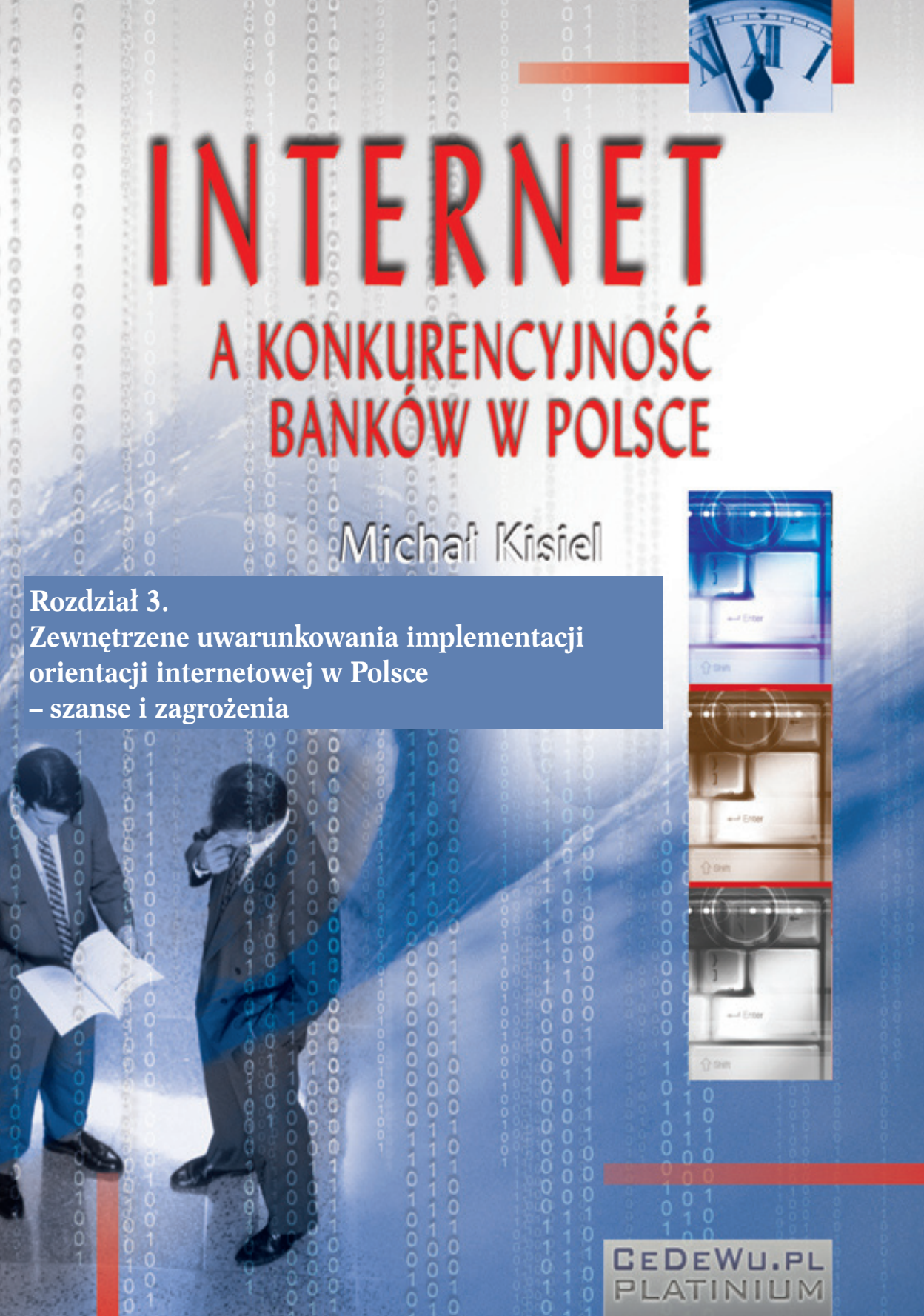




INTERNET

A KONKURENCYJNOŚĆ BANKÓW W POLSCE

Michał Kisiel

Rozdział 3.

Zewnętrzne uwarunkowania implementacji
orientacji internetowej w Polsce
– szanse i zagrożenia



Recenzent: prof. dr hab. Stanisław Flejterski

© Copyright do wydania polskiego CeDeWu Sp. z o.o.

Wszelkie prawa zastrzeżone.

Zabronione jest kopiowanie, przetwarzanie i rozpowszechnianie w jakimkolwiek celu oraz postaci bez pisemnej zgody autora i wydawcy.

Wydawnictwo CeDeWu oraz autor dołożyli wszelkich starań, aby treści zawarte w niniejszej publikacji były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak odpowiedzialności za ich wykorzystanie ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw autorskich oraz za skutki działań wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Projekt okładki: Agnieszka Natalia Bury

Opracowanie redakcyjne i DTP: CeDeWu Sp. z o.o.

Wydanie II papierowe, Warszawa 2007

ISBN 978-83-7556-043-5

EAN 9788375560435

Wydanie I elektroniczne, Warszawa 2014

ISBN 978-83-7941-144-3 (Rozdział 3)

Wydawca: CeDeWu Sp. z o.o.

00-680 Warszawa, ul. Żurawia 47/49

e-mail: cedewu@cedewu.pl

Redakcja wydawnictwa: (4822) 374 90 20 lub 22

Faks: (4822) 827 38 89

Księgarnia Ekonomiczna

00-680 Warszawa, ul. Żurawia 47

Tel.: (4822) 396 15 00...01

Faks: (4822) 827 38 89

Ekonomiczna Księgarnia Internetowa

www.cedewu.pl

www.4books.pl

Made in Poland

[Kup książkę](#)

Spis treści

Wprowadzenie	7
---------------------------	---

Rozdział 1

Podstawy konkurencyjności banku komercyjnego w kontekście formowania się gospodarki sieciowej	11
--	----

1.1. Istota i przesłanki konkurencyjności banku komercyjnego w obszarze bankowości detalicznej	11
1.1.1. Ogólna charakterystyka konkurencji na rynku usług bankowych.	12
1.1.2. Pojęcie konkurencyjności i strategii konkurencyjnej	15
1.1.3. Model makrootoczenia i otoczenia konkurencyjnego banku	20
1.1.4. Istota i specyfika bankowości detalicznej.	23
1.1.5. Podstawowe determinanty zmian w bankowości detalicznej	28
1.1.6. Źródła przewagi konkurencyjnej banku na rynku bankowości detalicznej	31
1.2. Internet – geneza, właściwości, kierunki rozwoju	38
1.2.1. Geneza i rozwój Internetu	40
1.2.2. Główne właściwości Internetu	43
1.2.3. Przyszłość Internetu – podstawowe trendy	46
1.3. Internet jako czynnik zmiany w makrootoczeniu i otoczeniu konkurencyjnym – kształtowanie się gospodarki sieciowej i społeczeństwa informacyjnego	56
1.3.1. Gospodarka sieciowa i społeczeństwo informacyjne – charakterystyka pojęć	57
1.3.2. Gospodarka sieciowa – wpływ Internetu na funkcjonowanie rynku i procesy konkurencji	60
1.3.3. Wpływ Internetu na makrootoczenie – wybrane kierunki	67
1.3.4. Rola i funkcje banków w gospodarce sieciowej – próba identyfikacji podstawowych wyzwań	69

Rozdział 2

Orientacja internetowa jako czynnik kreacji konkurencyjności banku	79
---	----

2.1. Bankowość internetowa – charakterystyka, stan rozwoju w Polsce	79
2.1.1. Bankowość internetowa – definicja pojęcia, etapy rozwoju	80

2.1.2. Rozwój bankowości internetowej w Polsce – próba oceny	85
2.1.3. Modele umiejscowienia bankowości internetowej w działalności banku komercyjnego	93
2.1.4. Główne kierunki rozwoju bankowości internetowej na świecie	97
2.2. Modele wykorzystania Internetu w działalności rynkowej banku i ich wpływ na konkurencyjność	114
2.2.1. Wykorzystanie Internetu jako narzędzia komunikacji z rynkiem	116
2.2.2. Internet jako kanał dystrybucji – bankowość internetowa	120
2.2.3. Bank wirtualny – Internet jako tworzywo organizacji	130
2.3. Orientacja internetowa jako strategiczna odpowiedź banku na wyzwania gospodarki sieciowej	133
2.3.1. Orientacja internetowa – prezentacja koncepcji, etapy implementacji do praktyki	135
2.3.2. Strategie konkurencyjne oparte na orientacji internetowej – modele	138
2.3.3. Wdrożenie orientacji internetowej do praktyki bankowej – rola otoczenia zewnętrznego	147

Rozdział 3

Zewnętrzne uwarunkowania implementacji orientacji internetowej w Polsce

– szanse i zagrożenia	149
3.1. Otoczenie ekonomiczne	149
3.1.1. Potencjał detalicznego rynku bankowego w Polsce	150
3.1.2. Zmiany popytu na detalicznym rynku bankowym w Polsce	154
3.1.3. Stan i perspektywy rozwoju gospodarki sieciowej w Polsce	158
3.1.4. Otoczenie ekonomiczne a orientacja internetowa banku – szanse i zagrożenia. Podsumowanie	163
3.2. Otoczenie prawno-regulacyjne	167
3.2.1. Prawne regulacje uwierzytelniania i składania oświadczeń woli w środowisku elektronicznym	168
3.2.2. Regulacje świadczenia usług bankowych w środowisku elektronicznym	172
3.2.3. Pieniądz elektroniczny w polskim prawie	176
3.2.4. Regulacje nadzoru bankowego a bankowość internetowa	179
3.2.5. Pozostałe regulacje prawne – transgraniczne świadczenie internetowych usług bankowych, <i>outsourcing</i>	181

3.2.6. Regulacje prawne a orientacja internetowa w działalności banku – szanse i zagrożenia. Podsumowanie	184
3.3. Środowisko techniczno-technologiczne	187
3.3.1. Infrastruktura Internetu w Polsce i jej dostępność	187
3.3.2. Bezpieczeństwo komunikacji w Internecie – technologie i zagrożenia.	196
3.3.3. Infrastruktura i technologie w rozliczeniach bezgotówkowych jako czynnik wspierający rozwój bankowości internetowej	204
3.3.4. Otoczenie techniczno-technologiczne a orientacja internetowa banku – szanse i zagrożenia. Podsumowanie	210
3.4. Uwarunkowania psychospołeczne	213
3.4.1. Bankowość internetowa jako innowacja – model teoretyczny	214
3.4.2. Społeczna percepcja bankowości internetowej w świetle wyników badań w Polsce i za granicą	219
3.4.3. Użytkownicy Internetu i bankowości internetowej w Polsce – profil demograficzny i psychospołeczny w kontekście procesu akceptacji innowacji.	226
3.4.4. Wirtualne społeczności i ich wykorzystanie w działalności rynkowej banków	234
3.4.5. Otoczenie psychospołeczne a orientacja internetowa banku – szanse i zagrożenia. Podsumowanie	236
3.5. Otoczenie konkurencyjne	240
3.5.1. Sektor banków komercyjnych w Polsce – zakres pojęcia, struktura . . .	241
3.5.2. Czynniki kształtujące natężenie konkurencji na rynku detalicznych usług bankowych w Polsce w kontekście rozwoju gospodarki sieciowej	245
3.5.3. Działanie sił konkurencji a orientacja internetowa banku. Podsumowanie	265
Zakończenie	269
Bibliografia	273

Wprowadzenie

Wśród technologii kształtujących dzisiejszy i przyszły obraz życia społeczno-gospodarczego niezwykle istotną rolę odgrywają technologie teleinformatyczne, a w szczególności Internet. Globalna sieć, która jeszcze w początkach lat 90. XX w. znana była wyłącznie niewielkiej grupie naukowców i amatorów technicznych nowinek, dziś zdaje się być wszechobecna – stopniowa wirtualizacja kolejnych dziedzin życia znalazła swój wyraz w okrzepłych już dziś hasłach „społeczeństwa informacyjnego” i „gospodarki elektronicznej” (sieciowej). Wrażliwość sieci w niemal wszystkie procesy zachodzące w gospodarce i społeczeństwie sprawia, że również banki stają przed koniecznością szybkiego odnalezienia się w nowej rzeczywistości. Pytanie o to, jak kształtować swoją konkurencyjność i co może być podstawą przewagi konkurencyjnej już od dawna jest niezwykle istotne dla każdego banku działającego w warunkach gospodarki rynkowej. W szybko zmieniającym się otoczeniu, pytanie to stale zachowuje swoją aktualność i wymaga ciągłego poszukiwania nowych odpowiedzi.

Celem niniejszej książki jest nie tylko wskazanie możliwości wykorzystania Internetu w kształtowaniu konkurencyjności współczesnego banku w Polsce (głównie w obszarze bankowości detalicznej), ale przede wszystkim dobitne podkreślenie, iż sieć ma dla bankowości znaczenie pierwszoplanowe. Patrząc na Internet jak na „ogólnoswiatową płataninę kabli” traci się z oczu fakt, że globalna sieć już dawno stała się czymś więcej niż kolejną technologią – stała się środowiskiem, do którego powoli, lecz nieuchronnie, przenosi się coraz większa część ludzkiej aktywności.

Tak szerokie ujęcie roli Internetu we współczesnej cywilizacji było przyczyną przyjęcia istotnych dla prowadzonych w książce wywodów założeń:

- rozwój opartej na Internecie gospodarki sieciowej jest pierwszoplanowym zjawiskiem kształtującym otoczenie zewnętrzne banków,
- gospodarka sieciowa wykazuje szereg specyficznych cech, odróżniających ją od dotychczasowego modelu gospodarki, a wynikających z właściwości jej głównego medium – Internetu. Rozpoznanie tych cech jest niezbędne, aby skutecznie konkurować w środowisku gospodarki sieciowej,
- zachowanie konkurencyjności przez bank, w długim okresie, wymaga dostrzeżenia kierunku zmian w otoczeniu, redefinicji roli banku pod kątem jego miejsca w gospodarce sieciowej oraz przygotowania i wdrożenia strategii konkurencyjnej opartej na wykorzystaniu Internetu.

Wychodząc z wyżej wymienionych założeń, prezentowane w książce rozważania koncentrują się wokół kilku podstawowych pytań, istotnych zarówno ze względów praktycznych, jak i teoretycznych:

- Co może być źródłem przewagi konkurencyjnej w działalności na rynku bankowości detalicznej?
- Jakie cechy posiada gospodarka oparta na wykorzystaniu sieci oraz jak przekształci ona szeroko rozumiane otoczenie działalności bankowej, w tym procesy konkurencji i funkcjonowanie rynku?
- Jaką rolę pełnić będzie bank w gospodarce sieciowej? Czy możliwa będzie skuteczna realizacja jego dotychczasowych funkcji? Jakie nowe obszary działalności otwiera przed bankami rozwój gospodarki sieciowej?
- Jakie szanse i zagrożenia kryją się, w kontekście budowania konkurencyjności banku, w poszczególnych modelach wykorzystania Internetu w działalności na rynku detalicznym?
- Czy sytuacja w dalszym i bliższym otoczeniu banków komercyjnych w Polsce jest czynnikiem sprzyjającym budowaniu przewagi konkurencyjnej w oparciu o szerokie wykorzystanie Internetu?

W poszukiwaniu odpowiedzi na postawione pytania, w książce zaprezentowano koncepcję **orientacji internetowej** jako strategicznego wyboru wynikającego z wyzwań związanych z funkcjonowaniem banku w gospodarce sieciowej. W połączeniu z zaprezentowaną typologią modelowych strategii konkurencyjnych na niej opartych, tworzy ona autorską próbę wskazania potencjalnych możliwości wykorzystania sieci w działalności banków komercyjnych w obszarze bankowości detalicznej. Wyróżnione strategie – finansowego dyskontu, budowania relacji oraz wirtualnej niszy – charakteryzowane są poprzez narysowanie wykorzystywanych w nich podstaw budowy przewagi konkurencyjnej, sposobów wykorzystania Internetu oraz wymaganych zasobów wewnętrznych banku. Omawiając strategie konkurencyjne oparte na orientacji internetowej wskazano, iż nie są one wyłącznie tworem teoretycznym, lecz wykorzystywane są z powodzeniem przez banki działające zarówno w Polsce, jak i na świecie.

Rozdział trzeci książki uzasadnia tezę o konieczności przyjęcia orientacji internetowej przez banki komercyjne w Polsce. Wskazano w nim szanse i zagrożenia kryjące się w otoczeniu bankowości detalicznej w Polsce. Zaprezentowane w tej części książki wnioski są wynikiem analizy strategicznej otoczenia zewnętrznego obejmującego cztery obszary uwarunkowań – ekonomicznych, prawnych, techniczno-technologicznych i psychospołecznych oraz uwarunkowania konkurencyjne (czyli otoczenie bliższe). Materiałem, na podstawie którego sformułowano wnioski, są wtórne źródła informacji – opracowania statystyczne różnych podmiotów, teksty aktów normatywnych oraz wyniki badań ośrodków na-

ukowych i analiz rynku. Omawiając uwarunkowania działalności banków wynikające z działania czynników w otoczeniu bliższym zastosowano metodę analizy strukturalnej sektora opierającą się na modelu pięciu sił konkurencji M.E. Portera. Dokonano próby wyznaczenia kierunków sił napędowych konkurencji wewnątrz sektora banków komercyjnych w Polsce, przy czym szczególną uwagę poświęcono możliwym konsekwencjom wynikającym z rozwoju gospodarki sieciowej dla układu tych sił.

Analiza szans i zagrożeń stwarzanych przez układ czynników w otoczeniu zewnętrznym banków w Polsce wskazała na konieczność przyjęcia przez nie orientacji internetowej, podsuwając jednocześnie wiele wskazówek dotyczących budowy strategii konkurencyjnych konkretnych podmiotów. Jednocześnie zidentyfikowano szereg niebezpieczeństw czekających na banki, które podejmą ryzyko szerokiego wykorzystania sieci w działalności rynkowej. Podejmując to ryzyko i przygotowując się do działania w nowych warunkach, aktywnie sondując możliwości związane z rozwojem gospodarki sieciowej, bank jednakże ma szansę uzyskać stabilną pozycję na coraz bardziej konkurencyjnym rynku.

Zawarte w książce informacje mogą być przydatne zarówno dla praktyków zajmujących się tworzeniem strategii konkurencyjnych banków w obszarze bankowości detalicznej, jak również dla studentów pragnących poszerzyć swoją wiedzę o szeroko rozumianej bankowości internetowej – jej modelach funkcjonalnych, nowych usługach i ich związkach z konkurencyjnością banku.

Niniejsza książka zawiera wyniki pracy doktorskiej obronionej przez autora na Wydziale Gospodarki Narodowej Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu w lipcu 2004 r. Promotorem rozprawy była dr hab. inż. Dorota Korenik prof. AE, a jej recenzentami – dr hab. Stanisław Flejterski profesor Uniwersytetu Szczecińskiego oraz prof. dr hab. Stefan Forlicz z Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu.

Rozdział 3

Zewnętrzne uwarunkowania implementacji orientacji internetowej w Polsce – szanse i zagrożenia

3.1. Otoczenie ekonomiczne

Otoczenie ekonomiczne wyznacza ramy działania banku niezależnie od tego, który z segmentów rynku planuje on obsługiwać i jaką strategię konkurencyjną przyjmuje realizując swoje zamierzenia. Przemiany zachodzące w gospodarce oraz w wielkości i strukturze popytu zgłaszanego przez klientów w niewielkim stopniu podlegają kontroli zarządzających bankiem – dostosowanie się do tych zjawisk jest koniecznością, podstawowym warunkiem utrzymania się na rynku. Omówione w tej części opracowania zjawiska analizowane są pod kątem ich znaczenia dla banków obsługujących segment klientów detalicznych, chociaż ich oddziaływanie ma znacznie szerszy zasięg. Próbując wyodrębnić zjawiska występujące w makrootoczeniu ekonomicznym i mające znaczący wpływ na działanie banków komercyjnych, wyróżnić można następujące czynniki:

- kierunki przemian w sytuacji gospodarczej jako element formujący, wraz z uwarunkowaniami demograficznymi, potencjał rynku detalicznego dla banków w Polsce,
- dotychczasowe i prognozowane kierunki przemian w popycie na oferowane przez banki usługi,
- szybkość i kierunki rozwoju gospodarki elektronicznej w Polsce, w szczególności w segmencie B2C (*business-to-consumer*), jako element pośrednio kształtujący popyt na usługi szeroko rozumianej bankowości internetowej, zwłaszcza w sferze nowych usług jak np. systemy płatności dla handlu elektronicznego.

W tej części pracy dokonany zostanie przegląd kształtowania się wyróżnionych czynników w latach 1999-2003 w Polsce, w oparciu o dane gromadzone przez instytucje dokonujące regularnej ich obserwacji. Przegląd ten doprowadzić powinien do wskazania podstawowych ekonomicznych uwarunkowań działalności banków na rynku detalicznym w Polsce w najbliższych latach i zidentyfikowania głównych szans i zagrożeń dla banków przyjmujących orientację internetową jako podstawę konkurowania na tym rynku.

3.1.1. Potencjał detalicznego rynku bankowego w Polsce

Przyjmując uproszczony schemat określenia potencjału rynku detalicznych usług bankowych, przyjąć można iż wyznacza go ogólna liczba ludności, wskaźnik ubankowienia (procent ludności korzystającej z usług banków) oraz sytuacja gospodarcza w kraju³⁰⁹. Przegląd kształtowania się wymienionych czynników w latach 1999-2003 może być podstawą do sformułowania ogólnych prognoz co do kierunków rozwoju rynku w Polsce w najbliższych latach.

Prognozy Głównego Urzędu Statystycznego wskazują, że w perspektywie do 2030 r. liczba mieszkańców Polski będzie się zmniejszać³¹⁰. Tendencja ta widoczna była już w latach 1999-2003, lecz wraz z upływem czasu tempo ubytku ludności będzie coraz szybsze. W perspektywie długoterminowej zauważalny będzie również proces starzenia się społeczeństwa³¹¹, co wpłynie m.in. na zmianę w strukturze popytu na usługi finansowe (wzrosnąć może znaczenie m.in. usług ubezpieczeniowych). Tendencje te są charakterystyczne dla wielu społeczeństw Europy, a w Polsce wzmocnione one będą prawdopodobnie przez ujemne saldo migracji we wskazanym okresie.

Ludnościowy potencjał teoretyczny bankowości detalicznej obejmuje łączną liczbę ludności w wieku produkcyjnym i poprodukcyjnym³¹², czyli ogół potencjalnych, zamieszkujących w Polsce klientów banków. Jego kształtowanie się do 2030 r. wskazuje na fakt, że pomimo ubytku ludności będzie on do 2015 r. rósł, aby następnie zmniejszać się (rysunek 3.1). Wzrost liczby potencjalnych klientów banków w pierwszym okresie wynika z procesu starzenia się społeczeństwa – ubytek ludności będzie się wówczas koncentrował w najmłodszych kategoriach wiekowych.

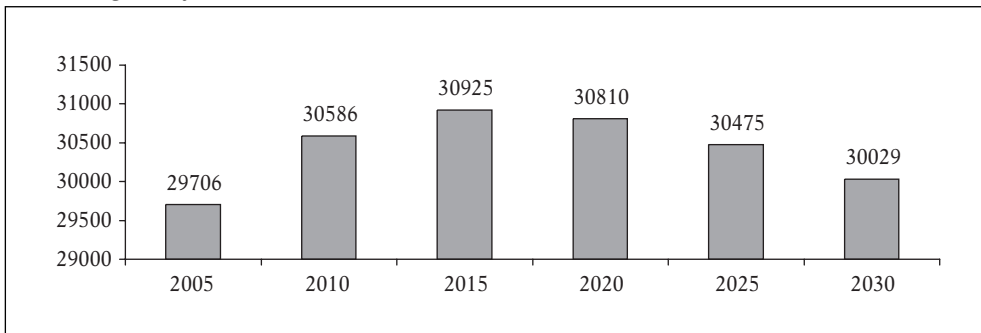
Potencjał teoretyczny nie wskazuje precyzyjnie na rzeczywiste kształtowanie się ludnościowego potencjału rynku detalicznych usług bankowych – musi on zostać zestawiony ze współczynnikiem ubankowienia. Wskaźnik ten jest w Polsce na stosunkowo niskim poziomie, pomimo, iż w latach 1993-2003 nastąpił znaczący wzrost (rysunek 3.2). Można

³⁰⁹ W szerszym ujęciu należałoby włączyć do analizy wszelkie czynniki decydujące o poziomie dochodów do dyspozycji gospodarstw domowych, jak np. polityka podatkowa odnosząca się do osób fizycznych, transfery z budżetu w ramach polityki społecznej państwa, itd. (Rytelewska G., *Kierunki rozwoju bankowości detalicznej w Polsce*, „Bank i Kredyt” 6/2001, s. 55-56).

³¹⁰ *Prognoza ludności Polski do 2030 roku*, GUS, http://www.stat.gov.pl/serwis/prognoza_lud/3tablice/pologolem.htm

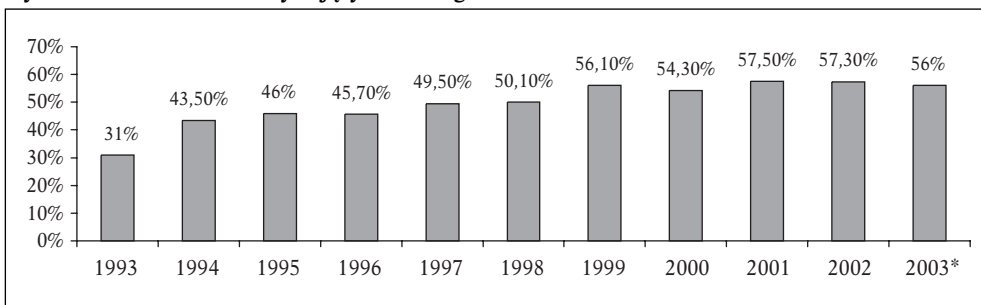
³¹¹ Proces ten wyraża się w zmianie struktury wieku populacji – zwiększającej się liczebności ludności w wieku poprodukcyjnym. W perspektywie 2030 r. w Polsce największy przyrost odnotuje grupa wiekowa powyżej 60 lat (*Prognoza ludności Polski...*, op. cit.).

³¹² Takiej definicji pojęcia potencjału teoretycznego użyto w: Bielecki J., Lepczyński B., *Perspektywy rozwoju bankowości detalicznej w Polsce...*, op. cit., s. 2.

Rysunek 3.1. Prognoza rynkowego potencjału teoretycznego dla banków obsługujących klienta detalicznego (w tys., lata 2005-2030)

Źródło: Obliczenia własne na podstawie: *Prognoza ludności Polski do 2030 roku*, GUS, http://www.stat.gov.pl/serwis/prognoza_lud/3tablice/pologolem.htm

z dużą dozą pewności przyjąć założenie, że tendencja wzrostowa utrzyma się w najbliższych latach, lecz tempo zmian trudno jest dokładnie przewidzieć. Decydują o nim bowiem bardzo zróżnicowane czynniki zarówno psychospołeczne, jak i ekonomiczne oraz prawne³¹³. W połączeniu ze wzrostem liczby potencjalnych klientów banków oznacza to, że faktyczny potencjał ludnościowy rynku detalicznych usług bankowych będzie w najbliższych latach wzrastał.

Rysunek 3.2. Odsetek korzystających z usług banków w Polsce w latach 1993-2003

Źródło: *Korzystanie z banków oraz usług i produktów bankowych*, Instytut Pentor, http://www.pentor.pl/nasze-publicacje/Prezentacja-korzystanie_z_bankow.pdf; (*) Krześniak M., *Kto rozrusza sektor bankowy*, „Gazeta Prawna” 19.02.2004.

Analiza przyczyn niskiego poziomu wskaźnika ubankowienia pokazuje, że za zjawiskiem tym stoją przede wszystkim czynniki ekonomiczne (tabela 3.1). Dużą rolę pełnią

³¹³ Przykładem czynnika z otoczenia prawno-regulacyjnego, który może wpłynąć znacząco na poziom ubankowienia ludności Polski, są wymagania Unii Europejskiej w stosunku do osób otrzymujących środki w ramach różnych programów. W szczególności dotyczy to rolników, słabo ubankowanej grupy społeczno-zawodowej, którzy muszą posiadać rachunki bankowe, aby otrzymywać dopłaty bezpośrednie z UE (Morawiecka A., *Wielkie kuszenie rolników*, „Rzeczpospolita” 25.03.2004).

również czynniki psychospołeczne – około 1/4 nie korzystających z usług banków mogłoby z nich korzystać gdyby dostrzegło nie uświadamianą dziś potrzebę.

Tabela 3.1. Powody nie korzystania z usług bankowych – wyniki badań w latach 2000-2002

Przyczyna	2000 (N=3483)	2001 (N=4284)	2002 (N=2173)
Brak pieniędzy/oszczędności	43%	41%	40%
Brak potrzeby	27%	28%	26%
Brak zaufania do banków	3%	4%	4%
Brak stałych dochodów	5%	12%	12%

Źródło: Raport bankowy Pentora 1998-2002, *Audyt bankowości detalicznej 2000-2002* [za:] *Korzystanie z banków oraz usług i produktów bankowych*, Instytut Pentor, http://www.pentor.pl/nasze-publicacje/Prezentacja-korzystanie_z_bankow.pdf

Profil demograficzny nieubankowionej części Polaków wskazuje, że w grupie tej nad-reprezentowani są³¹⁴:

- uczniowie i studenci,
- osoby nieaktywne zawodowo i bezrobotni,
- członkowie gospodarstw domowych o niskich dochodach (poniżej 700 zł miesięcznie),
- osoby o wykształceniu podstawowym,
- mieszkańcy wsi.

Niektóre z wymienionych grup są potencjalnie atrakcyjne dla banków w przyszłości (np. studenci) i banki kierują do nich specjalnie skonstruowane oferty. W przypadku niektórych grup społecznych dotkniętych zjawiskiem bezrobocia i pauperyzacji powiedzieć można, że znalazły się one obecnie poza obszarem zainteresowania większości banków komercyjnych. Sytuacja gospodarcza w kraju ma bezpośredni wpływ na poziom ubankowienia szczególnie tej części ludności – poprawa koniunktury i wzrost zatrudnienia oznaczać może, że będzie ona w stanie skorzystać z usług świadczonych przez banki.

Część osób „nieubankowionych” jest praktycznie wykluczona z korzystania z dzisiejszych form niektórych usług bankowych nie posiadając stałych źródeł dochodów. Rosnąca popularność elastycznych form zatrudnienia wynika z przemian zachodzących na rynku pracy i – ogólniej – w gospodarce. Jak wskazano wcześniej w opracowaniu³¹⁵, rozwój gospodarki sieciowej doprowadzi prawdopodobnie do rozszerzenia się grupy osób o nieregularnych dochodach – koncentracja na tym segmencie rynku może być szansą dla banków poszukujących niezagospodarowanej przez konkurentów niszy.

Lata 1999-2003 charakteryzowały się zmienną koniunkturą gospodarczą – w okresie 2001-2002 nastąpiło załamanie tempa wzrostu PKB. Jednocześnie stale wzrastała stopa

³¹⁴ *Kto i dlaczego nie korzysta, nie chce korzystać, bądź nie może korzystać z usług bankowych?* Instytut Pentor, http://www.pentor.pl/nasze-publicacje/2003X_absenci.html

³¹⁵ Patrz rozdz. 1.3.3.