

BANKOWOŚĆ MOBILNA



Twarzą w twarz. Mimo postępującej informatyzacji usług bankowych, nic nie wskazuje na to, aby w najbliższym czasie oddziały miały przejść do historii. Internet nie jest w stanie całkowicie zastąpić kontaktu osobistego z przedstawicielem banku w oddziale, szczególnie przy skomplikowanych rozwiązaniach lub tworzeniu długofalowych strategii finansowych — mówi Leszek Niemycki, prezes Deutsche Bank PBC.

Telefon oddział

Z bankowości mobilnej korzysta tylko 4,4 proc. Polaków. Aplikacje dla klientów indywidualnych są zbyt skomplikowane, a przedsiębiorcy wolą standardową bankowość internetową.



MAŁGORZATA
CIECHANOWSKA

Badanie przeprowadzone przez Homo Domini na zlecenie mBanku przed wprowadzeniem nowych rozwiązań pokazuje, że większość Polaków (82 proc. respondentów) nie wie, czym jest bankowość mobilna, a ci, którzy to wiedzą, rzadko z niej używają. Instytut Mands podaje, że spośród tych, którzy korzystają z dostępu do konta przez telefon, 34 proc. robi to kilka razy w miesiącu, 24 proc. raz w miesiącu, a tylko 6 proc. codziennie.

— Polacy najczęściej wykorzystują w bankowości telefonicznej operacje pasywne, takie jak konsultant telefoniczny lub automat (37 proc.). Niewiele mniej, bo 32 proc., wykorzystuje bardziej aktywny i zaawansowany technicznie serwis WAP — mówi Mariusz Orczyk, dyrektor zarządzający w instytucie Mands.

Tradycyjna nie zniknie

Nie ma obawy, że bankowość mobilna zdominuje inne kanały dostępu do banku, gdyż wielu klientów wciąż woli bezpośredni kontakt z konsultantem w oddziale.

może zastąpić banku

Okiem eksperta

Duże przedsiębiorstwa z ograniczonym dostępem

Arkadiusz Poński

konsultant w firmie doradczej Goldenberry

Choć zapotrzebowanie na taką usługę rośnie, niewiele banków na świecie oferuje kanał mobilny dla dużych przedsiębiorstw. Wymaga się od nich podwyższonego bezpieczeństwa operacji transakcyjnych (np. poprzez urządzenie podłączone do komputera) i dodatkowych funkcjonalności: wielostronnej autoryzacji przelewów lub płatności masowych.

Kanał bankowości mobilnej, podobnie jak internetowej, będzie coraz częściej wykorzystywany, głównie do operacji transakcyjnych. Niemniej tradycyjne oddziały bankowe pozostaną najczęstszą formą kontaktu przy obsłudze złożonych produktów bankowych.

– Mimo szybko postępującej informatyzacji usług bankowych nic nie wskazuje na to, aby w najbliższym czasie oddziały miały przejść do historii. Internet nie jest w stanie całkowicie zastąpić kontaktu osobistego z przedstawicielem banku w oddziale, szczególnie przy bardziej skomplikowanych rozwiązaniach czy tworzeniu długofalowych strategii finansowych – uważa Leszek Niemycki, prezes Deutsche Bank PBC.

Podobnego zdania jest Wojciech Dworakowski, ekspert ds. bezpieczeństwa IT w firmie SecuRing. Ale dostrzega przewagę telefonów komórkowych nad komputerami.

– Bankowość mobilna nie zastąpi internetowej, tak jak komórka nie zastąpi komputera. Będzie alternatywną formą dostępu, oferującą nowe funkcjonalności, których nie są w stanie zaoferować tradycyjne komputery, np. powiązanie z usługami lokalizacyjnymi, wykorzystanie technologii zbliżeniowych, a przede wszystkim wykorzystanie faktu, że komórkę mamy zwykle przy sobie i przeważnie włączoną, czego nie można powiedzieć o komputerach osobistych – ocenia Wojciech Dworakowski.

Kilka ofert dla przedsiębiorców

Na razie z bankowości mobilnej w Polsce korzystają głównie wyształceni klienci detaliczni w wieku

25-34 lat. Najwięcej (po 23 proc.) jest właścicielami rachunków w Pekao i Banku Zachodnim WBK. Dalej plasują się PKO BP (13,8 proc.), mBank (12,5 proc.) i ING (7,5 proc.).

Przedsiębiorcy mają o wiele mniejszy wybór, gdyż wciąż niewiele banków oferuje bankowość mobilną dla firm. Na razie o klientów biznesowych zadbały Bank Millennium, Genin Bank, Raiffeisen Bank, ING Bank Śląski i mBank. Niektóre aplikacje są bardziej zaawansowane, inne mniej.

– Około 70 proc. operacji w ramach bankowości mobilnej to sprawdzanie salda, wykonywanie przelewów czy sprawdzanie historii rachunku, dlatego w ramach naszego systemu przedsiębiorca ma jeden login do rachunku firmowego i indywidualnego, co zwiększa swobodę zarządzania dwoma kontami – informuje Rafał Borkowski, dyrektor departamentu promocji ds. klientów dojrzałych i studentów, reprezentujący mBank i MultiBank.

O łatwość obsługi aplikacji mobilnych zadbał też Getin Bank. Z testów serwisu internetowego PRNews.pl wynika, że aplikacja iGetin celowo nie jest przystosowana do prowadzenia zbyt skomplikowanych operacji, bo jej twórcy chcieli umożliwić łatwy dostęp do rachunku, podgląd ostatnich operacji i szybkie przelewy. Przejrzystość systemu sprawia, że obsługa konta przez smartfona można się nauczyć w kilka minut.

– Zakładka z kontaktem do banku jest o tyle wygodna, że kliknięcie na dowolny element powoduje połączenie. Możemy zadzwonić lub wejść na witrynę z pomocą albo wysłać bankowi e-mail. W razie problemów z aplikacją trzy kanały komunikacji są pod ręką. Bank zrezygnował z opcji SMS, która jest popularna np. w Raiffeisen Banku, gdzie klient wysyła bezpłatny SMS, a konsultant oddzwania – mówi Tomasz Jaroszek z PR News, który testował aplikację iGetin.

Nową odsłonę bankowości mobilnej dla przedsiębiorców przygotował ING Bank Śląski. Od października można tam przez telefon komórkowy wysyłać przelewy do ZUS i Urzędu Skarbowego.

– Można też m.in. sprawdzić saldo i historię rachunku, listę transakcji oczekujących na księgowanie i blokad rachunku. W systemie są także dostępne szczegółowe informacje o kartach kredytowych – wymienia Marek Owczarczyk, starszy menedżer produktu w departamencie bankowości internetowej i mobilnej ING Banku Śląskiego.

Ponadto klient może zrealizować dowolny przelew oraz doładować telefon lub spłacić kartę kredytową.

Okiem eksperta

Dlaczego leasing?

Bartosz Tomyślak

wiceprezes zarządu BZ WBK
Finanse & Leasing

Przedsiębiorcy mają wiele możliwości sfinansowania planowanej inwestycji. Najlepszym rozwiązaniem wydają się zakupy za gotówkę, ale często tylko pozornie. Odpowiednio przeprowadzony rachunek może doprowadzić do wniosku, że pieniądź, który pracuje, jest więcej wart, niż zamrożony. Dlatego przy planowanej inwestycji warto skorzystać z finansowania zewnętrznego, np. z leasingu, ponieważ wtedy inwestycja zarabia "sama na siebie". Z zalet tego rozwiązania zdaje sobie sprawę coraz więcej przedsiębiorców, co potwierdzają ostatnie wyniki branży leasingowej. W pierwszych dziewięciu miesiącach tego roku firmy leasingowe sfinansowały inwestycje o łącznej wartości o prawie jedną czwartą wyższej niż w takim samym okresie ubiegłego roku. Chętnie leasingowano pojazdy, zarówno osobowe, jak i ciężarówki, oraz maszyny i urządzenia. Wynika to z kilku powodów.

Niekorzystna sytuacja makroekonomiczna sprawia, że przedsiębiorcy zwracają coraz większą uwagę na płynność finansową. A leasing, w którym płatności są rozłożone w czasie, jest jednym ze sposobów na zmniejszenie zatorów płatniczych w firmie. Co więcej, jest generalnie łatwiej dostępny niż kredyt bankowy. Banki już zaostrzają wymagania wobec klientów, czego nie widać jeszcze na rynku leasingowym.

Poza tym leasing wymaga stosunkowo małej liczby formalności ze względu na uproszczone procedury firm leasingowych. Dodatkową korzyścią, ale nie mniej ważną, jest tzw. tarcza podatkowa. W przypadku leasingu operacyjnego leasingobiorca może wliczyć do kosztów uzyskania przychodu opłatę wstępną i całą ratę. No i wreszcie – leasing to nie tylko sama usług finansowania, ale wiele usług dodatkowych, np. atrakcyjne produkty ubezpieczeniowe czy karty paliwowe.