

Krzysztof Adam Firlej

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
Wydział Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych
Katedra Mikroekonomii
kfirlej@uek.krakow.pl

Rynek bankowości mobilnej w Polsce – stan i perspektywy rozwoju

Kod JEL: G21

Słowa kluczowe: bankowość elektroniczna, bankowość internetowa, bankowość mobilna

Streszczenie. Celem artykułu jest przedstawienie stanu obecnego oraz perspektyw rozwoju bankowości mobilnej w Polsce przez pryzmat szans i zagrożeń występujących na tym rynku. Początkowa część opracowania stanowi wprowadzenie w zagadnienie bankowości mobilnej. W dalszych rozważaniach podjęto próbę charakterystyki stanu rozwoju bankowości mobilnej w Polsce na podstawie danych dotyczących aktywności użytkowników w tym kanale w latach 2016–2017. Następnie przedstawiono perspektywy rozwoju bankowości mobilnej w Polsce, wskazując szanse i zagrożenia wynikające z uwarunkowań rynkowych.

Wprowadzenie

Dynamiczny rozwój technologii informatycznych w pierwszej i drugiej dekadzie XXI wieku determinuje istotne zmiany na rynku bankowym w obszarze oferowanych produktów, jak również form ich dystrybucji. Początki bankowości mobilnej w Polsce sprowadzały się do udostępnienia klientom prostych funkcji, które umożliwiały kontrolę stanu rachunku bankowego czy też wysłanie przelewu. Kolejnym krokiem było zaproponowanie użytkownikom pionierskich aplikacji opartych na protokole WAP (Wireless Application Protocol), a następnie stron internetowych kompatybilnych z niewielkimi ekranami telefonów. Pierwsza aplikacja do bankowości mobilnej została wprowadzona na rynek dopiero w 2004 roku. Obecnie tego rodzaju usługi są bardzo popularne, a ich innowacyjność i jakość stanowią źródło przewagi konkurencyjnej banku.

W literaturze przedmiotu nie wykształciła się jeszcze jednoznaczna definicja bankowości mobilnej. Zgodnie z raportem amerykańskiego Banku Rezerwy Federalnej *Consumer and Mobile Financial Services 2016*, bankowość mobilna polega na uzyskiwaniu dostępu do rachunku bankowego z telefonu komórkowego, tabletu lub innego urządzenia (*wearables*). Dostęp do niej może odbywać się przy użyciu aplikacji, przez stronę internetową banku lub wiadomości SMS. Tiwari, Buse i Herstatt (2007) wskazują, że dostarczane w ramach bankowości mobilnej usługi dają możliwość korzystania z produktów bankowych i rachunku maklerskiego celem zarządzania kontem i uzyskania dostępu do potrzebnych klientowi informacji. Z kolei Łysik i Machura (2014) w swojej interpretacji kładą nacisk na dedykowane aplikacje. Wskazują, że bankowość mobilna to wykorzystanie aplikacji przeznaczonych na urządzenia mobilne, które umożliwiają klientom instytucji finansowych dokonanie wielu operacji pieniężnych, jak również skorzystanie z usług dodatkowych. Tematyka bankowości mobilnej zyskuje coraz większą popularność w literaturze naukowej. Interesujące badania przeprowadzili między innymi Korzeniowska (2010), Kuchciak (2012), Klimontowicz (2014) czy Niewiadomski i Zakonnik (2017). Pośrednio do bankowości mobilnej w artykule dotyczącym bankowości elektronicznej nawiązuje Polasik (2013), a w opracowaniu na temat technologii mobilnych – Łysik i Machura (2014).

Celem artykułu jest przedstawienie stanu obecnego oraz perspektyw rozwoju bankowości mobilnej w Polsce przez pryzmat szans i zagrożeń występujących na tym rynku.

1. Rozwój bankowości mobilnej w Polsce

W artykule w celu przedstawienia poziomu rozwoju bankowości mobilnej w Polsce wykorzystano dane zaprezentowane w raporcie *Polska bankowość w liczbach II kw. 2017*, który został przygotowany przez serwisy internetowe pnews.pl oraz bankier.pl. Statystyki dotyczą drugiego kwartału 2016 roku, pierwszego kwartału 2017 roku oraz drugiego kwartału 2017 roku, co umożliwiło zaobserwowanie zmian zachodzących w ujęciach rocznym i kwartalnym.

W drugim kwartale 2017 roku liczba klientów bankowości mobilnej w 16 bankach, w których przeprowadzono ankietę, wyniosła 8,7 mln. W relacji do drugiego kwartału 2016 roku stanowi to wzrost liczby użytkowników aż o 2,4 mln (+38%). Z kolei w stosunku kwartał do kwartału odnotowano wzrost o 0,5 mln użytkowników (+6%). Byli to użytkownicy logujący się do swojego konta z poziomu różnych urządzeń mobilnych, tj. smartfonów lub tabletów. Należy zauważyć, że wspomniane dane odnoszą się nie tylko do klientów aplikacji, ale również użytkowników serwisów lite, RWD, jak również podstawowych wersji standardowych systemów transakcyjnych (np. duże-go iPKO w PKO BP). W aspekcie liczby użytkowników, którzy jednokrotnie logowali się do banku za pomocą urządzenia mobilnego najlepsze rezultaty odnotowały PKO BP i Inteligo oraz Bank Pekao, które przekroczyły poziom 1,5 mln klientów. Na kolejnych

pozycjach z wynikami przekraczającymi 1 mln użytkowników znalazły się trzy podmioty: mBank i Orange Finance, ING Bank Śląski oraz BZ WBK (tab. 1).

Tabela 1. Liczba użytkowników bankowości mobilnej, którzy minimum raz w miesiącu logują się do banku z poziomu urządzenia mobilnego

Bank	II kw. 2017	I kw. 2017	II kw. 2016	Zmiana k/k	Zmiana r/r
PKO BP i Inteligo	1 902 752	1 774 224	1 394 953	128 528	507 799
Bank Pekao	1 679 852	1 616 743	1 243 029	63 109	436 823
mBank i Orange Finance	1 488 669	1 387 408	1 172 025	101 261	316 644
ING Bank Śląski	1 260 494	1 188 108	575 000	72 386	685 494
BZ WBK	1 066 467	1 017 671	883 467	48 796	183 000
Bank Millenium	615 420	606 000	474 000	9 420	141 420
Alior Bank	174 950	149 823	95 713	25 127	79 237
Eurobank	124 672	117 310	102 000	7 362	22 672
Citi Handlowy	109 062	99 508	83 146	9 554	25 916
T-Mobile	83 930	75 172	bd.	8 758	bd.
Usługi Bankowe					
Raiffeisen Polbank	73 904	71 264	70 535	2 640	3 369
Credit Agricole	59 299	52 182	29 878	7 117	29 421
BGŻ BNP Paribas	58 439	49 071	165 354	9 368	-106 915
Plus Bank	36 994	31 390	25 882	5 604	11 112
Razem:	8 734 904	8 235 874	6 314 982	499 030	2 419 922

Źródło: *Polska bankowość...* (2017).

Na koniec drugiego kwartału 2017 roku liczba aktywnych użytkowników aplikacji mobilnej na telefon komórkowy wyniosła 4,8 mln, co w relacji do poprzedniego kwartału stanowi wzrost o 0,44 mln użytkowników. Zdecydowanym krajowym liderem był mBank, który jako jedyny przekroczył barierę 1 mln klientów. Na kolejnych miejscach klasyfikacji z wynikami przekraczającymi 0,5 mln użytkowników znalazły się PKO BP, ING Bank Śląski, BZ WBK oraz Bank Pekao. Największy przyrost liczby użytkowników w ujęciu kwartał do kwartału uzyskał PKO BP, którego liczba użytkowników aplikacji mobilnej zwiększyła się o 124 tys. (tab. 2).

Tabela 2. Liczba aktywnych użytkowników aplikacji mobilnej na telefon komórkowy

Bank	II kw. 2017	I kw. 2017	Zmiana k/k
mBank	1 004 363	920 926	83 437
PKO BP	873 934	749 806	124 128
ING Bank Śląski	705 227	667 293	37 934
BZ WBK	604 190	574 423	29 767
Bank Pekao	653 000	600 000	53 000
Bank Millenium	377 091	334 259	42 832
Alior Bank	159 375	135 411	23 964
Eurobank	84 985	79 741	5 244
T-Mobile Usługi Bankowe	83 930	75 172	8 758
Raiffeisen Polbank	73 904	71 264	2 640
Credit Agricole	59 299	52 182	7 117
BGŻ BNP Paribas	58 439	49 071	9 368
Citi Handlowy	58 329	49 457	8 872
Plus Bank	21 935	18 144	3 791
Razem:	4 818 001	4 377 149	440 852

Źródło: *Polska bankowość...* (2017).

Klienci aplikacji mobilnych dokonali w drugim kwartale 2017 roku 33,6 mln transakcji, co względem pierwszego kwartału 2017 roku stanowi wzrost o 5,25 mln (+18%). Jeszcze bardziej imponująco prezentuje się zestawienie drugiego kwartału 2017 roku z drugim kwartałem 2016 roku, ponieważ liczba transakcji przeprowadzonych w kanale mobilnym wzrosła o 19 mln, co stanowi wzrost o 130%. Krajowym potentatem w drugim kwartale 2017 roku był ING Bank Śląski, którego klienci przeprowadzili blisko 11 mln transakcji finansowych, co stanowiło niespełna 1/3 wszystkich wspomnianych. Kolejne miejsca w tej kategorii zajęły PKO BP, Bank Millenium oraz BZ WBK. Łączna liczba mobilnych transakcji finansowych w czterech wymienionych bankach wyniosła ponad 30 mln, a więc 90% wszystkich w tym okresie (tab. 3).

Tabela 3. Liczba transakcji finansowych wykonanych z poziomu aplikacji mobilnej

Bank	II kw. 2017	I kw. 2017	II kw. 2016	Zmiana k/k	Zmiana r/r
ING Bank Śląski	10 780 904	9 255 696	7 902 450	1 525 208	2 878 454
PKO BP	7 981 278	6 554 702	bd.	1 426 576	bd.
Bank Millenium	6 466 457	5 537 989	2 205 700	928 468	4 260 757
BZ WBK	5 149 625	4 495 709	2 873 734	653 916	2 275 891
Alior Bank	696 510	510 334	301 031	186 176	395 479
Eurobank	635 582	577 000	410 000	58 582	225 582
Raiffeisen Polbank	582 661	560 727	465 389	21 934	117 272
Credit Agricole	457 346	371 074	88 143	86 272	369 203
BGŻ BNP Paribas	343 038	258 249	78 621	84 789	264 417
T-Mobile Usługi Bankowe	297 698	bd.	bd.	bd.	bd.
Citi Handlowy	208 588	233 454	285 000	-24 866	-76 412
Plus Bank	54 021	45 648	28 850	8 373	25 171
Razem:	33 653 708	28 400 582	14 638 918	5 253 126	19 014 790

Źródło: *Polska bankowość...* (2017).

Krajowym liderem pod względem liczby lokat założonych w kanale mobilnym był Bank Millenium. W drugim kwartale 2017 roku liczba ta wyniosła 81,6 tys. względem 42,8 tys. rok wcześniej, co stanowi wzrost o 38,8 tys. (+90%). Z kolei porównując drugi kwartał 2017 roku z kwartałem go poprzedzającym można zauważyć wzrost o 18,2 tys. (+28%). Na kolejnych pozycjach znalazły się banki PKO BP oraz BZ WBK, które jednak nie odnotowały tak szybkiej dynamiki wzrostu jak Bank Millenium, co może wynikać z tego, że jego lokaty mobilne są lepiej oprocentowane niż te znajdujące się w podstawowej ofercie (tab. 4).

Tabela 4. Liczba lokat założonych w aplikacji mobilnej

Bank	II kw. 2017	I kw. 2017	II kw. 2016	Zmiana k/k	Zmiana r/r
Bank Millenium	81 643	63 415	42 800	18 228	38 843
PKO BP	55 628	76 868	37 263	-21 240	18 365
BZ WBK	23 748	28 872	21 300	-5 124	2 448
Raiffeisen Polbank	9 350	10 865	11 383	-1 515	-2 033
Eurobank	4 388	bd.	bd.	bd.	bd.
T-Mobile Usługi Bankowe	4 191	bd.	bd.	bd.	bd.
Alior Bank	4 117	bd.	4 727	bd.	-610
Credit Agricole	3 695	4 637	2 813	-942	882
Citi Handlowy	1 597	2 260	2 270	-663	-673
Plus Bank	952	948	918	4	34
BGŻ BNP Paribas	bd.	1 072	bd.	bd.	bd.

Zródło: *Polska bankowość...* (2017).

Kategoria klientów „wyłącznie mobilnych” (*mobile only*) odnosi się do osób, które są użytkownikami bankowości elektronicznej jedynie na urządzeniach mobilnych. Użytkownicy „wyłącznie mobilni” stanowią nową grupę klientów bankowości elektronicznej. Z dużym prawdopodobieństwem można założyć, że są to ludzie młodzi, którzy nie wykorzystują tradycyjnego komputera PC do kontaktu z bankiem. Wymaga to od nich dobrej znajomości i umiejętności obsługi najnowszych technologii. Dzięki temu mogą oni zrezygnować z użytkowania tradycyjnej bankowości internetowej. Podejściu takiemu sprzyja coraz bardziej intuicyjny interfejs i rosnąca funkcjonalność mobilnych aplikacji bankowych. Łącznie w drugim kwartale 2017 roku takich użytkowników było 1,65 mln. Warto zauważyć, że liczba ta była z pewnością większa, gdyż łączny wynik nie obejmuje Banku Pekao, który odmówił ujawnienia danych. Krajowa czołówka banków pod względem liczby klientów typu „mobile only” składa się z pięciu podmiotów (PKO BP, mBank, ING Bank Śląski, BZ WBK, Bank Millenium), których udziały stanowią 1,5 mln (90%). Lider klasyfikacji bank PKO PB ma niespełna 0,5 mln tego typu klientów, co daje blisko 30% udział w rynku (tab. 5).

Tabela 5. Liczba klientów „mobile only”

Bank	II kw. 2017
PKO BP	494 392
mBank	271 563
ING Bank Śląski	246 785
BZ WBK	248 632
Bank Millennium	235 711
Alior Bank	29 283
Eurobank	31 912
Citi Handlowy	26 292
Raiffeisen Polbank	23 269
T-Mobile Usługi Bankowe	10 377
Credit Agricole	14 539
BGŻ BNP Paribas	11 398
Plus Bank	9 200
Razem:	1 653 353

Źródło: *Polska bankowość...* (2017).

Rozwój bankowości mobilnej następuje także poprzez popularyzację kart HCE. Technologia HCE umożliwia zbliżeniowe płatności smartfonem, podobnie jak kartą płatniczą. Przeprowadzenie transakcji polega na zbliżeniu smartfona do terminala płatniczego w sklepie, a następnie zaakceptowania płatności, po czym zostaje ona dokonana. Płatność nieprzekraczająca kwoty 50 zł jest realizowana niezwłocznie, natomiast wyższe kwoty wymagają wprowadzenia do terminalu kodu PIN, do wirtualnej karty HCE. Na polskim rynku bankowym w drugim kwartale 2017 roku największą liczbę aktywnych kart HCE miały trzy podmioty: PKO BP (93 tys.); BZ WBK (89 tys.) oraz Bank Pekao (82 tys.), których łączny udział stanowił 64% całego rynku. W pozostałych bankach odnotowane wyniki są o wiele słabsze. W drugim kwartale 2017 roku liczba aktywnych kart HCE wzrosła względem poprzedniego kwartału o niespełna 115 tys. (+39%), a w relacji do drugiego kwartału 2016 roku o blisko 256 tys. (+166%) (tab. 6).

Tabela 6. Liczba aktywnych kart HCE

Bank	II kw. 2016	I kw. 2017	II kw. 2017	Zmiana k/k	Zmiana r/r
PKO BP	64 000	75 657	93 351	17 694	29 351
BZ WBK	36 000	72 684	89 181	16 497	53 181
Bank Pekao	44 163	73 180	82 751	9 571	38 588
Bank Millennium	0	31 100	43 972	12 872	43 972
mBank*	0	0	30 000	30 000	30 000
Alior Bank	0	14 400	18 985	4 585	18 985
Eurobank	5 557	12 054	15 119	3 065	9 562
ING Bank Śląski	0	6 176	14 420	8 244	14 420
T-Mobile Usługi Bankowe	0	0	11 500	11 500	11 500
Getin Bank	5 000	8 900	9 000	100	4 000
Raiffeisen Polbank	0	2 723	3 240	517	3 240
Grupa SGB*	0	500	800	300	800
Nest Bank	0	bd.	bd.	bd.	bd.
Orange Finance	0	0	bd.	bd.	bd.
Razem:	154 720	297 374	412 319	114 945	257 599

*szacunkowo

Źródło: *Polska bankowość...* (2017).

2. Szanse i bariery rozwoju bankowości mobilnej

Rozwój bankowości mobilnej związany jest ze sprośaniem wyzwaniom kulturowym, technicznym i biznesowym. Z kolei wdrażanie usług bankowości mobilnej jest uwarunkowane dalszą popularyzacją nowoczesnych technologii mobilnych oraz preferencjami użytkowników (Kuchciak, 2014).

Ważnym czynnikiem rozwoju bankowości mobilnej jest popularyzacja korzystania z telefonii komórkowej, ze szczególnym uwzględnieniem smartfonów. Na podstawie badań Centrum Badania Opinii Społecznej (CBOS, 2017) przeprowadzonych w lipcu 2017 roku wskazano, że telefony komórkowe są użytkowane przez 92% dorosłych Polaków. W lipcu 2017 roku niespełna połowa ankietowanych (49%) korzystała jedynie ze smartfonów, 34% wyłącznie z tradycyjnych telefonów komórkowych, natomiast 9% z obu typów telefonów. W porównaniu z sierpniem 2015 roku liczba posiadaczy smartfonów wzrosła o 14%, a spadła liczba posiadaczy tradycyjnych komórek o 7%, jak również osób użytkujących oba urządzenia o 6%.

Istotną determinantą rozwoju bankowości mobilnej jest pozytywne nastawienie użytkowników do nowych technologii i umiejętność ich obsługi, ze szczególnym naciskiem na smartfony. Według raportu *Finansowy Barometr ING, Międzynarodowe badanie ING na temat bankowości mobilnej w Polsce i na świecie* (2017), Polska w porównaniu z innymi krajami europejskimi wypada lepiej w wykorzystywaniu urządzeń mobilnych w celu przeprowadzenia transakcji bankowych – 65% posiadaczy smartfonów i 59% użytkowników tabletów w Polsce wykorzystało je do przeprowadzenia operacji bankowej. Średnia dla krajów europejskich wyniosła 57% dla smartfonów i 50% dla tabletów. W tym rankingu Polskę wyprzedziła jedynie Turcja. Jako najważniejszy czynnik zachęcający do korzystania z bankowości mobilnej ankietowani wskazali wygodę tego rozwiązania (53%). Na kolejnych pozycjach wskazano pojawienie się tej usługi w ofercie ich banku (13%) oraz zakup urządzenia umożliwiającego korzystanie z bankowości mobilnej (13%). Z kolei jako czynniki zniechęcające do korzystania z bankowości mobilnej Polacy wskazują brak zaufania do zabezpieczeń (54%), brak potrzeby (22%), jak również zbyt skomplikowane rozwiązania (12%).

Szansą na zwiększenie zainteresowania usługami bankowości mobilnej wśród potencjalnych użytkowników są różnego rodzaju działania promocyjne i edukacyjne prowadzone przez banki w środkach masowego przekazu. Szczególną rolę odgrywają tutaj przedsięwzięcia popularyzujące bankowość mobilną na stronach internetowych oraz portalach społecznościowych (Kuchciak, 2014).

Istotną determinantą korzystania z bankowości mobilnej jest jej przewaga nad bankowością internetową w aspekcie dostępnych funkcji w aplikacjach mobilnych. Korzystając ze strony internetowej otwieranej w przeglądarce, można przeprowadzić podstawowe operacje. Inaczej przedstawia się sytuacja w przypadku aplikacji mobilnej, dzięki której użytkownik zyskuje dodatkowe funkcje, wykorzystujące np. aparat fotograficzny, geolokalizację lub czytnik linii papilarnych. Przewagę aplikacji mobilnej nad tradycyjnym serwisem udostępnianym w przeglądarce potwierdza przykład zyskującej

popularność funkcji płatności zbliżeniowych. Przeprowadzenie takiej operacji wymaga posiadania smartfona wyposażonego w system operacyjny Android (min. 4.4) oraz moduł NFC (*Near Field Communication*). Aplikacja korzysta z tego modułu w celu skomunikowania telefonu z terminalem płatniczym. Specyfika operacji przypomina transakcje zawierane za pomocą karty zbliżeniowej. W rezultacie smartfon zyskuje funkcję portfela.

Według raportu *Bezpieczeństwo bankowości elektronicznej* (2015), istotną barierą rozwoju bankowości mobilnej jest kwestia cyberprzestępczości. W przeciwieństwie do bezpieczeństwa bankowości oddziałowej, w bankowości mobilnej odnotowuje się rosnącą liczbę zagrożeń generowanych przez cyberprzestępców. Hakerzy koncentrują się na poszukiwaniu najsłabszego elementu w procesie aktywacji/odblokowania usług bankowości mobilnej, co jest ukierunkowane na przejęcie tożsamości oraz uzyskanie możliwości podmiany rachunku lub atak socjotechniczny na proces autoryzacji przelewu, podmianę rachunku do odbiorcy, a przy okazji próbę przeprowadzenia takich działań, jak zmiana maksymalnego limitu, zaciągnięcie kredytu gotówkowego lub limitu kredytowego w koncie. Rosnąca popularność bankowości mobilnej rodzi potrzebę stworzenia metody autoryzacji, która zapewni porównywalny poziom bezpieczeństwa do kodów SMS dla bankowości internetowej. Rozwiązanie to może sprowadzać się do wykorzystania bezpiecznego kanału innego niż aplikacja mobilna lub niepowtarzalnych cech klienta bankowości. Wskazuje się tutaj na możliwość wypracowania modeli związanych z biometrią, które będą podlegać systematycznej standaryzacji, np. poprzez modele FIDO (*Fast Identity Online*). Z kolei po stronie rozwiązań wewnętrznych w instytucjach finansowych powinien postępować rozwój procesów i systemów umożliwiających skuteczną i elastyczną reakcję na wyłaniające się zagrożenia – takich jak SIEM (*Security Information and Event Management*), SOC (*Security Operation Center*), systemy antyfraudowe „śledzące” ruch i zawierane transakcje, międzyorganizacyjne systemy wymiany danych. Rolę nie do przecenienia w aspekcie podnoszenia bezpieczeństwa użytkownika bankowości mobilnej pełni edukacja, która dotyczy klientów, dostawców IT, instytucji państwowych, uniwersytetów oraz biznesu. Oprócz cyklicznych akcji informacyjnych i formułowania zasad bezpieczeństwa powinna przybierać również charakter efektywnej komunikacji i wymiany informacji zwrotnej o aktualnych zagrożeniach pomiędzy wszystkimi uczestnikami rynku.

Rozwój bankowości mobilnej może napotkać także na innego różnego rodzaju bariery. Główną przeszkodą może być problem w znalezieniu kompromisu między rosnącymi oczekiwaniami w aspekcie funkcjonalności aplikacji mobilnej, a prostotą jej obsługi. Pewnym problemem może okazać się także wyczerpanie w niedalekiej przyszłości naturalnej bazy do dalszej migracji klientów, gdyż z dużym prawdopodobieństwem można założyć, że w większości użytkownicy aplikacji mobilnych korzystali uprzednio z tradycyjnej bankowości internetowej. Wzrost popularności kanału mobilnego wymaga umiejętnej migracji klientów z pozostałych kanałów. Rodzi to konieczność sprawnego funkcjonowania innych segmentów (oddziały stacjonarne, infolinia), co

może skutkować wystąpieniem konfliktu wewnętrznego w organizacji (Niewiadomski, Zakonnik, 2017).

Europejski rynek płatności mobilnych znajduje się w fazie transformacji, gdyż od 13 stycznia 2018 roku obowiązuje na nim uchwalona przez Parlament Europejski dyrektywa Payment Services Directive 2, której celem jest zwiększenie stopnia bezpieczeństwa operacji mobilnych i redukcja kosztów transakcyjnych. Z perspektywy banków, najważniejsza zmiana czy też największe zagrożenie wynika z dopuszczenia nowych dostawców usług na rynek płatności mobilnych (*Third Party Providers*). Dzięki tej zmianie klient będzie mógł otrzymywać informacje na temat swoich rachunków bankowych, jak również wykonywać z nich transakcje przy wykorzystaniu platform TPP – a nie jak dotychczas w zdalnych kanałach banku. Stawia to pod znakiem zapytania przyszłość funkcjonowania serwisów bankowości internetowej i mobilnej, które mogą stać się niepotrzebne (Kaźmierczak, 2016).

Podsumowanie

Analiza przeprowadzona w obszarze rozwoju rynku bankowości mobilnej w Polsce, a także jego perspektyw umożliwiła skonstruowanie następujących wniosków:

1. Rynek ten rozwija się dość szybko i dynamicznie, jest zdominowany przez krajowych liderów bankowości, którzy wiodą prym w liczbie: aktywnych użytkowników bankowości mobilnej lub aplikacji mobilnych, transakcji finansowych przeprowadzonych w aplikacji mobilnej, lokat założonych w aplikacji mobilnej, klientów wyłącznie mobilnych czy aktywnych kart HCE.
2. Za źródła sukcesu dynamicznego rozwoju bankowości mobilnej w Polsce można uznać popularyzację korzystania z telefonii komórkowej, wysoką akceptację i umiejętności obsługi nowoczesnych technologii wśród użytkowników, większą funkcjonalność niż w przypadku bankowości internetowej czy też skutecznie prowadzone kampanie reklamowe w środkach masowego przekazu.
3. Poprawa bezpieczeństwa użytkowania bankowości mobilnej poprzez implementację funkcjonalnych i przyjaznych użytkownikowi zabezpieczeń stanowi warunek jej przyszłego rozwoju. Mogą się one sprowadzać do takich metod jak biometria czy uwierzytelnianie urządzeń. Na podstawie takich rozwiązań bezpieczeństwo korzystania z bankowości mobilnej może przewyższyć jakość zabezpieczeń używanych obecnie w internecie. Priorytetowym kierunkiem jest zautomatyzowane procesów pozyskiwania, analizy oraz integracji z różnych źródeł danych, które mogą sygnalizować nieuczciwą transakcję i działalność cyberprzestępcy. Stworzenie bazy obejmującej wzorce podejrzanych działań rodzi możliwość podejmowania kroków zapobiegawczych minimalizujących straty finansowe instytucji i jej klientów. Ważną rolę w walce z cyberprzestępc-

- czością pełni edukacja i współpraca wszystkich uczestników rynku – komercyjnych, administracyjnych i związanych z organami ścigania.
4. Dalszy rozwój bankowości mobilnej w Polsce uwarunkowany będzie nie tylko poprawą bezpieczeństwa jej użytkowania, ale także przezwyciężeniem potencjalnych barier związanych z koniecznością znalezienia kompromisu pomiędzy funkcjonalnością aplikacji mobilnej, a łatwością korzystania z niej, naturalnym spowolnieniem przyrostu użytkowników, czy też z pojawieniem się konkurencji ze strony nowych dostawców dopuszczonych na rynek płatności mobilnych w wyniku implementacji unijnej dyrektywy Payment Services Directive 2.

Bibliografia

- Bezpieczeństwo bankowości elektronicznej. II raport specjalny maj 2015*. Pobrane z: http://obserwatorium.biz/images/posts/raports/2_PL.pdf (21.02.2018).
- CBOS (2017). *Korzystanie z telefonów komórkowych*. Pobrane z: www.cbos.pl (15.12.2017).
- Consumer and Mobile Financial Services 2016*. Board of Governors of the Federal Reserve System. Pobrane z: <https://www.federalreserve.gov/econresdata/consumers-and-mobile-financial-services-report-201603.pdf> (27.12.2017).
- Gromski, R., Pogorzelski, K. (2017). *Finansowy Barometr ING, Międzynarodowe badanie ING na temat bankowości mobilnej w Polsce i na świecie*. Pobrane z: <https://media.ingbank.pl/informacje-prasowe/926/pr/368897/polacy-liderami-bankowosci-mobilnej-w-europie-wynika-z-badania-ing> (27.12.2017).
- Kaźmierczak, B. (2016). *Bankowość mobilna*. Pobrane z: <https://www.hbrp.pl/a/bankowosc-mobilna/Mt6aZaJh> (20.12.2017).
- Klimontowicz, M. (2014). Rynek płatności mobilnych w Polsce – stan i perspektywy rozwoju. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Lublin – Polonia Sectio H*, 3 (XLVIII), 137–146.
- Korzeniowska, A. (2010). Bankowość mobilna – przykład nowoczesnej technologii w usługach bankowych. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Lublin – Polonia Sectio H*, Vol. XLIV (2), s. 183-191.
- Kuchciak I. (2012). *Mobilna bankowość jako nowoczesny kanał dystrybucji usług bankowych*. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Lublin – Polonia Sectio H*, 4 (XLVI), 469–479.
- Łysik, L., Machura, P. (2014). Rola i znaczenie technologii mobilnych w codziennym życiu człowieka XXI wieku. *Media i Społeczeństwo*, 4, 15–26.
- Niewiadomski, K., Zakonnik, Ł. (2017). Bankowość mobilna w Polsce – przegląd aplikacji, ranking, możliwości rozwoju. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, 4 (XVIII/1), 161–177.
- Polasik, M. (2013). Wykorzystanie elektronicznych kanałów dystrybucji usług bankowych w Polsce. *Copernican Journal of Finance & Accounting*, 2 (1), 139–152.
- Polska bankowość w liczbach II kw. 2017*. Pobrane z: <https://www.bankier.pl/wiadomosc/Polska-bankowosc-w-liczbach-II-kw-2017-r-7548655.html> (10.12.2017).

Tiwari, R., Buse, S., Herstatt, C. (2007). Mobile services in banking sector: The role of innovative business solutions in generating competitive advantage. *Working Papers / Technologie und Innovations Management*, 48. Pobrane z: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:gbv:830-opus-3294> (20.12.2017).

THE MOBILE BANKING MARKET IN POLAND – STATE AND PERSPECTIVES OF DEVELOPMENT

Keywords: electronic banking, Internet banking, mobile banking

Summary. The aim of this article is to present the current state and perspectives of the development of mobile banking in Poland, in the view of chances and threats observed in this market. The initial part of the work is an introduction into the issue of mobile banking. The next part includes an attempt to characterize the state of the development of mobile banking in Poland, basing on data concerning activity of users in this channel in the years 2016-2017. Next, the work presents perspectives of the development of mobile banking in Poland, showing chances and threats resulting from market conditions.

Translated by Krzysztof Adam Firlej

Cytowanie

Firlej, K.A. (2018). Rynek bankowości mobilnej w Polsce – stan i perspektywy rozwoju. *Ekonomiczne Problemy Usług*, 2 (131/2), 55–65. DOI: 10.18276/epu.2018.131/2-06.

