

Wielki Brat w polskiej branży bankowej

Finanse i bankowość | Artykuły / Maciej Samcik

Do bankowców zbliża się wielki dylemat: jak daleko warto posunąć się w wykorzystaniu biometrii, by nie zaszkodzić swoim relacjom z klientami? Na ile wiedza pozyskana z użyciem technologii biometrycznych będzie działała na plus, a na ile może skazać bank na odium "Wielkiego Brata".

TREŚĆ ARTYKUŁU:

Do bankowców zbliża się wielki dylemat: jak daleko warto posunąć się w wykorzystaniu biometrii, by nie zaszkodzić swoim relacjom z klientami? Na ile wiedza pozyskana z użyciem technologii biometrycznych będzie działała na plus, a na ile może skazać bank na odium "Wielkiego Brata".



O tym, że biometria wchodzi na całego do polskiej branży bankowej, nie trzeba już nikogo przekonywać. Jeszcze w zeszłym roku, gdy pierwszy bank wprowadzał możliwość logowania się do konta za pomocą głosu, wyglądało to na mało istotny gadżet. Ale dziś już duża część aplikacji mobilnych pozwala na logowanie się odciskiem palca (oczywiście potrzebny jest smartfon, który obsługuje tę technologię). Ba, pojawił się pierwszy bank, który odciskiem palca pozwala autoryzować przelew.

Tym śmiałością jest Bank Pekao, który postanowił wprowadzić do nowej wersji swojej aplikacji mobilnej PeoPay możliwość zatwierdzania małych transakcji (do 500 zł) właśnie biometrią palca. To duża ekstrawagancja, bo do tej pory bankowcy dość zgodnie twierdzili, że o ile logowanie biometryczne chętnie będą rozwijali, to do autoryzowania transakcji chcą używać tradycyjnych kodów jednorazowych bądź autoryzacji mobilnej.

Tym niemniej pierwsze lody już pękają. I to nie tylko na polu biometrii głosowej lub biometrii palca. Od niedawna banki jeden po drugim pokazują jeszcze większą rewolucję - wykorzystanie biometrii twarzy do ustalania tożsamości klienta. Wygląda to tak, że klient łączy się z bankiem za pomocą wideoczat, pokazuje swój dowód osobisty, robi zdjęcia sobie i dokumentowi, a potem do gry wchodzi technologia.

A konkretnie narzędzia do porównywania twarzy klienta ze zdjęciem w dowodzie. System antyfraudowy z precyzją sięgającą 95% porównuje wszystkie cechy na zdjęciach i orzeka, czy klient jest tym za kogo się podaje. Czasem nagranie z klientem i jego dowodem w roli głównej ogląda „żywy” weryfikator specjalnie przeszkolony do wykrywania oszustw. Jego zadaniem jest orzeczenie, czy klient pokazujący się na nagraniu działa z własnej

woli, czy nie zachowuje się dziwnie, czy na dokumentach pojawiają się refleksy, czy z tłem w nagraniu jest wszystko w porządku.

Biometria twarzy wzbudza kontrowersje: bacznie przygląda się jej Komisja Nadzoru Finansowego oraz Generalny Inspektor Ochrony Danych Osobowych. Nie jest pewne, czy uda się przekonać nadzorców, że jest to równie wiarygodny sposób potwierdzania tożsamości, jak osobiste sprawdzenie dowodu klienta przez pracownika oddziału banku lub kuriera odbierającego od klienta dokumenty.

Inna sprawa, że w kilku krajach – a konkretnie w Niemczech i Austrii – taki sposób weryfikowania tożsamości został już dopuszczony jako pełnoprawna metoda. Prawdopodobnie więc wkrótce taka wykładnia dotrze też do Polski.

Ale wykorzystywanie naszej twarzy do autentykacji to tylko czubek góry lodowej. Ta technologia ma daleko większe możliwości. Widząc "na żywo" twarz klienta, systemy biometryczne są w stanie nie tylko porównać cechy charakterystyczne dla twarzy konkretnego klienta ze znajdującym się w bazie banku lub pokazywanym przez wideoczat zdjęciem z dokumentu tożsamości.

Bankowcy w swoich laboratoriach pracują już nad zastosowaniem biometrii twarzy do... wykrywania nastrojów klientów wchodzących do oddziału banku. Wyglądałoby to tak, że pracownik placówki otrzymywałby w czasie rzeczywistym opinię systemu dotyczącą stanu ducha klienta, który znajduje się naprzeciwko. Jeśli system orzeknie, że klient jest wkurzony, smutny, albo spięty, to pracownik będzie mógł dostosować obsługę do posiadanych informacji. Klient rozmarzony, wesoły, beztroski, zapewne będzie lepszym "materiałem" do "uproduktowania" niż spięty i zdenerwowany.

Pytanie brzmi: czy aby na pewno nie mówimy tu już o przekroczeniu bariery, której przekraczać nie wolno? Czy wykorzystywanie informacji o nastroju klienta to tylko argument na rzecz lepszej, bardziej spersonalizowanej usługi, czy rodzaj inwigilacji? Wiem skądinąd, że wśród bankowców, speców od IT, bezpieczeństwa oraz compliance trwa w tej sprawie gorąca dyskusja. Banki, które chciałyby już zacząć testować nowe funkcjonalności w oddziałach, zastanawiają się, czy powinny. Czy będzie z tego coś dobrego czy raczej same kłopoty?

Przyznam, że nie mam w tej sprawie wyrobionego zdania. Jestem zwolennikiem wysokiej jakości obsługi. Jeśli czytanie w mojej twarzy będzie argumentem na rzecz najwyższej jakości obsługi, to może to nie jest zły pomysł? Ale z drugiej strony: gdzie jest granica między wyższą jakością obsługi, a wykorzystywaniem słabości klienta?

--

Maciej Samcik – pisze dla „Gazety Wyborczej”, jest autorem bloga „Subiektywnie o finansach”.