

Tradycyjne i nowoczesne formy budowania sieci bankowej w Polsce

Wstęp

Tradycyjnie rozumiana sieć bankowa opiera się na rozlokowaniu oddziałów własnych i placówek partnerskich banków w poszczególnych miejscach. Niemniej jednak, rozwój technologii, nowoczesnych kanałów dostępu do usług bankowych, propagowanie obrotu bezgotówkowego w Polsce sprzyjają rozwojowi nie tylko infrastruktury systemu bankowego zorientowanej na ograniczaniu kosztów prowadzenia działalności, ale również innowacjom finansowym (FinTech). W artykule sieć bankowa rozumiana jest w tradycyjny sposób (stacjonarny) jako sieć oddziałów i placówek partnerskich jak i nowoczesny - poprzez rozwój bankowości elektronicznej, rozwój funkcjonalności urządzeń (np. bankomatów) oraz rozwój rynku FinTech. Celem artykułu jest analiza tendencji i poziomu tradycyjnych i nowoczesnych metod budowania sieci bankowej w Polsce.

Sieć bankowa jako kanał dystrybucji usług bankowych

Efektywna sieć dystrybucji usług bankowych stosowanych w instytucjach finansowych jest jednym z kluczowych elementów prowadzonego marketingu przez banki. Znaczący wpływ na ewolucję metod budowania sieci bankowej danej instytucji, mają zachowania i preferencje konsumentów – zwłaszcza gospodarstw domowych. Rozwój finansów osobistych i finansów gospodarstw domowych, które obejmują ogół procesów związanych z pozyskiwaniem, gromadzeniem i wydatkowaniem środków finansowych przez osoby fizyczne/gospodarstwa domowe [*Finanse osobiste*,... s.24], zmusza banki do wykonywania działań odpowiadających preferencjom i potrzebom zgłaszanych przez klientów. Rozwój terminologii związanej z finansami m.in. rodziny, prowadzi nie tylko do rozwoju tradycyjnych narzędzi używanych w mikroekonomii, ale i zmianę tradycyjnego wyjaśnienia zachowań konsumentów [Flejterski, 2007,s. 94].

Ze względu na kryterium podmiotowe można wyróżnić dwa podstawowe sposoby dystrybucji produktów i usług na rynku: bezpośredni i pośredni [Boguski, 2016, s.112]. Kanały

dystrybucji, które funkcjonują w bankach nie tylko zaspokajają popyt konsumentów, ale również mają na celu stymulować go. Klienci banków na podstawie różnych uwarunkowań są skłonni do podejmowania decyzji mających zaspokoić ich potrzeby finansowe [Krzyścin, 2013,s.41]. Wśród licznych czynników wpływających na zachowania nabywców można wyróżnić czynniki:

- wewnętrzne (psychologiczne, ekonomiczne, demograficzne, geograficzne),
- zewnętrzne (technologia, regulacje prawne, poziom rozwoju gospodarczego, sytuację rynkową, produkt bankowy) [Grzegorzczuk i inni, 2010, s.8].

W systemie bankowym zwłaszcza czynniki zewnętrzne mają kluczowy wpływ na zachowania konsumentów. Dynamiczny rozwój technologii w znaczący sposób wpływa na ewolucję kanałów dystrybucji usług bankowych np. poprzez bankowość elektroniczną. Regulacje prawne i działania regulatorów rynku, sugerują propagowanie obrotu bezgotówkowego w Polsce. Rozwój gospodarczy kraju, zmiany stylu życia jak i ewolucja usług bankowych sprzyjają ewolucji rynku innowacji finansowych. Kluczowe jest też całkowicie nowe podejście do analizy rynków nowych technologii, które określa się jako rynki szybko rozwijające się, gdzie ciągle pojawiają się innowacje i dużą rolę odgrywają prognozy rozwoju rynku [Mirabile i inni, 2015]. Banki bardzo często decydują się na współpracę np. z operatorami komórkowymi, tworząc platformy zakupowe [Szpringer, 2017, s.50]. W Polsce, alianse strategiczne pomiędzy bankami, a operatorami komórkowymi są widoczne m.in. we współpracy:

- mBanku S.A. z siecią Orange (Orange Finanse produkty bankowe dostarcza mBank S.A.),
- Alior Banku S.A. z siecią T-mobile (T-mobile usługi finansowe dostarczane przez Alior Bank S.A.),
- Plus Banku S.A. z siecią Plus.

W rozwoju technologii, banki mogą budować swoją sieć mając do wyboru kilka strategii, mogą:

- tworzyć w pełni cyfrowy bank uniwersalny,
- oferować efektywne kosztowo operacje back – office, natomiast usługi bankowe sprzedawać pod inną marką (np. sieci komórkowych),
- świadczyć usługi niszy rynkowej,
- być jednym punktem kontaktu dla klientów poszukujących zarówno usług bankowych, jak i powiązanych usług w innych segmentach rynku [Costa i inni, 2015].

Sytuacja na rynku finansowym zwłaszcza poprzez jego deregulację i liberalizację przed kryzysem finansowym, doprowadziła do ogromnego wzrostu sektora finansowego w gospodarce. Gwałtowny rozwój sektora finansowego w krajach wysoko rozwiniętych,

początkowo był traktowany jako kolejny etap rozwoju gospodarki [Liberska, 2016, s.221]. Okazało się jednak, że jego wzrost prowadził do coraz większego zagrożenia dla stabilnego rozwoju gospodarczego i stanowił źródło finansowych kryzysów [Dembinski, 2011]. Działania te, w połączeniu ze zmieniającymi się preferencjami konsumentów prowadzą do dynamicznego rozwoju sieci dystrybucji usług bankowych. Dlatego też, na coraz to większą uwagę poświęca się zarządzaniu ryzykiem bankowym. W Prawie Bankowym obowiązującym w Polsce, podkreślono istotę systemu zarządzania w banku [Ustawa Prawo Bankowe, art. 9]. Zaznaczono, że system zarządzania stanowi zbiór zasad i mechanizmów odnoszących się do procesów decyzyjnych, zachodzących w banku oraz do oceny prowadzonej działalności bankowej. W ramach systemu zarządzania w banku wyróżniono co najmniej:

- system zarządzania ryzykiem,
- system kontroli wewnętrznej.

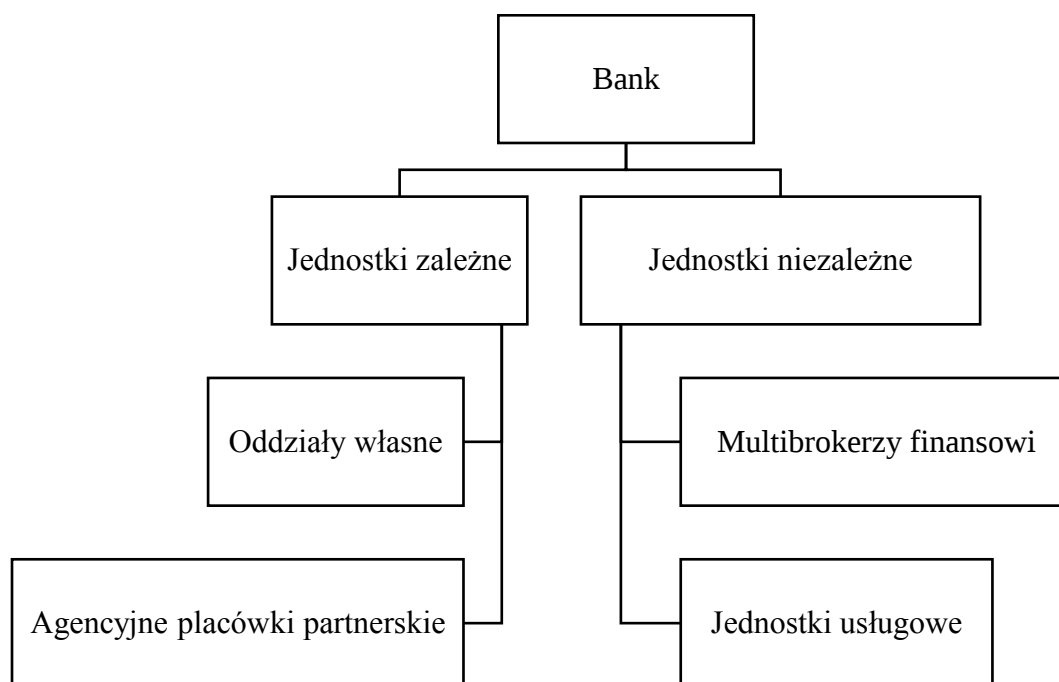
Istotne jest to, że tych dwóch funkcji bank nie może outsourcingować, bowiem ponosi za nią pełną odpowiedzialność (m.in. musi wskazać, który z członków zarządu jest odpowiedzialny za zarządzanie ryzykiem) [Iwanicz – Drozdowska, 2012, s.66]. Brak możliwości outsourcingowania zarządzania ryzykiem w banku jest kluczowy w budowaniu nowoczesnej sieci bankowej.

Przy budowaniu sieci bankowej istotne są kanały dystrybucji usług bankowych, w których można wyróżnić kanały:

- bezpośrednie (np. poprzez sprzedaż produktów w oddziałach banku - twarzą w twarz, czy też poprzez sprzedaż usług przy wykorzystaniu bankowości elektronicznej, czyli w formie sprzedaży produktów na odległość np. poprzez bankowość mobilną),
- pośrednie (np. sprzedaż produktów poprzez agencje, dealerów).

Przykład budowy sieci placówek bankowych (rys 1.), i rozwój sieci dystrybucji usług bankowych np. poprzez bankowość mobilną – jest w całości nadzorowany przez bank (w procesie zarządzania ryzykiem bankowym).

Rysunek 1. Przykład budowy sieci placówek bankowych



Źródło: Cichorska J., (red.) Bank i agent bankowy, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2017, s. 102.

Rozwój sieci bankowej wpływa w istotny sposób na poziom bezpieczeństwa transakcji finansowych. Zdefiniowanie poziomu bezpieczeństwa finansowego jest trudnym zadaniem. Niemniej jednak można je określić jako brak zagrożeń wywołujących różnego rodzaju ryzyka w sferze finansów publicznych, finansów przedsiębiorstw, finansów banków, finansów osobistych gospodarstw domowych, ubezpieczeń [Jajuga, 2007, s.15]. Bezpieczeństwo instytucji finansowych oznacza ich niezakłócone funkcjonowanie, przejawiające się przede wszystkim w dobrej kondycji ekonomiczno – finansowej, ich wypłacalności i utrzymywaniu ryzyka działania w tzw. bezpiecznych granicach, co stwarza możliwości szybkiego reagowania na pojawiające się zagrożenia [Capiga, 2015, s.20]. Bezpieczeństwo finansowe banków może być znacznie zwiększone w przypadku budowania sieci bankowej, gdzie głównym kryterium rozwoju tej sieci jest chęć sprzedaży jak największej liczby usług bankowych. Realizacja planów sprzedażowych, poprzez liczne kanały dystrybucji (bezpośredniej lub pośredniej), czy też jednostki zależne i niezależne może w znaczny sposób wpływać na poziom zarządzania ryzykiem w banku. Komisja Nadzoru Finansowego w licznych dokumentach popierających rozwój innowacji finansowych (FinTech), poziom bezpieczeństwa stawia na najwyższym szczeblu.

Poziom rozwoju sieci bankowej w Polsce

Liczba banków prowadzących działalność w Polsce w ostatnich latach maleje. Ma to związek m.in. z konsolidacją sektora bankowego – zwłaszcza banków komercyjnych, oraz

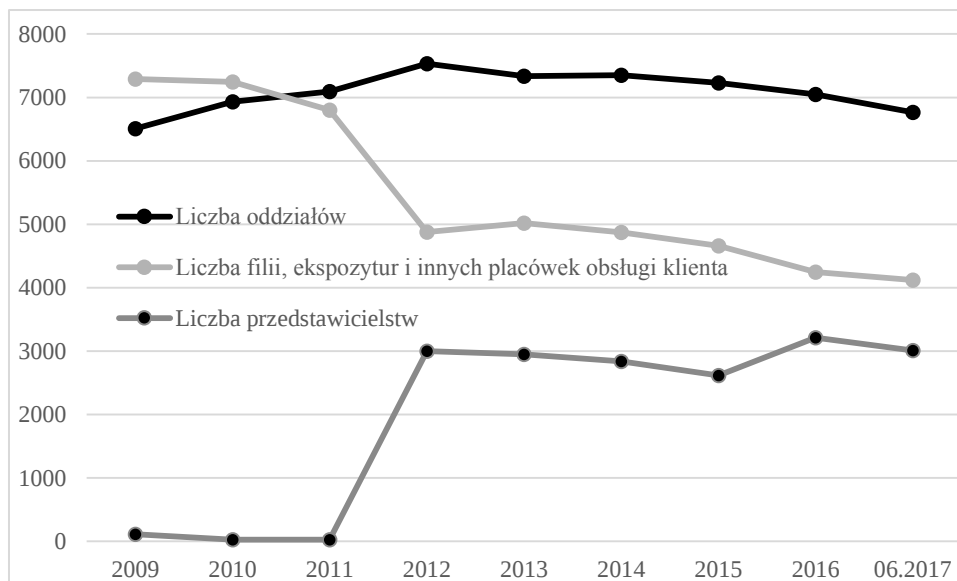
nielicznymi upadkami banków spółdzielczych. Ograniczenie liczby podmiotów prowadzących działalność bankową w Polsce, prowadzić może do spadku tradycyjnej sieci dystrybucji usług bankowych. Czynniki mogące mieć wpływ na ograniczenie stacjonarnej sieci bankowej w Polsce są:

- liczne fuzje i przejęcia (m.in. repolonizacja banków),
- regulacje bankowe (m.in. podatek bankowy jak i podwyższone wymogi kapitałowe),
- rozwój technologii (m.in. funkcjonalność urządzeń bankowych – bankomatów, biometrii),
- zmiana preferencji klientów bankowych (m.in. coraz częstsze korzystanie z bankowości elektronicznej),
- propagowanie obrotu bezgotówkowego przez regulatorów rynku.

Na wykresie 1, przedstawiono poziom stacjonarnej sieci bankowej w Polsce. Wśród podmiotów tworzących tradycyjną (stacjonarną) sieć bankową w Polsce można wyróżnić: oddziały bankowe, przedstawicielstwa oraz filie i inne punkty obsługi klienta, mogące pośredniczyć w sprzedaży usług bankowych. Od 2012 roku, zauważalny jest znaczny spadek oddziałów bankowych, które prowadzą obsługę klientów w Polsce. Pod koniec czerwca 2017 roku, w Polsce funkcjonowało 767 mniej oddziałów bankowych aniżeli w 2012 roku. Na ten spadek mogą mieć wpływ czynniki wymienione powyżej, niemniej jednak również strategię banków. Coraz częściej zakładają one sprzedaż usług bankowych poprzez elektroniczne kanały dostępu. Z pewnością ma na to wpływ odchodzenie od prowadzenia obrotu gotówkowego w oddziałach banków. W najbliższej przyszłości, aby ograniczyć koszty działalności banków w Polsce mogą pojawiać się:

- stoiska w dużych skupiskach ludności (np. galeriach handlowych),
- kioski bankowe – niewielkie powierzchniowo bezosobowe punkty obsługi klienta (jak np. we wdrażanej strategii Wells Fargo w USA).

Wykres 1., Stacjonarna sieć bankowa w Polsce

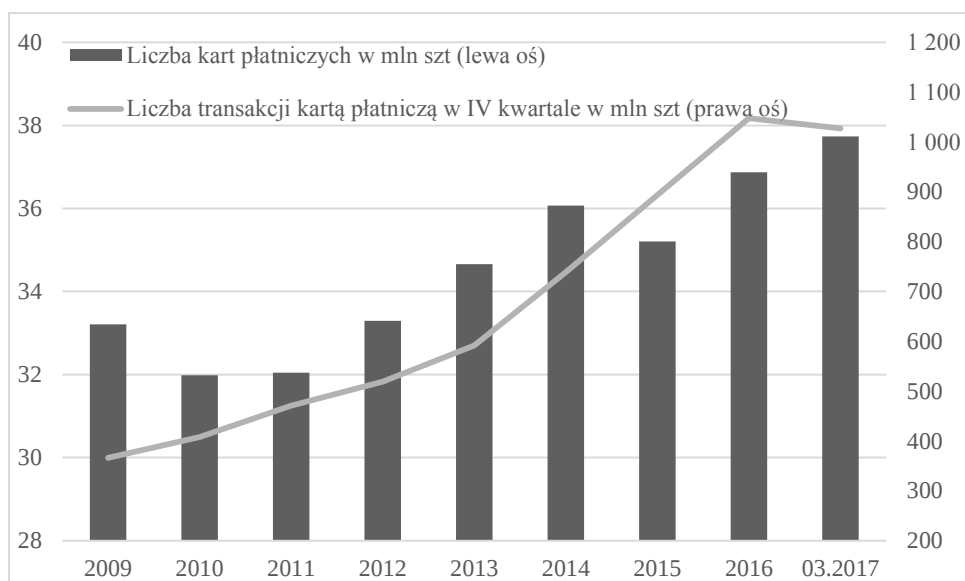


Źródło: opracowanie własne, na podstawie danych KNF.

Jak można zauważyć na wykresie 1 - liczba filii, ekspozytur i innych placówek obsługi klienta w ostatnich latach jest znacznie ograniczana – pojawia się coraz to więcej przedstawicielstw banków, mogących świadczyć usługi bankowe. Warto podkreślić, że liczba filii, ekspozytur i innych placówek obsługi klienta była większa w latach 2009-2010 aniżeli liczba oddziałów własnych banków prowadzących działalność w Polsce.

Rozwój sieci bankowej w postaci stacjonarnych punktów obsługi może być ograniczana poprzez rozwój innych elementów systemu bankowego. Niewątpliwie ma na to wpływ rozwój infrastruktury związanej z obrotem bezgotówkowym – np. rynku kart płatniczych. Na wykresie 2, przedstawiono liczbę kart płatniczych w Polsce, oraz poziom transakcji nimi w IV kwartale każdego analizowanego okresu. Liczba kart płatniczych w marcu 2017 roku, przekroczyła poziom 37,5 mln sztuk. Od 2010 roku, w Polsce przybyło ponad 5,7 mln kart płatniczych. Oczywiście wzrost liczby kart płatniczych prowadzi do wzrostu liczby transakcji kartami, zaś różne działania regulatorów rynku bankowego w Polsce sprzyjają upowszechnianiu płatności kartami (np. wdrożenie w 2012 transakcji zbliżeniowych do których potwierdzenie za pomocą PIN'u nie jest konieczne. Aktualnie rozważana jest propozycja podwyższenia kwoty dla transakcji zbliżeniowych z 50 PLN do 100PLN).

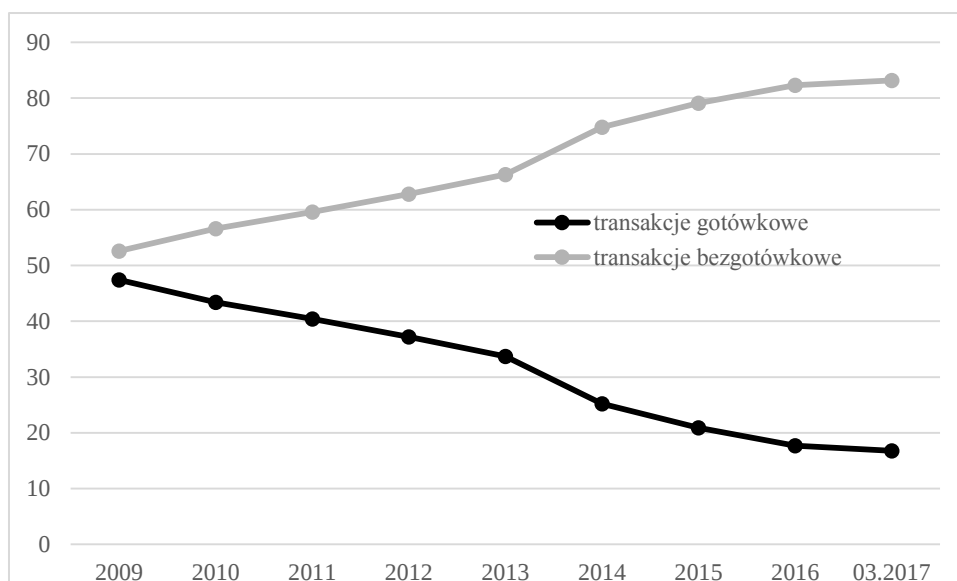
Wykres 2., Poziom rynku kart płatniczych w Polsce



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych NBP.

Dynamiczny rozwój rynku kart płatniczych (jak i całej infrastruktury systemu bankowego z tym związanego), jak i liczne działania regulatorów rynku na rzecz propagowania obrotu bezgotówkowego w Polsce (np. obniżenie opłaty interchange, wdrożenie terminali w administracji i na Poczcie Polskiej, popularyzacja płatności internetowych za pomocą kart płatniczych) powodują znaczny wzrost udziału transakcji bezgotówkowych dokonywanych przy użyciu kart płatniczych (wykres 3). W 2009 roku spośród transakcji dokonywanych kartami płatniczymi transakcje gotówkowe (najczęściej wypłaty środków pieniężnych z bankomatów) stanowiły ok 48% ogółu transakcji kartami płatniczymi. Zmiany preferencji konsumentów (m.in. na rzecz obrotu bezgotówkowego), doprowadziły do tego, że w marcu 2017 roku, zaledwie 17% ogółu transakcji kartami płatniczymi dokonywane było w sposób gotówkowy.

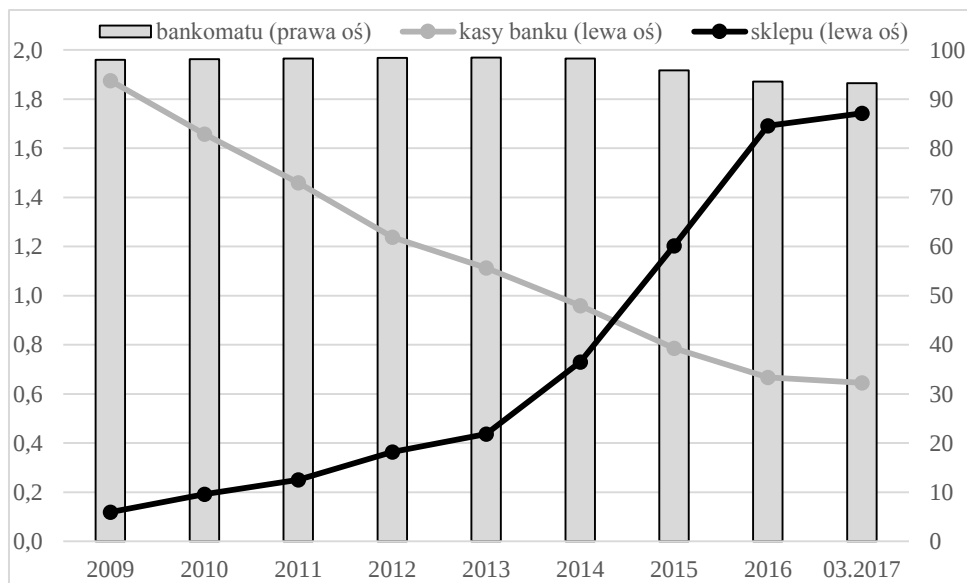
Wykres 3., Udział transakcji gotówkowych i bezgotówkowych dokonywanych kartami płatniczymi w Polsce



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych NBP.

Wśród transakcji gotówkowych dokonywanych kartami płatniczymi zdecydowaną większość stanowią transakcje wypłaty gotówki z bankomatów (wykres 4). Poziom ten w okresie 2009 – marzec 2017 nie spadł poniżej 90%. Niemniej jednak zauważalna jest ciekawa tendencja dotycząca wypłat środków pieniężnych w kasie banku i sklepie. W 2009 roku zaledwie 0,1% wypłat gotówkowych przy użyciu kart płatniczych stanowiły wypłaty w sklepach. Popularyzacja usługi cash back, pojawianie się coraz to większej liczby podmiotów mogących wypłacić środki pieniężne (np. sieć sklepów Żabka, stacje paliw Orlen) oraz podniesione limity możliwości wypłaty środków pieniężnych, prowadzą do coraz większego udziału wypłat pieniędzy w sklepach. Tym samym, warto zwrócić uwagę na znaczny spadek udziału wypłat środków pieniężnych w kasie banku, co może potwierdzać tezę o odchodzeniu od obrotu gotówkowego w oddziałach bankowych w Polsce.

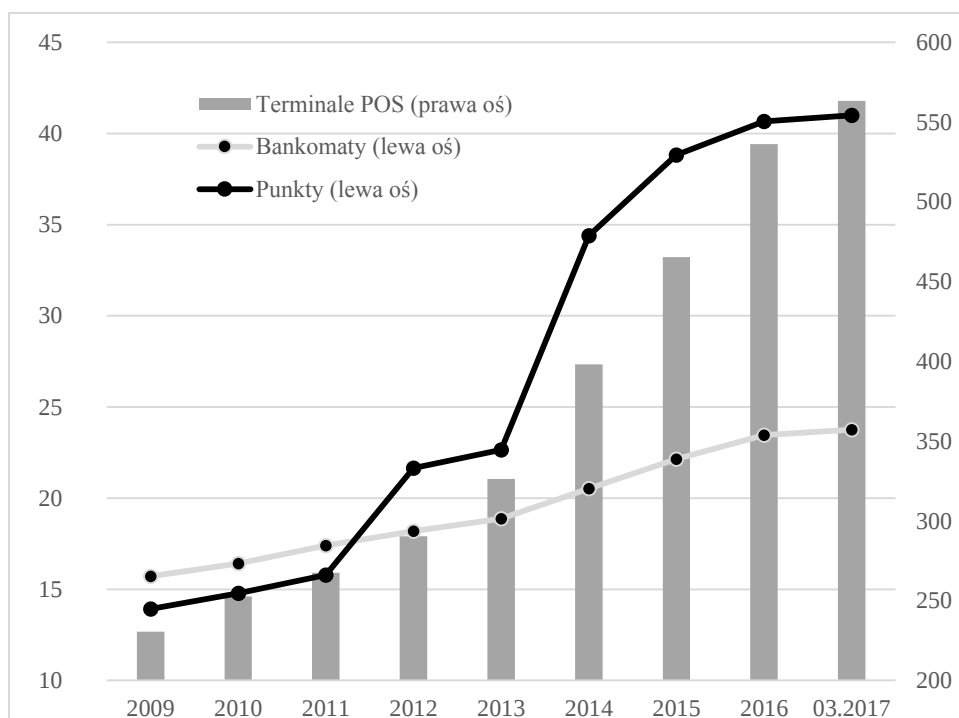
Wykres 4., Transakcje gotówkowe, wypłata z ... (udział w %)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych NBP.

Rozwój transakcji bezgotówkowych w Polsce nie byłby możliwy bez rozwoju sieci bankowej, w zakresie infrastruktury dla kart płatniczych i obsługi obrotu bezgotówkowego (wykres 5). W analizowanym okresie, 2009 – marzec 2017 najdynamiczniej rozwija się sieć punktów przyjmujących wpłaty na rachunki oszczędnościowo – rozliczeniowe. Liczba tych punktów w 2009 roku oscylowała w granicy 14 tys. podmiotów, zaś pod koniec 2016 roku było takich punktów już ponad 40,5 tys. Zauważalne wzrosty widoczne były również w liczbie terminali POS, których to liczba w analizowanym okresie wzrosła o 333 tys. urządzeń. Z pewnością wpływ na to miały działania regulatorów rynku (m.in. spadek opłaty interchange, montaż tego typu urządzeń w podmiotach administracji publicznej). Propagowanie w Polsce obrotu bezgotówkowego sprzyja również wzrostowi urządzeń jakimi są bankomaty. Liczba tych urządzeń w analizowanym okresie wzrosła o ponad 8 tys. maszyn.

Wykres 5., Wybrane elementy infrastruktury sieci bankowej w Polsce (w tys. sztuk)



Źródło: opracowanie własne, na podstawie danych KNF, NBP.

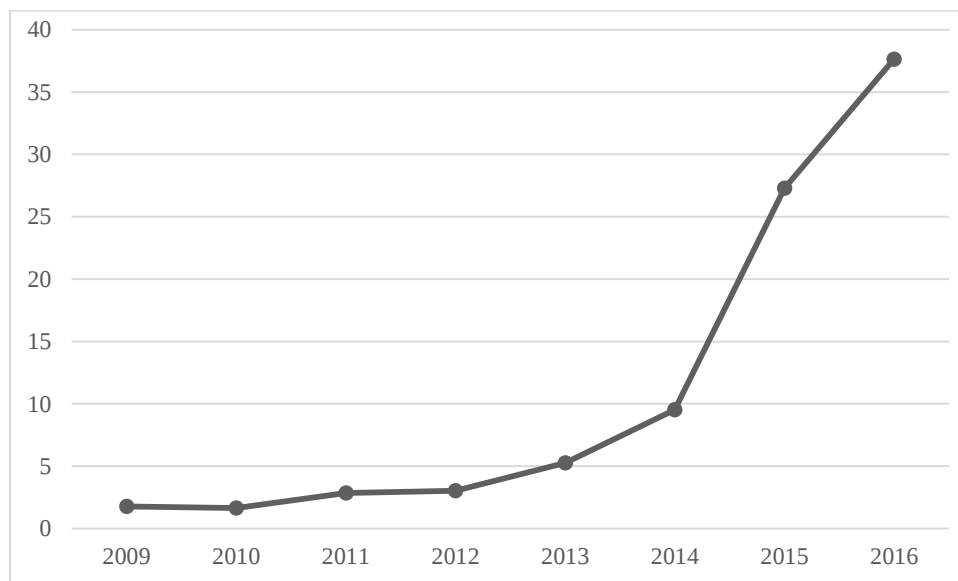
Rozwój rynku liczby bankomatów w Polsce, może mieć istotne znaczenie w zakresie sprostania oczekiwań zgłaszanych przez konsumentów usług bankowych. Preferencje klientów banków zmierzają do tego, aby ograniczać wizyty w tradycyjnych oddziałach bankowych. Dlatego też, rozwój funkcjonalności urządzeń jakimi są bankomaty, może znacząco ułatwić konsumentom dostęp do licznych usług bankowych, oferowanych do tej pory w tradycyjnych oddziałach bankowych. W nowoczesnych urządzeniach konsumenci mogą nie tylko wypłacić środki pieniężne, ale również m.in.:

- sprawdzić stan rachunku,
- zrealizować przelew,
- zrealizować przekaz pieniężny,
- zapłacić za rachunek,
- zakupić bilety komunikacji miejskiej,
- zmienić PIN,
- wypłacić środki pieniężne w walucie obcej (m.in. EUR, GBP, NOK, SEK),
- wpłacić darowiznę,
- wziąć kredyt gotówkowy,
- wpłacić środki pieniężne.

Zwłaszcza ostatnia możliwość jaką oferują nam nowoczesne bankomaty (wpłata środków pieniężnych), w znaczący sposób wpływa na spełnianie oczekiwań klientów banków (wykres

6). Nowoczesne bankomaty są wyposażone w funkcję obiegową umożliwiającą wpłaty jak i wypłaty środków pieniężnych - co znacznie ułatwia dostęp konsumentów do wybranych usług bankowych, rozwijając tym samym sieć bankową w Polsce. W 2016 roku w bankomatach ulokowanych na terytorium Polski dokonano ponad 37,5 mln wpłat depozytów gotówkowych (w 2009 – ponad 1,7 mln wpłat).

Wykres 6., Liczba depozytów gotówkowych złożonych w bankomatach w danym roku (mln szt.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych NBP.

Rozwój funkcji urządzeń, które mogą dostarczać konsumentom szerokiego wachlarzu usług bankowych powoduje dynamiczny i mniej kosztowny (dla banków) rozwój sieci bankowej w Polsce. Analizując rozwój bankowości mobilnej (tabela 1), łatwo można wskazać najbardziej dynamicznie rozwijający się kanał dystrybucji usług bankowych w zakresie funkcjonującej sieci bankowej. Liczba użytkowników bankowości mobilnej w Polsce w analizowanym okresie wzrosła o ponad 7 mln użytkowników, jednoznacznie wskazując na główny kierunek rozwoju sieci bankowej w Polsce.

Tabela 1., Liczba użytkowników bankowości mobilnej w Polsce

Bank	2012	2013	2014	2015	2016	03.2017
PKO BP S.A.	236 624	427 542	625 244	1 328 905	1 652 460	1 774 224
PEKAO S.A.	201 000	373 063	595 926	1 014 647	1 495 681	1 616 743
mBank S.A.	300 000	724 096	892 000	1 092 044	1 327 555	1 387 408
ING S.A.	98 000	244 000	420 146	500 000	1 048 486	1 188 108
BZWBK S.A.	124 819	239 000	483 472	666 278	974 336	1 017 671
....						
Razem	1 192 759	2 470 370	3 330 710	5 720 341	7 687 918	8 265 344

Źródło: opracowanie własne na podstawie raportów prnews.pl

Przyszłość sieci bankowej w Polsce - rynek innowacji finansowych (FinTech)

FinTech to sektor firm wykorzystujących nowoczesne technologie informatyczne w obszarze usług finansowych, który w ostatnim czasie dynamicznie rozwija się w polskim systemie finansowym. Jest to stosunkowo młoda branża, która w najbliższym czasie może w znaczny sposób wpłynąć na poziom rozwoju sektora finansowego. Fundamentem spółek z tego sektora jest technologia. Spółki FinTech oferują sprzedaż produktów finansowych przez internet. Nie tworzą tradycyjnych oddziałów. Koszty ich działalności są w związku z tym nieporównywalnie niższe aniżeli banków [Pacud, 2016, s.108-109]. Firmy z sektora FinTech mają przewagę nad bankami, ponieważ są małe, zwinne i elastyczne. Dzięki dostępowi do kapitału, banki mogą jednak wykorzystywać udane rozwiązania stosowane przez takie firmy i wdrażać je z sukcesem w swojej działalności [Szpringer, 2017, s.52].

Zauważając dynamiczny rozwój tego sektora, Komisja Nadzoru Finansowego podjęła próby identyfikacji tego rynku, w celu przeprowadzenia działań na rzecz rozwoju innowacji finansowych (FinTech) w Polsce. W porozumieniu z Ministerstwem Finansów i Ministerstwem Rozwoju, w grudniu 2016 roku powołano zespół roboczy, który miał za zadanie dokonać przeglądu obowiązujących przepisów prawa i regulacji nadzorczych w celu identyfikacji barier rozwoju tego rodzaju usług w Polsce. Co warto podkreślić, zwrócono uwagę na fundamentalne znaczenie, jakie w dłuższej perspektywie ma bezpieczeństwo innowacji technologicznych dla trwałego rozwoju rynku usług finansowych. Zasugerowano, że najistotniejszym elementem rozwoju tego rynku jest wspieranie rozwiązań zapewniających przede wszystkim odpowiednie bezpieczeństwo oferowanych usług [Komunikat, 2016, s.1].

Banki w Polsce charakteryzują się nowoczesnymi rozwiązaniami na tle innych europejskich sektorów bankowych.. Bardzo dobrze rozwinięta jest technologia w zakresie oferowania płatności kartowych jak i mobilnych, które dzięki swojemu zaawansowaniu mogą stanowić przykład rozwoju tych rynków dla krajów zachodnioeuropejskich. Dlatego coraz częściej mówimy w Polsce o „bankach FinTech” lub „FinTechu w bankach”, a najbardziej innowacyjne banki traktują siebie jako część sektora FinTech [FinTech w Polsce, 2017, s.9].

Wśród barier rozwoju innowacji finansowych w Polsce, najczęściej wymieniane są:

- niejasne regulacje prawne,
- ogólny brak wiedzy wśród potencjalnie zainteresowanych podmiotów o tym sektorze,
- brak polityki stymulacji rozwoju innowacji finansowych w Polsce,
- brak współpracy nadzoru z uczestnikami rynku,
- brak zachęt o charakterze fiskalnym.

Aktualnie istnieje brak jednoznacznego stanowiska regulatorów rynku wobec sektora FinTech. Szczegółowej analizie prawnej powinny zostać poddane obszary m.in.: blockchain i waluty wirtualne, przetwarzanie danych w chmurze, czy też crowdfunding. Istotne byłoby wprowadzenie regulacji/rekomendacji w tym zakresie. Co warto podkreślić, w raportach zespołu ds. rozwoju innowacji finansowych w przeprowadzonych badaniach wykazano, że firmy z sektora FinTech nie uważają banków jako swojej bezpośredniej konkurencji (75% ogółu odpowiedzi).

W rekomendacjach zespołu roboczego do spraw rozwoju innowacji finansowych (FinTech w Polsce), zasugerowano liczne zmiany jakie powinny być wdrożone, umożliwiając rozwój sieci bankowej w Polsce przy wykorzystaniu rozwoju technologicznego.

Zakończenie

Banki w Polsce, jak i na całym świecie czeka zmiana strategii funkcjonowania na rynku bankowym (zwłaszcza w zakresie sprzedaży usług bankowych). Zmieniające się preferencje klientów banków wymuszają na nich procesy dostosowawcze, które w znaczny sposób wpływają na organizację sieci bankowej. W najbliższym czasie ograniczana będzie liczba własnych oddziałów bankowych. Spowodowane jest to przede wszystkim odpowiedzią na zapotrzebowania rynku (konsumentów), jak i ograniczaniem kosztów działalności bankowej. Rozwój rynku kart płatniczych i funkcji oferowanych poprzez bankomaty umożliwia bankom dywersyfikację kanałów dystrybucji usług bankowych. Nowoczesny sposób korzystania z podstawowych usług bankowych – poprzez bankowość elektroniczną stwarza szerokie możliwości do rozwoju innowacji finansowych oferowanych przez rynek FinTech – który będzie w znaczny sposób kreował stan sieci bankowej w Polsce w najbliższym okresie czasu.

Bibliografia:

Boguski J., Marketing innowacji, Oficyna Graficzna – Wydawnicza Typografia, Warszawa 2016,
Capiga M., Bezpieczeństwo transakcji finansowych w Polsce, Wydawnictwo CeDeWu.pl, Warszawa 2015,
Costa O., Fast J., Kryt F., Prześcignąć FinTech, Rzeczpospolita z dnia 2.12.2015,
Dembinski P., Finanse po zawale, Wydawnictwo Studio Emka, Warszawa 2011,

FinTech w Polsce bariery i szanse rozwoju, http://fintechpoland.com/wp-content/uploads/2016/12/FinTech_w_Polsce_bariery_i_szanse_rozwoju.pdf, dostęp z dnia 30.08.2017,

Flejterski S., Metodologia finansów, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2007,

Grzegorz W., Krawiec W., Sibińska A., Współczesne dylematy marketingu bankowego, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2010,

Iwanicz – Drozdowska M., red. nauk , Zarządzanie ryzykiem bankowym, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2012,

Jajuga K., red. nauk, Elementy nauki o finansach. Kategorie i instrumenty finansowe, Wydawnictwo PWE, Warszawa 2007,

Komunikat w sprawie spotkania Kierownictwa Urzędu KNF z przedstawicielami Ministerstwa Finansów oraz Ministerstwa Rozwoju dotyczącego podjęcia działań na rzecz rozwoju innowacji finansowych (FinTech) w Polsce, https://www.knf.gov.pl/dla_rynku/fin_tech/komunikaty?articleId=48862&p_id=18, dostęp z dnia 30.08.2017,

Krzyścin M., Reklama produktów i usług bankowych, Wydawnictwo CeDeWu.pl, Warszawa 2013,

Milic – CzerniakR., red.nauk, Finanse osobiste, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2016,

Mirabile I., Pieber M.K., Sauri L., Stril A., Protecting the Drugs of Tomorrow, Competition Merger Brief, no 2/2015,

Szpringer W., Nowe technologie a sektor finansowy, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2017,

Ustawa Prawo Bankowe, Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r., Dz.U. 1997 nr 140 poz. 939.