

# Anna Sibińska

---

## Agregacja usług finansowych : trendy i kierunki rozwoju elektronicznych finansów osobistych

---

Ekonomiczne Problemy Usług nr 87, 563-570

---

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

*ANNA SIBIŃSKA*

Uniwersytet Łódzki

## **AGREGACJA USŁUG FINANSOWYCH. TRENDY I KIERUNKI ROZWOJU ELEKTRONICZNYCH FINANSÓW OSOBISTYCH**

### **Wprowadzenie**

Rozwój nowoczesnych technologii informacyjnych i komunikacyjnych, jak również przemiany w sektorze usług finansowych przyczyniły się do zmian na rynku usług finansowych. Wzrastające dodatkowe dochody i aktywa nabywców, dziedziczone majątki, zmiana ról i struktury gospodarstw domowych oraz zachodzące zmiany w kierunku zapotrzebowania na kompleksowe produkty zmuszają dostawców usług finansowych do wprowadzenia nowych rozwiązań w zakresie swojej polityki produktowej.

Celem artykułu jest dokonanie charakterystyki agregacji usług finansowych ze szczególnym zastosowaniem jej w sferze elektronicznych finansów osobistych. W artykule przedstawiono główne uwarunkowania rozwoju finansów osobistych w sieci oraz zwrócono uwagę na zmiany podmiotowe i strukturalne zachodzące w sektorze finansowym, wirtualizację sektora, jak również rozwój portali społecznościowych. W dalszej kolejności opisano rozwój agregacji finansowej i jej zastosowanie na rynku usług finansowych. W podsumowaniu wskazano na możliwości i perspektywy rozwoju tej usługi w przyszłości.

### **1. Uwarunkowania elektronicznych finansów osobistych**

Opisywany w literaturze dotychczasowy charakter sprzężeń zwrotnych na rynku usług finansowych, oparty głównie na dominacji dużych grup kapitałowych, wydaje się obecnie nieaktualny. Dotychczasowe opracowania literaturowe głównie

skupiają się na charakterystyce systemów finansowych zorientowanych bankowo lub opartych na funkcjonowaniu rynku papierów wartościowych, a także na identyfikacji usług finansowych, takich jak: usługi bankowe, ubezpieczeniowe, obrót papierami wartościowymi czy usługi leasingowe i faktoringowe<sup>1</sup>. Natomiast w ostatnich latach coraz silniej uwidaczniają się zmiany w sektorze finansowym, które nakreślają nowe kierunki działania biznesowego. Możemy do nich zaliczyć: rozproszenie podmiotowe sektora oraz powstawanie nowych modeli biznesowych, wykorzystanie technologii informacyjnych i informatycznych do tworzenia nowej oferty, obsługi klienta i zarządzania procesami biznesowymi - odejście od zastosowania tradycyjnych instrumentów marketingowych oddziaływania na rynek w kierunku kastomeryzacji i podtrzymywania trwałych relacji z klientem, wykorzystanie rozwiązań rynków produktów konsumpcyjnych (np. *Fast Moving Consumer Goods* – FMCG) dla rynku usług finansowych, poszukiwanie przewagi konkurencyjnej oraz osiąganie rentowności w działaniu w sytuacji kryzysu gospodarczego i dekonjunktury. Scharakteryzowane tendencje pokazują istotne przemiany w sektorze finansowym, a w szczególności rozwój pośrednictwa i doradztwa finansowego, jak również powstawanie nowych instrumentów finansowych i oferty dla klienta.

Ponadto na przestrzeni ostatnich lat widoczne są zmiany dotyczące gospodarstw domowych mające charakter ekonomiczny, społeczny i kulturowy, które w dużej mierze mają wpływ na preferencje w zakresie usług finansowych. Wśród najważniejszych z nich można wymienić:

- wzrost majątków i aktywów dziedzicznych,
- kryzys systemów emerytalnych oraz tendencje przesuwania odpowiedzialności za świadczenia emerytalne ze strony państwa na jego obywateli,
- zmiany w charakterze pracy – wzrost samozatrudnienia, większa mobilność ludzi do zmiany miejsca pracy i zamieszkania,
- starzenie się społeczeństw oraz wydłużenie okresu życia,
- zmiany w strukturze i roli gospodarstw domowych (wzrost liczby małżeństw rozwiedzionych, posiadanie dzieci w późniejszym okresie, wydłużenie okresu, w którym rodziny muszą osiągnąć wyższy dochód),
- ukierunkowane zachowania nabywcze klientów w stronę produktów kompleksowych i mniej homogenicznych,
- procesy deregulacji wpływające na wytworzenie się kategorii dostawców usług finansowych oferujących kompleksowe usługi i produkty.

Należy również zauważyć, że nabywcy na rynku usług finansowych stają się coraz bardziej wymagający, mniej ufni, zaspokajają swoje potrzeby z reguły w więcej niż jednej instytucji finansowej i pragną samodzielnie decydować o loko-

---

<sup>1</sup> S. Smyczek, *Modele zachowań konsumentów na rynku usług finansowych*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Katowice 2007, s. 34; zob. także: W. Grzegorzczak, A. Sibińska, W. Krawiec, *Współczesne dylematy marketingu bankowego*, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2010, s. 57; D. Korenik, *Innowacje finansowe*, PWN, Warszawa 2009, s. 112.

waniu i zarządzaniu posiadanymi środkami finansowymi. Dodatkowo bogatsza wiedza z zakresu korzystania z nowych technologii daje im możliwość dostępu do usług różnych instytucji.

Wśród czynników kształtujących zachowania finansowe należy także wymienić charakterystyczną dla sektora finansowego coraz to silniej postępującą wirtualizację sektora, jak również postawy oraz zjawiska typowe dla „pokolenia sieci”<sup>2</sup>. Za sprawą rozwoju sieci społecznościowych, rozwoju technologii mobilnych oraz trendów prokonsumenckich uwidacznia się wśród konsumentów chęć współtworzenia produktów, zwiększonej aktywności na forach dyskusyjnych, blogach oraz reagowania na pojawiające się w sieci produkty i usługi. W przypadku finansów osobistych wpływ tych zjawisk najbardziej uwidacznia się na rozwój rynku klient–klient (C2C), w ramach którego nabywcy aktywnie kupują oraz sprzedają różne usługi finansowe.

## 2. Zarządzanie finansami osobistymi

Przyjęty w literaturze hierarchiczny model zachowań finansowych pokazuje zaangażowanie się gospodarstw domowych w wyższe poziomy zachowań finansowych w zależności od wielkości ich dochodów<sup>3</sup>. Jednak ostatnie lata kryzysu finansowego są wynikiem między innymi pewnych odmienności, takich jak nadmierne zadłużanie się zarówno przedsiębiorstw, jak i gospodarstw domowych, brak oszczędności buforowych i zabezpieczeń czy źle zaplanowane inwestycje. Słabnące prognozy gospodarcze oraz niepewność jutra sprawiają, że nabywcy coraz większą wagę przykładają do domowych finansów i racjonalnego zarządzania posiadanymi zasobami. Można przyjąć założenie, że kierunkiem rozwoju zachowań finansowych będą te związane z szeroko pojętym zarządzaniem finansowym, które pozwolą gospodarstwom domowym bardziej świadomie zarządzać swoimi finansami. Przejawem takich zachowań jest zarządzanie budżetami domowymi w sieci. Takie możliwości dają pojawiające się w sieci serwisy Web 2.0 do zarządzania finansami osobistymi. W ramach typowych funkcjonalności serwisu klient może dokonywać następujących operacji, ułatwiających podejmowanie decyzji finansowych w zakresie:

- budżetowania wydatków osobistych oraz dochodów,
- rejestrowania osobistych operacji finansowych,
- analizy zyskowności i płynności finansowej,

---

<sup>2</sup> B. Mróz, *Dziesięć nowych trendów konsumenckich w 2011 r., perspektywa amerykańska*, Studia i Materiały Polskiego Stowarzyszenia Zarządzania Wiedzą 2011, nr 51, s. 192.

<sup>3</sup> G. Antonides W.F. van Raaij, *Zachowania konsumentów. Podręcznik akademicki*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003, s. 442.

- planowania finansów domowych w przyszłości<sup>4</sup>.

Należy podkreślić, że narzędzia służące do analizowania przepływów pieniężnych w gospodarstwie domowym stale się rozwijają i zyskują nowe funkcje. Ponadto pojawiają się także takie funkcjonalności, jak możliwość zautomatyzowania finansowej ewidencji oraz rozbudowane opcje analizy inwestycji i narzędzi rekomendujących różne sposoby optymalizacji budżetów. Większość z istniejących na rynku polskim serwisów pozwala klientom na dużą aktywizację oraz rozwijanie zachowań społecznościowych, np. porównywanie wydatków z innymi użytkownikami oraz dzielenie się radami przy planach finansowych.

### 3. Pojęcie i charakterystyka agregatorów finansowych

Zjawisko agregacji rozprzestrzenia się w warunkach handlu elektronicznego i środowisku internetowym stosunkowo szybko i zmienia znacząco charakter zawieranych transakcji oraz powstające nowe modele biznesowe. Agregatorzy internetowi stanowią typ pośrednika, który umożliwia klientowi zebranie szerokiej oferty z rynku i prezentacji jej na ekranie użytkownika. Dodatkowo poprzez wykorzystanie bazy danych o klientach i dostawcach są w stanie dopasować odpowiednią ofertę do potrzeb docelowego nabywcy. Ten typ pośrednictwa posiada wiele cech unikalnych, do których zaliczyć można<sup>5</sup>:

- szerokość oferty – agregacja poszerza asortyment produktów o te, które oferowane są przez innych dostawców, a w ten sposób daje możliwość kompleksowej obsługi klienta;
- organizację informacji – celem agregatorów jest ułatwienie nabywcom zakupu produktu, stąd też informacje prezentowane są w sposób najbardziej odpowiedni dla klienta, aby mógł efektywnie podejmować swoje decyzje;
- atrakcyjną cenę – przejrzystość cen w Internecie i komodyzacja skłaniają firmy do obniżania cen, agregatory dostarczają klientom dodatkowych wartości poprzez nagradzanie lojalnych klientów, zakupy masowe czy realizację mikrotransakcji;
- wygodę użytkownika – poprzez wykorzystanie automatyzacji i globalnej sieci agregacja daje możliwość integracji informacji o kliencie, a na podstawie analiz zachowań nabywczych umożliwia prognozowanie popytu, składanie w imieniu klienta zamówienia, a także usprawnianie procedur i zakupów produktów;

---

<sup>4</sup> M. Kisiel, *Domowy budżet w Internecie*, <http://www.bankier.pl/wiadomosc/Domowy-budzet-w-Internecie-1906431.html>

<sup>5</sup> J. Karolak, *Agregatorzy internetowi*, *Modern Marketing* 10/2000, [www.modernmarketing.pl/print.php?pg=artb&magnr=200010&artnr=02](http://www.modernmarketing.pl/print.php?pg=artb&magnr=200010&artnr=02)

- pomoc w wyborze właściwej oferty – za pomocą innowacyjnych rozwiązań technologicznych w prezentowaniu oferty produktów, zwłaszcza dóbr materialnych, ułatwiają klientom wybór materiału bez konieczności bezpośredniego zobaczenia danego produktu;
- pomoc w realizacji zamówienia – uczestniczą w procesie dostarczania i realizacji zamówienia, gdzie przejmują na siebie funkcję monitorowania przesyłki produktu do klienta.

Ten model biznesowy zaadaptowany został również na rynku finansów elektronicznych, gdzie zaczęły pojawiać się agregatory finansowe.

Agregacja finansowa definiowana jest jako usługa, która polega na zbieraniu informacji finansowych pochodzących z wielu źródeł, przedstawianiu jej w sposób transparentny na ekranie użytkownika i dokonaniu analizy tychże danych<sup>6</sup>.

Madnick i Siegel wskazują na trzy najważniejsze cechy agregatorów internetowych<sup>7</sup>. Należą do nich:

- przejrzystość informacji (*access transparency*) – dostęp użytkownika do wielu informacji o produktach i dostawcach tych produktów;
- przejrzystość kontekstowa (*contextual transparency*) – narzędzie dokonywania porównań instytucji i ich usług;
- analiza (*analysis*) – pozwala na podstawie analiz dokonać syntezy wartości dodanej informacji.

Z wymienionych powyżej cech agregacji internetowej wynikają następujące korzyści agregatorów finansowych:

- łączenie informacji finansowych oraz dostarczanie interpretacji bazującej na znaczeniu i kontekście zbieranych danych, w przeciwieństwie do portali finansowych, które jedynie są w stanie prezentować dane i wskazywać na dodatkowe serwisy internetowe;
- wydobywanie danych z różnych miejsc w Internecie z użyciem nowych technologii;
- zbieranie i prezentacja informacji finansowych na jednym ekranie, np. zestawienie bieżących rachunków, oszczędnościowych lub kredytowych.

Najbardziej popularną odmianą agregatorów finansowych są agregatory kont bankowych, zaoferowane jako pierwsze przez amerykańskie instytucje finansowe, które dostarczają informacji o rachunkach klienta pochodzących z różnych banków. Obecne mechanizmy oferują bardziej zróżnicowane możliwości, takie jak: podsumowanie transakcji, historia dokonywanych operacji finansowych w ramach kart płatniczych i kredytowych, zestawienie kredytów i pożyczek hipotecznych, transfer

---

<sup>6</sup> H. Fujii, T. Okano, S. Madnick, M. Siegel, *E-Aggregation, The Present and Future of Online Financial Services in Asia-Pacific*, July 2002, MIT Sloan Working Paper No. 4405-02; CISL Working Paper No. 2002-06.

<sup>7</sup> S. Madnick, M. Siegel, *Seizing the Opportunity, Exploiting Web Aggregation*, MISQ Executive, March 2002, s. 1-12.

pieniędzy z jednego rachunku na drugi, zestawienie akcji i papierów wartościowych, ocena inwestycji. Ze względu na cel istnienia agregatorów i źródła informacji można wyróżnić ich cztery typy<sup>8</sup>:

- relacyjny (*relationship type*) – zbiera i prezentuje różnorodne informacje pochodzące z różnych organizacji, które związane są z klientem, np. banki, fundusze ubezpieczeniowe i inwestycyjne, domy maklerskie;
- porównawczy (*comparison type*) – pozwala na prezentację i porównanie produktów lub usług z konkurencyjnych instytucji;
- internetowy (*Internet type*) – stanowi niezależne źródło informacji o instytucjach i ich ofercie pochodzących ze stron internetowych;
- intranetowy (*Intranet type*) – bazuje na informacji pochodzącej z tej samej grupy instytucji finansowych powiązanych kapitałowo.

Innym podziałem agregatorów jest sposób pozyskiwania danych w celu udostępnienia j ich swoim klientom. Ze względu na to kryterium wyróżnia się agregatory<sup>9</sup>:

- kopiujące ekran (*screen scraping*) – zbierają informacje o usługach, korzystając z numerów identyfikacyjnych i haseł udostępnionych im przez klientów. Zazwyczaj proces ten odbywa się bez zgody i pozwolenia instytucji finansowych;
- bezpośrednio wczytujące (*direct feed*) – ta metoda pozwala na zestawienie i dostarczenie danych za zgodą wszystkich stron operacji, w tym instytucji finansowych, po potwierdzeniu tożsamości agregatora, instytucja macierzysta za jego pośrednictwem transmituje dane na ekran klienta.

Młode pokolenie Internautów coraz bardziej potrzebuje narzędzi optymalizujących ich decyzje finansowe, jak również delegowania kontroli w dziedzinie wydatków pieniędzy. Jak wynika z badań przeprowadzonych przez amerykańską firmę JWT, ponad połowa badanych deklaruje, że poprzez różnego rodzaju bodźce jest nakłaniana do nieracjonalnych zachowań konsumenckich<sup>10</sup>. Stąd też nabywcy dążą do szukania rozwiązań optymalizacji decyzji i przenoszenia odpowiedzialności na narzędzia elektroniczne w Internecie oraz poprzez technologie mobilne.

Agregatory finansowe pozwalają na łączenie informacji finansowych oraz dostarczanie interpretacji bazującej na znaczeniu i kontekście zbieranych danych, w przeciwieństwie do portali finansowych, które jedynie są w stanie prezentować dane i wskazywać na dodatkowe serwisy internetowe, wydobywają dane z różnych miejsc w Internecie z użyciem nowych technologii, pozwalają na zbieranie i prezentację informacji finansowych na jednym ekranie, np. zestawienie bieżących rachunków, oszczędnościowych lub kredytowych.

---

<sup>8</sup> H. Fujii, T. Okano, S. Madnick., M. Siegel, *op. cit.*

<sup>9</sup> [www.star-system.com](http://www.star-system.com)

<sup>10</sup> B. Mróz, *op. cit.*

Z agregacji finansowej korzystają głównie młodzi Internauci, którzy chcą mieć coraz większą kontrolę nad swoimi finansami. Narzędzia takie udostępniają między innymi: brytyjski supermarket finansowy egg – Egg Money Manager, Bank of America, który udostępnił narzędzia do analizy wydatków, czy dostawcy agregacji finansów pochodzących spoza sektora finansowego, takie jak agregacja rachunków Yodlee, Mint.com, Wesabe.com<sup>11</sup>. Jednym z ostatnich takich serwisów jest oferta hiszpańskiego banku BBVA, który swoim klientom udostępnił usługę „tu cuentas” („liczysz”), za pomocą której klienci mogą dokonywać agregacji danych, kategoryzowania i analizowania wydatków oraz spersonalizowanych analiz finansowych.

Klienci korzystają z takich rozwiązań, jak:

- mechanizm inteligentnych porównań (intelligent comparison) – kompliacja informacji w celu dokonania zestawień i analiz służących do podejmowania decyzji inwestycyjnych i finansowych;
- pełen zakres transakcji finansowych – klienci w oparciu o zagregowane informacje o rachunkach dokonują zakupu produktów finansowych;
- automatyczna optymalizacja portfela aktywów – przy wykorzystaniu oprogramowania następuje ciągła ocena zagregowanych informacji, co daje klientowi zdolność do profesjonalnej analizy finansowej w celu maksymalizacji jego korzyści i planów finansowych.

## Podsumowanie

Dynamika zmian sektora finansowego oraz bardzo szybki rozwój mediów elektronicznych są głównymi czynnikami wpływającymi na zmiany w sektorze usług finansowych. Widoczne są one w wyborach usług finansowych oraz form realizacji transakcji. Najbardziej zauważalne w zachowaniach nabywców są trendy związane z zarządzaniem finansami osobistymi. Możliwe do realizacji poprzez agregatory finansowe oraz inne serwisy stworzone do zarządzania budżetami domowymi. Warto także zwrócić uwagę na coraz silniejszy rozwój finansów C2C, które wydają się alternatywą dla tradycyjnego rynku usług finansowych obsługiwanego przez banki i innych pośredników finansowych. Ich masowość będzie uzależniona od wielu czynników, takich jak kryzys gospodarczy, uwarunkowania prawne oraz stopień wirtualizacji społeczeństwa. Ten ostatni z czynników ma szczególne znaczenie ze względu na fakt, że większość tych zachowań jest charakterystyczna dla użytkowników rozwiązań elektronicznych, takich jak Internet czy telefon komórkowy.

---

<sup>11</sup> M. Kisiel, *Tu cuentas – pierwszy prawdziwy bank 2.0*, <http://blog.finnovation.pl/2008/07/tu-cuentas>



**Literatura**

1. Antonides G., van Raaij W.F., *Zachowania konsumentów. Podręcznik akademicki*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003.
2. Fujii H., Okano T., Madnick S., Siegel M., *E-Aggregation, The Present and Future of Online Financial Services in Asia-Pacific*, July 2002, MIT Sloan Working Paper No. 4405-02; CISL Working Paper No. 2002-06.
3. Grzegorzczak W., Sibińska A., Krawiec W., *Współczesne dylematy marketingu bankowego*, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2010.
4. <http://blog.finnovation.pl/2008/07/tu-cuentas>
5. <http://www.bankier.pl/wiadomosc/Domowy-budzet-w-Internecie-1906431.html>
6. Karolak J., *Agregatorzy internetowi*, Modern Marketing 10/2000, [www.modernmarketing.pl/print.php?pg=artb&magnr=200010&artnr=02](http://www.modernmarketing.pl/print.php?pg=artb&magnr=200010&artnr=02)
7. Korenik D., *Innowacje finansowe*, PWN, Warszawa 2009.
8. Madnick S., Siegel M., *Seizing the Opportunity, Exploiting Web Aggregation*, MISQ Executive, March 2002.
9. Mróz B., *Dziesięć nowych trendów konsumenckich w 2011 r., perspektywa amerykańska*, Studia i Materiały Polskiego Stowarzyszenia Zarządzania Wiedzą 2011, nr 51.
10. Smyczek S., *Modele zachowań konsumentów na rynku usług finansowych*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Katowice 2007.
11. [www.star-system.com](http://www.star-system.com)

**FINANCIAL SERVICES AGGREGATION. DEVELOPING TRENDS  
IN ELECTRONIC PERSONAL FINANCE.****Summary**

The aim of the article is to make a characteristic of financial services aggregation with the particular focus on its usage in online personal finance. The paper describes main determinants of personal finance development and pays attention on structural and subjective changes in financial sector, virtualization of the sector and social media development. Further, it comprises the description of financial aggregation. Finally, it concludes and provides the future recommendations.

*Translated by Anna Sibińska*