilnych

1.1. Definicja bankowości mobilnej

Bankowość mobilna (m-banking) to podkategoria bankowości elektronicznej (zdalnej), która określa korzystanie z systemu bankowego przy użyciu telefonu komórkowego. Bankowość mobilna umożliwia dokonywanie określonych operacji, które można podzielić na pasywne oraz aktywne.

Operacje pasywne to takie, które dostarczają klientowi wyłącznie informacji powiązanych z dotychczasowym wykorzystaniem usług bankowych, np. sprawdzenie salda konta bądź historii płatności. Operacje aktywne zaś obejmują ofertę banków, z której użytkownik może skorzystać poprzez telefon komórkowy, czyli między innymi wykonanie przelewu, zaciągnięcie pożyczki, a nawet założenie lokaty.

Bankowość mobilna ma dwie podstawowe zalety: oszczędność czasu oraz dowolność miejsca korzystania z usług bankowych. Co więcej, koszty ponoszone przez klienta, a także bank są znacznie niższe.¹

1.2. Czynniki wpływające na zapotrzebowanie na płatności mobilne

Jak powiada stare przysłowie: „potrzeba jest matką wynalazków” i sprawdza się ono również w przypadku powstania bankowości mobilnej. Co ciekawe, to nie zamożne państwa wyszły z inicjatywą wykorzystania telefonów komórkowych przy transferach pieniężnych, ale afrykański kraj – Kenia.

¹ Definicja na podstawie: <http://www.czasnafinanse.pl/produkty-finansowe/konta/artykuly/bankowosc-mobilna#ixzz3ZX7EYVKz>, dostęp: 24.04.2015r.

U podstaw sukcesu usług mobilnych w tym państwie leży niedorozwój tradycyjnego systemu bankowego. Na początku XXI wieku Kenijczycy nie mieli dostępu do podstawowych usług świadczonych przez tradycyjny bank, co wynika z następujących danych: Kenia to kraj o powierzchni 583 tys. *km*², który zamieszkuje 44,3 miliony ludzi, w 2001 roku znajdowało się tam jedynie 1000 placówek bankowych, zlokalizowanych głównie w dużych miastach, natomiast bankomaty były jeszcze rzadziej spotykane.² Ta sytuacja sprawiła, że ludność wiejska została całkowicie wykluczona z systemu bankowego, a popularność usług świadczonych przez bank spadała. Dlatego w 2006 roku, rachunek bankowy posiadało zaledwie 15% społeczeństwa tego kraju.³

Jednakże zapotrzebowanie na transfer pieniędzy między osobami prywatnymi, przedsiębiorstwami oraz gospodarstwami domowymi rosło. W przypadku Kenii możemy zaobserwować zjawisko emigracji niektórych członków rodziny w celach ekonomicznych, co dodatkowo podkreśla wysoki popyt na bezpieczne usługi bankowe. Niestety Kenijczycy byli zmuszeni do korzystania z kosztownych usług kurierów, poczty bądź firm, które zawodowo zajmowały się przekazywaniem pieniędzy (np. Western Union czy Money Gram).⁴ Wszystkie powyższe możliwości były jak najbardziej dostępne, jednak zaufanie ludności do owych form transferu pieniężnego było znacznie ograniczone ze względu na wysoki stopień przestępczości w Kenii.

1.2.1. Rozwój telefonii komórkowej w Kenii

Kenia nie jest z pewnością krajem kojarzonym z postępem technologicznym oraz wszechobecnym bogactwem, dlatego zaskakujący dla nas jest fakt, że to właśnie to ubogie

² Wszystkie dane: <http://www.knbs.or.ke/>, dostęp: 04.04.2015r.

³ <http://www.wspolczesnagospodarka.pl/?p=670>, artykuł „Kenia – światowy lider w płatnościach mobilnych”, Eugeniusz Gostomski, Tomasz Michałowski, dostęp: 05.04.2015r.

⁴ <http://www.wspolczesnagospodarka.pl/?p=670>, artykuł „Kenia – światowy lider w płatnościach mobilnych”, Eugeniusz Gostomski, Tomasz Michałowski, dostęp: 05.04.2015r.

afrykańskie państwo stanowi kolebkę bankowości mobilnej, na której wzorują się wysokorozwinięte państwa.

Cały sekret sukcesu usług mobilnych w tym kraju tkwi w skali rozpowszechnienia telefonów komórkowych w porównaniu z komputerami. Internet stanowi dobro luksusowe w krajach ubogich, natomiast komórki stały się ogólnodostępne w przeciągu ostatniego dziesięciolecia. Telefony pełnią rolę tańszego substytutu infrastruktury transportowej, która jak wiadomo jest słabo rozwinięta na znacznej części terytorium kontynentu afrykańskiego. Kenijczycy dzięki sieciom komórkowym mają możliwość komunikacji z rodziną, a także wymiany informacji na temat rynku pracy oraz warunków handlowych.

Rozwój telefonii komórkowej jest szczególnie widoczny od początku bieżącego wieku. W latach 2000-2013 ilość komórek w Kenii zwiększyła się ok. 250 razy i obecnie wynosi 31,8 mln sztuk, co stanowi 72 telefony na 100 mieszkańców.⁵ Jak można zauważyć użytkownicy owej technologii to zdecydowana większość społeczeństwa tego kraju. W dodatku, z badań London School of Business wynika, że jest to korzystne gospodarczo zjawisko, gdyż każde dodatkowe 10 telefonów komórkowych przypadających na 100 mieszkańców w krajach rozwijających prowadzi do wzrostu PKB o 0,6-1,2p.p.⁶

W przeciwieństwie do kenijskiego systemu bankowego, zarówno jak Internetu, sieć komórkowa trafiła na wiejskie obszary i do uboższej ludności, dlatego stała się bardziej konkurencyjną i atrakcyjną formą transferów pieniężnych. Przewagę jaką mają w Kenii operatorzy telefonii komórkowej nad producentami komputerów oraz bankami doskonale obrazuje tablica 1. Możemy tu zauważyć dynamiczny rozwój rynku telefonii komórkowej w Kenii w XXI wieku, który doprowadził do rewolucji w dziedzinie transferów pieniężnych. Z poniższych danych wynika, że to właśnie tam, gdzie infrastruktura bankowa jest źle rozwinięta i gdzie ogromna część populacji nie może ze względów formalnych posiadać konta w banku, usługi oferowane przez firmy telekomunikacyjne cieszą się wielką popularnością.

⁵ <http://www.safaricom.co.ke/>, dostęp: 05.04.2015r.

⁶ <http://www.spiegel.de/netzwelt/gadgets/afrika-kenia-erlebt-ein-handy-wirtschaftswunder-a-670684.html>, dostęp: 20.04.2015r.

Tablica 1. Użytkownicy telefonów komórkowych oraz Internetu w Kenii w latach 2000-2013

Rok	Liczba telefonów w tys.	Liczba telefonów przypadająca na 100 mieszkańców	Liczba użytkowników Internetu na 100 mieszkańców
2000	127	0,41	0,32
2001	600	1,87	0,62
2002	1 187	3,60	1,21
2003	1 590	4,69	2,94
2004	2 546	7,31	3,02
2005	4 611	12,89	3,10
2006	7 340	19,97	7,53
2007	11 349	30,06	7,95
2008	16 303	42,05	8,67
2009	19 365	48,62	10,04
2010	24 968	61,03	14,00
2011	28 080	66,81	28,00
2012	30 731	71,17	32,10
2013	31 830	71,76	39,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie World Development Indicators,
<http://databank.worldbank.org> (05.04.2015).

1.3. Narodziny bankowości mobilnej, czyli sukces operatora komórkowego Safaricom

Firma telekomunikacyjna Safaricom, która w 1977 roku rozpoczęła swoją działalność, jest obecnie liderem na rynku telefonii komórkowej w Afryce Wschodniej. 40% udziałów akcyjnych należy do brytyjskiego operatora telefonii komórkowej Vodafone – drugiej po China Mobile największej spółki na świecie zajmującej się usługami telekomunikacyjnymi.⁷ Dzięki temu, Safaricom rozwija się według standardów europejskich, stawia na innowacje i wykorzystuje potencjał regionalnych rynków.

W 2007 roku, Safaricom podjęło się rozwiązania problemu ograniczonego dostępu kenijskiego społeczeństwa do usług bankowych poprzez zaoferowanie prostych a zarazem bezpiecznych usług mobilnych. Przy merytorycznym wsparciu brytyjskich naukowców, a także finansowej pomocy brytyjskiej agencji do spraw rozwoju oraz kenijskiej instytucji mikrofinansowej Fulu, został wprowadzony system płatności mobilnych M-Pesa oparty na telefonach komórkowych.⁸

Wynalazek odniósł niewiarygodny sukces w krótkim czasie właśnie dzięki swojej prostocie i ogólnodostępności. Już po pierwszym roku funkcjonowania systemu liczba użytkowników wzrosła do 1,6 milionów, natomiast w 2013 został osiągnięty imponujący wynik 17 milionów konsumentów.⁹ System został rozpowszechniony na większą skalę i zyskał rzeszę odbiorców w takich krajach jak Egipt, Tanzania Republika Południowej Afryki czy Afganistan.¹⁰

⁷ <http://www.hbrp.pl/news.php?id=92&t=czy-naprawde-potrzebne-nam-sa-banki>, dostęp: 05.05.2015r.

⁸ <http://www.spiegel.de/netzwelt/gadgets/afrika-kenia-erlebt-ein-handy-wirtschaftswunder-a-670684.html>, dostęp: 07.05.2015r.

⁹ <http://gomobi.pl/blogi/afryka-pionierem-bankowosci-mobilnej/>, dostęp: 07.05.2015r.

¹⁰ <http://gomobi.pl/blogi/afryka-pionierem-bankowosci-mobilnej/>, dostęp: 07.05.2015r.

1.4. System M-Pesa - przykład samowystarczalności operatora komórkowego w systemie bankowym

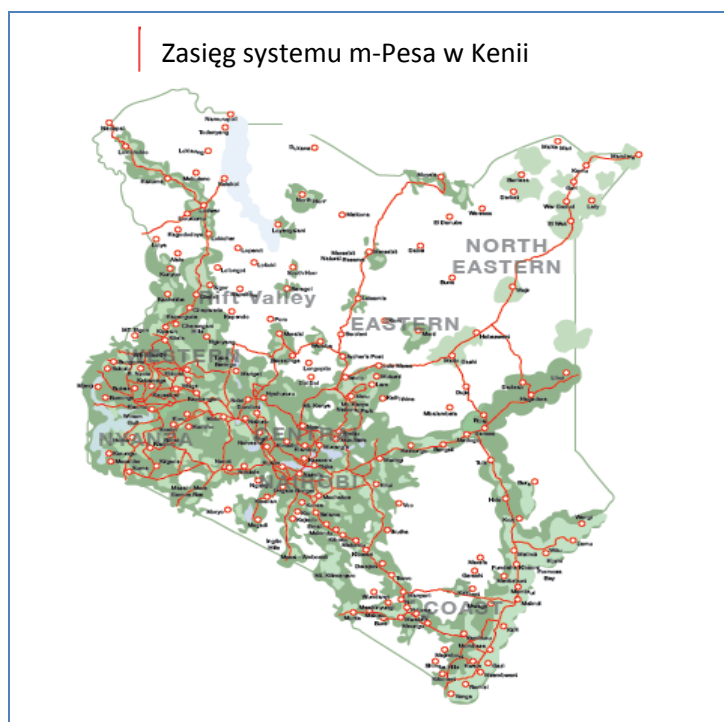
M-Pesa (m- mobile, pesa oznacza w języku suahili pieniądze) to system płatności mobilnych opartych na telefonie komórkowym, określany jako substytut usług bankowych w krajach rozwijających się umożliwiający przekaz środków, przechowywanie ich na wirtualnym koncie oraz płacenie rachunków.¹¹ Wszystkie transakcje dokonywane są za pomocą komórki poprzez wysyłanie wiadomości SMS (niepotrzebny jest dostęp do Internetu), a gotówka może zostać wpłacona/wypłacona u przedstawicieli Safaricomu, na stacjach benzynowych i innych punktach usługowo-handlowych należących do sieci.

Wartym uwagi jest także fakt, że Safaricom decyduje się na wprowadzanie nowych rozwiązań, rozszerzanie oferty i udoskonalanie świadczonych usług. Ostatnio wprowadzoną innowacją jest m-Shwari – produkt bankowy umożliwiający branie mikropożyczek i zakładanie lokat. Łatwo zauważyć, że usługi oferowane przez Safaricom tylko nieznacznie różnią się od działalności banków. Jednakże M-Pesa nie opiera się na transferowaniu rzeczywistych pieniędzy, ale na obrocie wirtualnym towarem, który nie podlega zwykłej dematerializacji jak w systemie bankowym, lecz stanowi on swego rodzaju „żeton” płatniczy.

Kolejną różnicą jest mniej urozmaicony wachlarz świadczonych usług, gdyż system M-Pesa jest nastawiony na najpotrzebniejsze transakcje oraz prostotę, natomiast banki wprowadzają pieniądź w obieg, aby zmaksymalizować zysk. Dlatego od razu nasuwa nam się wniosek, że płatności mobilne w Afryce mają głównie na celu zapewnienie bezpieczeństwa przepływowi środków pieniężnych poprzez wykorzystanie lokalnej infrastruktury. Z poniższego rysunku możemy wywnioskować, że system M-Pesa oferowany przez Safaricom obejmuje niemal cały zaludniony obszar Kenii, dlatego w tym wypadku banki zostały wyparte z afrykańskiego rynku.

¹¹ Definicja na podstawie: <https://bankowymokiem.pl/posts/m-pesa-czyli-bankowosc-mobilna-bez-banku/> dostęp: 09.05.2015r.

Tablica 2. Zasięg systemu m-Pesa w Kenii



Źródło: <http://www.telecomcircle.com/2010/01/m-pesa/>

1.5. Reakcja banków w krajach wysokorozwiniętych na afrykańską innowację

Choć system M-Pesa nie znalazł bezpośredniego zastosowania w krajach wysokorozwiniętych, to został on jednak wprowadzony w innych, bardziej innowacyjnych formach. Banki zainspirowane afrykańskim wynalazkiem zaczęły szukać coraz nowocześniejszych produktów bankowych oraz rodzajów ich dystrybucji, w celu zwiększenia swojej konkurencyjności i uniknięcia zjawiska zawładnięcia rynkiem bankowym przez operatorów sieci komórkowych. Dlatego z pewnością możemy stwierdzić, że system M-Pesa wywarł duży wpływ na współczesny rozwój bankowości i odegrał główną rolę przy tworzeniu systemów płatności mobilnych.

Banki w krajach wysoko rozwiniętych nauczone doświadczeniem banków w Afryce postanowiły obrać strategię zgodną z maksymą: „jeśli *nie możesz pokonać* wroga, przyłącz się do niego”. W związku z tym, systemy bankowe w zamożnych państwach oparte są obecnie na

kooperacji operatorów telefonii komórkowych i banków, co przynosi obustronne korzyści. Ponadto, owa współpraca umożliwia rozszerzenie bazy klientów oraz poprawę jakości i ilości oferowanych usług. Dla użytkownika natomiast oznacza to między innymi możliwość korzystania ze specjalnych ofert łączonych w ramach tzw. cross-sellingu oraz oszczędność czasu przy płatnościach.

Mimo że wiele banków zdecydowało się na tymczasową współpracę z telekomami to jednak mają świadomość, że ich pozycja na rynku bankowym w długim okresie może zostać poważnie zagrożona przez dążących do samowystarczalności operatorów sieci komórkowych. Dlatego banki inwestują w ciągły rozwój swojej oferty oraz innowacyjne rozwiązania, które pozwolą na utrzymanie znaczącej roli i dominacji w systemie świadczenia usług bankowych.

Warto również pamiętać o obowiązującym prawie, które zapewnia bankom monopol na niektóre usługi zwane sensu stricto, czyli świadczone tylko i wyłącznie przez podmioty bankowe. Należą do nich między innymi: udzielanie kredytów, wydawanie instrumentu pieniądza elektronicznego, przyjmowanie depozytów i prowadzenie rachunków tych wkładów, udzielanie i potwierdzanie gwarancji bankowych, a także przeprowadzanie bankowych rozliczeń pieniężnych. Jednakże jest to obecne prawo i może ono zawsze ulec zmianom, dlatego w długim okresie banki powinny także zwrócić uwagę na to zagrożenie.

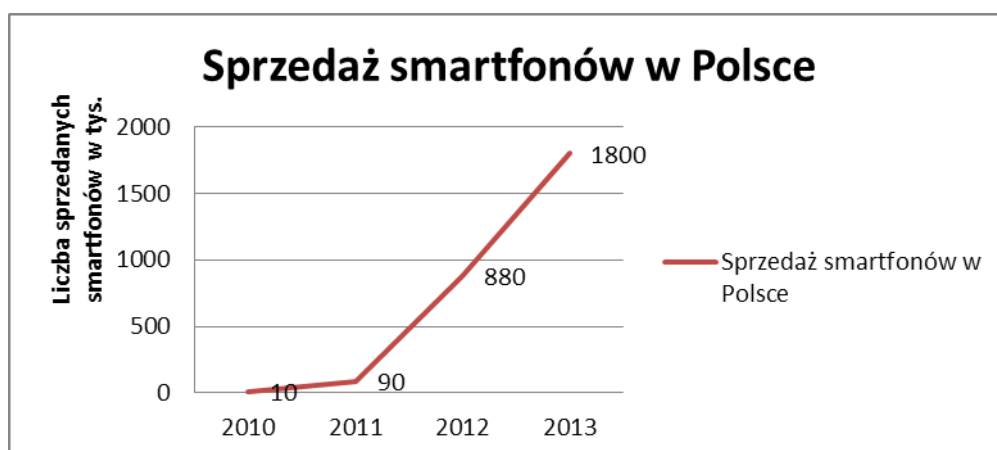
❖ ROZDZIAŁ 2. Sytuacja na rynku bankowym w Polsce

2.1 Charakterystyka bankowości mobilnej w Polsce

Ostatnie trzy lata były szczególnie przełomowe dla rozwoju bankowości mobilnej w Polsce. W 2011 roku mBank po raz pierwszy zlecił Instytutowi Badań Rynkowych i Społecznych Homo Homini przeprowadzenie badania na temat znaczenia usług mobilnych na rynku bankowym. Wynikało z niego, że z bankowości mobilnej korzystało w tamtym okresie zaledwie 3,5% Polaków, a w przeciągu trzech lat ta liczba zwiększyła się ok. trzykrotnie osiągając wynik 11,2%. Rośnie także liczba osób, które uważają, że bankowość mobilna zastąpi w przyszłości bankowość internetową. Obecnie pogląd taki wyraża ponad połowa badanych (56 proc.), oznacza to wzrost o 8 punktów procentowych w ciągu trzech lat (z poziomu 48 proc.).¹²

Serwis Money.pl zbadał dodatkowo sprzedaż smartfonów w Polsce, które jak powszechnie wiadomo są niezbędne do świadczenia usług mobilnych. Jak wynika z poniższego wykresu popularność urządzeń mobilnych rośnie w zaskakująco szybkim tempie. Jak można zauważyć, rynek ma teoretycznie dziesięciokrotnie większy potencjał niż trzy lata temu.

Tablica 3. Sprzedaż smartfonów w Polsce w latach 2010-2013



Źródło: opracowanie własne na podstawie GfK Polonia, DGP, IDC

¹² Wszystkie dane na podstawie: <http://www.telix.pl/images/sprawozdania/mindeks-mobilnosc-220514.pdf> dostęp: 09.04.2015r.

Z dumą możemy stwierdzić, że bankowość mobilna w Polsce jest na dobrej drodze ku rozwojowi i obecnie większość banków ma w swojej ofercie aplikację mobilną umożliwiającą wykonanie podstawowych działań, takich jak sprawdzanie salda konta, dokonanie przelewu, opłacenie rachunków lub doładowanie telefonu. Jednakże, na razie tylko podstawowe usługi mobilne są oferowane przez banki na rynku polskim, a społeczeństwo dopiero przekonuje się do tej formy dystrybucji produktów bankowych.

Statystyki podawane przez banki są budujące, a kilkudziesięcioprocentowy wzrost liczby użytkowników robi wrażenie. Aczkolwiek na tle innych krajów nasze wyniki nie są aż tak imponujące. Według badania Mobile Life 2013 przeprowadzonego przez TNS - na 20 milionów klientów banków w Polsce, tylko 2 miliony (10%) korzystają z mobile bankingu. Tymczasem średnia europejska wynosi 25 procent.¹³ Jednakże rynek polski ma ogromny potencjał i stopniowo jest on wykorzystywany. Przewiduje się, że nawet, że w okolicach 2020 roku w Polsce bankowość mobilna prześcignie pod względem ilości transakcji bankowość internetową. Niemniej jednak, według danych NBP płatności zbliżeniowe, stanowiące wygodną i bezpieczną alternatywę dla tradycyjnych kart, są obsługiwane przez 145 tys. terminali płatniczych w Polsce.¹⁴ Powyższe dane prowadzą do wniosku, że *płatności mobilne, dzięki szybko rosnącej dostępności, będą stawały się coraz bardziej popularne i coraz chętniej wykorzystywane przez konsumentów.*

2.2 Fuzje banków z telekomami - przykład zwiększenia swojej konkurencyjności poprzez łączenie usług

W ostatnim czasie możemy zaobserwować na polskim rynku bankowym trend nawiązywania współpracy przez telekomy i banki. Największe giganty łączą swoje siły przede wszystkim w celu minimalizacji wysokich kosztów pozyskania nowych klientów, ale również ze względu na chęć poprawy swojej konkurencyjności poprzez korzystne oferty w ramach tzw. cross-selling. W okresie rekordowo niskich stóp procentowych, zmniejszenia stawki interchange

¹³ <http://mobirank.pl/2014/04/29/bankowosc-mobilna-w-polsce/>

¹⁴ <http://www.money.pl/eurobank/zdaniem-eksperta/konta-i-bankowosc-elektroniczna/artukul/jak;dziala;platnosc;nfc,208,0,1570000.html> dostęp: 09.05.2015r.

oraz bardziej restrykcyjnych regulacji prawnych, maksymalizacja zysku to ogromne wyzwanie dla banków, dlatego w tym wypadku fuzja stanowi korzystne rozwiązanie. Co więcej, operacja połączenia z telekomem pozwala bankom uzyskać sojusznika i wraz z nim rozszerzyć swoją ofertę, dzięki czemu, zawczasu obronić się przed ich narastającą konkurencją. Banki w ten sposób starają się pokazać swoją dominację i stworzyć poczucie zależności operatorów komórkowych od podmiotów bankowych.

Najbardziej innowacyjne banki, czyli mBank i Alior, a następnie także Invest Bank, jako pierwsze postanowiły zabezpieczyć się przed rosnącą konkurencyjnością telekomów, poprzez zawarcie strategicznego układu z operatorami sieci komórkowych. W ten sposób zapewniły sobie rozwój biznesu i utrzymanie wysokiej rentowności na najbliższe lata.

14 czerwca 2012 rozpoczął swoją działalność Alior Sync - oddział bankowości internetowej i mobilnej Alior Bank. 4 maja 2014 markę Alior Sync zastąpiła marka T-Mobile Usługi Bankowe, czyli owoc strategicznego partnerstwa operatora komórkowego T-mobile wraz z Alior Bank. Było to pierwsze porozumienie tego typu na polskim rynku i zakończyło się sukcesem dla obu stron kontraktu. Połączone koncerny otrzymały dostęp do swoich baz klientów, przez co rozszerzyły swoją działalność na większą skalę i zwiększyły udział w rynku. Układ okazał się relatywnie tańszym sposobem na pozyskanie nowych użytkowników, co umożliwiło przygotowanie bardziej atrakcyjnej oferty łączonej.¹⁵

Drugim przykładem porozumienia strategicznego tego typu jest kooperacja mBanku i Orange, pod nazwą Orange Bank. W tym wypadku układ przedstawia się następująco: mBank ze swojej strony zapewnia bankowe know-how, platformę informatyczną oraz licencję bankową, natomiast Orange udostępnia bazę klientów, markę, a także sieć dystrybucji. Dzięki tej współpracy mBank rozszerzy swoją działalność, a Orange otrzyma za swój udział

¹⁵ <http://samcik.blox.pl/2014/05/500-zl-od-pani-Lewandowskiej-i-tani-kredyt-tak.html>. oraz <http://surething.pl/alior-sync-t%C2%AD-mobile-uslugi-bankowe-fuzja-gigantow/#.VUzHY9WsXwt> dostęp: 15.04.2015r.

prowiję.¹⁶ Świadczone usługi mają być w pełni oparte na telefonach komórkowych, co ma wyróżnić Orange Bank na tle konkurentów i przyciągnąć rzeszę nowych użytkowników, zwłaszcza z młodszych grup wiekowych. Warto zwrócić także uwagę na fakt, że Orange zagwarantował sobie ważną przez 10 lat opcję odkupu majątku od mBanku, na bazie którego działa wspólny bank. To umowa zabezpieczająca przed sytuacją, w której Orange będzie chciało stworzyć swój własny bank. Jednak operator telefonii komórkowej zdecydował się na małe kroki i zdobywanie doświadczenia, dlatego wybrał opcję wejścia na rynek usług finansowych poprzez współpracę z mBankiem, który posiada niezbędny know-how oraz wziął na siebie całe ryzyko tej działalności.¹⁷

W 2013 Invest- Bank jako pierwszy podjął się próby połączenia sił nie tylko z operatorem sieci Plus (14 milionów klientów), ale także z największą platformą satelitarną w Polsce – Cyfrowym Polsatem (3,5 miliona użytkowników), tworząc instytucję o nazwie Plus Bank. Fuzję można zaliczyć do jak najbardziej udanych, gdyż nigdy wcześniej żaden bank nie trzymał dostępu do tak obszernej bazy klientów. Jednak w tym wypadku zadanie było znacznie ułatwione, ponieważ wszystkie powyżej wymienione firmy należą do grupy finansowej przedsiębiorcy Zygmunta Solorza-Żaka. Aczkolwiek, nie zmienia to faktu, że powstały koncern ma ogromny potencjał, aby stać się bezkonkurencyjnym liderem na polskim rynku i dzięki rozwiniętemu cross-sellingowi generować wysokie zyski.¹⁸

Z wielkiej czwórki operatorów telefonii komórkowej, swojego podmiotu bankowego nie ma jeszcze tylko Play. Patrząc jednak na zachodzące na rynku procesy, można się spodziewać, że decyzja o nawiązaniu współpracy między operatorem sieci komórkowej Play a bankiem, to zapewne tylko kwestia czasu.

¹⁶ <http://prnews.pl/hydepark/orange-finanse-produkty-bankowe-dostarcza-mbank-ruszy-jeszcze-w-tym-miesiacu-3193780.html> dostęp: 15.04.2015r.

¹⁷ <http://samcik.blox.pl/2014/03/Orange-i-mBank-maja-strategiczny-sojusz-otworza.html> 13.04.2015r.

¹⁸ <http://www.forbes.pl/solorz-laczy-bank-z-komorkami-invest-bank-zmienia-sie-w-plus-bank,artykuly,167863,1,1.html#> dostęp: 13.04.2015r.

2.3 Bank Smart - przykład zwiększenia swojej konkurencyjności poprzez innowacje

Szczególną uwagę chciałabym poświęcić najbardziej innowacyjnemu bankowi na polskim rynku, a mianowicie bankowi SMART. W dzisiejszych czasach rosnącej konkurencji, stworzenie marki bankowej od zera to nie lada wyzwanie, którego podjął się legendarny twórca mBanku – Sławomir Lachowski. 11 czerwca 2014 powstał niskokosztowy bank cyfrowy przeznaczony wyłącznie dla klientów mobilnych, którego usługi oferowane są za pośrednictwem smartfona.¹⁹

Koncepcja Lachowskiego bazuje na poglądzie, że za parę lat system bankowy będzie w pełni oparty na telefonach komórkowych. Dlatego bank SMART już teraz wychodzi naprzeciw rosnącym i stale zmieniającym się wymaganiom klientów, w celu zapewnienia prostych, szybkich i wygodnych usług bankowych. Takie instytucje finansowe - z dostępem wyłącznie przez smartfona - już na świecie istnieją, a i nawet w Polsce bankowość mobilna staje się coraz bardziej popularna. Jednakże bank SMART stawia przede wszystkim na innowacje i ciągły rozwój, co odróżnia go od konkurentów to np. biometria głosowa oraz ściśle zintegrowane konto w euro i złotych.²⁰

Mocną stroną owej instytucji bankowej jest wszechstronna oferta łącząca wszystkie najpotrzebniejsze dla współczesnego klienta produkty bankowe, dlatego już teraz bank SMART wychodzi naprzeciw „generacji mobile” oraz broni się przed rosnącą konkurencją operatorów sieci komórkowej, aby w przyszłości zachować swoją pozycję na rynku i świadczyć usługi dobrej jakości po niskich kosztach. Know-how oraz zdobyte niezbędne doświadczenie zapewnią tej innowacyjnej instytucji bezpieczeństwo na rynku na najbliższe parę lat, gdyż operatorzy sieci komórkowych będą prowadzić walkę na najkorzystniejsze oferty współpracy, aby rozpocząć kooperację z bankiem SMART, gdy już inne banki staną się zbyt

¹⁹ <http://www.banksmart.pl/o-nas/bank-europejski.html> dostęp: 05.05.2015r.

²⁰ <http://prnews.pl/bank-smart/startuje-pierwszy-mobilny-bank-w-polsce-3144438.html> dostęp: 04.05.2015r.

konwencjonalne. W ten sposób SMART rzuca wyzwanie bankom tradycyjnym opartym na oddziałach, a wykorzystującym bankowość mobilną jedynie jako dodatek.²¹

2.4 Polski Standard Płatności – bankowa koalicja

Polski Standard Płatności to inicjatywa nawiązania współpracy w 2014 roku przez 6 banków na rynku polskim: PKO BP, Alior Bank, Bank Millenium, ING Bank Śląski, Bank Zachodni WBK i mBank, przyłączenia się do nich nie wykluczają także Credit Agricole, BNP Paribas, Eurobank i Idea Bank.²² Powstanie owej koalicji ma na celu zwiększenie konkurencyjności poprzez stworzenie jednolitego systemu płatności dla smartfonów. W ten sposób banki liczą na utrzymanie swojej pozycji na rynku i uniknięcie wyparcia przez telekomy.

BLIK to uniwersalna forma realizacji płatności oraz wypłaty gotówki z bankomatów bez użycia gotówki ani karty płatniczej. Warto na samym początku wspomnieć, że prócz nazwy i zasięgu dostępności, technologia nie jest do końca nowa i niewypróbowana. Mianowicie rozwiązanie to funkcjonowało już wcześniej w postaci aplikacji IKO oferowanej przez PKO BP. Podstawowym mechanizmem identyfikacyjnym są kody jednorazowe, generowane na żądanie banku i wyświetlane na ekranie telefonu komórkowego, dokładnie jak w przypadku systemu M-Pesa. Jednakże wdrożenie płatności zbliżeniowej NFC jest wysoko na liście priorytetów spółki i możemy spodziewać się ich jeszcze w tym roku, umożliwi to przesłanie kodu w ramach transmisji danych NFC.²³

Owa spółka założona przez banki współpracuje także z wieloma przedsiębiorstwami oferującymi płatności internetowe i mobilne. Dzięki temu banki mają możliwość ciągłego rozwoju i poprzez kooperację rozszerzają swoją ofertę dla coraz bardziej wymagających klientów. To rozważanie prowadzi nas do wniosku, że Polski Standard Płatności powstał na fundamencie maksymy: „razem możemy więcej” i w tym przypadku został osiągnięty, ale także wciąż jest osiągany - coraz większy sukces.

²¹ <http://samcik.blox.pl/2014/06/Wielki-powrot-Slawomira-Lachowskiego-Dzis-ma.html> dostęp: 06.05.2015r.

²² <http://www.polskistandardplatnosci.pl/firma/> dostęp: 08.05.2015r.

²³ <http://www.pkobp.pl/aplikacja-iko/blik/> dostęp: 31.04.2015r.

2.5 System NFC – wzrost znaczenia telekomów w bankowości

Znaczącą rolę w kształtowaniu mobilnych usług bankowych odegrał system NFC – Near Field Communication (komunikacja bliskiego zasięgu). Jest to krótkozasięgową, wysokoczęstotliwościową, radiową technologią umożliwiającą bezprzewodową wymianę danych na odległość nieprzekraczającą 20cm.²⁴ Początkowo standard NFC znalazł zastosowanie przy płatnościach kartą, jednak dynamiczny rozwój tej technologii pozwala już na dokonywanie transakcji pieniężnych telefonem komórkowym. W Polsce tę usługę oferuje już 6 banków: Alior Sync, Alior Bank, eurobank, Getin Noble Bank, mBank oraz Raiffeisen Polbank.²⁵

Jak powszechnie wiadomo, każdy operator ściśle współpracuje z producentami telefonów komórkowych. W przypadku dostarczenia usługi mobilnej NFC angażuje się wiele niezależnych jednostek: operator telekomunikacyjny, który kontroluje kluczowy fizyczny element - kartę SIM, banki wynajmujące od niego miejsce w mobilnym portfelu oraz zaufani pośrednicy (tzw. TSM, Trusted Service Manager) odpowiadający za personalizację i dostarczenie danych karty płatniczej.²⁶ Nietrudno więc zauważyć, że uruchomienie tej usługi jest dość skomplikowane. Karta SIM musi posiadać specjalną aplikację płatniczą w tzw. bezpiecznym elemencie. Dlatego klient chcący posiadać tę opcję musi wymienić kartę u operatora i dodatkowo wgrać na nią dane pochodzące od banku.

Jednakże ten wynalazek i tak stanowi ogromny sukces w dziedzinie bankowości mobilnej i stał się impulsem, który zachęcił konkurencję do szukania coraz to nowszych rozwiązań oraz ułatwień dla klientów. Od powstania systemu NFC, rynek usług mobilnych w bankowości zaczął się szybciej rozwijać, dlatego w prasie bardzo często pojawiają się informacje na temat innowacji wprowadzanych przez poszczególne banki.

²⁴ <http://prnews.pl/alior-bank/alior-sync-wprowadza-platnosci-zblizeniowe-telefonami-nfc-3104268.html> dostęp: 05.05.2015r.

²⁵ Wszystkie dane: <http://komorkomania.pl/10326,nfc-co-powinniscie-o-niej-wiedziec> dostęp: 05.05.2015r.

²⁶ <http://prnews.pl/hydepark/telekomy-traca-klucz-do-platnosci-mobilnych-nfc-dla-kazdego-3069822.html> dostęp: 06.05.2015r.

2.6 Zmiana rozkładu sił na rynku bankowym, czyli narodziny systemu HCE

Skomplikowany i czasochłonny proces, który klient musi przejść, aby móc skorzystać z płatności mobilnych bazujących na NFC efektywnie zniechęcił użytkowników do korzystania z tej usługi. Dlatego banki i organizacje płatnicze (Visa, MasterCard) wyszły z inicjatywą skrócenia tego procesu poprzez wykluczenie z systemu operatora telefonii komórkowej. Jej zasadniczym atutem było wyeliminowanie ze współpracy telekomów i powrót do dwustronnego układu: bank - organizacja kartowa.

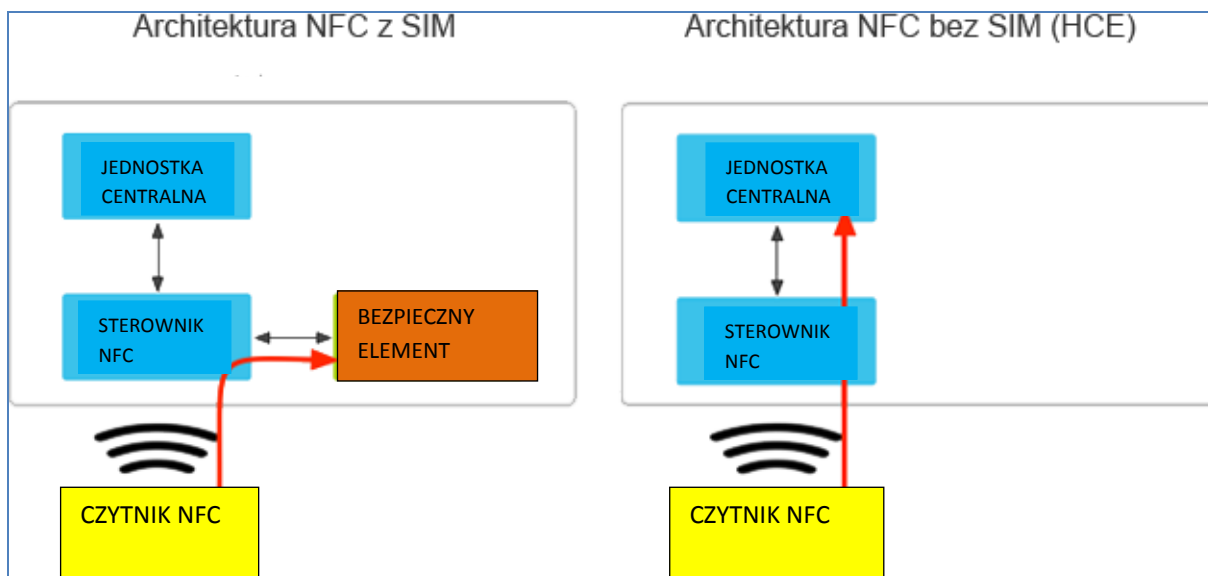
Nowe rozwiązanie nosi nazwę HCE (Host Card Emulation) jest to technologia pozwalająca na dokonywanie zbliżeniowych płatności mobilnych bez konieczności zawierania umowy z konkretnym operatorem. Jest to możliwe dzięki przechowywaniu danych na serwerach banku z pominięciem karty SIM.²⁷

Na rynku polskim pod koniec 2014 roku jako pierwsze tę usługę wprowadziły banki - Pekao SA i Getin Bank. Oferta skierowana jest do posiadaczy telefonów z systemem Android 4.4 lub nowszy oraz wyposażonych w moduł NFC.²⁸ Usługa jest całkowicie niezależna od telekomów i nie wymaga wymiany karty SIM, a jedynie zainstalowanie specjalnej aplikacji. Rysunek poniżej idealnie obrazuje schemat działania NFC oraz HCE, a także pokazuje w prosty sposób główną różnicę w ich obsłudze.

²⁷ <http://prnews.pl/hydepark/telekomy-traca-klucz-do-platnosci-mobilnych-nfc-dla-kazdego-3069822.html> dostęp: 17.04.2015r.

²⁸ <https://www.getinbank.pl/o-banku/biuro-prasowe/2015/getin-bank-pierwszy-w-polsce-wprowadza-mobilne-platnosci-zblizeniowe-visa-oparte-o-chmure-i-technologie-hce> dostęp: 06.05.2015r.

Tablica 4. Schemat NFC i HCE - porównanie



Źródło: opracowanie własne na podstawie <http://getka.blogbank.pl/2014/05/29/nfc-bez-karty-sim-hce/>

❖ Podsumowanie

Bankowość mobilna to bardzo szeroka i szybko rozwijająca się dziedzina, która przybiera odmienną koncepcję w poszczególnych krajach. W państwach ubogich wynalazek płatności mobilnych był na miarę rewolucji, gdyż zapewnił bezpieczeństwo przepływowi pieniężnym, a co było tego następstwem - przyczynił się do wzrostu dobrobytu ludności. W krajach wysokorozwiniętych bankowość mobilna traktowana jest raczej jako dodatek lub gadżet, który ma na celu zapewnić nam komfort korzystania z usług bankowych. Z owych rozważań nasuwa się wniosek, że stosunek ludności do płatności telefonem komórkowym w poszczególnych częściach świata znacznie się od siebie różni. Jednakże niezależnie od nastawienia i postrzegania bankowości mobilnej staje się ona coraz bardziej rozpowszechniona i chętniej wykorzystywana.

Wynalazek płatności poprzez telefon komórkowy wywołał także istną rewolucję wewnątrz systemu bankowego. Banki miały niegdyś monopol na świadczenie usług bankowych i konkurowały tylko między sobą dominując nad jednostkami współpracującymi. Jednak w dzisiejszych czasach rozkład sił zmienił się diametralnie. Od wynalezienia M-Pesy przez Safaricom, operatorzy sieci komórkowych zaczęli stanowić poważną konkurencję dla podmiotów bankowych. Jak pokazuje przykład Afryki, banki mogą nawet zostać całkowicie wyparte z rynku na rzecz telekomów. Dlatego banki w krajach wysokorozwiniętych, w tym w Polsce, postanowiły uniknąć takiej sytuacji poprzez podjęcie różnorodnych działań zabezpieczających. Jednym z pomysłów były fuzje między bankami a operatorami telekomunikacyjnymi w celu świadczenia usług łączonych. To rozwiązanie przynosi na razie obustronne korzyści, jednak jest ono stosunkowo nowe, dlatego nieznane są dotychczas długofalowe skutki tej operacji. Kolejną propozycją na ochronę roli i znaczenia banków jest tworzenie koalicji, które mają na celu wspólny rozwój, wzrost konkurencyjności oraz innowacyjności. Okazało się to także dobrym pomysłem nie tylko dla banków, ale również dla klientów, którzy mają obecnie większy dostęp do usług.

Szczególnie duży wpływ na znaczenie oraz rolę poszczególnych podmiotów na rynku bankowym mają technologie, stanowiące podstawę wszystkich innowacji i charakteryzujące

się wysoką zmiennością, a także ciągłym rozwojem. W zasadzie, dzisiejszy system bankowy jest kształtowany przez technologie, czego przykładem jest między innymi powstanie systemu NFC (dającego przewagę operatorom sieci komórkowych), który szybko został zastąpiony innowacją o nazwie HCE mającą na celu zminimalizowanie udziału telekomów w rynku bankowym.

Rozkład sił w systemie bankowym zmienia się wyjątkowo szybko, a rola poszczególnych podmiotów zależy przede wszystkim od kreatywności, podejścia do innowacji oraz odpowiednim czytaniu potrzeb i wymagań klientów. Z przekonaniem możemy stwierdzić, że operatorzy telefonii komórkowej stanowią coraz większą konkurencję dla banków, jednak doświadczenie poszczególnych krajów pokazuje, że możliwe jest zarówno wykluczenie jednego podmiotu z rynku, jak i kooperacja na zasadzie synergii. Aczkolwiek, jednej rzeczy możemy być pewni, mianowicie z perspektywy klienta narastająca konkurencja banków i telekomów to zjawisko pozytywne, gdyż zwiększa się jakość i dostępność oferowanych produktów, pojawiają się nowe formy dystrybucji oraz możliwość skorzystania z oferty łączonej.

Podsumowując, chciałabym podkreślić ogromny potencjał bankowości mobilnej i szeroki wachlarz rozwiązań oraz innowacji, jakie oferuje właśnie dzięki narastającej konkurencji. Z pewnością jest to dziedzina przyszłości i wywoła niejedną rewolucję na rynku bankowym.

❖ Bibliografia

- 1) <http://www.economist.com/blogs/economist-explains/2013/05/economist-explains-18>
dostęp: 02.05.2015
- 2) <http://www.hbrp.pl/news.php?id=92&t=czy-naprawde-potrzebne-nam-sa-banki>
dostęp: 05.05.2015
- 3) <http://www.forbes.pl/solorz-laczy-bank-z-komorkami-invest-bank-zmienia-sie-w-plus-bank,artykuly,167863,1,1.html#> dostęp: 05.05.2015
- 4) <http://nf.pl/po-pracy/warto-sie-skusic-na-wspolne-oferty-bankow-i-operatorow-komorkowych,,47676,254> dostęp: 02.05.2015
- 5) <http://www.telix.pl/images/sprawozdania/mindeks-mobilnosc-220514.pdf> dostęp: 10.04.2015
- 6) <http://www.karierawfinansach.pl/w-branzy/artykul/plus-bank-zamiast-invest-bank>
dostęp: 10.04.2015
- 7) <http://samcik.blox.pl/2014/05/500-zl-od-pani-Lewandowskiej-i-tani-kredyt-tak.html>
dostęp: 04.05.2015
- 8) <http://samcik.blox.pl/2013/12/Plus-Bank-czyli-zaloz-konto-a-dostaniesz-tanio.html>
dostęp: 05.05.2015
- 9) <http://samcik.blox.pl/2014/03/Orange-i-mBank-maja-strategiczny-sojusz-otworza.html> dostęp: 05.05.2015
- 10) <http://prnews.pl/alior-bank/alior-sync-wprowadza-patnosci-zblizeniowe-telefonami-nfc-3104268.html> dostęp: 10.04.2015
- 11) <http://samcik.blox.pl/2014/06/Wielki-powrot-Slawomira-Lachowskiego-Dzis-ma.html>
dostęp: 04.05.2015
- 12) <http://samcik.blox.pl/2014/06/Pierwsza-recenzja-Banku-Smart-To-druga-rewolucja.html> dostęp: 10.04.2015
- 13) <http://prnews.pl/bank-smart/startuje-pierwszy-mobilny-bank-w-polsce-3144438.html>
dostęp: 04.05.2015
- 14) <http://mobirank.pl/2014/04/29/bankowosc-mobilna-w-polsce/> dostęp: 04.05.2015

- 15) <http://www.teberia.pl/bankowosc-mobilna-jeszcze-prostsze-wydawanie/> dostęp:
10.04.2015
- 16) [http://www.money.pl/raport-o-bankowosci
mobilnej/bankowosc;mobilna;w;polsce;raport;money;pl,79,3,1521743.html](http://www.money.pl/raport-o-bankowosci-mobilnej/bankowosc;mobilna;w;polsce;raport;money;pl,79,3,1521743.html) dostęp:
02.05.2015
- 17) <http://www.pkobp.pl/aplikacja-iko/blik/> dostęp: 02.05.2015
- 18) [http://www.czasnafinanse.pl/produkty-finansowe/konta/artykuly/bankowosc-
mobilna#ixzz3ZX7EYVKz](http://www.czasnafinanse.pl/produkty-finansowe/konta/artykuly/bankowosc-mobilna#ixzz3ZX7EYVKz), dostęp: 24.04.2015r.
- 19) [http://prnews.pl/hydepark/telekomy-traca-klucz-do-platnosci-mobilnych-nfc-dla-
kazdego-3069822.html](http://prnews.pl/hydepark/telekomy-traca-klucz-do-platnosci-mobilnych-nfc-dla-kazdego-3069822.html) dostęp: 17.04.2015r
- 20) [https://www.getinbank.pl/o-banku/biuro-prasowe/2015/getin-bank-pierwszy-w-
polsce-wprowadza-mobilne-platnosci-zblizeniowe-visa-oparte-o-chmure-i-
technologie-hce](https://www.getinbank.pl/o-banku/biuro-prasowe/2015/getin-bank-pierwszy-w-polsce-wprowadza-mobilne-platnosci-zblizeniowe-visa-oparte-o-chmure-i-technologie-hce) dostęp: 06.05.2015r.
- 21) https://www.nbp.pl/systemplatniczy/obrot_bezgotowkowy/niekartowe-swiat.pdf
dostęp: 08.05.2015r.
- 22) [http://www.spiegel.de/netzwelt/gadgets/afrika-kenia-erlebt-ein-handy-
wirtschaftswunder-a-670684.html](http://www.spiegel.de/netzwelt/gadgets/afrika-kenia-erlebt-ein-handy-wirtschaftswunder-a-670684.html) dostęp: 05.04.2015r.
- 23) <http://databank.worldbank.org/data/home.aspx> dostęp: 09.04.2015r.



ALTERUM OŚRODEK BADAŃ I ANALIZ SYSTEMU FINANSOWEGO

UL. WIEJSKA 12A
00-490 WARSZAWA
LK@ALTERUM.PL