

*Barbara Wasiołek**

INNOWACYJNE ROZWIĄZANIA BANKÓW W ZAKRESIE PŁATNOŚCI MOBILNYCH W POLSCE

Wprowadzenie

Międzynarodowe otoczenie konkurencyjne podmiotów gospodarczych podlega oddziaływaniu procesów integracyjnych i globalizacyjnych oraz liberalizacji rynków finansowych. Nowe warunki otoczenia gospodarczego kształtowane są w głównej mierze postępowaniem technologicznym w dziedzinie informatyki i telekomunikacji. Nieustanna zmienność otoczenia gospodarczego i społecznego stawia nowe wyzwania współczesnym bankom komercyjnym. W celu utrzymania odpowiedniego poziomu konkurencyjności i budowania pozycji lidera na rynku konieczne jest elastyczne dostosowywanie do zmieniających się wymogów otoczenia oraz uwzględnienie rosnących wymagań klientów. Budowanie przewagi konkurencyjnej przez banki komercyjne wymaga wykorzystywania wielokanałowego dotarcia do odbiorców swoich usług. Tradycyjny kanał świadczenia usług bankowych poprzez bezpośredni kontakt w oddziale staje się niewystarczający wobec zmieniających się preferencji klientów. Dynamiczny rozwój w zakresie technologii informatycznych i urządzeń elektronicznych sprawił, że coraz bardziej powszechne staje się wykorzystywanie urządzeń mobilnych. Sytuacja ta otwiera nowe możliwości w zakresie szybkiego i relatywnie taniego dostępu do usług finansowych. Nowoczesna bankowość zmierza w kierunku wykorzystywania innowacyjnych rozwiązań w zakresie mobilnych płatności. Banki posiadające możliwości tworzenia i wdrażania innowacji mogą skutecznie konkurować w warunkach nieustannych zmian ekonomicznych, technologicznych i społecznych.

Przeobrażenia, które nastąpiły w ostatnich latach, wywierają silną presję konkurencji na banki funkcjonujące w Polsce. Celem artykułu jest przedstawienie zastosowania innowacyjnych rozwiązań w zakresie usług płatniczych jako czynnika wzmacniania przewagi konkurencyjnej banków komercyjnych w perspektywie długookresowej. Problematyka została przedstawiona w oparciu o przegląd i analizę

* Doktorantka w Kolegium Ekonomiczno-Społecznym, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie.

literatury krajowej, zagranicznej oraz analizę przypadku. Ze względu na stosunkowo nowe podejście do zagadnienia płatności mobilnych wykorzystano również dostęp do informacji ze źródeł elektronicznych.

1. Innowacje czynnikiem budowania przewagi konkurencyjnej banków

Na oblicze współczesnego świata decydujący wpływ miał okres znaczących przemian, które wystąpiły w drugiej połowie XX w. Główne zmiany zostały spowodowane intensywnym rozwojem w dziedzinie technologii informatycznych i telekomunikacyjnych. Narodziny internetu pozwoliły m.in. na zastosowanie nowych rozwiązań w zakresie handlu na odległość. W ostatnich dziesięcioleciach procesy globalizacji, deregulacji i liberalizacji rynków oraz rozwój nowoczesnych technologii informatycznych istotnie wpłynęły na sektor usług finansowych. Za główne siły napędowe procesu globalizacji rynków finansowych można uznać: globalizację gospodarek krajowych, liberalizację krajowych rynków finansowych i związaną z tym rosnącą konkurencję między instytucjami finansowymi oraz rozwój nowoczesnych technologii informatycznych i telekomunikacyjnych¹.

Następstwem tych procesów jest wzrost konkurencyjności w aspekcie międzynarodowym, a w szczególności zwiększenie presji konkurencji w bankowości komercyjnej. Specyfika konkurencji w sektorze bankowym sprawia, że działania konkurencyjne banków nie mogą polegać na współzawodnictwie niszczącym konkurentów. Utrzymanie stabilizacji gospodarczej i zaufania społecznego wobec sektora bankowego wymusza stosowanie łagodnych form konkurencji, a nawet wymaga współpracy pomiędzy konkurentami. M.E. Porter wskazuje, że konkurencja przejawia się nie tylko w rywalizowaniu o udział w rynku z innymi współzawodnikami. W zależności od sektora większą lub mniejszą rolę mogą odgrywać klienci, dostawcy i zagrożenia ze strony nowych wejść na rynek oraz substytucyjnych wyrobów lub usług². Umacnianie pozycji rynkowej w sektorze bankowym wymaga podejmowania działań mających na celu budowanie długookresowej przewagi konkurencyjnej. W ostatnim czasie podejście strategiczne banków komercyjnych ukierunkowane jest m.in. na budowanie trwałych relacji z klientami, zapewniając im wielokanałowy dostęp do

¹ L. Oręziak, *Globalizacja rynków finansowych*, [w:] *Globalizacja od A do Z*, red. E. Czarny, NBP Departament Komunikacji Społecznej, Warszawa 2004, s. 156.

² M.E. Porter, *Porter o konkurencji*, PWE, Warszawa 2001, s. 24.

usług i produktów bankowych. M.E. Porter zwraca uwagę, że fundamentalne znaczenie w odniesieniu do przewagi konkurencyjnej oraz możliwości utrzymania jej w czasie ma strategiczne dostosowanie wielu czynników³.

W celu podnoszenia satysfakcji klientów banki komercyjne podejmują działania, które mają umożliwić płynne przechodzenie między kanałami dostępu, tj. pomiędzy fizyczną wizytą w oddziale banku a bankowością internetową lub mobilną. W warunkach występującej porównywalności cen usług i produktów bankowych istotnym czynnikiem budowania przewagi konkurencyjnej stają się innowacje. Innowacje definiowane są w różnorodny sposób, w zależności od podejścia do czynników je kształtujących. Szeroko rozumiane podejście do tego zagadnienia zastosował J.A. Schumpeter, który przez innowacje rozumiał wprowadzenie na rynek nowych, nieznanych jeszcze dla konsumentów i odbiorców produktów, zastosowanie nowych metod produkcji, zdobycie nowych rynków zbytu, znalezienie nowego źródła surowców, wprowadzenie nowej organizacji procesów⁴. Innowacja rozumiana przez P.F. Druckera to celowe i zorganizowane poszukiwanie zmian oraz systematyczna analiza okazji do społecznej lub gospodarczej innowacji, którą mogłaby taka zmiana umożliwić⁵. *Podręcznik Oslo*, określający zasady gromadzenia i interpretacji danych z zakresu innowacji w układzie zapewniającym międzynarodową porównywalność tych danych, definiuje innowację jako wdrożenie nowego lub znacząco udoskonalonego produktu lub procesu, zastosowanie nowych metod marketingowych bądź organizacyjnych w praktyce gospodarczej, organizacji miejsca pracy lub stosunkach z otoczeniem⁶.

W działalności banków komercyjnych istotne znaczenie odgrywiają innowacje finansowe. Innowacje finansowe nie mają jednoznacznej definicji. Są one postrzegane jako usługi finansowe, które wiążą się z oferowaniem klientom nowych produktów bądź usług z zastosowaniem operacji i narzędzi, które takie usługi umożliwiają, lub działaniem polegającym na wprowadzaniu i doskonaleniu zarówno nowych instrumentów finansowych, zmian w strukturach organizacyjnych, jak i na wprowadzaniu nowoczesnej techniki oraz informatyzacji⁷. Zakłada się, że powinny one spełniać nowe oczekiwania, potrzeby i preferencje klientów lub zaspokajać je w sposób odmienny od dotychczasowego, oferując przy tym dodatkowe wartości. Innowacje

³ Ibidem, s. 77.

⁴ J.A. Schumpeter, *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960, s. 104.

⁵ P.F. Drucker, *Innowacje i przedsiębiorczość*, PWE, Warszawa 1992, s. 42.

⁶ OECD, *Oslo Manual, Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data*, 3rd ed., OECD/Eurostat, Paris 2005.

⁷ S. Bakalarczyk, *Innowacje bankowe – bankowość elektroniczna, bankowość inwestycyjna i inżynieria finansowa*, Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź 2006, s. 4.

są rezultatem procesów innowacji, w których zachodzi pozyskiwanie, przepływ, wykorzystanie i rozwój wiedzy⁸.

Innowacyjne rozwiązania stosowane przez banki mogą mieć charakter naśladowczy lub pionierski. Za wykorzystaniem innowacji w celu budowania przewagi konkurencyjnej przez banki przemawiają m.in. następujące czynniki:

- zawierają one element nowości i zmiany,
- mają charakter dynamiczny i twórczy,
- oddziałują na kreowanie popytu rynkowego,
- ich działanie na pozostałe czynniki konkurencyjności ma z reguły pozytywny charakter,
- są czynnikiem powiązaniem z pozostałymi czynnikami determinującymi wzrost konkurencyjności, zarówno na wejściu, jak i na wyjściu, co przekłada się na efektywność działań banku⁹.

W warunkach silnej międzynarodowej konkurencji banki komercyjne muszą poszukiwać różnych obszarów podnoszenia konkurencyjności, jednym z nich są innowacyjne rozwiązania w zakresie usług płatniczych.

2. Dynamiczny rozwój usług płatniczych

Postęp techniczny w dziedzinie technologii informatycznych i telekomunikacyjnych sprzyja dynamicznemu rozwojowi usług płatniczych. Usługi te mają istotne znaczenie dla podmiotów gospodarczych i konsumentów.

W sytuacji dynamicznie rozwijającego się rynku usług płatniczych, w którym uczestniczą również podmioty spoza sektora bankowego, zostały stworzone regulacje prawne umożliwiające zastosowanie jednolitego podejścia do określenia tego rodzaju usług. Na obszarze krajów Unii Europejskiej regulacje dotyczące definiowania usług płatniczych zostały zawarte w Dyrektywie 2007/64/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 13 listopada 2007 r. w sprawie usług płatniczych w ramach rynku wewnętrznego, zwanej PSD (Payment Services Directive)¹⁰.

⁸ M. Dolińska, *Innowacje w gospodarce opartej na wiedzy*, PWE, Warszawa 2010, s. 8.

⁹ T. Ball-Woźniak, *Innowacyjność w ujęciu podmiotowym. Uwarunkowania instytucjonalne*, PWE, Warszawa 2012, s. 57.

¹⁰ Dyrektywa 2007/64/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 13 listopada 2007 r. w sprawie usług płatniczych w ramach rynku wewnętrznego, zmieniająca dyrektywy 97/7/WE, 2002/65/WE, 2005/60/WE i 2006/48/WE i uchylająca dyrektywę 97/5/WE, DzUrz. UE L 319 z 5 grudnia 2007 r.

Na terenie Polski regulacje związane ze świadczeniem usług płatniczych zawiera Ustawa z dnia 19 sierpnia 2011 r. o usługach płatniczych, która wdraża postanowienia ww. dyrektywy. Usługi płatnicze według przepisów przedmiotowej ustawy rozumiane są jako działalność polegająca na:

- przyjmowaniu wpłat gotówki i dokonywaniu wypłat gotówki z rachunku płatniczego oraz wszelkich działaniach, które są niezbędne do prowadzenia rachunku;
- wykonywaniu transakcji płatniczych, w tym transferu środków pieniężnych na rachunek płatniczy u dostawcy użytkownika lub u innego dostawcy:
 - przez wykonywanie usług polecenia zapłaty, w tym jednorazowych poleceń zapłaty,
 - przy użyciu karty płatniczej lub podobnego instrumentu płatniczego,
 - przez wykonywanie usług polecenia przelewu, w tym stałych zleceń;
- wykonywaniu wyżej wymienionych transakcji płatniczych w ciężar środków pieniężnych udostępnionych użytkownikowi z tytułu kredytu, a w przypadku instytucji płatniczej kredytu płatniczego;
- wydawaniu instrumentów płatniczych;
- zawieraniu umów z przedsiębiorcami o przyjmowanie zapłaty przy użyciu instrumentów płatniczych;
- świadczeniu usługi przekazu pieniężnego;
- wykonywaniu transakcji płatniczych, w których przypadku zgoda płatnika na wykonanie transakcji udzielana jest przy użyciu urządzenia telekomunikacyjnego, cyfrowego lub informatycznego, a płatność przekazywana jest jedynie pośrednikowi pomiędzy użytkownikiem zlecającym transakcję płatniczą a odbiorcą¹¹.

Płatności mogą być dokonywane w formie gotówkowej lub bezgotówkowej. Składane przez użytkownika zlecenie płatnicze definiowane jest jako oświadczenie płatnika lub odbiorcy skierowane do jego dostawcy zawierające polecenie wykonania transakcji płatniczej. W celu złożenia zlecenia płatniczego użytkownik wykorzystuje instrument płatniczy, który określany jest jako zindywidualizowane urządzenie lub uzgodniony przez użytkownika i dostawcę zbiór procedur¹².

Elektronicznym instrumentem płatniczym określany jest każdy instrument płatniczy, w tym z dostępem do środków pieniężnych na odległość, umożliwiający posiadaczowi dokonywanie operacji przy użyciu informatycznych nośników danych lub

¹¹ Art. 3 ust. 1 Ustawy z dnia 19 sierpnia 2011 r. o usługach płatniczych, DzU 2011, nr 199, poz. 1175 z późn. zm.

¹² Ibidem, art. 2.

elektroniczną identyfikację posiadacza niezbędną do dokonania operacji, w szczególności kartę płatniczą lub instrument pieniądza elektronicznego¹³.

Przyjmując podział instrumentów płatniczych z punktu widzenia formy fizycznej, można wyodrębnić następujące grupy:

- instrumenty papierowe, np. gotówka, czek, zlecenie przelewu;
- instrumenty kartowe, np. karty płatnicze, karty kredytowe;
- instrumenty elektroniczne, np. przelewy elektroniczne, serwisy wirtualnych płatności;
- uniwersalne urządzenia komunikacyjne, np. smartfony, tablety¹⁴.

Płatności dokonywane w punktach handlowo-usługowych były do niedawna wyłączną domeną gotówki i kart. Obecnie zakres dostępnych dla klientów instrumentów płatniczych poszerzył się o możliwość dokonywania płatności za pomocą urządzenia mobilnego, np. smartfonu, tabletu.

Płatności mobilne są stosunkowo nowym pojęciem na rynku usług finansowych i obecnie brak jeszcze powszechnie akceptowanej definicji tego typu płatności. Europejski Bank Centralny jako płatności mobilne, tzw. m-płatności, określa transakcje, przy których urządzenie przenośne (mobilne) jest używane przynajmniej do zainicjowania polecenia płatności, a potencjalnie również do przekazania środków pieniężnych¹⁵.

Ze względu na zastosowaną technologię komunikacyjną można wyodrębnić trzy główne modele płatności mobilnych, które opierają się na¹⁶:

- połączeniu telekomunikacyjnym w standardzie GSM (Global System for Mobile Communications) – do obsługi płatności mobilnych wykorzystuje się kanał wiadomości SMS (Short Message Service) oraz mechanizm USSD (Unstructured Supplementary Service Data) pracujący w trybie sesyjnym;
- technologii komunikacji krótkiego zasięgu NFC (Near Field Communication) – płatności wykonywane są z użyciem urządzenia przenośnego i rozliczane poprzez obciążenie konta bankowego klienta, tj. funkcjonują podobnie jak karta płatnicza lub tzw. portmonetka elektroniczna (specjalny rachunek techniczny);
- łączności internetowej zaimplementowanej w urządzeniu przenośnym – płatności mobilne są podobne do płatności internetowych realizowanych za pośrednictwem systemu płatności wirtualnych, z tą różnicą, że płatności mobilne

¹³ Art. 2 Ustawy z dnia 12 września 2002r. o elektronicznych instrumentach płatniczych, DzU 2002, nr 169, poz. 1385 z późn. zm.

¹⁴ M. Polasik, K. Maciejewski, *Innowacyjne usługi płatnicze w Polsce i na świecie*, „Materiały i Studia NBP” z. 241, 2009, s. 19.

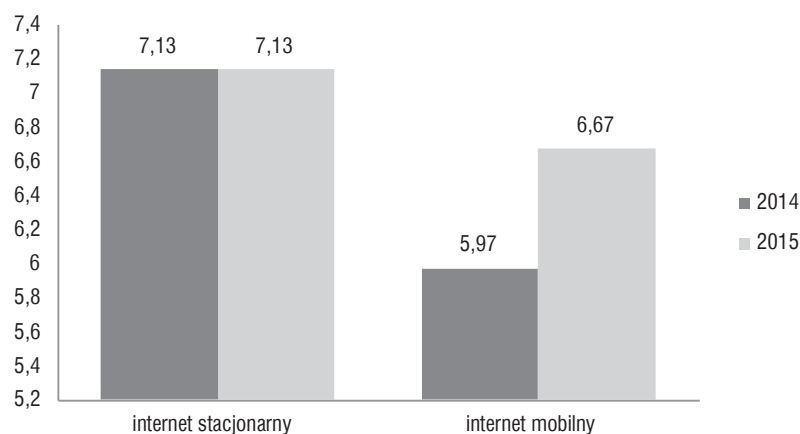
¹⁵ European Central Bank, *Glossary*, <http://www.ecb.europa.eu/home/glossary/html/glossm.en.html#611> <http://www.ecb.europa.eu/home/glossary/html> (dostęp 29.09.2016).

¹⁶ M. Polasik, K. Maciejewski, *op.cit.*, s. 39.

pozwalają na wysłanie środków nie tylko na adres e-mail, ale także na numer telefonu komórkowego odbiorcy.

Wzrost zainteresowania płatnościami mobilnymi spowodowany jest powszechną dostępnością urządzeń mobilnych (smartfony, tablety) oraz upowszechnieniem internetu. W ostatnich latach w Polsce odnotowuje się tendencję wzrostową w zakresie liczby użytkowników internetu. Według danych Urzędu Komunikacji Elektronicznej liczba użytkowników internetu stacjonarnego i mobilnego w 2015 r. wyniosła około 14 mln i była większa o 0,9 mln osób w porównaniu z 2014 r. Ponadto odnotowano dynamiczny wzrost liczby użytkowników korzystających z internetu mobilnego. W 2014 r. liczba ta wynosiła około 5,8 mln osób, natomiast w roku 2015 było ich już prawie 6,7 mln¹⁷.

Rysunek 1. Liczba abonentów internetu stacjonarnego i mobilnego w Polsce w latach 2014 i 2015



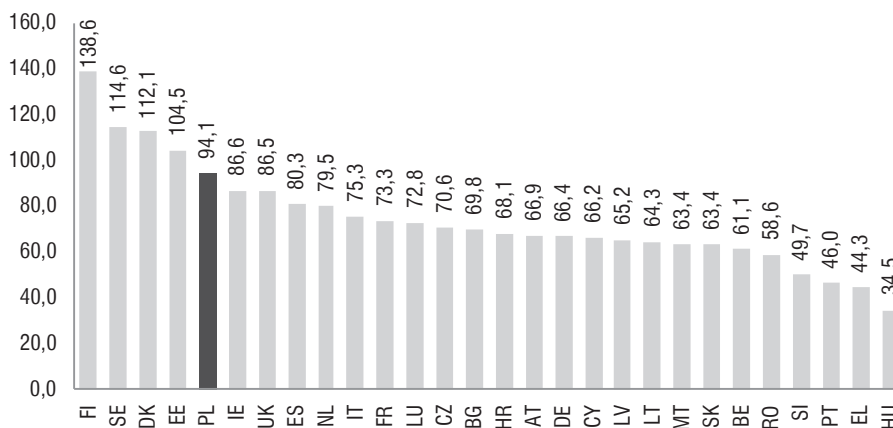
Źródło: Urząd Komunikacji Elektronicznej, *Raport o stanie rynku telekomunikacyjnego w Polsce w 2015 roku*, Warszawa, czerwiec 2016.

Pod względem nasycenia usługami internetu mobilnego Polska jest jednym z liderów w Europie. W roku 2015 nasycenie to wyniosło ponad 94% i było wyższe od średniej Unii Europejskiej o blisko 19 pkt. proc. Wynik ten uplasował Polskę na piątym miejscu wśród krajów europejskich¹⁸.

¹⁷ Urząd Komunikacji Elektronicznej, *Raport o stanie rynku telekomunikacyjnego w Polsce w 2015 roku*, Warszawa, czerwiec 2016.

¹⁸ Ibidem.

Rysunek 2. Nasylenie usługami internetu mobilnego w UE (w %)



Źródło: Digital Agenda Scoreboard, czerwiec 2015; Urząd Komunikacji Elektronicznej, *Raport o stanie...*, op.cit.

Systemy płatności mobilnych mogą opierać się na współpracy między następującymi typami podmiotów: operator sieci telefonii komórkowej GSM, agent rozliczeniowy, bank. Udział banku daje możliwość dostępu do środków klienta zgromadzonych na rachunkach bankowych. Jednakże w celu utworzenia systemu płatności mobilnych nie występuje konieczność zaangażowania wszystkich typów uczestników.

Korzyści płynące dla użytkowników usług płatności mobilnych wiążą się z łatwym dostępem do środków pieniężnych oraz szybkim i relatywnie tanim sposobem regulowania płatności w dowolnym miejscu, zarówno w tradycyjnych punktach sprzedaży, jak i realizowanych z wykorzystaniem internetu. Natomiast po stronie podmiotów świadczących usługi płatnicze otwierają się nowe możliwości w zakresie budowania relacji z klientami.

Potencjał wynikający z rozwoju rynku płatności mobilnych dostrzegany jest przez banki komercyjne, ale także przez podmioty spoza sektora bankowego, np. operatorów telefonii komórkowej. Sytuacja ta przyczynia się do wzrostu konkurencyjności na rynku usług płatniczych.

3. Powstanie innowacyjnego systemu płatności mobilnych w Polsce

Nieustanna zmienność otoczenia gospodarczego i społecznego, w którym funkcjonują współczesne banki komercyjne, stawia nowe wyzwania w zakresie dostosowania

celów i strategii do wizji nowoczesnego banku. W celu zachowania konkurencyjności należy elastycznie i szybko dostosowywać wizerunek banku do zmieniających się warunków otoczenia i wymagań klientów. W warunkach dynamicznego rozwoju nowoczesnych technologii teleinformatycznych oraz zmieniających się preferencji klientów czynnikiem sprzyjającym budowaniu przewagi konkurencyjnej w perspektywie długookresowej jest wykorzystywanie innowacyjnych rozwiązań. Innowacje mogą być opracowywane przez podmiot je wdrażający lub we współpracy z innymi podmiotami i instytucjami. Występuje także możliwość zastosowania innowacyjnych rozwiązań, których autorami są inne podmioty.

Nowoczesna bankowość wykorzystuje innowacyjne rozwiązania w zakresie udostępniania oferowanych usług. Przykładem zastosowania innowacyjnych rozwiązań w sektorze usług finansowych jest powstanie spółki Polski Standard Płatności oraz uruchomienie systemu płatności mobilnych BLIK. Powstanie systemu płatności mobilnych w Polsce jest efektem zawartego w 2013 r. porozumienia w sprawie strategicznej współpracy mającej na celu utworzenie wspólnego standardu płatności mobilnych, zawartego przez sześć banków: Alior Bank, Bank Millennium, Bank Zachodni WBK, ING Bank Śląski, mBank i PKO Bank Polski. Utworzenie systemu płatności mobilnych BLIK stanowi rozwiązanie unikalne w skali światowej. Innowacyjny system płatności mobilnych BLIK, nazywany „polskim systemem płatności mobilnych”, dostępny jest dla wszystkich uczestników polskiego rynku bankowego od 9 lutego 2015 r. Umożliwia on podłączanie aplikacji mobilnych różnych banków i agentów rozliczeniowych oraz wzajemne autoryzowanie i rozliczanie transakcji dokonywanych pomiędzy nimi¹⁹.

Obsługę operacyjną systemu płatności mobilnych zapewnia Krajowa Izba Rozliczeniowa, która dołączyła do projektu w połowie października 2013 r. Natomiast od 13 maja 2016 r. do uczestników systemu dołączył Getin Noble Bank²⁰.

Polski system płatności mobilnych BLIK pozwala na standaryzację w obszarze płatności mobilnych. Istotną zaletę systemu stanowi otwarty charakter na innych uczestników rynku, co umożliwia korzystanie z niego na tych samych warunkach przez zainteresowane podmioty polskiego rynku finansowego. Ponadto jednolity standard rynkowy umożliwia niwelowanie barier dla podmiotów, w których przypadku przygotowanie własnych rozwiązań w zakresie płatności mobilnych byłoby nieopłacalne.

¹⁹ Strona internetowa Polskiego Standardu Płatności, <http://www.polskistandardplatnosci.pl> (dostęp 29.09.2016).

²⁰ Ibidem.

System płatności mobilnych BLIK został zbudowany w oparciu o aplikację płatniczą IKO stworzoną przez PKO BP SA. PKO Bank Polski będący inicjatorem utworzenia wspólnego systemu płatności mobilnych aplikację mobilną IKO udostępnia swoim klientom od marca 2013 r. Aplikacja IKO do swojego działania wykorzystuje możliwości systemu operacyjnego smartfonu (Android, iOS, Windows Phone). Z aplikacji mogą korzystać klienci PKO Banku Polskiego, w tym Inteligo, którzy posiadają konto indywidualne lub konto firmowe i prowadzą jednoosobową działalność gospodarczą.

Ponadto z aplikacji mogą korzystać posiadacze tzw. portmanetki IKO (wirtualny portfel w telefonie, który nie wymaga posiadania konta w banku). Aplikacja IKO jest systematycznie rozwijana. Do funkcji oferowanych w IKO należą m.in.:

- wypłata gotówki z bankomatu za pomocą kodu BLIK lub czeku BLIK (bez użycia karty);
- przelewy na numer telefonu klientów banków, które oferują aplikację obsługującą międzybankowe przelewy na telefon, a także przelewy na rachunek własny w innym banku oraz na rachunek zdefiniowanego odbiorcy znajdującego się na liście w serwisie bankowości internetowej i PKO;
- tworzenie czeków BLIK, które działają podobnie jak kod BLIK (czek BLIK można wykorzystać samodzielnie lub przekazać innej osobie wraz z hasłem do czeków ustalonym w serwisie internetowym i PKO), zatwierdzanie płatności w sklepach stacjonarnych i Internecie za pomocą kodu BLIK lub czeku BLIK;
- podgląd salda i historii rachunku oraz możliwość zarządzania produktami, np. założenie lokaty, spłata karty kredytowej²¹.

Użytkownicy IKO mają również możliwość korzystania z wirtualnych skarbonek, do których można przyporządkować środki dostępne na kontach bieżących i oszczędnościowych. Ponadto z poziomu aplikacji można nadać lub zmienić PIN do karty, a także zmienić limity operacji płatniczych dokonywanych kartami. W aplikacji dostępna jest funkcja geolokalizacji, dzięki której można wyszukać sieć punktów POS oraz bankomatów, w których można skorzystać z BLIK²².

Zainteresowanie i liczba użytkowników korzystających z aplikacji mobilnej systematycznie rośnie. Według informacji banku na koniec II kw. 2016 r. aplikację mobilną IKO aktywowało ponad 700 tys. użytkowników, a samą usługę mobilnych płatności zbliżeniowych HCE 65 tys. użytkowników. W samym drugim kwartale 2016 r. klienci banku założyli ponad 37 tys. lokat mobilnych, ponadto prawie 1,7 mln klientów skorzystało z usług bankowych za pomocą urządzeń mobilnych, w tym wersji

²¹ Strona internetowa Powszechnej Kasy Oszczędności Banku Polskiego SA, <http://iko.pkobp.pl/> <http://inteligo.pl/iko/> (dostęp 29.09.2016).

²² Ibidem.

lite serwisów iPKO i Inteligo oraz aplikacji IKO. Aplikacja wykorzystywana była najczęściej przez klientów do sprawdzania salda i historii rachunku, dokonywania przelewów i doładowań telefonów na kartę²³.

Klienci banków: Alior Bank, Bank Millennium, Bank Zachodni WBK, Getin Noble Bank, ING Bank Śląski, mBank, PKO Bank Polski mają możliwość korzystania z systemu bankowości mobilnej zarówno za pośrednictwem przeglądarki internetowej w urządzeniu mobilnym, jak i z oficjalnych aplikacji mobilnych banków. Szczegółowe zasady i sposób postępowania udostępniony jest na stronach serwisów internetowych banków uczestników systemu BLIK²⁴. Funkcje BLIK umożliwiają dokonywanie w łatwy sposób transakcji płatniczych smartfonem, który jest obecnie nieodzownym elementem codziennego życia. Ponadto transakcje takie jak zakupy w sklepach stacjonarnych i internetowych, wypłata pieniędzy z bankomatów czy natychmiastowe przelewy na telefon dzięki uproszonym procesom realizowane są szybko i wygodnie.

Do niedawna przełomem w kontaktach klientów z bankiem była bankowość elektroniczna, natomiast obecnie dla wielu klientów stanowi ona już standardowy kanał korzystania z usług bankowych. Występujące obecnie w Polsce tendencje związane z dynamicznym rozwojem usług płatniczych oraz upowszechnieniem internetu mobilnego przemawiają za tym, że kolejnym etapem będzie bankowość mobilna.

Barierami w szybkim upowszechnianiu bankowości mobilnej są głównie obawy klientów dotyczące bezpieczeństwa korzystania z usług bankowości mobilnej oraz występujące jeszcze silne przyzwyczajenia dotyczące korzystania z usług bankowych w tradycyjnej formie (w oddziałach banku). Ponadto na rynku polskim w sferze płatności nadal istotne znaczenie odgrywa obrót gotówkowy oraz płatności realizowane kartami. Należy również uwzględnić wzrost presji konkurencyjnej ze strony dostawców mobilnych urządzeń i systemów operacyjnych o globalnej skali działania (np. Apple, Samsung).

W perspektywie najbliższych lat można spodziewać się rozwoju bankowości mobilnej, jako dodatkowego kanału dystrybucji usług bankowych. Sprzyjają temu preferencje i oczekiwania klientów w zakresie wielokanałowej obsługi bankowej oraz relatywnie niskie koszty dystrybucji usług i produktów bankowych poprzez wykorzystanie urządzeń mobilnych. Dodatkowo polski system płatności mobilnych BLIK

²³ M. Maśluch, *Dynamicznie rośnie liczba użytkowników IKO – to już 700 tys. aktywnych aplikacji!*, „Bankomania” 16 sierpnia 2016, <https://bankomania.pkobp.pl/bankofinanse/bankowosc-internetowa-i-mobilna/dynamicznie-rosnie-liczba-uzytkownikow-iko-to-juz-700-tys-aktywnych-aplikacji/> (dostęp 29.09.2016).

²⁴ Serwisy internetowe banków: www.aliorbank.pl, www.bankmilenium.pl, www.bzwbk.pl, www.getinbank.pl, www.ingbank.pl, www.mbank.pl, www.pko.bp

pozwala na korzystanie z niego na tych samych warunkach przez kolejne podmioty rynku finansowego.

Podsumowanie

Międzynarodowa konkurencja wymusza poszukiwanie rozwiązań innowacyjnych w celu budowania przewag konkurencyjnych przez banki komercyjne funkcjonujące na polskim rynku. W świetle zmieniających się preferencji klientów budowa przewagi konkurencyjnej wymaga wykorzystywania wielokanałowego dotarcia do odbiorców usług bankowych oraz stosowania innowacyjnych rozwiązań. Upowszechnienie dostępu do urządzeń mobilnych oraz popularyzacja usług internetu mobilnego w Polsce sprzyja rozwojowi płatności mobilnych. Wdrożone regulacje prawne umożliwiają zastosowanie jednolitego podejścia do usług płatniczych dla wszystkich uczestników rynku finansowego. Polski system płatności mobilnych BLIK umożliwia szeroki dostęp i korzystanie z niego na tych samych warunkach przez zainteresowane podmioty polskiego rynku finansowego.

W perspektywie najbliższych lat rozwój bankowości mobilnej może stanowić istotny wymiar konkurowania na rynku usług finansowych. Wyzwaniem dla banków jest przekonanie klientów do zmiany dotychczasowych przyzwyczajeń w zakresie korzystania z usług bankowych.

Literatura

- Bakalarczyk S., *Innowacje bankowe, bankowość elektroniczna, bankowość inwestycyjna i inżynieria finansowa*, Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź 2006.
- Ball-Woźniak T., *Innowacyjność w ujęciu podmiotowym. Uwarunkowania instytucjonalne*, PWE, Warszawa 2012.
- Dolińska M., *Innowacje w gospodarce opartej na wiedzy*. PWE, Warszawa 2010.
- Drucker P.F., *Innowacje i przedsiębiorczość*, PWE, Warszawa 1992.
- Dyrektywa 2007/64/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 13 listopada 2007 r. w sprawie usług płatniczych w ramach rynku wewnętrznego, zmieniająca dyrektywy 97/7/WE, 2002/65/WE, 2005/60/WE i 2006/48/WE i uchylająca dyrektywę 97/5/WE, DzUrz. UE L 319 z 5 grudnia 2007 r.

- European Central Bank, *Glossary*, <http://www.ecb.europa.eu/home/glossary/html/glossmen.html#611>
- Maśluch M., *Dynamicznie rośnie liczba użytkowników IKO – to już 700 tys. aktywnych aplikacji!*, „Bankomania” 16 sierpnia 2016, <https://bankomania.pkobp.pl/bankofinanse/bankowosc-internetowa-i-mobilna/dynamicznie-rosnie-liczba-uzytkownikow-iko-to-juz-700-tys-aktywnych-aplikacji/>
- OECD, *Oslo Manual, Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data*, 3rd ed., OECD/Eurostat, Paris 2005.
- Oreżniak L., *Globalizacja rynków finansowych*, [w:] *Globalizacja od A do Z*, red. E. Czarny, Departament Komunikacji Społecznej NBP, Warszawa 2004.
- Polasik M., Maciejewski K., *Innowacyjne usługi płatnicze w Polsce i na świecie*, „Materiały i Studia NBP” z. 241, 2009.
- Porter M.E., *Porter o konkurencji*, PWE, Warszawa 2001.
- Stankiewicz M.J., *Determinanty konkurencyjności polskich przedsiębiorstw: sposoby i warunki umacniania konkurencyjności przedsiębiorstw w perspektywie globalizacji gospodarki*, Wydawnictwo UMK, Toruń 2002.
- Schumpeter J.A., *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960.
- Strona internetowa Polskiego Standardu Płatności, <http://www.polskistandardplatnosci.pl>
- Strona internetowa Powszechnej Kasy Oszczędności Banku Polskiego SA, <http://iko.pkobp.pl/>
- Urząd Komunikacji Elektronicznej, *Raport o stanie rynku telekomunikacyjnego w Polsce w 2015 roku*, Warszawa, czerwiec 2016.
- Ustawa z dnia 12 września 2002r. o elektronicznych instrumentach płatniczych, DzU 2002, nr 169, poz. 1385 z późn. zm.
- Ustawa z dnia 19 sierpnia 2011 r. o usługach płatniczych, DzU 2011, nr 199, poz. 1175 z późn. zm.

Serwisy internetowe banków uczestników systemu płatności mobilnych BLIK

www.aliorbank.pl
www.bankmilenium.pl
www.bzwbk.pl
www.getinbank.pl
www.ingbank.pl
www.mbank.pl
www.pko.bp

Innovative Solutions in Mobile Payments Applied by Banks in Poland

Social and economic changes in Poland force commercial banks to face new challenges. Fierce international competition forces them to search for new ways of increasing their competitiveness. Flexibility and responsiveness to the rapidly changing needs and expectations of customers seem to be a prerequisite for maintaining the market position and building competitive advantage. This requires banks to develop an ability to introduce changes such as innovative financial solutions. The widespread presence of the Internet combined with dynamic development of payment services opens new possibilities for application of innovations in mobile payments. One of the examples of applying innovative solutions in the sector of financial services is the launching of the BLIK mobile payments system.

Keywords: commercial bank, mobile banking, innovation, competition, international competitiveness, payment, mobile payments, payment services.

Solutions innovantes des banques en matière de paiements mobiles en Pologne

Les changements dans l'environnement économique et social en Pologne posent de nouveaux défis aux banques commerciales contemporaines. Dans les conditions d'une forte concurrence internationale, les banques ont besoin de chercher différents domaines de renforcement de la compétitivité. Afin de maintenir une solide position concurrentielle, elles doivent s'adapter d'une façon flexible à l'évolution des attentes et besoins des clients. En pratique, cela signifie la capacité d'introduire par les banques des changements dont les sources sont, entre autres, les innovations financières. La diffusion d'Internet et un développement rapide des services de paiement ouvre la voie vers de nouvelles opportunités de l'application des solutions innovantes dans le domaine de paiements mobiles. La création de la société Polski Standard Płatności (le Standard polonais de paiement) ainsi que le lancement du système de paiement mobile BLIK est un exemple de l'application des solutions innovantes dans le secteur des services financiers. Il s'agit d'une solution unique dans le monde. Dans les années à venir, le développement des services bancaires mobiles peut constituer une dimension importante de la concurrence sur le marché des services financiers.

Mots-clés: banque commerciale, services bancaires mobiles, innovations, concurrence, compétitivité internationale, paiement, paiement mobile, services de paiement.

Иновационные решения, применяемые банками в Польше в сфере мобильных платежей

Экономические и социальные изменения в Польше ставят перед современными коммерческими банками новые вызовы. Нарастающая международная конкуренция заставляет банки искать новые способы повышения конкурентоспособности. Гибкость и отзывчивость к быстро меняющимся потребностям и ожиданиям клиентов являются необходимым условием сохранения их рыночной позиции и создания конкурентного преимущества. Это требует от банков развития способности внедрять такие изменения как инновационные финансовые решения. Распространение интернета в сочетании с динамичным развитием платежных услуг открывает все новые возможности для применения инноваций в мобильных платежах. Одним из примеров применения инновационных решений в секторе финансовых услуг является появление компании Polish Payment Standard и запуск мобильной платежной системы BLIK, которая уникальна в мире. В ближайшие годы развитие мобильного банкинга может стать важным аспектом конкуренции на рынке финансовых услуг.

Ключевые слова: коммерческий банк, мобильный банкинг, инновации, конкуренция, международная конкурентоспособность, платежи, мобильные платежи, платежные услуги.