

*Marta Zawadewicz**

STOSUNEK KLIENTÓW INDYWIDUALNYCH DO ELEKTRONICZNYCH KANAŁÓW DYSTRYBUCJI USŁUG BANKOWYCH NA PODSTAWIE BADAŃ

Abstrakt: Celem artykułu jest rozpoznanie opinii i nastawienia klientów indywidualnych do elektronicznych kanałów świadczenia i dostępu do usług bankowych. Scharakteryzowano w nim elektroniczne kanały dystrybucji usług bankowych, wskazując jednocześnie na ich zalety i wady, a następnie zaprezentowano wyniki badania ankietowego przeprowadzonego wśród słuchaczy studium policealnego. Analiza koncentruje się na opinii i postawach klientów banków wobec elektronicznych kanałów dystrybucji oraz świadomości istniejących wad i zalet bankowości elektronicznej. Z uwagi na dobór grupy badawczej analiza dotyczy postrzegania usług bankowości elektronicznej przez klientów lokalnego rynku.

1. Wprowadzenie

Począwszy od lat 90.-tych XX wieku w bankowości rozpoczął się nowy okres zwany wirtualizacją działalności. Polega on na umożliwieniu klientowi dokonywania szeregu operacji przy pomocy mediów elektronicznych – Internet, telewizja, telefonia komórkowa, kioski multimedialne - w dowolnym miejscu oraz czasie dogodnym dla niego¹. Bankowość elektroniczna stała się integralną częścią działalności banków. Dla tradycyjnych banków stała się nie tylko szansą, ale też i koniecznością. Z jednej strony poprzez zaawansowane technologie dystrybucyjne ułatwia dotarcie do nowych i utrzymanie obecnych klientów, z drugiej - banki są zmuszone wprowadzać rozwiązania elektroniczne, aby obniżyć koszty i lepiej zaspokoić potrzeby klientów. Natomiast dla klientów – elektroniczne kanały dystrybucji to duża oszczędność czasu oraz możliwość dokonywania zleceń przez całą dobę. Przy czym dostępność do niektórych urządzeń zapewniają klientom banki (bankomaty, kioski multimedialne), a do innych - sami klienci, np. Internet, telefon komórkowy, tablet. Podstawowym warunkiem bezpiecznego wykonywania transakcji z wykorzystaniem elektronicznych kana-

* Magister, Absolwentka Kierunku Finanse i Rachunkowość, WSB Toruń.

¹ Rozwój bankowości elektronicznej związany jest między innymi z rozwojem nowych technologii informatycznych oraz komunikacyjnych, które otworzyły przed bankiem nowe możliwości. Bankowość elektroniczna jest jedną z najbardziej rozwijających się sfer bankowości, z dostępem 24 godziny na dobę przez 7 dni w tygodniu.

łów jest świadomość klientów w zakresie występujących zagrożeń, jak również zachowanie przez nich zasad bezpieczeństwa.

Celem artykułu jest rozpoznanie opinii i nastawienia klientów indywidualnych do elektronicznych kanałów świadczenia i dostępu do usług bankowych. Analiza została dokonana na podstawie badania ankietowego przeprowadzonego wśród słuchaczy studium policealnego. Skoncentrowano się w niej na rozpoznaniu opinii i postaw klientów banków wobec elektronicznych kanałów dystrybucji oraz świadomości istniejących wad i zalet bankowości elektronicznej. Z uwagi na dobór grupy badawczej (próba okolicznościowa z obszaru powiatu plockiego) scharakteryzowano i oceniono sposób postrzegania usług bankowości elektronicznej przez klientów lokalnego rynku (nie starano się wyciągać wniosków dla całej populacji).

2. Elektroniczne kanały dystrybucji usług bankowych

Klienci zarówno detaliczni, jak i korporacyjni mogą korzystać z usług bankowych za pośrednictwem różnych kanałów dystrybucji. Dystrybucja to proces, który polega na dostarczaniu nabywcy odpowiedniego produktu w najbardziej odpowiednim miejscu i czasie, w najbardziej dogodnej formie i warunkach zapewniających najlepszy zakup.² Sposób, w jaki następuje dostarczenie usługi to kanał dystrybucji. Oferowanie i sprzedaż usług bankowych odbywa się poprzez tradycyjne oraz elektroniczne kanały dystrybucji. Kanały tradycyjne – stacjonarne to takie, które wykorzystują placówki banku jako główne miejsce kontaktu z bankiem. Kanały te oparte są przede wszystkim na bezpośrednim kontakcie klientów z pracownikami banku (*face to face*)³. Natomiast kanały elektroniczne stanowią bezkontaktową formę realizacji usług. Przy nich pracownicy banku zastępowani są przez odpowiednie urządzenia oraz systemy informatyczne, natomiast wszelkie operacje zdalnie są realizowane bez potrzeby odwiedzania placówek banku⁴. Należą do nich⁵ :

² Grzywacz J., *Marketing w działalności banku*, Warszawa: Difin, 2006, s. 55

³ Tradycyjnym kanałem dystrybucji usług bankowych, zwłaszcza w odniesieniu do klientów detalicznych, są placówki banku tj. oddziały czy filie. Dla wielu klientów jedyną formą zakupów produktów oferowanych przez banki możliwą do zaakceptowania, a zarazem gwarantująca poufność i bezpieczeństwo, jest tzw. sprzedaż stacjonarna. Klasyczne pośrednictwo finansowe banku realizuje się poprzez wytwarzanie i udostępnianie kredytów na bazie przyjętych wcześniej od klientów depozytów pieniężnych. Tradycyjny model relacji klient – bank charakteryzuje się długoterminowością (korzystanie z usług banku przez długi okres, niekiedy przez całe życie) i jednorodnością (korzystanie z oferty tylko jednego banku). Nie mniej jednak należy zauważyć, że coraz powszechniejszą formą dystrybucji stają się wizyty pracowników banku w siedzibach firm czy domach. Do tradycyjnych kanałów dystrybucji można też zaliczyć kanały pośrednie, takie jak agencje i inni pośrednicy finansowi (np. domy maklerskie, inne banki, firmy leasingowe, firmy doradztwa finansowego itp.). Nosowski A., *Geneza bankowości elektronicznej*. W: Gospodarowicz A., *Bankowość elektroniczna*, Warszawa: wyd. PWE, 2005, s. 12

⁴ Niczyporuk P., Talecka A., *Bankowość – podstawowe zagadnienia*, Białystok: Wyd. Temida, 2011, s. 198

- sprzedaż przez telefon (telebanking) – polega na kontakcie klienta z bankiem przez telefon; nie jest to jednak klasyczna rozmowa klienta z doradcą, połączenie z automatyczną sekretarką, która głosowo przekazuje określone informacje,
- sprzedaż drogą pocztową (direct mail) - jest reklamą w postaci listów poczty tradycyjnej, często udających lub nawiązujących formą do korespondencji zwykłej (prywatnej),
- bankomaty (bankowość terminalowa – selfbanking) – polega na samoobsługowym korzystaniu przez użytkownika z terminala udostępnionego przez bank, z reguły w miejscu publicznym; w najprostszej wersji terminalem jest bankomat⁶,
- home banking – to nowoczesny system narzędzi umożliwiających klientowi banku dokonywanie operacji na swoim koncie z domu lub biura; home banking jest zazwyczaj aplikacją instalowaną na komputerze domowym lub biurowym, która do kontaktów z bankiem wykorzystuje linię telefoniczną, pozwalając na ciągłą obsługę rachunku bankowego bezpośrednio z siedziby danego klienta banku,
- sprzedaż usług droga internetową – to forma świadczenia usług bankowych za pośrednictwem ogólnodostępnej sieci Internet, z wykorzystaniem standardowego oprogramowania (przeglądarka www),
- dedykowana bankowość komputerowa – polega na umożliwieniu klientowi komunikacji z bankiem za pomocą komputera, łączy telekomunikacyjnego oraz specjalistycznego dedykowanego oprogramowania; cechą wyróżniającą nie jest wykorzystanie samego komputera, lecz właśnie dedykowanego oprogramowania instalowanego lokalnie na komputerze klienta,
- bankowość telewizyjna – cechą wyróżniającą jest dostęp do rachunków bankowych za pośrednictwem telewizji cyfrowej; wszystkie operacje klient wykonuje za pośrednictwem standardowego pilota telewizyjnego.

Każda usługa bankowa umożliwiająca klientowi wzajemny kontakt z instytucją bankową z oddalonego miejsca przez wyżej określone kanały dystrybucji: telefon, odbiornik telewizyjny wraz z odpowiednim dekoderym, terminal, komputer osobisty lub inne urządzenie zapewniające dostęp do systemu telekomunikacyjnego, który łączy z centrum komputerowym danej instytucji bankowej określana jest mianem bankowości elektronicznej⁷. Za główne czynniki wyróż-

⁵ Polasik M., *Bankowość elektroniczna- istota-stan-perspektywy*, Warszawa: CeDeWu, 2007, s. 21-32

⁶ Bankomaty to najprostszy rodzaj terminali wykorzystywanych w bankowości terminalowej. Są to samoobsługowe urządzenia wyposażone w czytniki paska magnetycznego lub mikroprocesora, umożliwiające dokonywanie operacji bankowych przy użyciu kart płatniczych.

⁷ Juchno R., Kaszubski R.W., *Bankowość elektroniczna*, Glosa 2001, nr 7, s. 16

niające bankowość elektroniczną - różnie definiowaną w literaturze⁸ - należy przyjąć brak bezpośredniego kontaktu pracowników banku z klientami, jak również automatyzację i standaryzację usług⁹. Można stwierdzić, że bankowość elektroniczna to działalność banku opierająca się na wykorzystywaniu nowoczesnych technologii¹⁰, dzięki którym klienci banku mogą korzystać z proponowanych usług banku za pomocą elektronicznych środków komunikacji, w dowolnym czasie (w większości wypadków przez całą dobę, o każdej godzinie) i miejscu, bez konieczności fizycznej obecności klienta w banku¹¹. Bardzo ważna zarówno dla klienta, jak i banku jest integracja tradycyjnych i elektronicznych kanałów kontaktu z klientami¹².

W ramach bankowości elektronicznej - przy zastosowaniu różnych kryteriów - dokonuje się szczegółowych klasyfikacji (Tabela 1).

⁸ Rada Bankowości Elektronicznej definiuje bankowość elektroniczną jako formę usług oferowanych przez banki, polegającą na umożliwieniu klientowi dostępu do jego rachunku za pośrednictwem komputera oraz łącza telekomunikacyjnego. Bankowość elektroniczna definiowana jest również jako „zestaw środków teleinformatycznych umożliwiających zdalny dostęp do rachunku bankowego”, „jako możliwość konstruowania zupełnie nowych produktów, usług bankowych, co pozwala na rozwój oferty produktowej banków”. Barbara Świecka, *Detaliczna bankowość elektroniczna*, wyd. CeDeWu, Warszawa 2007, s. 34. Przyjmuje się również, że „bankowość elektroniczna to forma dostarczania i realizacji usług bankowych (obsługi produktów bankowych) za pomocą zdalnych kanałów dostępu, zapewnianych przez technologie informacyjno-komunikacyjne, bez konieczności osobistego kontaktu z pracownikami banku”. Nosowski A., op.cit., s. 26.

⁹ Janc A., Kotliński G., *Nowe technologie we współczesnym banku*, AE Poznań 2004, s. 298

¹⁰ Ziemecka M., *Systemy płatności*, Bank 1998 nr 9, s. 24

¹¹ Bajor B., *Bankowość elektroniczna – studium prawne*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, 2011, s. 129-130

¹² Korenik D., *Innowacyjne usługi banku*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2006, s. 46-48

Tabela 1. Klasyfikacja bankowości elektronicznej

BANKOWOŚĆ ELEKTRONICZNA				
Główne kryteria klasyfikacji				
Rodzaj klientów	Tryb dostępu	Poziom dostępu	Typ modelu	Kanał komunikacji
- detaliczna bankowość elektroniczna - korporacyjna bankowość elektroniczna	- bankowość online - bankowość offline	- dostęp pasywny - dostęp półaktywny - dostęp aktywny	- model wielokanałowy - model banku wirtualnego - model banku supermarketu finansowego - model internetowego banku niszowego	- bankowość terminalowa - bankowość internetowa - bankowość telefoniczna - direct mail - dedykowana bankowość komputerowa - bankowość telewizyjna

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Polasik M., op. cit., s. 20

I tak z uwagi na rodzaj klientów wyróżnia się detaliczną bankowość elektroniczną - oferowaną głównie klientom indywidualnym oraz korporacyjną bankowość elektroniczną - przeznaczoną dla przedsiębiorstw oraz różnego rodzaju instytucji, w tym administracji rządowej i samorządowej. Przyjmując za kryterium tryb dostępu, można odróżnić bankowość online, czyli wykonywanie operacji w czasie rzeczywistym (wszystkie operacje są dokonywane na bieżąco i natychmiast księgowane) od bankowości offline, czyli wykonywanie operacji w czasie sesyjnym, co oznacza, że operacje są wykonywane w określonym czasie, a nie na bieżąco. Biorąc pod uwagę poziom dostępu można wyróżnić dostęp pasywny (informacyjny), gdzie klient uzyskuje jedynie informacje o stanie rachunku i historii operacji; nie może wykonywać jakichkolwiek operacji poprzez kanały elektroniczne, dostęp półaktywny (ograniczony), gdzie klient może dokonywać tylko niektóre operacje poprzez kanały elektroniczne oraz dostęp aktywny (pełny), w którym klient ma możliwość dokonywania pełnego zakresu operacji oferowanych w ramach bankowości elektronicznej.

Sektor bankowy, ze względu na specyfikę swojej działalności oraz niematerialny charakter większości usług bankowych, jest szczególnie podatny na stosowanie elektronicznych kanałów komunikacji, a tak zwana E-bankowość pozwala na szybki i nieograniczony dostęp do wielu usług, na realizowanie elektronicznych płatności w każdym miejscu i czasie.¹³ Rozwój nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych (IT) sprawia, że żaden bank chcący zachować bądź poprawić swoją pozycję na rynku, nie może zaniedbywać inwestycji w IT. Są one bowiem akceptowane przez klientów i postrzegane przez

¹³ Bajor B., op.cit., s. 11-12

nich jako standard. Bez wątplenia, nowoczesna technologia jest jednym z istotnych czynników, które zrewolucjonizowały bankowość detaliczną.¹⁴ Jest ona z założenia bankowością prostą, nastawioną na szybkie pozyskiwanie klienta oraz oferowanie mu kompleksowej oferty. Produkty proponowane przez e-banki są jednakowe dla każdego klienta.

Do głównych zagrożeń dla klienta związanych z korzystaniem z elektronicznych kanałów dystrybucji usług bankowych należy m.in.: tzw. kompromitacja zabezpieczeń do systemu, czyli ujawnienie loginu, hasła, hasła jednorazowego najczęściej w wyniku sprawdzenia wszystkich możliwości.¹⁵ Kompromitacja zabezpieczeń jest również możliwa poprzez podsłuchiwanie lokalnej sieci, podsłuch elektromagnetyczny, wykorzystanie oprogramowania szpiegującego, jak również przy użyciu socjotechnik. Wśród wykorzystywanych socjotechnik należy wymienić tzw. phishing, czyli podsyłanie klientom banków maili z prośbą o zalogowanie się na „podrobionej” stronie internetowej banków, przechwytyjąc tym samym cenne dane o klientach. Kolejnym zagrożeniem dla klienta jest możliwość manipulowania systemem i sprzętem, pozwalające na dokonanie zmian niewidocznych dla użytkowników, np. nielegalne zwiększenie uprawnień użytkowników. Innym rodzajem zagrożeń są implementowane na stronach WWW różnego rodzaju skrypty, a także wirusy podsyłane klientom banków, wykradające dane.¹⁶

3. Charakterystyka i analiza wyników przeprowadzonego badania

Przedmiot i metoda badania

Przedmiotem przeprowadzonego badania były usługi bankowości elektronicznej świadczone dla klientów indywidualnych przez banki funkcjonujące na terenie powiatu plockiego. Głównym celem badania było uzyskanie wiedzy na temat postrzegania oraz nastawienia klientów indywidualnych do usług bankowych świadczonych drogą elektroniczną. W badaniu skoncentrowano się na rozpoznaniu opinii i postaw klientów banków wobec elektronicznych kanałów dystrybucji oraz świadomości istniejących wad i zalet bankowości elektronicznej.

Metodą zastosowaną do realizacji badania była ankietyzacja, która została przeprowadzona wśród 150 słuchaczy Policealnej Szkoły TEB Edukacja, na podstawie wcześniej przygotowanego kwestionariusza. Dobór grupy badawczej był podyktowany możliwościami technicznymi przeprowadzenia ankiety oraz łatwą dostępnością ankietowanych osób (próba okolicznościowa). Dlatego też na podstawie przeprowadzonych badań nie starano się wyciągać wniosków dla całej populacji (niewielka i niereprezentatywna próba badawcza dla populacji),

¹⁴ Nosowski A., *op.cit.*, s. 23

¹⁵ Wroński P., *Bankowość elektroniczna dla firm*, Warszawa: CeDeWu, 2004, s. 58

¹⁶ Wawrzyniak D., *Zagrożenia bankowości elektronicznej*, w: *Bankowość elektroniczna*, red. Gospodarowicz A., Warszawa: PWE, 2005, s. 56

a jedynie scharakteryzować i ocenić sposób postrzegania usług bankowości elektronicznej przez klientów lokalnego rynku.

Badanie zostało zaprojektowane w postaci anonimowej ankiety w wersji papierowej uzupełnianej samodzielnie przez respondentów. Przed przystąpieniem do wypełniania ankiet badani zostali poinformowani o zasadach i formach „ankietowania”, czyli; o anonimowości, jego celach oraz poproszeni o wiarygodność i wybór odpowiedzi prawdziwych. Czas wypełniania ankiety był nieograniczony. Nikt z badanych nie zgłaszał problemów ze zrozumieniem pytań. Respondentom zadano pytania, które dotyczyły następujących obszarów:

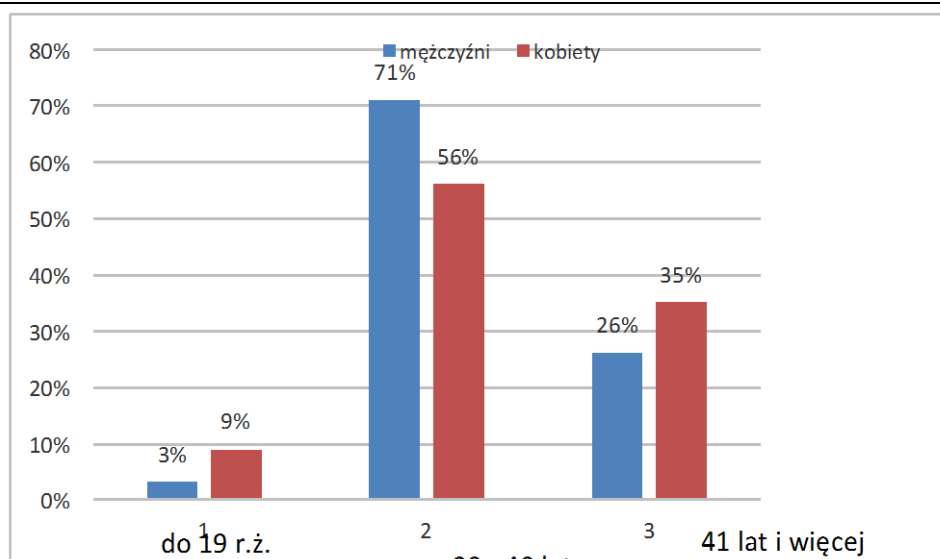
- danych charakteryzujących respondentów – wiek, płeć, miejsce zamieszkania, status zawodowy,
- wykorzystywania oferty bankowości elektronicznej – formy bankowości elektronicznej, przyczyn i czasu korzystania,
- świadomości bezpieczeństwa usług bankowości elektronicznej – zabezpieczeń stosowanych w bankowości elektronicznej, poziomu zaufania, obaw związanych z korzystaniem z usług, najczęściej wybieranych banków,
- postrzeganych zalet i wad bankowości elektronicznej.

Przeważającą większość stanowiły pytania zamknięte, aczkolwiek z możliwością udzielenia własnej wypowiedzi w polu "Inne" w przypadku, gdy dany zestaw nie dostarczał dopasowanej do danej sytuacji odpowiedzi. Tym samym umożliwiono badanemu respondentowi przekazanie dodatkowych informacji z danej kwestii.

Charakterystyka respondentów

W badaniu wzięło udział stu pięćdziesięciu respondentów. Mężczyźni stanowili 41,33% ogółu, a kobiety 58,67% . Ankietowani podzieleni zostali na trzy grupy wiekowe: do 19. roku życia, 20-40 lat oraz 41 lat i więcej. Wśród mężczyzn największą grupę stanowili panowie w wieku 20-40 lat (71%). 3% stanowili mężczyźni z przedziału do 19. roku życia. Panowie w wieku 41 lat i więcej stanowili 26% badanej grupy mężczyzn. Wśród kobiet procentowy udział przedstawiał się następująco: do 19. roku życia – 9%, przedział 20-40 lat – 56%, 41 lat i więcej – 35% badanej grupy kobiet (Wykres 1).

*Stosunek klientów indywidualnych do elektronicznych kanałów
dystrybucji usług bankowych na podstawie badań*

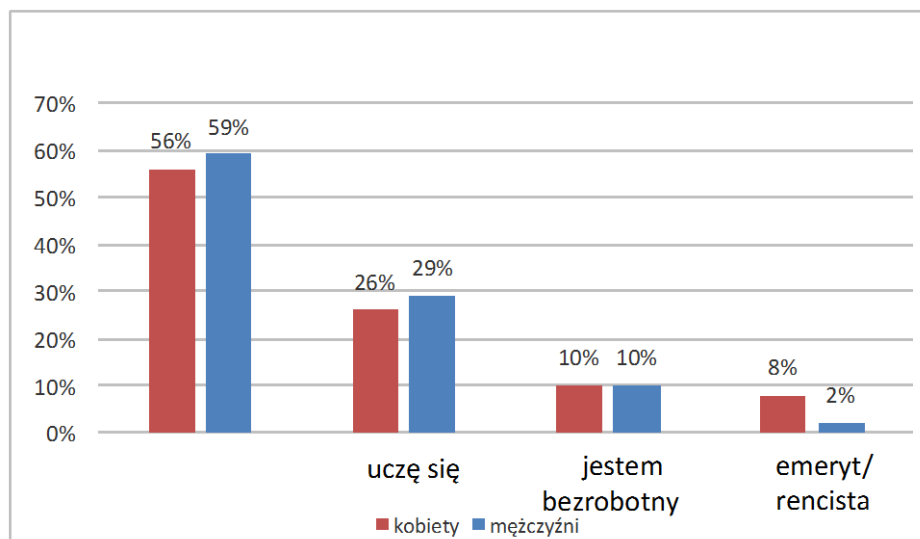


Charakterystyka badanej grupy klientów bankowości elektronicznej

Wykres 1. Struktura wieku badanej grupy

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z ankiety.

Według danych z ankiety 15% mężczyzn mieszka na wsi, 11% mężczyzn mieszka w mieście poniżej 10 tys. mieszkańców, a 74% mieszka w mieście o liczbie 100-500 tys. mieszkańców. Wśród kobiet - 26% mieszka na wsi, 24% mieszka w mieście poniżej 10 tys. mieszkańców, 50% w mieście 100-500 tys. mieszkańców. W badanej grupie mężczyzn 59% stanowili pracujący, 29% - uczący się, a 10% to bezrobotni (Wykres 2). 2% odpowiedziało, że aktualnie jest emerytem/rencistą. Wśród kobiet - 56% pracuje, 26% uczy się, 10% to kobiety bezrobotne, a 8% stanowią kobiety na emeryturze/rencie. W obu grupach widać, że większość ankietowanych stanowią osoby aktywne zawodowo i uczące się. Najmniejszą grupę stanowią emeryci/renciści.



Wykres 2. Struktura próby według sytuacji społeczno-zawodowej

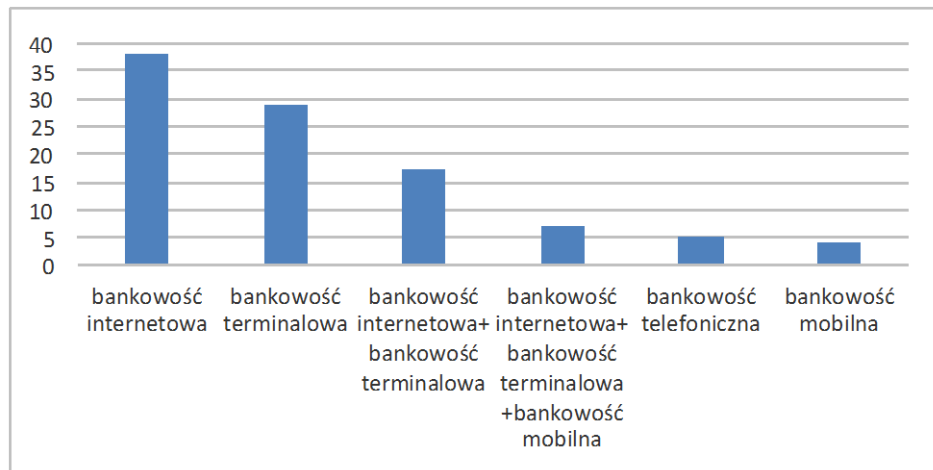
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z ankiety.

Największą grupę badanych stanowią osoby w wieku 20-40 lat, pracujące i zamieszkujące miasto od 100 – 200 tys. mieszkańców – Płock. Drugą – co do wielkości grupę stanowią osoby w wieku 41 lat i więcej, bezrobotne i zamieszkujące wieś. Trzecią – najmniejszą grupę stanowią osoby w wieku do 19 roku życia, będące emerytem/rencistą i zamieszkujące miasto poniżej 10 tys. mieszkańców (miejscowości w powiecie płockim).

Forma i zakres korzystania przez respondentów z usług bankowości elektronicznej

Celem pierwszej grupy pytań w ankiecie było ustalenie, z których form usług bankowości elektronicznej i od jakiego czasu korzystają klienci oraz powodów wyboru tego typu usług. W przypadku pytania, z której formy bankowości elektronicznej korzystają najczęściej, respondenci mieli do wyboru 4 odpowiedzi: bankowość internetowa, terminalowa, telefoniczna i mobilna (Wykres 3). Większość ankietowanych -38% - odpowiedziała, że najczęściej korzysta z bankowości internetowej. 29% korzysta z terminali. 17% ankietowanych wskazało, że korzysta zarówno z bankowości internetowej, jak i terminalowej. 7% badanych korzysta z trzech rodzajów bankowości – internetowej, terminalowej i mobilnej. Z samej bankowości telefonicznej korzysta 5% respondentów, a z bankowości mobilnej 4%.

*Stosunek klientów indywidualnych do elektronicznych kanałów
dystrybucji usług bankowych na podstawie badań*

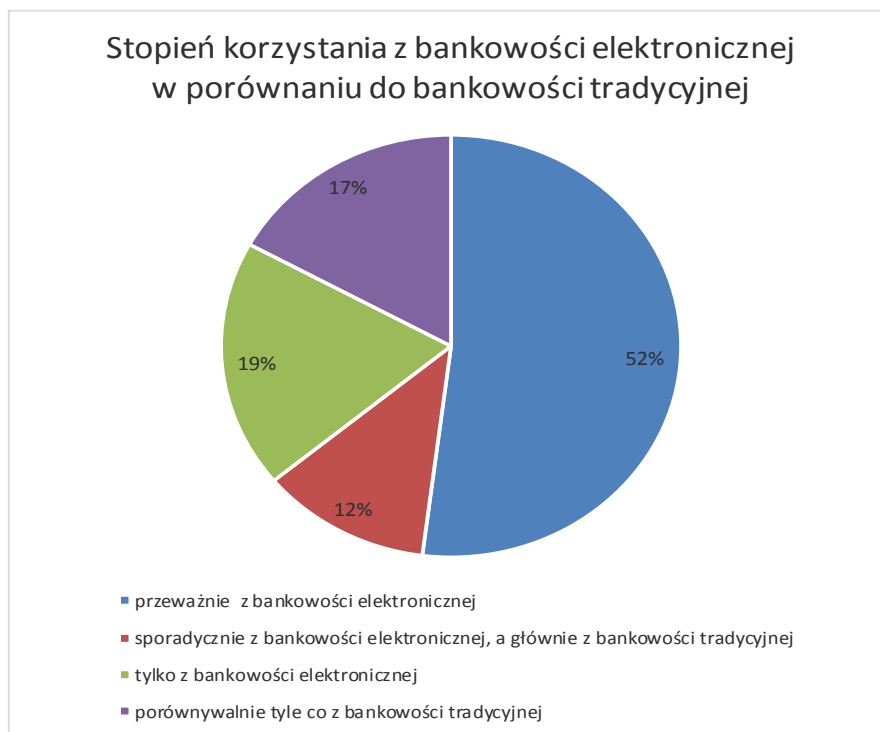


Wykres 3. Wykorzystywane formy bankowości elektronicznej

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z ankiety.

W przypadku usług, z jakich korzystają za pośrednictwem Internetu, respondenci mogli zaznaczyć więcej niż jedną spośród następujących odpowiedzi: dokonywanie przelewów i płatności, ustalanie stałych zleceń, akceptacja podpisu elektronicznego, sprawdzanie salda rachunku, historia operacji oraz płatność w sklepach internetowych bezpośrednio z konta. Zdecydowana większość badanych odpowiedziała, że korzysta wyłącznie z usługi dokonywania przelewów – 54%. 16% ankietowanych odpowiedziało, że za pomocą Internetu dokonuje przelewów, ustala stałe zlecenia, sprawdza saldo rachunku, przegląda historię operacji oraz dokonuje płatności w sklepach internetowych. 10% respondentów udzieliło odpowiedzi, że sprawdza jedynie saldo rachunku, 8% poza sprawdzaniem salda dokonuje przelewów i płatności, przegląda historię operacji oraz dokonuje płatności w sklepach internetowych. 7% ankietowanych za pomocą bankowości internetowej ustala stałe zlecenia. Tylko 5% badanych odpowiedziało, że za pośrednictwem Internetu przegląda wyłącznie historię operacji.

Kolejne pytanie dotyczyło okresu korzystania z bankowości elektronicznej przez ankietowanych. Okazało się, że aż 37% ankietowanych korzysta z bankowości elektronicznej w przedziale czasowym od 1 roku do 5 lat, 26% powyżej 5 lat, 20% - około 1 roku, natomiast 17% badanych mniej niż 1 rok. Przy czym w kolejnym pytaniu 19% respondentów zakreśliło, że korzysta tylko z bankowości elektronicznej i porównywalnie z bankowości tradycyjnej - 17% (Wykres 4). 52% wszystkich respondentów wskazało, że przeważnie korzysta z bankowości elektronicznej, co oznacza korzystanie również z bankowości tradycyjnej. Natomiast 12% korzysta głównie z bankowości tradycyjnej, a sporadycznie z bankowości elektronicznej.



Wykres 4. Stopień korzystania z bankowości elektronicznej w porównaniu do bankowości tradycyjnej

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z ankiety.

W odpowiedzi na pytanie, co skłoniło ich do korzystania z bankowości elektronicznej:

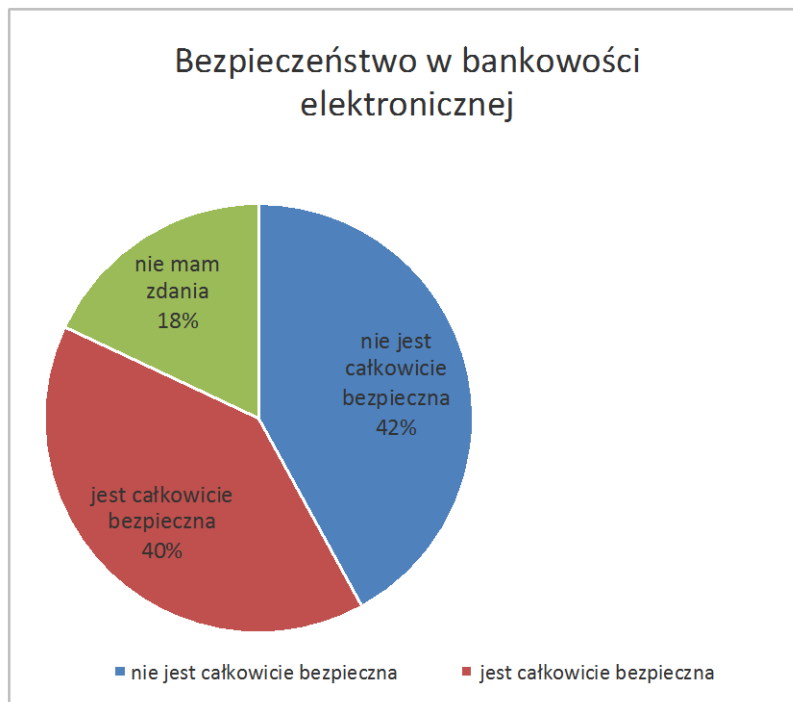
- aż 40% badanych stwierdziło, że największą zachętą była dla nich wygoda - nie trzeba wychodzić z domu by skorzystać z usług banku.,
- na dostęp w każdej chwili, a tym samym niezależność od godzin otwarcia placówki wskazało 31% respondentów,
- 10% wskazało na niski poziom prowizji usług,
- oszczędność czasu – 9% badanych.
- 6% respondentów skorzystało z bankowości elektronicznej z czystej ciekawości,
- 3% badanych skorzystało z bankowości elektronicznej ze względu na wymogi pracodawcy (choćby przelew wynagrodzenia na rachunek bankowy),.
- 1% w wyniku zachęty przyjaciół i znajomych.

Na wygodę i niezależność od godzin otwarcia placówki stawiali przede wszystkim ankietowani z przedziału wiekowego 20-40 lat. Dla pokolenia dzisiejszych trzydziestolatków bankowość elektroniczna jest czymś oczywistym. Szybki tryb

życia, ciągle pęd sprawiają, że możliwość skorzystania z usług oferowanych przez banki za pomocą Internetu jest najlepszym, jakby się wydawało, rozwiązaniem.

Świadomość bezpieczeństwa usług świadczonych drogą elektroniczną

Celem drugiej grupy pytań w ankiecie było ustalenie, w jaki sposób respondenci postrzegają bezpieczeństwo w bankowości elektronicznej - czy są świadomi zabezpieczeń, jaki jest poziom zaufania do usług świadczonych drogą elektroniczną. Okazuje się, że dla 42% respondentów - bankowość elektroniczna nie jest całkowicie bezpieczna (Wykres 5). Prawie tyle samo osób – 40% - uznało, że bankowość elektroniczna jest jak najbardziej bezpieczna. 18% badanych nie ma zdania na ten temat.



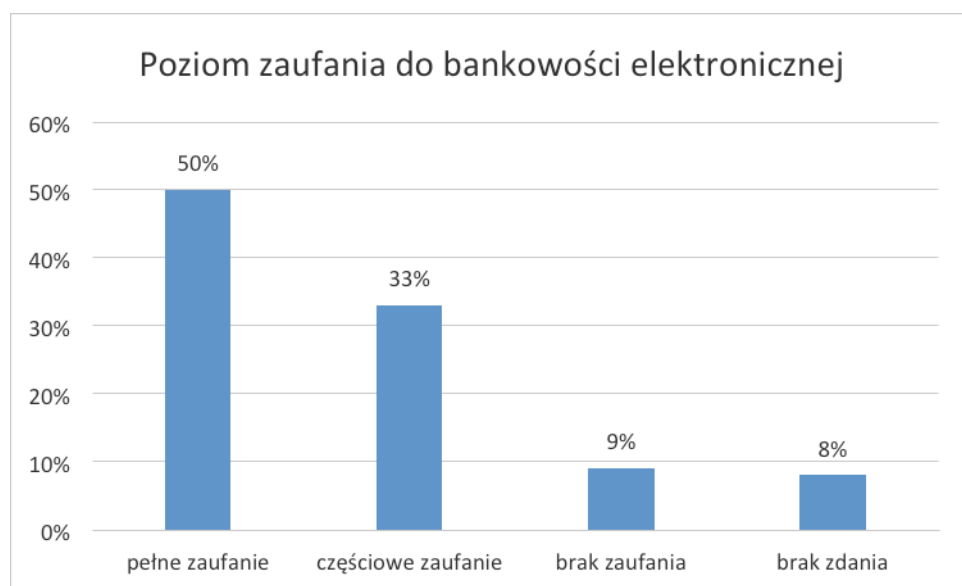
Wykres 5. Postrzeganie bezpieczeństwa w bankowości elektronicznej
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z ankiety.

Jako bezpieczną bankowość postrzegają przede wszystkim ankietowani w przedziale wiekowym 20-40 lat. To osoby, które zostały wychowane w dobie Internetu i dostępu do wszelkiego rodzaju nowinek technologicznych, dlatego są bardziej otwarci na nowości i zmiany.

W kolejnym pytaniu ankietowani wskazywali, z jakiego rodzaju zabezpieczeń korzystają w ramach bankowości elektronicznej. Do wyboru mieli następujące odpowiedzi: stałe hasło, karta uwierzytelniająca, kody jednorazowe, jednorazowe hasło SMS, podpis elektroniczny. I Tak:

- zdecydowana większość – 56% - odpowiedziała, że stosuje stałe hasło,
- 17% respondentów stosuje jednorazowe kody,
- 13% jednorazowe hasło SMS,
- 9% używa karty uwierzytelniającej,
- a zaledwie 5% korzysta z podpisu elektronicznego.

Ankietowani uznali, że zabezpieczenie w postaci stałego hasła jest wystarczające, jeżeli zachowane są odpowiednie środki ostrożności, m.in.: zmiana hasła, co jakiś czas (najlepiej raz w miesiącu), używanie odpowiednich haseł: min. 8 znaków - obok liter i cyfr także znaki niestandardowe, korzystanie z oprogramowania antywirusowego. W odpowiedziach na dalsze pytania 50% badanych zadeklarowało pełne zaufanie do bankowości elektronicznej, chociaż wcześniej tylko 40% uznało bankowość elektroniczną za bezpieczną (Wykres 6).



Wykres 6. Poziom zaufania klientów do bankowości elektronicznej

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z ankiety.

Rozwojowi nowych technologii towarzyszą ciągle duże obawy o bezpieczeństwo użytkowników. 33% ma częściowe zaufanie do bankowości elektronicznej, natomiast 9% nie ufa systemowi elektronicznemu. 8% nie ma zdania na ten temat. Jednakże większość klientów doskonale zdaje sobie sprawę, jakie zagrożenia niesie ze sobą Internet jako taki, ale potrafią minimalizować to ryzyko

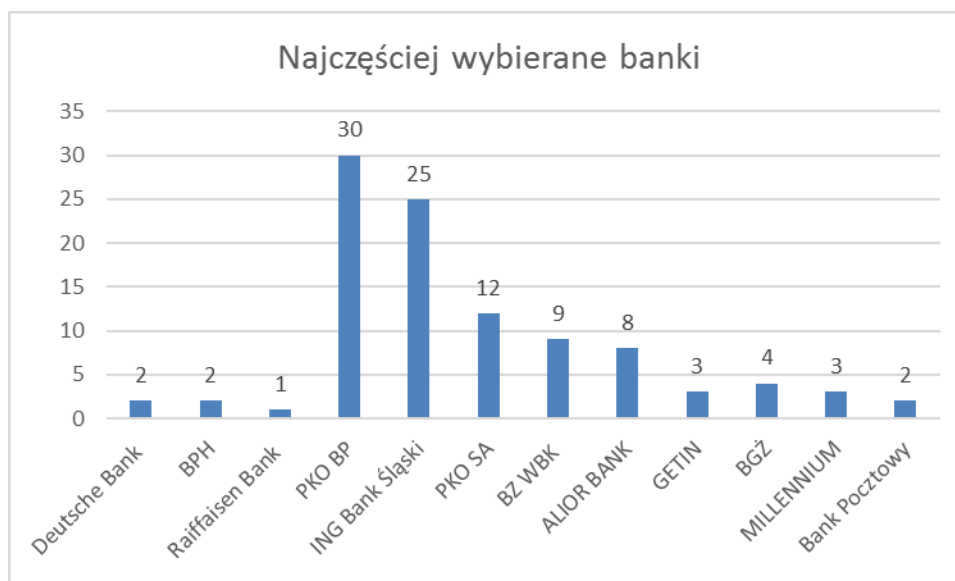
poprzez stosowanie się do podstawowych zasad bezpieczeństwa bankowości online. Jest to o tyle proste, że informacje na ten temat są ogólnodostępne – można je znaleźć chociażby na stronach logowania do bankowości internetowej. Polskie banki mają bardzo dobre zabezpieczenia, a więc Polacy czują się swobodnie i bezpiecznie korzystając ze zdalnych kanałów dostępu.

I mimo, że 50% deklaruje pełne zaufanie do bankowości elektronicznej, to:

- 51% ankietowanych wskazało, że największy niepokój przy korzystaniu z bankowości elektronicznej budzi w nich możliwość włamania na konto,
- wskazywali na przejęcie hasła i loginu – 24%,
- wirusy – 17%,
- 3% obawia się że ktoś będzie podglądał jakich operacji dokonują na koncie,
- 5% zaznaczyło, że nie boi się niczego.

Jednocześnie ankietowani wskazywali w uwagach, że coraz częściej stosują różnego rodzaju programy antywirusowe oraz firwalle, czyli oprogramowanie blokujące niepowołany dostęp do naszego komputera.

Zaufanie jest bardzo ważnym czynnikiem wyboru usług danego banku. Z kolejnych pytań i odpowiedzi respondentów wynika, że stosunkowo największą popularnością cieszą się usługi bankowości elektronicznej w bankach powszechnie znanych i charakteryzujących się szczególnie dobrym wizerunkiem (Wykres 7). Respondenci najczęściej korzystają z usług w PKO BP – 30%, ING Bank Śląski – 25%, PKO SA – 12%, BZ WBK – 9%, ALIOR BANK – 8%, BGŻ – 4%, GETIN i MILLENNIUM – po 3%, Bank Poczty, BPH i Deutsche Bank – po 2%, Raiffaisen Bank – 1%.



Wykres 7. Banki najczęściej wybierane przez uczestników ankiety

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z ankiety.

Badani najchętniej korzystają z usług dużych banków z długą historią. To banki, które potrafią połączyć tradycję z nowoczesnością i najwyższą jakością. Chcąc utrzymać uniwersalny, polski charakter, banki konsekwentnie wzmacniają pozycję lidera we wszystkich ważnych segmentach rynku. Dzięki zwiększonej sprawności operacyjnej zdecydowanie i konsekwentnie poprawiają jakość obsługi klientów. Równocześnie dbają o zachowanie stabilnej rentowności zgodnej z oczekiwaniami akcjonariuszy, prowadząc ostrożną politykę zarządzania ryzykiem.

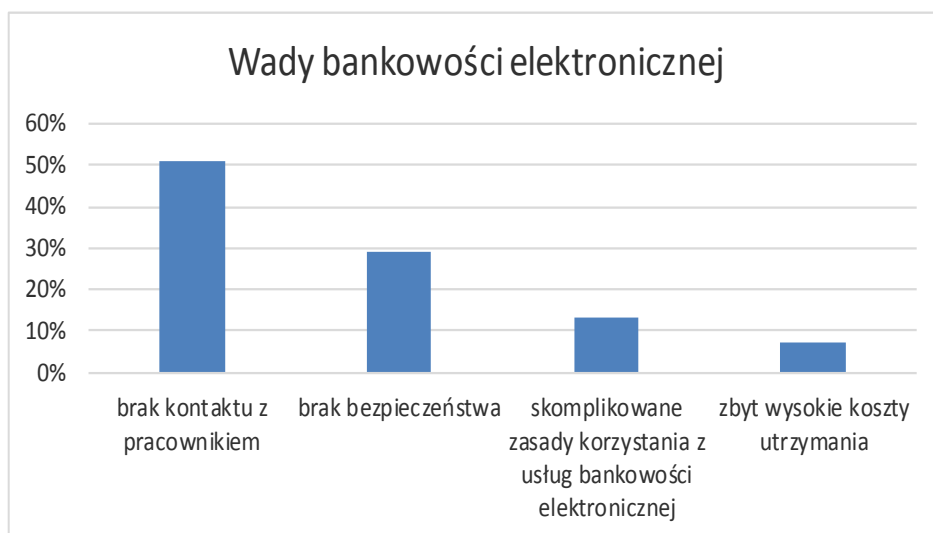
Dostrzegane przez respondentów zalety i wady bankowości elektronicznej

Ostatnia grupa pytań miała na celu identyfikację dostrzeganych przez respondentów wad i zalet usług bankowych świadczonych drogą elektroniczną. Na pytanie dotyczące trudności podczas korzystania z bankowości elektronicznej:

- 68% badanych odpowiedziało, że nigdy nie napotkało trudności,
- 17% wskazało na „jedną wpadkę”,
- 14% stwierdziło, że czasem coś nie działa,
- a tylko 1% zaznaczyło, że ciągle coś nie działa.

W kolejnym pytaniu respondenci wskazywali na największe ich zdaniem wady bankowości elektronicznej (Wykres 8). Najwięcej ankietowanych – 51% - odpowiedziało, że wadą jest brak kontaktu z pracownikiem banku. Jak widać respondenci nadal cenią sobie kontakt bezpośredni z wykwalifikowanym doradcą bankowym. Kolejną wadą jest brak bezpieczeństwa. Tak odpowiedziało 29%

badanych. 13% ankietowanych wskazało na skomplikowane zasady korzystania z usług bankowości elektronicznej, a 7% na zbyt wysokie koszty korzystania.



Wykres 8. Największe wady bankowości elektronicznej

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z ankiety.

Natomiast w ostatnim pytaniu z tej grupy respondenci mieli wskazać na największe ich zdaniem zalety bankowości elektronicznej (Wykres 9).



Wykres 9. Zalety bankowości elektronicznej

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z ankiety.

Do wyboru mieli następujące odpowiedzi: niskie koszty utrzymania i prowadzenia rachunku, oszczędność czasu, dostęp do rachunku 24 h na dobę, bezpieczeństwo, możliwość korzystania z usług w dowolnym miejscu. Najwięcej ankietowanych wskazało na oszczędność czasu – 41%. Kolejną zaletą okazał się dostęp do rachunku 24 h na dobę. Na tę odpowiedź wskazało 28% badanych. Dalej – 18% - niskie koszty utrzymania i prowadzenia rachunku, 10% - możliwość korzystania z usług w dowolnym miejscu. Najmniej osób wskazało na bezpieczeństwo – 3%. Jak widać ankietowani cenią sobie oszczędność czasu i dostęp do rachunku w dowolnym momencie dnia i nocy.

3. Podsumowanie

Bankowość elektroniczna świadczy klientom usługi bankowe za pomocą elektronicznych kanałów interaktywnej komunikacji. Bankowość elektroniczna to wyzwanie, przed którym stoją banki, które chcą tworzyć wizerunek instytucji o szerokim potencjale oraz elastyczności, a także banki które chcą wychodzić naprzeciw oczekiwaniom klientów. Pociąga za sobą różnorakie i znaczące zmiany w funkcjonowaniu sektora bankowego. Wraz z przebiegiem postępu technicznego oraz technologicznego następuje rozwój poszczególnych rodzajów elektronicznej bankowości. Niewątpliwie najważniejszym elektronicznym kanałem usług bankowych na rynku bankowości detalicznej jest internet. Usługi dostępne w bankowości internetowej to przede wszystkim: weryfikacja salda oraz historii operacji, realizacja przelewu na rachunki, definiowanie przelewów, spłata zadłużenia w karcie kredytowej, otwarcie nowego rachunku – również lokaty, składanie wniosków o linię kredytową, zmiana haseł dostępu, polecenia zapłaty itp.

W Polsce bankowość internetowa bardzo dobrze spełnia oczekiwania klientów indywidualnych. Przeprowadzone na terenie powiatu płockiego badania pozwoliły również na ocenę zadowolenia z wykorzystywania elektronicznych kanałów dystrybucji. 85% badanych nie napotkało istotnych trudności podczas korzystania z usług, a oszczędność czasu i możliwość korzystania z usług przez 24 h to podstawowe zalety tej formy dystrybucji. Klienci świadomi są również niebezpieczeństw związanych z bankowością elektroniczną i znają formy zabezpieczeń oraz orientują się w możliwościach ograniczania ryzyka. W zasadzie wyniki przeprowadzonych badań są zbieżne z opisanymi w literaturze wynikami badań przeprowadzanych na próbach reprezentatywnych dla całej populacji.

Literatura

1. Bajor B., *Bankowość elektroniczna – studium prawne*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, 2011.
2. Grzywacz J., *Marketing w działalności banku*, Warszawa: Difin, 2006.
3. Janc A., Kotliński G., *Nowe technologie we współczesnym banku*, AE Poznań 2004.
4. Juchno R., Kaszubski R.W., *Bankowość elektroniczna*, Głosa 2001, nr 7.
5. Korenik D., *Innowacyjne usługi banku*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2006.
6. Niczyporuk P., Talecka A., *Bankowość – podstawowe zagadnienia*, Białystok: Wyd. Temida, 2011.
7. Nosowski A., *Geneza bankowości elektronicznej*. W: Gospodarowicz A., *Bankowość elektroniczna*, Warszawa: wyd. PWE, 2005.
8. Polasik M., *Bankowość elektroniczna- istota-stan-perspektywy*, Warszawa: CeDeWu, 2007.
9. Świecka B., *Detaliczna bankowość elektroniczna*, wyd. CeDeWu, Warszawa 2007.
10. Wawrzyniak D., *Zagrożenia bankowości elektronicznej*, w: *Bankowość elektroniczna*, red. Gospodarowicz A., Warszawa: PWE, 2005.
11. Wroński P., *Bankowość elektroniczna dla firm*, Warszawa: CeDeWu, 2004.
12. Ziemecka M., *Systemy płatności*, Bank 1998 nr 9.