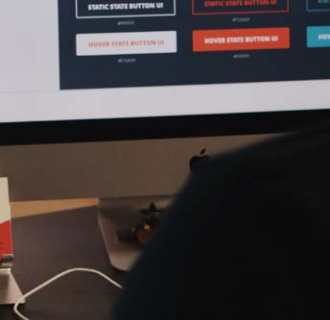
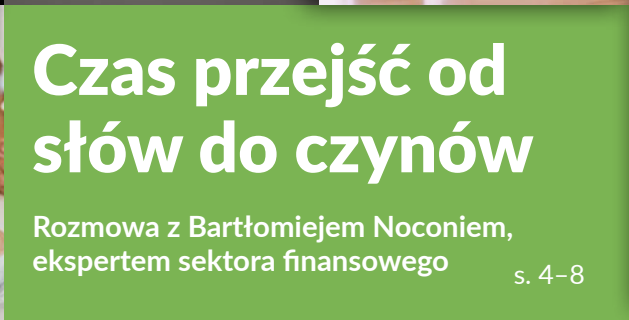
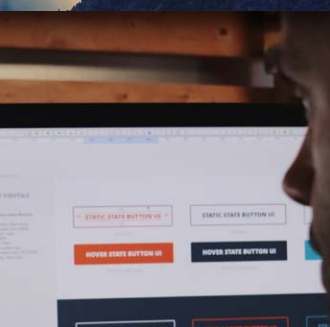
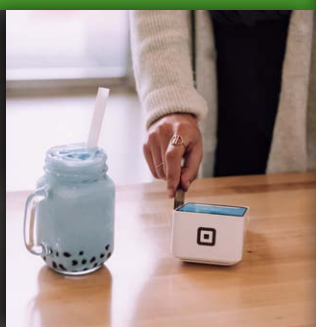
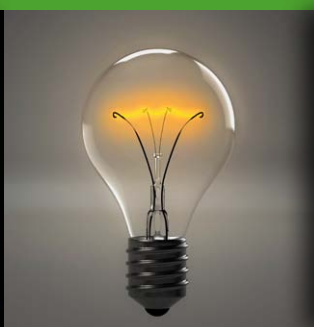


Bank Spółdzielczy

Świat bankowości spółdzielczej
nr 2/592 kwiecień-czerwiec 2019



Czas przejść od słów do czynów

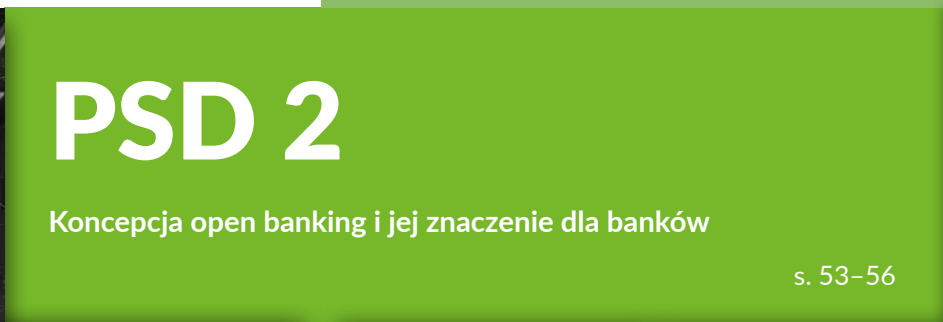
Rozmowa z Bartłomiejem Noconiem,
ekspertem sektora finansowego s. 4-8



Nie ma odwrotu od mobilności

s. 9-12

Rozmowa z wiceprezesem zarządu SGB-Banku SA, Błażem Mika



PSD 2

Konceptcja open banking i jej znaczenie dla banków

s. 53-56



Miłej lektury na wakacje

Co Państwo wiedzą o BLIK-u? Albo o Google Pay i Apple Pay? Za sprawą mobilnego przyspieszenia w Spółdzielczej Grupie Bankowej, te nazwy odmieniamy ostatnio przez wszystkie przypadki. Jak zatem łatwo przewidzieć, głównym tematem obecnego wydania magazynu „Bank Spółdzielczy” jest oczywiście mobilne przyspieszenie w Bankach Spółdzielczych SGB. Temu tematowi poświęcamy niemal w całości rozmowę z wiceprezesem Zarządu SGB-Banku SA, Błażem Mika: – *Odbywczy naszych usług widzą jak rozwinęła się bankowość w innych miejscach, u konkurencji, ale też w innych krajach. Są Polakami, ale również Europejczykami, wiele podróżują, mają własne aspiracje, marzenia. Chcą dogonić i przegonić świat, być pomiędzy najlepszymi. Między innymi z takich powodów poszukują dla siebie nowoczesnych rozwiązań. Chcą korzystać z banku przez 24 godziny na dobę, chcą mieć go na wyciągnięcie ręki w niedzielę, w święta – kiedy tylko odczują taką potrzebę. A jeśli szukają pożyczki, to najchętniej znalazłby ją przez Internet. Szkoda im czasu na wizytę w banku.*

Ciekawe spostrzeżenia związane z mobilnym przyspieszeniem przynosi również rozmowa z Bartłojem Noconiem, ekspertem sektora finansowego, niezależnym doradcą. W jego opinii (...) *banki, nie tylko komercyjne, ale i spółdzielcze, znalazły się dzisiaj w sytuacji, kiedy nadszedł ostatni moment na podjęcie decyzji i dokonanie istotnych zmian technologicznych. Jesteśmy bowiem świadkami rewolucji w sferze cyfrowej, która wynika ze zmiany podstaw konsumentów. (...) Nadszedł właśnie ostatni moment, żeby banki lokalne mogły także uczestniczyć w rewolucji technologicznej. Ile pieniędzy mają państwo w swoim portfelu? Od takiego pytania zaczyna swój felieton „Gotówka pachnąca myszką” Jacek Prześluga, który poświęca swoją uwagę „mobilności dinozaurów”. Autor kończy swój tekst prowokacyjnie: Powiedzmy sobie wprost – dinozaury zniknęły z naszej planety nie dlatego, że ktoś rzucił w nie kamieniami lub wyciągał w ich stronę smartfon. Prawdziwym powodem był brak zdolności dostosowania się do dynamicznej zmiany warunków życia. Tradycyjne w swej naturze instytucje finansowe, o ile nie chcą podzielić losu dinozaurów, mogą brać ten przykład pod uwagę.*

Pod wpływem felietonu Jacka Prześlugi, jak również tekstu Roberta Azembskiego pod tytułem „Po chleb bez gotówki” sięgnąłem do swojego portfela, sprawdziłem... mam w nim 10 zł w banknocie i to wszystko. Należę więc do grona rodaków, którzy płacą bezgotówkowo.

Co czwarty Polak nie nosi już w portfelu banknotów ani bilonu – pisze Robert Azembski. Kolejna grupa ma przy sobie przystawki „grosze” i sięga po nie tylko w ostateczności. Dziś, przede wszystkim karta, a coraz częściej smartfon są wyjmowane z torebki, czy kieszeni, by kupić bilet w autobusie lub

uregulować rachunek. Poza tym jeszcze w przestrzeniach nowych technologii i gotówce. W najnowszym wydaniu „BS” Robert Azembski opisuje jak biometria wpływa na wygodę i bezpieczeństwo klienta, pokazując przykład „biometrii na kótkach” w Łącku. O co chodzi? Chodzi o Mobilny Biometryczny Wpłatomat, umożliwiający szybkie i bezpieczne przekazywanie gotówki do Łąckiego Banku Spółdzielczego. Warto przeczytać!

Z kolei Grzegorz Kuliszewski, dyrektor Sektora Finansowego IBM Polska w artykule „Czy sztuczna inteligencja wkrótce nas zastąpi?”, zawężając podstawowe pytanie do sektora bankowego, odpowiada krótko: „NIE”. Autor pisze: (...) *Technologia, nie tylko sztuczna inteligencja, wpływa na bankowość. Jak zawsze, oznacza to szansę dla jednych i zagrożenie dla innych, więc odpowiedź „TAK”, w przypadku niektórych, może również okazać się poprawna. Wobec tempa ewolucji otaczającego nas świata, stwierdzenie „zmieniaj się albo zgiń” jest dziś aż nadto aktualne.*

Jednak nie samą technologią człowiek żyje. Bez względu na to, jak technologia zmienia nasze życie – ważne są relacje między ludźmi, pasje, marzenia. O relacjach z Klientami, budowanych zwłaszcza w mediach społecznościowych, mówiliśmy na II Forum Komunikacji i Marketingu, które odbyło się w Poznaniu. Polecam też rozmowę z prezesem NBS Mirosławem Stachowiakiem i pogawędkę o sporcie z Andrzejem Kiszakiewiczem, prezesem zarządu Lubusko-Wielkopolskiego Banku Spółdzielczego w Drezdenku, Jolantą Łukasiewicz, prezesem zarządu Banku Spółdzielczego w Połczynie-Zdroju oraz Radosławem Kuleczką, wiceprezesem zarządu Banku Spółdzielczego Ziemi Łęczyckiej w Łęczycy.

Gorąco (stosownie do letnich upałów...) polecam również podsumowanie Forum Technologii, opis koncepcji *open banking* i jej znaczenia dla banków (w kontekście PSD 2), a także materiały prawne poświęcone RODO.

A ponieważ nasz magazyn ukazuje się w czerwcu, na progu wakacji – życzę wszystkim Państwu wspaniałego letniego wypoczynku! Udanych urlopów, najlepiej z naszą aplikacją Portfel SGB w smartfonie :)

Roman Szewczyk
redaktor naczelny



Bank
Spółdzielczy

Adres Redakcji
ul. Mielżyńskiego 20
61-725 Poznań
T.: 61 42 37 210
E.: redakcja@bodie.pl
www.bodie.pl/szkolenia/bodie-extra/
wydawnictwo/ksiazki

Redaguje zespół: redaktor naczelny – Roman Szewczyk
redaktorzy prowadzący – Rafał Łopka, Jerzy Sygidus
redaktor techniczny – Dominika Sklepik

Stale współpracują: Robert Azembski, Eugeniusz Gostomski, Piotr Górski, Janusz Orłowski, Robert Woźniak

Korekta: Jerzy Sygidus

Reklama:
T.: 61 42 37 210, E.: reklama@bodie.pl

Projekt i skład: Drukma Sp. j.

Zdjęcia na okładce: pixabay.com, unsplash.com

Jeżeli nie zaznaczono inaczej zdjęcia we wnętrzu pochodzą z Pixabay.com.

Wydawca:
Bankowy Ośrodek Doradztwa i Edukacji Sp. z o.o.
ul. Mielżyńskiego 20, 61-725 Poznań, T.: 61 42 37 210,
F.: 61 42 37 107, E.: wydawnictwo@bodie.pl
Na zlecenie SGB-Banku SA

Redakcja nie zwraca materiałów nie zamówionych. Zastrzega sobie prawo do redakcyjnego opracowania tekstów, skracania oraz zmiany tytułów. Rozpowszechnianie materiałów redakcyjnych w formie papierowej i elektronicznej bez zgody Wydawcy zabronione.

WAŻNE DLA SEKTORA

4. Czas przejść od słów do czynów

Rozmowa z Bartłomiejem Noconiem, ekspertem sektora finansowego, niezależnym doradcą Forum Technologii Bankowych Związku Banków Polskich w Warszawie

9. Nie ma odwrotu od mobilności

Rozmowa z wiceprezesem zarządu SGB-Banku SA, Błażem Mika



str. 9

TEMAT NUMERU

14. Gotówka pachnąca myszką

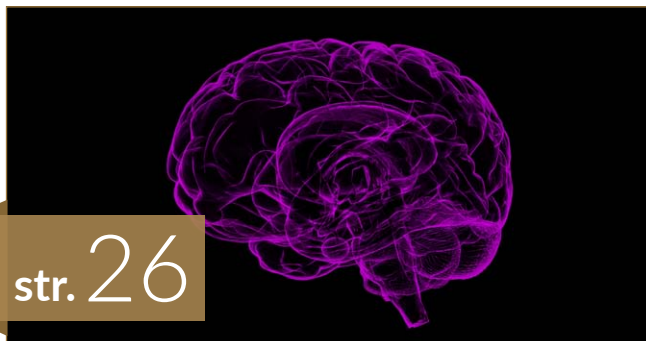
17. Trendy na rynku usług mobilnych

20. Po chleb bez gotówki

22. Biometria – wygoda i bezpieczeństwo klienta

24. Biometria na kółkach w Łącku

26. Czy sztuczna inteligencja wkrótce nas zastąpi?



str. 26

29. Mobilne przyspieszenie SGB w mediach

31. Przedsiębiorco, buduj relacje... bezgotówkowo!

SPECJALNIE DLA WAS

33. Szanse i wyzwania bankowości (część 2)

37. Wyniki Banków Spółdzielczych SGB w 2018 roku

40. 25 lat przelewów elektronicznych w Polsce

42. Dziś wszyscy grają o wszystko

TYM ŻYJE BANKOWOŚĆ

46. Forum 2019. Lepiej razem niż osobno



str. 46

51. Technologia na rzecz biznesu. Drugi dzień tegorocznego FTBS

53. Koncepcja open banking i jej znaczenie dla banków



str. 53

- 57. Nowoczesne rozwiązania dla bankowości spółdzielczej – Platforma PIVOTAL.**

Artykuł sponsorowany

DLA MANAGERA

- 59. Regulacje, regulacje, czyli ambaras z innowacjami**



- 62. Bank pokoleniowy**

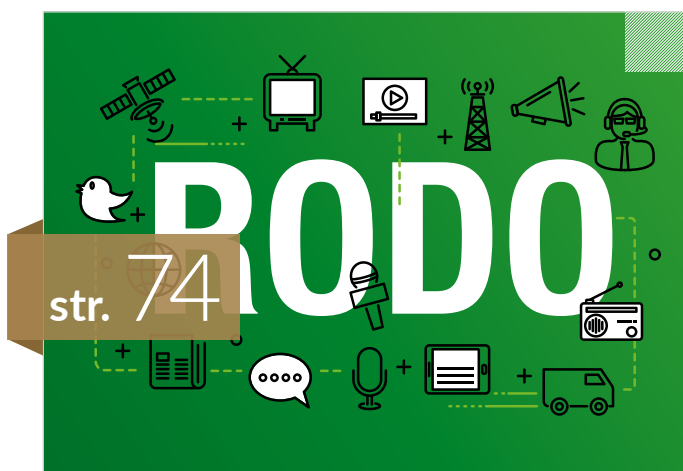
Rozmowa z Mirosławem Stachowiakiem, prezesem zarządu Nadbrzańskiego Banku Spółdzielczego w Rakoniewicach

- 67. Bankowość emocjonalna kluczem do sukcesu współczesnych banków**

PRAWO

- 71. RODO na nowo? Czyli 4 maja 2019 roku nową datą w polskim systemie ochrony danych osobowych**

- 74. RODO. Poczta banku czy pracownika?**



- 76. Jak sprostać obowiązkom sprawozdawczym za rok 2018? Zmiany w ustawach o Krajowym Rejestrze Sądowym oraz o rachunkowości**

- 79. Nowa Rekomendacja B KNF dotycząca ograniczenia ryzyka inwestycji banków**

AKTUALNOŚCI

- 81. Otwarcie Centrum Historii Polskiej Bankowości Spółdzielczej**



- 84. Komunikacja z klientem w Internecie – II Forum Komunikacji i Marketingu**



- 86. Dla banków spółdzielczych SGB – Katalog usług i produktów, czyli... Jesteśmy do usług!**

- 88. Podpisanie Listu Intencyjnego w trakcie Forum Technologii Bankowości Spółdzielczej**

- 89. W Lokacie SGB „Lato pełne nagród” dla klientów ESBANKU Banku Spółdzielczego**

- 91. SKO w SGB. Wakacyjne nagrody rozdane!**

- 93. Mobilny wniosek programu „Rodzina 500+” dla klientów banków spółdzielczych SGB**

- 93. „Rodzina 500+” po zmianach. Najważniejsze informacje**

Czas przejść od słów do czynów

Rozmowa z **Bartłomiejem Noconiem**,
ekspertem sektora finansowego, niezależnym
doradcą Forum Technologii Bankowych
Związku Banków Polskich w Warszawie

Podczas obrad ostatniego Forum Technologii Bankowości Spółdzielczej, mówił pan o technologicznym wsparciu biznesu, podkreślając, że mamy dzisiaj rewolucję, a nie ewolucję technologiczną. Czy banki lokalne mają szansę na wdrożenie nowych technologii i czy są w stanie nadążyć, za zachodzącymi zmianami?

– Na obradach Forum powiedziałem, że banki, nie tylko komercyjne, ale i spółdzielcze, znalazły się dzisiaj w sytuacji, kiedy nadszedł ostatni moment na podjęcie decyzji i dokonanie istotnych zmian technologicznych. Jesteśmy bowiem świadkami rewolucji w sferze cyfrowej, która wynika ze zmiany postaw konsumentów. Te zmiany możemy obserwować właściwie każdego dnia, a większość z nich wynika z wprowadzania nowych technologii, które zdecydowanie wkroczyły do naszego codziennego życia. Co to oznacza? Jeszcze kilkanaście lat temu, wejście Internetu pod przysłowiowe strzechy, trwało przeciętnie od pięciu do siedmiu lat, zanim banki dokonały przebudowy architektury swoich systemów i udostępniły usługi świadczone za pośrednictwem bankowości elektronicznej. Potem nastąpiło uruchomienie bankowości mobilnej i tutaj czas wdrożenia tej technologii skrócił się do zaledwie 3–4 lat. Płatności mobilne, które są

kolejnym przełomowym wydarzeniem w dziedzinie technologii bankowej, wdrożone zostały już w ciągu jednego roku, albo najwyżej dwóch. Dzisiaj adopcja kolejnych, nowych rozwiązań technologicznych, następuje w zasadzie już po roku. To pokazuje, że na przestrzeni ostatnich dwudziestu lat, adopcja nowoczesnej technologii przez polskie społeczeństwo dokonuje się w sposób rewolucyjny, a skoro klienci banków korzystają już z nowoczesnych rozwiązań w życiu codziennym, dostarczanych przez inne sektory gospodarki, oczekują tego samego od swoich instytucji finansowych, po to, żeby mogli być w równie nowoczesny sposób, obsługiwani. Dlatego w mojej ocenie, nadszedł właśnie ostatni moment, żeby banki lokalne mogły także uczestniczyć w rewolucji technologicznej. Równocześnie istotnym jest, aby pamiętać o aspekcie demograficznym zachodzących zmian, który trzeba uwzględniać w strategiach rozwoju. Dzisiaj, niezależnie od prowadzonego biznesu, każdy przedsiębiorca powinien mieć rozpoznany rynek, nie tylko pod kątem oferty produktowej, ale też przede wszystkim powinien wiedzieć, kim są jego klienci, kim będą za pięć albo dziesięć lat, tak, aby móc dopasować ofertę do ich stylu życia. Ten element, to ważna część strategii działania każdej firmy.

>>



Czy te zmiany demograficzne, charakteryzujące się starzeniem społeczeństwa, nie oznaczają pewnej przewagi banków spółdzielczych, które wciąż proponują tradycyjne sposoby kontaktów z klientami i starają się relacyjność wykorzystać, jako element przewagi konkurencyjnej?

– W mojej ocenie, wygra ten, kto znajdzie sposób na utrzymanie istniejącej bazy klientów, nawet w sytuacji zmian demograficznych, bo ma zbudowane dobre relacje z klientami i stara się je stale pielęgnować i wzmacniać. Oferuje także produkty, które można rozwijać albo szybko i elastycznie modyfikować, tak aby je dopasować do oczekiwań klientów, pod kątem zaspokojenia ich potrzeb finansowych. I taka relacyjność jest z pewnością atutem banków spółdzielczych. Mając w ten sposób zbudowane relacje z klientami i jednocześnie szybko uzupełniając braki w najnowocześniejszych rozwiązaniach technologicznych, sektor bankowości spółdzielczej będzie w stanie odpowiedzieć na potrzeby związane z zadaniami i celami biznesowymi, które musi realizować. Z jednej więc strony, mamy aspekt koniecznych zmian technologicznych, wobec postępującej cyfryzacji i jednocześnie już zbudowane relacje z klientami, które, niestety, nie są dane raz na zawsze. Te relacje można podtrzymywać w sposób dotychczasowy, tradycyjny, na przykład zapraszając klientów, żeby przychodzili do oddziałów, ale trzeba jednocześnie pamiętać, że konsument widzi mnogość wyborów, jaki umożliwia mu rozwój technologii, bo wszystko w zasadzie może załatwić za pomocą posiadanego smartfona, albo na tablecie. Warto w tym miejscu dodać, że nawet klienci starsi, którzy nauczyli się już posługiwać nowymi technologiami, wraz z upływem czasu, wcale nie będą z nich rezygnować. Wręcz przeciwnie. Dla podtrzymania już istniejących relacji z klientami, które dają dzisiaj potencjalną przewagę bankom spółdzielczym, trzeba też pamiętać, że oferta powinna być uzupełniana przez nowe rozwiązania cyfrowe i wdrażanie najnowszej, dostępnej technologii, zwłaszcza, że jej koszty, ze względu na coraz powszechniejsze zastosowanie, spadają.

Jak to wdrażanie nowych technologii mogłoby wyglądać w przypadku bankowości spółdzielczej?

Jesteśmy świadkami rewolucji w sferze cyfrowej, która wynika ze zmiany postaw konsumentów. Te zmiany możemy obserwować właściwie każdego dnia, a większość z nich wynika z wprowadzania nowych technologii, które zdecydowanie wkroczyły do naszego codziennego życia. Co to oznacza? Jeszcze kilkanaście lat temu, wejście Internetu pod przysłowiowe strzechy, trwało przeciętnie od pięciu do siedmiu lat, zanim banki dokonały przebudowy architektury swoich systemów i udostępniły usługi świadczone za pośrednictwem bankowości elektronicznej. Potem nastąpiło uruchomienie bankowości mobilnej i tutaj czas wdrożenia tej technologii skrócił się do zaledwie 3–4 lat.

– Tutaj jestem zwolennikiem podejścia scentralizowanego, czyli poszukiwania rozwiązań niwelujących istniejącą obecnie lukę technologiczną w sektorze spółdzielczym, w stosunku do bankowości komercyjnej, wynikającą z pewnych historycznych zaszczytów. Widzę też szansę dla sektora, żeby mógł skorzystać z doświadczeń banków zaawansowanych w dziedzinie transformacji cyfrowej i nie powiełał błędów, które popełniły inne instytucje finansowe, wdrażając nowoczesne technologie IT. Rozwiązania o charakterze jednost-

kowym raczej nie będą miały szansy przebic się i zaistnieć w szerszej świadomości klientów. Trzeba też pamiętać, że starsze wersje rozwiązań informatycznych mogą już nie być w przyszłości rozwijane przez ich producentów i dostawców. Warto także dodać, że pewne podstawowe działania bankowe, takie jak księgowość, sprawozdawczość finansowa, rachunkowość, compliance, procedury AML, administrację, trudno jest zbudować w każdym banku oddzielnie, bo są to koszty zbyt duże do udźwignięcia przez pojedynczy bank spółdzielczy. To byłyby działania potencjalnie nieracjonalne. Dlatego uważam, że wystarczy jedno albo dwa rozwiązania podstawowe wprowadzić dla całego sektora banków spółdzielczych, a łączność między bankami zapewnić dzięki odpowiednim interfejsom. Docelowa architektura dla całego sektora bankowości spółdzielczej powinna jednak być maksymalnie centralizowana. Budowanie jej dla każdego banku oddzielnie z pewnością nie jest najbardziej właściwym rozwiązaniem.

Cały sektor banków spółdzielczych inwestuje rocznie w informatykę ponad 200 mln zł, ale są to środki rozproszone, wydawane przez

poszczególne banki. Czy deklaracja podpisana podczas obrad Forum, przez przedstawicieli zrzeszeń, izb gospodarczych i firm informatycznych, dotycząca wspólnych przedsięwzięć w zakresie rozwoju infrastruktury informatycznej ma szansę na zrealizowanie?

– Z pewnością jest to krok we właściwym kierunku i podjęty w odpowiednim momencie. Zarówno dla rozwoju banków spółdzielczych, jak i wdrażania nowych rozwiązań technologicznych. Trzeba tylko dopilnować, żeby zapisy tej deklaracji zostały zrealizowane. Uważam, że była to ważna deklaracja dla rozwoju sektora bankowości spółdzielczej.

Warto tutaj dodać, że nawet sektor komercyjny, który znaczne środki przeznacza na nowe technologie, nie może się pochwalić tym, że każdy bank komercyjny, przeznacza na ten cel corocznie, tak duże nakłady. Dwieście milionów złotych, to jest już bardzo poważna kwota. Natomiast jeżeli podzielimy ją na ponad 500 funkcjonujących obecnie banków spółdzielczych, to widać, że samodzielnie niewiele mogą one zrobić.

Czy nie jest zagrożeniem dla sektora spółdzielczego, coraz bardziej powszechny dostęp do rynku usług finansowych, także firm spoza branży bankowej?

– W biznesie bankowym, w szczególności w jego detalicznej części bardzo ważna jest zdolność do pozyskiwania nowych klientów. To znaczy, że można mieć nieco relatywnie słabsze wyniki, chociażby w postaci zysku netto, ale jeżeli jednocześnie banki detaliczne rosną w siłę dzięki wzrostowi liczby klientów o kilka, czy kilkanaście punktów procentowych rocznie, to znaczy, że budują bazę klientów i mogą oczekiwać lepszych wyników finansowych w przyszłości, w efekcie działań cross- i up-sellingowych prowadzonych na pozyskiwanych klientach. Dzisiaj jednak sektor banków spółdzielczych, niestety, stoi w miejscu, nie zwiększając swojego udziału w rynku, a to znaczy, że de facto, traci ten udział. Dodatkowo, obecne otwarcie sektora dla nowych graczy, stanowi pewne wyzwanie dla banków spółdzielczych i oznacza, że tym bardziej muszą one nadrobić zaległości technologiczne. Muszą szybko odrobić lekcję polegającą na umiejętności pozyskiwania nowych klientów netto, przygotowania atrakcyjnej oferty i zaproponowania dostępu do niej odpowiednimi kanałami cyfrowymi, przy pomocy w szczególności bankowości mobilnej i internetowej, żeby móc pozyskać w ten sposób ludzi młodych, ale też utrzymać już pozyskanych klientów, chociaż ta grupa będzie prawdopodobnie się zmniejszała. Unijna dyrektywa PSD 2, która obejmuje cały sektor bankowy, zmusza banki spółdzielcze do gotowości otwarcia się na innych graczy na rynku usług finansowych, co rzeczywiście może stanowić pewien dodatkowy czynnik zagrożenia dla tych banków.

Czy przeszkodą we wdrażaniu nowoczesnych rozwiązań nie są przyzwyczajenia pracowników banków do tradycyjnych form obsługi klientów?

– Z taką tezą się nie zgadzam. Nie można czekać aż nastąpi naturalna wymiana kadry pracowników, ponieważ będzie to trwało co najmniej kilkanaście, kilkadziesiąt lat. To znaczy, że trzeba byłoby pożegnać się od razu z większością pracowników. Tutaj potrzebna jest raczej umiejętność pozyskiwania talentów, dzięki którym można będzie w sposób ewolucyjny, ale równocześnie odpowiednio zdecydowany, dokonać szybkiej zmiany wewnątrz organizacji. To będzie się jednak

wiązało z kosztami, bo pozyskanie fachowców kosztuje. Trzeba się jednak na coś zdecydować. Sektor bankowości lokalnej, spółdzielczej musi wygospodarować adekwatne środki finansowe na wyszukiwanie i zatrudnianie talentów, szkolenie i profesjonalizację swojej kadry, celem podnoszenia kompetencji, w szczególności jej cyfrowych obszarów.

W jaki sposób banki spółdzielcze mogą przyciągnąć młodych klientów i zachęcić ich do korzystania ze swoich usług?

– Z pewnością lokalność klientów stanowi pewną przewagę bankowości spółdzielczej. Ale w dzisiejszych czasach można się też wyróżnić dobrą ofertą depozytową, albo kredytową, jeżeli posiada się umiejętność podtrzymywania odpowiednich relacji i w ten sposób zawalczyć z konkurencyjną bankowością komercyjną. Zwłaszcza, jeśli mamy dobrą bankowość mobilną, jesteśmy widocznymi, nasza oferta jest polecana przez innych, a jednocześnie przy nowoczesnej technologii, każdy może z tej oferty skorzystać, wykorzystując przysłowiowe jedno kliknięcie. Nie widzę więc znacznego problemu, żeby bankowość spółdzielcza w przyszłości podejmowała rynkową konkurencję z innymi bankami.

Czy pojedyncze banki spółdzielcze są w stanie zapewnić swoim klientom pełne bezpieczeństwo związane z elektronicznymi kanałami dostępu do swoich usług?

– To jest kolejne wyzwanie dla tego sektora bankowości. Pojedynczy bank pewnie i może sobie poradzić, ale tylko wówczas, kiedy oferuje tradycyjne kanały dostępu do swojej oferty. Jeśli natomiast otworzy się na świat cyfrowy, to samodzielnie raczej sobie nie poradzi. Bezpieczeństwo, a w szczególności cyberbezpieczeństwo, to obszar działania, który musi być realizowany w sposób scentralizowany. To jest zbyt poważna kwestia, żeby mogła być rozwiązywana docelowo, w długim terminie przez pojedynczy bank spółdzielczy.

W jaki sposób banki spółdzielcze mogą skorzystać z doświadczeń sektora komercyjnego w rozwoju i wdrażaniu nowych technologii?

– Osobiście uważam, że sektor spółdzielczy powinien szukać inspiracji raczej na rynkach zagranicznych, w tych krajach, gdzie znaczącą pozycję mają banki spółdzielcze, czyli w Niemczech, Francji, Austrii, Holandii, czy Finlandii. Warto podpatrywać, w jakim kierunku technologicznym rozwijają się tamtejsze banki spółdzielcze i korzystać z ich doświadczeń. Szukałbym też inspiracji w wyjściu poza schematyczne działanie, czyli nie tylko spoglądać w kierunku działań podejmowanych przez sektor bankowości komercyjnej, ale też z uwagą weryfikować to, w jaki sposób dzisiejsi konsumenci korzystają z rozwiązań świata cyfrowego, żeby spróbować zaproponować takie samo, lub maksymalnie zbliżone

podejście u siebie. Jeśli widzę, że możliwość zapoznania się i skorzystania z oferty produktowej za pośrednictwem poczty mailowej zajmuje 30 sekund, to czemu nie pomyśleć o rozwiązaniu, które taką właśnie możliwość daje również w banku spółdzielczym. Oczywiście, to tylko przykład, jeden zresztą z wielu... Dlatego bankowość spółdzielcza powinna korzystać nie tylko z doświadczenia sektora finansowego i najbliższych konkurentów, ale wychodzić poza schemat, patrzeć szerzej. Trzeba też umieć szybko się wycofać z pomysłów i rozwiązań, które nie przynoszą oczekiwanych efektów.

Czy pana zdaniem, technologia może zastąpić człowieka, czy to tylko narzędzie, przez niektórych demonizowane, bowiem liczy się przede wszystkim pracownik banku?

– Zawsze traktuję technologię, jako element istotny, ale nie najważniejszy, w kontekście nowego otwarcia dla bankowości spółdzielczej i jej uczestniczenia w rewolucji technologicznej. Najważniejsze jest tutaj podejście do klientów. Jeżeli nawet banki spółdzielcze poszłyby w kierunku rozwijania bankowości mobilnej, kosztem na przykład ograniczonego rozwoju kanałów dostępu za pośrednictwem Internetu, to dlatego, że klienci z bankowości mobilnej korzystają dzisiaj kilka razy częściej, niż z bankowości internetowej, a więc wolałbym mocniej postawić i budować ten kanał komunikacji, z którego klient częściej korzysta. Równocześnie uzupełniając go właściwą dostępnością opartą o tradycyjną formę relacji, czyli fizyczną obecnością w oddziale. Uważam, że

technologia w bankowości jest bardzo ważna, ale z pewnością nie najważniejsza. W centrum uwagi powinien być przede wszystkim klient. Jak już mówiłem, nadszedł jednak decydujący moment, aby podjąć decyzję i spółdzielcy muszą się dzisiaj wykazać odwagą dla podjęcia ważnych działań, które być może doprowadzą do zmiany oblicza tego sektora bankowości. Potrzebne jest też swoiste porozumienie ponad podziałami, w którym w jakimś stopniu powinien też uczestniczyć regulator, po to, żeby obronić te elementy bankowości spółdzielczej, które na przestrzeni wielu minionych lat zostały

zbudowane i sprawdziły się w działaniu. Warto też spróbować jeszcze wzmocnić zaufanie klientów, a także pozyskiwać nowych, celem stworzenia długoterminowych perspektyw rozwoju dla tego sektora bankowości w Polsce. Przykłady rynków europejskich pokazują, że można i warto to robić. Natomiast nie robiąc dzisiaj nic, świadomie pozostawiamy ten rynek na uboczu, w efekcie czego, jego kurczenie się może zostać nagle przyspieszone, jakimś niespodziewanym wydarzeniem o charakterze kryzysowym. I wtedy, nie będąc przygotowanym na taką sytuację, ani odpowiednio zabezpieczonym przemyślaną strategią działania, pojawić się może problem nawet o charakterze systemowym. Dlatego nadszedł czas dla banków spółdzielczych na odwagę, determinację, wspólne działanie, słowem, na przejście od słów do czynów. ●

Rozmawiał: Janusz Orłowski

Bartłomiej Nocoń, ekspert sektora finansowego

Absolwent Akademii Ekonomicznej w Krakowie (obecnie Uniwersytet Ekonomiczny) na kierunku: międzynarodowe stosunki gospodarcze i polityczne, specjalność: handel zagraniczny oraz stypendysta The Swedish School of Economics and Business Administration w Helsinkach. Od 20 lat związany z obszarem bankowości elektronicznej i mobilnej oraz zarządzaniem finansami online. W latach 2007–2018 w Banku Pekao S.A. odpowiedzialny za realizację strategii wielokanałowej obsługi klientów detalicznych oraz rozwój bankowości elektronicznej i mobilnej. W latach 2010–2018 był członkiem i wiceprzewodniczącym Rady Nadzorczej Contact Center – Centrum Bankowości Bezpośredniej Sp. z o.o. w Krakowie. W latach 2016–2018 sprawował funkcję wiceprzewodniczącego Rady Bankowości Elektronicznej przy Związku Banków Polskich w Warszawie.

Bartłomiej Nocoń jest uznanym na rynku finansowym specjalistą z bogatym doświadczeniem w zarządzaniu projektami. Wielokrotny prelegent na krajowych i zagranicznych konferencjach poświęconych zagadnieniom z obszaru zarządzania i sprzedaży w kanałach elektronicznych oraz aspektom związanym z nowoczesnymi technologiami IT i bezpieczeństwem operacji.

Laureat licznych nagród i wyróżnień przyznanych przez środowisko bankowe. Uhonorowany tytułem „Ambasadora Gospodarki Elektronicznej” przez Kongres Gospodarki Elektronicznej w 2009 r. W 2014 r. zdobywca nagrody specjalnej „Innowator Rynku Bankowego” Miesięcznika Finansowego Bank i medalu im. Mikołaja Kopernika przyznanego w 2016 r. przez Związek Banków Polskich za całokształt dokonań na rzecz odpowiedzialnego rozwoju sektora bankowego w Polsce.

W kwietniu 2019 r. Bartłomiej Nocoń został wyróżniony prestiżowym tytułem „Lokalny lider cyfryzacji sektora bankowego w Polsce” – nagrody przyznawanej przez Forum Technologii Bankowych ZBP zrzeszającym ponad 50 dostawców sektora nowoczesnych technologii.

Nie ma odwrotu od mobilności

Rozmowa z wiceprezesem zarządu SGB-Banku SA
Błażem Mika

Karta czy smartfon? Co wygra?

– Smartfon. Bo jest wygodniejszy. Daje więcej możliwości klientowi i bankom. Karty znikną z rynku – to pewne.

Tradycyjna bankowość już się skończyła? Odchodzi w przeszłość? Portal PRNews.pl poinformował, że ponad 4 miliony Polaków komunikuje się z bankiem wyłącznie za pomocą swojego smartfonu... Co to dla nas oznacza?

– Jestem głęboko przekonany, że bankowość mobilna jest przyszłością, że to nie kwiatek do kożucha albo tymczasowa moda, lecz rynkowy, globalny standard. Świadczą o tym liczby, choćby te cztery miliony użytkowników czy kolejnych 11 milionów Polaków, którzy często korzystają z bankowości mobilnej, choć nie jest ona dla nich jedyną formą kontaktu z bankiem. Świadczą o tym ich zachwyty nad aplikacjami bankowymi i codzienne zachowania. Standardem staje się wykonywanie transakcji, sprawdzanie salda czy płacenie przy użyciu telefonu. Coraz mniej ludzi udaje się w tym celu do placówek bankowych i ten trend jest dzisiaj naturalny, powszechny. Jestem przekonany, że proces przechodzenia w stronę bankowości mobilnej jeszcze bardziej przyśpieszy. I przegoni bankowość internetową – w przyszłości będziemy się koncentrowali wyłącznie na bankowości mobilnej.

Nie ma odwrotu?

– Moim zdaniem, nie. Spójrzmy, jak zmienili się klienci. Chcą korzystać z usług zdalnie. Dziś jest to telefon, wkrótce mogą to być inne urządzenia, przez które się komunikujemy – urządzenie końcowe nie ma znaczenia. Liczy się łatwość i stała pewność dostępu

do informacji. Dlaczego tak mocno w to wierzę? Obserwuję młodych ludzi, ich świat koncentruje się na smartfonach, na korzystaniu z aplikacji mobilnych. To nas może niepokoić, złościć, bo często chodzi o bardzo małe dzieci, ale taka jest rzeczywistość. Moja córka, która ma 13 lat, zakładając sobie konto zapytała najpierw, czy będzie mogła płacić komórką. Nie interesowała jej lokalizacja oddziału banku, nie pytała o adres ani godziny otwarcia, ważne było tylko to, czy wszystko da się załatwić w smartfonie. To przełom, rewolucja technologiczna. Młodzi inni już nie będą...

Relacje bezpośrednie przestały mieć rację bytu? Banki spółdzielcze z nich słyną.

– Atrybuty relacyjności, które wyróżniają sektor bankowości spółdzielczej, w dalszym ciągu mają się dobrze i stanowią wielką wartość. Zmienia się natomiast struktura klientów i ich przyzwyczajenia. Odbiorcy naszych usług widzą jak rozwinęła się bankowość w innych miejscach, u konkurencji, ale też w innych krajach. Są Polakami, ale również Europejczykami, wiele podróżują,

wiele podróżują, mają własne aspiracje, marzenia. Chcą dogonić i przegonić świat, być pomiędzy najlepszymi. Między innymi z takich powodów poszukują dla siebie nowoczesnych rozwiązań. Chcą korzystać z banku przez 24 godziny na dobę, chcą mieć go na wyciągnięcie ręki w niedzielę, w święta – kiedy tylko odczują taką potrzebę. A jeśli szukają pożyczki, to najchętniej znalazłyby ją przez Internet. Szkoda im czasu na wizytę w banku. Uznają to za ostateczność.

Atrybuty relacyjności, które wyróżniają sektor bankowości spółdzielczej, w dalszym ciągu mają się dobrze i stanowią wielką wartość. Zmienia się natomiast struktura klientów i ich przyzwyczajenia. Odbiorcy naszych usług widzą jak rozwinęła się bankowość w innych miejscach, u konkurencji, ale też w innych krajach.

Gdzie więc powinniśmy szukać swojego miejsca, swojej niszy?



– To jest sedno naszej strategii na kolejne lata. Musimy przenosić płaszczyznę tych wspianych relacji z klientami ze świata realnego do wirtualnego, dołożyć do naszej tradycyjnej bezpośredniości nowoczesne narzędzia. Banki spółdzielcze mają wielu klientów, każdy ma konto, historię współpracy – naszym zadaniem jest dać im dostęp do usług bankowych w dowolnym czasie, nie ograniczać ich poczucia komfortu. Pamiętajmy, że są dziś mocno nagabywani ofertami przez konkurencję, kuszą ich nowe podmioty na rynku, bogactwo propozycji. Myślę, że nie ma żadnych przeciwwskazań, by naszą ofertę zmieniać pod ich potrzeby i dołożyć te elementy digitalizacji i obsługi zdalnej, które stanowią będąc o naszej nowoczesności i atrakcyjności.

W innym wypadku struktura klientów ulegnie zmianie, będziemy mieli grupę osób coraz mniej zadowolonych z oferty, a w przyszłości poniesiemy znaczące koszty, by naszych klientów zatrzymać. W pewnym sensie jest to już ostatni moment, by wejść ze standardami obsługi w bankowości spółdzielczej na możliwie najwyższy poziom. Wszystko po to, by nie uciekł nam rynek i sami klienci.

Placówki bankowe znikną?

– Placówki bankowe nie znikną tak szybko, może zmienić się ich struktura, cele obsługi i zakresy świadczonych usług. Proste rzeczy, typowo transakcyjne, będą migrowały do kanałów zdalnych, a transakcje i projekty finansowe bardziej złożone, wymagające zbudowania osobistych relacji w obsłudze czy doradztwa z naszej strony, pozostaną w placówkach bankowych. I tu na pewno warto wykorzystać nasze możliwości lokalizacyjne. Ta sieć będzie, rzecz jasna, ewoluowała, to już widać: klienci preferują zróżnicowane formy kontaktu, więc banki wychodzą im naprzeciw, lokują swoje placówki w centrach handlowych, na dworcach itp. Ale to jest proces, to trwa, nie dzieje się z dnia na dzień. Trzeba mądrze podejść do wielokanałowego zarządzania relacjami z klientem, żadnej formy kontaktów nie zaniedbując.

A jak przekonać ludzi, którzy mówią, że BLIK jest im niepotrzebny, bo mają kartę lub gotówkę?

– Używając argumentu wygody. Smartfon jest zawsze pod ręką, po gotówkę trzeba iść do bankomatu lub banku, karta nie daje nam podglądu w stan konta, a jeśli ją zgubimy, nie daje się namierzyć. Każdy, kto choć raz spróbował użyć BLIK-a, np. do płacenia w Internecie, będzie wykorzystywał podobne aplikacje już zawsze. Szybko się przekona, że to działa i jest komfortowe. Użytkownik od razu widzi jakie wykonał transakcje, jakie jest saldo, na co go stać. Nie jest bez znaczenia fakt, że BLIK to rozwiązanie darmowe, jest bezpieczny zgodnie ze światowymi standardami. Takie aplikacje stawiają w centrum uwagi potrzeby klienta, jego wygodę czy wręcz przyjemność korzystania

Docelowo będziemy mogli zbudować platformę, na której funkcjonują różne aplikacje mogące się integrować. Pod koniec maja na Forum Technologii Bankowości Spółdzielczej w Warszawie podpisaliśmy w tej kwestii list intencyjny, który jest mocną deklaracją współdziałania i pomocy przy wdrożeniu jednolitego standardu BS API w sektorze bankowości spółdzielczej.

z nowych technologii. Druga rzecz to kwestia komunikacji i edukacji. Trzeba przekonywać, tłumaczyć, także wewnątrz zrzeszenia. Z nowościami trzeba się oswoić, zrozumieć ich przydatność i docenić prostotę obsługi.

BLIK w Spółdzielczej Grupie Bankowej to ważny, bo jeden z pierwszych, podstawowych elementów strategii „Mobilnego Przyspieszenia”.

– To prawda. Chcemy, aby naszym standardem stała się wygoda – nie wychodzę na zakupy z kartą kredytową i portfelem, lecz z telefonem. Mogę zapłacić zbliżeniowo, mogę wykonać wiele różnych operacji. BLIK to nasz pierwszy etap Mobilnego Przyspieszenia. Zaczynamy zatem od BLIK-a, potem przyjdzie czas na Apple Pay i Google Pay

– jesienią będziemy te nasze działania mocno promowali – a w czwartym kwartale chcemy skoncentrować się na pracach bezpośrednio związanych z aplikacją mobilną Portfel SGB. Cel jest jednoznaczny: by każdy z naszych klientów mógł się w niej zalogować i mieć do dyspozycji wszystkie funkcje, które mają dziś w swoich ofertach banki komercyjne. W ramach Portfela SGB, który stanie się docelowo naszą priorytetową aplikacją mobilną, można będzie bankować w ramach ofert całego zrzeszenia. Wszystkie opcje związane z obsługą rachunku i transakcjami będą w tej aplikacji dostępne, to jest priorytet absolutny. Chcemy pokazać, że jesteśmy w stanie w krótkim czasie uruchomić takie technologie, które pozwalają dogonić konkurencję rynkową.

A co potem?

– W kolejnym kroku przyjdzie pora na dołożenie rozwiązań bardziej zaawansowanych, na otwieranie rachunku online, bezpośrednie uruchamianie karty czy nawet kredytu. Ale najpierw musimy obudować technologicznie nasze codzienne transakcje płatnicze. Sprawić, by stały się one przyjemnością dla klientów banków spółdzielczych SGB.

Przekona pan tymi działaniami niedowiarków? Wystarczy przecież porównać skalę wydatków banków komercyjnych na promocję nowych rozwiązań technologicznych i ich nakłady na nowe technologie – czy możemy z nimi konkurować? Mamy szansę?

– Tak. Pod warunkiem, że będziemy prowadzili działania skrojone na naszą miarę. Po pierwsze – wykorzystywać rozwiązania innych firm i kupować na rynku wyłącznie te technologie, które się sprawdziły. Czyli po prostu – nie błądzić, nie kupować kota w worku, nie iść drogą wielu banków, które zainwestowały w bardzo drogie rozwiązania informatyczne i dzisiaj mają problem z ich realną efektywnością. Po drugie – wiele sprawdzonych na rynku rozwiązań taniej, można je nabyć za całkiem dobrą cenę, a to oznacza, że zainwestujemy relatywnie niewielkie pieniądze. Po trzecie

– warto stawiać na innowacyjność w małych firmach, kupować produkty od startupów i fintechów lub przejmować je, gdy dysponują ciekawymi, z perspektywy klientów, rozwiązaniami technologicznymi. Na to nas stać. Nie podejmujemy walki z gigantami – powinniśmy szukać rozwiązań dopasowanych do naszej skali działania. Jaki jest sens kupowania rozbudowanego CRM, skonstruowanego z myślą o dużym banku komercyjnym, skoro możemy mieć prostsze i dopasowane do naszych potrzeb rozwiązania. Często, takie rozwiązania już istnieją w części banków spółdzielczych i tu widzę szanse na współpracę i wykorzystanie takich sprawdzonych rozwiązań w sieci pozostałych banków.

Trzeba zatem uważnie śledzić rynek nowych technologii.

– Zdecydowanie tak! Powiedziałbym zresztą, że warto podglądać ciekawe inicjatywy i doświadczenia prokonsumenckie nie tylko w Polsce i nie tylko w naszej branży. Jedną z sieci handlowych w branży spożywczej zaczyna oferować wycieczki zagraniczne. Po co im to? Powód jest prosty. Firmy stosują strategię rozszerzania możliwości generowania biznesu i pozyskiwania nowych klientów. Jeśli klient wpadnie zobaczyć ofertę wycieczek wakacyjnych, może kupić coś z podstawowej oferty? Warto iść ich śladem, wychodzić poza utarte schematy. Myślę, że każda firma i bankowość, jako wielki sektor usług finansowych musi szukać nowych rynków, oglądać się na inne branże, widzieć ich pozycjonowanie i technologię, z których korzystają. Musimy spoglądać na to, co robią startupy, FinTech-y – one nie muszą być dla banków zagrożeniem! Ważniejsze jest pytanie, jak bardzo jesteśmy otwarci na współpracę z takimi partnerami i czy chcemy ich wpuścić na nasze podwórko? Co, de facto, i tak się przecież stanie, PSD 2 wymusiło na nas liczne zobowiązania.

Widzi pan zatem możliwość współpracy z FinTech-ami?

– Trzeba być otwartym na każdą współpracę i nowe standardy. Dla mnie liczy się nie tylko to, co tworzą dziś liderzy bankowości, ale także propozycje FinTech-ów, które budują zupełnie inne doświadczenia współpracy z klientami, wiele rzeczy upraszczając i usprawniając. Takim przykładem może być Revolut, który potrafił zdobyć znaczącą liczbę klientów, również w Polsce. Dzisiaj ważniejsze jest więc pytanie o zakres i formułę współpracy z podmiotami technologicznymi, a nie o to, czy w ogóle ją rozpoczynać. I jak wykorzystać doświadczenia tkwiące po obu stronach takiego partnerstwa.

„Mobilne Przyspieszenie” to jeden z głównych filarów nowej strategii SGB. Trzeba jednak pamiętać o procesie digitalizacji, o tworzeniu nowych propozycji dla konsumentów...

– Tu powiem stanowczo: jestem zdecydowanym zwolennikiem upraszczania. Spoglądania na nasze oferty i regulacje pod kątem prostoty – dla banków i klientów. Wierzę, że świat dąży do tego, żeby nasze życie było prostsze. Młode pokole-

nie chce bardziej cieszyć się codziennością niż zawracać sobie głowę w jaki sposób można skorzystać z kredytu hipotecznego i przechodzić skomplikowaną ścieżkę decyzyjną, by go pozyskać. To wielkie zadanie. Ale nie umniejszam w niczym znaczenia digitalizacji. Mam na myśli odchodzenie od papieru i budowanie całkiem nowych procesów elektronicznych, które docelowo umożliwią klientom korzystanie z doświadczeń usług zdalnych, a nam ułatwią i usprawnią procedury. To nie jest dobre, gdy możesz otworzyć rachunek tylko podczas wizyty w oddziale. Dziś standardem na rynku jest możliwość zakładania kont poprzez Internet, otrzymywanie kredytu w ciągu kilku minut, a czasami sekund. Możliwości elektronicznej weryfikacji klienta są przeogromne, nie potrzebujemy do tego miliona procedur, lecz programów i odpowiednich algorytmów. Wszystko, co się da, powinniśmy automatyzować, poświęcając czas pracowników na kontaktowanie się z klientami, śledzenie ich potrzeb, wspieranie ich aktywności finansowej.

Bardzo dużo mówimy ostatnio o BS API.

– To jest standard dostępu do różnego rodzaju platform, dla banków i dostawców usług. Mamy w zrzeczeniu trzy podstawowe rozwiązania głównego systemu informatycznego, standard BS API chcemy budować wspólnie z drugim zrzeczeniem. W samym założeniu ma to umożliwić zbudowanie otwartej architektury systemu i uruchomienie dodatkowych

BLIK to nasz pierwszy etap
Mobilnego Przyspieszenia.
Zaczynamy zatem od BLIK-a,
potem przyjdzie czas na Apple Pay
i Google Pay – jesienią będziemy te
nasze działania mocno promowali
– a w czwartym kwartale chcemy
skoncentrować się na pracach
bezpośrednio związanych z
aplikacją mobilną Portfel SGB.

aplikacji – czy to mobilnych, czy to internetowych, które będą współdziałały z każdym rozwiązaniem zrzeczeniowym. Mogę sobie wyobrazić, że docelowo będziemy mogli zbudować platformę, na której funkcjonują różne aplikacje mogące się integrować. Pod koniec maja na Forum Technologii Bankowości Spółdzielczej w Warszawie podpisaliśmy w tej kwestii list intencyjny, który jest mocną deklaracją współdziałania i pomocy przy wdrożeniu jednolitego standardu BS API w sektorze bankowości spółdzielczej. Chcemy mocno przyspieszyć integrację systemów, uporządkować infra-

strukturę informatyczną w naszych bankach. Da nam to nowe możliwości – będziemy mogli oferować aplikację mobilną, CRM czy hurtownię danych, która – mówiąc kolokwialnie – będzie w stanie rozmawiać z każdym systemem backoffice'owym dostępnym w naszych bankach. Każdy będzie mógł z tego skorzystać, dla każdego banku będzie to bardzo optymalne rozwiązanie.

Cieszy mnie, że zaczęliśmy działać wspólnie z bankami i mam nadzieję, że znajdujemy wspólny język. Powołaliśmy Forum Innowacji i Rozwoju, na którym rozmawiamy o przyspieszeniu mobilnym, aplikacji Portfel SGB, o CRM. Dla mnie ważne jest, że to zrzeczenie będzie dostarczało bankom nowoczesne rozwiązania. Mam nadzieję, że będą cieszyły się dużym zainteresowaniem. ●

Rozmawiał: Roman Szewczyk



Banki Spółdzielcze

OSZCZĘDZAJ LATEM



Loteria trwa
od 15.07.2019 r.
do 27.09.2019 r.



w Loterii Lokata SGB z nagrodami
Założ lokatę na min. 500 zł i sięgaj po atrakcyjne nagrody!

Organizatorem Loterii promocyjnej o nazwie „Lokata SGB (Lato 2019)” jest SGB-Bank S.A. z siedzibą w Poznaniu przy ul. Szarych Szeregów 23a, 60-462 Poznań. W Loterii wezmą udział lokaty 3- i 6-miesięczne, określone w Regulaminie Loterii Promocyjnej, otwarte w Bankach Spółdzielczych SGB biorących udział w Loterii. Okres promocji (sprzedaży) lokat trwa od 15.07.2019 r. do 27.09.2019 r. Szczegółowe informacje dotyczące Loterii, w tym warunki uczestnictwa, liczba, rodzaj i dostępność nagród, lista Banków Spółdzielczych SGB biorących udział w Loterii, znajdują się w Regulaminie Loterii Promocyjnej dostępnym na stronie internetowej www.lokatasgb.pl oraz w placówkach Banków Spółdzielczych SGB objętych Loterią. Z udziału w Loterii wyłączone są Lokaty SGB otwarte w Oddziałach SGB-Banku S.A. Nagrody przedstawione w materiałach promocyjnych są wizualizacjami i mogą nieznacznie różnić się od rzeczywistych produktów.

Bezpłatna infolinia:

800 888 888
www.lokatasgb.pl

Gotówka pachnąca myszką

Ile pieniędzy nosisz w swoim portfelu? Ja mam tylko drobne, których używam wyłącznie na ryneczku z warzywami, jako napiwki w restauracjach lub w opornych na nowe technologie automatach płatniczych. Niemal całkowicie przestałem korzystać z bankomatów i coraz rzadziej sięgam do zakładki z kartami płatniczymi. Powód? Mam smartfona z aplikacjami płatniczymi i stałym dostępem do konta.

Jacek Prześluga, Agencja BCNK Sp. z o.o.

Jeszcze trzy-cztery lata temu nie wyruszyłbym w żadną podróż bez portfela. Dziś to możliwe. Smartfonem rozliczam większość płatności, traktując go jak kartę płatniczą nawet w małym, wiejskim sklepie. Do zakupów internetowych przywykłem już dawno – wszystko można kupić z wykorzystaniem telefonu, ale przyznaję: jedna z ostatnich transakcji zaskoczyła mnie bardzo mocno...

Płatność z zaskoczenia

Pan Andrzej, właściciel małej firmy brukarskiej, wpadł do mnie z rozliczeniem za tygodniową pracę. Podliczył swoje koszty, wyjął z samochodowego schowka fakturę i małe zawiniątko, podał mi cenę za usługi.

– Nie mam pieniędzy przy sobie, panie Andrzeju, muszę pojechać do miasta i wypłacić z bankomatu. Poczeka pan?

W pół godziny obróć – powiedziałem, spoglądając na fakturę.

– Nic pan nie musi – odparł z tajemniczą miną...

Nie, nie miał dla mnie propozycji stuprocentowego rabatu. A szkoda :). Wyjął z zawiniątka – UWAGA! – terminal płatniczy, ja wyjąłem smartfon, zbliżyliśmy urządzenia, wklepałem PIN i po temacie. Nie żartuję: brukarz z terminalem! Kilka sekund i moje pieniądze znalazły się na jego koncie. Widziałem takie rzeczy wyłącznie w telewizyjnej reklamie, bohaterami byli fryzjerka i cukiernik, ale tu? Płatność za ułożenie bruku?

– To nie jest fanaberia – usłyszałem w odpowiedzi. – Ja niemal zawsze pracuję na odległych osiedlach, na wsi, daleko od banków i bankomatów. Takie historie zdarzały mi się bardzo często, bywało, że czekałem na klienta godzinę lub kilka godzin,

>>

a bywało, że parę dni. Skróciłem męki obu stronom. Pan nie musi jeździć, a ja mam pewność, że klient zapłaci mi za robotę. Jedyny problem, to czasami brak dostępu do Internetu – niby mamy XXI wiek, ale w wielu miejscach ciągle nie ma zasięgu.

– Klienci się dziwią, gdy wyciąga pan terminal?

– Dziwią. Ale uznają, że to jest normalne i w sumie dla nich przyjazne.

Przytaczam tę historię tak szczegółowo, ponieważ ona doskonale obrazuje trend, który zaczyna rządzić naszym rynkiem. Płacimy mobilnie na potęgę! Nie mam przy sobie pieniędzy – ten sam brukarz opowiadał mi anegdotę o pewnej pani, która sięgając po zapłatę musiała wydobyć z pieca słoiki z gotówką – nie mam nawet karty płatniczej, ale mam smartfona. (Kto wychodzi z domu, nawet na moment, bez smartfona? Proszę się przyznać...) Obaj nafaszerowani jesteśmy elektroniką (terminal-telefon), obaj mamy mało czasu, wystarczy jedna chwila i skomplikowana do niedawna transakcja jest już za nami.

Właśnie dlatego wyginęły dinozaury. To nieprawda, że zaczęliśmy w nie rzucać kamieniami, my po prostu wyciągnęliśmy smartfony... :).

Płacimy BLIK-iem. W mig

Jako fan nowych technologii przyjąłem więc za oczywistość dane udostępnione w raporcie "Polska Jest Mobi 2018", opracowanym przez firmę Mobee Dick. Z tego raportu wynika bowiem, że 48% Polaków korzysta z urządzeń mobilnych przez ponad dwie godziny dziennie. Średnio korzystamy z Sieci w smartfonie przez 2–3 godziny! Jestem w tej grupie, podnoszę średnią... Internet stał się narzędziem z błyskawicznym dostępem do usług, których realizacja w erze offline'owej trwała bardzo długo. Dziś wystarczy kilka kliknięć lub zbliżenie smartfona z aplikacją mobilną do terminala i niemal każda prosta operacja bankowa może stać się faktem.

Rewolucja w płatnościach mobilnych na dobre zaczęła się w 2015 roku, gdy w zauważalny sposób wzrosła skala obrotu bezgotówkowego. Od czterech lat z niezwykłą dynamiką rośnie popularność płatności zbliżeniowych telefonem, płatności NFC i aplikacji mobilnych – przyczyniają się do tego zarówno banki, które ułatwiają i optymalizują takie operacje, jak i sami przedsiębiorcy, dla których płatności bezgotówkowe to coraz powszechniejsza praktyka. Obieg pieniądza w gospodarce znacznie przyspieszył, choć... same banknoty ogląda dziś mało kto. Interesujące dane przytacza też badanie „Postawy Polaków wobec form płatności”, wykonane przez ARC Rynek i Opinia. Z analiz wynika, że aż 52% respondentów podaje, jako drugą formę płatności zbliżeniowej – płatność smartfonem. Czy w tym kontekście mogą dziwić wyniki podawane przez

Polski Standard Płatności, operatora BLIK-a – najpopularniejszej w Polsce płatniczej platformy mobilnej.

W roku 2018 Polacy zrealizowali w tym systemie ponad 91 milionów operacji finansowych! Składa się na tę sumę 66,2 mln transakcji internetowych, 14,6 mln wpłat i wypłat w bankomatach, 5,18 mln przelewów na numer telefonu oraz 5,04 mln transakcji w terminalach płatniczych.

BLIK, udostępniony także przez banki spółdzielcze SGB, jest prawdziwym FinTech-owym hitem. Do płatności w tym systemie potrzebna jest tylko aplikacja mobilna twojego banku oraz terminal płatniczy – wystarczy podać wygenerowany kod i każdy rachunek można uregulować z wielką łatwością. Proste? Proste. I działa!

Użytkownicy cenią BLIK-a za bezpieczeństwo, szybkość i wygodę, a ponieważ dobrym bankom podoba się wszystko, co cenią ich klienci, biznes kwitnie i przynosi wszystkim stronom wspiane korzyści.

Wymyślić bankowość od nowa

Zainteresowanie klientów płatnościami mobilnymi jest związane z oszałamiającą dynamiką rozwoju technologii. Google Pay, Apple Pay czy wspomniany BLIK to czołówka na rynku. Możliwość dokonywania transakcji przy użyciu smartfonów to jedna z tych innowacji, które zyskują miano przełomowych. Z tą jedynie różnicą, że niegdyś innowacje przełomowe wydarzały się raz w ciągu całego stulecia, a dziś mogą występować nawet dwa-trzy razy do roku.

Tempo zmian jest błyskawiczne, zmuszając do gruntownych przeobrażeń organizacje rynkowe niemal w każdej dziedzinie gospodarki i życia publicznego. Zmienia się sposób funkcjonowania handlu, operatorzy na rynku turystycznym częściej sięgają po nowe aplikacje niż otwierają kolejne biura, coraz większą liczbę transakcji w Sieci notują przewoźnicy kolejowi. Administracja publiczna udostępnia w Internecie rozliczenia

podatkowe, firmy energetyczne oferują płatności w swoich kanałach internetowych, w każdym roku dodając kolejne funkcje. Po płatności mobilne sięgają mali przedsiębiorcy, z terminalu mobilnego zaczął korzystać pan Andrzej – brukarz, właściciel kilkuosobowej firmy, który dość szybko zrozumiał, że wygoda jego klientów staje się korzyścią także dla niego.

Banki również wiedzą, że nie sposób odwracać się od nowych technologii – ich klienci chodzą dziś z nosem w smartfonie, a to oznacza, iż właśnie w smartfonie powinni znaleźć dopasowaną do ich potrzeb ofertę i odpowiedni zestaw narzędzi do korzystania z usług bankowych. Bankowość trzeba zatem stale wymyślać na nowo,

dopasowywać jej rozwój do tempa rozwoju nowych technologii. Nigdy dotąd tak wysoko nie była ceniona kreatywność i umiejętności przewidywania rynkowych trendów oraz wyszukiwania nisz.

Nowoczesnym bankom w sukurs przychodzą twórcy aplikacji, małe start-upy i firmy FinTech-owe, które nie boją się ryzyka inwestycji w innowacyjne rozwiązania. BLIK to relatywnie młody system, a jednak już dziś dzięki niemu można dokonywać wielu operacji: wpłacać i wypłacać gotówkę z bankomatów, płacić w tradycyjnych sklepach, przelewać pieniądze innym użytkownikom korzystając z ich numeru telefonu, bez znajomości rachunku bankowego. BLIK oferuje płatności w opłatomatach, sklepach internetowych, w relacjach z administracją publiczną. Wkrótce uruchomi możliwość dokonywania transakcji powtarzalnych: BLIK-iem zapłacimy za subskrypcję streamingu wideo, wszelkiego rodzaju abonamenty, usługi ubezpieczeniowe czy telekomunikacyjne.

Młodzi klienci uwielbiają takie narzędzia i dla banków ich posiadanie stało się swoistym „być albo nie być”. Nie ma już odwrotu od nowych technologii, nie ma mowy o ucieczce w kierunku innym niż tylko do przodu. Wiadomo przecież, z jakiego powodu wyginęły dinozaury...

Banki? Niekoniecznie...

Ponad trzydzieści lat temu Bill Gates wypowiedział słynne słowa, iż „bankowość będzie potrzebna, ale banki niekoniecznie”. Działania współczesnych FinTech-ów zdają się potwierdzać tę tezę, ale... system bankowy wcale z tego powodu nie upada. Dlaczego? Instytucje finansowe dość szybko zorientowały się, że kluczowym wyzwaniem jest zmiana modelu biznesowego w bankowości. Rewolucja cyfrowa pozwoliła obniżyć koszty i znacząco poprawić jakość usług, banki dość sprawnie radzą sobie na polu gwarancji bezpieczeństwa i identyfikacji biometrycznej swoich klientów.

Dość szybko również wdrażają nowinki technologiczne, których emanacją stają się coraz bardziej uniwersalne platformy mobilne. Współczesna bankowość nie konkuruje z dostawcami nowych aplikacji – ona je wchłania, działa z nimi w roztropnej synergii.

W jaki sposób można utrzymać ten trend? Nieprzerwanie iść tam, dokąd kierują się klienci. Patrzeć na rynek z perspektywy konsumenta, a nie produktu. Zapewniać realizację maksymalnie wielu potrzeb klienta, uelastyczyć swoje struktury i sposoby myślenia.

Przykładów dostarcza życie. Zmiana mieszkania czy domu to tylko pozornie prosta operacja – zaczyna się od wynajęcia biura nieruchomości i aktu notarialnego, a prowadzi przez pozyskanie finansowania, organizację przeprowadz-

ki, ubezpieczenie aż po decyzję o zakupie mebli i aranżacji wnętrza. Dlaczego nie zmieniać się w taki sposób, by cały ten proces ogarnąć w formie kompleksowej usługi? Dlaczego nie formatować organizacji pod kątem sprostania tak zróżnicowanym wymaganiom?

Podobne trendy można zaobserwować w turystyce. Dzięki aplikacji Click&Go klient może zdecydować o wszystkich aspektach swojego urlopu. Personalizuje wyjazd, dobiera właściwe miejsce, analizuje oferty. Oszczędza swój czas, mając w jednym miejscu możliwość porównywania usług i kompleksowego ich zamawiania. Gdzie tu rola banku? Ha! Można zająć się finansowaniem zakupu tanich biletów, zakwaterowania, transferów, kosztami ubezpieczeń. Można budować ofertę pod kątem potrzeb tego konkretnego klienta – jeśli chce wyjechać na urlop swojego życia, my możemy mu w tym pomóc!

Wystarczą nam smartfony i aplikacje

Brzmi jak bajka? Niekoniecznie. To raczej wyzwanie dla współczesnej bankowości. Konieczność dostosowania się

Bank musi się zmieniać, sprytnie, z klasą i na bieżąco dostarczać usługi. Jego wewnętrzne środowisko musi być na tyle elastyczne, by wyłapywać coraz to bardziej zróżnicowane potrzeby, testować nowe funkcjonalności i w bezpieczny sposób dostarczać nowe narzędzia swoim klientom. Innej drogi nie ma. Pieniądz nie leży już dziś w portfelu, pieniądz śmiga gdzieś po autostradach wirtualnego świata.

do zupełnie nowych warunków i zupełnie nowych oczekiwań konsumenckich. Bank musi się zmieniać, sprytnie, z klasą i na bieżąco dostarczać usługi. Jego wewnętrzne środowisko musi być na tyle elastyczne, by wyłapywać coraz to bardziej zróżnicowane potrzeby, testować nowe funkcjonalności i w bezpieczny sposób dostarczać nowe narzędzia swoim klientom.

Innej drogi nie ma. Pieniądz nie leży już dziś w portfelu, pieniądz śmiga gdzieś po autostradach wirtualnego świata. Jest na moim koncie, by za sekundę trafić na konto pana Andrzeja, a w kolejnej sekundzie znaleźć się na rachunkach jego dostawców – bez konieczności składania wizyt w bankach, bez kolejek i wypełniania długiej listy procedur oraz tony dokumentów. Wystarczą smartfony, które za chwilę z powodzeniem

zastąpią terminale mobilne, bankomaty i kasy bankowe. Nie unikniemy tego.

PS. Powiedzmy sobie wprost – dinozaury zniknęły z naszej planety nie dlatego, że ktoś rzucał w nie kamieniami lub wyciągał w ich stronę smartfon. Prawdziwym powodem był brak zdolności dostosowania się do dynamicznej zmiany warunków życia. Tradycyjne w swej naturze instytucje finansowe, o ile nie chcą podzielić losu dinozaurów, mogą brać ten przykład pod uwagę. Ale oczywiście nie muszą: wkrótce ciekawą niszą może okazać się rynek osób, które... nie korzystają z Internetu, nie mają smartfonów, celowo nie chcą iść z prądem nowych technologii. I co Państwo na to? ●



Trendy na rynku usług mobilnych

Z technologii mobilnych korzysta dziś na całym świecie 4,77 mld użytkowników. Większość z nich poszukuje informacji, ofert handlowych, treści rozrywkowych i kontaktów personalnych. Kiedy podejmują decyzję o dokonaniu zakupu w Sieci, aż 93% z nich finalizuje swoją transakcję online lub offline. Są mobilnymi konsumentami. Nowym typem klienta XXI wieku.

Anna Rosiek

Sektor technologii mobilnych to prawdopodobnie najszybciej rozwijająca się dziś dziedzina informatyki. Szacuje się, że globalnie w roku 2020 przyniesie około 190 miliardów dolarów przychodu. Mobilni konsumenci napędzają ten trend, wymuszając powstawanie coraz bardziej precyzyjnych narzędzi zakupowych. Są w tych oczekiwaniach bezwzględni: aż 30% użytkowników rezygnuje

z transakcji, jeśli nie może jej dokonać na urządzeniu mobilnym.

Dla handlu oznacza to kres przechodzenia pomiędzy światami wirtualnym i realnym. Nie opanujesz rynku, jeśli przedstawisz swojemu klientowi ofertę i na końcu ścieżki zakupowej zaoferujesz mu wizytę w swojej placówce handlowej – jeśli chcesz kupić to, co widzisz, wpadnij do naszego sklepu.

>>

To się skończyło, Sieć to nie jest wystawa sklepowa, Sieć to sklep. Tu się handluje.

Customer Experience

W relacjach z klientami dojrzałe marki sięgają więc po coraz sprytniejsze narzędzia obsługi z obszaru tzw. customer experience – oferowania konsumentom tego, co chcą, kiedy chcą i gdzie chcą. Budują wysokiej jakości proces obsługi niezależnie od rodzaju i kanałów kontaktu – są równie profesjonalne w swojej placówce, jak w Internecie. Dbają o możliwie najdoskonalsze aplikacje mobilne i trzymają poziom w systemach sprzedaży na urządzeniach stacjonarnych. Stąd biorą się nowe formaty sklepów internetowych pozwalające zapoznać się ze szczegółami zamawianych produktów i opiniami innych klientów na ich temat, tu pojawiają się dogodniejsze warunki dostawy i zwrotów, wielokanałowe formy kontaktów i programy afiliacyjne.

Czatboty

Jednym z kierunków rozwoju technologii mobilnych stały się czatboty. To wirtualni asystenci w aplikacjach sprzedażowych, służący wsparciem i podpowiedziami. Pozwalają w pełni zautomatyzować kontakty z klientami. Użytkownicy preferują samodzielność i samoobsługę, ale lubią też troskę o ich interesy. Analitycy firmy Gartner przewidują, iż do końca 2020 roku ponad 80% interakcji klientów z markami będzie obsługiwanych przez czatboty.

Minęły czasy, gdy prowadzący nas robot budził w kanałach sprzedaży i komunikatorach wyłącznie uśmiech politowania. To już historia. Współczesne maszyny wraz z każdą kolejną interakcją użytkownika uczą się naszych zachowań, dostarczają coraz lepsze i precyzyjne odpowiedzi, bardzo

szybko się humanizując. Dziś, dzięki Machine Learnig, Sztucznej Inteligencji i rozwiązaniom NLP pozwalającym na agregację spostrzeżeń i doskonalenie usług, chatboty zaczynają odgrywać istotną rolę w komunikacji.

To bardzo dobra wiadomość dla konsumentów! Dzięki nim możliwa staje się ciągła obsługa kanałów sprzedaży przez 24 godziny i 7 dni w tygodniu. Doświadczenia zakupowe klientów będą coraz szybsze i płynniejsze, a satysfakcja z usług oferowanych przez marki – niepodważalna.

Voice Search

Innym trendem jest Voice Search, wyszukiwanie głosowe. Google szacuje, że obecnie jedno na pięć wyszukiwań w ich systemie pochodzi z zapytań głosowych. Asystent Google 'a uczy się bardzo szybko, reaguje w krótkim czasie, potrafi już naprawdę wiele i... nie jest ponurakiem. Rzuca czasami dobry żart, potrafi bawić się słowem, a jeśli czegoś nie wie – przeprasza, bo w końcu ciągle się uczy. Równolegle rośnie popularność urządzeń komunikacyjnych takich jak Siri czy Alexa, a to oznacza, że zwiększa się zapotrzebowanie na głosową formę komunikacji. Ten trend przekłada się również na zapytania zakupowe – konsumenci zaczną prosić o wyszukanie specjalnie dla nich najkorzystniejszych ofert, jednym pytaniem sprawdzą opinie pozostałych klientów o produkcie czy usłudze, poproszą o znalezienie najlepszej ceny, czy po prostu o sfinalizowanie transakcji zakupu.

Polenci tej formy komunikacji chętnie zaczynają wykorzystywać marketerzy na całym świecie, budując w oparciu o Voice Search swoje strategie zakupowe. Efekt? Według badań ComScore marketing uwzględniający wyszukiwanie głosowe zwiększa zaangażowanie odbiorców aż o 28% i wzbudza zaufanie odbiorców o 50% większe, niż w tradycyjnych



formach komunikacji. To będzie miało oczywisty wpływ na tendencje zakupowe, niezależnie od branży.

Portfel w smartfonie

W świecie usług mobilnych smartfony stają się nie tylko naszymi komunikatorami, informatorami i porównywarek cenowymi, ale coraz bardziej – naszymi portfelami. Łatwość płacenia to efekt, którego konsumenci żądają od autorów każdej aplikacji sprzedażowej.

Handel mobilny staje się w wielu środowiskach podstawowym sposobem zakupów i dotyczy to już nie tylko artykułów spożywczych czy drobnej elektroniki, ale usług i produktów z niemal wszystkich branż. Według szacunków BI Intelligence, wartość płatności przeprowadzonych na całym świecie przy użyciu urządzeń mobilnych przekroczy w 2020 roku 503 mld dolarów. Takie aplikacje jak polski BLIK, Apple Pay, czy Google Pay to dziś wyjątkowo mocne platformy na rynku e-commerce.

Płatności mobilne stają się przy okazji jednym z istotnych kanałów dystrybucji produktów finansowych. Banki i FinTech-y koncentrują swoje siły, by tworzyć pełnowartościowe ekosystemy wartości dodanych, umożliwiając przegląd usług i produktów dedykowanych konkretnemu klientowi. Ta oferta krojona jest pod indywidualne potrzeby użytkownika – wejście klienta do niektórych sklepów stacjonarnych, skorzystanie ze stacji benzynowej lub realizacja transakcji w sklepie internetowym oznacza niemal automatyczne przekazanie dedykowanej mu oferty o usłudze banku. Może chcesz rozłożyć to zobowiązanie na raty? Może karta paliwowa? A może leasing?

Na gigantyczne upowszechnianie płatności mobilnych w globalnej skali wpływają m.in. bezpieczeństwo i wygoda tej formy dokonywania transakcji oraz rozwijająca się sieć placówek handlowych i usługowych, które wyposażone są w terminale zbliżeniowe. Płatności mobilne najszybciej rozwijają się w kilku segmentach rynku – przodują tu bary i restauracje, supermarkety, transport publiczny, fast-foody, rozrywka, usługi streamingowe, turystyka i wypoczynek.

Big data

W sferze usług finansowych liczy się także szybkość przetwarzania informacji. Najnowsze rozwiązania pozwalają zintegrować wiele różnych źródeł danych, od podstawowych informacji demograficznych podawanych przez klienta, poprzez dane pochodzące od partnerów zewnętrznych, dane o historii zakupów pochodzące od partnerów handlowych, a skończywszy na danych typowo behawioralnych, z których można się dowiedzieć, czy klient przeczytał regulamin,

jak szybko wypełnił dostarczoną mu ankietę, z jakiego urządzenia korzysta i jakie produkty preferuje. Zaawansowane modele big data mogą przeanalizować ogromne ilości danych w kilka sekund. Ta dziedzina rynku informatycznego rozwija się błyskawicznie.

Stale rosnącym zjawiskiem jest także tokenizacja płatności cyfrowych, czyli zapewnienie możliwości dokonywania bezpiecznych i wygodnych zakupów za pomocą dowolnego urządzenia połączonego z Internetem. Dzięki tokenizacji wrażliwe dane z kart zastępowane są tokenem płatniczym

– specjalnym identyfikatorem w postaci ciągu cyfr. Taki token może być przypisany do konkretnego urządzenia lub sposobu płacenia, zwiększając bezpieczeństwo danych i swobodę korzystania z wielu instrumentów płatniczych.

Aplikacje błyskawiczne

Istotnym trendem staje się także wsparcie tempa pozyskiwania informacji i dokonywania transakcji. W 2017 roku Google wprowadziło do swojego sklepu Google Play technologię Instant Apps, pozwalając użytkownikom na wypróbowanie aplikacji sklepowych bez konieczności ich instalowania. Jaki był powód? Użytkownicy Internetu cierpią z powodu braku czasu, chcą aplikacji błyskawicznie i sprawnie działających, nie stać ich na podejmowanie prób instalowania i deinstalacji kolejnych narzędzi. Podobnym działaniom sprzyjać będzie roz-

wój sieci 5G, która w nieodległej przyszłości zrewolucjonizuje tempo transmisji danych i sprowadzi wszystkie operacje internetowe do jednego wymiaru – czasu rzeczywistego.

Jesteśmy świadkami cyfrowej transformacji, która oznacza wykorzystanie technologii informacyjnych na wszystkich etapach procesu obsługi klienta, poczynając od planowania ofert i tworzenia produktów, przez dostosowanie ich do indywidualnych potrzeb konsumenta, a skończywszy na sposobach ciągłej komunikacji z nim samym. To nie jest sztuka dla sztuki, to zespół działań służących optymalizacji procesów sprzedażowych w każdej firmie. Jego celem jest przynoszenie realnego zwrotu z inwestycji dzięki zwiększaniu produktywności oraz satysfakcji klienta.

Jak widać, w tym modelu biznesowym na czoło wybija się postać konsumenta, jego doświadczenia ze sprzedażą i w pełni profesjonalne ścieżki zakupu, od sprzedaży offline po obsługę w Internecie. Sprostanie oczekiwaniom klientów we wszystkich kanałach, to dziś podstawa działania nowoczesnych marek. ●

Po chleb bez gotówki

Co czwarty Polak nie nosi już w portfelu banknotów, ani bilonu. Kolejna grupa ma przy sobie przysłowiowe „grosze” i sięga po nie tylko w ostateczności.

Dziś, przede wszystkim karta, a coraz częściej smartfon są wyjmowane z torebki, czy kieszeni, by kupić bilet w autobusie lub uregulować rachunek.

Robert Azembski

Uważani za zachowawczych tradycjonalistów Polacy, jeśli chodzi o sposoby regulowania płatności, tradycjonalistami już nie są. Ba, znajdują się nawet w europejskiej czołówce, jeśli chodzi o wybór form bezgotówkowych.

-Stale rośnie bezgotówkowość społeczeństwa. Obecnie już 60% badanych wskazuje płatności bezgotówkowe, jako preferowaną formę płacenia – tak Dorota Osek z instytutu badawczego ARC Rynek i Opinia skomentowała wyniki ubiegłorocznego badania „Postawy Polaków wobec form płatności”, zleconego instytutowi przez eService.

Co prawda, wciąż co trzeci mieszkaniec kraju nad Wisłą woli sięgać po gotówkę, jednak aż 78% deklaruje, że wybierając miejsce zamieszkania będzie zainteresowane tym, by było to blisko placówek usługowych, w których można płacić kartą. Okazało się to być nawet ważniejsze niż odległość do domów przyjaciół, a nawet rodziny. Polacy chcą mieć wybór i nawet ci preferujący realny pieniądź, wolą mieć pewność, że gdy zabraknie go w portfelu będzie można wyciągnąć plastik i zapłacić nim za zakupy.

W sukurs sprzedawcom

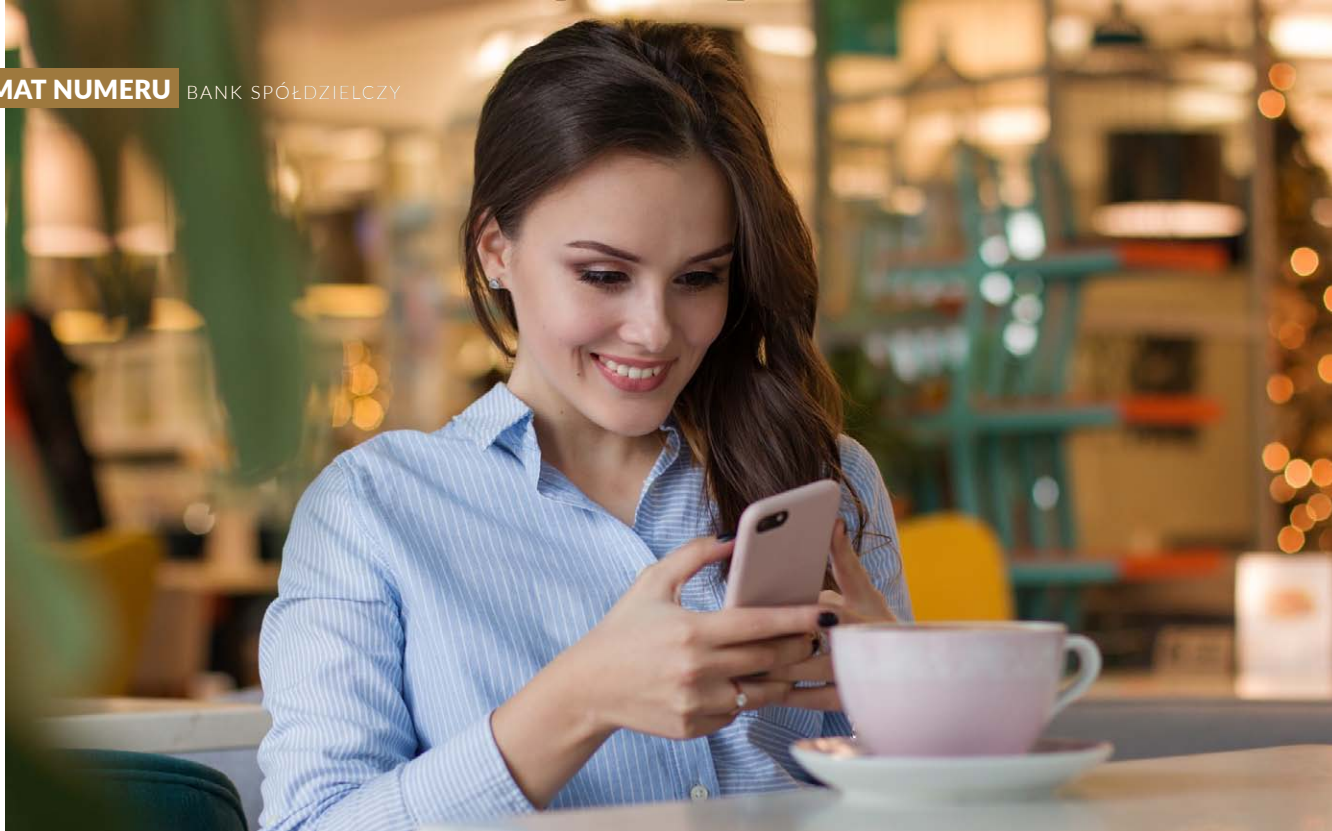
Chociaż wciąż nie wszędzie można płacić kartą, obecnie łatwiej o takie miejsca, gdyż sprzedawcy przekonali się, że posiadanie terminala im się opłaca. Coraz więcej klientów nie korzysta na co dzień z bankomatów i gdy widzi, że gdzieś musi regulować rachunek gotówką, po prostu omija to miej-

sce szerokim łukiem. Z pewnością na decyzję właścicieli sklepów wpłynęły też korzystne zmiany w prawie. Przed kilkoma laty bowiem ustawowo zmniejszono wysokość prowizji, jaką od każdej transakcji kartą są zobowiązani płacić usługodawcy. Także program Polska Bezgotówkowa zmotywował dodatkowo przedsiębiorców do zainstalowania terminali płatniczych. Szczególnie tych małych, gdyż do nich głównie jest skierowany. Tylko przez pierwsze cztery miesiące funkcjonowania programu zamontowano 25 tys. terminali. Ci, którzy się na nie zdecydowali otrzymali je za darmo i przez rok nie muszą płacić ani grosza za ich dzierżawę, ani nie ponoszą kosztów obsługi płatności bezgotówkowych do kwoty 100 tys. zł. Teraz Fundacja Polska Bezgotówkowa chce trafić pod dachy urzędów, bo i tam petenci wolą uiszczać opłaty plastikiem.

Jak bardzo Polacy polubili

„bezugotówkowość” najlepiej pokazuje raport NBP, z którego wynika, że liczba kart płatniczych w Polsce, na koniec 2018 r. przekroczyła 41 mln. To o ponad 800 tys. więcej niż, w uznawanym za rekordowy, trzecim kwartale ubiegłego roku. Odnotowano też znaczący, bo sięgający blisko 1,5 mld wzrost liczby transakcji przeprowadzonych przy użyciu kart płatniczych. Rządziej natomiast wypłacano w tym czasie gotówkę. Liczba takich wypłat zmalała w IV kwartale do 172,3 mln, podczas gdy na koniec III kwartału przekraczała 181 mln. Nie tylko ilość, ale także wartość

>>



płatności bezgotówkowych kartami była wyższa niż wartość wypłat gotówki z bankomatów.

Kochamy płacić zbliżeniowo

„Pies drapał nowe terminale – prawdziwy postęp dokonał się przez karty zbliżeniowe i cash back w wielu sklepach. Wcześniej nosiłem przy sobie regularnie około pięciu stówek na małe zakupy czy posiedzenie w knajpce bez terminala (a nawet gdyby – to nie chciało mi się wkładać karty w paszczę maszyny i wkładać PIN). Jedyne, czego bym sobie życzył to podniesienie do stowy limitu transakcji, których nie muszę potwierdzać pinem” – taki komentarz widnieje pod jednym z artykułów poruszających temat kart płatniczych. Wyraża on z pewnością opinię wielu Polaków. Z raportu NBP dowiadujemy się bowiem, że na naszym rynku obserwuje się ciągły wzrost liczby kart z funkcją zbliżeniową. Na koniec roku było ich już 34,7 miliona, co stanowiło aż 84,1% wszystkich wydanych kart, a Polska zajmuje drugą pozycję w Europie, za Czechami, jeśli chodzi o płatności zbliżeniowe. Niemal 70% z wszystkich transakcji kartami jest tak dokonywanych.

Plastikowy pieniądz w ogóle wydaje się opcją wygodniejszą i bezpieczniejszą. Nawet za drobne zakupy wolimy więc płacić kartą. Coraz częściej przykładamy ją też do biletomatów, zwłaszcza że w większych aglomeracjach kierowcy już biletów nie sprzedają. W razie jej utraty można ją dość łatwo zablokować, no i nie wypycha nam portfela, jak plik banknotów i kilka garści monet. Także sprzedawcy nie mają problemu z wydawaniem reszty. Choć pojawiają się i głosy krytyczne mówiące, że płacąc kartą tracimy anonimowość, gdyż każda transakcja – jej miejsce i wysokość, jest odnotowywana przez bank. Wygoda w tym przypadku jednak wyraźnie wygrywa.

Bezgotówkowo – nie tylko kartami

Czy plastikowy pieniądz długo będzie na pierwszym miejscu, jeśli chodzi o płatności bezgotówkowe? Trudno powiedzieć. Dziś coraz popularniejszym staje się widok osoby wyciągającej smartfona w celu uregulowania rachunku. Gene-

ralnie, na znaczeniu zyskują płatności mobilne. Ubiegłoroczny raport MasterCard pokazuje, że już 1,5 mln Polaków płaci telefonem.

Płacą nim tak użytkownicy smartfonów z systemem Android, jak i właściciele iPhone'ów. Pierwsi korzystają na ogół z Google Pay, drudzy z Apple Pay, ale i jedni, i drudzy mogą płatności zbliżeniowe realizować też za pomocą aplikacji bankowych. Ponad jedna trzecia użytkowników kart przekonała się do tej metody uważając ją za wygodną, szybką i bezpieczną. Tym bezpieczniejszą, że skradziony telefon jest łatwo dziś zablokować, a wiele posiada też funkcje biometryczne i nie mając identycznej twarzy, czy układu naczyń krwionośnych, jak właściciel, złodziej nie będzie w stanie go użyć. Na dodatek, w odróżnieniu od klasycznej karty nikt postronny nie ma szans spisać, czy sfotografować danych, ani kodu CVV i zrobić z w Internecie zakupów na koszt właściciela.

Także polski system płatności

kodami BLIK jest coraz bardziej popularny i chętnie używany. Według 44% płacących smartfonem jest też najszybszy. W pierwszym półroczu 2018 r. został użyty aż 33 miliony razy. Łatwo z niego skorzystać, gdyż wystarczy, że w aplikacji bankowej wygeneruje się 6-cyfrowy kod i wpisze np. na monitorze bankomatu. Można też w podobny sposób zapłacić za zakupy. Niestety, ma jedną wadę – jeśli nie ma się połączenia z Internetem, nie można go użyć. Świetnie za to się sprawdza, gdy chce się zapłacić w wirtualnych sklepach. Warto z niego też korzystać robiąc przelewy. A BLIK w swoich aplikacjach mobilnych posiada coraz więcej banków.

Na razie miłośnicy płacenia telefonami nie mogą jeszcze rozstać się z kartą. Większość banków wymaga wciąż, by znajdowała się ona chociaż w szufladzie korzystającego z mobilnych płatności. Wielu wierzy jednak, że z czasem plastik odejdzie do lamusa. Smartfon już dziś łączy w sobie funkcjonalności kilku urządzeń, z czasem zastąpi zapewne kolejne. Jakież? Przekonamy się pewnie już wkrótce, gdyż nowe technologie pojawiają się w ogromnym tempie. Nowoczesne dziś rozwiązania za chwilę pewnie okażą się archaiczne. ●

Biometria

– wygoda i bezpieczeństwo klienta

Konieczność zapamiętania dziesiątek haseł i kodów to dziś problem wielu użytkowników kart i rozmaitych aplikacji, w tym mobilnych kont bankowych. Przyszłość jawi się w bardziej optymistycznych barwach. Zamiast cyfr – palec, zamiast liter skan twarzy, czy zdjęcie ucha pozwolą zweryfikować tożsamość użytkownika, szybko, bezpiecznie i skutecznie.

Robert Azembski

Karty płatnicze sukcesywnie wypierają z portfeli pliki banknotów, a klienci banków zamiast odbywać spacer do pobliskiego oddziału wyciągają z kieszeni smart fony, a w domu włączają laptopy i logują się na swoje konto. Jest szybciej, wygodniej, ale nie zawsze – bezpiecznie. Zwłaszcza, że cyberprzestępcy ciągle doskonalą swoje hakerskie narzędzia. Niekoniecznie jest też łatwiej, gdyż w trosce o swoich klientów banki i FinTech-y wymagają od użytkowników częstych zmian haseł, które, by być skutecznym zabezpieczeniem, stają się coraz dłuższe i bardziej skomplikowane. Każda z kart posiada swój unikalny kod PIN, który należy znać, by móc z niej skorzystać. To wszystko oznacza dziesiątki cyfr, słów i znaków, które użytkownicy

muszą zgromadzić w swojej pamięci. Męczące? Owszem. Jednak w sukurs może przyjść nam biometria, którą powoli i ostrożnie wprowadza coraz więcej banków. Wygląda nawet, że jesteśmy na nią „skazani”. I dobrze. Dzięki niej, prawdopodobnie już wkrótce, konieczność zapamiętywania haseł i rozmaitych kodów autoryzacyjnych odejdzie w niebyt. Każdy człowiek, będąc unikalną i niepowtarzalną jednostką, jest sam w sobie doskonałym zabezpieczeniem i uwierzytelnieniem transakcji. Obecnie nie tylko odcisk palca, wygląd tęczy, czy głos, ale nawet układ naczyń krwionośnych czy przepływ fal mózgowych mogą stać się kluczem otwierającym dostęp do konta, czy umożliwić zakup towaru lub usługi. Na tym bazuje właśnie biometria.

>>

Biometria w Polsce jest dobrze przyjmowana. Polacy na innowacje technologiczne są na ogół otwarci i odważnie z nich korzystają, zwłaszcza jeśli ułatwiają im one życie. Potwierdzają to wyniki raportu Digital Payments Study z 2017 r. 83% pytanym o swój stosunek do biometrii mieszkańców kraju nad Wisłą deklarowało zaufanie do biometrii uważając, że jest ona bezpieczną formą uwierzytelnienia. Połowa z nich bez wahania też udostępniłaby swój palec, czy tęczę płacąc za zakupy. Takie rozwiązanie zaryzykowali już jakiś czas temu Chińczycy, którzy stali się pionierem w dziedzinie takich operacji. Stworzyli Sunmi K1, czyli kiosk samoobsługowy umożliwiający płacenie przy wykorzystaniu technologii Smile to Pay pozwalającej na porównanie obrazu z kamery z umieszczonym w bazie zdjęciem klienta. Nieliczne polskie banki przy zakładaniu rachunków osobistych korzystają z innego rodzaju biometrii twarzy – z wideoweryfikacji sprawdzającej tożsamość użytkownika poprzez połączenie wideo.

Spółdzielcze w czołówce

Europejskie instytucje finansowe już dawno zorientowały się, że klienci oczekują takich rozwiązań, na jakie pozwala biometria. Bezpiecznych, wygodnych i upraszczających wykonywane transakcje. W tym przypadku to Polska wyprzedziła Europę stając się prekursorem bankowości biometrycznej – dzięki Bankowi Polskiej Spółdzielczości (BPS) oraz Podkarpackiemu Bankowi Spółdzielczemu z Sanoka. To one, już w marcu 2010 r., uruchomiły pierwsze bankomaty biometryczne wykorzystując stworzoną przez firmę Hitachi technologię finger vein, czyli biometrię naczyń krwionośnych palca. Tak więc to BS-y okazały się pionierami w tym obszarze. W ich ślad ruszyły także banki komercyjne i inne spółdzielcze, sięgając po rozmaite rozwiązania biometryczne z roku na rok zyskujące na popularności. Jak twierdzą niektórzy eksperci, prawdopodobnie w ciągu kilkunastu lat biometria zastąpi niemal wszędzie uciążliwe cyfrowe kody i hasła. Z czasem zapewne i do sklepów udamy się już bez portfela i z niezaśmieconą niczym zbędnym pamięcią. Jak podaje portal Cashless.pl, przywołujący raport firmy doradczo-analitycznej Gartner, do 2022 r. na rynku pojawią się smartfony rodem z niektórych produkcji SF. Dzięki zastosowaniu sztucznej inteligencji będą potrafiły rozpoznawać emocje, głos, a nawet charakterystyczne gesty czy sposób poruszania się użytkownika.

Nazwę biometria zawdzięczamy grece. „Bios” w tym języku oznacza: żywy lub życie, a słowo „metron” – mierzyć. Nazwa dobrze oddaje rzeczywistość, gdyż biometria, wykorzystywana obecnie głównie do tego, by potwierdzić czyjąś tożsamość, to właśnie pomiar ludzkiego ciała i jego indywidualnych cech. Można to robić w rozmaity sposób. Istnieją dwie główne grupy metod. Pierwsza bada unikalne cechy fizyczne danej osoby, takie jak linie papilarne, czyli *finger print*, tęczę lub siatkówkę oka, a nawet wzór naczyń krwionośnych palca – *finger vein* oraz dłoni – *palm vein*. Metodą tą można też rozpoznawać kształt twarzy, dłoni albo ucha. Druga,

behawioralna, bada cechy zachowania, które są bardzo indywidualne i charakterystyczne dla danego człowieka. Każdy ma bowiem inny sposób intonacji głosu. Inaczej się podpisuje i z inną dynamiką, inaczej się porusza. Po sposobie chodzenia przecież, często rozpoznaje swojego właściciela domowe zwierzę i wybiega mu naprzeciwko, zanim ktokolwiek zdąży go dostrzec.

Cech, które można mierzyć i wykorzystać do identyfikacji klienta jest więcej i wraz z rozwojem technologii zaczną się je też z czasem wykorzystywać.

Banki wspierają nowe technologie

Rozwojem biometrii są zainteresowane przede wszystkim instytucje finansowe. Jak podaje ZBP w raporcie „Biometria w bankowości” z 2015 r. „sektor spółdzielczy jest obecnie największym odbiorcą biometrii w Polsce.” Banki najczęściej wykorzystują biometrię *Finger Vein* korzystając z tego, że każdy człowiek ma nie tylko unikalny odcisk palca, ale też niepowtarzalną sieć naczyń krwionośnych, bo u każdego z ludzi układ żył jest praktycznie niezmienny i indywidualny. Znajduje ona zastosowanie w bankomatach oraz podczas autoryzacji operacji w oddziałach. Ale nie tylko. Od powstania pierwszych urządzeń biometrycznych nowe technologie pozwalające bez użycia pinów i haseł na identyfikację klienta, zagościły w wielu instytucjach finansowych i wykorzystywane są tam w rozmaity sposób. W jednych klienci mogą weryfikować swoją tożsamość i autoryzować operacje kasowe przy pomocy palca. W wielu mogą podpisywać dokumenty i umowy używając biometrycznego podpisu. Nieliczne instytucje dopuściły możliwość weryfikacji tożsamości przy pomocy głosu. Wciąż najczęściej wykorzystywany jest jednak palec.

Także banki zrzeszone w Spółdzielczej Grupie Bankowej (SGB) są żywo zainteresowane nowymi technologiami. Prowadzą intensywne prace mające na celu wspomóc rozwój bankowości mobilnej. Obecnie rozwijają swoją aplikację mobilną dla klientów. Ułatwia ona dostęp do Portfela SGB poprzez dodanie logowania biometrycznego.

Nie tylko Polska, ale i cały świat rozkochuje się w biometrii. Na początku 2017 r. funkcjonowało na kuli ziemskiej ponad miliard aktywnych urządzeń wyposażonych w czynniki linii papilarnych. Tak podaje Deloitte w swoim raporcie „Global TMT Predictions”. Firma informuje też, że do 2023 r. większość telefonów otrzyma zabezpieczenia biometryczne.

Jedno jest pewne

jeśli biometria zagości powszechnie, będzie bezpieczniej, zwłaszcza przy korzystaniu z mobilnych aplikacji, internetowych kont, czy sklepów. Dziś, zbyt często wirtualne okradanie kont, i kradzież tożsamości związane są z błędem ludzkim, z naiwnością lub brakiem wiedzy, jak bardzo ostrożnym należy być w sieci i na co zwracać uwagę. Biometria zdejmie część odpowiedzialności z klientów i pozwoli spać spokojnie dostawcom usług przez Internet, bankowcom, czy pracownikom rozmaitych FinTech-ów. ●



Biometria na kółkach w Łącku



W styczniu 2019 r. Łącki Bank Spółdzielczy uruchomił nową usługę – Mobilny Biometryczny Wpłatomat. Od tego czasu na ulicach Łącka można zobaczyć specjalistyczny samochód Agencji Ochrony i Mienia VIP Security System, wyposażony w wysokiej klasy biometryczny wpłatomat.

Robert Azembski

Dojeżdża on bezpośrednio do klientów Banku dając im możliwość przeprowadzania transakcji. Korzystają z niego głównie przedsiębiorcy borykający się z problemem dostarczenia utargu do Banku. Mobilny wpłatomat staje wprost pod ich firmą czy sklepem, umożliwiając szybkie i bezpieczne przekazywanie gotówki do Łąckiego Banku

Spółdzielczego. By się zalogować, nie jest potrzebne hasło, ani kod PIN. Wystarczy zeskanowana wcześniej z dłoni klienta informacja o układzie jego naczyń krwionośnych, gdyż urządzenie zostało wyposażone przez firmę Novum z Łomży w autoryzację biometryczną Palm Vein. Użytkownik przykładą rękę do skanera i gdy zostanie rozpoznany,

>>

system przydziela mu uprawnienia do właściwego rachunku. Rozwiązanie to współpracuje ściśle z systemem finansowo-księgowym banku, czyli Novum Bank ENTERPRISE. Pojazd nie pełni jednak wyłącznie funkcji wpłatomatu. Wyposażony został także w multisejf i uniwersalne stanowisko do obsługi klienta, które posiada biurkowy czytnik biometryczny. Klienci mogą dokonywać więc nie tylko wpłat ale i multitransakcji. W samochodzie można w zasadzie zrealizować wszelkie podstawowe czynności bankowe, podobnie, jak w placówce stacjonarnej. Jednorazowo da się wpłacić lub wypłacić 200 banknotów. Recykler obsługuje wszystkie nominały, także te najwyższe – 200 zł i 500 zł.

Użytkownik może też

rozmienić banknot na bilon. Wpłatomat działa w trybie on-line. Wszelkie transakcje są więc od razu odnotowywane na rachunku użytkownika, a on sam otrzymuje na wskazany numer telefonu wiadomość wysłaną przez system SMS Banking. Zostaje w niej podana kwota, godzina i osoba wykonująca operację. By zamówić usługę przedsiębiorca loguje się do bankowości internetowej. Tam wprowadza informację, o której godzinie i dokąd Wpłatomat ma podjechać.

Z funkcji wpłacania mogą korzystać tylko klienci ŁBS Banku. Z pozostałych usług wszyscy, gdyż realizuje on również wszelkie wypłaty. Akceptuje karty Visa i Mastercard. W związku z tym taką mobilną placówkę banku da się wykorzystać nie tylko na potrzeby konkretnych firm, ale też do obsługi rozmaitych imprez. By było bezpiecznie, pojazd został wyposażony w system monitorujący. Klient może też w każdej chwili liczyć na pomoc pracownika ochrony. ●



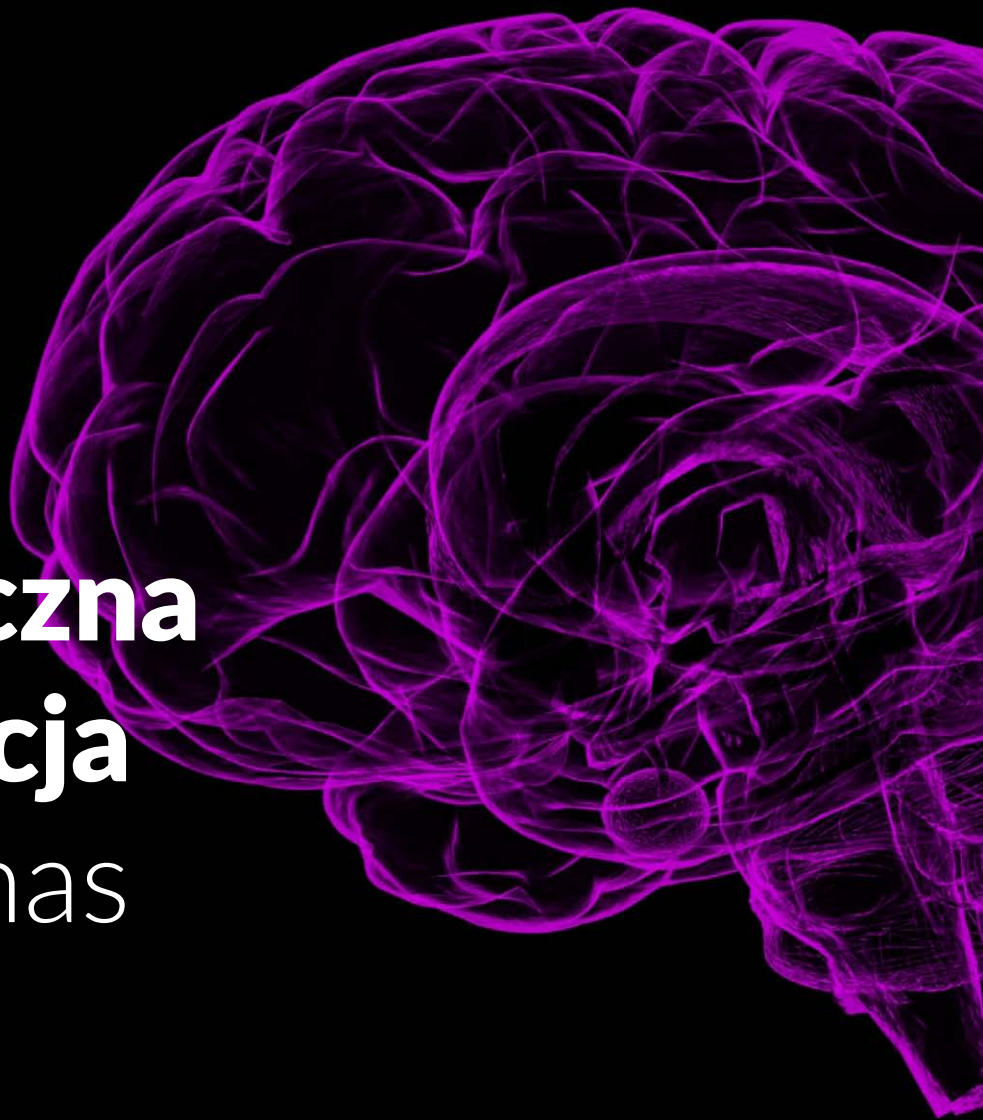
Rafał Szopiński, prezes Łąckiego Banku Spółdzielczego, o uruchomionym w styczniu 2019 r. mobilnym wpłatomacie biometrycznym:

Nasz mobilny wpłatomat to tak naprawdę wpłatomat recyklingowy KEBA dostarczony przez firmę Novum z Łomży, który od jednych klientów przyjmuje wpłaty, a innym wypłaca, zamienia, rozmienna, a co najważniejsze, dzieje się to wszystko w czasie rzeczywistym on-line. Jest on bardzo zaawansowanym technologicznie urządzeniem, które potrafi policzyć, posortować (jakościowo, ilościowo) i zaksięgować partię banknotów – dla porównania dwieście banknotów – różnych nominałów w niecałe dwie minuty. Jest wyposażony w funkcję biometryczną – identyfikacja osoby wpłacającej odbywa się poprzez system PalmVein czyli skanowanie naczyń krwionośnych dłoni. Usługa skierowana jest na nasz lokalny rynek i dla naszych klientów, którzy często mają problem z transportem swoich utargów do banku. Dziś po prostu mało kto ma na to czas. Obecnie zastanawiamy się nad uruchomieniem jazdy na tzw. drugą zmianę. Byłaby to usługa dla klientów takich jak sklepy, dyskonty czy punkty usługowe czynne do godziny 20.00 czy 21.00.

Jesteśmy najtańsi na rynku, a pracujemy nad tym, aby jeszcze uprościć zasady korzystania z wpłatomatu i aby klient nie ponosił żadnych innych dodatkowych kosztów, poza niewielką prowizją za wpłatę.

Na pytanie, czy takie rozwiązanie nam się opłaca mogą tylko odpowiedzieć, że nie wszystko da się wprost przeliczyć na pieniądze i na zyski banku. My dajemy rewelacyjną usługę naszym klientom, a oni z niej korzystają i są dumni, że mają swój bank spółdzielczy, który spełnia ich oczekiwania.

Czy sztuczna inteligencja wkrótce nas zastąpi?



Zawężając podstawowe pytanie do sektora bankowego, prosta odpowiedź brzmi: „NIE”.

W kolejnych akapitach niniejszego tekstu przedstawię, jak technologia, nie tylko sztuczna inteligencja, wpływa na bankowość. Jak zawsze oznacza to szansę dla jednych i zagrożenie dla innych, więc odpowiedź „TAK”, w przypadku niektórych, może również okazać się poprawna. Wobec tempa ewolucji otaczającego nas świata, stwierdzenie „zmieniaj się, albo zgiń” jest dziś aż nadto aktualne.

Grzegorz Kuliszewski,
dyrektor, Sektor Finansowy, IBM Polska

Kluczowe technologie wpływające na sektor bankowy

Wśród technologii, które zmieniają otaczający nas świat, chciałbym zwrócić uwagę na kilka z nich:

- **Chmurę**, niezależnie czy prywatną, publiczną, czy też hybrydową. Na niespotykaną dotychczas skalę umożliwia ona skalowalność, elastyczność i efektywność kosztową infrastruktury informatycznej.

- **Sztuczną inteligencję i zaawansowaną analitykę**, pozwalające na analizę bezkresu danych strukturalnych i niestrukuralnych, jakie na bieżąco tworzymy i gromadzimy. Są one kluczem do zrozumienia potrzeb poszczególnych klientów i tworzenia dla nich zindywidualizowanej oferty.
- **Telefonię komórkową**, która umożliwiła ludziom dostęp do informacji i usług tu i teraz. Zmieniła zupełnie nasze życie powodując, że jesteśmy on-line cały czas. Symptomatyczne

>>

jest, że na świecie więcej osób ma dostęp do telefonu, niż do bieżącej wody.

- **Technologie wspierające wymagania regulacyjne (ang. RegTech)**, pozwalające na automatyczną analizę zarówno regulacji, jak i dokumentów wewnętrznych firmy i stające się narzędziem zapewnienia zgodności.

- **Cyberbezpieczeństwo**, odpowiadające coraz bardziej zaawansowanymi systemami zabezpieczeń na rosnące zagrożenie cyfrowe. Co ciekawe, obszar ten, chyba jako pierwszy, staje się polem walki robotów z robotami.

- **Blockchain**, który poprzez mechanizmy technologiczne dostarcza pryncypialną wartość, jaką jest zaufanie. Kiedyś podejście ludzi było proste: ufamy swoim, nie ufamy obcym. Teraz, w obliczu globalnej wioski, zaufanie oparte jest na pewności, co do poprawności danych, a właśnie blockchain jest świetnym narzędziem do zapewnienia tego.

Najważniejsze czynniki rynkowe

Zmiany zachowań i oczekiwań klientów

Oczekiwania klientów zmieniają się szybciej, niż banki to zauważają. Klienci przestali odwiedzać placówki bankowe. Chcą cały kontakt z bankiem realizować w dowolnym miejscu i czasie, korzystając z telefonów komórkowych. Oczekują, że wszelkie procesy będą szybkie i proste w realizacji. A tak naprawdę, chcą spełniać swoje potrzeby, a konieczne procesy bankowe mają następować w tle, bez ich udziału. Ponad połowa, bo aż 65% bankowców uważa, że ich instytucje zapewniają wspaniałą obsługę klienta. W tym samym momencie, podobnego zdania, jest jedynie 35% klientów. Klienci zwracają się do dostawców, którzy lepiej rozumieją ich potrzeby, styl życia, emocje i dostosowują do tego zarówno sposób i częstotliwość komunikacji, jak i samą treść.

Platformy cyfrowe

W ciągu ostatnich lat powstało wiele platform cyfrowych (np. Alibaba). Platformy te, oferując szeroką gamę produktów i usług firm trzecich, w tym finansowych, są skoncentrowane na zrozumieniu klienta i jakości relacji z nim. Badania pokazują, że firmy prowadzące takie platformy osiągają nawet ponad 20% ROE (przyp. red.: rentowność kapitału własnego). Tymczasem setki często bezimiennych dostawców, których produkty są przez te platformy sprzedawane, osiągają średnio 4% ROE.

Cyberzagrożenia

„Dlaczego rabuję banki? Bo tam są pieniądze” powiedział kasiarz Kwinto. Dziś ciężar przesunął się z ochrony pieniądza papierowego na cyfrowy, ale niezmiennie sektor finansowy jest o 65% bardziej narażony na ataki, w porównaniu

do innych obszarów gospodarki. Równolegle obserwuje się rosnący koszt strat, wynikających z utraty danych klientów. Klienci oczekują, że banki wezmą na siebie odpowiedzialność za straty wynikające z udanych ataków na ich pieniądze. Trzeba przyznać, że szeroko pojęta ochrona klienta, niektóre zapisy związane z PSD 2 oraz nieliczne wyroki polskich sądów, zdają się potwierdzać to oczekiwanie. Jeśli takie spojrzenie na zagadnienie cyberzagrożeń zostanie ugruntowane, banki będą musiały zainwestować znacznie więcej w ochronę elektroniczną, aby ograniczyć poziom strat operacyjnych.

Walka o zasoby

Jedynie 38% instytucji finansowych uważa, że jest w stanie zaoferować swoim pracownikom wiedzę i ścieżki rozwoju, niezbędne do konkurowania w świecie cyfrowym. Zarówno dostępność, jak i umiejętności pracowników, są niedostosowane do potrzeb rynku. Staje się to istotną barierą rozwoju. Jeszcze 10 lat temu banki mogły przebierać w kandydatkach do pracy. Dziś hierarchiczna i mocno rozbudowana struktura organizacyjna banków zniechęca pokolenie Z, nawet do aplikowania o taką pracę. Jednocześnie upowszechnienie pracy zdalnej, globalizacja, a przede wszystkim otwarty rynek pracy w Unii Europejskiej powodują, że o polskich ekspertów przychodzi bankom konkurować z firmami z bardziej rozwiniętych krajów.

Innowacyjność

Bankowość z natury jest biznesem konserwatywnym. Takie podejście, istotne dla kontroli ryzyka, oznacza brak przyzwolenia dla popełniania błędów. Tymczasem innowacyjność, będąca kluczem do sukcesu w obecnej gospodarce, wymaga traktowania błędów, jako części biznesu i efektywnego uczenia się na nich. Wobec tego banki zmuszone są tworzyć zewnętrzne struktury; Fin-Tech-y lub akceleratory start-upów, gdyż organizacja wewnętrzna nie jest przystosowana do akceptacji podwyższonego ryzyka i intensywnych zmian.

Zwrot z inwestycji (ROE)

Przez wiele lat bankowość była dla inwestorów ziemią obiecaną, postrzeganą, jako obietnica niskiego ryzyka i wysokich zysków. Wszyscy zapomnieli, że typowo wysoki zwrot, jest charakterystyczny dla inwestycji o wysokim ryzyku. Na skutek bankructwa Lehman Brothers, rynek raptownie się zmienił, osiągnięto wysokie ryzyko połączone z niskimi zyskami. 10 lat później, jest już znacznie lepiej, jednakże banki, jako grupa, nie są w stanie osiągnąć rentowności, jakiej inwestorzy oczekują w zamian za ponoszone ryzyko. Rosnące wymagania regulacyjne, ochrona konsumenta i podatki różnych typów ograniczają ROE

w bankowości. Tymczasem rynek niezmiennie oczekuje 12% zwrotu. Dodatkowo szacuje się, że nadążanie za zmieniającą się technologią będzie, w perspektywie najbliższych 5–10 lat, powodować spadek zysków o kolejne 40%. Same koszty wdrożenia RODO są szacowane na ponad 4 miliardy euro.

Z takiej perspektywy wynik całego polskiego sektora, około 10% ROE, a tym bardziej rezultat sektora banków spółdzielczych, około 5%, nie prezentują się okazale.

Zmniejszenie dochodowości banków powoduje istotną presję na ograniczenie kosztów. W praktyce oznacza to natychmiastowe ograniczenie nakładów na innowacje. Bardzo dobrze widać to na przykładzie polskiego sektora bankowego, gdzie połączenie niewielkiej skali i niskich stóp procentowych z dodatkowymi obciążeniami podatkowymi spowodowały, że nasz lokalny sektor utracił przewagę technologiczną, z której przez wiele tak słynął.

Propozycje na przyszłość

Czy wobec tych wszystkich wyzwań, bankowość to dalej biznes posiadający przyszłość? Jak najbardziej, niemniej jednak, kilka obszarów wymaga innego niż dotąd zaadresowania.

Koncentracja na kliencie

Banki muszą zwiększyć otwartość, jaką mają dla swoich klientów. To klient, a nie produkt musi znaleźć się w punkcie centralnym. Oznacza to zarówno koncentrację na zrozumieniu jego potrzeb i budowaniu relacji z nim, jak również budowanie zaufania. Klienci oczekują istotnego uproszczenia procesów obsługi, które wymagają jego udziału.

Banki muszą stać się liderem ekosystemów i testować inne modele biznesowe, aby poprawić zrozumienie stylu życia klientów, ich preferencji i apetytu na ryzyko. Równocześnie na plan dalszy schodzą tradycyjne, związane z produktem obszary, na których banki konkurowały między sobą. Replikacja rozwiązań staje się znacznie łatwiejsza, a czas przewagi, wynikający z wprowadzenia nowego produktu, coraz krótszy.

Radykalne ograniczenie kosztów

Konieczne jest istotne ograniczenie kosztów infrastruktury bankowej, przy jednoczesnym zwiększeniu jej wydajności, skalowalności i bezpieczeństwa. Tworzenie platform łączą-

cych oprogramowanie otwarte (open-source) i systemy tradycyjne, przy wykorzystaniu chmury prywatnej, hybrydowej lub publicznej, może pozwolić na skrócenie czasu potrzebnego na wprowadzanie nowych usług i aplikacji. Oznacza to potrzebę redefinicji założeń architektury informatycznej banków. Równolegle pełna integracja informacji o kliencie i procesów z nim związanych jest niezbędna do budowania zaufania.

Cyfrowa rewolucja

Technologie cyfrowe wymagają znaczącej reorganizacji samych banków w sposób, który umożliwi im podążanie za klientem i jego potrzebami. Innowacyjność i metodyki zwinne (ang. agile) są konieczne dla efektywnego działania. Budowanie partnerstw strategicznych i współpraca z innymi dostawcami są niezbędne dla zapewnienia elastyczności i skalowalności. Jednocześnie tworzenie ekosystemów i dostarczanie dodatkowych usług (Value Added Services) przy współpracy z partnerami pozwoli zwiększyć wartość dla klientów.

Wyzwania dla zarządów

Sztuczna inteligencja razem z pakietem innych innowacji technologicznych rzuca zarządom wyzwanie: „zmieniaj, albo zgiń”. Otaczający nas świat ewoluuje znacznie szybciej niż kiedyś i odłożenie kluczowych decyzji o parę lat może zagrozić przyszłości poszczególnych banków. Tej zmiany nie należy delegować w dół organizacji. W rękach zarządów jest zapewnienie:

- transformacji do nowych modeli biznesowych,
- nowego podejścia do klienta i oferty,
- strategii migracji do chmury,
- nowych modeli architektury, pozwalających na elastyczność, efektywność i bezpieczeństwo,
- radykalnej reorganizacji operacji i zaplecza bankowego,
- efektywnego wykorzystania dostępnych źródeł danych,
- ochrony klientów przed cyberzagrożeniami.

Podsumowanie

Tak jak wspominałem na początku tego artykułu – sztuczna inteligencja nie zastąpi nas wkrótce. Natomiast przyszłość tych banków, które nie będą w stanie nadążyć za technologiami radykalnie zmieniającymi otaczający nas świat, jest niepewna. ●



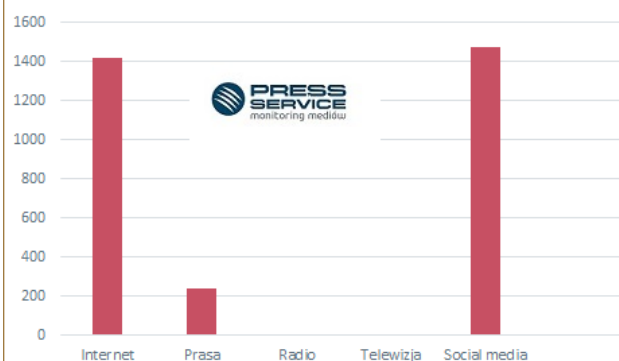
Mobilne przyspieszenie SGB w mediach

Banki prześcigają się w ofercie nowinek technologicznych dla klientów. Analizują opinie i potrzeby użytkowników, zmieniają strony internetowe, doskonalą aplikacje mobilne i dodają wiele przydatnych funkcjonalności. Do najbardziej zaawansowanych technologicznie polskich instytucji finansowych dołączyły banki spółdzielcze. Czy media dostrzegły już te starania?

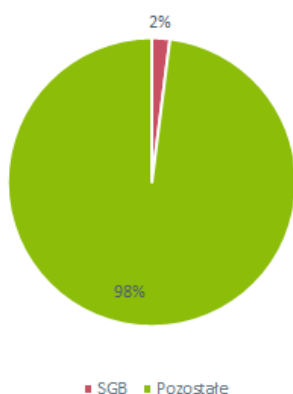
Marlena Sosnowska, rzecznik prasowy,
PRESS-SERVICE Monitoring Mediów

Analitycy PRESS-SERVICE Monitoring Mediów przeanalizowali materiały medialne w okresie od 1 czerwca 2018 do 31 maja 2019 roku. Pod uwagę wzięto publikacje z wszystkich mediów: Internetu, social mediów, prasy, radia i telewizji. Badanie dotyczyło nowości mobilnych i bankowości elektronicznej w mediach oraz występowania w tym kontekście bankowości spółdzielczej. Łącznie w ciągu 12 miesięcy odnotowano 154 181 informacji na temat szeroko rozumianej bankowości elektronicznej. Ponad 98 tys. należało do serwisów społecznościowych, pozostałe 56 tys. – do mediów tradycyjnych. Tylko 2% z tej sumy stanowiły publikacje o bankach spółdzielczych – dokładnie 3133 materiały. W przekazie nieznacznie przeważały media tradycyjne – 53%, przy czym zdecydo-

Liczba publikacji na temat SGB w kontekście bankowości elektronicznej w podziale na medium



Udział SGB w przekazie na temat bankowości elektronicznej

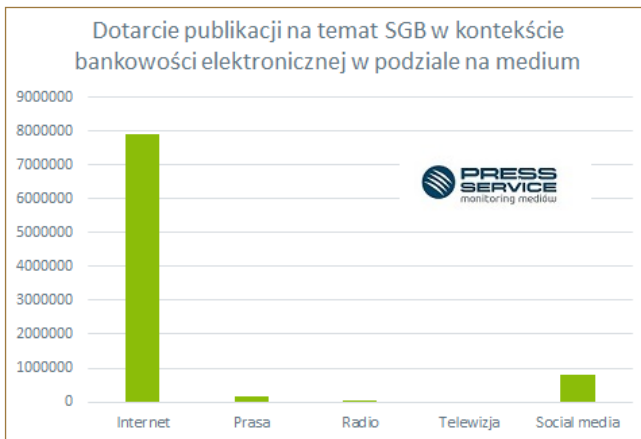


wana większość informacji pochodziła z Internetu. W prasie ukazało się 238 artykułów.

Jak wyliczono, informacje te mogły wygenerować dotarcie na poziomie 8,8 mln potencjalnych kontaktów z odbiorcami komunikacji – 7,9 mln z tej wartości uzyskały publikacje z Internetu. Analitycy oszacowali, że ekwiwalent reklamowy tych materiałów (czyli wielkość nakładów, które trzeba by ponieść, by uzyskać podobny poziom dotarcia, liczbę i wielkość publikacji) wynosił 11 mln zł. Największych nakładów finansowych wymagałaby publikacja artykułów w prasie – 6,8 mln zł.

Najwięcej publikacji na temat SGB w kontekście bankowości elektronicznej ukazało się w październiku 2018 roku – 489. Szczyt odnotowano również w lipcu ub.r. – 309 informacji. W rozkładzie publikacji w czasie wyróżnia się także grudzień – 285 materiałów. Jednak o konkretnych działaniach dotyczących mobilnego przyspieszenia zaczęto

>>



informować dopiero w roku bieżącym:

Użytkownicy Portfela SGB mogą logować się do aplikacji z wykorzystaniem indywidualnych cech biometrycznych, dzięki czemu cały proces korzystania z aplikacji przebiega bardzo intuicyjnie i nie jest do niego potrzebna specjalistyczna wiedza. Metoda biometryczna z czytnikiem linii papilarnych uznawana jest za najbardziej niezawodną, a przy okazji jest wygodna i coraz powszechniej stosowana. (...)

SGB-Bank SA oraz banki spółdzielcze zrzeszone w Spółdzielczej Grupie Bankowej prowadzą intensywne prace, służące rozwojowi bankowości mobilnej. Nowy sposób logowania do aplikacji to dopiero początek mobilnego przyspieszenia w bankach spółdzielczych SGB, zaplanowanego w tym roku.

(Logowanie biometryczne w aplikacji banków spółdzielczych SGB, prnews.pl, 3.04.2019)

Banki spółdzielcze

zrzeszone w Spółdzielczej Grupie Bankowej udoskonaliły aplikacje mobilną „Portfel SGB” i wzbogaciły ją o logowanie biometryczne. Nowa funkcjonalność pozwala klientom w łatwo i bezpiecznie zarządzać e-transakcjami.

Nowy sposób logowania to jednak dopiero początek mobilnego przyspieszenia w bankach spółdzielczych SGB. Trwają w nich prace nad wdrożeniem nowoczesnych form płatności mobilnych Apple Pay oraz Google Pay. SGB, automatyzując procesy bankowe, chce zachęcić klientów do korzystania z konta za pomocą urządzeń mobilnych.

Na ostatniej prostej jest też uruchomienie płatności mobilnych BLIK (...)

(Nowinki technologiczne wkraczają do banków spółdzielczych, forbes.pl, 8.05.2019)

28 maja br. poinformowano o możliwości złożenia wniosku o świadczenie z programu Rodzina 500+ przy użyciu urządzenia mobilnego: Klientom banków spółdzielczych SGB, udostępniona została możliwość składania wniosków w ramach Programu Rodzina 500+ w technologii RWD bezpośrednio z poziomu bankowości internetowej

na smartfonie lub tablecie. Wnioski w przygotowanym rozwiązaniu, klienci banków spółdzielczych SGB będą mogli złożyć, jako pierwsi w Polsce.

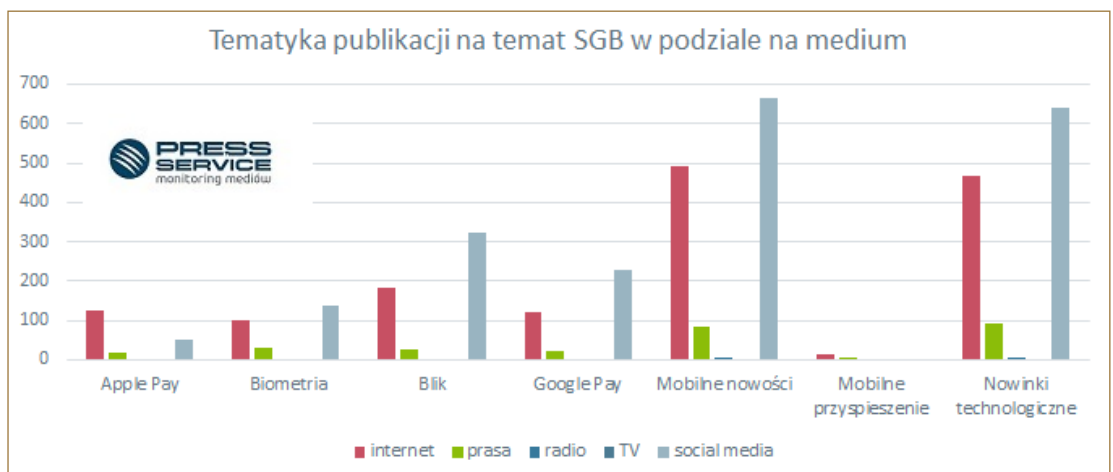
(bs.net.pl, Mobilny wniosek programu Rodzina 500+ dla klientów banków spółdzielczych SGB, 28.05.2019)

Najaktywniejszym źródłem publikacji na temat SGB w kontekście bankowości elektronicznej był serwis Bs.net.pl, który opublikował w omawianym czasie 207 materiałów. W top 5 znalazły się także: Alebank.pl – 63 informacje, Bankier.pl – 44, PRnews.pl – 36, Cashless.pl – 35 oraz czasopismo „Bank” – 35 publikacji. W social mediach najbardziej aktywni byli użytkownicy Facebooka – 1156 wpisów i komentarzy. Z blogów pochodziło 235 informacji, z Twittera – 64, a YouTube’a – 15. Pojedyncze wpisy wyszukano na Wykopie, Instagramie i forach.

Warto wspomnieć, że opinie użytkowników social mediów były w większości pozytywne – w przypadku hasła „bankowość elektroniczna” ich udział wyniósł 86%, „nowinki technologiczne” – 85%, „mobilne nowości” – 76%. Udział głosów negatywnych nie przekraczał 5%.

Ze szczegółowej analizy

tematycznej publikacji na temat banków spółdzielczych w kontekście bankowości elektronicznej wynika, że zarówno w mediach tradycyjnych, jak i społecznościowych głównym sąsiedztwem, w którym występuje bankowość spółdzielcza są hasła „mobilne nowości” oraz „nowinki technologiczne” – po 1,2 tys. informacji. Nie brakowało również przekazów na temat rozwiązań, które mają wzmocnić mobilną ofertę banków spółdzielczych. Naliczono 533 informacje, w których wspomniano o SGB w kontekście systemu płatności mobilnych BLIK, 374 publikacje dotyczyły Google Pay oraz 196 – Apple Pay. W 268 materiałach SGB pojawiło się w związku z tematem biometrii. Analiza publikacji na temat SGB w kontekście bankowości elektronicznej pokazuje, że mimo tego, iż powszechnie banki spółdzielcze nie są kojarzone z nowoczesnymi technologiami, to wiele się w tej materii zmienia. W odpowiedzi na przyjętą strategię mobilnego przyspieszenia, w mediach coraz częściej dają się zauważyć publikacje dotyczące już wdrażanych rozwiązań w zakresie biometrii i systemów płatności mobilnych. Trzeba jednak zaznaczyć, że na tle wszystkich doniesień dotyczących tego typu technologii w bankowości, ciągle stanowią one zaledwie kroplę w morzu informacji i wymagają coraz bardziej intensywnych działań komunikacyjnych. ●



Przedsiębiorco, buduj relacje... bezgotówkowo!

Jesteśmy pierwszym krajem na świecie, w którym wszystkie stacjonarne terminale płatnicze w punktach sprzedaży obsługują płatności zbliżeniowe. Popularność bezstykowego płacenia zawdzięczamy między innymi programom takim jak Polska Bezgotówkowa.

Rafał Łopka, SGB-Bank

Polacy na potęgę zaczęli płacić bezgotówkowo. Według danych VISA, udział płatności zbliżeniowych przy użyciu kart płatniczych w ogólnej liczbie transakcji bezgotówkowych przekroczył 85%! Idąc w ślad za pogłębiającym się trendem w transakcjach płatniczych, wielu przedsiębiorców decyduje się na pozyskanie terminala, widząc w nim znakomite narzędzie do lepszej obsługi swoich klientów.

Jak otrzymać terminal płatniczy?

Warunki pozyskania terminali w ramach Programu Polska Bezgotówkowa są bardzo proste. Jest kilka możliwych opcji:

- można wypełnić formularz na stronie www.polskabezgotowkowa.pl,
 - wybrać odpowiedniego dostawcę urządzenia i wysłać wniosek elektroniczny. Wśród dostawców jest grupa ok. 120 banków spółdzielczych SGB,
 - odwiedzić placówkę banku spółdzielczego.
- Program skierowany jest do przedsiębiorców, którzy

w ciągu ostatnich 12 miesięcy nie posiadali terminala płatniczego i mają nie więcej niż 5 placówek. Otrzymują oni terminal bezpłatnie przez okres 12 miesięcy.

Czy terminal sprzyja budowaniu relacji z klientami?

Odpowiedź na to pytanie jest zdecydowanie pozytywna. Żyjemy w epoce wielkiego pośpiechu. Klienci mają coraz mniej czasu, szukają rozwiązań prostych, sprawnych i bezpiecznych. Dla współczesnych konsumentów najbardziej istotna jest wygoda i szybkość transakcji. Chcą być obsłużeni bez konieczności sięgania po gotówkę, supłania drobnych i przyjmowania reszty. Coraz częściej sięgają też do płatności smartfonem i innymi gadżetami elektronicznymi. Potwierdzają to wyniki badania zrealizowanego na zlecenie Fundacji Polska Bezgotówkowa – bezgotówkowy sposób płatności docenia ponad 80% Polaków, deklarując, iż w ciągu najbliższych trzech lat wybierze płatność smartfonem, jako głównym narzędziem w rozliczeniach transakcyjnych.

>>

Płatności bezgotówkowe systematycznie wypierają z rynku tradycyjne formy transakcji. Warto po nie sięgać, warto budować relacje z konsumentami przy użyciu nowoczesnych technologii. Takie działania opłacają się wszystkim – i bankom dostarczającym technologię obsługi oraz urządzenia, i przedsiębiorcom, którzy zyskują nowe grupy klientów, i wreszcie – samym konsumentom. W tym swoistym „łańcuchu postępu” wszyscy są wygrani.

która pozostaje najczęściej wykorzystywanym środkiem płatniczym. Z kart płatniczych korzysta 63% Polaków, więc rezerwy są jeszcze przeogromne.

Impulsem do spotęgowania płatności zbliżeniowych staje się między innymi współpraca operatorów z samorządami – w tym miejscu warto wspomnieć o Programie Polska Bezgotówkowa dla instytucji publicznych (polska-bezgotowkowa.pl/#instytucje). W kilku miastach (np. we Wrocławiu i Bydgoszczy) wdrożono już elektroniczne systemy opłat za przejazd w tramwaju i autobusie, w innych trwają programy pilotażowe. Coraz więcej firm sięga po tę metodę płatności – od sieci kinowych przez firmy logistyczne, kurierskie, aż po operatorów obsługujących parkingi.

Płatności bezgotówkowe systematycznie wypierają z rynku tradycyjne formy transakcji. Warto po nie sięgać, warto budować relacje z konsumentami przy użyciu nowoczesnych technologii. Takie działania opłacają się wszystkim – i bankom dostarczającym technologię obsługi oraz urządzenia, i przedsiębiorcom, którzy zyskują nowe grupy klientów, i wreszcie – samym konsumentom. W tym swoistym „łańcuchu postępu” wszyscy są wygrani. ●

Takie opinie nie dziwią

Tak jak klienci oczekują wygody i bezpieczeństwa, tak przedsiębiorcy dostrzegają w sprzedaży bezgotówkowej możliwości zwiększenia liczby klientów, ich satysfakcji z dokonanych zakupów i lojalności. Terminal stał się więc jednym z istotnych narzędzi sprzedaży, zwłaszcza od momentu, w którym zaczęto wprowadzać dodatkowe usługi, które można wykonać za jego pośrednictwem (choćby wypłatę... gotówki). Program Polska Bezgotówkowa stał się w ostatnim roku jednym z najbardziej rozpoznawalnych programów okołofinansowych. Wg danych Fundacji Polska Bezgotówkowa jego znajomość deklaruje aż 72% przedsiębiorców. Posiadacze terminali płatniczych dostrzegają fakt, że ich obsługa nie generuje dodatkowych kosztów, a do zalet zaliczają najczęściej: brak konieczności wydawania reszty i poszukiwania bilonu, niskie ryzyko pomyłki przy przyjmowaniu opłat, brak konieczności odmawiania klientom płacącym kartą lub smartfonem.

Gotówka jeszcze nie odeszła w przeszłość, ale...

Czy Program Polska Bezgotówkowa ma przyszłość? Na to pytanie łatwiej jest odpowiedzieć, gdy pozna się dane dotyczące transakcji w punktach handlowo-usługowych. Nadal jeszcze ponad 57% wszystkich transakcji w Polsce realizowanych jest za pomocą gotówki,



Banki Spółdzielcze

Terminal Płatniczy

0 zł

przez 12 miesięcy

Sprawdź w wybranych Bankach Spółdzielczych SGB



First Data
POLCARD

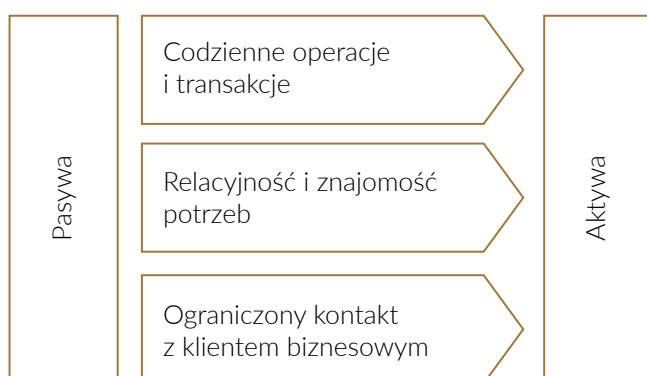


Szanse i wyzwania bankowości

Część 2

dr **Szczęśny Wielgosz**, SGB-Bank SA

Poniższy schemat pośrednictwa finansowego niech posłuży przypomnieniu pierwszej części artykułu. Mówiliśmy tam o trzech płaszczyznach, na których przebiegać będzie transformacja finansowa w przyszłości.



Autorzy „New rules for an old game: Banks in the changing world of financial intermediation” proponują bankom 4 strategie rozwoju:

- I. Perfekcyjny orkiestrator ekosystemu.
- II. Niskokosztowy wytwórca usług.
- III. Bank obsługujący wybrane segmenty rynku.
- IV. Zoptymalizowany i zdigitalizowany tradycyjny uczestnik rynku.

I. Perfekcyjny orkiestrator ekosystemu

sprzedażowo-financego musi stać się właścicielem i zarządzać ekosystemem o wartości miliardów USD, aby konkurować z takimi potentatami rynku detalicznego, jak np. Amazon. Bank tego typu musi zajmować się przede wszystkim dystrybucją pełnego spektrum usług finansowych.

>>

Strategie rozwoju

Strategia	Warstwa	Codzienne operacje i transakcje	Relacyjność i znajomość potrzeb	Ograniczony kontakt z klientem biznesowym
Perfekcyjny orkiestrator ekosystemu		Zarządza najnowocześniejszym systemem transakcyjnym Tworzy portale zapewniające kompleksową obsługę biznesu Współorganizuje systemy lojalnościowe adresowane do detalistów i partnerów	Tworzy i zarządza ekosystemem transakcyjno-sprzedażowym Koncentruje się raczej na kluczowych aspektach łańcucha transakcyjno-handlowego niż na codziennych operacjach Angażuje się w wyspecjalizowane usługi doradcze dla wybranych segmentów rynku	Tworzy i zarządza platformami internetowymi Organizuje sieć powiązań biznesowych i transakcyjnych, w których pełni dominującą rolę Rozwija platformy transakcyjne, na których oferuje niezróżnicowane usługi na masową skalę
Nisko-kosztowy wytwórca usług		Dysponując wysoką sumą bilansową bank zajmuje się usługami back-office-owymi niewidocznymi dla klienta Warunkiem sukcesu jest niski koszt jednostkowy i duża skala operacji	Sprzedaje pożyczki, kredyty hipoteczne i inne produkty z zakresu zarządzania majątkiem klientom swojego dużego partnera – giganta technologicznego	Oferuje operatorowi technologicznemu i innym partnerom ekosystemu sprawne i wydajne systemy rozliczeniowe i usługi bankowe w ramach jego oferty Warunek – duża skala operacji i niski koszt
Obsługa wybranych segmentów rynku		Sprzedaż wysokomarżowych produktów (np. kart kredytowych, kredytów gotówkowych) Wybór odpowiedniego segmentu klientów, obszaru działania, palety produktów Wykorzystywanie atutów doświadczenia w relacjach z klientami Rezygnacja z mało rentowych aktywności	Specjalizacja w obsłudze wybranych segmentów klientów, wybranych branż (np. rolnictwo) Znajomość potrzeb danej kategorii klientów Próby „zawładnięcia” wieloma segmentami rynku i sprzedaży wszystkiego wszystkim mogą być ryzykowne	Oferowanie wąskiego zakresu nieskomplikowanych produktów o wysokiej płynności Dostosowanie się do oczekiwań dużych operatorów technologicznych, Zapewnienie sobie odpowiedniej skali działania
Zoptymalizowany tradycyjny uczestnik rynku		Kontynuacja dotychczasowego profilu działalności Wysoka sprawność organizacyjna i efektywność Wdrożenie nowoczesnych technologii informatycznych, automatyzacji procesów i AI	Kontynuacja dotychczasowego profilu działalności Wysoka sprawność organizacyjna i efektywność Wdrożenie nowoczesnych technologii informatycznych, automatyzacji procesów i AI	Kontynuacja dotychczasowego profilu działalności Wysoka sprawność organizacyjna i efektywność Wdrożenie nowoczesnych technologii informatycznych, automatyzacji procesów i AI

Funkcjonując w płaszczyźnie codzienne operacje i transakcje bank powinien dysponować najnowocześniejszymi bezdotykowymi narzędziami identyfikacji i płatności oraz terminalami transakcyjnymi ulokowanymi u sprzedawców. Pozwoli to bankowi gromadzić istotne dane o transakcjach klientów. W sferze obsługi klientów instytucjonalnych bank powinien, wyprzedzając konkurentów, utworzyć portale biznesowe oferujące usługi nie tylko bankowe, ale także ubezpieczeniowe, rachunkowe i księgowo-podatkowe, biznesowo-doradcze, z zakresu ochrony zdrowia, przepisów prawa pracy itp.

W płaszczyźnie relacyjność i znajomość potrzeb bank, który zamierza być orkiestratorem systemu powinien skoncentrować się na jednym, wybranym obszarze działania np. rynku mieszkaniowym. Bank może pomagać klientom wybrać dom lub mieszkanie w odpowiedniej dla nich lokalizacji, skontaktować ich z pośrednikami, sfinansować zakup nieruchomości, uzyskać najlepsze ubezpieczenie, proponować firmy remontowe. W podobny sposób orkiestrator może kojarzyć klientów z partnerami, zarządzając ekosystemem handlu samochodami finansując ich zakup, kojarząc sprzedawców aut z klientami, serwisami, ubezpieczycielami.

W płaszczyźnie ograniczony kontakt z klientem biznesowym działa już wiele banków o charakterze hurtowym. Konkurencja na tych rynkach jest ogromna. Rolą tego

typu pośredników jest kojarzenie sprzedających i kupujących akcje, obligacje, instrumenty pochodne, inne aktywa. Orkiestrator ekosystemu myśląc o poprawie własnej konkurencyjności mógłby proponować swoim klientom, partnerom, FinTech-om, innym bankom elektroniczne platformy i systemy pozwalające wszystkim uczestnikom ekosystemu przeprowadzać operacje, korzystać z wzajemnie oferowanych usług z pośrednictwem banku lub bez, ułatwiając dostęp nowym klientom do testowania usług i włączania się do takiego ekosystemu. Sam orkiestrator korzystając z rosnącej liczby źródeł środków finansowych i aktywów transakcyjnych powinien koncentrować się raczej na obsłudze mało zróżnicowanych usług, dbając stale o wzrost skali działania.

II. Niskokosztowy wytwórca usług

ma szanse przetrwać i rozwijać się zawężając swoją działalność do niewidocznych dla docelowych klientów usług back-office i rezygnując z dystrybucji swoich usług bezpośrednio klientom. Warunkiem sukcesu jest duża skala operacji i niskie koszty jednostkowe.

W płaszczyźnie codzienne operacje i transakcje u boku bigtechów bank może skutecznie wykorzystać swoje doświadczenie i kompetencje oferując kredyty zarówno detaliczne jak i dla biznesu działając w tle swoich dużych partnerów. Wyzwaniem w tym modelu jest osiągnięcie



dużej skali działalności i redukcja kosztów. A ponadto, rezygnacja z innych aktywności sprzedażowych na rzecz doskonalenia i rozwijania oprogramowania, aplikacji, wzmacniania kompetencji kredytowych (ludzi i narzędzi analitycznych).

W obszarze relacyjność i znajomość potrzeb jest mało miejsca dla niskokosztowych wytwórców usług. Banki, wybierając tę strategię rozwoju, muszą dysponować wysokim kapitałem i sumą bilansową, jeśli chcą oferować swoim dużym partnerom kredyty, w tym hipoteczne dla ich klientów lub bardzo wyspecjalizowane produkty z zakresu zarządzania majątkiem. W każdym wypadku usługi takiego banku muszą być dobrze zintegrowane z platformą technologicznego giganta. Dodatkowym wyzwaniem jest ograniczenie innych usług, pogodzenie się z faktem, że bank nie ma już własnych klientów.

Działając w płaszczyźnie ograniczony kontakt z klientem biznesowym poddostawca niskokosztowych usług współpracując z dużym operatorem technologicznym powinien oferować mu i innym partnerom ekosystemu sprawne i wydajne systemy rozliczeniowe, usługi bankowe generowane w dużej skali i przy niskich kosztach. Agregacja usług z usługą lub usługami partnerów pozwala bankowi zredukować własne moce sprzedażowe i czerpać zyski z masowej niskokosztowej obsługi pośrednika lub pośredników w ramach ekosystemu finansowego.

III. Bank obsługujący wybrane segmenty rynku

może bronić się przed konkurencją innych banków i FinTech-ów specjalizując się w obsłudze wybranych wąskich nisz biznesowych. Tego typu bank koncentrować się będzie na sprzedaży ograniczonej grupy produktów np. kredytów korporacyjnych dla klientów określonego segmentu rynku lub też obsługując detalicznie klientów o bardzo wysokich dochodach i majątku. Atutem banku muszą być tu – doskonałe relacje, fachowość, kompetencje personelu, zaawansowane technicznie narzędzia analityczne i z zakresu zarządzania relacjami z klientem, a także usługi concierge.

Funkcjonując w obszarze codziennej operacji i transakcji bank wybierający strategię obsługi wybranych segmentów rynku w cyfrowym świecie potentatów sprzedających wszystko wszystkim powinien oferować klientom wysokomarżowe karty kredytowe i kredyty konsumencie rezygnując z produktów skomodyzowanych. Równolegle rozwijający się zaawansowany technologicznie sektor FinTech-ów stwarza okazję do „przerzucenia” na firmy tej branży na zasadzie outsourcingu mniej zróżnicowanej

aktywności banku. Ten model biznesowy może okazać się atrakcyjny dla lokalnych banków, w tym spółdzielczych pod warunkiem świadomego wyboru określonego obszaru działania / segmentu klientów / palety produktów przy zachowaniu i rozwijaniu autentycznych przewag konkurencyjnych wynikających m.in. z relacyjności tych banków i przy konsekwentnej rezygnacji z mało rentownych aktywności.

Relacyjność i znajomość potrzeb to w przyszłym systemie pośrednictwa finansowego płaszczyzna atrakcyjna dla banków wybierających strategię obsługi wybranych segmentów rynku. Mogą one wyspecjalizować się w obsłudze wybranych segmentów klientów (określonej profesji oferując im bankowość prywatną dla najbardziej za-

możnych klientów indywidualnych, długoterminowe zarządzanie ich aktywami finansowymi oraz obsługę ich bieżących potrzeb finansowych) lub też branży (np. rolnictwo i przetwórstwo rolno-spożywcze). Wyróżniając się znajomością potrzeb danej kategorii klientów i umiejętnością szacowania ryzyka związanego z jej obsługą małe banki wyposażone ponadto w zaawansowane technologie mogą zdominować rynek danego segmentu, także w sensie geograficznym uzyskując efekt skali i zachowując rentowność mimo zastosowania konkurencyjnej cenowo oferty dla klientów tych wybranych segmentów czy grup zawodowych. Dla banków poszukujących sukcesu w tej warstwie systemu finansowego próba opanowania jednocześnie wielu segmentów rynku może być ryzykowna.

Dla banków decydujących się na działalność w wybranym segmencie rynku w płaszczyźnie ograniczony kontakt z klientem biznesowym koniecznością będzie wybór określonego segmentu klientów, dziedziny produktów lub kategorii klientów ze względu na ich wielkość. Niebankowi organizatorzy rynku rozwijać będą systemy sprzedażowe i operacyjne ograniczające do minimum kontakt z klientem w celu przyśpieszenia transakcji przy jak najniższych kosztach z wykorzystaniem najbardziej płynnych produktów.

Dla banków decydujących się na działalność w wybranym segmencie rynku w płaszczyźnie ograniczony kontakt z klientem biznesowym koniecznością będzie wybór określonego segmentu klientów, dziedziny produktów lub kategorii klientów ze względu na ich wielkość. Niebankowi organizatorzy rynku rozwijać będą systemy sprzedażowe i operacyjne ograniczające do minimum kontakt z klientem w celu przyśpieszenia transakcji przy jak najniższych kosztach z wykorzystaniem najbardziej płynnych produktów. Banki zamierzające wejść w relacje z partnerami w tego typu ekosystemie finansowym muszą dostosować się do oczekiwań partnera zapewniając sobie jednocześnie wystarczającą efektywność.

IV. Strategia zoptymalizowanego i zdigitalizowanego tradycyjnego uczestnika rynku

może być kierunkiem rozwoju zarówno dla małego lokalnego banku, dużego, działającego w skali globalnej, jak też banku hurtowego. Przedstawiciel każdego z tych

rodzajów banków, zachowując swój dotychczasowy charakter i wachlarz oferowanych produktów, musi w sposób zdecydowany wyróżniać się wysoką sprawnością i efektywnością, co może się udać tylko przy wdrożeniu nowoczesnych technologii informatycznych, automatyzacji procesów i stworzeniu adekwatnej struktury organizacyjnej i zarządczej. Poprawa efektywności dotyczyć musi zarówno samych produktów jak i poszczególnych etapów ich procesowania: akwizycji klientów, segmentacji, ofertowania, presanctioningu, analizy, uruchamiania, obsługi posprzedażowej.

W płaszczyźnie codziennej operacji

i transakcje tradycyjny uczestnik rynku kontynuując dotychczasowy profil działalności musi nastawić się na bezwarunkową poprawę efektywności poprawiając swoje kompetencje w każdym zakresie funkcjonowania zwłaszcza w obszarze relacji z klientami. Sprzyjającą okolicznością może być środowisko tradycyjnych i konserwatywnych klientów stosunkowo mniej podatnych na nowinki technologiczne i oferty konkurentów. Niemniej jednak, w dłuższej perspektywie, szansę pozostawiania poza pojawiającymi się systemowymi platformami technologicznymi mają nieliczne banki funkcjonujące w tej warstwie. Banki kontynuujące swoją tradycyjną działalność w płaszczyźnie relacyjności i znajomości potrzeb mają prawdopodobnie większe możliwości skutecznego przeciwstawiania się naporowi FinTech-ów i dużych niebankowych integratorów rynku detalicznego. Dotyczy to banków mocno związanych z dobrze sytuowanymi klientami starszej generacji, zadowolonych z dotychczasowej obsługi i oferty. W dłuższej perspektywie taki model biznesowy może zawieść ze względu na wzrost udziału w rynku przedstawicieli młodszego pokolenia i nowych przedsiębiorstw otwartych na nowatorskie rozwiązania biznesowe i ich niską lojalność wobec „starych” banków. Na taką tendencję wskazują m.in. wyniki badań Novatans (How banks could fend off Amazon and Facebook, Laura Alix, American Banker, December 10, 2018) w USA oraz KPMG (PSD 2 i Open Banking, marzec 2019) w Polsce – im młodsze pokolenie ankietowanych, tym większym zaufaniem ankietowani obdarowują bigtechy GAFA. Banki wybierające model tradycyjnego rozwoju w płaszczyźnie ograniczony kontakt z klientem biznesowym po-

winny świadomie porzucić dotychczasową kosztowną strukturę organizacyjną i zbudować od zera nową, w oparciu o nowoczesne technologie i platformy operacyjne. Działania te powinny obejmować: inwestycje w e-portale, rozwój własnych lub wykorzystanie obcych systemów CRM, ulepszanie elektronicznych systemów transakcyjnych, automatyzację procesów związanych ze sprzedażą, transakcjami i księgowaniami, oceną ryzyka, adaptację narzędzi syntezy i interpretacji mowy itp. Generalnie zmiany polegać będą na zwiększaniu skali i szybkości działania i ograniczaniu kosztownych aktywności przy pozostawieniu sobie sprawnych zespołów doradców zajmujących się najbardziej lukratywnymi segmentami klientów i operacji.

W drodze do przebudowy

modelu biznesowego w którejkolwiek z ww. strategii krytyczne będzie spełnienie trzech poniższych postulatów: odnowienia i wzmocnienia zaufania do firmy, ograniczenia kosztów działania poprzez wdrożenie kompleksowej digitalizacji procesów i zwiększenie efektywności sprzedaży (np. cross-sell, CRM, bezstykowa identyfikacja i transakcje) oraz inwestycje w rozwój umiejętności i kompetencji kadry.

Zarządy stoją wobec decydującego o przyszłości ich banków zadania: wypracowania odpowiedniego modelu biznesowego uwzględniającego szanse i możliwości swoich firm w kontekście zasobów kapitałowych, oceny ryzyka, wdrożenia nowych technologii i skuteczności sposobów sprzedaży swoich usług i produktów. Każdy bank powinien sobie odpowiedzieć na kilka następujących pytań:

- 1) czy jest dostatecznie przygotowany do operowania w dużej skali przy niskich kosztach?
- 2) czy jest odpowiednio wyposażony w technologię, aby konkurować z FinTech-ami i wielkimi detalistami na rynkach internetowych?
- 3) czy wyróżnia się na rynku szczególnymi cechami przyciągającymi klientów?
- 4) czy jest mistrzem w pozyskiwaniu kapitału i funduszy oraz zarządzaniu ryzykiem?
- 5) czy może zostać liderem innowacyjności i orkiestratorem rynku finansowego dobierając sobie partnerów i ustalając samodzielnie z nimi relacje biznesowe? ●

Wyniki Banków Spółdzielczych SGB w 2018 roku

Michał Ołdakowski,
prezes zarządu IPS-SGB

Agnieszka Janc,
dyrektor departamentu audytu wewnętrznego IPS-SGB

Banki w Polsce funkcjonują obecnie w trudnym otoczeniu rosnących obciążeń i rygorystycznych wymogów regulacyjnych. Rok 2018 upłynął pod znakiem wzrostu obowiązków nakładanych na banki, zarówno przez regulatora, jak i administrację państwową. Mimo to sytuacja banków spółdzielczych należących do Spółdzielczego Systemu Ochrony SGB jest dobra. Działają one w sposób stabilny i rentowny, a o ich bezpieczeństwo od końca 2015 roku dba również Spółdzielczy System Ochrony SGB.

Po trzyletnim okresie przejściowym, od listopada 2018 roku, wszystkie banki spółdzielcze Zrzeszenia SGB muszą być jednocześnie członkami Spółdzielczego Systemu Ochrony SGB. W związku z tym, na koniec roku, System Ochrony tworzyło 196 banków spółdzielczych i SGB-Bank SA.

Wyniki banków spółdzielczych – uczestników IPS-SGB w 2018 roku

Zagregowane aktywa uczestników systemu wyniosły 50,0 mld zł, a wartość ich portfela kredytowego netto wyniosła 25,8 mld zł, zwiększając się w stosunku do 2017 r. o 5,3%. Banki prowadziły działalność poprzez sieć 1568 oddziałów, zatrudniały 11,75 tys. osób. Wypracowany przez banki spółdzielcze z grupy SGB w 2018 r. zysk netto wyniósł 254,2 mln zł. Gdyby jednak wyłączyć z analizy dwa banki, które poniosły stratę, to okazałoby się, że zagregowany wynik pozostałych uczestników systemu wyniósł 283 mln zł (wzrost o 1,9% r/r). Wynik na działalności bankowej wszystkich uczestników systemu wyniósł 1,66 mld zł, a wynik odsetkowy – 1,28 mld zł (wzrost odpowiednio o 3,1% r/r i o 2,1% r/r). Koszty działania wzrosły, osiągając 1,12 mld zł (wzrost o 5,9% r/r). W efekcie wskaźnik C/I na

koniec ubiegłego roku wyniósł 69,0%, co oznaczało wzrost o niemal 2 p.p. w porównaniu z końcem 2017 r. Rentowność aktywów, mierzona wskaźnikiem ROA netto na koniec 2018 r., wyniosła 0,55%, podczas gdy w całym sektorze banków spółdzielczych była niższa i osiągnęła 0,47%.

Fundusze własne uczestników systemu osiągnęły na koniec 2018 r. 4,36 mld zł, rosnąc o 6,7% r/r. Łączny współczynnik kapitałowy (CAR) wyniósł 18,5%, natomiast w całym sektorze banków spółdzielczych analogiczny wskaźnik był niższy i wyniósł 17,7%. Uczestnicy systemu ochrony nie mieli również problemów z utrzymaniem płynności. Żaden z nich nie wykazał wskaźnika LCR na poziomie niższym od 80%. Należności sektora niefinansowego i budżetowego według wartości netto wyniosły na koniec 2018 r. 25,77 mld zł, natomiast depozyty bieżące i terminowe w kwocie netto tych sektorów kształtowały się na poziomie 42,38 mld zł. Relacja depozytów do kredytów, według wartości netto sektora niefinansowego oraz samorządowego, na koniec 2018 r. wyniosła 164%, rosnąc ze 160%, odnotowanych na koniec 2017 r. W tym samym czasie w bankach komercyjnych wskaźnik ten wzrósł ze 103% do 108%, a w całym sektorze banków spółdzielczych – ze 167% do 170%.

Jakość portfela kredytowego w bankach spółdzielczych, będących członkami systemu ochrony, definiowana jako udział kredytów zagrożonych sektora niefinansowego oraz budżetowego według wartości brutto w kredytach brutto ogółem tych sektorów, osiągnęła na koniec 2018 r. 5,1%, co było lepszym wynikiem w porównaniu ze wskaźnikiem obliczonym zarówno dla całego sektora bankowego (6,4%), jak i dla sektora banków spółdzielczych (7,9%). Należy jednak podkreślić, że – pomimo niskiego ryzyka całego systemu – istnieje niewielka grupa banków, w których odnotowano ma-

>>

terializację ryzyka kredytowego. Wymagała ona objęcia tych instytucji bieżącym monitoringiem w ramach działań prewencyjnych, a w niektórych przypadkach opracowania wewnętrznych planów naprawy oraz udzielenia przez IPS-SGB pomocy.

Mimo to, zdecydowana większość banków spółdzielczych – uczestników IPS-SGB – osiągnęła w ubiegłym roku dobre wyniki, w wielu przypadkach lepsze od obserwowanych w całym sektorze banków spółdzielczych, a niekiedy także w sektorze banków komercyjnych.

Wnioski ze zrealizowanych przez IPS-SGB audytów

Oprócz działań pomocowych i prewencyjnych, a także wsparcia regulacyjnego IPS-SGB od 2016 roku realizuje u uczestników audyt wewnętrzny. Zgodnie z Rekomendacją H, ale także z międzynarodowymi standardami praktyki audytorskiej, stanowi on tzw. trzecią linię obrony, przed podejmowaniem nadmiernego ryzyka – ryzyka, na które dany bank nie może (np. ze względu na ograniczenia kapitałowe) lub nie powinien (gdyż np. nie posiada adekwatnej kompetencji) się narażać. Celem audytu wewnętrznego jest w szczególności pomoc kierownictwu banków w identyfikacji potencjalnego ryzyka oraz wskazanie, co należy poprawić.

Każdego roku pracownicy Spółdzielczego Systemu Ochrony przeprowadzają badania w ponad stu bankach. Audyty obejmują swoim zakresem ryzyka istotne, przy czym największą uwagę i zasoby przeznaczane są na tematy związane z ryzykiem kredytowym. W opinii IPS-SGB, w bankach spółdzielczych to zarządzanie ryzykiem kredytowym, a w następnej kolejności operacyjnym i IT, decyduje o poziomie jego bezpieczeństwa.

Syntetyczna i jednoznaczna ocena wyników audytów w tak dużej i zróżnicowanej grupie jest dość trudna. Można jednak powiedzieć, stosując analogie statystyczne, że charakteryzuje ją rozkład zbliżony do normalnego. Oznacza to, że istnieje grupa banków, w których niemal nie występują istotne nieprawidłowości, jest grupa tzw. banków przeciętnych – średniaków, które mają sporo do naprawy, ale ich bezpieczeństwo nie jest zagrożone. Jest też grupka, która musi włożyć duży wysiłek w poprawę zarządzania ryzykiem i wdrożenie skutecznych mechanizmów kontrolnych – co jest konieczne, aby skutecznie zapobiec materializacji zidentyfikowanego ryzyka i ograniczyć potencjalne straty.

Ryzyko kredytowe

Warto podkreślić w obszarze kredytowym, że siłą banków – co do zasady – jest bardzo dobra znajomość klientów i ich

sytuacji, a także dobre rozpoznanie rynku lokalnego i umiejętność budowania relacji. To pozwala nie tylko na lepsze szacowanie ryzyka na etapie udzielania kredytu i efektywniejszy monitoring w późniejszym okresie, ale także na sprawniejszą restrukturyzację i możliwość wypracowania działań naprawczych w przypadkach pojawienia się trudności. Z drugiej jednak strony obserwujemy, że w poszukiwaniu sposobów ekspansji i rozwoju biznesu, banki niekiedy podejmują nadmierne ryzyko w stosunku do posiadanych kompetencji – angażują się w ryzykowne branże, nierozpoznanych klientów, skomplikowane transakcje. Istotna jest także wielkość udzielanych kredytów, która musi być dostosowana do możliwości pokrycia przyszłych strat generowanym wynikiem (absorbacji zmaterializowanego ryzyka pojedynczego lub grupy powiązanych klientów).

Kluczową sprawą w procesie kredytowym jest jakość monitoringu i w konsekwencji rzetelna klasyfikacja klientów. IPS-SGB dostrzega dwa kluczowe problemy – trudności kadrowe w tym obszarze, czyli brak specjalistów i niewystarczające zasoby, a ponadto merytoryczne braki jakościowe w prowadzonych działaniach. W szczególności banki powinny lepiej analizować sytuację finansową klientów, pilnować adekwatności zabezpieczeń, a także, jeśli trzeba, pamiętać o odbyciu wizyty u klienta. Ponadto, jeśli bank spółdzielczy patrzy w przyszłość i chce skutecznie zmierzyć się z ryzykiem kredytowym i ofensywnie nim zarządzać, to powinien:

- rozwijać narzędzia wspomagające procesy kredytowe,
- poprawić zarządzanie zabezpieczeniami i wypracować politykę w tym zakresie,
- wypracować dobrą praktykę restrukturyzowania klientów w trudnej sytuacji i prowadzić transparentną politykę w tym zakresie.

Jesteśmy jednocześnie przekonani, że ww. zadania, a zwłaszcza w zakresie restrukturyzacji i windykacji, wymagają wspólnych działań wspartych i organizowanych przez bank zrzeszający.

Ryzyko operacyjne

Ryzyko operacyjne nabiera coraz większego znaczenia. Rozwój technologii i powszechna automatyzacja procesów stanowi ułatwienie i wielką dogodność dla klienta i banku, ale jednocześnie wymaga specjalistycznej wiedzy celem sprawowania dobrego nadzoru. Z obserwacji IPS-SGB wynika, że do największych wyzwań należy poprawa zarządzania uprawnieniami użytkowników w systemach transakcyjnych banku.

Równie istotnym zagadnieniem jest właściwe zarządzanie procesem przeciwdziałania praniu pieniędzy i finansowania terroryzmu. W przypadku tej tematyki ważny jest

>>

tw. ton nadawany z góry przez kierownictwo banku i budowanie wśród pracowników świadomości ryzyka realizowanych transakcji oraz przepływów pieniężnych pomiędzy klientami. Choć analizy nie wskazują na to, że wśród transakcji realizowanych w bankach spółdzielczych mamy do czynienia ze wzrostem transakcji podejrzanych, to jednak m.in. ze względu na sankcje ustawowe, konieczne jest posiadanie prawidłowych i skutecznych mechanizmów w tym zakresie.

Ryzyko IT

Ryzyko IT – ze względu na różnorodność rozwiązań wdrożonych w bankach, jak i coraz większe wymogi regulacyjne w zakresie bezpieczeństwa i konieczność ponoszenia coraz większych nakładów, to skomplikowany temat. To także duże wyzwanie kadrowe i kompetencyjne dla dużej grupy banków. Zwykle wiąże się z poważnymi decyzjami strategicznymi, a w konsekwencji z kosztami. Technologia to nie tylko nowoczesność i nadążanie za konkurencją poprzez oferowanie najnowszych produktów, ale także – lub niekiedy przede wszystkim – gwarantowanie bezpieczeństwa transakcji i właściwa ochrona danych i informacji. Z obserwacji IPS-SGB wynika, że wiele banków stoi przed poważną decyzją o modyfikacji strategii w obszarze teleinformatycznym pod kątem wprowadzenia celów rozwojowych banku, a nie tylko utrzymania istniejącej infrastruktury i procesów. Niewątpliwie wiele z banków powinno rozważyć poprawę efektywności własnych procesów poprzez udział w systemie zrzeszeniowym. System ten musi zapewnić nowoczesność rozwiązań proklientowskich, ale i zapewniających adekwatne wspieranie banków w realizacji procesów IT – co pozwoliłoby na zwiększenie bezpieczeństwa, ale także na realne oszczędności.

Podsumowując

należy stwierdzić, że rok 2018 dla banków Spółdzielczej Grupy Bankowej należał do udanych. Osiągane wyniki były stabilne i realizowane przy umiarkowanym poziomie generowanego ryzyka. Audyty realizowane przez IPS-SGB potwierdzają tę dobrą ocenę wskazując jednocześnie na obszary, które wymagają dodatkowej uwagi i w niektórych przypadkach – również wytężonej pracy.

Warto podkreślić, że prognozy wyników na 2019 rok są również pozytywne. Dodatkowym „oddechem” kosztowym będzie także przeniesienie w tym roku, ciężaru opłat BFG na rzecz funduszu przymusowej restrukturyzacji banków. Ponieważ banki spółdzielcze, co do zasady, ponoszą zryczałtowane opłaty na ten fundusz, ich łączny koszt składek na BFG ulegnie czasowemu obniżeniu.

Dobre wyniki roku 2018 i prognozy 2019 roku nie powinny jednak powodować nadmiernego komfortu i uśpienia. Na horyzoncie rysują się już istotne wyzwania, które w wielu bankach dają o sobie coraz bardziej znać.

Już pod koniec ubiegłego roku można było dostrzec pewne osłabienie koniunktury w Polsce. Pogorszyły się podstawowe relacje ekonomiczno-finansowe w przedsiębiorstwach. Wyniki finansowe badanych przez GUS przedsiębiorstw wskazały na przykład, że w IV kwartale 2018 r. wynik finansowy netto podmiotów zatrudniających co najmniej pięćdziesiąt osób spadł o 40,0% r/r. Presja na wzrost wynagrodzeń i trudności w pozyskaniu pracowników, jak również rosnące obciążenia fiskalne, spotęgowały problemy płynnościowe. Problemy ze spłatą zobowiązań miały przede wszystkim podmioty, które działają w warunkach bardzo niskiej nadwyżki operacyjnej brutto, niskiej rentowności i wysokiej konkurencji, m.in. w budownictwie i transporcie. W konsekwencji pogorszyła się jakość portfela kredytowego, zwłaszcza w segmencie małych i średnich przedsiębiorstw.

By móc się rozwijać

banki spółdzielcze muszą nadążyć za zmieniającym się otoczeniem, w którym działają. Muszą rozwinąć oferowane produkty i usługi oraz dotrzeć z nimi do nowych grup klientów, aby odwrócić niekorzystne tendencje dotyczące struktury wiekowej i zawodowej klientów. Bez rozwijania nowoczesnych kanałów dystrybucji oraz oferowanych produktów i usług utrzymanie się na rynku może okazać się w dłuższej perspektywie trudne, tym bardziej, że nasila się oddziaływanie pętli regulacyjnej, a na banki nakładane są dodatkowe obowiązki sprawozdawcze, wymuszające zmiany w wewnętrznych regulacjach i procedurach. Ten rok, należy również wykorzystać do przygotowania się do zwiększonego zagrożenia materializacją ryzyka kredytowego i zbudowania odpowiednich kompetencji niezbędnych do skutecznego zarządzania coraz bardziej skomplikowanymi procesami restrukturyzacji i windykacji.

Dla wykorzystania szans i ograniczenia zagrożeń niezbędne są działania podejmowane wspólnie przez banki spółdzielcze, SGB-Bank SA i Spółdzielczy System Ochrony SGB. Oparcie funkcjonowania o model partnerski jest koniecznością. Tylko w takich warunkach można dokonać standaryzacji i unifikacji procesów, a także zintegrować rozwiązania informatyczne, działalność analityczną oraz systemy zarządzania ryzykiem i płynnością. Umożliwi to osiągnięcie efektów skali, tak niezbędnych w dobie niskich marż, zwiększonego ryzyka kredytowego, silnej konkurencji cenowej i rosnących wymagań regulacyjnych. ●

25 lat przelewów elektronicznych w Polsce

Elixir – pierwszy w Polsce elektroniczny system rozliczeń międzybankowych do wymiany detalicznych zleceń płatniczych w złotych – kończy właśnie 25 lat.

Przez ten czas za pośrednictwem systemu udostępnianego przez KIR (Krajową Izbę Rozliczeniową) banki rozliczyły ponad 22,3 mld transakcji na kwotę 72,2 bln złotych.

Krajowa Izba Rozliczeniowa

Wdrożenie 18 kwietnia 1994 r. systemu Elixir rozpoczęło nową erę w polskiej bankowości. Był to pierwszy krok na drodze do rozwoju nowoczesnych usług bankowych i historyczny początek rewolucji cyfrowej w płatnościach w naszym kraju. Wcześniej, przed datą pierwszej sesji rozliczeniowej, wymiana zleceń płatniczych pomiędzy bankami odbywała się w postaci papierowej – dokumenty były transportowane specjalną pocztą kurierską. Choć system działał bardzo sprawnie, potrzeba było co najmniej doby, aby pieniądze trafiły z konta nadawcy przelewu na konto odbiorcy. – Rozwijająca się dynamicznie polska bankowość potrzebowała rozwiązania, które będzie działało w środowisku elektronicznym i pozwalało na szybszą wymianę informacji o transakcjach. Elixir był więc w tamtym czasie prawdziwym skokiem cywilizacyjnym – mówi Piotr Alicki, prezes zarządu KIR.

W systemie Elixir rozliczenia odbywają się w dni robocze, w ramach trzech sesji, podczas których banki wymieniają

się informacjami o zleconych przelewach. Elixir spełnia europejskie standardy dotyczące obsługi płatności w przestrzeni międzybankowej. Rozliczenia oraz informacje przetwarzane w systemie są szyfrowane elektronicznym podpisem Szafir, co zapewnia najwyższe standardy bezpieczeństwa przesyłanych danych zawartych w komunikatach rozliczeniowych. – System Elixir, od samego początku pełnił niezwykle ważną rolę w polskim systemie bankowym. Można powiedzieć, że jest elektronicznym krwiobiegiem sektora bankowego. To bezpieczny i stabilny system – komentuje Krzysztof Pietraszkiewicz, prezes Związku Banków Polskich. – Bez systemu Elixir, nie sposób wyobrazić sobie funkcjonowania nowoczesnej gospodarki elektronicznej w Polsce – dodaje Krzysztof Pietraszkiewicz.

Uzupełnieniem funkcjonalnym systemu Elixir jest, uruchomiony w czerwcu 2012 r., system płatności natychmiastowych Express Elixir. System został opracowany w odpowiedzi na zmiany w otoczeniu i preferencjach klientów banków.



Express Elixir dynamicznie się rozwija. Znaczenie usługi rośnie skokowo – również dlatego, że błyskawiczny rozrachunek transakcji jest bazą do projektowania kolejnych, nowatorskich rozwiązań służących cyfryzacji polskiej gospodarki.

Rekordy systemu Elixir

W ciągu 25 lat działania system Elixir przetworzył ponad 22,3 mld transakcji. Łączna wartość tych transakcji przekroczyła 72,2 bln złotych – to o 8,2 bln zł więcej niż nominalne PKB Unii Europejskiej w 2017 r.

W październiku 2018 r. system przetworzył rekordową wartość transakcji w jednym miesiącu kalendarzowym – blisko 490 mld zł – to ok. 74 mld zł więcej niż wydatki w budżecie Polski planowane na 2019 r.

Rekordowym rokiem w funkcjonowaniu systemu Elixir był 2018 – zrealizowano ponad 1,8 mld transakcji. Oznacza to, że w 2018 na każdego dorosłego Polaka przypadło około 80 przelewów. Łączna kwota transakcji w 2018 r. wyniosła 5,3 bln zł. To 10-krotnie więcej niż aktualny budżet Unii Europejskiej. Rekordowym dniem pod względem dziennej wartości transakcji był 21 grudnia 2018 r. – tego dnia ich wartość wyniosła przeszło 34 mld zł.

KIR od lat współtworzy polski system płatniczy, mając istotny wkład w kształtowanie się jednego z najbardziej nowoczesnych, także na tle Europy i świata, systemów bankowych. Opracowujemy i dostarczamy niezawodne i bezpieczne rozwiązania, które zapewniają kompleksowość procesów elektronicznych w gospodarce, odpowiadając na wyzwania związane z rozwojem technologii i zmianami prawnymi – krajowymi i europejskimi. Pełnimy rolę animatora i kreatora usług, dedykowanych nie tylko płatnościom, ale szeroko pojętej cyfrowej gospodarce. Wśród naszych

W systemie Elixir rozliczenia odbywają się w dni robocze, w ramach trzech sesji, podczas których banki wymieniają się informacjami o zleconych przelewach. Elixir spełnia europejskie standardy dotyczące obsługi płatności w przestrzeni międzybankowej. Rozliczenia oraz informacje przetwarzane w systemie są szyfrowane elektronicznym podpisem Szafr, co zapewnia najwyższe standardy bezpieczeństwa przesyłanych danych zawartych w komunikatach rozliczeniowych.

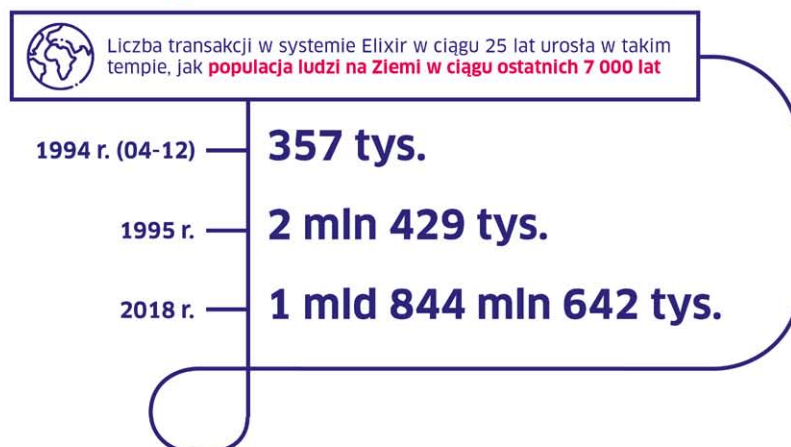
rozwiązań są m.in. trwałe nośniki wdrożone w oparciu o technologię blockchain, algorytmy big data wykorzystywane w analizach operacji finansowych na potrzeby administracji publicznej oraz narzędzia umożliwiające zdalne potwierdzanie tożsamości i składanie oświadczeń woli – moje-ID i mSzafr – podpis elektroniczny w chmurze. ●



Elixir

Podsumowanie 25 lat

> Pierwszy i ostatni rok - wolumeny



Dziś wszyscy grają o wszystko

Podczas IV Kongresu Forum Technologii Bankowych 2019, zorganizowanego przez Związek Banków Polskich, jeden z zaproszonych gości, prof. Piotr Płoszajski ze Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, mówił, w jaki sposób rozwój technologii informatycznych wpłynie na relacje człowieka ze stworzonymi przez niego urządzeniami. Dla bankowców interesujący może być także, zamieszczony w Internecie, wykład profesora dotyczący wpływu rewolucji technologicznej na modele biznesowe.

Janusz Orłowski

W biznesie często nie udaje się nam przewidzieć, czy i jak nowa technologia będzie używana albo nadużywana, uważa prof. Piotr Płoszajski. O Internecie także początkowo mówiono, że nie ma przyszłości. W nowej gospodarce trzeba sobie jednak zdawać sprawę z tego, że po pierwsze, twój najważniejszy przeciwnik przyjdzie prawdopodobnie spoza branży, a po drugie, technologia, która zmieni twój model biznesowy, także przyjdzie spoza branży i prawdopodobnie, będzie to technologia wykorzystująca Internet. Jest to ważne, bo do tej pory opieraliśmy teorię zarządzania na zupełnie innych założeniach. Uczyliśmy się, jak walczyć w ramach konkretnej branży, kto jest naszym przeciwnikiem i jaka jest dominująca technologia w tej branży.

Warto zastanowić się nad pytaniem

dla czego dominujące firmy tracą swoją przodującą rolę? Dzieje się tak dlatego, ponieważ w dwóch trzecich przypadków wybierają konkurenta nie tego, którego powinny się obawiać. Takich przykładów nie brakuje dzisiaj w branży finansowej. Dlatego już dziś warto się zastanowić nad pytaniem, co by-

śmy zrobili, gdyby, na przykład Google zaczęło sprzedawać ubezpieczenia? Przecież oni mają nieporównywalnie więcej danych o zachowaniach klientów, szczególnie w przypadku ubezpieczeń komunikacyjnych, niż jakakolwiek inna firma. Co powinniśmy myśleć o już rozpoczętym testowaniu sprzedaży ubezpieczeń na stacjach benzynowych? Jak odnosić się do „demolowania” rynku muzycznego przez Internet?

To wszystko jest wynikiem pojawienia się technologii, które mają charakter „wielkiego wybuchu” (Big Bang). Technologie zawsze miały destrukcyjny charakter, ale obecne robią to jeszcze wyraźniej. Rynek przechodzi drastyczne zmiany przez bardzo szybki postęp w technologiach. Teraz firmy mogą robić to, czego dawniej nie mogły. Mogą tworzyć produkty, które są jednocześnie lepsze, tańsze i bardziej atrakcyjne dla klienta. Dawniej mogły robić tylko lepsze albo tańsze lub atrakcyjniejsze, a teraz mogą robić to wszystko jednocześnie. W rezultacie całe linie produkcyjne, a nawet całe rynki powstają albo znikają w ciągu jednej chwili. To widać po skutkach wdrożenia technologii, takich jak chociażby Skype, czy Facebook. Dawniej uczyło się studentów, że są

>>



cztery czynniki kreujące nowe technologie: kiedy cena technologii spada poniżej ceny krytycznej, kiedy technologia osiąga masę krytyczną, kiedy cena zbliża się do zera i kiedy nowa technologia zastępuje tę starą. Problem polega na tym, że te czynniki dzisiaj działają łącznie i w znacznie krótszym, niż dawniej, czasie. W wyniku tej technologii wszystko pojawia się jednocześnie. Ale mimo tego, technologia jest wciąż tylko „ubogim pasierbem ekonomistów”. W parlamentach wielu krajów o technologii mówi się bardzo rzadko. Zwykle dużo się mówi o cięciach budżetowych, czy deficytach, chociaż nie wiadomo tak dokładnie, czy one w ogóle mają wpływ na długoterminowy wzrost gospodarczy. Natomiast technologia z pewnością ma. A mimo to, tylko minimalna ilość czasu i pieniędzy jest przeznaczana na rozmowy o technologii przez polityków. Dzisiaj, jeśli nie masz obsesji na punkcie technologii, to umrzesz!

Zakłócenia technologiczne

powodują, że właściwie wszystko, co do tej pory wiemy o strategii, nie jest prawdą. Bardzo trudno jest wyjaśniać zjawiska, które występują na rynku, za pomocą „wczorajszych” instrumentów. Jak wyjaśnić studentom, że firma, która zatrudnia 50 osób, może osiągnąć po pół roku działania wartość, jaką ma na przykład, Polska Grupa Energetyczna, która jest na rynku obecna ponad 40 lat? Kolejne zjawisko jest takie, że te zakłócenia technologiczne często nie są zaplanowane i nie powstały intencjonalnie. Wcześniej uczyliśmy, w jaki sposób budować biznes, jak dochodzić do strategii działania. A w tej chwili, w wielu przypadkach, nie jest

to działanie intencjonalne. To znaczy, że pojawiają się na rynku i „demolują” go, różne przedsięwzięcia, podejmowane niejako przy okazji. Takie działania powstają głównie w wyniku różnego rodzaju eksperymentów.

Do niedawna

istniał, na przykład, wielki sektor produkcji urządzeń nawigacyjnych GPS. Teraz na tym rynku pojawiła się aplikacja Google i to nie jest wcale nawigacja, mająca na celu wyeliminować z rynku już istniejące urządzenia tego rodzaju. To nie jest typowy przeciwnik dla producentów urządzeń GPS. W jaki sposób więc radzić sobie z konkurentem, który de facto, nim nie jest, ale niszczy nasz rynek? To poważny problem i niezbyt wielu firmom udaje się go uniknąć, ponieważ większość uwagi poświęcają one, przede wszystkim, klientom generującym wysokie dochody. Taki jest bowiem mechanizm działania korporacji, które najwięcej uwagi poświęcają sektorom gospodarczym przynoszącym wysoką marżę, ignorując mniej zyskowne rejonry rynku, a przecież tam powstają najczęściej przełomowe innowacje. Kiedy wielkie firmy mają problemy, to zwykle nie dlatego, że coś robią źle, ale przeciwnie, ponieważ wszystko robią bardzo dobrze. Tyle tylko, że robią to według metod, których się kiedyś nauczyły. Tradycyjnie już, biznes koncentruje się na trwałych innowacjach. A trwała innowacja polega na robieniu produktów lepszych, trwalszych, czy bardziej wydajnych. I nie ma w tym nic złego. Ale teraz, to się może skończyć. Bo robimy coś, czego być może nie powinniśmy już robić. Technologie typu Big Bang, których pojawia się coraz

>>

więcej, nie tworzą już dylematu, zmuszającego do dokonania jakiegoś wyboru, ale one uruchamiają katastrofy. Większość dotychczasowych firm przechodziła, tak zwany, cykl życia. Zaczynały, jako małe, potem rosły, osiągały szczyt swoich możliwości, potem przestawały się rozwijać i upadały. Ich rozwój polegał na wzroście, osiągnięciu szczytu możliwości rozwoju i kryzysie. Ale dzisiaj, z powodu rozwoju nowych technologii, wiele firm nie schodzi ze sceny powoli, jak kiedyś. Śmierć firmy polega na wzrastającym udziale, w kurczącym się rynku. Tylko, czy ktoś mógł przewidzieć, że gigant firmowy w sektorze telefonii, taki jak Nokia, w ciągu trzech lat straci 40% rynku?

Technologie Big Bang

różnią się od tradycyjnych technologii innowacyjnych nie tylko zakresem, ale również rodzajem oddziaływania. Są lepiej zintegrowane. W Internecie Obiektów wszystko ze wszystkim jest połączone. To jest też powód, dla którego te nowe technologie, wchodzące w skład łańcucha połączonych produktów, tak błyskawicznie się upowszechniają. Dawniej innowacje nie oddziaływały, tak jak teraz, na inne produkty. Natomiast w systemie, gdzie produkty są połączone, innowacja powoduje konwergencję, szybszą integrację technologii. Zwłaszcza, że także klienci mają znacznie szybszy dostęp do informacji i dzielenia się nimi. Dzisiaj rynek staje się grą, gdzie wszyscy grają o wszystko. Dawniej grało się o zwycięstwo w sektorze, a dziś wszyscy grają o wszystko. Wiele z dawnych strategicznych założeń, dzisiaj już nie działa. W ostatnich 20 latach, wiele rewolucji w biznesie, zainicjowanych zostało bez intencji biznesowych. Przecież Facebook, był początkowo serwisem randkowym i nikt nie myślał, że tak bardzo wpłynie na biznes. Wiele rewolucji w dzisiejszym biznesie zrobiły inicjatywy, które nie miały intencji biznesowych. Co więcej, nie miały strategii, ani modelu biznesowego, ani nawet planu działania. A zrobiły rewolucję, „demolując” rynki, na które weszły. Przecież rynek produkcji map zniszczony został przez mapy Googla. Z kolei Amazon zupełnie odmienił tradycyjną sprzedaż książek. Wpłyną też na sektor produkcji papieru, jak również technik introligatorskich, czyli oprawy książek. Kto dzisiaj kupuje sobie aparat fotograficzny, w dobie wszechobecnych smartfonów? Dziś mamy darmowy dostęp do milionów utworów muzycznych, co ma więc robić sektor, który sprzedawał takie utwory? Żyjemy w świecie konwergencji produktów, sektorów, modeli i strategii biznesowych. Innowacyjność w biznesie jest dzisiaj wynalazczością, czyli wynajdywaniem nowych technologii.

Prawdziwą rewolucją

są z pewnością okulary Googla, ponieważ łączą dwa światy: rzeczywisty i wirtualny. Pozwalają na to, żebyśmy żyli w tych obu światach jednocześnie.

Historia jest pełna spektakularnych, czyli takich, których nie dało się racjonalnie wytłumaczyć, przykładów firm, które popełniały wręcz tragiczne pomyłki. Dlaczego Kodak, który miał blisko 100% rynku fotografii natychmiastowej, nie został liderem fotografii cyfrowej? Jeden ze znanych historyków powiedział, że cywilizacja kwitnie, kiedy motywuje swoich członków i przyciąga obcych, dzięki swojemu kreatywnemu dynamizmowi i kulturze. A cywilizacja upada, kiedy jej przywódcy tracą zdolności twórcze i pozwalają na rządy dominującej mniejszości. Czymże innym jest korporacja, jak nie rządem dominującej mniejszości? Cywilizacja upada, kiedy jej siłą napędową staje się kontrola, a nie atrakcyjność. Właśnie ta zamiana atrakcyjności na kontrolę jest źródłem załamania. Konsekwencje

tego nie muszą być widoczne od razu. Ale z czasem cywilizacja upada, ponieważ żadna ilość kontroli nie zastąpi utraty kolektywnej kreatywności. Dzisiaj wiele firm ciągle jeszcze istnieje, bo ma duże pieniądze, które pomagają im trwać, ale za chwilę mogą upaść.

Dziś nadeszła

piąta fala rewolucji komputerowej. Tworzą ją m.in. czynniki takie jak: wszechobecny, bezprzewodowy i szerokopasmowy Internet, skokowy wzrost wydajności procesorów, radykalny spadek cen pamięci masowych, przetwarzanie ogromnych ilości danych o zachowaniu obiektów, w czasie realnym, otwarte standardy itp.

Wiedza o tym, na co pozwala łączne działanie tych czynników, umożliwia ocenę, jakie korzyści może to przynieść w biznesie, w niedalekiej przyszłości. Technologia staje się naprawdę ważna wtedy, kiedy staje się niewidoczna. Tak się stało chociażby z elektrycznością. Jest ona obecna w naszym życiu i nikt się nad tym nie zastanawia. Wszystko więc wskazuje na to, że dla jednostek, społeczeństw i przedsiębiorstw, rewolucja piątej fali, będzie miała jeszcze większe konsekwencje niż poprzednio, bo nowa technologia jest ważna i jednocześnie niewidoczna. Najbardziej kreatywne środowiska pozwalają na powtarzające się błędy, na marnotrawstwo czasu i zasobów. Aby stworzyć coś naprawdę wielkiego, potrzebujemy jednak dużo środków na to, żeby robić także rzeczy bez sensu, nieudane. Internet jest miejscem olbrzymiego marnotrawstwa, ale jednocześnie niebywałej kreatywności. Różnorodność jest jednak niezbędna dla rozwoju. A warunkiem różnorodności jest przyzwolenie na eksperymenty, pomyłki i ślepe uliczki. Niedoskonałość jest niezbędnym kosztem. Innowacja nigdy nie rodziła się tylko przez danie ludziom odpowiednich bodźców. Samotny wynalazca to dzisiaj wyjątek. Kalifornijską Dolinę Krzemową można porównać do paryskiego Montmartre, gdzie działali nie tylko wielcy malarze, ale było też wielu tandeciarzy. Kreatywność tych miejsc wzięła się przede wszystkim z różnorodności. ●



Świętujemy Razem – Święto Spółdzielczości Bankowej 2019

pod hasłem:

**„Z bankiem spółdzielczym
– nowocześnie i bezpiecznie”**

30.06.2019 r.



JAK OBCHODZIMY ŚWIĘTO SPÓŁDZIELCZOŚCI BANKOWEJ?

- ▶ centralnie – w Warszawie w dniu 25 czerwca br. odbędzie się uroczysta inauguracja Święta
- ▶ lokalnie – inicjatywy banków spółdzielczych – organizacja różnego typu wydarzeń i atrakcji dla mieszkańców, łączenie obchodów Święta z innymi, ważnymi wydarzeniami z życia banku, np. jubileuszami czy różnymi uroczystościami, wywieszenie plakatu Święta w placówce banku lub obsługę klientów w koszulkach z logo Święta



KIEDY OBCHODZIMY ŚWIĘTO SPÓŁDZIELCZOŚCI BANKOWEJ?

- ▶ zgodnie ze Statutem KZBS, Święto przypada na dzień 30 czerwca br. (niedziela)
- ▶ zachęcamy wszystkie banki do organizowania obchodów lokalnych Święta oraz zaprezentowania szerokiemu gronu odbiorców dorobku myśli spółdzielczej i wartości spółdzielczych



JAKIE WSPARCIE PROPONUJE KZBS W RAMACH ŚWIĘTA SPÓŁDZIELCZOŚCI BANKOWEJ?

- ▶ projekty graficzne i wizualne, gotowe do naniesienia na materiały promocyjne
- ▶ stosowne patronaty wydarzenia
- ▶ promocję wydarzenia w mediach ogólnopolskich i lokalnych
- ▶ szablon informacji prasowej i przykładowy scenariusz obchodów

Organizatorzy:



Patronat merytoryczny:



Patronaty medialne:



Forum 2019

Lepiej razem niż osobno

Janusz Orłowski

Technologia na rzecz biznesu była przewodnim tematem ostatniego Forum Technologii Bankowości Spółdzielczej 2019, zorganizowanego w Warszawie przez Związek Banków Polskich. W konferencji wzięli udział przedstawiciele banków spółdzielczych i zrzeszających, dostawcy rozwiązań informatycznych, eksperci w zakresie elektronicznej komunikacji i dostaw usług oraz reprezentanci bankowych izb gospodarczych: ZBP i KZBS. Ważnym wydarzeniem podczas obrad Forum było podpisanie przez przedstawicieli banków zrzeszających, Krajowego Związku Banków Spółdzielczych, Związku Banków Polskich oraz dostawców rozwiązań technologicznych, listu intencyjnego o współpracy w zakresie wykreowania jednolitych standardów informatycznych dla sektora oraz systemów cyberbezpieczeństwa.

Rozpoczynając obrady

Krzysztof Pietraszkiewicz, prezes ZBP, podkreślił konieczność modernizacji technologicznej bankowości spółdzielczej. Jego zdaniem, trzeba zrobić wszystko żeby bankowość ta otrzymała solidne wsparcie, aby mogła nie tylko utrzymać rynek, ale także skutecznie zabiegać o nowe obszary aktywności. Mamy dziś do czynienia z nowym typem relacji pomiędzy instytucjami finansowymi, w kontekście na nowo definiowanych praw konsumentów, nowych technologii, cenioną przez klientów wygodą, bezpieczeństwem i dostępem do banku w każdej chwili. To jest tendencja, prawdopodobnie nieodwracalna na wiele najbliższych lat. Co nie oznacza jednak, że klienci nie chcą mieć też tradycyjnych oddziałów i tradycyjnych kontaktów. Bardzo wyraźnie widać również, że na rynki finansowe wchodzi inni, nowi gracze. Jednocześnie, w niektórych krajach, na przykład

w Niemczech, poziom kredytowania gospodarki przez banki pozostaje na poziomie z 2012 roku. Ale równocześnie kredytowanie tej gospodarki innymi sposobami urosło aż o 20% w ciągu ostatnich 6–7 lat.

Podejmowane są także działania mające na celu stabilizowanie sektorów bankowych. To jest konsekwencja m.in. dyrektywy Unii Europejskiej o ochronie depozytów, ale też dyrektywy dotyczącej uporządkowanej likwidacji. Dla polskich banków spółdzielczych bardzo ważne jest utrzymanie udziału w rynku. Wiele razy mówiono ostatnio o tym, że bankowość spółdzielcza zepchnięta zostanie w naszym kraju na margines. Tak się nie stało, zarówno cała polska bankowość, jak i bankowość spółdzielcza, generalnie, utrzymy-

>>



Miroslaw Skiba, prezes zarządu SGB-Banku SA



Uczestnicy Forum Technologii Bankowości Spółdzielczej

wała swój udział w rynku. Niestety, widać stopniowy spadek konkurencyjności banków spółdzielczych. Stopniowo pogarsza się też jakość portfela w niektórych segmentach działalności bankowej. Spada też liczba udziałowców tych banków. To, co było przez lata siłą sektora, ulega pewnemu osłabieniu. W innych krajach europejskich przybywa udziałowców, a w Polsce spada ich liczba. To nie jest sytuacja, którą można bagatelizować. Analizy pokazują, że bankowość spółdzielcza jest gorzej wyposażona technicznie, w przeliczeniu na jednego zatrudnionego. Jest też problem w niektórych regionach ze sprostaniem przez banki oczekiwaniom ich klientów.

Trzeba też powiedzieć, że pozycja bankowości spółdzielczej została, w pewnym sensie, wzmocniona przez regulacje państwowe, poprzez brak dodatkowego obciążenia sektora podatkiem bankowym. Tę niewielką przewagę rynkową banki spółdzielcze powinny wykorzystać. Nie ma bowiem pewności, czy to będzie stałe rozwiązanie. Albo banki komercyjne zostaną uwolnione od tego obciążenia, albo zostaną one nałożone w przyszłości na cały sektor, bez wyjątku.

Polski sektor bankowości spółdzielczej

powinien być nowoczesny, oferować przyjazne usługi detaliczne na poziomie europejskim. Ale taki detal na poziomie euro-

pejskim, to są także wielomilionowe kredyty. Poza tym, banki te powinny stać się stabilnymi centrami depozytowymi, kredytowymi, rozliczeniowymi i doradczymi dla społeczności lokalnych. Chcemy, aby postępowała wyraźna poprawa konkurencyjności i zdolności rozwojowych polskiej bankowości spółdzielczej. Żeby poprawie uległo zarządzanie ryzykiem bankowym, w tym ryzykiem kredytowym w szczególności. Polska bankowość spółdzielcza powinna być powiązana z obszarem ekonomii społecznej, żeby przeciw-

działała przypadkom wykluczenia z rynku. Bo to jest nie tylko kwestia efektywności ekonomicznej, ale też społecznej. Trzeba też pamiętać o projektach z zakresu energetyki odnawialnej, czystego powietrza, czystej wody. Takie przedsięwzięcia powinny „nieść” bankowość spółdzielczą, także jako społeczność lokalną. To jest ważny motyw cywilizacyjny dla polskiej bankowości spółdzielczej i jej udziałowców. To jest program, który można realizować wspólnie z władzami europejskimi i krajowymi. Trzeba w tych programach uczestniczyć, przedstawiając klarowne, uzgodnione z bankami zrzeszającymi, programy realizacji tych zamierzeń. Ale czasu na realizację tych planów jest coraz mniej. Zwłaszcza, że na wejście na nasz rynek czekają inni, przede wszystkim firmy zagraniczne, które nie muszą spełniać takich rygorów regulacyjnych

Polski sektor bankowości spółdzielczej powinien być nowoczesny, oferować przyjazne usługi detaliczne na poziomie europejskim. Ale taki detal na poziomie europejskim, to są także wielomilionowe kredyty. Poza tym, banki te powinny stać się stabilnymi centrami depozytowymi, kredytowymi, rozliczeniowymi i doradczymi dla społeczności lokalnych. Chcemy, aby postępowała wyraźna poprawa konkurencyjności i zdolności rozwojowych polskiej bankowości spółdzielczej.



Miroslaw Skiba, prezes SGB-Banku SA w rozmowie z Włodzimierzem Kicińskim, wiceprezesem Związku Banków Polskich

i finansowych, jak banki w Polsce. Stąd potrzeba, jak najlepszego wykorzystania czasu, który jeszcze pozostał. Żyjemy dzisiaj w epoce cyfrowej, jesteśmy globalnie połączeni, poprzez sieć mediów społecznościowych, powiedział w swoim wystąpieniu, Błażej Mika, wiceprezes zarządu SGB-Banku. To jest zupełnie nowa epoka, wszystko dzieje się dużo szybciej. Zmienia się nie tylko świat płatności, cała bankowość jest właściwie wymyślana na nowo. FinTech-y wchodzi na rynek finansowy i skutecznie z nami konkurują.

Olbrzymie środki finansowe

są inwestowane w rozwój technologii. Zmieniają się także klienci. Oni oczekują od nas rozwiązań spersonifikowanych, dopasowanych do potrzeb, wygodnych w obsłudze, z których można korzystać globalnie. Mamy jednocześnie takich samych klientów, jak banki komercyjne. Widzą oni nowe trendy i z tego korzystają. Widać to najlepiej na przykładzie osób korzystających z bankowości internetowej i mobilnej. Tempo przyrostu klientów mobilnych jest dzisiaj dwucyfrowe. Za chwilę może się okazać, że będziemy korzystać tylko z aplikacji mobilnej i przestaniemy rozwijać Internet. Młode pokolenie komunikuje się już wyłącznie przez urządzenia mobilne, korzystając przede wszystkim ze smartfonów. Musimy być do tego przygotowani. Nie ma, zdaniem wiceszefa SGB-Banku, żadnego powodu, dlaczego nie moglibyśmy przygotować dobrych, innowacyjnych rozwiązań dla bankowości spółdzielczej. Trzeba się zmieniać i obserwować klientów, w jaki sposób korzystają oni z bankowości. Trzeba jednocześnie pewne rozwiązania upraszczać, mieć na to pomysł, harmonogram zmian i mocniej zaangażować się w digitalizację. Warto też podpatrywać rozwiązania wdrażane przez inne firmy. Podpisanie listu intencyjnego pozwoli na zbudowanie wspólnej platformy usług. Dlatego ten element współpracy jest tak istotny. Ale to jest tylko jeden z przykładów wspólnych działań.

Nieważne jak dużym bankiem jesteś, problemy zawsze są takie same, uważa Paweł Gula, wiceprezes zarządu Banku Polskiej Spółdzielczości. Jeżeli chcemy wspólnie rozwiązywać problemy, to musimy wspólnie, jako sektor, szukać rozwiązań i nowych pomysłów. Żeby banki spółdzielcze były bardziej konkurencyjne na rynku muszą jeszcze bardziej zacieśniać współpracę.

Podpisanie na Forum listu intencyjnego

stanowi dopiero pierwszy krok, których będziemy musieli zrobić jeszcze więcej, tak żeby współpraca z dostawcami usług i klientami łatwiej nam przychodziła i żebyśmy byli bardziej konkurencyjni. Żebyśmy mogli realizować zmiany technologiczne, musimy zmienić nasze podejście i do klienta oraz sposób kierowania bankami i wdrażania nowych technologii. Musimy być bardziej elastyczni w działaniu, żebyśmy nie generowali dodatkowych kosztów operacyjnych, a zarazem mogli szybko reagować na zachodzące zmiany.

Pierwszy panel dyskusyjny

podczas obrad Forum dotyczył m.in. rozwiązań informatycznych, które mogą zastąpić biurokratyczne procedury wykonywane do tej pory przez pracowników, którzy mogliby zostać zaangażowani do działań stricte biznesowych. W panelu moderowanym przez Włodzimierza Kicińskiego, wiceprezesa ZBP, wziął udział Miroslaw Skiba, prezes zarządu SGB-Banku SA, Paweł Gula, wiceprezes zarządu Banku BPS, Michał Przyjemski, wiceprezes zarządu Banku Spółdzielczego we Wschowie oraz Grzegorz Głowacki, członek zarządu i dyrektor departamentu informatyki Banku Spółdzielczego w Brodnicy. W ocenie Miroslawa Skiby, trzeba skończyć z myśleniem w kategoriach uniwersalnych, że uda się stworzyć jeden system informatyczny dobry dla wszystkich banków i przez wszystkich akceptowany. Lepszym rozwiązaniem jest stworzenie platformy, która pozwoli na pospisanie we wspólną sieć, obecnie funkcjonujących różnych systemów. To będzie „otwarcie drzwi” umożliwiające przejście do kolejnego stopnia integracji. Podkreślił też, że zmiany w obsłudze klientów powinny iść w parze z unowocześnianiem pracy w banku, gdzie wciąż wiele czynności wykonywanych jest ręcznie. To są działania nieefektywne przekładające się na wysokie koszty i niską ocenę ze strony klientów, którzy muszą długo czekać na podjęcie przez bank decyzji. Obecne działania w zrzeczeniach, związane z budową platformy informatycznej (BS API), pozwalającej na większą automatyzację świadczonych usług, powinny te mankamenty usunąć. Podkreślił

>>



Błażej Mika, wiceprezes SGB-Banku SA

też, że dzisiaj czynności, które nie wpływają bezpośrednio na zarządzanie biznesem bankowym, trzeba scentralizować, aby uzyskać efekt skali. Powołał się tutaj na przykład Niemiec, gdzie działania niezwiązane z wyborem oferty przez klienta, które nie wpływają też na kształtowanie poziomu niezależności banku spółdzielczego, zostały mocno scentralizowane. Takie rozwiązanie wiąże się z utrzymaniem określonego standardu świadczonych usług. Warto też pamiętać, że dzisiaj, kiedy od złożenia zamówienia do dostarczenia nowej, kompleksowej technologii do banku upływa nawet 1,5 roku, to takie rozwiązanie z pewnością nie przystaje do obecnych czasów. Nie bez znaczenia jest również fakt, że koncepcja pracy banku także ewoluuje, razem z coraz większym i szybszym rozwojem bankowości elektronicznej, a to oznacza, że część czynności wykonywanych przez bank, przechodzi w momencie sprzedaży albo tuż po, na klienta.

Wiceszef Banku BPS, Paweł Gula

także zwrócił uwagę na problemy związane z manualną obsługą procesów sprzedażowych, będących wynikiem braku zintegrowania systemów informatycznych banków. Tak niski poziom standaryzacji i informatyzacji zapleczka bankowego nie tylko wydłuża oczekiwanie klienta na podjęcie decyzji, ale także sprzyja popełnianiu błędów, chociażby podczas kopiowania danych. W jego ocenie wprowadzenie nowoczesnych rozwiązań informatycznych pozwoli na uniknięcie tych mankamentów i podniesienie jakości pracy pracowników banków. Warto też pamiętać, że pracownicy powinni

W ocenie Mirosława Skiby, trzeba skończyć z myśleniem w kategoriach uniwersalnych, że uda się stworzyć jeden system informatyczny dobry dla wszystkich banków i przez wszystkich akceptowany. Lepszym rozwiązaniem jest stworzenie platformy, która pozwoli na pospineranie we wspólną sieć, obecnie funkcjonujących różnych systemów. To będzie „otwarcie drzwi” umożliwiający przejście do kolejnego stopnia integracji. Podkreślił też, że zmiany w obsłudze klientów powinny iść w parze z unowocześnianiem pracy w banku, gdzie wciąż wiele czynności wykonywanych jest ręcznie.

mieć wsparcie w nowoczesnej technologii i nie powinna ona utrudniać im pracy albo nawet uniemożliwiać. Dotyczy to m.in. kwestii przełamania pewnej niechęci do zmian, wynikającej z tradycyjnych, zwykle wieloletnich przyzwyczajeń. Automatyzacja nie musi oznaczać zwolnień z pracy, ponieważ pracowników można wykorzystać w innych obszarach działalności bankowej, polepszając jakość świadczonych usług. Jego zdaniem, świat podąża w kierunku usług, które są realizowane w sposób scentralizowany. Budowany obecnie system BS API, to nic innego jak wspólny system komunikacyjny pomiędzy różnymi systemami różnych dostawców. To taki interfejs, który pozwoli na integrację różnych systemów, umożliwiając także znacznie szybsze wdrożenie oczekiwanych przez nas rozwiązań.

Bank w Brodnicy też się boryka

z problemami wynikającymi z konieczności automatyzacji pracy w banku, powiedział podczas dyskusji na Forum, Grzegorz Głowacki. Jego zdaniem automatyzacja pozwoli na polepszenie efektywności banku. Na razie rozważane jest wprowadzenie rozwiązań zewnętrznych, ale jednocześnie bank przygląda się inicjatywom zrzeszeń, w zakresie usprawniania pracy zapleczka bankowego. Przyjęliśmy zasadę, stwierdził Grzegorz Głowacki, że najpierw określamy, jakie procesy jesteśmy w stanie zautomatyzować, które dadzą nam szansę biznesową na poprawę działania, ponieważ nie wszystkie zmiany dają takie możliwości od razu. Może to być związane z bezpośrednią wymianą systemów albo brakiem odpowiednich narzędzi do wprowadzenia automatyzacji. Wszyscy myślą też, w jaki sposób wprowadzić automatyzację procesów żeby były one wydajne.

Kwestią automatyzacji pracy bankowego zapleczka, bank we Wschowie zajmuje się już od wielu lat, poinformował Michał Przyjemski. Doszliśmy w tym czasie do wniosku, że produkt przeznaczony do wsparcia back office musi przynosić wymierny efekt. Przede wszystkim zwróciliśmy uwagę na usprawnienie obiegu dokumentów. To zakończyło się sukcesem. Powstał, swego rodzaju, wewnętrzny bank dokumentów. Dzięki temu udało się osiągnąć pewne korzyści i to wymierne. Przykładem może być spadek zatrudnienia w banku. Digitalizacja pozwoliła też na planowanie kosztów związanych z dostawami pewnych rozwiązań od firm zewnętrznych.



Uczestnicy Forum Technologii Bankowości Spółdzielczej

To był początek tego, co zaplanowaliśmy. Staraliśmy się wprowadzać własne pomysły i uczyć na własnych błędach. Zaczęliśmy wdrażać kolejne aplikacje. Dziś jesteśmy niezależni w tym obszarze i sami budujemy sobie przyszłość.

Kolejny panel dyskusyjny podczas obrad Forum

dotyczył wsparcia technologicznego na rzecz biznesu. Dyskusję poprowadzili eksperci: Andrzej Kawiński i Bartłomiej Nocoń. Ich zdaniem, obserwowane obecnie zmiany mają charakter rewolucyjny, a nie ewolucyjny. Nowe pokolenie wchodzące obecnie na rynek bankowy i rynek pracy oznaczają znaczące zmiany w postawach klientów. Przede wszystkim inaczej zapadają dzisiaj decyzje zakupowe. Klient najpierw szuka oferty w Internecie, a kupuje w sklepie tradycyjnym. Ale nie ma już możliwości ucieczki od urządzeń mobilnych, na których klienci wciąż otrzymują jakieś powiadomienia. Młode pokolenie wchodzi obecnie na rynek i właśnie ono kształtuje nowe oczekiwania wobec sektora finansowego. Jakimi elementami kierują się obecnie banki odnośnie wyboru kanałów dostępu do swoich usług? Trzy podstawowe elementy, to użyteczność, wygoda klienta i dostępność. Technologia staje się więc nie tyle wygórowanym samym w sobie, co narzędziem umożliwiającym sprostanie oczekiwań klientów. Banki muszą dzisiaj szukać nowych rozwiązań poza sektorem, wychodzić poza dotychczasowe schematy działania, kopiować rozwiązania stosowane przez inne branże.

Czego można oczekiwać w najbliższej przyszłości? Z pewnością będziemy mieli do czynienia ze sztuczną inteligencją, wirtualną rzeczywistością, FinTech-ami, lokowaniem danych w internetowej chmurze itp. Takie zmiany dotyczą właściwie wszystkich branż, a ci, którzy ich nie będą wprowadzać, znikną z rynku. Warto też pamiętać, że obecne FinTech-y, to już niekiedy wielkie firmy, takie jak Google, czy Amazon, o globalnym zasięgu. Te zmiany powodują, że klienci banków spółdzielczych coraz bardziej się starzeją, bo trudno o nowych klientów, zwłaszcza z młodego pokolenia. Pojedynczych banków spółdzielczych nie będzie, niestety, stać na sfinansowanie nowoczesnych technologii.

Ostatni panel dyskusyjny pierwszego dnia obrad Forum był poszukiwaniem odpowiedzi na pytanie, czy banki spółdzielcze powinny razem, czy też osobno, starać się przetrwać okres obecnych zmian i szukać dróg rozwoju?

Podczas dyskusji podkreślano, że wciąż trzeba myśleć o tym, co będzie jutro. Można zdobywać nowego klienta cyfrowego, ale trzeba także myśleć o tym analogowym. Ważne jest doświadczenie wyniesione z pierwszego kontaktu z klientem. Bank musi przygotowywać produkty i usługi na jego zamówienie. Trzeba też potrafić przetwarzać ogromną liczbę danych, których wciąż będzie przybywało.

Dziś banki spółdzielcze mają coraz mniej czasu na wprowadzenie zmian technologicznych. Najważniejszy pozostaje jednak klient, bo to on zmienia bank poprzez swoje wymagania. A potrzeby klientów banków spółdzielczych są obecnie takie same, jak komercyjnych. Ale to wymaga dobrego przygotowania pracowników do wdrażania nowoczesnych technologii.

Wciąż pojawiającym się pytaniem jest to, w jaki sposób sfinansować postęp technologiczny. Dlatego wiele nowych rozwiązań trzeba wprowadzać na poziomie zrzeszeń. Inwestycje w nowe technologie z pewnością z czasem będą procentować. Ale ważne jest żeby stało się to jak najszybciej zwłaszcza, że na rozwój systemów informatycznych można właściwie wydawać bez końca, przy obecnym postępie w rozwoju tych technologii. Banki spółdzielcze powinny więc dzielić się wdrożeniami, które już zostały sprawdzone przez innych. Zmiany technologiczne powinny być przygotowywane razem ze zrzeszeniami, bo wówczas przeznaczone na nie środki finansowe będą wydawane bardziej efektywnie.

Czego można oczekiwać
w najbliższej przyszłości?
Z pewnością będziemy mieli do
czynienia ze sztuczną inteligencją,
wirtualną rzeczywistością,
FinTech-ami, lokowaniem danych
w internetowej chmurze itp.
Takie zmiany dotyczą właściwie
wszystkich branż, a ci, którzy ich
nie będą wprowadzać, znikną
z rynku. Warto też pamiętać, że
obecne FinTech-y, to już niekiedy
wielkie firmy, takie jak Google, czy
Amazon, o globalnym zasięgu.

Z czasem z pewnością spadną płatności gotówkowe w bankach spółdzielczych, bo gotówka będzie kosztowała coraz więcej, a klienci lokalni stają się dzisiaj globalnymi. Nadal jednak oszczędności większość z nas woli przechowywać w bankach, do których wciąż jest bardzo duże zaufanie. Ale i to może się zmienić, ponieważ młodzi ludzie nie mają takich przyzwyczajęń, jak starsi i nie myślą o posiadaniu, ponieważ wiele rzeczy można obecnie wypożyczyć. I wcale nie trzeba ich mieć na własność.

Przyszłość biznesu bankowego wiąże się także z sytuacją demograficzną. A to oznacza, że bankowość mobilna nie zdominuje całkowicie usług finansowych.

Do 2045 roku ubędzie 6 mln Polaków

a blisko 1/3 z nich (30%) będzie miała ponad 60 lat. Dlatego już dzisiaj sektor bankowości spółdzielczej powinien zacząć planować swoją przyszłość. Zdaniem uczestników Forum banki spółdzielcze nadal powinny utrzymywać relacyjność z klientami, niezależnie od postępującego rozwoju technologicznego. Oba zrzeszenia chcą też rozwijać swoje centra usług wspólnych, które mają na celu inspirowanie zmian biznesowych, rozwój sieci informatycznych, zapewnienie lepszego bezpieczeństwa, wspieranie klientów, a także pracowników banków, korzystających z usług oferowanych przez takie centra. Ważne jest żeby wiele działań służących rozwojowi tego sektora podejmować wspólnie, bo przecież większość pomysłów i rozwiązań znajduje się w samych bankach spółdzielczych. Warto wykorzystać dobrze przygotowane i wykształcone kadry tych banków, znających najlepiej wszystkie zalety i wady tego sektora gospodarki. ●

Technologia na rzecz biznesu

Drugi dzień tegorocznego FTBS

Drugi dzień tegorocznego Forum Technologii Banków Spółdzielczych (FTBS) rozpoczął się od panelu dyskusyjnego pt. „Bancassurance jako przykład efektywnego wdrażania technologii do kreowania dochodów pozaodsetkowych w bankach spółdzielczych”.

Robert Azembski

W panelu dyskusyjnym, sprawnie moderowanym przez Macieja Małka – zastępcę redaktora naczelnego „Miesięcznika Finansowego Bank”, wzięli udział: Paweł Kapel – prezes zarządu Banku Spółdzielczego w Lubaczowie, Dariusz Konofalski – prezes zarządu Banku Spółdzielczego w Płońsku, Dorota Niewiadomska – prezes zarządu Banku Spółdzielczego w Namysłowie, Kamil Parzuchowski – Business Development Assecos Poland S.A. oraz Marcin Wąsikowski – dyrektor zarządzający rozwojem sprzedaży Bancassurance w AXA Ubezpieczenia.

Dorota Niewiadomska prezes zarządu

Banku Spółdzielczego w Namysłowie podkreśliła, że dynamika wzrostu przychodów z ubezpieczeń jest w sektorze średnio o 20% wyższa r/r. Udział w sprzedaży produktów ubezpieczeniowych w przychodach odsetkowych ogółem rośnie sukcesywnie i dotyczy to także segmentu ubezpieczeń kredytów. W czasach, gdy klienci są coraz bardziej wymagający, namysłowski bank chętnie sięga po technologie wspomagające sprzedaż i późniejszą opiekę na klientami, którzy wykupili polisy. Jednak nie zapomina o tzw. klientach analogowych. Marcin Wąsikowski, dyrektor zarządzający rozwojem sprzedaży Bancassurance w AXA Ubez-

pieczenia, zauważył, że technologie sprzyjają nie tylko zakupowi produktu ubezpieczeniowego, ale są także bardzo przydatne w obsłudze posprzedażowej, kiedy to trzeba właściwie monitorować zachowania klienta, pamiętać o terminach wygasania umów ubezpieczeniowych. Można je wykorzystywać także w procesie odnawiania kontraktów ubezpieczeniowych. Technologie, które pomagają bankom pozyskać nowych klientów w ramach bancassurance oraz zatrzymywać starych, nie są jednak „samograjem”. Ich efektywne spożytkowanie wymaga nie tylko dobrej współpracy przy implementacji technologii, ale i później, z ubezpieczeniowymi doradcami klienta. Mówiąc o cenach produktów ubezpieczeniowych, Paweł Kapel, prezes zarządu Banku Spółdzielczego z Lubaczowa zwrócił uwagę na fakt, że ceny te w bankach spółdzielczych, w porównaniu z bankami komercyjnymi, nie różnią się znacząco i w związku z tym nie powinno się wyłącznie na cenach budować przewagi konkurencyjnej na rynku. Prezes Banku Spółdzielczego w Lubaczowie potwierdził to, na co inni też zwracali uwagę, że z roku na rok sprzedaż polis wzrasta, ostatnio wzrosła o ok. 20% w 2018 roku, w stosunku do 2017 roku. W toku dyskusji pojawiła się także myśl, że udział sprzedaży produktów ubezpieczeniowych i bancassurance w sprzedaży ogółem w bankach spółdzielczych

>>



Uczestnicy Forum Technologii Bankowości Spółdzielczej

oraz w dochodach pozaodsetkowych mógłby być jeszcze wyższy, gdyby więcej pracowników miało możliwość wyszkolenia się i skoncentrowania na współpracy z klientami w ramach bancassurance.

Podczas dyskusji jeszcze raz podkreślono fakt, że banki spółdzielcze powinny tworzyć bankowość mobilną. Tego, że przyszłość bankowości należy do kanału mobilnego, nie trzeba nikomu powtarzać. Warto jednak zwrócić uwagę na fakt, że mobilne kanały sprzedaży mogą również z znakomitym sposobem sprzyjać sprzedaży także produktów bankowo-ubezpieczeniowych.

Tematem drugiego

a zarazem ostatniego panelu dyskusyjnego drugiego dnia Forum, były „FinTech-y i robotyka – technologiczne rozwiązania dla bankowości spółdzielczej”. Wzięli w nim udział moderujący dyskusję Wojciech Pantkowski – dyrektor zespołu Systemów Płatniczych i Bankowości Elektronicznej, Maciej Kostro – doradca zarządu Związku Banków Polskich, a także Grzegorz Flanz – wiceprezes Banku Spółdzielczego w Toruniu, Grzegorz Kuliszewski – dyrektor Sektora Finansowego IBM Polska, Mariusz Mielnik – dyrektor Departamentu IT SGB-Banku SA i dr hab. Andrzej Sobczak, profesor Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie.

W badaniu, które przeprowadził KPMG pośród klientów banków spółdzielczych, przy omawianiu usług BS-ów wzięto pod uwagę m.in. ich usytuowanie na rynku i efektywność sprzedaży. Z badania wynika, że większość BS-ów podchodzi poważnie do wszystkiego, co wiąże się z obawami bankowców o działalność FinTech-ów i ma świadomość różnic pomiędzy tymi dwoma rodzajami instytucji – takim wstępem zainaugurowano ostatni już podczas FTBS panel dyskusyjny. Zgoda dyskutantów dotyczyła tego, że wszyscy spodziewają się dużej ofensywy FinTech-ów. Ale wiele banków spółdzielczych nie uwzględnia jeszcze w swojej strategii wewnętrznej faktu, że działalność FinTech-ów można

postrzegać także, jako jedną ze znaczących szans. Powyższe kwestie nurtowały panelistów, szczególnie Wojciecha Pantkowskiego, dyrektora zespołu Systemów Płatniczych i Bankowości Elektronicznej w ZBP oraz Macieja Kostro, doradcę zarządu ZBP. Z kolei o wykorzystaniu robotyki w pracy banków mówił z dużym przekonaniem dr hab. Andrzej Sobczak, prof. SGH w Warszawie. Panelista zasygnalizował możliwość wykorzystania robotów dedykowanych do obsługi poszczególnych czynności bankowych. Wiąże się z tym jednak także problemy, bo nieraz sami szefowie IT boją się systemów jeszcze niedopracowanych, a których zadaniem jest identyfikacja poszczególnych klientów i wspomaganie procesów sprzedaży.

Cyfrowy model współpracy

pomiędzy bankami, a szczególnie firmami mikro, omówił Michał Pawlik, prezes Zarządu SMEO. Podczas prezentacji pt. „Cyfrowy faktoring online – gotowy do implementacji w każdym banku” opisał on technologię, która nie tylko przyspieszy proces sprzedaży produktów, ale która poprzez zautomatyzowane wykupowanie faktur ulży tym bankom, które nie przyjmowały dużych zastawów pod kredyty. W dużym stopniu temat dotyczy także firm pozabankowych udzielających znaczących pożyczek bez zabezpieczenia. Prof. Grzegorz Flanz, wiceprezes Banku Spółdzielczego w Toruniu, proponuje, by roboty przetestować w praktyce – w niesieniu pomocy i porządkowaniu spraw kadrowych, czy płacowych. Rolą człowieka będzie dostarczenie potrzebnych danych, które będą przetwarzane przez robota, a także przygotowywanie odpowiednich symulacji dla instytucji finansowej. Płacowa i kadrowa robotyzacja będzie systematycznie i nieubłaganie wchodzić do banków. Wiadomo jednak, że na tym odcinku ludzie będą nadal potrzebni. Pozostaje jednak pytanie, co stanie się z ludźmi, których zastąpią booty, ale i ci będą mogli znaleźć pracę na innych stanowiskach w banku, także tych związanych z nowymi technologiami. ●

Konceptja open banking

i jej znaczenie dla banków

dr hab. **Emil Ślęzak**, prof. SGH, Instytut Bankowości,
Szkola Główna Handlowa w Warszawie

Główne wymiary open banking

Podobnie, jak Dyrektywa PSD zmieniła strukturę dostawców płatności poprzez uwzględnienie nowego rodzaju podmiotów (tj. instytucja płatnicza, biuro usług płatniczych), tak jej nowa wersja czyli PSD 2 usankcjonowała funkcjonowanie nowej kategorii dostawcy usług płatniczych, tzw. strony trzeciej (TPP – Third Party Service Provider)¹. W konsekwencji, implementacja Dyrektywy PSD 2 na rynku krajowym poprzez nowelizację w zeszłym roku Ustawy o usługach płatniczych poszerzyła grono dostawców usług płatniczych poprzez uwzględnienie w art. 4 pkt 2 podmiotów świadczących wyłącznie usługę dostępu do informacji o ra-

chunku². Zmiany są jednak znacznie szersze, gdyż dodatkowo usankcjonowano funkcjonowanie nowej kategorii podmiotów, które mogą uczestniczyć w realizacji płatności, lecz bez możliwości objęcia w posiadanie środków płatniczych klienta na każdym etapie jej procesowania. Świadczenie usług inicjowania transakcji płatniczej, jak i dostępu do informacji o rachunku, należą zgodnie z art. 3 Ustawy do zamkniętego katalogu usług płatniczych.

Funkcjonowanie TPP wpisuje się w praktyczną realizację postulatów Komisji Europejskiej dotyczącego podniesienia innowacyjności rynku usług płatniczych w ramach tzw. *open banking*. Konceptja ta opiera się na usprawnieniu procesów realizacji płatności i dostosowanie ich do tempa rozwoju

1. Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2015/2366 z dnia 25 listopada 2015 r. w sprawie usług płatniczych w ramach rynku wewnętrznego, zmieniającej dyrektywy 2002/65/WE, 2009/110/WE, 2013/36/UE i rozporządzenie (UE) nr 1093/2010 oraz uchylającej dyrektywę 2007/64/WE.

2. Ustawa z dnia 10 maja 2018 r. o zmianie ustawy o usługach płatniczych oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. 2018 poz. 1075)

handlu elektronicznego i mobilnego. Środkiem dla osiągnięcia tego celu jest nałożenie obowiązku zapewnienia ścisłej integracji systemów IT dostawców rachunków płatniczych (głównie banków) i systemów informatycznych podmiotów świadczących dla klientów usługi online (np. sklepów internetowych). Integracja ma odbywać się poprzez zapewnienie „otwartości” interfejsów programistycznych (API – Application Programming Interface).

W dużym skrócie open API umożliwia szybką i łatwą komunikację pomiędzy aplikacjami różnych podmiotów. Przykładem takiego rozwiązania jest proces automatycznego stworzenia konta dla zalogowania się na stronie internetowej sklepu poprzez wykorzystanie danych z już istniejącego konta klienta na Facebooku lub w innych mediach społecznościowych, tj. bez konieczności każdorazowego uzupełniania danych. Wyróżnia się dwa rodzaje API:

- webowe,
- natywne.

Webowe API

wykorzystuje do komunikacji pomiędzy stronami internetowymi protokół HTTP. Ponieważ protokół ma charakter uniwersalny, a więc nie jest związany określonym językiem programowania i nie jest domeną określonego systemu operacyjnego, webowe API mają powszechne zastosowanie w Internecie. Natomiast natywne interfejsy programistyczne są w istocie bibliotekami systemowych kodów, które ułatwiają automatyczne programowanie zadań (np. tworzenie menu kontekstowego). Przykładem natywnego API może być popularna biblioteka jQuery, która umożliwia programowanie w wygodny i przejrzysty sposób w języku JavaScript. Tym samym pod kluczowym dla *open banking* pojęciem open API można rozumieć udostępnienie przez bank części bibliotek wewnętrznych, które mogą posłużyć podmiotom zewnętrznym do integracji z rachunkiem płatniczym klienta w danym banku i automatycznej obsługi płatności inicjowanych przez tego klienta.

W ramach *open banking* wyróżnia się dwa nowe rodzaje usług zdalnych związanych z rachunkiem płatniczym i świadczonych przez podmiot trzeci (TTP), tj.:

- dostępu do informacji o rachunku (AIS – Account Information Service) – w ramach, której TTP na podstawie otrzymanego upoważnienia od swojego klienta umożliwia zaimportowanie danych o płatnościach i saldach pochodzących z różnych rachunków płatniczych, a następnie zaprezentowanie tych zbiorczych danych w jednym profilu agregującym online lub w aplikacji mobilnej. Usługi AIS są najczęściej związane z aplikacjami służącymi do zintegrowanego zarządzania budżetem (PFM – Personal Finance Management). Innym przykładem usług AIS są internetowe porównywarki cen, które oferują pomoc w wyborze usług i produktów finansowych od różnych instytucji;

- inicjowania płatności (PIS – Payment Initiation Service) – w ramach której TPP działając z tytułu udzielonego mu upoważnienia od klienta kieruje do banku zlecenie transferu środków pieniężnych na rzecz innego podmiotu (np. sklepu internetowego) z rachunku płatniczego klienta prowadzonego przez ten bank. Tym samym TPP w ramach usługi PIS umożliwia dokonywanie płatności bezpośrednio z rachunku płatniczego, a nie za pomocą karty płatniczej obsługiwanej przez systemy (np. Visa lub MasterCard) i to bez angażowania klienta w tym procesie. Jednakże, co ważne, dostawca usługi PIS obsługuje wyłącznie komunikaty wykorzystując w tym celu zintegrowany interfejs programistyczny zapewniający dostęp do usługi płatniczej, tj. komunikację pomiędzy API sklepu internetowego, a API banku płatnika. Natomiast środki pieniężne na każdym etapie usługi PIS pozostają poza zasięgiem TPP (art. 59 punkt 3 Ustawy).

Zainicjowana przez PSD 2 koncepcja *open banking* oznacza dla banków konieczność zmodyfikowania dotychczasowych zasad funkcjonowania na rynku usług płatniczych. Z jednej strony, banki muszą określić swój własny model biznesowy w zakresie stopnia integracji usług PIS oraz AIS we własnych systemach informatycznych. Z drugiej strony, niezbędne są zmiany w umowach i regulaminach świadczenia usług dla użytkowników rachunków płatniczych poprzez uwzględnienie możliwej obecności nowego podmiotu, tj. strony trzeciej (TPP) w procesie wykonywania usługi płatniczej.

Banki muszą udostępnić

swój interfejs API dla każdego podmiotu zewnętrznego, który uzyskał status zaufanej strony trzeciej (TPP). Każdorazowe inicjowanie transakcji z usługą PIS czy AIS jest automatycznie weryfikowane przez bank na podstawie danych zawartych w kwalifikowanym certyfikacie, który autoryzuje dany podmiot w infrastrukturze podpisu elektronicznego. Tym samym na gruncie PSD 2 bank nie ma możliwości dyskryminowania lub uprzywilejowania określonych TTP na tle pozostałych podmiotów, lecz jest zobowiązany niezwłocznie przekazać lub udostępnić dostawcy PIS lub AIS informacje o zainicjowaniu transakcji płatniczej oraz informacje dotyczące wykonania transakcji płatniczej. W praktyce oznacza to, że usługi PIS czy AIS są udostępnione w danym banku dla wszystkich podmiotów, którzy spełnili standardy techniczne dotyczące silnego uwierzytelniania klienta oraz zapewnili wspólne i bezpieczne standardy komunikacji z bankiem poprzez API. Równocześnie TTP świadczący usługi AIS dla klienta banku musi mieć zagwarantowany dostęp do wszystkich systemów płatności w danym banku – zarówno przelewów tradycyjnych, jak i natychmiastowych. W zakresie dostępności usług płatniczych nie ma znaczenia, czy klient danego banku korzysta z usług płatniczych samodzielnie, czy za pośrednictwem TPP.

>>

Warto podkreślić

iż świadczenie usług PIS jest licencjonowane przez KNF. Ustawa o usługach płatniczych określa, że usługi PIS mogą być świadczone przez trzy kategorie dostawców, tj. banki (w tym banki spółdzielcze), SKOK-i oraz krajowe instytucje płatnicze. W przypadku banków nie są konieczne dodatkowe zezwolenia, natomiast krajowe instytucje płatnicze muszą wystąpić ze stosownym wnioskiem do KNF.

Zgodnie z art. 4.3 Ustawy o usługach płatniczych świadczenie usług AIS wymaga uzyskania uprzednio wpisu do rejestru dostawców usług płatniczych i wydawców pieniądza elektronicznego prowadzonego przez Komisję Nadzoru Finansowego. W zakresie form prawnych świadczenia usług AISP katalog podmiotów obejmuje również agentów tj. osób fizycznych, osób prawnych oraz jednostek organizacyjnych niebędących osobami prawnymi, którym ustawa przyznaje zdolność prawną, działających w imieniu i na rzecz AISP wyłącznie w zakresie świadczenia usługi dostępu do informacji o rachunku. TTP na potrzeby świadczenia usług AIS może tworzyć też oddziały – wyodrębnione i samodzielne organizacyjnie części działalności gospodarczej, wykonywanej poza siedzibą lub głównym miejscem wykonywania działalności. Dane dotyczące agentów i oddziałów AISP dostępne w rejestrze.

Należy też pamiętać, iż zgodnie z art. 41.5 bank, który prowadzi rachunek klienta, może odmówić dostawcy świadczącemu usługę AIS lub PIS dostępu do danego rachunku płatniczego z obiektywnie uzasadnionych i należyście udokumentowanych przyczyn. Przestankami takiej odmowy są podejrzenia banku związane z nieuprawnionym lub nielegalnym dostępem do rachunku płatniczego przez dostawcę AIS lub PIS, w tym nieuprawnionym zainicjowaniem transakcji płatniczej. Co do zasady, informacja ta jest przekazywana płatnikowi przed odmową dostępu, a najpóźniej bezzwłocznie po takiej odmowie, nie później jednak niż w dniu roboczym następującym po dniu takiej odmowy.

Model biznesowy banków w open banking

W ramach procesów dostosowawczych do PSD 2 banki nie tylko muszą spełnić minimalne wymogi w zakresie interoperacyjności systemów informatycznych do współdziałania z TTP (np. uproszczone logowanie, integracja płatności kartowych) poprzez open API, ale również mogą rozszerzyć funkcjonalność swojego API poprzez zaoferowanie swoim

klientom nowego wymiaru usług płatniczych. Przy okazji dostosowania do nowych regulacji, bank może wzbogacić zakres swoich usług poprzez włączenie różnorodnych aplikacji do zarządzania finansami osobistymi (PFM), a nawet usprawnić eksport i import danych do zewnętrznych aplikacji księgowych swoich klientów.

W ramach *open banking* banki mogą wykorzystać swoją pozycję specjalistycznych dostawców usług płatniczych poprzez sprzedaż usług związanych z zarządzaniem finansami osobistymi innym podmiotom rynkowym – szczególnie tzw. FinTech-om.

Należy pamiętać, iż działania regulacyjne nie są wystarczające dla materializacji idei *open banking*. W tym zakresie potrzeba również presji konkurencyjnej na rynku usług płatniczych. Dlatego wciąż otwarte jest pytanie, czy zachowania klientów będą w najbliższej przyszłości skłaniać banki do udziału akurat w tej walce konkurencyjnej. Wątpliwe jest również, aby klienci szybko zmienili swoje dotychczasowe przyzwyczajenia w zakresie przestrzegania standardów bezpieczeństwa bankowości elektronicznej i zaczęli masowo dzielić się dostępem do swoich danych finansowych niebankowym TTP w ramach open API.

Dobrym przykładem

w tym zakresie mogą być usługi weryfikacji zdolności kredytowej w przypadkach kredytów konsumenckich, czy narzędzia do zarządzania tożsamością klientów (profil zaufany) w dostępie do innych usług komercyjnych lub publicznych. Dzięki standardom prawnym określającym zasady *open banking* banki mogą wykorzystać niskie ryzyko prawne dla rozwoju funkcjonalności istniejących już aplikacji księgowych zasilanych danymi zewnętrznymi. Wraz z Dyrektywą PSD 2 i nowelizacją ustawy o usługach płatniczych, transfer danych pomiędzy API różnych banków może stać się standardem dla szybkiej weryfikacji danych i oceny zdolności kredytowej w ramach procedur udzielania kredytów czy pożyczek wyłącznie drogą zdalną. Udostępnianie zdalne danych stanie się regułą, a nie wyjątkiem wymagającym

procesu negocjacji z podmiotami rynkowymi, w tym przede wszystkim każdorazowej akceptacji z ryzykiem zakwestionowania działań przez regulatora.

Open banking

przyczyni się niewątpliwie do wzrostu transparentności rynku usług płatniczych i umożliwi dalszą ekspansję rynkową podmiotów z sektora FinTech. Przykładowy model biznesowy TTP może uwzględniać tworzenie porównywarek cenowych rachunków i usług płatniczych według różnych spersonalizowanych filtrów, a następnie umożliwienie składania wniosków dla szybkiego i intuicyjnie prostego dla klienta procesu otwierania rachunku płatniczego w każdym banku. Obniżenie kosztów poprzez ułatwienie interakcji z FinTech ułatwia bankom korzystanie z szerokiej gamy możliwości produktów i usług oferowanych przez start-upy sektora FinTech. W ramach *open banking* banki mogą zazwyczaj współpracować bezpośrednio z FinTech-ami, aby samodzielnie się szkolić, eksperymentować, a nawet samodzielnie tworzyć

usługi. Jest to szczególnie istotne dla mniejszych banków, takich jak banki spółdzielcze, które będą mogły nawiązać bezpośredni kontakt z FinTech-ami w taki sposób, aby stosunkowo szybko i łatwo włączyć do swojej oferty innowacje finansowe. Udostępnienie usług w środowisku „plug-and-play” zmniejsza ryzyko inwestycyjne w obszarze nowych technologii.

W ramach open banking

banki są zmuszone do udostępniania nieprzetworzonych informacji o rachunkach klientów (w tym historii transakcji i sald) autoryzowanym stronom trzecim w bezpieczny sposób za pomocą zestawu standardowych interfejsów API. Dostawcy zewnętrzni (inne banki, FinTech-y, operatorzy telekomunikacyjni, ubezpieczyciele) mogą następnie wykorzystywać te interfejsy API do osadzenia tych danych na swoich platformach w celu ulepszenia oferowanych przez siebie produktów i usług. Proces ten jest analogiczny do przykładowego osadzania map Google na stronach internetowych lub umieszczania przycisku „zaloguj się za pomocą Facebooka” w aplikacjach klientów lub wprost na stronie internetowej.

O ile banki pod wpływem *open banking* są zmuszone eksportować dane, nie należy zapominać, iż w ramach tych samych regulacji mogą również korzystać na ich importowaniu. W ramach *open banking* banki mogą łatwo włączać funkcje produktów i usług dostarczane przez partnerów zewnętrznych do własnych ofert. Dane te pozwolą na stworzenie nowej architektury rozbudowanych i spersonalizowanych programów obsługi klienta. Dzięki temu można szybko ulepszyć spersonalizowaną obsługę klientów bankowych, budować lojalność klientów, generować nowe źródła dochodów i obniżyć koszty operacyjne banków.

W przypadku banków procesy importu danych stwarzają możliwość dodania produktów i usług bankowych, których dotychczas banki nie chciały zaoferować z powodu zbyt wysokich kosztów. Można sobie wyobrazić, że wszystkie banki spółdzielcze w zrzeszeniu mogą wówczas mieć szeroki dostęp do rozbudowanego profilu usług i analizy ryzyka klientów ze wszystkich banków. Dzięki łatwej możliwości importowania danych i włączania produktów zewnętrznych banki mogą oferować nowe kredyty, produkty ubezpieczeniowe lub formy transferu pieniędzy, które nie mieszczą się aktualnie w ich profilu działalności lub apetycie na ryzyko. W konsekwencji bank może rozszerzyć usługi kredytowe online dla małych firm, zapewniając im dostęp do szybkich pożyczek, które aktualnie są zbyt ryzykowne ze względu na problem oceny zdolności kredytowej.

Możliwość łatwego wdrażania

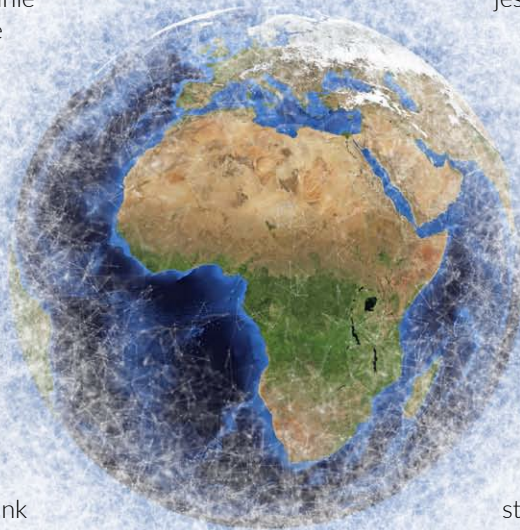
nowych usług i produktów zwiększy również tempo rozwoju innowacji bankowych. Poprzez interfejsy API proces wprowadzania przez bank nowych rozwiązań produktowych, dopasowanych do aktualnych potrzeb klientów (np. spersonalizowanej karty kredytowej) może zostać diametralnie skrócony.

Banki zwiększą możliwości wykorzystania interfejsów API np. do sprzedaży kredytów ratalnych w celu sezonowej promocji sklepów internetowych bez uzależnienia swojej oferty od dostępności systemów informatycznych sklepów internetowych. Dzięki integracji systemów informatycznych banków z systemami IT takich podmiotów zewnętrznych jak agencje nieruchomości czy firmy leasingowe, banki mogą łatwiej rozwinąć paletę własnych usług poprawiając rentowność relacji i zwiększając satysfakcję klienta.

Wyzwaniem dla banków

jako agregatorów danych finansowych, mogą być usługi finansowe oferowane we własnym zakresie przez podmioty niebankowe. Jednakże uwzględnienie bardzo mocnej pozycji banków w Polsce pod względem zaufania jakim darzą ich klienci, to zagrożenie w najbliższych latach nie jest realne. Kolejne lata pokażą czy zakres agregacji danych dostarczanych przez banki będzie wystarczająco atrakcyjny dla najmłodszych segmentów klientów, czyli tzw. millenialsów. To samo wyzwanie dotyczy również usług inicjowania płatności. Jednakże banki w relacji z tymi klientami nie stoją na straconej pozycji. Dzięki płatnościom One Touch, zarówno karty Visa, jak i Mastercard, już obecnie przyspieszają realizację transakcji płatniczych na rynku e-commerce. Stąd też jest mało prawdopodobne, aby nowa usługa inicjowania płatności z TTP szybko uzyskała masową akceptację. Sklepy internetowe już aktualnie współpracują z bankami, aby ominąć płatności kartowe i znaleźć tańsze sposoby akceptowania płatności online oraz zwiększyć zadowolenie klientów dzięki takim usługom jak łatwiejsze zwroty pieniędzy. Tym samym, brak zachęt ekonomicznych dla klientów przy korzystaniu z nowych usług inicjowania płatności może oznaczać, że PSD 2 i inicjacja płatności przez stronę trzecią nie spełnią oczekiwań rynkowych. Jeżeli klienci nie dostrzegą żadnych istotnych przesłanek do zmiany sposobu płatności (np. jak silne uwierzytelnienie dwuskładnikowe) może okazać się, że idea *open banking* pozostanie tylko teorią regulatorów europejskich.

Należy pamiętać, iż działania regulacyjne nie są wystarczające dla materializacji idei *open banking*. W tym zakresie potrzeba również presji konkurencyjnej na rynku usług płatniczych. Dlatego wciąż otwarte jest pytanie, czy zachowania klientów będą w najbliższej przyszłości skłaniać banki do udziału akurat w tej walce konkurencyjnej. Wątpliwe jest również, aby klienci szybko zmienili swoje dotychczasowe przyzwyczajenia w zakresie przestrzegania standardów bezpieczeństwa bankowości elektronicznej i zaczęli masowo dzielić się dostępem do swoich danych finansowych niebankowym TTP w ramach open API. Konkludując, przyszłość *open banking* zarówno dla banków jak i rynku usług płatniczych stawia wciąż więcej pytań niż przynosi odpowiedzi. ●



Nowoczesne rozwiązania dla bankowości spółdzielczej – Platforma PIVOTAL

Odpowiedzią na potrzeby banków spółdzielczych w zakresie zarządzania relacjami z klientem i procesami bankowymi, mogą być systemy wielobankowe, które wdrażane wspólnie i obsługiwane przez jeden zespół IT, pozwolą zachować autonomię poszczególnych banków. Korzystające z takich rozwiązań banki zyskają nowoczesne rozwiązanie informatyczne, przynoszące korzyści dla każdego banku indywidualnie, a koszty zostaną podzielone pomiędzy partnerów.

Bank spółdzielczy, to nie jest zwykły bank

Banki spółdzielcze, to unikatowy model bankowości. To instytucje, które wpisały się już na stałe w życie społeczności lokalnych. Są postrzegane przez klientów jako coś więcej niż tylko instytucje finansowe. To banki mniejsze, lokalne, znające swoich klientów oraz budzące wśród nich zaufanie. Niektóre znane marki banków komercyjnych zakończyły swą działalność na przestrzeni minionych lat, a banki spółdzielcze nadal istnieją. Nadszedł czas, aby we współczesnym, cyfrowym świecie połączyć dobre tradycje z innowacyjnymi rozwiązaniami technologicznymi. „Dostęp i efektywne wykorzystanie nowych technologii, to nie tyl-

ko szansa lub nadzieja sektora bankowości spółdzielczej, ale jeden z głównych warunków jego przetrwania i rozwoju” – powiedział Mirosław Skiba, prezes zarządu SGB-Banku.

Rosnące oczekiwania klientów

Żyjemy w epoce cyfrowej, w której klienci są przyzwyczajeni, że wiele rzeczy załatwiają online. Aplikacje w smartfonie dają im szybki dostęp do zakupu produktów i usług. Klienci banków chcą składać wnioski przez Internet i oczekują od banku takiego dostępu do swoich produktów bankowych. Obecnie szybka obsługa i przyjazny interfejs jest naturalnym i nieodzow-

nym elementem rzeczywistości. „Szybki dostęp” to trend, który wyznacza kierunek rozwoju instytucji finansowych i wymaga innowacyjnych rozwiązań, zarówno w instytucjach globalnych jak i lokalnych.

Odpowiedzią na potrzeby rynku jest system na Platformie PIVOTAL, który aktywnie skracza czas obsługi klienta od momentu pierwszego kontaktu klienta z bankiem do zakończenia transakcji. Umożliwia to automatyzacja czynności powtarzalnych i procesu analizy informacji o kliencie, z automatycznym pobieraniem danych z systemów i baz zewnętrznych. Pozwala to skutecznie uwolnić czas doradcy klienta i zwiększyć efektywność obsługi klientów.

Wiele banków, zwłaszcza lokalnych może mieć wątpliwości, czy sprostają nowym wymaganiom, jakie stawiają przed nimi globalna cyfryzacja, idąca za tym modernizacja i współczesny rynek. Wiceprezes zarządu SGB-Banku Błażej Mika na XI Forum Technologii Banków Spółdzielczych powiedział – „Wierzę, że nie ma żadnego powodu,



żebyśmy nie byli w stanie zaferować tak samo dobrych i innowacyjnych rozwiązań jak sektor komercyjny. Jednak aby osiągnąć ten cel, musimy się zmieniać, musimy patrzeć bardzo mocno na klienta, na jego doświadczenie, na to jak korzysta z bankowości. Musimy zacząć upraszczać pewne procesy, a to jest możliwe tylko dzięki postępującej digitalizacji i współpracy z partnerami z zewnątrz”.

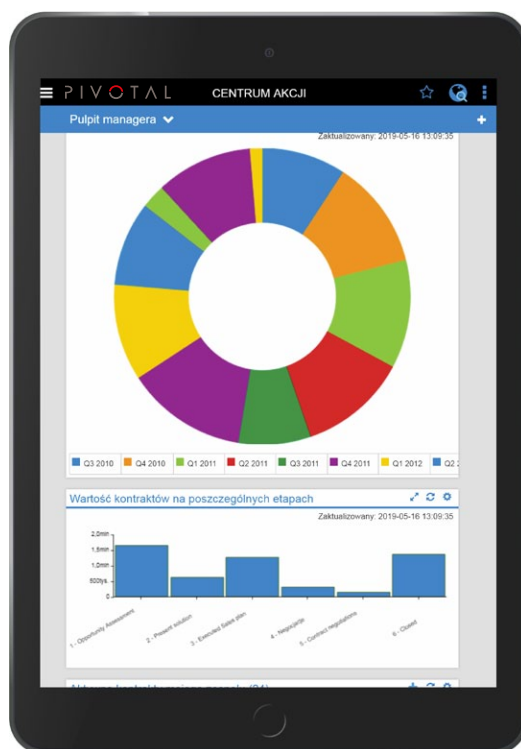
Wiele banków spółdzielczych z grupy BPS już podjęło to wyzwanie. Od stycznia 2019 r. CRUZ sp. z o.o. z Grupy BPS i PIVOTAL Polska prowadzi wspólny projekt pod nazwą SFinX (Sprzedaż Finans Innowacyjność X-sell), o czym na konferencji FTBS mówiła Jolanta Orełko, reprezentująca firmę PIVOTAL Polska.

Nowoczesne systemy bankowe – wdrażać razem czy osobno?

Na XI FTBS prezes zarządu SGB-Banku Mirosław Skiba powiedział – „Najważniejszym zadaniem pozostaje budowa platformy, pozwalającej na obsługę dość zróżnicowanych banków”.

W bankowości, podobnie jak w wielu innych biznesach, liczy się efekt skali. Każdy bank ponosi koszty stałe związane z utrzymaniem back office, które w rachunku ekonomicznym musi podzielić przez liczbę klientów. Im mniejsza skala działania, tym wskaźnik mniej korzystny. W jaki zatem sposób wdrażać systemy informatyczne? Najlepszym rozwiązaniem jest system wielobankowy, który może być wdrożony dla wielu banków oraz być obsługiwany przez jeden zespół IT z zachowaniem w określonym zakresie samodzielności i autonomii poszczególnych banków korzystających z systemów. PIVOTAL Polska posiada nowoczesną platformę wielobankową, która odpowiada potrzebom i oczekiwaniom banków spółdzielczych. Wspólne wdrożenie tego rozwiązania pozwoli zachować autonomię bankom i korzystać z efektów synergii. Platformę PIVOTAL można wdrażać jednocześnie razem i osobno.

Implementacja nowych rozwiązań, czyli nie takie wdrożenia straszne, jak je malują
Wdrożenie nowej technologii może wydawać się przedsięwzięciem trudnym do zrealizowania, mogącym sprawiać utrudnienia



w codziennej pracy banku. Wybór doświadczonego partnera pozwala na zastosowanie sprawdzonych metod wdrożenia. Może być ono prowadzone etapowo i realizowane z uwzględnieniem potrzeb priorytetowych. Na szczeblu pojedynczego banku pierwszym etapem może być zbudowanie zintegrowanego Widoku klienta 360, wdrożenie modułu zarządzania kampaniami sprzedażowymi, bądź automatyzacja i usprawnienie systemu wspierającego proces kredytowy. Przemyślane i dobrze zaplanowane zadania sprawiają, że wdrożenie nowego rozwiązania IT nie zakłóci bieżącej działalności banku, wprowadzając znaczne ułatwienia w codziennej pracy doradców, analityków i decydentów.

Czy już wszystko zostało powiedziane?

Wdrożenie systemów informatycznych może kojarzyć się z kosztami. Trzeba na to jednak spojrzeć także z drugiej strony. Systemy, to narzędzia do zarabiania pieniędzy, co zostało wielokrotnie potwierdzone w praktyce. Zoptymalizowane i zautomatyzowane procesy, to z jednej strony oszczędności, a z drugiej nowe możliwości. Wdrożenie procesów związanych z obsługą kampanii sprzedażowych pozwoli pro-aktywnie odpowiadać na potrzeby klientów i efektywnie sprzedawać im nowe produkty i usługi. Wprowadzenie zaawansowanych narzędzi windykacyjnych poprawi ścisłałność należ-

ności i zmniejszy straty z tytułu niespłaconych kredytów. Widok Klienta 360 umożliwi przejrzystą prezentację wszystkich informacji o kliencie, jego potrzebach, relacjach, obecnych i potencjalnych produktach. Jest to niezbędne narzędzie do kompleksowej prezentacji informacji i zarządzania relacjami z klientem.

W banku pracuje wiele systemów i modułów. Połączone w całość ułatwiają, czy wręcz wykonują dotychczas żmudną pracę pracowników banku. Szybkie i niezawodne systemy pozwalają obsłużyć większą liczbę klientów i wyjść im naprzeciw. Banki spółdzielcze w odpowiedzi na zmieniające się wymagania rynkowe podążają za standardami obsługi klienta, które mają znaczący wpływ na decyzje zakupowe, zwiększanie skali sprzedaży i rentowności banku.

PIVOTAL – sprawdzona platforma i doświadczony partner

PIVOTAL Polska to firma posiadająca duże doświadczenie w szczególności w branży finansowej. Dostrzega i identyfikuje potrzeby biznesowe i technologiczne banków spółdzielczych, co ułatwia wdrożenie niezbędnej i nowoczesnej technologii. Doświadczenia i profesjonalizm PIVOTAL Polska w projektowaniu i wdrażaniu rozwiązań IT wspierających procesy biznesowe oraz CRM w bankach komercyjnych zostały wielokrotnie docenione przez rynek. Firmie PIVOTAL Polska zaufało wielu klientów, a korzyści z wyboru partnera potwierdzają prestiżowe rankingi. Dzięki wdrożeniu rozwiązań CRM BPM na platformie PIVOTAL oraz usprawnieniu procesów biznesowych, klienci otrzymali mierzalne korzyści, a rynek docenił te zmiany poprzez prestiżowe nagrody i wyróżnienia:

- **Nr 1 w rankingu Newsweeka 2014 dla Banku BGŻ w kategorii „Bank dla Kowalskiego”**
- **Nr 2 w rankingu Newsweeka 2016 dla Banku Getin w kategorii „Bank dla Kowalskiego”**
- **Nr 3 w rankingu Newsweeka 2017 dla Banku Getin w kategorii „Bank dla Kowalskiego”**
- **Wyróżnienie w konkursie Digital Excellence Awards 2018 dla Echo Investment S.A. za wdrożenie Digital@ECHO**

Regulacje, regulacje, czyli ambaras z innowacjami



Zarówno nadmiar, jak i niedomiar regulacji mają negatywny wpływ dla zarówno stabilności, jak i rozwoju banków spółdzielczych. Tu należałoby poszukać racjonalnie zdefiniowanego złotego środka, bo do tematu innowacji versus regulacje należy podejść spokojnie. Tak, by ich wprowadzanie w bankach było korzystne zarówno dla samych instytucji finansowych, jak i klientów.

Robert Azembski

Nadmiar regulacji co prawda skutecznie stabilizuje i zapewnia bezpieczeństwo systemowe banków, ale hamuje ich rozwój. Natomiast ich niedomiar daje „poszaleć” innowacjom, ale kreuje ryzyka. Dzieje się tak dlatego, że w okresach czasem krótkiej prosperity w bankowości dochodzi do pewnego rodzaju „rozbestwienia” – wprowadzanych jest dużo nowinek produktowych i rozwiązań, klienci są zachwyceni, ale potem, gdy przychodzi załamanie, jest płacz i zgrzytanie zębów. Bo coś nie wyszło, coś się nie wygląda już tak dobrze, jak się pierwotnie wydawało. Coś się udało, w efekcie czego zarówno bank, jak i klient są sfrustrowani. Mieliśmy tego przykłady na obserwowanych rynkach polisolokat, tzw. kredytów frankowych, czy ostatnio

toksycznych obligacji aplikowanych klientom pod egidą „Getback”.

Zagwozdka tkwi już w samym rozumieniu pojęcia „innowacji”. Spotkałem się z takim powiedzeniem, że w sektorze bankowym 42% stanowią „innowacje” polegające na tym, jak ominąć podatki, kolejne 49% ma usilnie zachęcić klienta do skorzystania z danego produktu, czy usługi, a tylko 2% to prawdziwe innowacje. Czyli takie, gdzie jakiś produkt czy usługa są autentycznie innowacyjne, przy czym mają walor wysokiej użyteczności, przekładający się na atrakcyjność i dochodowość oferty banku oraz zadowolenie klienta. Oczywiście jest to tylko powiedzenie. Oczywiście te procenty mogą nieco inaczej się rozkładać, ale mniej więcej tak to może wyglądać.

>>

Co to są te „innovacje”?

Zanim odpowiemy na to pytanie warto zauważyć, że mogą one odnosić się do kilku obszarów. Mogą to być zupełnie nowe produkty i wdrożenia. Mogą to być też same produkty, ale „przepakowane”, w sensie nowego, zupełnie innego sposobu ich sprzedaży. Ale i takie, w których bank bierze pod uwagę efektywność kosztową ich wprowadzenia. Z punktu widzenia regulatora zawsze istotna jest ocena ryzyka, czy to operacyjnego, kredytowego, czy walutowego, stopy procentowej itd. Innowacja zawsze wiąże się z niepewnością, czy wypełni ona przyjęte założenia. Na to nakładają się wyżej wspomniane ryzyka. Te ryzyka nie mogą w nadmierny sposób obciążać depozytów klientów. Regulator jest tym, który ma systemowo je identyfikować określając ramy i reguły dla zarządzania nimi przez banki. Po co? Żeby nie dopuścić do zamienienia się ich w straty, obciążające przecież i klientów, a ostatecznie – podatnika (jeśli bank miałby być, choćby hipotetycznie, sanowany lub ratowany ze środków publicznych). W mojej (i nie tylko mojej) skromnej opinii rolę państwa, które odpowiada za bezpieczeństwo i stabilność sektora finansowego, jest rzetelne identyfikowanie, monitorowanie i mitygowanie ryzyk. Państwo nie powinno być przeciwne innowacjom. Jednak jeśli towarzyszy im jakieś ryzyko, nawet takie powoli narastające, to państwo powinno tu w odpowiedni sposób reagować. Każda rekomendacja nadzorcza przynajmniej teoretycznie powinna stanowić blokadę przed zmaterializowaniem się ryzyka. Z drugiej strony przeregulowanie, takie „na wszelki wypadek”, prowadzi do tłamszenia innowacyjności, nieraz już w zarodku. Dlatego kadry regulatorów, KNF, MF, NBP, BFG powinny mieć nie tylko bardzo wysokie kompetencje, ale praktyczną znajomość, wiedzę i wyczucie rynku, który regulują. Regulacje

Co to są te „innovacje”? Zanim odpowiemy na to pytanie warto zauważyć, że mogą one odnosić się do kilku obszarów. Mogą to być zupełnie nowe produkty i wdrożenia. Mogą to być też same produkty, ale „przepakowane”, w sensie nowego, zupełnie innego sposobu ich sprzedaży. Ale i takie, w których bank bierze pod uwagę efektywność kosztową ich wprowadzenia.

muszą być także dopracowane. W założeniu ogólnym PSD 2 przynosi niewątpliwie korzyści bankom i klientom. Banki spółdzielcze, a szczególnie zrzeszające, pozytywnie zareagowały na standardy udostępniania API. Tak zwany „open banking”, zasadzający się na dobrze pojętej współpracy banków z FinTech-ami, może korzystnie zmienić oblicze bankowości, a bankom spółdzielczym otworzyć nowe przestrzenie dla działalności operacyjnej. Aby jednak korzyści były wymierne, nie może dojść do przeregulowania. Tymczasem nie wiadomo, czy klienci, nastawieni na jak najszybsze i jak najprostsze korzystanie z usługi bankowej, dobrze przyjmą nadchodzący

obowiązek tzw. Strong Customer Authentication (silne uwierzytelnianie klienta – SCA). Wydłuża on proces uwierzytelniania się i autoryzacji klienta. Mamy tu więc wręcz podręcznikowy przykład sprzeczności w podejściu regulatora dbającego o bezpieczeństwo i stabilność sektora z interesem banku i klienta, którzy zgodnie i niechętnie podchodzą do spowalniania usługi bankowej.

FinTech-y a banki: nie ma czego sobie zazdrościć

Zbliżające się nasilenie walki konkurencyjnej pomiędzy FinTech-ami, a bankami można ogarnąć na drodze regulacyjnej. Nie oznacza to jednak ani potrzeby, ani tym bardziej konieczności skrupowania tych pierwszych przepisami i kolejnymi dociążeniami. W artykule Michała Wiśniewskiego, prawnika FinRegTech.pl, pt. „FinTech-y, BigTech-y, Challenger Banki, czy tradycyjne instytucje? Komu będzie „łatwiej” i czy regulacje mogą hamować innowacje finansowe?” pojawia się narzucający się w oczywisty sposób wątek innowacyjności, osadzony w aspekcie regulacyjnym. W opinii autora „każdy nowoczesny bank (*incumbent*) powinien rozważyć stworzenie własnego banku, który nie będzie miał takich



Potrzeba wspólnego działania

Postęp technologiczny oraz konkurencja, to wyzwania, z którymi na co dzień w procesie realizacji oczekiwań klientów spotykają się instytucje finansowe. Regulacje i ciągła potrzeba automatyzacji procesów i usług stają się codziennym wyzwaniem wielu instytucji finansowych. Regulacje mają służyć poprawie bezpieczeństwa, a automatyzacja procesów i usług ma zapewnić szybkość działania i efektywnego zaspokojenia konkretnych potrzeb klienta. Takie modele współpracy w sektorze finansowym stają się coraz bardziej popularne i wielokrotnie napędzają potrzebę innowacyjnych zmian. Bankowość spółdzielcza, oparta o klasyczne modele działania i relacji z klientem, coraz częściej zderza się z koniecznością dostosowywania się do zmieniających się warunków współpracy. Banki spółdzielcze mają świadomość zaostrzającej się konkurencji ze strony banków spółek akcyjnych, ale oczywiście i FinTech-ów. Chcąc stawić jej czoła, powinny wprowadzać zmiany i optymalnie by było, by robiły to wspólnie. Sprzyjać to będzie nie tylko właściwej standaryzacji części usług świadczonych klientom detalicznym, ale i oszczędnościom kosztowym w poszczególnych bankach oraz w ramach całej grupy.

Ważną rolę ma przy tym do spełnienia bank zrzeszający, koordynujący te działania i je implementujący. Efektem zmian, zapisanych także w umowie zrzeszeniowej, powinno być systemowe unowocześnienie sektora, by był on w stanie sprostać konkurencyjnym instytucjom. Wspólne działania otworzą także możliwości do ograniczenia dokuczliwej dla banków sprawozdawczości, a także będą sprzyjały stosowaniu przez regulatorów zasady proporcjonalności w sektorze.

Włodzimierz Kiciński
wiceprezes zarządu, Związek Banków Polskich

ograniczeń, jak ich spółki-matki, tzw. challenger banku, np. w pełni mobilnego. Wielu ekspertów wypowiada się w podobnym tonie – tworzenie innowacji, to zaczynanie od początku (*first principle design*), a nie budowanie w oparciu o coś, co już powstało (*legacy*). Skracając i upraszczając tę myśl: oba typy instytucji, czyli zarówno banki jak i FinTech-y, mają swoje mocne i słabe strony. W obliczu szybko zmieniającego się i niespokojnego rynku, banki ściśnięte kolejnymi i piętrzącymi się regulacjami, mogą mieć problem ze skutecznym wprowadzaniem innowacji. W szczególności sposób dotyczy to banków spółdzielczych, których nadzwyczajne obowiązki i ciężary wpływające z przepisów wynikają z wciąż niestosowanej, a coraz mocniej postulowanej, także przez organa europejskie „zasady proporcjonalności”. Z kolei słabością FinTech-ów jest brak zaufania, jakimi cieszą się na rynku „tradycyjne” instytucje finansowe (patrz: ostatnie badanie ZBP nt. rosnącego zaufania do banków). FinTech-y są przeważnie start-upami, którym dopiero przyjdzie zdobywać kapitał zaufania. Warto jeszcze raz zasygnalizować, że istnieją przestrzenie wspólne do zagospodarowania przez banki i FinTech-y. Jednak postulowane przez autora artykułu tworzenie „podbanków” FinTech-owych dla zrzućenia z siebie przez banki jarzma re-

gulacyjnego i uwolnienia w ten sposób potencjału innowacyjności, postrzegać można jako co najmniej kontrowersyjne.

Nowe przepisy, szczególnie takie jak PSD 2, ale i CRD IV/ CRR (a w przyszłości CRD V/CRR II), stanowią szansę dla banków spółdzielczych. Dają dobry grunt dla zaczepienia technologicznych innowacji. Pozwalają stosunkowo niskim

kosztem, przy kontroli ryzyka, wyjść BS-om ze swoją ofertą produktową poza lokalny obszar działalności.

– Właściwe podejście do stosowania regulacji przy jednoczesnej otwartości na zmiany może przyczynić się do rozwoju innowacji. Należy jednak zaznaczyć, że istnieje niebezpieczeństwo nadmiernego przeregulowania. Może ono prowadzić do nieefektywnego wprowadzania zmian, które mimo automatyzacji procesów i usług nie usprawnią obsługi, a jedynie będą wydłużały procesy decyzyjne w instytucjach finansowych – ostrzega Włodzimierz Kiciński, wiceprezes zarządu w Związku Banków Polskich.

Na razie cieszymy się z faktu, że banki spółdzielcze potrafią pokazać „pazur”, stając się w Polsce liderami rozwoju usług opartych na biometrii, ale i innych innowacyjnych rozwiązań z obszaru tzw. open banking. Do wygrania są tu również korzyści wizerunkowe, których wartość trudno przecenić. ●

Banki jak i FinTech-y, mają swoje mocne i słabe strony. W obliczu szybko zmieniającego się i niespokojnego rynku, banki ściśnięte kolejnymi i piętrzącymi się regulacjami, mogą mieć problem ze skutecznym wprowadzaniem innowacji. W szczególności sposób dotyczy to banków spółdzielczych, których nadzwyczajne obowiązki i ciężary wpływające z przepisów wynikają z wciąż niestosowanej, a coraz mocniej postulowanej, także przez organa europejskie „zasady proporcjonalności”. Z kolei słabością FinTech-ów jest brak zaufania, jakimi cieszą się na rynku „tradycyjne” instytucje finansowe.

Bank pokoleniowy

Rozmowa z **Mirosławem Stachowiakiem**, prezesem zarządu Nadobrzańskiego Banku Spółdzielczego w Rakoniewicach

Zaczynamy od biegania czy bankowania?

– Ja mogę o jednym i o drugim. Proszę wybrać.

Spróbuję jakoś te pasje połączyć. Czy biegający prezes może być ruchomą reklamą Banku Spółdzielczego?

– Chyba nie ma innego wyjścia. W Rakoniewicach od lat organizowano bieg pod nazwą Dycha Drzymały. Odbывał się zawsze na tydzień przed Maratonem Poznańskim, przyjeżdżały do nas tłumy biegaczy-amatorów, traktując lokalną imprezę, jako ostatnie wybieganie i ważny trening przed głównym startem. Ta impreza miała swój początek i metę pod naszym Bankiem. My, jako Nadobrzański Bank Spółdzielczy, byliśmy jej sponsorem, fundowaliśmy wspólnie z SGB-Bankiem SA nagrody. Dbaliśmy o przyjemną atmosferę, o ducha sportu. Któregoś razu, przed startem, dyrektor biegu i burmistrz pytają mnie: – Mirek, a ty nie chciałbyś spróbować? Pomyśl, jaki to będzie prestiż dla Banku! Nie dość, że prezes sponsoruje, to jeszcze uczestniczy w bieganiu!

Podpuścili pana.

– Tak mi wjechało na ambicję, że następnego roku ja też pobiegłem... I się zaczęło. Nie mogłem wtedy przypuszczać, że bieganie stanie się jedną z moich najważniejszych pasji. Ale przyznaję, na początku to była mordęga. Dziś biegam po 15 kilometrów dziennie i nie chce mi się czasem wracać do domu, tak silnie działa adrenalina i chęć sprawdzenia jeszcze jednej ścieżki, jeszcze jednej trasy w lesie. W wieku 55 lat przebiegłem 55 kilometrów. To moje największe dokonanie. Bieganie sprawia mi wielką przyjemność, czuję się dużo lepiej niż kiedyś. Może nie powinienem tego mówić, ale co tam, kiedy zaczynałem swoją przygodę z biegami, brałem tabletki na nadciśnienie i cholesterol. A dziś tabletek na cholesterol już brać nie muszę, a dawki leku na nadciśnienie mocno zmniejszyłem. Czyli rezultaty są, dobrze się czuję. Mogę dużo zdrowiej bankować.



Mirosław Stachowiak, prezes zarządu NBS w Rakoniewicach prezentuje kolekcję swoich sportowych medali

Sport jest cały czas z nami

Rozmowa z Andrzejem Kiskiewiczem,
prezesem zarządu Lubusko-Wielkopolskiego Banku Spółdzielczego w Drezdenku

Jak długo jazda na rowerze jest pańską pasją?

– Jeżdżę na rowerach od kilkudziesięciu lat i średnio w ciągu roku przejeżdżam ponad 5000 km. Dojeżdżając niecodziennie do pracy robię około 35 km, jadąc trasami leśnymi w Puszczy Noteckiej. Dłuższe wyjazdy z kolegami nad morze lub w góry (Ustka, Pogorzelić, Łeba, Karpacz, Świeradów Zdrój) to wyprawy dwu-trzydniowe o odległości 200–300 km. Dużo jeżdżę też po naszym pięknym terenie Drawieńskiego Parku Narodowego, Puszczy Drawskiej i Noteckiej. „Robimy” również z kolegami trasy zagraniczne: do Norwegii, Austrii, a bliżej na Słowację i do Niemiec. Rzecz jasna, także nasz bank jest aktywny na polu sportu.

Podobno pański bank wspiera lokalne kluby sportowe?

– Tak. W 2018 r. wsparliśmy szereg organizacji związanych ze sportem: UKS Dragon, mistrzynię Europy w Kettlebell Sport – Aurelię Komo-Libio, Dziewczeta z buławami, Klub Miłośników Turystyki Rowerowej „Dynamo”, Ludowy Klub Sportowy „POM”, Strzeleckie Towarzystwo Gry Królewskiej, Klub Biegacza „Aktywni” Krzyż Wlkp., FSD RUN, Stowarzyszenie Kultury Fizycznej Cyklistów „Jednoślą”. Natomiast w 2019 r. wsparliśmy finansowo Stowarzyszenie Kultury Fizycznej Cyklistów „Jednoślą”, Klub Sportowy „Noteć” Stare Bielice, Zespół taneczny „Małe Marzetonki” oraz „Dziewczeta z buławami”. W zeszłym oraz w tym roku, sponsorowaliśmy także imprezy sportowe: Bieg na 10 km Międzychodzka Dziesiątka, Petra Cup w Krzyżu Wlkp., Ogólnopolski Turniej Karate Shotokan Młodzików, Bieg na 10 km w Drezdenku „Dycha Drezdenecka”, Bieg na 5 km w Strzelcach Kraj. „Piątka na rynku”, Petra Cup w Krzyżu Wlkp. (tenis stołowy), Ogólnopolski Turniej Karate Shotokan Młodzików.

Czy w banku, poza panem, inni pracownicy też zajmują się sportem?

– Oczywiście. Nasi pracownicy, zarówno ci niższego, jak i wyższego szczebla, uprawiają sport i chętnie uczestniczą w imprezach sportowych, przede wszystkim rowerowych i biegowych. Uprawiają także nordic walking oraz grywalną w tenisa stołowego.

I w ten oto piękny sposób przeszliśmy do bankowości spółdzielczej...

– Czyli do mojej najważniejszej pasji.

Bieganie ma wpływ na pańską pracę w banku? Pomaga w prowadzeniu biznesu?

– Śmieję się czasem, że jestem teraz mniejszym obciążeniem dla banku, bo dzięki bieganiu schudłem. A czy ono pomaga? Menedżerowie w wielu dziedzinach gospodarki pracują przede wszystkim głową, wysiłek fizyczny pozwala odciążyć organizm od codziennego stresu, uruchamia inne formy przemian chemicznych, odświeża umysł. Poza tym, sport łączy. Ludzie, którzy go uprawiają, stają się życzliwsi wobec siebie. Integracja poprzez sport powoduje, że zanikają różnice, traci na znaczeniu hierarchia, łatwiej się nam porozumieć w wielu dziedzinach życia, bez nerwowości i zbędnych słów.

Pracownicy NBS biegają razem z panem?

– Stworzyliśmy drużyną bankową, w swoim czasie była to całkiem mocna i fajna ekipa. Część z nas ciągle biega, część się wykruszyła, inni wyjechali, ale nadal uprawiają sport, niektórzy przesiedli się na rower. Do biegania potrzebna jest silna wola i zrozumienie celu. To, co mnie cieszy, to rywalizacja biegaczy w naszym Zrzeszeniu. Bardzo cieszy mnie akcja „Sportowe wyzwanie SGB”. Już 515 osób, pracowników Grupy SGB zapisało się na bieganie. Porównujemy wyniki, wymieniamy się doświadczeniami.

Zna pan te słowa? „Naszą misją jest świadczenie najwyższej jakości usług finansowych i doradczych na

rynku lokalnym w sposób zapewniający zaspokojenie potrzeb klienta dla zadowolenia członków banku” – to fragment misji NBS w Rakoniewicach. Przypomnijmy, że wasz bank obchodzi 150-lecie. W jakim stopniu, w erze przeogromnej konkurencji, cyfrowych wyzwań w gospodarce, takie słowa są dziś aktualne?

– To misja każdego lokalnego banku spółdzielczego, można więc z całkowitą pewnością powiedzieć, że one są i muszą być aktualne. To jest sensem istnienia tej instytucji. Pewne wartości są uniwersalne, ponadczasowe. Misja się nie zmienia, była, jest i będzie aktualna. Zmienia się jedynie forma, zmieniać się mogą instrumenty, dzięki którym bank tę misję realizuje. Mam tu na myśli zmianę modelu organizacyjnego, zmianę kanałów dystrybucji usług bankowych, standardów obsługi klientów, czy wreszcie przejście w sferę bankowości mobilnej. Ale cel zawsze jest taki sam.

Zmienia się rynek usług finansowych, zmieniają się klienci, ich potrzeby, sposoby komunikacji – a jak zmienia się bank? Jak musi się zmienić w przyszłości, żeby dostosować się do nowych oczekiwań konsumentów?

– Jest takie błyskotliwe podsumowanie najważniejszych cech, które stanowią o wartości nieruchomości. Są to trzy elementy: lokalizacja, lokalizacja oraz lokalizacja. Przenosząc to na grunt bankowy, mogę powiedzieć, nie będąc specjalnie odkrywczym: trzy rzeczy muszą się zmienić, abyśmy mogli sprostać wyzwaniom naszych czasów: technologia, technologia i jeszcze raz technologia.

Oczywiście, gdyby ograniczyć się do analizy minionej dekady, mógłbym stwierdzić, że w banku zmieniło się bardzo wiele.

>>

Na rowerze po górach

Rozmowa z Jolantą Łukaszewicz,
prezesem zarządu Banku Spółdzielczego w Połczynie-Zdroju

Jak ważna z punktu widzenia banku jest dbałość o kulturę fizyczną w Polsce? Dbacie o nią może raczej lokalnie, w waszym regionie?

– Piękny teren, na którym mieszkamy, zachęca nas do korzystania i podziwiania go, a tym samym dbania o kulturę fizyczną, w związku z czym jest to dla nas bardzo ważne.

Czy jesteście organizatorami, współorganizatorami jakichś imprez sportowych, ogólnopolskich, regionalnych itp.?

– Mamy swój udział w organizowaniu na naszym terenie od wielu lat maratonu MTB Zachodnia Liga. Jest to maraton ogólnokrajowy i z roku na rok cieszy się coraz większą popularnością. Dzięki temu, sławne postacie kolarstwa górskiego odwiedzają nas systematycznie, ubogacając tym samym nasz teren, a jednocześnie rozsławiając go.

Czy staracie się angażować pracowników w różne aktywności związane ze sportem? Zachęcacie ich do aktywności fizycznej, czy może uważacie, że to jest poza zasięgiem banku?

– Ustawicznie aktywizujemy się wzajemnie wszyscy, jako pracownicy banku. Dlatego ogromną popularnością cieszy się konkurs zorganizowany przez SGB-Bank SA w Poznaniu "WYZWANIE SGB". Już od pierwszego dnia jego rozpoczęcia tj. 21 marca 2019 roku z wielkim entuzjazmem wszyscy zaangażowaliśmy się w to wyzwanie. Kadra zarządzająca banku zawsze chętnie bierze czynny udział w aktywnościach sportowych, starając się dotrzymać tempa.

Począwszy od ciągle podwyższanych kompetencji kadry, która doskonale zarówno umiejętności społeczne, jak i merytoryczne. Następnie informatyzacja i automatyzacja usług finansowych – poprzez zakup sprzętu i programów informatycznych weszliśmy na nowy poziom obsługi. A skończywszy na modernizacji obiektów, zmianie lokalizacji. Nie zapominajmy również, że wraz z galopującą w naszym kraju „inflacją prawną” ogromnie zwiększa się zasób wewnętrznych aktów prawnych, na których opiera się funkcjonowanie banku. To również bardzo istotna zmiana w minionych latach.

Odpowiadając na pytanie, co jeszcze musi zmienić się w działalności banków spółdzielczych, powiedziałbym, że przede wszystkim musimy zdążyć do tempem rozwoju technologicznego. Mamy dobre podstawy do świadczenia usług finansowych na najwyższym poziomie: ogromne zaufanie lokalnych społeczności, doskonale wykształconą kadrę, sieć placówek. Pozostają więc technologie. Wszyscy wiemy, że niemal w każdej dziedzinie ten właśnie element jest dzisiaj dominujący.

Porozmawiajmy o klientach NBS. Jak się zmienili na przestrzeni ostatnich lat? Kim są, jak określają swoje potrzeby? Czy w swoim polu widzenia dostrzegają jeszcze miejsce dla banków spółdzielczych?

– Zmienia się świat, a wraz z nim zmieniają się ludzie. Jesteśmy społeczeństwem coraz lepiej wykształconym, coraz bardziej świadomym swoich praw i coraz bardziej mobilnym, o coraz wyższym statusie ekonomicznym. To ma swoje konsekwencje i przekłada się na realizację potrzeb naszych klientów. W NBS słuchamy uważnie, co mówią nasi klienci. Liczy się każdy pomysł, każda sugestia, wątpliwość. Następnie podajemy te spostrzeżenia analizie i dostarczamy klientom dokładnie to, czego potrzebują. Rzecz jasna: w ramach naszych możliwości oraz zgodnie z obowiązującymi przepisami i rekomendacjami nadzoru. Jedno jest pewne – tak krótka ścieżka decyzyjna, tak jasne zasady współpracy i tak dobre relacje z klientami, możliwe są tylko w lokalnym banku.

My jesteśmy bankiem pokoleniowym. A to oznacza, że musimy dostosować się do wymagań ludzi w wieku starszym, średnim i do potrzeb młodego pokolenia. Musimy mieć instrumenty komunikacji z każdą grupą naszych klientów. Raz będzie to kontakt bezpośredni, innym razem – na platformie mobilnej. Cały sens współczesnej bankowości polega na tym, by każdy z tych poziomów kontaktu miał tę samą, wysoką jakość. To jest nasz cel.

Klienci, którzy przychodzą do NBS są zwykle bardzo mile zaskoczeni waszym podejściem.

– Wychodzę z założenia, że to nie klient musi się zmieniać – to my się zmieniamy, bo zmienia się rynek, rosną wymagania wobec banków, przede wszystkim pod względem technologicznym. Żeby być atrakcyjnymi dla starych i nowych grup konsumentów, musimy mieć nowoczesną technologię. Powstają nowe kanały dystrybucji usług i produktów, a jeśli chcemy, jako banki spółdzielcze przetrwać, musimy dostosować dystrybucję do tego, co klienci obserwują na świecie. Musimy iść równolegle z najnowszymi technologiami, ścigać je do siebie, a nie odstawać. To oznacza konieczność wdrażania płatności BLIK-iem, Google Pay, Apple Pay, płatności z użyciem własnych platform mobilnych.

Nie ma od tego odwrotu?

– Nie ma. Dzisiejszym klientom, zwłaszcza tym z młodsze pokolenia, na wszystko brakuje czasu, są zagonieni. Czasami myślę, że nasz świat lekko zwariował, jest taki pęd w przepływach informacji, że trudno za nim nadążyć. Aplikacje mobilne wychodzą takim klientom naprzeciw. Ułatwiają im poszukiwania w sferze finansów, pozwalają znaleźć właściwe produkty i usługi.

Jak pan ocenia współczesnego klienta bankowości spółdzielczej? Jak o niego zabiegacie?

– Dzieci rodzą się teraz z kciukiem dłuższym niż kiedyś, żeby móc swobodnie operować na klawiaturze smartfonu. To –

>>

Wspólnie ze sportowymi klubami

Rozmowa z Radosławem Kuleczką,
wiceprezesem zarządu Banku Spółdzielczego Ziemi Łęczyckiej w Łęczycy

Co dla pana oznacza „dbanie o kulturę fizyczną”?

– Dbałość o kulturę fizyczną, to tak naprawdę dbałość o samego siebie. Ludzie aktywni fizycznie są po prostu zdrowsi, co z punktu widzenia interesów banku, szczególnie długoterminowych, ma ogromne znaczenie. W 2018 r., wspólnie z klubem sportowym „Malina Piątek”, zorganizowaliśmy turniej siatkarski o puchar Przewodniczącego Rady nadzorczej Banku.

Czy sponsorujecie jakieś imprezy sportowe?

– Staramy się w miarę naszych możliwości sponsorować lokalne wydarzenia sportowe, a przynajmniej te, których organizatorzy zwrócili się do nas z taką prośbą. W 2018 r. był to np. bieg pod nazwą „Leśna Dycha w Centrum Polski”. Sponsorujemy też, w miarę możliwości, lokalne kluby sportowe – „Malina Piątek” i „Witonia Witonianka”.

W wielu bankach sama kadra zarządzająca jest zainteresowana sportem, zarażając w ten sposób pasjami sportowymi także pracowników. Czy u was też?

– Oczywiście, choć w różnym zakresie. Jedna z koleżanek z Zarządu lubi aktywność we własnym ogrodzie. Druga uprawia nordic walking. Ja sam od kilkudziesięciu już lat gram amatorsko w siatkówkę, zaś w gronie kolegów w moim wieku, od kilku lat amatorsko trenuję bieganie – za mną półmaraton, a co przede mną? Któż to wie :).

Rozmowy przeprowadził: Robert Azembski

ujmując rzecz żartobliwie – główna różnica w porównaniu ze starszymi pokoleniami. A całkiem serio: współczesny klient chce mieć usługę tu i teraz, w czasie rzeczywistym. Musimy za nim nadążyć, albo inaczej – umieć przewidywać jego przyszłe potrzeby i składać mu ofertę dokładnie wtedy, kiedy jej potrzebuje. Wiele zależy od edukacji, od bezpośrednich kontaktów.

Próbujemy utrzymywać dobre kontakty z młodzieżą, jesteśmy mocno obecni w lokalnych szkołach, w ramach programu „SKO w SGB”. To, wbrew pozorom, ciągle bardzo dobry projekt edukacyjny. Organizujemy uczniom konkursy, zabawy, spotkania w banku, uczymy zarządzania swoimi finansami, pokazujemy świat bankowości z bliska. I to, mam wrażenie, procentuje już teraz i będzie w przyszłości procentowało. Dzieci wiedzą, że ich bankiem pierwszego wyboru jest bank spółdzielczy. Znają nas, bywają u nas, a kiedy dorastają – zakładają u nas swoje konta. To dobry prognostyk. Naszą siłą – na szczęście niedocenianą przez konkurencję – jest także lokalność. Ludzie w naszym mieście i w miastach, w których mamy oddziały, znają prezesa „swojego” banku. Znają wielu jego pracowników. Ufają sobie wzajemnie. Dziś w bankach komercyjnych nie tylko klient nie zna osobiście prezesów banku, często nie znają ich również podwładni.

W tej lokalności tkwi wielki potencjał. A jaka jest siła partnerstwa?

– Z perspektywy banków spółdzielczych, ogromna. Mamy klientów, którzy są z nami od pokoleń. Prawdziwe partnerstwo oznacza również zrozumienie dla trudnej sytuacji drugiej strony. Prowadzą działalność gospodarczą, a w biznesie – wiadomo, raz bywa świetnie, raz bywa gorzej. O takich ludziach myślę zawsze w ten sam sposób: jeśli my przez piętnaście lat zarabialiśmy na naszym kliencie, bo przecież on za darmo kredytów nie dostawał, a teraz widzę, że ma problemy, jest w trudnej sytuacji, to moją rolą jest spróbo-

wać mu pomóc. Nie mogę pozostawić go samemu sobie. To się fachowo nazywa solidaryzmem społecznym. Zarabiamy, jasne, jesteśmy w końcu bankiem, ale musimy być bankiem z ludzką twarzą, na dobre i złe czasy. Siadamy przy stole i rozmawiamy.

Co jest najważniejsze w relacjach z klientem?

– Przyzwoitość i właśnie partnerstwo. W tych dwóch słowach zawarty jest cały wachlarz cech definiujących poprawne i właściwe relacje z klientem. Takie relacje, które są fundamentem wieloletniej, bardzo często wielopokoleniowej współpracy. Warunkiem dobrej współpracy jest też przejrzysta, uczciwa oferta.

Żadnych drobnych druczków.

– Absolutnie tak! Do tego dochodzi szybkość podejmowania decyzji. Młodzi ludzie poszukują kredytów mieszkaniowych, często nie mając doświadczeń w rozmowach z bankami. Naszą rolą jest im pomóc. Wy tłumaczyć, stworzyć odpowiednie warunki do oceny ofert, pomóc zrozumieć zawartość języka finansów.

Ale to nie wszystko. Klient ma dziś masę ofert do wyboru – w negocjacjach z nim powinniśmy wykazywać wielką elastyczność, szukać złotego środka, który pozwoli obu stronom wyjść z negocjacji z poczuciem sukcesu. Jeśli nie można podjąć decyzji na poziomie specjalisty obsługującego operację, może uda się uzyskać lepsze warunki po rozpoznaniu sprawy przez dyrektora. Jeśli nie on, to może wyjście z sytuacji znajdzie członek zarządu – ważne, żebyśmy umieli zadowolić naszego klienta.

Na 99%, w porównaniu do banków komercyjnych, mamy lepszą ofertę. Tylko klient musi o niej wiedzieć. Właśnie dlatego przed wejściem do naszego banku można zauważyć napis „Tutaj dowiesz się, jak lepiej korzystać ze swoich pieniędzy”.

Dostrzega pan jakieś zagrożenia w tych relacjach?

– Nie wolno nam zapomnieć o pokoleniowej lojalności naszych klientów. Niektórzy są z nami od dziesięcioleci. Nie możemy nagle przenieść się w całości do świata wirtualnego, potrzebny jest jakiś złoty środek. Trzeba pielęgnować relacje z młodymi klientami, ale pracować jednocześnie z grupą ich rodziców i dziadków.

Powołałam się na przykład rodzin rolniczych – syn przejmuje gospodarstwo po rodzicach, jest już bardziej niż oni wyedukowany, zna nowoczesne narzędzia do upraw, ale zna też nowe technologie komunikacji, wie, czym jest leasing, jak rozliczać VAT, jak pozyskać fundusze unijne, jak inwestować w maszyny. Jego ojciec być może jest naszym klientem i trzeba z nim utrzymywać kontakty w tradycyjnej formie, bezpośrednio. Z synem wypada już jednak rozmawiać na płaszczyźnie nowych technologii, w Internecie. Trzeba obu im dawać oferty dostosowane do ich potrzeb, skrojone na miarę. To jest sztuka, tej umiejętności musimy się dobrze nauczyć.

NBS jest jednym z 81 banków spółdzielczych SGB, które są aktywne na Facebooku. W jakim stopniu ten kanał komunikacyjny jest ważny dla banku? Jak chcecie go rozwijać, wykorzystywać?

– Szczerze? Zaskoczył mnie pan, to dla mnie zdumiewająca informacja: tylko 81 banków? Dzisiaj nie da się funkcjonować bez obecności na portalu społecznościowym. To jest wręcz niemożliwe. Musimy być tam, gdzie są nasi klienci. Traktuję to, jako obowiązek banku. My jesteśmy na Facebooku. Nie poczytuję sobie tego, jako naszą ogromną zasługę, ale uznaję za konieczność.

Każdy kanał komunikacji jest ważny. Każdy ma swojego odbiorcę i własną moc. Mamy w zespole osoby, których zaangażowanie jest siłą naszej obecności na FB. To im wiele za-

wdzięczamy. Od pewnego czasu, także w tym obszarze, otrzymujemy wsparcie ze strony banku zrzeszającego. Bardzo to sobie cenię, taka aktywność pomaga w naszej działalności.

Na Facebooku można znaleźć klientów? Tam mimo wszystko dominuje młode pokolenie.

– Oczywiście, że można. W NBS wdrażamy zasadę, że nasz klient może być wszędzie. Na Instagramie, Facebooku, w szkole, na studiach, w jednoosobowej firmie czy w urzędzie. Zawsze zaczynamy od siebie. Najpierw klientami stają się nasze dzieci. Wpajamy im, że jeśli chcą otrzymywać pieniądze od rodziców, muszą założyć własne konto. Potem mogą to być dzieci z naszych rodzin. Później dzieci naszych znajomych. Następnie są dzieci naszych klientów. Dołączają do nas dzieci z naszych szkół, z którymi współpracujemy. Są nimi również nasi liczni stażyści. Są młodzi ludzie, którzy ciągną swoje pierwsze kredyty. Są młode małżeństwa, które realizują, za naszym pośrednictwem, marzenia o własnym domu. Nie czekamy na cud, nie obrażamy się na rzeczywistość. Działamy. Mamy dobre kontakty z młodzieżą.

Czego życzyłby pan sobie w roku 150-lecia NBS?

– Chciałbym, aby zarówno w naszym banku, jak i w całym zrzeszeniu nigdy nie dopadła nas, znana w środowisku maratończyków, mityczna „ściana”. To taki stan totalnego kryzysu, w którym organizmowi nagle brakuje energii, przystoiowego prądu i tlenu. Wielu niedoświadczonych biegaczy w takiej chwili wycofuje się z zawodów. Obyśmy nigdy nie znaleźli się oko w oko z taką „ścianą”, w takim kryzysie. Obyśmy zawsze mieli siłę i charakter, oraz swoją tożsamość. Z całą resztą spokojnie sobie poradzimy. ●

Rozmawiał: Roman Szewczyk



Bankowość emocjonalna kluczem do sukcesu współczesnych banków

Współczesne banki działają w bardzo dynamicznym otoczeniu i aby utrzymać się na rynku muszą sobie radzić z ciągle nowymi wyzwaniami. Zmusza to je do głębokich zmian strukturalnych i poszukiwania nowych czynników sukcesu, spośród których na szczególną uwagę na rynku detalicznych usług bankowych zasługuje koncepcja bankowości emocjonalnej.

dr hab. **Eugeniusz Gostomski** prof. UE,
Instytut Handlu Zagranicznego Uniwersytetu Gdańskiego

Dlaczego banki interesują się czynnikami emocjonalnymi w kontaktach z klientami detalicznymi?

Dzisiaj banki znajdują się w niełatwej sytuacji. Od prawie dziesięciu lat stopy procentowe na rynkach finansowych są bardzo niskie, co ogranicza ich dochody odsetkowe i zmusza do poszukiwania innych źródeł dochodów w postaci opłat i prowizji. Te ostatnie działania zderzają się z dużą wrażliwością klientów na ceny produktów bankowych i łatwością porównywania w dobie Internetu ofert różnych instytucji finansowych. Banki muszą też spełniać zaostrzone wymogi nadzorcze w zakresie wypłacalności i płynności finansowej, a także nakładane na nie coraz to nowe obowiązki w zakresie sprawozdawczości i ochrony interesów klientów nabywających ryzykowne instrumenty finansowe, co prowadzi do wzrostu kosztów działalności bankowej. Jeszcze więcej kosztuje banki modernizacja i rozbudowa ich infrastruktury informatycznej. Ponadto wielkim wyzwaniem dla sektora bankowego są zmiany de-

mograficzne w krajach wysoko rozwiniętych: starzenie się społeczeństwa i spadek liczby mieszkańców. Banki nie mogą więc liczyć na zwiększenie liczby obsługiwanych klientów detalicznych i muszą skoncentrować się na utrzymaniu dotychczasowych, w czym może pomóc im bankowość emocjonalna.

W dobie gwałtownego rozwoju technologii informatycznych i telekomunikacyjnych (digitalizacji) oraz nasilającej się konkurencji ze strony firm technologicznych, szczególnie w zakresie dokonywania szybkich płatności i finansowania społecznościowego, klienci wiele spraw bankowych mogą załatwić drogą elektroniczną, rzadziej więc odwiedzają placówki bankowe, przez co część z nich staje się niepotrzebna i podlega likwidacji. Wprowadzie pozwala to bankom zmniejszyć koszty utrzymywania stacjonarnych kanałów dystrybucji, ale też niesie ze sobą niebezpieczeństwo osłabienia więzi z klientami, co prowadzi do spadku lojalności i utraty części klientów oraz ogranicza możliwość sprzedaży im dodatkowych produktów (*cross selling*).

>>

Czym na rynku wyróżnia się bankowość emocjonalna?

W literaturze ekonomicznej nie sposób znaleźć definicji bankowości emocjonalnej, można się jedynie natknąć na pewne odniesienia do kwestii emocji w dziedzinie bankowości detalicznej. Bankowość emocjonalna polega na uwzględnianiu emocji¹ klientów detalicznych w ich relacjach z bankiem. Banki wychodzą przy tym z założenia, że człowiek nie jest tylko *homo economicus* dążącym racjonalnie do maksymalizacji korzyści, lecz w jego decyzjach ekonomicznych dużą rolę odgrywają też emocje, które wpływają na jego stosunek do zakupów i w dużym stopniu decydują o zadowoleniu z nabywanych dóbr i usług lub powodują rozczarowanie zrealizowanymi zakupami.

Z kilku powodów emocje odgrywają dużą rolę na rynku usług bankowych. Otóż produkty poszczególnych banków istotnie od siebie nie różnią się i zaliczane są do tzw. dóbr zamiennych. Klienci nie dostrzegają też istotnej różnicy między poszczególnymi bankami. Jak wynika z analizy Deloitte, marki banków mają znacznie mniejsze znaczenie niż marki firm telekomunikacyjnych czy samochodowych. Dlatego przy wyborze banku klienci aż w 81% kierują się ceną, a tylko w 19% marką. Gdyby marka danego banku w większym stopniu decydowała o korzystaniu z jego usług, klienci byliby gotowi zapłacić więcej za jego produkty². W powyższej sytuacji oraz uwzględniając fakt, że ze względów demograficznych banki nie mogą liczyć na pozyskanie wielu nowych klientów, muszą one stawiać przede wszystkim na utrzymanie dotychczasowych klientów. Duże znaczenie mają przy tym emocjonalne relacje klientów z bankiem, które stanowią istotę bankowości emocjonalnej. Jak zauważył Peter Blatter prezes TARGOBANK, jednego z największych banków detalicznych w Niemczech³, doradcy/opiekunowie klientów zasadniczo nie powinni być premiowani za pozyskanie nowych klientów, którzy często w krótkim czasie

i tak odejdą do konkurentów, lecz za to, że nie utracili swoich dotychczasowych klientów⁴. Zatem kluczowe znaczenie dla banku ma budowanie lojalności klientów. Zdaniem Petera Blattera u podstaw stabilnych relacji klientów z danym bankiem leżą ich pozytywne doświadczenia z dotychczasowej współpracy z tym bankiem. Nie chodzi przy tym o miłość do banku, ale o zaufanie i kontynuację współpracy. Decydują o tym cztery czynniki, z których trzy pierwsze mają charakter emocjonalny:

- prostota i zrozumienie działań podejmowanych przez bank w stosunku do klientów;
- niezawodność banku, co jest szczególnie ważne w sytuacjach kryzysowych, np. w żadnej placówce bankowej nie może zabraknąć gotówki;
- partnerskie podejście do klientów zamiast traktowania ich z góry i dawania im do zrozumienia, że robi się im łaskę, np. udzielając pożyczki czy kredytu;
- sprawność banku, która znajduje wyraz w szybkim i bezbłędnym wykonywaniu klientówskich transakcji bankowych⁵.

Bankowość emocjonalna funkcjonuje

na kilku płaszczyznach. Musi ona dbać o ciągłe zapewnienie równowagi między transparentnością i prywatnością, co jest warunkiem tego, by klienci czuli się w placówce bankowej komfortowo i bezpiecznie. Zależy to nie tylko od jej wyposażenia i dominujących w niej kolorów, ale przede wszystkim od postawy doradców/opiekunów klienta, ich umiejętności obchodzenia się z ludźmi, reakcji na ich odczucia i obawy. Klienci bowiem często rezygnują z zawarcia określonej transakcji, ponieważ jej nie rozumieją lub boją się jej skutków, a jeżeli już się na nią zdecydowali, to pod wpływem emocji, a rozum jest potrzebny przy tym tylko do jej potwierdzenia. Powinni o tym wiedzieć pracownicy banków i starać się nie tylko o jak największą sprzedaż produktów bankowych, ale także zabiegać o to, aby klienci współpracując z bankiem, mogli realizować swoje marzenia i by bank ciągle wzbudzał u nich podziw oraz zachwycał swoją ofertą.

¹ zob. Słownik języka polskiego, t. I, red. M. Szymczak, s. 542.

² Wyzwanie marek bankowych, <https://www2.deloitte.com/pl/pl/pages/financial-services/articles/>

³ TARGOBANK należy do francuskiej spółdzielczej grupy Crédit Mutuel.

⁴ *Durch und durch emotional*, „NEWS” msgGillardon 2/2010, s. 7.

⁵ Ibidem, s. 9.



Jakie jest znaczenie satysfakcji i lojalności klientów w ich relacjach z bankiem

Celem bankowości emocjonalnej jest budowanie i utrzymanie przez dany bank długotrwałych i wzajemnie korzystnych relacji z klientami. Zatem przywiązuje się w niej dużą wagę do tego, by klienci byli trwale związani ze swoim bankiem, nie odchodzili do konkurentów i powtórnie chcieli realizować w nim potrzebne transakcje bankowe. Innymi słowy, w bankowości emocjonalnej chodzi o wzmocnienie lojalności dotychczasowych klientów przy uwzględnieniu czynników emocjonalnych. Podstawą lojalności klientów wobec określonego banku jest wysoki poziom satysfakcji z jego usług. Jak pisze Monika Boguszewicz-Kreft, powołując się na badania w USA, nawet niewielki spadek poziomu całkowitej satysfakcji prowadzi do znacznego obniżenia lojalności klientów. W usługach bankowych całkowicie zadowoleni klienci byli o prawie 42% bardziej skłonni do lojalnych zachowań niż ci, którzy są tylko zadowoleni⁶. Narzędziami bankowości emocjonalnej są więc instrumenty budowania satysfakcji i lojalności klientów bankowych.

Satysfakcja klienta to stan emocjonalny pojawiający się po dokonaniu zakupu lub konsumpcji określonego dobra, w wyniku porównania własnych oczekiwań odnośnie tego produktu z faktycznymi doświadczeniami korzystania z niego. Satysfakcję możemy też określić, jako zadowolenie nabywcy wynikające z zaspokojenia jego potrzeby lub rozwiązania jakiegoś problemu w wyniku nabyciu określonego produktu lub usługi i to przynajmniej w stopniu zgodnym z jego oczekiwaniami.

Klient usatysfakcjonowany z zakupu danego dobra chętnie o tym mówi swoim bliskim, w wyniku czego również inne osoby mogą zainteresować się tym dobrem, stwarzając sprzedawcy szansę zwiększenia obrotów⁷.

Satysfakcja klienta bankowego zależy zarówno od jego oczekiwań odnośnie produktu bankowego, jak i faktycznych jego cech i sposobu sprzedaży. Oczekiwania klienta kształtują się pod wpływem jego wcześniejszych doświadczeń związanych z daną usługą, przekazywanych przez bank informacji na jej temat oraz zasłyszanych o niej opinii ze strony innych osób. Kluczem do budowy satysfakcji klienta banku jest znajomość jego potrzeb i oczekiwań oraz oferowanie mu wyższej w po-

równaniu z innymi bankami wartości, na którą składa się przede wszystkim wysoka jakość oferowanych produktów⁸ i korzystne ceny oraz wygodny dostęp do usług bankowych, miła atmosfera i uprzejma obsługa w placówkach bankowych oraz drogą telefoniczną, na co duży wpływ mają kompetencje zawodowe, wysoka kultura osobista i szybkość załatwiania spraw przez doradcę/opiekuna bankowego. Wartość ta opiera się więc na całościowej ocenie przez klienta jego relacji z bankiem. Będzie on zadowolony ze współpracy z danym bankiem wtedy, gdy suma osiągniętych z niej korzyści będzie wyższa od ponoszonych przy tym kosztów i innych niedogodności.

Lojalność w ogólnym znaczeniu to wierność, uczciwość i oddanie wobec określonej osoby bądź organizacji. W sferze biznesowej oznacza ona określone zachowanie nabywców na rynku, ich przywiązanie do określonego produktu (marki), producenta (usługodawcy) lub miejsca sprzedaży. Lojalny klient danego banku jest do niego przywiązany: stale korzysta z jego usług, akceptuje warunki, na jakich są oferowane i nie jest skłonny korzystać z produktów finansowych innego banku. Przekazuje też pozytywne informacje o danym banku i jego produktach innym osobom, dzięki czemu może on ich łatwiej pozyskać, jako swoich klientów.

Korzyści z lojalności odnoszą zarówno klienci, jak i banki. Lojalny klient załatwia swoje sprawy w banku rutynowo, nie tracąc czasu na poszukiwanie konkurencyjnych ofert i nie ponosząc ryzyka ani kosztów związanych ze zmianą banku. Korzyści dla banku z lojalności klientów są tym większe, im więcej posiada on w pełni lojalnych klientów

i im dłużej są oni lojalni. Warto podkreślić, że koszty marketingowe utrzymania dotychczasowych klientów są dla banku kilkakrotnie niższe od kosztów pozyskania nowych klientów.

Marketing doświadczeń jako instrument bankowości emocjonalnej

Tradycyjne czynniki uzyskiwania przewagi konkurencyjnej na rynku, którymi były: wysoka jakość oferowanych produktów bądź usług, zapewnienie klientom wygodnego do nich dostępu i atrakcyjne ceny, dzisiaj już nie wystarczają, by odnosić sukcesy w dziedzinie bankowości detalicznej. „Coraz częściej będą stawały się one oczywistymi wymaganiami, zaledwie „biletami wejścia”. Sukces będzie należał do tych,

⁶ Boguszewicz-Kreft M., *Marketing doświadczeń. Jak poruszyć zmysły, zaangażować emocje, zdobyć lojalność klientów?*, CeDeWu.PL, Warszawa 2013, s. 45.

⁷ Stodulny P., *Analiza satysfakcji i lojalności klientów banku*, CeDeWu.PL, Warszawa 2006, s. 58–59.

⁸ Jakość usługi bankowej zależy od jej zgodność z ustalonymi standardami lub normami oraz stopnia zaspokajania przez nią potrzeb i oczekiwań nabywców.

którzy dostarczą angażujących emocje klientom doświadczeń [...], codziennie, dla każdego klienta, za każdym razem”⁹. Dzieje się tak dlatego, że wielu klientom nie wystarcza już samo nabycie produktów czy usług, lecz pragną oni przy tym doznać pozytywnych przeżyć, które niekiedy są ważniejsze niż same produkty. W bankowości detalicznej nie można oddzielić produktu bądź usługi od przeżyć, które w dużym stopniu zależą od stosowanych na rynku kanałów dystrybucji¹⁰.

Doświadczenia klientów ze współpracy z bankiem w zakresie przydatności nabytych usług i emocje związane z procesem ich zakupu wpływają na zadowolenie klientów, które z kolei decyduje o ich lojalności wobec banku i pozytywnie wpływa na jego wyniki w zakresie sprzedaży produktów bankowych. Doświadczenia zdobyte przez klientów w wyniku kontaktów z firmami sprzedającymi towary i usługi są przedmiotem zainteresowania marketingu doświadczeń. U jego podstaw leży przekonanie, że klientom zależy nie tylko na posiadaniu określonych dóbr, ale także szukają oni doświadczeń, które pomogą im w indywidualnym rozwoju i realizacji pożądanego stylu życia. Marketing doświadczeń zatem koncentruje się na konsumentach, których doświadczenia, emocje, odczucia i opinie o produktach oraz samym procesie sprzedaży uwzględniane są przy tworzeniu strategii rynkowej przedsiębiorstwa.

W marketingu doświadczeń

akcentuje się konieczność dostarczania klientom zapadających w pamięć doświadczeń, które będą ich emocjonalnie wiązać z oferentem dóbr. Głównym celem marketingu doświadczeń jest utrzymanie przez firmy długotrwałych i wzajemnie korzystnych relacji z klientami i w konsekwencji zabezpieczenie sobie możliwości sprzedaży towarów lub usług w długim okresie¹¹.

Choć marketing doświadczeń stanowi kolejny etap rozwoju marketingu partnerskiego (marketingu relacji)¹² i ma identyczne jak on cele, ale różni się od niego przywiązywaniem większej wagi do aspektów psychologicznych relacji handlowych. Marketing doświadczeń stawiając w centrum swego zainteresowania doświadczenia rynkowe klientów, kładzie bowiem duży nacisk na wywoływanie u klientów określonych stanów afektywnych, które mają istotne znaczenie w budowaniu i utrzymywaniu z nimi przez długi czas silnych więzi emocjonalnych. Więzy te są efektem interakcji zachodzących pomiędzy klientami, a sprzedającym.

Doświadczenie klientów bankowych to ich wrażenia wyniesione ze wszystkich kontaktów z danym bankiem, jako organizacją biznesową, jego pracownikami, zasobami materialnymi i oferowanymi przeżyciami usługami. Doświadczenia te mogą być zarówno pozytywne, jak i negatywne. Oddziałują one na zmysły, emocje i intelekt klientów.

Doświadczenie klientów bankowych to ich wrażenia wyniesione ze wszystkich kontaktów z danym bankiem, jako organizacją biznesową, jego pracownikami, zasobami materialnymi i oferowanymi przeżyciami usługami. Doświadczenia te mogą być zarówno pozytywne, jak i negatywne. Oddziałują one na zmysły, emocje i intelekt klientów. Największe znaczenie dla zwiększenia lojalności klientów mają pozytywne i najbardziej zapamiętywane doświadczenia i takich właśnie doświadczeń starają się banki dostarczyć klientom w pierwszej kolejności. Wykorzystują do tego celu m.in. nowoczesne placówki bankowe.

Dynamiczny rozwój bankowości internetowej i mobilnej w dającej się określić przyszłości nie wyeliminuje całkowicie placówek bankowych, ponieważ klienci potrzebują ich, aby móc omówić z doradcami/opiekunami klientów *face to face* niektóre aspekty transakcji bankowych i rozwiązać pojawiające się problemy. Jednakże tradycyjne placówki dzisiaj nie spełniłyby oczekiwań klientów, są więc przebudowywane i zmieniają się ich charakter. Nowoczesne placówki bankowe są zlokalizowane w dogodnych dla klientów miejscach, łączą przytulność z wysoką technologią, odróżniają się od konkurencyjnych placówek, a czasami są zintegrowane z kawiarnią lub restauracją. Obok funkcji czysto bankowych mają dostarczać klientom przyjemnych przeżyć i wzbogacać ich pozytywne doświadczenia w zakresie współpracy z bankiem.

Wykorzystanie event marketingu w bankowości emocjonalnej

Event marketing to przede wszystkim mechanizm zarządzania procesami rynkowymi poprzez wydarzenia. Opiera się na założeniu, że wydarzenia, rozmowy czy przeżycia wynikające z kontaktów klientów z pracownikami banku czy innej firmy się dla klientów ważniejsze niż same produkty czy usługi. Wydarzenia marketingowe służą zacieśnianiu relacji klientów ze sprzedawcami dóbr i wzmacnianiu marki w świadomości nabywców. Podczas organizowanych wydarzeń firma poznaje opinie i potrzeby klientów, co pozwala jej lepiej spełniać ich oczekiwania¹³. Natomiast klientom eventy dostarczają przyjemnych wrażeń, które długo zachowują w pamięci. Składają się one na pozytywne doświadczenie klientów w interakcji z bankami.

Eventy organizowane przez banki dla klientów stanowią szerokie spektrum imprez otwartych lub zamkniętych, odbywających się w plenerze bądź w zamkniętych pomieszczeniach, zorganizowanych z jakiejś okazji lub w konkretnym celu. Mogą to być koncerty, imprezy sportowe, pokazy filmów, wystawy itp. Organizacją eventów najczęściej zajmują się profesjonalne firmy. ●

⁹ Boguszewicz-Kreft M., op. cit. s. 36–37.

¹⁰ Gimpel H., Sarikaya S., Kunden wollen was erleben, „Bankmagazin”, X 2016, s. 44–45.

¹¹ Boguszewicz-Kreft M., op. cit. s. 45–46.

¹² Istotą marketingu partnerskiego jest stworzenie na rynku długoterminowych, opartych na zaufaniu, korzystnych relacji między firmą i klientami. Pozwala to lepiej poznać partnera handlowego, co umożliwia obniżyć koszty transakcyjne i zwiększyć sprzedaż. Zob. Fonfara K., *Marketing partnerski dla przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2004.

¹³ *Event marketing jako nowa forma organizacji procesów komunikacyjnych*, red. Grzegorz A., Wyższa Szkoła Promocji, Warszawa 2009, s. 55.

RODO na nowo?

Czyli 4 maja 2019 roku nową datą w polskim systemie ochrony danych osobowych

mec. **Ewa Wielk, Joanna Sułek**, Auraco

Mija już rok od czasu wejścia w życie Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 roku, w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE – potocznie zwanego RODO. Należy jednak pamiętać, że przepisy rozporządzenia unijnego nie mogą być rozpatrywane w oderwaniu od innych aktów prawnych regulujących kwestie ochrony danych osobowych. Z kolei przepisy tych innych aktów prawnych muszą być spójne z przepisami RODO. W dniu 25 maja 2018 roku, przepisy prawa krajowego nie były jeszcze gotowe na skuteczne i zgodne z wymogami RODO stosowanie, dlatego rozpoczęto intensywne prace legislacyjne nad dokonaniem odpowiednich zmian. W efekcie w dniu 4 maja 2019 roku weszła w życie ustawa o zmianie niektórych ustaw w związku z zapewnieniem stosowania rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 roku w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE. Ustawa ta dostosowuje przepisy 167 aktów prawnych do RODO, w takich branżach jak sektor zatrudnienia (zmieniony został m.in. kodeks pracy, czy ustawa o Funduszu Świadczeń Socjalnych), sektor bankowy, sektor ubezpieczeniowy, sektor oświaty, czy sektor ochrony zdrowia, sektor telekomunikacyjny, czy branża e-commerce. Dostosowaniu do przepisów RODO uległy także prawo o pomocy społecznej, kodeks karny, ustawy z gałęzi prawa administracyjnego (jak choćby ustawa o ochronie dziedzictwa Fryderyka Chopina), kodeks postępowania administracyjnego, czy prawo o zamówień publicznych.

W niniejszym artykule nie jesteśmy w stanie wyczerpująco odnieść się do wszystkich zmienionych aktów prawnych. Niemniej jednak istotna jest nasza świadomość prawna, w myśl zasady – *ignorantia iuris nocet* (nieznajomość prawa szkodzi), że zawsze każdy indywidualny przypadek przetwarzania danych osobowych musimy rozpatrywać łącznie z przepisami RODO oraz z przepisami sektorowymi.

Zmiany w kodeksie pracy oraz w ustawie o Zakładowym Funduszu Świadczeń Socjalnych

Zmiany wielu aktów prawnych w związku z wejściem w życie RODO nie ominęły także kodeksu pracy. Cieszy to nie-

zmiernie w szczególności mając w pamięci zakres danych, jakie miał prawo pozyskiwać pracodawca dotychczas od kandydata do pracy na podstawie art. 22¹. Nasz pracodawca do 4 maja 2019 roku, mógł na podstawie kodeksu pracy żądać od osoby ubiegającej się o zatrudnienie podania jako jej danej kontaktowej wyłącznie adresu zamieszkania. Taki potencjalny pracodawca musiał odebrać zgodę od tegoż kandydata na przetwarzanie jego numeru telefonu lub adresu e-mail. W praktyce oznaczało to tyle, że jeżeli nasz kandydat do pracy w swoim CV nie zawarł klauzuli zgody na przetwarzanie danych nie mogliśmy przetwarzać jego numeru telefonu, czy adresu e-mail. Zatem, aby móc go zaprosić na rozmowę rekrutacyjną mogliśmy tylko wysłać do niego zaproszenie listownie na adres zamieszkania wskazany w CV.

Zmieniony kodeks pracy już idzie z duchem czasu

i w rечonym art. 22¹ § 1 pkt 3 wskazuje, że pracodawca żąda od osoby ubiegającej się o zatrudnienie podania danych osobowych obejmujących m.in. dane kontaktowe wskazane przez taką osobę (ustawodawca miał tu na myśli zarówno adres zamieszkania, jak i numer telefonu, czy adres e-mail, a wybór jakie dane kontaktowe udostępni nam kandydat zależy tylko od niego samego). Pozostałe dane, jakie żąda od kandydata pracodawca to: imię (imiona) i nazwisko; datę urodzenia; wykształcenie; kwalifikacje zawodowe; przebieg dotychczasowego zatrudnienia. Co ważne przy zbieraniu od kandydatów do pracy danych w zakresie wykształcenia, kwalifikacji zawodowych i przebiegu dotychczasowego zatrudnienia należy mieć na względzie zasadę adekwatności i minimalizacji danych, tzn. należy pamiętać, że wymagamy podania od kandydata tylko takich danych, które są adekwatne i niezbędne do wykonywania pracy na danym stanowisku. Nie wymagamy zatem podania danych dotyczący np. posiadania prawa jazdy, gdy zatrudniamy osobę na linię produkcyjną. W znowelizowanych przepisach ustawodawca posługuje się pojęciem „pracodawca żąda”, a nie jak dotychczas „pracodawca może żądać”. Co za tym idzie żądanie takiego zakresu danych jest rozumiane, jako obowiązek pracodawcy, a nie jego wybór i odnosi się zarówno do danych kandydata do pracy jak i pracownika. Niezmiennie pracodawca od swojego pracownika żąda innych jego danych, gdy podanie takich danych jest konieczne ze względu na korzystanie przez pracownika ze szczególnych

>>

uprawnień przewidzianych w prawie pracy. Dodatkowo obecnie pracodawca żąda wskazania przez pracownika numeru jego rachunku bankowego, na który może wypłacać wynagrodzenie. Znowelizowany kodeks pracy daje prawo pracodawcy żądania podania przez pracownika innych danych osobowych niż omówione powyżej, ale wyłącznie w sytuacji gdy jest to niezbędne do zrealizowania uprawnienia lub spełnienia obowiązku wynikającego z przepisu prawa. Pracodawca nie może żądać danych, które są mu zbędne, nadmiarowe. Co ważne udostępnienie tych dodatkowych danych przez pracownika na rzecz pracodawcy następuje wyłącznie w formie oświadczenia pracownika.

Zdecydowaną nowością

jest wpisanie do kodeksu pracy możliwości przetwarzania danych osobowych pracownika w oparciu o jego zgodę. Wśród praktyków tematu wzbudza to duże poruszenie, mając w pamięci dotychczasowe stanowisko GIODO i orzecznictwo sądów (wyrok Naczelnego Sąd Administracyjny w Warszawie z dnia 6 września 2011 roku (I OSK 1476/10)). Brak równowagi stron stosunku pracy, a co za tym idzie zależność służbowa pomiędzy szefem, a pracownikiem czyniły, że wyrażona przez pracownika zgoda nie mogła być uznana za swobodną i dobrowolną. Znowelizowany kodeks pracy dopuszcza przetwarzanie danych zarówno kandydata do pracy jak i pracownika na podstawie jego zgody. Jednak czyni obostrzenie, że brak zgody lub jej wycofanie nie może powodować negatywnych konsekwencji dla pracownika. Co ważne, na podstawie zgody pracownika pracodawca nie może przetwarzać jego danych dotyczących wyroków skazujących, naruszeń prawa lub powiązanych środków bezpieczeństwa. Takie dane osobowe pracownika pracodawca może przetwarzać wyłącznie w oparciu o konkretne przepisy prawa, które go do tego uprawniają, nigdy na podstawie zgody pracownika. Ustawodawca w nowych przepisach dopuszcza natomiast przetwarzanie na podstawie dobrowolnej zgody pracownika jego dane szczególnej kategorii, czyli dane wymienione enumeratywnie w art. 9 ust. 1 RODO, a obejmujące m.in. dane ujawniające poglądy polityczne, przynależność do związków zawodowych, dane o stanie zdrowia. Pracodawca te szczególne kategorie danych pracownika może przetwarzać na podstawie jego zgody wyłącznie jeżeli pracownik przekazuje te dane pracodawcy z własnej inicjatywy, nigdy na wniosek lub żądanie pracodawcy. Należy jednak pamiętać, że przepis ten odnosi się tylko do sytuacji, gdy pracodawca nie ma podstawy prawnej wynikającej z przepisów szczególnych do przetwarzania tych szczególnej kategorii danych pracownika. Do przetwarzania przez pracodawcę szczególnych kategorii danych opartych na zgodzie pracownika mogą być dopuszczone wyłącznie osoby posiadające pisemne upoważnienie do przetwarzania takich danych wydane przez pracodawcę.

Ustawodawca

w znowelizowanych przepisach odniósł się także do przetwarzania przez pracodawcę danych biometrycznych pracownika i wskazuje, że przetwarzanie tych danych jest dopuszczalne wtedy, gdy ich podanie jest niezbędne ze względu na kontrolę dostępu do szczególnie ważnych informacji, których ujawnienie może narazić pracodawcę na szkodę, lub dostępu do pomieszczeń wymagających szczególnej

ochrony. Kolejną ważną zmianą w kodeksie pracy jest uzupełnienie zapisów dotyczących stosowania monitoringu wizyjnego w zakładzie pracy. Monitoring nie może obejmować pomieszczeń udostępnianych zakładowej organizacji związkowej, pomieszczeń sanitarnych, szatni, stołówek oraz pałarni, chyba że stosowanie monitoringu w tych pomieszczeniach jest niezbędne do zapewnienia bezpieczeństwa pracowników, ochrony mienia, kontroli produkcji lub zachowania w tajemnicy informacji, których ujawnienie mogłoby narazić pracodawcę na szkodę i nie narusza to godności oraz innych dóbr osobistych pracownika, w szczególności poprzez zastosowanie technik uniemożliwiających rozpoznanie przebywających w tych pomieszczeniach osób. Monitoring pomieszczeń sanitarnych wymaga uzyskania uprzedniej zgody zakładowej organizacji związkowej, albo zgody przedstawicieli pracowników wybranych w trybie przyjętym u danego pracodawcy.

Przy okazji analizowania

zmian w sprawach pracowniczych warto wspomnieć o jeszcze jednej ważnej dla pracowników regulacji prawnej, tj. o ustawie o Zakładowym Funduszu Świadczeń Socjalnych. Ustawodawca w sposób wyraźny wskazał w znowelizowanych przepisach, że regulamin Funduszu jest dokumentem, w którym pracodawca ustala zasady i warunki korzystania ze świadczeń finansowanych z Funduszu Socjalnego. Regulamin oczywiście musi być uzgodniony odpowiednio albo z działającą u pracodawcy organizacją związkową, albo pracownikiem wybranym przez załogę do reprezentowania jej interesów. Kolejna oczekiwana od wielu lat zmiana to jednoznaczne wskazanie w przepisach, że pracownik, który chce skorzystać ze świadczeń z Funduszu Socjalnego wykazuje pracodawcy swoją sytuację materialną, życiową, zdrowotną w formie oświadczenia. Co powoduje ta zmiana? Przede wszystkim to, że pracodawca nie może żądać od pracownika okazania np. rocznego zeznania podatkowego pracownika i członków jego rodziny. Takie bowiem działanie pracodawców było, niestety, dotychczas powszechne. Pracodawca może co prawda żądać udokumentowania przekazanych przez pracownika danych, ale tylko w zakresie niezbędnym do ich potwierdzenia. Takie dodatkowe udokumentowanie sytuacji materialnej, zdrowotnej, życiowej pracownika może nastąpić poprzez oświadczenie lub zaświadczenie. Nowe przepisy określają nam także okres przechowywania danych udostępnionych przez pracownika w związku z korzystaniem ze świadczeń z Funduszu Socjalnego. Ma to być okres niezbędny do przyznania świadczeń oraz ustalenia ich wysokości oraz do dochodzenia praw lub roszczeń. Ustawodawca zobowiązuje też pracodawcę do dokonywania cyklicznych przeglądów przechowywanych danych pracowników korzystających z Funduszu pod kątem ich niezbędności i wskazuje, że takie przeglądy pracodawca ma wykonywać nie rzadziej niż raz w roku kalendarzowym. Ostatnia kwestia, na którą należy zwrócić uwagę to jednoznaczne wskazanie w przepisach, że osoby, które mające dostęp do danych osobowych dotyczących stanu zdrowia pracownika korzystającego z Funduszu, chodzi tu przede wszystkim o członków komisji socjalnych, mogą być dopuszczone do ich przetwarzania wyłącznie posiadając pisemne upoważnienie do przetwarzania takich danych wydane przez pra-

codawcę. Osoby dopuszczone do przetwarzania takich danych są obowiązane do zachowania ich w tajemnicy.

Zmiany w kodeksie karnym

Swego czasu było bardzo głośno o przypadkach otrzymywania przez przedsiębiorców gróźb, że w razie braku skorzystania z usług wdrożenia RODO świadczonych przez określoną firmę, zostanie złożona skarga do Urzędu Ochrony Danych Osobowych, w konsekwencji czego, zostanie nałożona administracyjna kara pieniężna. Oczywiście wiadomości te były próbą wyłudzenia bardzo kosztownych usług. Szczególnie mali przedsiębiorcy bardzo mocno brali sobie te wiadomości do serca, a raczej do portfela. Polski ustawodawca, będący świadomym tego negatywnego zjawiska, wskazał wprost w kodeksie karnym, że groźbą bezprawną jest groźba spowodowania postępowania karnego lub innego postępowania, w którym może zostać nałożona administracyjna kara pieniężna (art. 115 § 12 kodeksu karnego).

Zmiany w ustawie o prawach konsumenta

Bardzo dużym udogodnieniem dla mikroprzedsiębiorców, czyli tych, którzy zatrudniają mniej niż 10. pracowników oraz tych, którzy osiągnęli roczny obrót netto ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz z operacji finansowych nieprzekraczający równowartości w złotych 2 milionów euro, jest zwolnienie od spełnienia obowiązku informacyjnego określonego w art. 13 RODO w stosunku do osób, z którymi została zawarta umowa poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość oraz inna umowa. Przepis prawa zezwala na spełnienie tego obowiązku poprzez wywieszenie w widocznym miejscu w lokalu przedsiębiorstwa lub udostępnienie na swojej stronie internetowej stosownej informacji (art. 4a ustawy z dnia 30 maja 2014 roku o prawach konsumenta). Wprawdzie, przepis ten zastrzega, że zwolnienie to nie ma zastosowania w sytuacji, gdy osoba, której dane dotyczą nie ma możliwości zapoznania się z informacjami, o których mowa w art. 13 RODO oraz w sytuacji, gdy mikroprzedsiębiorca przetwarza dane szczególnie chronione, niemniej jednak należy postrzegać ten zapis, jako przejaw odciążenia małych przedsiębiorców od spełniania licznych, czasem bardzo uciążliwych obowiązków prawnych.

Zgoda w przepisach ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną oraz w przepisach prawa telekomunikacyjnego

Każdemu z nas, przy wejściu na jakąkolwiek stronę internetową „wyskakuje” okienko z klauzulą zgody na pliki cookies,

albo gdy dokonujemy zakupów w sklepie internetowym pojawia się okienko z klauzulą zgody na przesyłanie informacji handlowej. Od 4 maja 2019 roku każde uzyskanie zgody, na mocy ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną lub prawa telekomunikacyjnego, powinno odbywać się na podstawie przepisów o ochronie danych osobowych. Krótko mówiąc, jeśli na potrzeby komunikacji elektronicznej lub na potrzeby handlu elektronicznego będzie zbierana od nas zgoda, wtedy musimy rozpatrywać ją na gruncie art. 7 RODO. Czyli należy zwracać szczególną uwagę, czy zapytanie o zgodę zostało przedstawione w sposób pozwalający wyraźnie odróżnić ją od pozostałych kwestii, w zrozumiałej i łatwo dostępnej formie, jasnym i prostym językiem oraz czy otrzymaliśmy informację o tym, że mamy prawo w dowolnym momencie wycofać zgodę, a także, czy wycofanie zgody jest równie proste, jak jej wyrażenie. Zgoda oczywiście musi być dobrowolna – nie

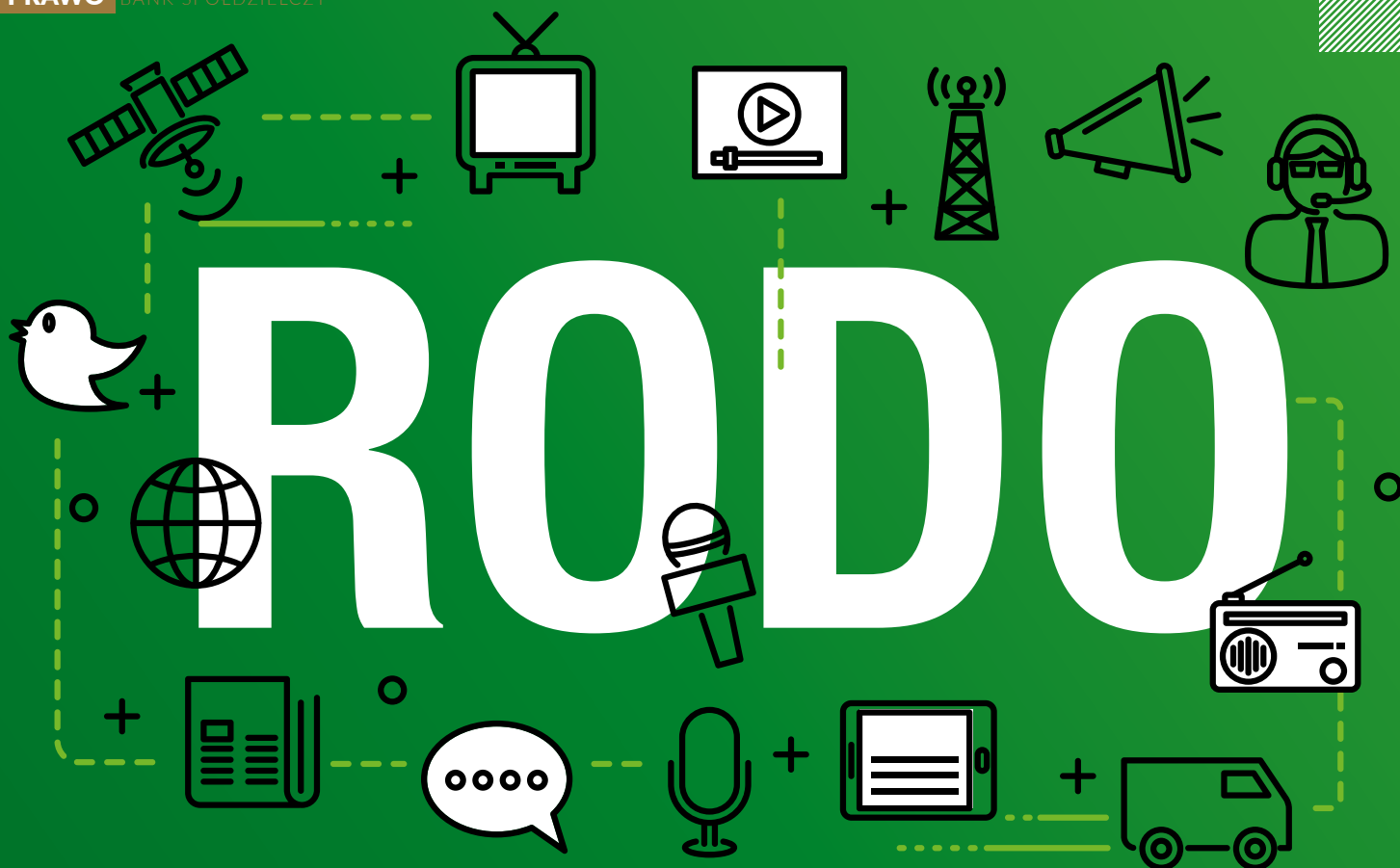
Swego czasu było bardzo głośno o przypadkach otrzymywania przez przedsiębiorców gróźb, że w razie braku skorzystania z usług wdrożenia RODO świadczonych przez określoną firmę, zostanie złożona skarga do Urzędu Ochrony Danych Osobowych, w konsekwencji czego, zostanie nałożona administracyjna kara pieniężna. Oczywiście wiadomości te były próbą wyłudzenia bardzo kosztownych usług. Szczególnie mali przedsiębiorcy bardzo mocno brali sobie te wiadomości do serca, a raczej do portfela.

można od nas wymusić wyrażenia zgody, jeśli przetwarzanie danych osobowych nie jest niezbędne do wykonania tej usługi. Ponieważ diabeł tkwi w szczegółach – przepis ten budzi wątpliwości szczególnie w kontekście plików cookies – nie zawsze bowiem „ciasteczka” przetwarzają dane osobowe. Oczywiście będą pojawiać się problemy interpretacyjne w tym obszarze – niemniej należy docenić polskiego ustawodawcę, gdyż zmiany w definicji zgody w tych dwóch aktach prawnych mają charakter porządkujący i odpowiadający definicji „zgody” z art. 2 lit. f Dyrektywy ePrivacy.

Podsumowanie

Można spotkać się z określeniem, że pakiet ustaw z dnia 4 maja 2019 roku stanowi „nowe RODO”, co jest błędnym sformułowaniem. RODO jasno wskazuje, że w zakresie, w ja-

kim niniejsze rozporządzenie dopuszcza doprecyzowanie lub zawężenie jego przepisów przez prawo państw członkowskich, mogą one – o ile jest to niezbędne, by krajowe przepisy były spójne i zrozumiałe dla osób, do których mają zastosowanie – włączyć elementy niniejszego rozporządzenia do swego prawa krajowego. Ustawa dostosowująca przepisy innych aktów prawnych jest zatem realizacją obowiązku nałożonego przez rozporządzenie unijne, tak, by polskie przepisy prawa były zgodne z przepisami RODO i nie może w sposób sprzeczny, czy odmienny z zasadami rozporządzenia regulować kwestii przetwarzania danych osobowych. Co ciekawe – Polska jest jednym z pierwszych krajów w Unii Europejskiej, który dostosował krajowe ramy prawne do zapisów rozporządzenia. Można zatem uznać, że polski system prawa ochrony danych osobowych jest już kompletny. ●



Poczta banku czy pracownika?

Renata Zielonka, SGB-Bank SA

Korespondencja do pracownika czy do firmy? Przeczytać czy nie otwierać? Jak nie narazić się na konsekwencje, ale też nie ograniczać swoich uprawnień? Zagadnienie wydawałoby się proste i mało zaprzatające administratorów. Tymczasem RODO dość zasadniczo odnosi się do przetwarzanych danych w kontekście praw osób, których dane dotyczą.

Choć aktywność Urzędu Ochrony Danych Osobowych w ostatnich miesiącach znacząco wzrosła zarówno w publikacjach, jak i organizowanych szkoleniach, to i tak nadal brakuje pisemnych jasnych wytycznych dla małych i średnich administratorów danych, których nie stać na korzystanie z wysoko wyspecjalizowanych inspektorów ochrony danych czy doradczających im kancelarii. Czasem też na konkretnym rynku pracy po prostu ich brakuje. Z podziwem i nadzieją warto więc zobaczyć, jak z wydawaniem opinii radzą sobie inne organy w Europie. A czasem wręcz z ich

wskazówek korzystać, rzecz jasna uwzględniając krajowe prawodawstwo.

Tym razem przyjrzyjmy się jak do relacji pracodawca – pracownik w kontekście poczty elektronicznej podszedł fiński organ ochrony danych osobowych (Tietosuojavaltuutetun toimisto) zwany tam biurem rzecznika ochrony danych (ombudsman).

Tajemnicy korespondencji, podobnie jak w naszym kraju, nikt nie podważa. Pracodawca w może mieć jednak dostęp do wiadomości email pracownika. Jest to przecież w jego interesie. Fiński organ opisał trzy zasadnicze relacje dostępu do poczty pracowniczej: przeszukiwanie poczty i jej otwieranie w czasie nieobecności pracownika oraz dostęp do niej po ustaniu zatrudnienia.

W Polsce podstawą dostępu do poczty pracownika jest jego poinformowanie, że korzystanie z adresu służbowego winno ściśle wiązać się z wykonywaniem obowiązków służbowych. I fakt ten zwykle jest szczegółowo opisany zarów-

>>

no w regulaminie pracy jak i politykach czy instrukcjach korzystania z infrastruktury IT. A każdy nowy pracownik podpisuje zwykle dokument o zapoznaniu się z obowiązującymi w firmie regulacjami.

W Finlandii, jeśli firma nie podlega przepisom zobowiązującym do tworzenia regulaminu pracy, musi zapewnić pracownikom możliwość wypowiedzenia się przed podjęciem decyzji o przetwarzaniu danych w ramach poczty elektronicznej, a po przeprowadzeniu odpowiedniej procedury, sporządzić stosowne zasady i ogłosić je wszystkim zatrudnionym.

Zanim jednak pracodawca

zajrzy do poczty swojego pracownika, musi udokumentować, że podjął wszelkie działania:

- pracownik mógł korzystać z autorespondera, automatycznie informującego o przebywaniu poza dostępem do poczty, okresie tej nieobecności i wskazać komunikującym się z nim, kto go zastępuje,
- pracownik mógł przekierowywać swoją pocztę na inny adres zatwierdzony przez pracodawcę (w praktyce może to być adres innego pracownika, lub specjalnie utworzony alias),
- pracownik mógł zgodzić się na to przekierowywanie, zwłaszcza w przypadkach, gdy osoba zastępująca nie ma tych samych obowiązków służbowych.

Ze względu na fakt, że pracownicy komunikują się w ważnych i terminowych dla pracodawcy sprawach, w czasie ich nieobecności z powodu choroby, czy urlopu może zaistnieć konieczność przeszukania poczty elektronicznej.

Fiński organ uznał za zasadne prawo pracodawcy do przeszukiwania poczty pracownika jeśli:

- w firmie nie ma innego systemu rejestrowania lub monitorowania realizacji spraw prowadzonych przez pracownika, a pracownik wykonuje swoje obowiązki niezależnie od innych pracowników (najczęściej będzie to dotyczyło stanowisk jednoosobowych czy kierowniczych),
- pracodawca miał prawo spodziewać się, że ze względu na prowadzoną sprawę, pracownik odebrał lub wysłał określoną wiadomość email związaną z wykonywaniem obowiązków,
- pracownikowi uniemożliwiono czasowo wykonywanie obowiązków, a pracodawca nie ma innej możliwości weryfikowania przychodzących i wychodzących wiadomości,
- uzyskanie zgody pracownika, wymagałoby czasu, a sprawa jest pilna.

W takich sytuacjach

fiński organ uznał, że pracodawca może przeszukiwać skrzynkę pocztową swojego pracownika poprzez sprawdzanie nie treści, ale wyszukiwanie nadawcy, odbiorcy lub tematu korespondencji, która należy do pracodawcy. Chodzi o to, by zapewnić maksimum prywatności, ale nie pozbawiać pracodawcy szans na znalezienie wiadomości. Z takiego wyszukiwania winien zostać sporządzony raport podpisany przez osoby, które sprawdzenia dokonywały. W raporcie należy wskazać powód przeszukiwania skrzynki pocztowej (np. długotrwała niespodziewana choroba pracownika, jego porzucenie pracy czy urlop). Jeśli to będzie możliwe, z raportem winien też, bez zbędnej zwłoki, zapoznać się pracownik (po powrocie z urlopu czy leczenia). Fiński organ rekomenduje także, by osoby, które uczestniczyły w prze-

szukiwaniu poczty zachowały poufność w związku z tą czynnością zarówno w trakcie pracy, jak i po rozwiązaniu umowy z pracodawcą. (Wydaje się, że w Polsce zobowiązanie takie nie stanowiłoby odrębnego oświadczenia pracownika (choć osoby podpisujące raport mogłyby oczywiście takie złożyć), ale można przyjąć, że za wystarczające ogólne oświadczenie o zachowaniu poufności, podpisywane zwykle podczas zatrudniania pracownika i ewentualnie pracodawca mógłby o nim przypomnieć w kontekście wykonywanego przeszukania poczty innej osoby.

Z dotychczasowych rozważań

nie wynika jeszcze prawo pracodawcy do zajrzenia do treści maila. Jak zatem fiński organ ochrony danych zleca zrobienie tego zgodnie z prawem? Otóż, jeśli przeszukując korespondencję po adresatach, nadawcach czy tematach uzna, że są to wiadomości kierowane do firmy, może to uczynić. Warunkiem jednak będzie brak możliwości skontaktowania się z tymże odbiorcą lub nadawcą i poproszenie o przesłanie tej samej korespondencji na inny, wskazany przez pracodawcę, adres. Jeśli jednak okaże się to niemożliwe, pracodawca może otworzyć maila do jego pracownika z pomocą administratora systemu pocztowego i w obecności świadka. Także w tej sytuacji należy sporządzić stosowny raport opisujący przede wszystkim, kto, kiedy, dlaczego otworzył wiadomość i kto się z jej treścią zapoznał. Raport należy bez zbędnej zwłoki przekazać do zapoznania pracownikowi, którego pocztę przeszukano. Co ciekawe wiadomość musi zostać zachowana i stanowić załącznik do tegoż raportu, a osoby znające jej treść zobowiązane są do zachowania poufności.

I ostatnie zalecenie fińskiego urzędu ochrony danych osobowych dotyczy przeszukiwania poczty elektronicznej po ustaniu zatrudnienia. Ponieważ nie ma już podstawy prawnej do zachowania indywidualnego konta, pracodawca powinien adres zablokować lub usunąć. Pracownik ma też prawo tego zażądać. Jeśli natomiast poczta miałaby być przekierowywana na inny adres, wówczas odchodzący pracownik musi wyrazić na to zgodę. Jest to działanie zgodne z zasadami przetwarzania danych osobowych zawartymi w art. 5 (zasady przetwarzania danych) i 7 (warunki wyrażenia zgody) RODO. Fiński organ podkreśla przy tym w swoich wytycznych, że zgoda pracownika na takie przekierowywanie, po zakończeniu relacji z pracodawcą, musi być wyrażona nie tylko świadomie, ale przede wszystkim dobrowolnie, co oznacza, że nie można jej warunkować np. trybem rozwiązania umowy, czy innymi względami.

Podsumowując

choć przytoczone zasady pochodzą z wytycznych fińskiego organu, ich stosowanie wydaje się nie tylko zasadne, ale nawet już stosowane w wielu polskich firmach. Procedura może wydawać się nieco skomplikowana, może niektórym wręcz nadmierna, ale zachęcać należy do jej zaimplementowania w bankowych regulacjach, bowiem wraz z RODO wzrosła świadomość osób, których dane dotyczą, a kiedy pojawiają się pierwsze kary za nieprzestrzeganie praw wynikających z Rozporządzenia i kiedy pojawiają się pierwsze przyznane przez sądy odszkodowania za straty niemajątkowe (przewidziane w art. 82 RODO) mogą pojawić się również roszczenia pracownicze. ●

Jak sprostać obowiązkom sprawozdawczym za rok 2018?

Zmiany w ustawach o Krajowym Rejestrze Sądowym oraz o rachunkowości

Magdalena Hampelska, radca prawny,
Wojciech Pietrzykowski, radca prawny,
 Kancelaria Radców Prawnych, A. Pieścik,
 W. Pietrzykowski, W. Wolniewicz,
 Spółka Komandytowa

Początki rewolucji w zakresie sprawozdawczości

W zeszłym roku wykonując obowiązki związane ze zgłaszaniem dokumentów finansowych dotyczących 2017 roku, banki spółdzielcze musiały zmierzyć się ze zmianami wprowadzonymi ustawą z dnia 26 stycznia 2018 r. o zmianie ustawy o Krajowym Rejestrze Sądowym oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. z 2018 r. poz. 398), która zrewolucjonizowała tryb zgłoszenia dokumentów finansowych do Krajowego Rejestru Sądowego (dalej: KRS). Zrezygnowano ze składania we właściwym sądzie rejestrowym pisemnych, papierowych wersji formularzy wraz z załącznikami, na rzecz formy elektronicznej zarówno zgłoszenia, jak i w późniejszym etapie już samych sprawozdań. W okresie przejściowym tj. od 15 marca 2018 r. do 30 września 2018 r. wprowadzono obowiązek zgłoszenia dokumentów finansowych za pośrednictwem systemu teleinformatycznego udostępnionego do tego celu przez ministra sprawiedliwości. Nie obowiązywały jeszcze przepisy dotyczące elektronicznej formy sprawozdań, a więc sporządzano je tak, jak dotychczas, w wersji papierowej, a następnie skanowano. Jednakże tutaj wprowadzono nowość – samo zgłoszenie musiało nastąpić drogą elektroniczną. Osoba, która miała dokonać zgłoszenia, t.j. w przypadku banku spółdziel-

czego co najmniej jedna osoba fizyczna, której numer PESEL jest ujawniony w KRS jako członek organu uprawnionego do reprezentowania – Zarządu (art. 19e ust. 2 ustawy o KRS t.j. Dz.U. z 2018 r. poz. 986z późn. zm.), musiała zaopatrzyć się w podpis elektroniczny (instrument odpłatny) bądź założyć profil zaufany ePUAP (bezpłatnie).

Osoba dokonująca zgłoszenia musiała również prawidłowo taką dokumentację oraz zgłoszenie za pomocą któregośkolwiek z tych instrumentów podpisać.

Przy pierwszej próbie sporządzenia zgłoszenia często trzeba było mierzyć się np. z niemożliwością dodania za dużego rozmiaru dokumentu; problemem w jakiej kategorii dołączyć oświadczenie o spełnieniu wymogów ustawy o ra-

Obowiązkowy elektroniczny tryb dokonania zgłoszenia do repozytorium dokumentów finansowych KRS pozostał bez zmian, ale zastosowanie znajdują już obowiązujące od 1 października 2018 r. przepisy dotyczące obowiązkowej elektronicznej formy sporządzenia sprawozdania finansowego oraz z działalności.

chunkowości (które finalnie okazało się składową elektronicznego zgłoszenia); czy też oczekiwać w kilkunastoosobowej kolejce na rozmowę telefoniczną z pomocą techniczną w przypadku innych usterek. Pomimo niedociągnięć technicznych systemu w początkowym okresie oraz braku wiedzy wnioskodawców poznających dopiero nowe zasady, zgłoszenia były wysyłane, a cenne oświadczenie na pewno przydaje się w tym roku. Obowiązkowy elektroniczny tryb dokonania zgłoszenia do repozytorium dokumentów finansowych KRS pozostał bez zmian, ale zasto-

>>



sowanie znajdują już obowiązujące od 1 października 2018 r. przepisy dotyczące obowiązkowej elektronicznej formy sporządzenia sprawozdania finansowego oraz z działalności.

Aktualna procedura zgłaszania dokumentów finansowych

Procedura zgłoszeniowa do repozytorium dokumentów finansowych KRS za pośrednictwem systemu teleinformatycznego obejmuje dokumenty wymienione w art. 69 ustawy o rachunkowości (t.j. Dz.U. z 2019 r. poz. 351): roczne sprawozdanie finansowe, sprawozdanie z badania, odpis uchwały bądź postanowienia organu zatwierdzającego o zatwierdzeniu rocznego sprawozdania finansowego i podziale zysku lub pokryciu straty oraz sprawozdanie z działalności. Wskazane uchwały nadal załączane będą w postaci zeskanowanych dokumentów sporządzonych w formie papierowej. Sprawozdanie z badania przez biegłego rewidenta powinno być opatrzone kwalifikowanym podpisem elektronicznym biegłego rewidenta. Z kolei sprawozdanie finansowe oraz sprawozdanie z działalności sporządza się w postaci elektronicznej oraz opatruje się kwalifikowanym podpisem elektronicznym lub podpisem potwierdzonym profilem zaufanym ePUAP (art. 45 ust. 1f–1h ustawy o rachunkowości – wejście w życie dnia 1.10.2018 r.). Sprawozdanie finansowe sporządza się zgodnie ze strukturą i formatem szczegółowo określonymi przez ministerstwo finansów, wpisując kolejne dane. Elementy sprawozdania sporządzane w strukturze logicznej to: wprowadzenie do sprawozdania finansowego, bilans, rachunek zysków i strat, zestawienie zmian w kapitale własnym, rachunek przepływów pieniężnych, nota objaśniająca do podatku dochodowego oraz inne dodatkowe informacje zawarte np. w pliku w formacie PDF. Dla banków wymagane będzie rów-

nież sporządzenie sprawozdania z działalności w formie elektronicznej. Wypełnieniem tego obowiązku będzie sporządzenie go w dowolnym elektronicznym formacie, nie przewidziano bowiem dla tego sprawozdania konkretnej struktury logicznej.

Niesporządzenie sprawozdań w wymaganej formie od dnia 1 października jest równoznaczne z ich niesporządzeniem w ogóle. Pamiętać również należy, że naruszenie obowiązków związanych z m.in. sporządzeniem, badaniem i ogłoszeniem sprawozdania jest zagrożone karą grzywny lub ograniczenia wolności, jako przestępstwo przeciwko zasadom prowadzenia rachunkowości (art. 79 ustawy o rachunkowości).

Sprawozdaniem możemy nazywać w tym stanie prawnym już tylko dokument sporządzony w przepisowej formie elektronicznej, natomiast jego wydruk jest już tylko kopią tego sprawozdania. Należy więc zwracać uwagę, aby prawidłowo stosować nazewnictwo np. przy opisie załącznika do uchwały ws. zatwierdzenia sprawozdania finansowego/z działalności przez Walne Zgromadzenie/Zebra-

nie Przedstawicieli, jako kopii sprawozdania.

Sprawozdaniem możemy nazywać w tym stanie prawnym już tylko dokument sporządzony w przepisowej formie elektronicznej, natomiast jego wydruk jest już tylko kopią tego sprawozdania. Należy więc zwracać uwagę, aby prawidłowo stosować nazewnictwo np. przy opisie załącznika do uchwały ws. zatwierdzenia sprawozdania finansowego/z działalności przez Walne Zgromadzenie/Zebra-
nie Przedstawicieli, jako kopii sprawozdania.

Kto i kiedy powinien podpisać sprawozdanie finansowe

Zgodnie z art. 52 ustawy o rachunkowości termin sporządzenia sprawozdania finansowego wynosi trzy miesiące od dnia bilansowego. Zatem jeżeli rok obrotowy jest tożsamy z kalendarzowym to dla sprawozdań sporządzonych na dzień 31 grudnia 2018 r. będzie to data do końca marca 2019 r. Podpisy pod sprawozdaniem muszą złożyć wszyscy członkowie zarządu oraz osoba sporządzająca sprawozdanie finansowe. Moment, w którym można stwierdzić, iż sporządzono sprawozdanie finansowe, następuje wraz ze złożeniem podpisu przez ostatnią z osób do tego zobowiązanych. Jeżeli Zarząd

jest wieloosobowy to technicznie każdy następny członek podpisuje sprawozdanie podpisane i pobrane przez poprzednika.

Sprawozdanie należy złożyć do repozytorium dokumentów finansowych KRS w ciągu 15 dni od jego zatwierdzenia, które z kolei nastąpić musi w ciągu 6 miesięcy od dnia bilansowego tj. maksymalnie do 15 lipca danego roku. Nawet jeżeli więc zatwierdzenie sprawozdania planowane jest na koniec czerwca, z uwagi na powyższy termin nie można odkładać formalności związanych z jego podpisaniem przez wszystkich członków zarządu do tego czasu – data złożenia podpisu elektronicznego po terminie będzie widoczna.

Obowiązki wynikające z Rekomendacji L

W ramach zagadnienia obowiązków sprawozdawczych banki powinny mieć również na uwadze zapisy Rekomendacji L, wydanej przez Komisję Nadzoru Finansowego (dalej: KNF) w grudniu 2018 roku, dotyczącej roli biegłych rewidentów w procesie nadzoru nad bankami oraz spółdzielczymi kasami oszczędnościowo-kredytowymi. Do jej zaktualizowanej wersji należy stosować się bowiem od 31 marca 2019 roku.

Zgodnie z treścią rekomendacji 9, bank spółdzielczy po każdym badaniu ustawowym lub przeglądzie sprawozdania finansowego powinien udostępnić

KNF wszelkie dokumenty, dotyczące ustaleń biegłego rewidenta z badania lub przeglądu sprawozdania finansowego. Rekomendacja ta stanowi rozszerzenie obowiązku przekazywania KNF sprawozdania finansowego i sprawozdania z badania biegłego rewidenta wraz z odpisem uchwały lub postanowienia organu zatwierdzającego, o zatwierdzeniu sprawozdania finansowego i podziale zysku lub pokryciu straty.

Komisja jednocześnie wyjaśnia, iż dokumenty, dotyczące ustaleń biegłego rewidenta z badania ustawowego lub przeglądu sprawozdania finansowego banku lub SKOK powinny obejmować w szczególności:

- protokoły ze spotkań, w tym spotkań podsumowujących, z udziałem zarządu, rady nadzorczej lub komitetu audytu banku;
- list i rekomendacje dla zarządu banku;
- odpowiedź zarządu na skierowany przez biegłego rewidenta list po badaniu ustawowym wraz z harmonogramem realizacji rekomendacji biegłego rewidenta;
- sprawozdanie dodatkowe dla komitetu audytu, którego obowiązek sporządzenia wynika z art. 11 Rozporządzenia 537/2014;
- okresowe informacje z realizacji przez bank harmonogramu rekomendacji przekazanych przez biegłego rewidenta. Informacje te Bank zobowiązany powinien przekazać KNF

również w terminie 15 dni od zatwierdzenia sprawozdania finansowego przez Walne Zgromadzenie/Zebrań Przedstawicieli razem z innymi wymaganymi dokumentami (art. 134 ust. 2 ustawy Prawo bankowe – tj.....).

Co nowego w przyszłym roku?

Omówione zmiany związane ze zgłaszaniem dokumentów finansowych są jednym z elementów kompleksowej reformy postępowania rejestrowego. Od 1 marca 2020 r. wejdą w życie kolejne przepisy nowelizujące ustawę o KRS, które wprowadzą obowiązkową formę elektroniczną do składania wszystkich formularzy służących do zgłaszania zmian w Rejestrze Przedsiębiorców KRS. W zakresie zgłaszania zmian w statutach banków wprowadzone zostaną jeszcze większe uproszczenia związane z działaniem Centralnego Repozytorium Elektronicznych Wypisów Aktów Notarialnych albowiem po wpisaniu przy zgłoszeniu numeru aktu notarialnego w repozytorium, podany dokument będzie automatycznie przekazywany za pośrednictwem systemu teleinformatycznego.

Podsumowanie zmian

Rozważając charakter i celowość licznych zmian w tematyce sprawozdawczości, nie sposób nie zauważyć, iż wpisują się one w widoczny również w innych dziedzinach prawa nurt upraszczania i unowocześniania procedur sądowych. Stopniowe odchodzenie od papierowych wersji obszernych dokumentów na rzecz nowoczesnych scentralizowanych systemów elektronicznych należy ocenić pozytywnie. Stopniowe odchodzenie od papierowych wersji obszernych dokumentów na rzecz nowoczesnych scentralizowanych systemów elektronicznych należy ocenić pozytywnie pod względem technologicznym (stosowanie nowoczesnych rozwiązań), ekonomicznym (oszczędność czasu przy czynnościach technicznych związanych z przygotowaniem zgłoszenia, a także z rozpoznaniem go przez sąd, brak kosztów wysyłki przesyłki pocztowej) czy ekologicznym (ograniczenie zużycia papieru, tuszu itd.). Niezbędnym elementem zmiany systemu są początkowe niedogodności, jednakże już zauważalne są korzyści płynące z nowych rozwiązań. Przepływ informacji jest bowiem sprawniejszy i dużo szybszy. Ważną zaletą jest również okoliczność, iż jeżeli zgłoszenie elektroniczne ma jakieś braki, to nie jest możliwe przejście do następnego kroku bez poprawienia uchybień. Po wysłaniu zgłoszenia widoczna jest od razu informacja o złożeniu wymaganych dokumentów w rejestrze. Takie usprawnienia w szczególności należy oceniać pozytywnie, a po wejściu w życie całej nowelizacji można będzie odetchnąć z ulgą, że czasy, w których wnioskodawca oczekuje miesiącami na postanowienie sądu rejestrowego, aby po dłuższym czasie otrzymać – ale wezwanie do uzupełnienia braków formalnych z powodu uchybień w formularzu – już minęły. ●

Rozważając charakter i celowość licznych zmian w tematyce sprawozdawczości, nie sposób nie zauważyć, iż wpisują się one w widoczny również w innych dziedzinach prawa nurt upraszczania i unowocześniania procedur sądowych. Stopniowe odchodzenie od papierowych wersji obszernych dokumentów na rzecz nowoczesnych scentralizowanych systemów elektronicznych należy ocenić pozytywnie.

Nowa Rekomendacja B KNF

dotycząca ograniczenia ryzyka inwestycji banków

Wojciech Kapica, counsel
Aleksandra Rudnicka, assistant
Adrian Rycerski, associate w SMM Legal
 Maciak Mataczyński Adwokaci sp.k.
 z siedzibą w Warszawie.

Wprowadzenie

Zakres przedmiotowy Rekomendacji B Komisji Nadzoru Finansowego obejmuje ograniczanie ryzyka inwestycji, wskazując bankom dobre praktyki w odniesieniu do wybranych aspektów zarządzania tym ryzykiem (analizy, identyfikacji, realizacji, nadzorowania, oceny, monitorowania i raportowania). Nowa Rekomendacja B nie obejmuje natomiast swym zakresem zastosowania pożyczek, kredytów, instrumentów pochodnych, a także zaangażowania banków spółdzielczych w kapitały banku zrzeszającego oraz zaangażowania uczestników systemów ochrony w instrumenty systemu ochrony.

Warto odnotować, że Rekomendacja B KNF wprost odwołuje się w swych postanowieniach do systemu ochrony, o którym mowa w art. 22a i nast. ustawy z dnia 7 grudnia 2000 r. o funkcjonowaniu banków spółdzielczych, ich zrzeszaniu się i bankach spółdzielczych (Dz.U. z 2018 r., poz. 613 ze zm.) (dalej jako: „u.f.b.s.”). Aspekt funkcjonowania systemu ochrony w kontekście ograniczania ryzyka inwestycji jest nowością. Postanowień tych nie było bowiem w Rekomendacji B z 2002 r., co nie może dziwić, skoro system ochrony został wprowadzony do u.f.b.s. dopiero 13 września 2015 r. Tym bardziej za zasadne uznać należy wydanie przez Komisję Nadzoru Finansowego, na posiedzeniu w dniu 26 marca br., nowej Rekomendacji B dotyczącej ograniczenia ryzyka inwestycji banków. Celem niniejszego artykułu jest przybliżenie czytelnikom niektórych z nowych wymogów nadzorczych.

Nowa definicja inwestycji

Rozpoczynając od definicji inwestycji, wskazać należy, że wyłączono z niej inwestycje z wykorzystaniem instrumentów pochodnych, co wynika z faktu, że obszar ten od 2010 r.



objęty jest zakresem zastosowania Rekomendacji A dotyczącej zarządzania ryzykiem towarzyszącym zawieraniu przez banki transakcji na rynku instrumentów pochodnych. Ponadto, nowa definicja inwestycji nie obejmuje działalności kredytowo-pożyczkowej (z wyjątkiem prowadzonej na rynku międzybankowym), a także zaangażowania banków spółdzielczych w kapitały banku zrzeszającego oraz

>>

zaangażowanie uczestników systemu ochrony w instrumenty tego systemu.

System ochrony w bankowości spółdzielczej, a postanowienia nowej Rekomendacji B

Jak wskazano we wprowadzeniu, Rekomendacja B odwołuje się do specyfiki funkcjonowania banków spółdzielczych i roli banku zrzeszającego, w tym do systemu ochrony wprowadzonego do u.f.b.s. w 2015 r. W nowej Rekomendacji B wskazano, że banki działające w strukturach zrzeszeń i instytucjonalnych systemów ochrony mogą korzystać z udogodnień zapewnianych przez zrzeszenia lub systemy ochrony, jednak takie podejście może być stosowane wyłącznie w granicach obowiązujących przepisów w zakresie zarządzania ryzykiem prowadzonej działalności. W nowej Rekomendacji B zwrócono uwagę, że część transakcji (czynności bankowych), których stroną jest zrzeszony bank spółdzielczy, wykonywana jest za zgodą banku zrzeszającego, a także za pośrednictwem tego banku. Okoliczność ta jednak nie wyłącza kompetencji banku spółdzielczego w zakresie zarządzania tymi transakcjami, w tym także zarządzania ryzykiem. To bank spółdzielczy ponosi ryzyko wynikające z realizowanych inwestycji. Nowa Rekomendacja B przesądza także, że na banku spółdzielczym spoczywa obowiązek zorganizowania procesu zarządzania inwestycjami oraz ryzykiem z nimi związanym, a odpowiedzialność za zorganizowanie tego procesu nie może zostać przeniesiona ani na bank zrzeszający, ani na system ochrony.

Polityka inwestycyjna i strategia inwestycyjna

Nowa Rekomendacja B, w przeciwieństwie do swojej poprzedniczki, jest bardziej przejrzysta w zakresie polityki inwestycyjnej i strategii inwestycyjnej. Nie pozostawia wątpliwości, że to zarząd banku ponosi odpowiedzialność za opracowanie pisemnej strategii inwestycyjnej oraz wynikającej z niej polityki inwestycyjnej. Strategia inwestycyjna zatwierdzana jest natomiast przez radę nadzorczą.

Przy konstruowaniu strategii inwestycyjnej i polityki inwestycyjnej, bank powinien brać pod uwagę cykliczność procesów ekonomicznych oraz zmiany zachodzące w portfelu ekspozycji. Jeżeli strategia i polityka inwestycyjna banku uwzględniają nieruchomości, cykliczność procesów ekonomicznych powinna być odnoszona także do rynku nieruchomości. Służyć temu ma wykorzystywanie bankowych baz danych oraz w miarę możliwości baz danych gospodarczych i biur informacji gospodarczych, a także rzetelny i wiarygodny system informacji zarządczej w obszarze prowadzonych inwestycji (Rekomendacja B nr 2). Nowa Rekomendacja B podkreśla także wymóg należytej dywersyfikacji portfela inwestycyjnego banku. Skład portfela inwestycyjnego powinien odzwierciedlać przyjęte i zatwierdzone w strategii oraz polityce inwestycyjnej cele inwestycyjne oraz zapewniać bezpieczeństwo środków gromadzonych przez depONENTÓW (Rekomendacja B nr 9).

Strategia inwestycyjna powinna uwzględniać, w szczególności: (i) podstawowe obszary prowadzonych inwestycji (np. rynek inwestycji w nieruchomości, akcje, instrumenty dłużne, jednostki uczestnictwa funduszy inwestycyjnych, certyfikaty funduszy inwestycyjnych zamkniętych itp.); (ii) bieżące, średnio i długoterminowe cele inwestycyjne banku; (iii) apetyt na ryzyko w odniesieniu do inwestycji podej-

mowanych przez bank; (iv) preferowane techniki pomiaru ryzyka i rentowności inwestycji, zawierające ocenę wpływu inwestycji na zmianę ekspozycji banku na poszczególne rodzaje ryzyka oraz łącznie (ryzyko zagregowane), wynik finansowy banku, płynność oraz adekwatność kapitałową (Rekomendacja B nr 1.1). Z kolei polityka inwestycyjna banku powinna obejmować w szczególności: (i) wskazanie szczegółowych obszarów inwestycji prowadzonych przez bank, w tym celów inwestycyjnych wobec poszczególnych podmiotów; (ii) wskazanie dopuszczalnych przez bank horyzontów czasowych utrzymywania inwestycji; (iii) metody dostosowania odpowiednich strategii inwestycyjnych do zmian zachodzących na rynku; (iv) opis stosowanych technik pomiaru ryzyka i rentowności inwestycji; (v) zasady bieżącej wyceny dokonanych inwestycji; (vi) określenie zasad ustalania limitów strat odpowiadających celom inwestycyjnym; (vii) sposób określania skali działalności inwestycyjnej banku; (viii) zasady i mechanizmy monitorowania oraz raportowania w zakresie prowadzonych inwestycji zabezpieczające przed przekroczeniem dopuszczalnych przyjętych w banku limitów z poszczególnych obszarów inwestycji; (ix) zasady i częstotliwość opracowywania okresowych informacji oraz sporządzania oceny podmiotów, w których bank jest zaangażowany kapitałowo; (x) wskazania dotyczące konieczności przeprowadzenia analizy aspektów prawnych związanych z prowadzonymi inwestycjami, w tym uzyskanie odpowiednich zezwoleń, licencji, akceptacji lub braku sprzeciwu dla inwestycji, o ile wymóg taki jest przewidziany w powszechnie obowiązujących przepisach prawa (Rekomendacja B nr 1.5).

Założenia strategii inwestycyjnej i polityki inwestycyjnej powinny znaleźć odzwierciedlenie również w planie ekonomiczno-finansowym banku (Rekomendacja B nr 1.10). Rekomendacja B nakłada także obowiązek odpowiedniego ukształtowania struktury organizacyjnej banku, w szczególności zapewnienia, aby struktura ta odpowiadała skali działalności i profilowi podejmowanego ryzyka inwestycyjnego. Co istotne, Rekomendacja B zaleca rozdzielenie funkcji: (i) zawierania transakcji inwestycyjnych oraz (ii) monitorowania i kontroli ryzyka związanych z inwestycjami.

Podsumowanie

Komisja Nadzoru Finansowego oczekuje, że nowa Rekomendacja B zostanie wdrożona przez banki do 31 grudnia 2019 r. Dokonując analizy wymogów nadzorczych w zakresie ograniczania inwestycji, zwrócić należy uwagę na dostosowanie ich treści do innych rekomendacji KNF, w szczególności Rekomendacji H dotyczącej systemu kontroli wewnętrznej w bankach. Rekomendacja B nr 15 wskazuje bowiem, że istniejący w banku system kontroli wewnętrznej powinien uwzględniać działalność banku w zakresie prowadzonych inwestycji i zapewniać przestrzeganie zasad zarządzania ryzykiem wynikającym z prowadzonych inwestycji. Ponadto, nowa Rekomendacja B jest komplementarna wobec Rekomendacji C dotyczącej zarządzania ryzykiem koncentracji oraz Rekomendacji P dotyczącej zarządzania ryzykiem płynności finansowej banków. W kontekście funkcjonowania banków spółdzielczych nie można zapominać o odpowiedzialności tych banków za inwestycje, a także za tworzenie własnych procedur w zakresie objętym treścią nowej Rekomendacji B. ●

Otwarcie Centrum Historii Polskiej Bankowości Spółdzielczej

Ale nie depczcie przeszłości ołtarzy (...) Na nich się jeszcze święty ogień żarzy...

„Do młodych” – A. Asnyk



Centrum Historii Polskiej Bankowości Spółdzielczej otwarte zostało w siedzibie Banku Polskiej Spółdzielczości SA w Warszawie. Inicjatorami powstania Centrum są Bank Polskiej Spółdzielczości, Spółdzielcza Grupa Bankowa (SGB) oraz Krajowy Związek Banków Spółdzielczych.

Centrum Historii Polskiej Bankowości Spółdzielczej gromadzi unikatowe materiały obrazujące ponad 150-letnią historię tego sektora bankowego. Formuła nowoczesnej wystawy sprzyja zachowaniu dorobku bankowości spółdzielczej, spełnia ważne funkcje edukacyjne i dowodzi jednocześnie ciągłości ruchu spółdzielczego oraz trwałości zasad, na których

>>



Mirosław Skiba, prezes zarządu SGB-Banku SA

został on zbudowany. Te wartości, a wśród nich, między innymi, wspólnota, wzajemna pomoc, społeczna solidarność i odpowiedzialność, mają istotne znaczenie nie tylko w samej spółdzielczości, lecz także w szerszym, obywatelskim wymiarze.

Centrum Historii Polskiej Bankowości Spółdzielczej przedstawia najważniejszych twórców i pomysłodawców bankowości spółdzielczej oraz pokazuje wpływ ich decyzji i projektów na życie państwa. Dzięki temu zwiedzający mogą lepiej poznać przeszłość polskich banków spółdzielczych oraz – co nie mniej ważne – docenić współczesne znaczenie działań sektora spółdzielczego na rynku usług i produktów finansowych.

Twórcy wystawy prezentują między innymi statystyki i dane

ilustrujące wpływ banków spółdzielczych na polską gospodarkę. Można zobaczyć, jak wzrastała liczba spółdzielców, liczba banków, a także, jak rozwijał się system prawny zabezpieczający działanie instytucji spółdzielczych. Na gości czekają też artykuły o ważnych wydarzeniach w polskiej bankowości spółdzielczej, z bogatą historią Rzeczypospolitej w tle.

Wystawa obrazuje zarówno społeczne, jak i polityczne znaczenie bankowości spółdzielczej – ważnym elementem jest tu prezentacja ścisłych związków między rozwojem spółdzielczości, a wzrostem świadomości narodowej i dążeń niepodległościowych Polaków. Podkreślono też znaczenie bankowości spółdzielczej w okresie istnienia niepodległego państwa polskiego.

>>

Zdzisław Kupczyk, prezes zarządu banku BPS SA:

– Zasady bankowości spółdzielczej są trwałe. Historia uczy, że stanowią one fundament, w oparciu o który wypełniamy naszą misję już ponad 150 lat. Bankowość spółdzielcza miała u swoich początków wymiar nie tylko ekonomiczny, lecz także patriotyczny. Wyrażała świadomość obywatelską i narodową. Bardzo mocno była związana z kultywowaniem polskości w czasach, gdy wolna Polska była marzeniem Polaków, a nie realnym bytem. Grono światłych ludzi, działając równolegle i niezależnie od siebie, zainicjowało na ziemiach polskich we wszystkich zaborach proces budowy narodowego potencjału gospodarczego, który przechowywałby polskość i zapobiegł wykluczeniu ekonomicznemu, a w konsekwencji także wynarodowieniu Polaków. Trzeba tę historię ocalić od zapomnienia, w wymiarze procesów dziejowych, ale także w wymiarze ludzkim, indywidualnym. Przypominać sylwetki i piękne życiorysy wielu pokoleń działaczy gospodarczych, których praca okazała się tak ważnym wkładem w zachowanie polskiego kapitału pod zborami, a następnie w odbudowę Polski. Temu służyć ma Centrum Historii Polskiej Bankowości Spółdzielczej, które udostępniemy w Centrali Banku BPS. Gromadzi ono zbiory archiwalne dokumentujące fazy rozwoju bankowości spółdzielczej. Jest to także przesłanie ku przyszłości, wskazujące, jak wielkie znaczenie ma respektowanie naszych fundamentalnych wartości. Wierzę, że Centrum Historii Polskiej Bankowości Spółdzielczej będzie służyć głównie młodym pokoleniom.

Mirosław Skiba, prezes zarządu SGB-Banku SA:

– Banki spółdzielcze to fundament polskiego sektora finansowego. Od przeszło 160 lat pracujemy na rzecz zapewnienia bezpieczeństwa oszczędności naszych rodaków. Pracujemy także – co szczególnie ważne w przypadku bankowości spółdzielczej – na rzecz zachowania tożsamości narodowej oraz istoty polskości zachowanej w lokalnych społecznościach. Pierwsze banki spółdzielcze były zakładane właśnie w Wielkopolsce. Z burzliwej historii naszego kraju wyłania się obraz instytucji finansowych, które zawsze są z Polakami. Wspierają, edukują, krzewią wartości budujące w nas poczucie jedności i odpowiedzialności za ojczyznę. Ten wkład bankowości spółdzielczej w polską historię powinien zostać uhonorowany i upamiętniony. Cieszę się, że wspólnie – banki spółdzielcze obu zrzezeń i Krajowy Związek Banków Spółdzielczych tworzą Centrum Historii Polskiej Bankowości Spółdzielczej. Myślę, że uda nam się połączyć tradycję z nowoczesnością. Centrum w bardzo interesujący sposób opowiadać będzie o tradycjach sektora spółdzielczego. Mam nadzieję, że język przekazu, a przede wszystkim obraz, trafi do młodego odbiorcy, który informacji szuka na swoim smartfonie. Jestem pewien, że Centrum Historii Polskiej Bankowości Spółdzielczej będzie tętniło życiem i stanie się kolejnym, ważnym miejscem w Warszawie.

Krystyna Majerczyk-Żabówka, prezes zarządu Krajowego Związku Banków Spółdzielczych:

– Wielokrotnie i przy różnych okazjach podkreśla się, że bankowość spółdzielcza trwa przy tradycyjnych wartościach i na tym polega jej siła na tle konkurencji. Jednym z wyrazów przywiązania do tradycji jest szczególna dbałość o spuściznę przodków. Na tym polu bankowość spółdzielcza może i powinna szczególnie się wykazać. Dorobek historyczny bankowości spółdzielczej jest bardzo różnorodny, bogaty w treści i w większości bardzo dobrze zachowany. Najstarsze polskie banki spółdzielcze istnieją przecież od ponad 150 lat! Niewiele instytucji może pochwalić się tak długą historią prowadzenia działalności. Pamięć o wspólnych korzeniach sprzyja zrozumieniu oraz wewnętrznej integracji, czyli powstaniu tych wartości, których obecnie nasz sektor tak bardzo potrzebuje. Kierując słowa uznania i podziękowania w stronę tych, którzy tworzyli tę historię, dbali o zbiory, wyrażam nadzieję, że dzieło to będzie kontynuowane, a nowo powstałe Centrum Historii Polskiej Bankowości Spółdzielczej będzie służyło wiedzą i inspiracją dla kolejnych pokoleń Polaków.



W otwarciu uczestniczył m.in. Sławomir Flissikowski, przewodniczący Rady Nadzorczej SGB-Banku SA

Twórcy wystawy udostępniają zwiedzającym bogaty zbiór dokumentów i artefaktów. Są wśród nich fotografie, grafiki, rachunki bankowe, artykuły prasowe, materiały radiowe

i filmowe, plakaty oraz materiały reklamowe. Wszystkie wyróżniają się jakością i autentycznością. ●

oprac. Piotr Orlik

Komunikacja z klientem w Internecie – II Forum Komunikacji i Marketingu

Hanna Kniotek, SGB-Bank SA

Internet istnieje już niemal w każdej sferze naszego życia. Używamy go do celów zawodowych i prywatnych, coraz więcej spraw załatwiamy za jego pośrednictwem. W komunikacji z klientami nie jest już tylko dodatkiem, ale często podstawowym źródłem, z którego czerpie się informacje o firmie i produktach. Dlatego bardzo ważne jest, aby styl i forma komunikacji była dostosowana do potrzeb oraz oczekiwań klientów. Należy nie tylko mówić tzw. „językiem korzyści”, ale przede wszystkim zrozumiały i możliwie prosty. W takich branżach jak bankowość, finanse nie zawsze jest to łatwe zadanie, bo komunikat musi być także precyzyjny i dostosowany do przepisów czy wskazań regulatora. W związku z tym komunikacja z klientem w Internecie stała się tematem przewodnim II Forum Komunikacji i Marketingu Banków Spółdzielczych SGB, które odbyło się 8 maja w Poznaniu. Licznie przybyli przedstawiciele banków spółdzielczych zostali przywitani przez Dorotę Andrzejak-Sztylc, dyrektora Departamentu Współpracy z Bankami Spółdzielczymi i Organizacji oraz Romana Szewczyka, kierownika Biura Komunikacji i Marketingu w SGB-Banku SA. Opowiedzieli oni przybyłym o tym, jakich działań banki spół-

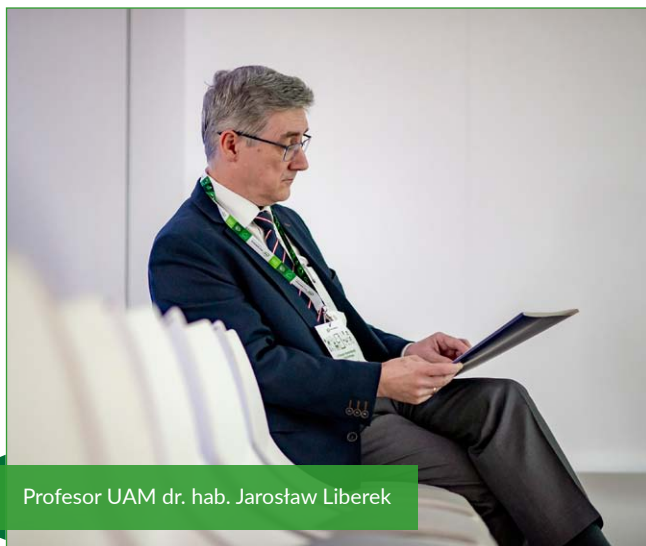
dzielcze mogą spodziewać się w tym roku z naszej strony. Następnie głos zabrali zaproszeni prelegenci, którzy na co dzień zajmują się różnymi obszarami komunikacji. Zostali poproszeni, aby zechcieli się z nami podzielić swoim doświadczeniem.

Profesor UAM dr. hab. Jarosław Liberek zwrócił uwagę na potrzebę dostosowania jakości komunikatu do oczekiwań odbiorcy, nazwanego na potrzeby prezentacji, Janem Kowalskim. Podał przykłady zwrotów, które chociaż są przez



Sebastian Bykowski, wiceprezes zarządu, dyrektor generalny PRESS-SERVICE Monitoring Mediów

>>



Profesor UAM dr. hab. Jarosław Liberek

językoznawców uznawane za potoczne, to funkcjonują w języku, podkreślił, że nie warto na siłę z nich rezygnować. Zaznaczył, że nadmierna poprawność językowa i dążenie do precyzyjności komunikatu mogą zaciemnić jego przekaz, a w konsekwencji uniemożliwić zrozumienie. Profesor przeanalizował też strony banków spółdzielczych SGB i na konkretnych przykładach wskazał miejsca, gdzie komunikacja szwankuje, lub takie, gdzie coś zostało wyjątkowo dobrze przekazane.

Kolejny prelegent

Sebastian Bykowski, wiceprezes zarządu, dyrektor generalny PRESS-SERVICE Monitoring Mediów, opowiedział o sile informacji, o tym jak ważny jest kontekst w jakim zostaje przekazana, czy fakt, kto daną informacją dzieli się z innymi. Pokazał, jak pozorne jest przekonanie o powszechności dostępu do informacji, że otaczamy się osobami o podobnych poglądach i tworzymy tzw. „bańki informacyjne”, poprzez ściany których nie przenikają komunikaty osób o odmiennym światopoglądzie. Wbrew przekonaniu wielu, większa ilość komunikatów nie oznacza lepszej komunikacji (warto o tym pamiętać szczególnie w komunikacji kryzysowej). Informacje o naszej mar-

ce to nie tylko to, co sami „wypuszczamy” do Internetu, ale też wszystko to, co piszą o nas nasi klienci i inni. Dlatego ostatnio coraz popularniejsze w Polsce staje się zatrudnianie influencerów, którzy przekazują informacje o produktach i działaniach firm. Sebastian Bykowski opowiedział, czym się kierować i na co uważać przy ich wyborze, a także, jak może wyglądać taka współpraca.

Jacek Prześluga, prezes zarządu BCNK Sp. z o.o., skupił się z kolei na social mediach (SM). Przedstawił dobre praktyki prowadzenia profili w mediach społecznościowych i podzielił się cennymi uwagami i wskazówkami. Szczególnie ciekawą i docenioną przez uczestników forum była analiza wykorzystania i obecności w SM banków spółdzielczych SGB.

W tym obszarze

mamy jeszcze sporo pracy do zrobienia, ale są też chlubne przykłady, które zostały wyraźnie wskazane. Jacek Prześluga podzielił się z bankami bardzo konkretnymi pomysłami, jak można efektywniej prowadzić swoje kanały komunikacji, jak je poprawić na korzyść i jakie treści mogłyby



Jacek Prześluga, prezes zarządu BCNK Sp. z o.o.



Uczestnicy i gospodarze Forum

bardziej zainteresować odbiorców. Prelegent rozprawił się też z kilkoma mitami odnośnie prowadzenia profili w mediach społecznościowych. Na podstawie analizy ankiet możemy stwierdzić, że to wystąpienie spotkało się ze szczególnie dobrym odbiorem, a zdobyte informacje będą wykorzystywane przez banki w codziennej pracy.

Na zakończenie Forum

Komunikacji i Marketingu, Marcin Kotus, obecnie zastępca dyrektora Departamentu Klienta Indywidualnego i Bankowości Mobilnej, szczegółowo przedstawił temat mobilnego przyspieszenia w bankach spółdzielczych SGB, inaczej mówiąc, przedstawił największe wyzwanie, także komunikacyjne, jakie czeka nas w najbliższych miesiącach.

Bardzo dziękujemy wszystkim uczestnikom za tak liczne przybycie, za wypełnienie ankiet, które pomogą nam przy organizacji kolejnego spotkania i, jak zawsze, zachęcamy do bieżącego z nami kontaktu. Do zobaczenia za rok! ●

Dla banków spółdzielczych SGB – Katalog usług i produktów, czyli... Jesteśmy do usług!

Rafał Łopka, SGB-Bank SA



Pracownicy banków spółdzielczych SGB często szukają pomocy w obsłudze kadrowo-płacowej, poszukują informacji o zmianach w przepisach prawa, oczekują wsparcia przy budowaniu komunikacji marketingowej i docieraniu do mediów.

To tylko przykładowe zagadnienia, można też wspomnieć o sferze regulacji kredytowych, usługach Call Center, emisji kart płatniczych, obsłudze bankomatów, terminali POS i wielu, wielu innych.

Jako SGB-Bank SA jesteśmy przygotowani, by pomagać. Wsparciem dla banków spółdzielczych SGB jest przygoto-

wany przez nas Katalog usług i produktów SGB-Banku SA, świadczonych na rzecz banków spółdzielczych SGB. Nasz katalog jest dostępny w wersji online w Intranecie SGB i jest sukcesywnie aktualizowany. Zebraliśmy wszystko w jednym miejscu.

Katalog Usług i Produktów to obszary, w których banki spółdzielcze mogą liczyć na wsparcie ze strony SGB-Banku SA. Bezpośrednie telefony i adresy mailowe do pracowników SGB-Banku, odpowiedzialnych za poszczególne tematy. Katalog Produktów i Usług – jesteśmy do usług! ●



Dziękujemy

Bankom Spółdzielczym
za kolejny rok wspólnej pracy!



Podpisanie Listu Intencyjnego w trakcie Forum Technologii Bankowości Spółdzielczej

SGB-Bank SA oraz Bank BPS SA, czyli dwa banki zrzeszające banki spółdzielcze, wraz z firmami informatycznymi obsługującymi sektor bankowości spółdzielczej oraz Izbami gospodarczymi, podpisały List Intencyjny dotyczący wzajemnej współpracy. Po latach dyskusji, banki spółdzielcze mają pomysł na rozwój IT? Czy tym razem się uda?

„BS API to nasze wspólne przejście z epoki płyty analogowej do ery nowoczesnych technologii w rozwoju systemów centralnych. Jest to dla nas bankowców – spółdzielców rewolucja, która pozwoli na wdrażanie coraz lepszych usług i produktów dla naszych klientów. Dzięki nowym rozwiązaniom jeszcze do końca 2019 roku banki spółdzielcze SGB będą oferowały całe spektrum mobilnych płatności dla swoich klientów, stając się jeszcze bardziej konkurencyjni wobec banków komercyjnych.” – mówi Mirosław Skiba, prezes zarządu SGB-Banku SA.



Podpisanie listu intencyjnego

Sygnatariusze Listu

zgodnie deklarują współpracę i wzajemną pomoc przy wdrożeniu jednolitego standardu BS API w sektorze bankowości spółdzielczej oraz opracowaniu rozwiązań informatycznych wykorzystywanych przez banki spółdzielcze w zakresie cyberbezpieczeństwa. Bezpośrednią przyczyną do działania stały się rekomendacje Konwentu na rzecz Współpracy i Rozwoju Polskiej Bankowości Spółdzielczej jakie w bieżącym roku zostały przyjęte w ramach obrad, a których realizację powierzono Radzie Konsultacyjnej Sektora Bankowości Spółdzielczej.

„Dzisiaj udało się wykonać niewielki, ale jakże ważny krok w budowie i współdziałaniu sektora bankowości spółdzielczej w obszarze IT. Od wielu miesięcy rozmawiamy w sektorze bankowości spółdzielczej nad potrzebą współdziałania i współpracy w obszarze IT, bo tylko wtedy możemy mówić o trwałym rozwoju sektora. Wzajemna współpraca otwiera wiele możliwości budowy nowych projektów w obszarze IT, w celu poszukiwania finansowego wsparcia dla zapewnienia bezpieczeństwa i stabilności sektora bankowości spółdziel-

czej.” – mówi Włodzimierz Kiciński, wiceprezes zarządu Związku Banków Polskich.

Podpisanie tego Listu

ma przyczynić się do zaktywizowania wszystkich świadczących usługi na rzecz bankowości spółdzielczej w obszarze API oraz cyberbezpieczeństwa tak, aby zapewnić stabilny rozwój bankowości spółdzielczej. To przełomowe wydarzenie, w którym wraz z podmiotami świadczącymi usługi, wypracowują standardy komunikacyjne w zakresie systemów cyberbezpieczeństwa. Miejsce, w którym nastąpiło podpisanie przedmiotowego Listu jest tegoroczne Forum Technologii Bankowości Spółdzielczej, które odbyło się w dniach 22 – 23 maja br. w Warszawie.

List został podpisany przez Bank BPS SA, SGB-Bank SA, firmy informatyczne obsługujące IT w bankowości spółdzielczej, do których należą: Asseco Poland SA, NOVUM Sp z o.o., Softnet Sp. z o.o., SABA SERVICE Sp. z o.o., I-BS.pl Sp z o.o. oraz Związek Banków Polskich i Krajowy Związek Banków Spółdzielczych. ● Oprac. Rafał Łopka



W Lokacie SGB „Lato pełne nagród”

dla klientów ESBANKU Banku Spółdzielczego

Dwa samochody osobowe, w tym nagroda główna, losowana wśród klientów 123. banków spółdzielczych SGB z całej Polski, trafiły do Radomska za sprawą loterii „Lokata SGB (Lato 2018)”. Symboliczne przekazanie nagród laureatom odbyło się przed główną siedzibą ESBANKU Banku Spółdzielczego 6 czerwca 2019 r.

Arleta Węgrzyńska,
ESBANK Bank Spółdzielczy

Gwarantowany zysk z lokaty oraz szansa na udział w loterii z cennymi nagrodami – promocyjne Lokaty SGB to niewątpliwe korzyści dla klientów. Jako wspólny projekt SGB-Banku SA oraz banków spółdzielczych SGB stanowią także element fundamentalnej dla polskich banków spółdzielczych współpracy.

— To bardzo miły dzień dla ESBANKU Banku Spółdzielczego i Spółdzielczej Grupy Bankowej, z którą wspólnie zorganizowaliśmy lokatę z nagrodami dla naszych klientów. Dziś przekazujemy nagrody laureatom. Klienci ESBANKU Banku Spółdzielczego wygrali dwa piękne samochody. Myślę, że jest to dodatkowa

zachęta do oszczędzania w bankach SGB i w ESBANKU Banku Spółdzielczym — powiedział podczas oficjalnego podsumowania loterii w Radomsku prezes Zarządu ESBANKU Banku Spółdzielczego, Jacek Zacharewicz.

Szczęśliwe dla klientów ESBANKU Banku Spółdzielczego losowanie w letniej loterii odbyło się w kwietniu br. w siedzibie SGB-Banku SA w Poznaniu. Tym razem los uśmiechnął się do stałych klientów banku, którzy kontynuują rodzinne tradycje dotyczące oszczędzania.

— Oszczędzamy od zawsze. Już moi rodzice byli klientami tego banku i tutaj oszczędzali. My też zawsze staramy się mieć jakieś

>>



Pan Sebastian odbiera kluczyki do wygranego samochodu



Pani Teresa otrzymuje kluczyki do swojej wygranej

pieniądze na tzw. „czarną godzinę”. Polecam ESBANK Bank Spółdzielczy – jest takim naszym, swojskim, rodzinnym bankiem, myślę, że bliskim każdemu. Nie spodziewaliśmy się takiej pięknej nagrody, tym bardziej, że rok wcześniej wygraliśmy w loterii aparat fotograficzny. To jest kontynuacja naszego szczęścia – nie kryła zaskoczenia, ale i radości z wygranej pani Teresa, odbierając z rąk prezesa ESBANKU Banku Spółdzielczego, kluczyki do Toyoty Aygo, losowanej wyłącznie wśród klientów banku.

Toyota CHR, która trafiła do pana Sebastiana, była natomiast nagrodą główną, losowaną wśród wszystkich uczestników loterii, tj. wśród klientów aż 123. banków spółdzielczych SGB. Dla pana Sebastiana, który kilka lat temu także znalazł się w gronie laureatów loterii, zorganizowanej przez ESBANK Bank Spółdzielczy dla własnych klientów, wygrana stanowi potwierdzenie, że zaufanie do lokalnego banku procentuje.

— Dziadek, tata, a teraz i ja jestem klientem ESBANKU Banku Spółdzielczego – można powiedzieć, że to już w sumie kilkadziesiąt lat współpracy. Tu jest ekipa pozytywnie nastawiona do klienta. Dlatego zakładamy lokaty w ESBANKU Banku Spółdzielczym. Teraz w Grupie, na

całą Polskę – więc nagroda jest tym większym zaskoczeniem. Warto oszczędzać – zaczynając od 500 zł. — mówił pan Sebastian. 500 zł to minimalny wkład, uprawniający do udziału w losowaniu cennych nagród w cyklicznych Lokatach SGB z nagrodami. Kolejna szansa na uśmiech losu dla klientów banków spółdzielczych SGB to bieżąca loteria wiosenna, gdzie do wygrania jest m.in. Ford Focus Titanium. Promocyjne lokaty można zakładać do 28 czerwca br. Laureatów poznamy w styczniu 2020 roku. Życzymy powodzenia! ●

SKO w SGB

Wakacyjne nagrody rozdane!

Wraz z końcem roku szkolnego zakończyła się kolejna edycja konkursu „SKO w SGB”. SGB-Bank SA we współpracy z bankami spółdzielczymi podsumował cały rok konkursowych zmagania w ramach Szkolnych Kas Oszczędności.

Na szczęśliwych zwycięzców czekały, jak zwykle, atrakcyjne nagrody.

Katarzyna Miler, SGB-Bank SA

Koniec roku szkolnego 2018/2019 to czas na podsumowanie konkursów organizowanych w ramach Szkolnych Kas Oszczędności, które wpisały się już w tradycję współpracy SGB-Banku SA z bankami spółdzielczymi i szkołami na terenie działania całego Zrzeszenia.

Na początku roku szkolnego rozpoczął się główny konkurs SKO, który trwał prawie cały rok szkolny. W drugim semestrze szkoły miały dodatkowo okazję wziąć udział w mini-konkursie „Skarbonka pomysłów”. Był on pro-

wadzony za pośrednictwem strony internetowej www.skowsgb.pl.

W konkursie głównym „SKO w SGB” wzięło udział prawie 50 banków spółdzielczych, które współpracowały z 250 szkołami. W tym czasie opiekunowie SKO wraz z uczniami podejmowali się rozmaitych zadań, mających na celu naukę systematycznego oszczędzania i racjonalnego gospodarowania pieniędzmi. Po raz kolejny uczestnicy programu udowodnili, że oszczędzanie i zdobywanie wiedzy o pieniądzu i bankowości spółdzielczej może być świetną zabawą. W ramach konkursu szkoły organizowały rozmaite wydarzenia, w tym wystawy, wycieczki, zajęcia i warsztaty. Nierzadko naukę oszczędzania łączono z uczestnictwem



Szkoła Podstawowa im. Szczepana Cerekwickiego w Ludwinowie

Bank Spółdzielczy	Szkoła
RBS w Lututowie	Szkoła Podstawowa w Wyszanowie
BS w Jarocinie	Niepubliczna Szkoła Podstawowa im. kard. S. Wyszyńskiego w Prusach
	Niepubliczna Szkoła Podstawowa w Bachorzewie
	Szkoła Podstawowa nr 4 im. W. Broniewskiego w Jarocinie
BS w Suszu	Szkoła Podstawowa w Lubnowych
	Szkoła Podstawowa im. gen. Józefa Bema w Suszu
BS w Iłowie	Szkoła Podstawowa im. I Armii Wojska Polskiego w Giżycach
	Szkoła Podstawowa im. Marszałka Józefa Piłsudskiego w Iłowie
BS w Głowaczowie	Publiczna Szkoła Podstawowa im. W. B. Głowackiego w Brzózce
BS w Czarnkowie	Publiczna Szkoła Podstawowa w Kruczu
	Szkoła Podstawowa w Sarbi
	Szkoła Podstawowa nr 1 im. Henryka Sienkiewicza
BS w Chodzieży	Szkoła Podstawowa im. Jana Pawła II w Lipinach
	Zespół Szkolno-Przedszkolny w Strózewie
	Szkoła Podstawowa im. Mikołaja Kopernika w Margoninie
	Szkoła Podstawowa im. Henryka Sienkiewicza w Strzelcach
BS Duszniki	Szkoła Podstawowa im. ppłk. M. Ciężkiego w Baborowie
BS w Nowym Wierusławie	Szkoła Podstawowa im. Jana Pawła II w Wielkim Komorsku
	Szkoła Podstawowa im. A. Fiedlera w Nowym
BS w Koronowie	Szkoła Podstawowa im. Janusza Korczaka w Bystawiu

>>



Szkoła Podstawowa im. Jana Pawła II w Wielkim Komorsku



Szkoła Podstawowa im. I Armii Wojska Polskiego w Giżycach



w akcjach charytatywnych, czy zbiórkach materiałów do recyklingu. Zajęcia proponowane przez nauczycieli niejednokrotnie integrowały szkolną społeczność, były interdyscyplinarne i zachęcały do kreatywności w działaniach. Całe klasy rywalizowały ze sobą w nauce systematycznego oszczędzania. Zdaniem wielu opiekunów SKO, dzieci mają świadomość, że nie liczy się wysokość składek, ale regularność wpłat. Po kilku miesiącach przekonywały się, że zbierane przez nie kwoty pozwoliły im na spełnienie osobistych, drobnych marzeń lub wspólny wyjazd na wycieczkę z kolegami z SKO.

Wiosną tego roku

jako Zrzeszenie, zaproponowaliśmy szkołom dodatkowy mini-konkurs „Skarbonka pomysłów”. Jego zadaniem było wykonanie skarbondki z materiałów do recyklingu oraz namalowanie plakatu o tematyce zachęcającej do oszczędzania. Komisja zweryfikowała ponad 130 prac konkursowych i wybrała z nich 3 zwycięskie projekty. Uczestnicy mini-konkursu mieli okazję zapoznać się ze zmianami, jakie zostały wprowadzone na stronie internetowej www.skowskb.pl. Oprócz nowego systemu zakładania kont dla uczniów, ułatwiony został także mechanizm przypisywania banków spółdzielczych i szkół, co skutecznie wyeliminowało błędy i uprościło kontakt organizatora konkursu ze szkołą.

Konkurs „SKO w SGB” to doskonała forma budowania przez lokalne banki spółdzielcze pozytywnych relacji z miejscowymi szkołami, nauczycielami, uczniami i ich rodzicami, bądź opiekunami. Podczas trwania konkursu wiele banków prowadziło w szkołach lekcje przedsiębiorczości, a także zapraszało uczestników programu do swoich placówek. Banki, jak zwykle, zadbały również o upominki SKO, które dwa razy do roku SGB-Bank SA proponuje w specjalnie w tym celu przygotowanych katalogach.

Zakończenie programu

„SKO w SGB”, to naturalnie czas na podsumowanie całej akcji konkursowej i wręczenie nagród. Przed zakończeniem obecnego roku szkolnego banki spółdzielcze przekazały nagrody 20 zwycięzcom konkursu głównego. Najbardziej systematycznie oszczędzający uczniowie otrzymali plecaki, natomiast opiekunowie SKO i szkoły – karty prezentowe. Każda szkoła otrzymała ponadto pamiątkowy dyplom uczestnictwa podpisany przez prezesa SGB-Banku SA, Mirosława Skibę.

Serdecznie dziękujemy wszystkim uczestnikom tegorocznej edycji konkursu „SKO w SGB” za sympatyczną współpracę, pomysłowość i duże zaangażowanie. We wrześniu, jak co roku, ruszy kolejna edycja. Nauka oszczędności i odpowiedzialnego stosunku do pieniędzy, to przecież doskonała lekcja na całe życie. Do zobaczenia! ●

Mobilny wniosek programu Rodzina 500+ dla klientów banków spółdzielczych SGB

Od dziś klienci banków spółdzielczych SGB mogą złożyć wniosek o świadczenie z programu Rodzina 500+ przy użyciu urządzenia mobilnego np. smartfona. System bankowości internetowej umożliwia beneficjentom programu Rodzina 500+ składanie wniosków w technologii RWD.

Klietom banków spółdzielczych SGB, udostępniona została możliwość składania wniosków w ramach Programu Rodzina 500+ w technologii RWD bezpośrednio z poziomu bankowości Internetowej na smartfonie lub tablecie. Wnioski w przygotowanym rozwiązaniu, klienci banków spółdzielczych SGB będą mogli złożyć jako pierwsi w Polsce.

Wprowadzenie we współpracy z firmą Consdata Sp. z o.o. responsywnych formularzy programu 500+ jest elementem digitalizacji Zrzeszenia, która pozwoli bankom spółdzielczym zwiększyć konkurencyjność oferty, utrzymać obecnych, ale również pozyskać nowych klientów w ramach strategii mobilnego przyspieszenia. – mówi Robert Tórz, dyrektor Departamentu Klienta Indywidualnego i Bankowości Mobilnej.

Klienci będą mogli samodzielnie wypełnić formularz wniosku

o świadczenie oraz wysłać wypełniony wniosek, bez konieczności wychodzenia z domu, np. przy użyciu smartfona.

Po wpłynięciu wniosku do ministerstwa, będzie on przekazywany do lokalnych urzędów, które odpowiadać będą za merytoryczne rozpatrzenie wniosku. SGB-Bank SA oraz banki spółdzielcze SGB będą pośredniczyć w przekazaniu wniosków do Ministerstwa Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej.

Poza wnioskami o świadczenia z programu Rodzina 500+ klienci banków spółdzielczych mogą mobilnie zawnieść o świadczenia z programu Dobry Start (300+), terminal POS i ofertę kredytu gotówkowego. Lista banków spółdzielczych, w których możliwe będzie złożenie wniosku w ramach Programu Rodzina 500+ jest na bieżąco aktualizowana w zakładce dotyczącej programu – https://www.sgb.pl/rodzina_500_plus.

Więcej informacji o programie Rodzina 500+ można znaleźć na stronie: <https://obywatel.gov.pl/dzieci/500-zl-na-dziecko-program-rodzina-500> oraz na dedykowanej stronie programu: <http://www.rodzina500plus.gov.pl>.

Oprac. Rafał Łopka

The image displays three sequential screenshots of the SGB mobile application interface for applying to the Rodzina 500+ program.

- First Screenshot:** Shows the 'Wniosek o Terminal Płatniczy' (Application for Payment Terminal) screen. It features the SGB logo and title. Under 'Produkt', it lists 'Terminal płatniczy - Polska Bezgotówkowa'. A description states: 'Skorzystaj z programu Polska Bezgotówkowa i zgłoś się do Banku Spółdzielczego po ofertę na terminal płatniczy 12 miesięcy za 0 zł. Twoi Klienci chcą płacić kartą'. Below is a 'Dane klienta' section with input fields for 'Nazwa akceptanta:' and 'NIP Akceptanta:'.
- Second Screenshot:** Shows the 'Rodzina 500+' application screen. It has a progress indicator with three steps (1, 2, 3). Step 1 is 'WNIOSEK O USTALENIE PRAWA DO ŚWIADCZENIA WYCHOWAWCZEGO'. It includes a 'Wybór okresu świadczeniowego' section with a radio button selected for 'od 1 października 2018 r. do 30 września 2019 r.'. Below is the 'DANE WNIOSKODAWCY' (Applicant Data) section with fields for 'Imię' (KRZYSZTOF), 'Nazwisko' (SIKORA), and 'PESEL'.
- Third Screenshot:** Shows the 'Wybór wniosku' (Select application) screen. It prompts 'Wybierz opcję' (Choose an option) and lists four radio button options: 'Złóż wniosek Rodzina 500+', 'Złóż wniosek Dobry start', 'Zobacz status złożonego wniosku', and 'Złóż wniosek o Terminal Płatniczy - Polska Bezgotówkowa'. A green 'Dalej' (Next) button is at the bottom.

RODZINA 500+



„Rodzina 500+” po zmianach Najważniejsze informacje

1 lipca 2019 roku wchodzi w życie nowelizacja ustawy o pomocy państwa w wychowywaniu dzieci, która wprowadza zmiany w programie Rodzina 500+. Świadczenie wychowawcze będzie przysługiwało na wszystkie dzieci do 18. roku życia, bez względu na dochody uzyskiwane przez rodzinę.

Program „Rodzina 500+” funkcjonuje od 1 kwietnia 2016 roku. Do tej pory wsparcie z programu na pierwsze dziecko, rozumiane jako jedyne lub najstarsze dziecko w wieku do ukończenia 18. roku życia, było uzależnione od spełnienia kryterium dochodowego, które wynosiło 800 złotych miesięcznie na osobę w rodzinie lub 1200 złotych w przypadku rodzin z dzieckiem niepełnosprawnym (na dochód składają się także środki finansowe uzyskiwane przez rodzinę w postaci alimentów na rzecz dziecka). Natomiast na drugie i każde kolejne dziecko w wieku do ukończenia 18 roku życia w rodzinie świadczenie wychowawcze przysługiwało bez względu na ich dochód.

Zmiany w programie Rodzina 500+

Od 1 lipca 2019 roku kryterium dochodowe przestaje obowiązywać i ze świadczenia skorzystać będą mogli wszyscy rodzice. 500 złotych miesięcznego wsparcia będzie przysługiwało zatem na wszystkie dzieci do ukończenia 18. roku życia, bez względu na dochody uzyskiwane przez rodzinę. Według oceny skutków regulacji, rządowe wsparcie trafi w sumie do 4,4 mln rodzin. Ze świadczenia skorzysta ok. 6,8 mln dzieci.

Uproszczone procedury

Co ważne, od 1 lipca 2019 roku prawo do świadczenia wychowawczego nie będzie już także uzależnione od warunku ustalenia alimentów na dziecko od drugiego rodzica w przypadku wniosków składanych przez rodziców samotnie wychowujących dziecko.

Uproszczone zostały też niektóre procedury – przyznanie świadczenia nie będzie wymagało wydawania i doręczania decyzji administracyjnej. Rodzic wnioskujący o wypłatę 500 złotych na dziecko otrzyma na wskazany we wniosku adres e-mail, informację o przyznaniu świadczenia. Jeśli nie poda adresu poczty elektronicznej, taką informację będzie mógł odebrać osobiście, ale nie będzie to obligatoryjne. Nawet nieodebranie informacji nie będzie miało żadnego wpływu na wypłatę przyznanego świadczenia wychowawczego.

Wniosek o 500+

Warunkiem otrzymania świadczenia wychowawczego (500+) jest jednak złożenie wniosku o przyznanie świadczenia. Wnioski o przyznanie świadczenia na nowych zasadach będzie można składać online od 1 lipca (poprzez kanał bankowości elektronicznej, portal Emp@tia lub portal PUE

>>

ZUS), a od 1 sierpnia drogą tradycyjną (w urzędzie lub listownie pocztą).

Rodzice dzieci, na które do tej pory nie przysługiwało świadczenie wychowawcze będą mieli trzy miesiące na złożenie wniosku. Jeśli złożą wniosek do końca września będą mieli zagwarantowane, że świadczenie zostanie im przyznane z wyrównaniem od 1 lipca.

Jeśli rodzic złoży wniosek po 30 września, świadczenie będzie przysługiwać od miesiąca złożenia wniosku.

Trzy miesiące na złożenie wniosku będą mieli też rodzice nowonarodzonych dzieci (obecnie świadczenie wychowawcze przysługuje co do zasady od miesiąca złożenia wniosku). Jeśli dochowają terminów świadczenie otrzymają z wyrównaniem od dnia narodzin dziecka. Uwaga: zmiana ta, dotyczy dzieci urodzonych po 30 czerwca 2019 roku.

Wypłata 500+ na nowych zasadach

Wypłata świadczenia wychowawczego uzależniona jest od miesiąca, w którym zostanie złożony wniosek.

- Złożenie wniosku w okresie lipiec – sierpień 2019 roku oznacza, że świadczenie, z wyrównaniem od lipca, zostanie wypłacone najpóźniej do dnia 31 października 2019 roku.
- Złożenie wniosku we wrześniu 2019 roku oznacza, że świadczenie, z wyrównaniem od lipca, zostanie wypłacone najpóźniej do dnia 30 listopada 2019 roku.
- Złożenie wniosku w październiku 2019 roku oznacza, że świadczenie, z wyrównaniem jedynie od października, zostanie wypłacone najpóźniej do dnia 31 grudnia 2019 roku.
- Złożenie wniosku w listopadzie 2019 roku oznacza, że świadczenie, z wyrównaniem jedynie od listopada, zostanie wypłacone najpóźniej do dnia 31 stycznia 2020 roku.
- Złożenie wniosku w okresie od 1 grudnia 2019 roku do 31 stycznia 2020 roku oznacza, że świadczenie, z wyrównaniem jedynie od miesiąca złożenia wniosku, zostanie wypłacone najpóźniej do dnia 29 lutego 2020 roku.

Rodzice, którzy mają obecnie przyznane do 30 września 2019 roku świadczenie wychowawcze na drugie i kolejne dzieci, składają od 1 lipca 2019 roku jeden wspólny wniosek o ustalenie prawa do świadczenia na wszystkie dzieci.

Na podstawie takiego wniosku od 1 lipca zostanie im przyznane prawo do świadczenia na pierwsze dziecko (na które obecnie nie pobierają 500 plus), natomiast od 1 października br. na pozostałe dzieci (na które świadczenia są już przyznane do końca września).

Nowelizacja ustawy wydłuża też – do 31 maja 2021 roku – pierwszy okres na jaki zostanie przyznane świadczenie wychowawcze na nowych zasadach. Oznacza to, że rodzice nie będą składać ponownie wniosków o świadczenie wychowawcze w 2020 roku.

Ważne dokumenty

Nowy wzór wniosku o świadczenie wychowawcze, który będzie obowiązywać od 1 lipca 2019 roku, dostępny jest na stronach internetowych Ministerstwa Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej. (www.mrpips.gov.pl).

Formularze znajdziemy też w podmiotach realizujących te świadczenia w danej gminie np. w urzędzie miasta/gminy czy ośrodku pomocy społecznej.

Przypomnijmy, że wnioski można składać również przez Internet – przez portal Emp@tia, PUE ZUS oraz za pośrednictwem bankowości elektronicznej.

Szczegółowe informacje dostępne są na stronie mrpips.gov.pl. ●

oprac. Rafał Łopka

Od 1 lipca 2019 r. Program Rodzina 500+ na każde dziecko

Złóż wniosek* aby otrzymywać rządowe świadczenie

500+⁺

Możesz to zrobić już **od 1 lipca online**

Emp@tia



Bankowość elektroniczna



PUE ZUS



Od 1 sierpnia będziesz mógł złożyć wniosek także drogą tradycyjną (papierową), czyli osobiście w urzędzie lub za pośrednictwem poczty





Więcej informacji: gov.pl/rodzina

* Pamiętaj o konieczności złożenia wniosku zarówno, gdy chcesz:
- kontynuować pobieranie świadczenia 500+ na dane dziecko,
- ubiegać się o świadczenie 500+ na dziecko na które aktualnie nie pobierasz świadczeń z Programu.



Ministerstwo Rodziny,
Pracy i Polityki Społecznej



***MOBILNE
PRZYSPIESZENIE***
BANKI SPÓŁDZIELCZE SGB