

Polaków Portfel Własny

Na bank w aplikacji 2026



Bezpieczeństwo

Wygoda



Historia transakcji



Spis treści

	03	Wstęp
Od oddziału do aplikacji	06	Rozdział I.
Bankowość mobilna w praktyce	25	Rozdział II.
Cyfrowy portfel	36	Rozdział III.
Bankowość bez nadmiaru formalności	48	Rozdział IV.
Bariery i bezpieczeństwo	60	Rozdział V.
	71	Zakończenie Informacja o badaniu

Wstęp



Szybki i wygodny dostęp do banku z poziomu smartfona stał się standardem, który pozwala sprawnie kontrolować wydatki oraz załatwiać formalności w dowolnym miejscu i czasie. Aplikacje mobilne przestały być jedynie dodatkiem do oferty – dziś często zastępują fizyczny bank i oferują użytkownikom swobodę i poczucie pełnej kontroli nad środkami finansowymi, co trwale zmieniło relacje klientów z instytucjami finansowymi.

Dynamika tych zmian wpisuje się w szerszy, globalny kontekst. Z raportu firmy Deloitte „[Banking and Capital Markets Outlook 2026](#)” wynika, że sektor finansowy wchodzi w fazę, w której technologie mobilne stają się „centrami dowodzenia” życiem codziennym użytkowników. Ekspert Deloitte wskazuje, że kluczowymi trendami na 2026 rok są hiper-personalizacja usług dzięki sztucznej inteligencji oraz dążenie do pełnej cyfryzacji procesów kredytowych. W skali globalnej banki, które nie oferują intuicyjnych i wielofunkcyjnych aplikacji, tracą dystans do liderów rynku, ponieważ współczesny konsument oczekuje od banku dostępności 24/7 oraz bezpieczeństwa na najwyższym poziomie.

Aby sprawdzić, jak te globalne trendy przekładają się na polską rzeczywistość, w naszym najnowszym raporcie: „Polaków Portfel Własny: Na bank w aplikacji” przyjrzelśmy się doświadczeniom i oczekiwaniom użytkowników mobilnych usług finansowych.

Z pierwszego rozdziału dowiemy się, jak przebiega finansowa ewolucja – od wizyt w placówkach do smartfona. Sprawdzamy w nim, którym kanałom bankowania Polacy ufają najbardziej oraz jak powszechny jest obecnie model zarządzania finansami „mobile-first”.

Druga część raportu poświęcona jest bankowości mobilnej w praktyce. Analizujemy w niej częstotliwość korzystania z aplikacji, zjawisko korzystania z mobilnych usług wielu banków jednocześnie oraz co sprawia, że jedna z nich staje się dla nas tą główną.

Trzeci rozdział przybliży koncepcję cyfrowego portfela. Weryfikujemy, czy smartfon faktycznie oszczędza nasz czas oraz na ile chętnie Polacy korzystają z dodatkowych funkcji, takich jak płatności za parkingi, bilety komunikacji miejskiej czy automatyczne kategoryzowanie wydatków.

W czwartym rozdziale przyglądamy się gotowości Polaków do nabywania produktów finansowych, takich jak kredyty, lokaty czy konta – w pełni zdalnie, bez kontaktu z doradcą. Wskazujemy również czynniki, które mogłyby zwiększyć otwartość klientów na taki model zakupowy.

Zestawienie zamyka piąty rozdział, w którym analizujemy bariery, które powstrzymują sceptyków przed instalacją aplikacji. Sprawdzamy świadomość Polaków w zakresie cyberbezpieczeństwa i stosowania nowoczesnych metod zabezpieczeń, takich jak biometria.

Kluczowe dane z raportu



24%

największym zaufaniem w sprawach finansowych
darzy aplikacje banków



40%

Polaków korzysta głównie z aplikacji mobilnej,
choć czasami sięga także po inne kanały komunikacji



75%

osób nie wyobraża sobie bankowości bez aplikacji



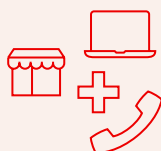
38%

badanych w ciągu ostatniego roku zarządzało swoją kartą
poprzez bankowość mobilną



66%

korzysta z aplikacji banku codziennie
lub kilka razy w tygodniu



48%

ankietowanych, którzy nie są użytkownikami aplikacji,
woli załatwiać sprawy w oddziale, tradycyjnej
bankowości internetowej lub przez infolinię



33%

do korzystania wyłącznie z aplikacji bankowej
przekonuje lub przekonałaby możliwość załatwiania tam
wszystkich spraw



51%

respondentów korzysta z tylko jednej aplikacji
mobilnej banku



55%

osób częściej korzysta z jednej aplikacji, bo obsługuje
ona konto, na które wpływają główne środki
np. z wynagrodzenia czy emerytury



54%

używa aplikacji bankowej do zarządzania budżetem
częściej w domu niż poza nim

Kluczowe dane z raportu



70%

użytkowników aplikacji uważa, że ich najważniejszą funkcją jest łatwy dostęp do historii transakcji



62%

badanych sądzi, że dodatkowe narzędzia aplikacji, takie jak np. automatyczne przypomnienia czy kategoryzowanie wydatków, są pomocne



81%

Polaków przynajmniej, że aplikacje bankowe ułatwiają im codzienne zarządzanie finansami i oszczędzają czas



54%

respondentów korzysta w mobilnym banku także z usług pozafinansowych, np. kupuje ubezpieczenia, płaci za bilety komunikacji miejskiej czy parkingi



57%

potwierdza, że zdarza im się wychodzić z domu bez portfela, bo aplikacja mobilna w pełni go zastępuje



37%

uczestników badania byłoby gotowych nabyć produkt finansowy w pełni przez aplikację mobilną, bez kontaktu z doradcą



62%

gdyby miało potrzebę założyć konto osobiste w banku, byłoby gotowych zrobić to w pełni przez smartfona



26%

Polaków do nabycia produktów finansowych w pełni online najbardziej zachęciłaby pewność co do bezpieczeństwa transakcji



59%

ankietowanych, aby zwiększyć swoje bezpieczeństwo korzystania z aplikacji mobilnej, świadomie nie udostępnia nikomu swoich danych do logowania

od oddziału do aplikacji



Szybki i wygodny dostęp do konta bankowego z poziomu smartfona stał się dla wielu ludzi standardem, który pozwala m.in. sprawnie kontrolować wydatki czy załatwiać formalności w dowolnym miejscu i czasie. Aplikacje często zastępują dziś fizyczny bank – zamiast wizyty w oddziale wystarczy kilka kliknięć na ekranie telefonu.

Któremu kanałowi bankowemu najbardziej ufa Pan/Pani w sprawach finansowych?



24%

Aplikacji mobilnej banku



18%

Bankowości internetowej,
na komputerze



24%

Doradcom w oddziale



4%

Infolinii



17%

Bez różnicy / ufam wszystkim
w podobnym stopniu



8%

Żadnemu nie ufam



0%

Innemu



5%

Nie wiem / Trudno powiedzieć

Wyniki naszego badania wskazują, że największe zaufanie do rozwiązań cyfrowych w kwestiach finansowych ma jedna czwarta respondentów. Taki sam odsetek dotyczy doradców w oddziałach (24 proc.). Nieco mniej osób (18 proc.) wskazuje w tym kontekście na tradycyjną

bankowość internetową. Z kolei na infolinię przypadło jedynie 4 proc. odpowiedzi. 17 proc. ankietowanych przyznaje, że do wszystkich wymienionych kanałów ma podobny poziom zaufania, z kolei 8 proc. nie darzy nim w pełni żadnego z nich.

Któremu kanałowi bankowemu najbardziej ufa Pan/Pani w sprawach finansowych?

Zarządzam finansami i komunikuję się z bankiem...

	wyłącznie poprzez aplikację mobilną banku	głównie w aplikacji mobilnej, ale czasami także za pośrednictwem innych kanałów	w równym stopniu z aplikacją mobilnej jak i za pośrednictwem innych kanałów	w ogóle nie korzystam z aplikacji mobilnej
 Aplikacji mobilnej banku	43%	29%	11%	2%
 Bankowości internetowej, na komputerze	14%	16%	24%	23%
 Doradcom w oddziale	11%	21%	31%	47%
 Infolinii	5%	5%	2%	3%
 Bez różnicy / ufam wszystkim w podobnym stopniu	12%	22%	23%	7%
 Żadnemu nie ufam	8%	5%	7%	16%
 Innemu	0%	0%	0%	1%
 Nie wiem / Trudno powiedzieć	7%	2%	2%	2%

Poziom zaufania do konkretnych kanałów zmienia się także w zależności od nawyków, związanych z korzystaniem z usług bankowych. Osoby, które zarządzają finansami wyłącznie przez telefon, w naturalny sposób najmocniej ufają aplikacjom mobilnym. W tej grupie wskazuje na nie 43 proc. badanych. Sytuacja wygląda zupełnie inaczej wśród respondentów, którzy w ogóle nie używają bankowości mobilnej, a także u tych, którzy w równym stopniu łączą

różne formy kontaktu. Odpowiednio 47 i 31 proc. z nich największe zaufanie w kwestiach finansowych odczuwa w stosunku do doradców w oddziałach, a na drugim miejscu plasują bankowość internetową, dostępną przez komputer (kolejno 23 i 24 proc.). Całkowity dystans do dostępnych kanałów kontaktu najbardziej widać w grupie, która stroni od technologii mobilnej –16 proc. z nich nie ufa żadnej formie.



Któremu kanałowi bankowemu najbardziej ufa Pan/Pani w sprawach finansowych?	Kobieta		Mężczyzna	
				
 Aplikacji mobilnej banku		25%		23%
 Bankowości internetowej, na komputerze		16%		20%
 Doradcom w oddziale		21%		28%
 Infolinii		4%		5%
 Bez różnicy / ufam wszystkim w podobnym stopniu		19%		15%
 Żadnemu nie ufam		10%		6%
 Innemu		0%		0%
 Nie wiem / Trudno powiedzieć		6%		4%

Aplikacja mobilna jest liderem dla co czwartej ankietowanej kobiety (25 proc.) oraz dla 23 proc. mężczyzn. Choć panie i panowie w zbliżony sposób podchodzą do kwestii zaufania wobec kanałów bankowych, to jednak mężczyźni nieco

częściej stawiają w tej kwestii na doradców w oddziałach (28 proc. w porównaniu do 21 proc.) oraz bankowość internetową na komputerze (20 proc. vs 16 proc. respondentek).

Któremu kanałowi bankowemu najbardziej ufa Pan/Pani w sprawach finansowych?					
					
	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
 Aplikacji mobilnej banku	34%	35%	28%	23%	12%
 Bankowości internetowej, na komputerze	15%	14%	14%	23%	20%
 Doradcom w oddziale	19%	14%	19%	21%	36%
 Infolinii	9%	6%	5%	3%	2%
 Bez różnicy / ufam wszystkim w podobnym stopniu	14%	12%	23%	15%	18%
 Żadnemu nie ufam	3%	11%	9%	6%	10%
 Innemu	0%	0%	0%	0%	0%
 Nie wiem / Trudno powiedzieć	7%	7%	4%	8%	3%

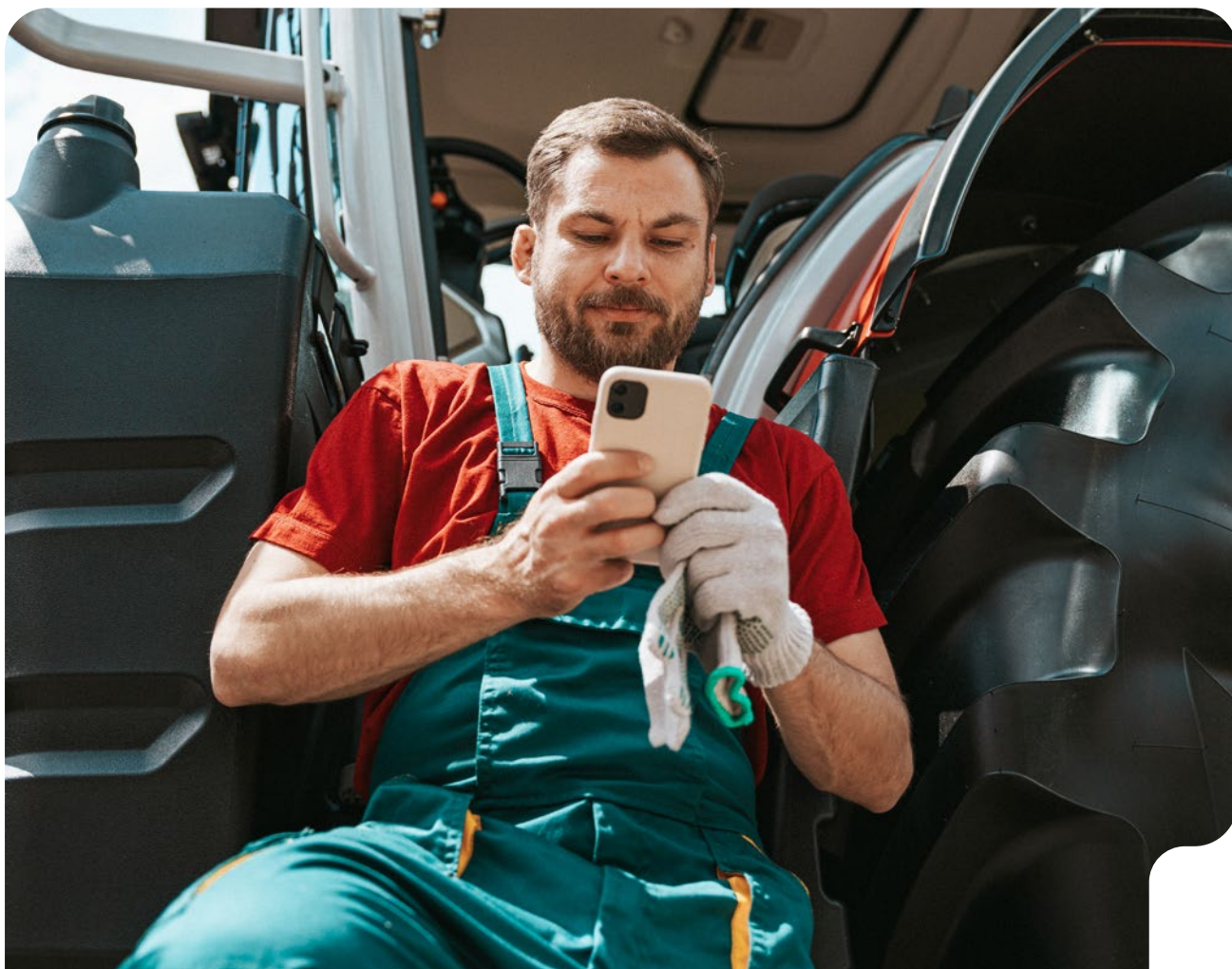
Przekonanie do rozwiązań mobilnych dominuje także w gronie osób przed pięćdziesiątką – ufa im najwięcej dwudziesto- (34 proc.), trzydziesto- (35 proc.) i czterdziestolatków (28 proc.). Odsetek wskazań dla pozostałych kanałów w tych grupach nie przekracza 19 proc. W przedziale wiekowym 40-49 lat jest jednak najwięcej osób, które wszystkim metodom ufają w podobnym stopniu (23 proc.). Jeszcze

starsze pokolenia o wiele mocniej kierują się w stronę tradycyjnych opcji. Wśród pięćdziesięciolatków i osób po sześćdziesiątce aplikacja uzyskała odpowiednio 23 i jedynie 12 proc. wskazań. Osoby te o wiele mocniej ufają doradcom w oddziałach, szczególnie w najstarszej ankietowanej grupie (kolejno 21 proc. i 36 proc.). Wysoko stawiają także tradycyjną bankowość elektroniczną (23 i 20 proc.).

Któremu kanałowi bankowemu najbardziej ufa Pan/Pani w sprawach finansowych?	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
 Aplikacji mobilnej banku	28%	18%	25%	23%
 Bankowości internetowej, na komputerze	14%	20%	18%	22%
 Doradcom w oddziale	27%	24%	21%	19%
 Infolinii	6%	3%	4%	2%
 Bez różnicy / ufam wszystkim w podobnym stopniu	14%	18%	20%	19%
 Żadnemu nie ufam	6%	10%	9%	9%
 Innemu	0%	0%	0%	1%
 Nie wiem / Trudno powiedzieć	5%	6%	4%	5%

Największe zaufanie do aplikacji (28 proc.) odczuwają mieszkańcy wsi. Niemal identyczny odsetek tej grupy wskazał także na doradców w oddziałach (27 proc.). W małych miastach wiara w mobilne rozwiązania jest najniższa (18 proc.), za to pierwsze miejsce zajmuje

tam tradycyjny kontakt z doradcą (24 proc.) oraz bankowość internetowa (20 proc.). W aglomeracjach zaufanie do bankowości w smartfonie deklaruje 23 proc. ankieterów, natomiast 22 proc. tych respondentów stawia na dostęp do banku przez komputer.



Któremu kanałowi bankowemu najbardziej ufa Pan/Pani w sprawach finansowych?

Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową?

	 Dobrze	 Ani dobrze, ani źle	 Źle
 Aplikacji mobilnej banku	24%	28%	16%
 Bankowości internetowej, na komputerze	22%	13%	11%
 Doradcom w oddziale	23%	18%	38%
 Infolinii	3%	5%	6%
 Bez różnicy / ufam wszystkim w podobnym stopniu	19%	17%	9%
 Żadnemu nie ufam	6%	9%	14%
 Innemu	0%	0%	0%
 Nie wiem / Trudno powiedzieć	2%	10%	6%

Ankietowani, którzy oceniają swoją kondycję finansową jako średnią, najliczniej ufają aplikacjom bankowym (28 proc.). Inaczej sytuacja wygląda u osób w złych okolicznościach materialnych. W tej grupie aż 38 proc. badanych wskazuje

doradców w oddziałach. Wśród Polaków o dobrych finansach głosy rozkładają się niemal po równo między aplikacje (24 proc.), oddział (23 proc.) oraz bankowość internetową (22 proc.).

Które z poniższych stwierdzeń najlepiej opisuje sposób, w jaki zarządza Pan/Pani swoimi produktami finansowymi lub komunikuje się z bankiem?



Sposób, w jaki docelowo Polacy zarządzają swoimi produktami finansowymi i komunikują się z bankiem, również jest bardzo zróżnicowany. Największa grupa respondentów (40 proc.) korzysta w tym celu głównie z aplikacji mobilnej, choć sporadycznie sięga także po inne kanały. Prawie co czwarty (23 proc.) robi to wyłącznie

przez telefon. Jednocześnie po 15 proc. deklaruje, że dzieli swoją aktywność po równo – między aplikację a inne formy kontaktu (oddział, infolinia, przeglądarka). Tyle samo osób deklaruje, że w ogóle nie korzysta z rozwiązań mobilnych, a zaledwie 4 proc. wybiera inne kanały częściej.



Które z poniższych stwierdzeń najlepiej opisuje sposób, w jaki zarządza Pan/Pani swoimi produktami finansowymi lub komunikuje się z bankiem?

	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
 Korzystam w tym celu wyłącznie z aplikacji mobilnej banku	38%	40%	19%	20%	11%
 Korzystam głównie z aplikacji mobilnej, ale czasami także z innych kanałów, np. tradycyjna bankowość internetowa,	39%	40%	56%	40%	29%
 Korzystam w równym stopniu z aplikacji jak i innych kanałów, np. oddział, infolinia, komputer	11%	10%	14%	17%	18%
 Korzystam częściej z innych kanałów niż z aplikacji bankowej	6%	1%	3%	3%	7%
 W ogóle nie korzystam z aplikacji mobilnej	1%	3%	5%	14%	33%
 Nie wiem / Trudno powiedzieć	4%	6%	3%	7%	1%

Prawdziwymi liderami modelu mobile-first są Polacy w wieku od 30 do 39 lat. W tej grupie aż 80 proc. osób zarządza budżetem wyłącznie lub głównie za pośrednictwem smartfona (po 40 proc.). Niemal identyczne wyniki notują najmłodszy dorosły (18-29 lat). Wśród nich suma tych wskazań wynosi odpowiednio 38 i 39 proc. Czterdziesto- i pięćdziesięciolatek również chętnie stawiają na nowoczesność, choć znacznie częściej wybierają formy

mieszane. Kolejno 56 proc. i 40 proc. tych grup przyznaje, że choć aplikacja jest ich głównym kanałem zarządzania gotówką i kontaktu z bankiem, to sporadycznie korzystają w tym celu także z innych kanałów. Najstarsze pokolenia (powyżej 60 roku życia) wykazują w kwestii aplikacji największą rezerwę – co trzeci senior całkowicie rezygnuje z rozwiązań mobilnych, podczas gdy w pozostałych grupach odsetek ten waha się od 1 do 14 proc.

Które z poniższych stwierdzeń najlepiej opisuje sposób, w jaki zarządza Pan/Pani swoimi produktami finansowymi lub komunikuje się z bankiem?

	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
 Korzystam w tym celu wyłącznie z aplikacji mobilnej banku	23%	20%	26%	22%
 Korzystam głównie z aplikacji mobilnej, ale czasami także z innych kanałów, np. tradycyjna bankowość internetowa,	42%	32%	44%	42%
 Korzystam w równym stopniu z aplikacji jak i innych kanałów, np. oddział, infolinia, komputer	13%	20%	11%	14%
 Korzystam częściej z innych kanałów niż z aplikacji bankowej	1%	11%	4%	4%
 W ogóle nie korzystam z aplikacji mobilnej	17%	13%	10%	17%
 Nie wiem / Trudno powiedzieć	4%	4%	4%	1%

Osoby ze średnich miast (50-250 tys.) najchętniej ze wszystkich wybierają bankowość mobilną. Łącznie aż 70 proc. z nich zarządza finansami i kontaktuje się z bankiem wyłącznie (26 proc.) lub głównie (44 proc.) przez telefon. Wśród mieszkańców wsi oraz aglomeracji

wskaźnik ten sięga łącznie 64-65 proc., zaś najniższy jest wśród badanych z małych ośrodków miejskich (łącznie 52 proc.). Grupa ta częściej niż inne stawia z kolei w równym stopniu na różnorodne formy kontaktu (20 proc. w porównaniu do 11-14 proc. w pozostałych miejscach).

Które z poniższych stwierdzeń najlepiej opisuje sposób, w jaki zarządza Pan/Pani swoimi produktami finansowymi lub komunikuje się z bankiem?

Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową?

	 Dobrze	 Ani dobrze, ani źle	 Źle
 Korzystam w tym celu wyłącznie z aplikacji mobilnej banku	20%	25%	25%
 Korzystam głównie z aplikacji mobilnej, ale czasami także z innych kanałów, np. tradycyjna bankowość internetowa,	43%	42%	24%
 Korzystam w równym stopniu z aplikacji jak i innych kanałów, np. oddział, infolinia, komputer	17%	14%	10%
 Korzystam częściej z innych kanałów niż z aplikacji bankowej	5%	5%	3%
 W ogóle nie korzystam z aplikacji mobilnej	14%	8%	30%
 Nie wiem / Trudno powiedzieć	1%	5%	7%

W grupach o średnich i dobrych dochodach najpopularniejszy jest model, w którym smartfon dominuje, ale jest uzupełniany innymi formami kontaktu – wskazuje tak odpowiednio 42 i 43 proc. ankietowanych, podczas gdy w grupie o najniższych zarobkach odsetek ten wynosi 24 proc. Co istotne, badani z najgrubszym portfelem rzadziej niż inni decydują się na korzystanie wyłącznie z aplikacji (20 proc. wobec 25 proc. w pozostałych

segmentach), co sugeruje ich większe przywiązanie do równoległego stosowania różnych kanałów bankowych. Jednocześnie warto dodać, że u osób w złej kondycji materialnej odnotowano najwyższy odsetek tych, którzy w ogóle nie korzystają z technologii mobilnej (30 proc.). Dla porównania, w gospodarstwach o średnich i dobrych dochodach wskaźniki te wynoszą 8 i 14 proc.

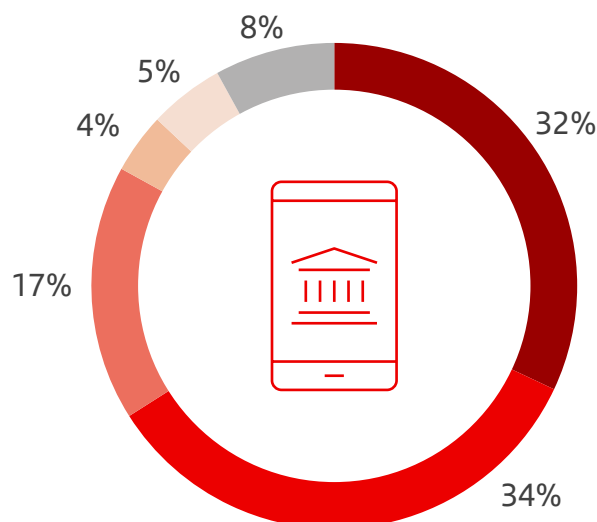
Które z poniższych stwierdzeń najlepiej opisuje sposób, w jaki zarządza Pan/Pani swoimi produktami finansowymi lub komunikuje się z bankiem?	 Brak niepełnoletnich dzieci w gospodarstwie domowym	 Niepełnoletnie dziecko w gospodarstwie domowym
 Korzystam w tym celu wyłącznie z aplikacji mobilnej banku	19%	28%
 Korzystam głównie z aplikacji mobilnej, ale czasami także z innych kanałów, np. tradycyjna bankowość internetowa,	37%	44%
 Korzystam w równym stopniu z aplikacji jak i innych kanałów, np. oddział, infolinia, komputer	14%	15%
 Korzystam częściej z innych kanałów niż z aplikacji bankowej	4%	5%
 W ogóle nie korzystam z aplikacji mobilnej	21%	5%
 Nie wiem / Trudno powiedzieć	4%	3%

Obecność dzieci w gospodarstwie domowym również sprzyja przechodzeniu na model mobile-first. Rodzice znacznie częściej niż osoby, które nie mają niepełnoletnich na utrzymaniu, zarządzają finansami głównie lub wyłącznie przez aplikację (łącznie 72 proc. wobec 56 proc.). W domach, w których mieszkają wyłącznie dorośli, aż 21 proc. respondentów w ogóle nie korzysta z rozwiązań mobilnych swojego banku (w porównaniu do jedynie 5 proc. wśród aktywnych rodziców i opiekunów).



Jak często korzysta Pan/Pani z aplikacji mobilnej banku, na telefonie, w dowolnym celu?

- Codziennie
- Kilka razy w tygodniu
- Kilka razy w miesiącu
- Raz w miesiącu
- Rzadziej niż raz w miesiącu
- Nie wiem / Trudno powiedzieć



Odpowiadali wyłącznie osoby korzystające z aplikacji.

Użytkownicy bankowości mobilnej zaglądają do niej dość regularnie. Największa grupa osób (34 proc.) robi to kilka razy w tygodniu, a niemal co trzeci ankietowany (32 proc.) – codziennie. Do korzystania z tego narzędzia kilka razy

w miesiącu przyznaje się 17 proc. Z kolei raz w miesiącu lub jeszcze rzadziej sięga po nią odpowiednio 4 i 5 proc. ankietowanych.

Jak często korzysta Pan/Pani z aplikacji mobilnej banku, na telefonie, w dowolnym celu?

Zarządzam finansami i komunikuję się z bankiem...

	wyłącznie poprzez aplikację mobilną banku	głównie w aplikacji mobilnej, ale czasami także za pośrednictwem innych kanałów	w równym stopniu z aplikacji mobilnej jak i za pośrednictwem innych kanałów
Codziennie	36%	37%	21%
Kilka razy w tygodniu	41%	35%	27%
Kilka razy w miesiącu	15%	13%	29%
Raz w miesiącu	3%	3%	4%
Rzadziej niż raz w miesiącu	3%	4%	9%
Nie wiem / Trudno powiedzieć	2%	7%	9%

Odpowiadali wyłącznie osoby korzystające z aplikacji.

Osoby, które obsługują swoje finanse wyłącznie przez aplikację, robią to bardzo regularnie. W tej grupie 41 proc. sprawdza swoje produkty kilka razy w tygodniu, a 36 proc. loguje się każdego dnia. Bardzo podobne nawyki mają respondenci, dla których smartfon jest głównym, choć niejedynym kanałem kontaktu. W ich przypadku odsetek codziennych logowań jest najwyższy i sięga 37 proc.

Rzadszą częstotliwość widać u klientów, którzy w równym stopniu łączą aplikację z innymi formami obsługi. Największy odsetek tych osób (29 proc.) korzysta z niej zaledwie kilka razy w miesiącu, a codzienne sprawdzanie finansów na ekranie smartfona deklaruje tylko co piąty badany (21 proc.).



Jak często korzysta Pan/ Pani z aplikacji mobilnej banku, na telefonie, w dowolnym celu?	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
Codziennie	31%	39%	41%	31%	20%
Kilka razy w tygodniu	30%	37%	34%	32%	35%
Kilka razy w miesiącu	19%	14%	14%	18%	22%
Raz w miesiącu	10%	3%	1%	6%	1%
Rzadziej niż raz w miesiącu	7%	2%	4%	2%	7%
Nie wiem / Trudno powiedzieć	5%	5%	5%	10%	15%

Odpowiadali wyłącznie osoby korzystające z aplikacji.

Największą dyscyplinę w codziennym sprawdzaniu finansów wykazują czterdziestolatkowie oraz osoby w wieku od 30 do 39 lat. W tych grupach odpowiednio 41 proc. oraz 39 proc. korzysta z aplikacji każdego dnia. Warto zauważyć, że najmłodszy dorośli (18-29 lat) rzadziej wybierają taką

intensywność. Codzienne logowanie deklaruje 31 proc. tych osób, co stanowi wynik identyczny jak u badanych w wieku od 50 do 59 lat. Seniorzy to grupa, która najrzadziej zagląda do aplikacji codziennie (20 proc.), a 35 proc. z nich korzysta z bankowości mobilnej kilka razy w tygodniu.

Jak często korzysta Pan/Pani z aplikacji Mobilnej banku, na telefonie, w dowolnym celu?

Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową?

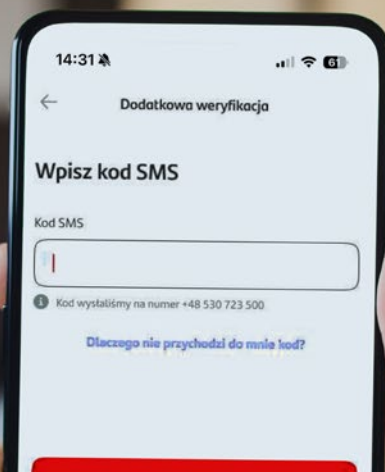
	 Dobrze	 Ani dobrze, ani źle	 Źle
Codziennie	35%	32%	24%
Kilka razy w tygodniu	37%	32%	25%
Kilka razy w miesiącu	16%	20%	15%
Raz w miesiącu	2%	3%	11%
Rzadziej niż raz w miesiącu	4%	4%	10%
Nie wiem / Trudno powiedzieć	6%	10%	14%

Odpowiadały wyłącznie osoby korzystające z aplikacji.

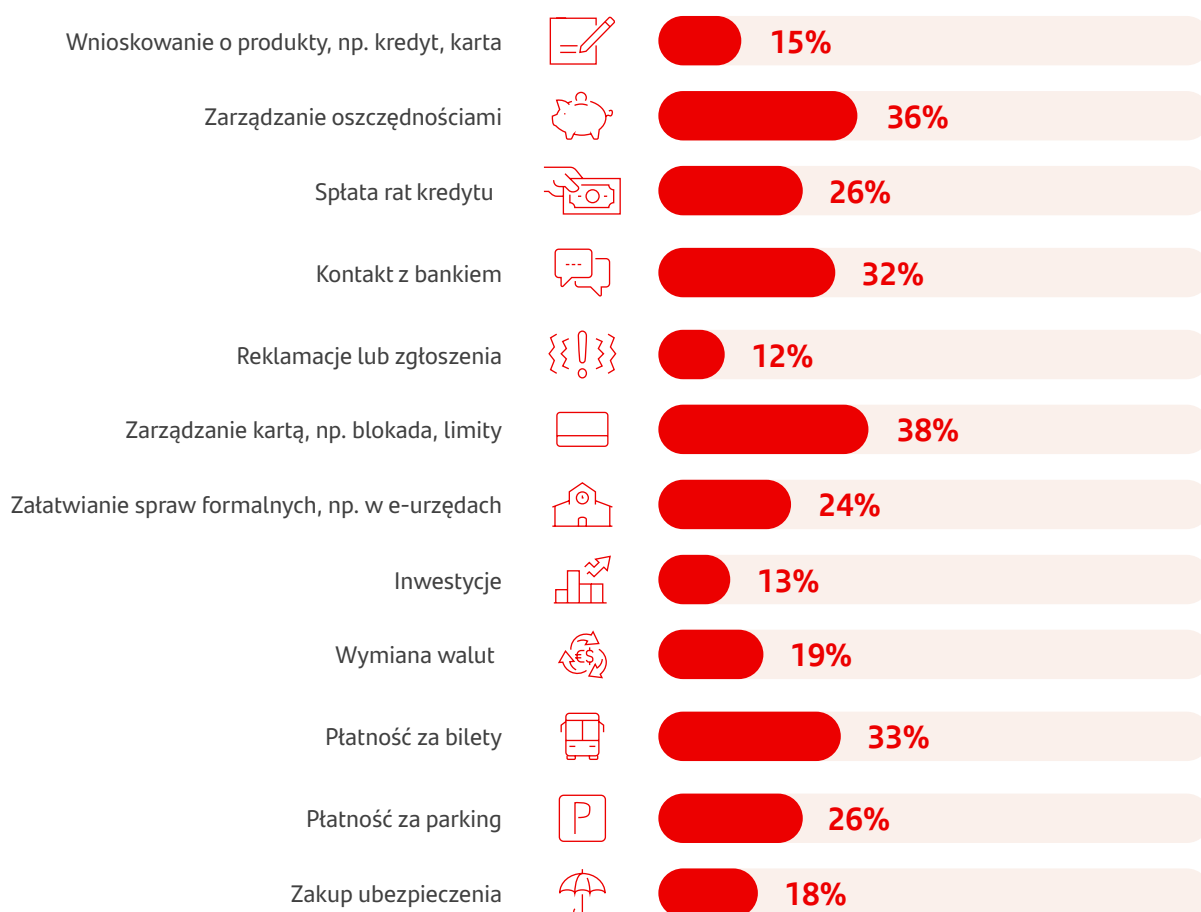
Interesujące tendencje widać również w kontekście statusu materialnego. Ankietowani w dobrej sytuacji finansowej najaktywniej zarządzają budżetem przez telefon – aż 35 proc. z nich loguje się do aplikacji codziennie, a kolejne 37 proc. robi to kilka razy w tygodniu. Bardzo zbliżoną dyscyplinę wykazują respondenci o średnich dochodach,

którzy notują po 32 proc. wskazań dla każdej z tych dwóch częstotliwości. Nieco rzadziej po smartfona sięgają osoby w złej kondycji ekonomicznej, wśród których odsetek logowań każdego dnia wynosi 24 proc. Ta grupa znacznie częściej niż pozostałe ogranicza się do sprawdzania stanu konta jedynie raz w miesiącu (11 proc.) lub rzadziej (10 proc.).





Które z poniższych aktywności realizował(a) Pan/Pani poprzez aplikację bankową w ostatnim roku?



Odpowiadali wyłącznie osoby korzystające z aplikacji. Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Zestawienie aktywności, które Polacy realizują w bankowości mobilnej, potwierdza wielofunkcyjność tego rozwiązania. Najczęstsze czynności to zarządzanie kartą płatniczą (38 proc.) oraz oszczędnościami (36 proc.). Duża grupa użytkowników wykorzystuje ją również do płatności za bilety (33 proc.) oraz kontaktu z bankiem (32 proc.). Polacy chętnie uiszczają tam także opłaty za parkingi oraz regulują spłaty rat kredytów (po 26 proc.). Z kolei blisko co

czwarty (24 proc.) wykorzystuje aplikację do załatwiania spraw urzędowych. Listę nieco rzadszych aktywności otwiera wymiana walut (19 proc.) oraz zakup ubezpieczenia (18 proc.). Wnioskowanie o nowe produkty finansowe, takie jak kredyt czy karta, to domena 15 proc. użytkowników. Zestawienie zamykają inwestycje oraz składanie reklamacji i zgłoszeń, na co wskazuje odpowiednio 13 i 12 proc. respondentów.

Które z poniższych aktywności realizował(a) Pan/Pani poprzez aplikację bankową w ostatnim roku?

Zarządzam finansami i komunikuję się z bankiem...

	wyłącznie poprzez aplikację mobilną banku	głównie w aplikacji mobilnej, ale czasami także za pośrednictwem innych kanałów	w równym stopniu z aplikacji mobilnej jak i za pośrednictwem innych kanałów
 Wnioskowanie o produkty, np. kredyt, karta	14%	17%	15%
 Zarządzanie oszczędnościami	30%	48%	26%
 Spłata rat kredytu	27%	31%	15%
 Kontakt z bankiem	26%	39%	29%
 Reklamacje lub zgłoszenia	10%	13%	12%
 Zarządzanie kartą, np. blokada, limity	34%	42%	37%
 Załatwianie spraw formalnych, np. w e-urzędach	20%	28%	21%
 Inwestycje	9%	16%	15%
 Wymiana walut	15%	24%	16%
 Płatność za bilety	29%	39%	26%
 Płatność za parking	23%	31%	22%
 Zakup ubezpieczenia	12%	20%	22%

Odpowiadali wyłącznie osoby korzystające z aplikacji. Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Użytkownicy, którzy obsługują swoje finanse wyłącznie mobilnie, skupiają się w aplikacji przede wszystkim na zarządzaniu kartami (34 proc.) oraz oszczędnościami (30 proc.). Chętnie płacą w niej także za bilety komunikacji miejskiej (29 proc.) i regulują spłaty rat kredytów (27 proc.). Ta kategoria klientów stosunkowo rzadko decyduje się na inwestycje (wskazuje je jedynie 9 proc. badanych) czy zakup ubezpieczenia (12 proc.). Ankietowani, dla których smartfon jest głównym, choć niejedynym kanałem kontaktu, również najchętniej wykorzystują aplikacje do zarządzania oszczędnościami (48 proc.) oraz kartami

płatniczymi (42 proc.). Często kontaktują się w niej także z bankiem (39 proc.), kupują bilety (39 proc.) i opłacają parkingi (31 proc.). Wśród klientów, którzy w równym stopniu dzielą aktywność między telefon a inne formy kontaktu, na pierwszy plan również wysuwają się działania związane z kartą (37 proc.), jednak na drugim miejscu znalazł się tam bieżący kontakt z bankiem (29 proc.). Co czwarty ankietowany z tego segmentu (po 26 proc.) wykorzystuje ją także do kontroli odłożonych środków oraz nabywania biletów.

Które z poniższych aktywności realizował Pan/Pani poprzez aplikację bankową w ostatnim roku?					
	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
 Wnioskowanie o produkty, np. kredyt, karta	14%	20%	19%	13%	10%
 Zarządzanie oszczędnościami	27%	38%	39%	32%	41%
 Spłata rat kredytu	17%	26%	32%	29%	24%
 Kontakt z bankiem	33%	26%	27%	39%	38%
 Reklamacje lub zgłoszenia	14%	15%	9%	14%	8%
 Zarządzanie kartą, np. blokada, limity	25%	34%	44%	34%	44%
 Załatwianie spraw formalnych, np. w e-urzędach	20%	28%	36%	21%	15%
 Inwestycje	10%	16%	15%	14%	11%
 Wymiana walut	27%	16%	17%	21%	17%
 Płatność za bilety	30%	30%	38%	31%	32%
 Płatność za parking	20%	25%	26%	26%	30%
 Zakup ubezpieczenia	14%	18%	18%	16%	22%

Odpowiadali wyłącznie osoby korzystające z aplikacji. Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Najmłodszy dorośli (18-29 lat) wyróżniają się na tle ogółu przede wszystkim częstą wymianą walut (27 proc. w porównaniu do 16-21 proc. w pozostałych grupach). Dla jednej trzeciej tego pokolenia aplikacja to także ważne narzędzie do bieżącego kontaktu z bankiem (33 proc.). Trzydziestolatkowie najchętniej ze wszystkich wnioskują mobilnie o nowe produkty, takie jak pożyczki czy karty (20 proc.). Badani ci najczęściej decydują się również na inwestowanie środków za pośrednictwem smartfona (16 proc.). Pokolenie czterdziestolatków to najbardziej wielozadaniowi użytkownicy. W aplikacjach bankowych są oni bezapelacyjnymi liderami w załatwianiu spraw w e-urzędach (36 proc.) oraz w spłacie rat kredytów

(32 proc.). Najczęściej ze wszystkich kupują w nich też bilety komunikacji miejskiej (38 proc.), a razem z seniorami przodują w zarządzaniu kartami płatniczymi (po 44 proc.). Respondentów w wieku od 50 do 59 lat charakteryzuje największa skłonność do bezpośredniego kontaktu z bankiem przez aplikację (39 proc.). W smartfonie chętnie pilnują również terminów spłat rat (29 proc.) oraz weryfikują limity na kartach (34 proc.). Najstarsi klienci (powyżej 60 lat) bardzo aktywnie używają mobilne narzędzia do zarządzania oszczędnościami (41 proc.). Rekordowo często wykorzystują telefon, aby kupić ubezpieczenie (22 proc.) oraz opłacić parking (30 proc.).

Które z poniższych aktywności realizował Pan/Pani poprzez aplikację bankową w ostatnim roku?	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
 Wnioskowanie o produkty, np. kredyt, karta	13%	14%	18%	19%
 Zarządzanie oszczędnościami	27%	38%	39%	51%
 Spłata rat kredytu	26%	25%	23%	30%
 Kontakt z bankiem	32%	32%	35%	32%
 Reklamacje lub zgłoszenia	12%	12%	8%	15%
 Zarządzanie kartą, np. blokada, limity	35%	42%	33%	44%
 Załatwianie spraw formalnych, np. w e-urzędach	24%	24%	19%	31%
 Inwestycje	11%	13%	14%	18%
 Wymiana walut	16%	20%	19%	22%
 Płatność za bilety	28%	30%	34%	43%
 Płatność za parking	27%	26%	22%	27%
 Zakup ubezpieczenia	19%	17%	17%	17%

Odpowiadali wyłącznie osoby korzystające z aplikacji. Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.



Mieszkańcy wsi w smartfonie stawiają przede wszystkim na podstawową obsługę portfela. Poprzez aplikację bankowe najczęściej zarządzają kartami płatniczymi (35 proc.) oraz kontaktują się z bankiem (32 proc.). Ponad jedna czwarta z nich (27 proc.) wykorzystuje je również do bieżącej kontroli swoich oszczędności. W małych miastach (do 50 tys. mieszkańców) rekordowy odsetek badanych (42 proc.) sprawdza w smartfonie limity na kartach lub je blokuje. Prawie dwóch na pięciu ankietowanych z tej grupy (38 proc.) zarządza w ten sposób odłożonymi pieniędzmi. Wśród osób ze średnich ośrodków miejskich (50-250 tys. mieszkańców) najwyższy odsetek respondentów (35 proc.) wybiera w aplikacji bezpośredni kontakt z bankiem. Ci badani często kontrolują tam także stan swoich oszczędności (39 proc.) oraz kupują bilety komunikacji miejskiej (34 proc.). Ponad połowa mieszkańców aglomeracji (51 proc.) za pomocą telefonu, dba o swoje oszczędności i kupuje bilety (43 proc.). Najchętniej ze wszystkich grup wykorzystują również bankowość mobilną do załatwiania spraw w e-urzędach (31 proc.).

Które z poniższych aktywności realizował(a) Pan/Pani poprzez aplikację bankową w ostatnim roku?

Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową?

	 Dobrze	 Ani dobrze, ani źle	 Źle
 Wnioskowanie o produkty, np. kredyt, karta	17%	15%	9%
 Zarządzanie oszczędnościami	43%	33%	20%
 Spłata rat kredytu	25%	31%	17%
 Kontakt z bankiem	37%	30%	19%
 Reklamacje lub zgłoszenia	15%	8%	9%
 Zarządzanie kartą, np. blokada, limity	44%	34%	22%
 Załatwianie spraw formalnych, np. w e-urzędach	28%	22%	14%
 Inwestycje	19%	9%	4%
 Wymiana walut	21%	16%	15%
 Płatność za bilety	37%	27%	30%
 Płatność za parking	29%	27%	8%
 Zakup ubezpieczenia	22%	14%	13%

Odpowiadali wyłącznie osoby korzystające z aplikacji. Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Osoby w dobrej sytuacji finansowej w aplikacjach bankowych najaktywniej zarządzają majątkiem. Są liderami w obsłudze kart (44 proc.), oszczędności (43 proc.) oraz inwestowaniu (19 proc.). Respondenci ze średnim budżetem częściej niż inni spłacają tam raty

kredytów (31 proc.). Z kolei badani w trudnym położeniu materialnym najchętniej kupują bilety komunikacji miejskiej (30 proc.). Jednocześnie najrzadziej ze wszystkich decydują się na inwestycje (zaledwie 4 proc.).

Które z poniższych aktywności realizował Pan/Pani poprzez aplikację bankową w ostatnim roku?	 Brak niepełnoletnich dzieci w gospodarstwie domowym	 Niepełnoletnie dziecko w gospodarstwie domowym
Wnioskowanie o produkty, np. kredyt, karta	13%	18%
Zarządzanie oszczędnościami	39%	33%
Splata rat kredytu	22%	31%
Kontakt z bankiem	36%	28%
Reklamacje lub zgłoszenia	9%	15%
Zarządzanie kartą, np. blokada, limity	38%	37%
Załatwianie spraw formalnych, np. w e-urzędach	19%	31%
Inwestycje	12%	15%
Wymiana walut	18%	19%
Płatność za bilety	33%	32%
Płatność za parking	27%	25%
Zakup ubezpieczenia	19%	17%

Odpowiadali wyłącznie osoby korzystające z aplikacji. Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Rodzice częściej niż osoby, które nie mają niepełnoletnich domowników, wykorzystują aplikację do spłaty rat kredytów (31 proc. vs 22 proc.) oraz załatwiania spraw urzędowych (31 proc. vs 19 proc.). W gospodarstwach,

w których mieszkają wyłącznie dorośli, na pierwszy plan wysuwa się zarządzanie oszczędnościami (39 proc.) oraz bieżący kontakt z bankiem (36 proc.).

Co przekonało lub przekonałoby Pana/Panią do korzystania tylko z aplikacji?


33%

Możliwość załatwienia wszystkich spraw bankowych w aplikacji


16%

Funkcje dostępne tylko w aplikacji


21%

Prosty i przyjazny wygląd


11%

Nagrody, benefity i promocje tylko dla użytkowników aplikacji


8%

Duże czcionki/ikony, duża czytelność


13%

Możliwość kontaktu z doradcą przez czat lub wideo przez aplikację zamiast wizyt w oddziale


32%

Szybsze załatwianie spraw w aplikacji niż w oddziale / na komputerze


14%

Dostępność wsparcia bota 24/7 bez potrzeby dzwonienia na infolinię lub kontaktu z doradcą


28%

Większe bezpieczeństwo aplikacji


19%

Nic by mnie nie przekonało

Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Nie wiem/Trudno powiedzieć” i „Inne”.

Głównym motywatorem, który skłania Polaków do rezygnacji z innych kanałów na rzecz aplikacji, jest jej wielofunkcyjność. Co trzeci respondent wskazuje, że do wyboru wyłącznie bankowości w telefonie przekonuje lub przekonałaby go możliwość załatwienia tam wszystkich spraw. Niemal tyle samo osób (32 proc.) docenia fakt, że procesy te przebiegają szybciej. Ważnym aspektem jest również kwestia bezpieczeństwa, na którą zwraca uwagę 28 proc. respondentów. Dla co piątego badanego

(21 proc.) zachętą pozostaje prosty i przyjazny interfejs. Wśród dalszych powodów pojawiają się funkcje dostępne tylko mobilnie (16 proc.), całodobowa pomoc bota (14 proc.) oraz opcja czatu lub video-rozmowy z doradcą (13 proc.). Zestawienie zamykają benefity i promocje dla użytkowników (11 proc.) oraz czytelność graficzna, oparta na dużych ikonach (8 proc.). 19 proc. ankietowanych przyznaje natomiast, że żaden czynnik nie skłoniłby ich do korzystania wyłącznie z tego kanału.

Co przekonało lub przekonałoby Pana/Panią do korzystania tylko z aplikacji?

Zarządzam finansami i komunikuję się z bankiem...

	wyłącznie poprzez aplikację mobilną banku	głównie w aplikacji mobilnej, ale czasami także za pośrednictwem innych kanałów	w równym stopniu z aplikacji mobilnej jak i za pośrednictwem innych kanałów	w ogóle nie korzystam z aplikacji mobilnej
 Możliwość załatwienia wszystkich spraw bankowych w aplikacji	48%	38%	23%	13%
 Prosty i przyjazny wygląd	26%	21%	15%	23%
 Duże czcionki/ikony, duża czytelność	6%	9%	10%	8%
 Szybsze załatwianie spraw w aplikacji niż w oddziale / na komputerze	38%	38%	27%	16%
 Większe bezpieczeństwo aplikacji	35%	31%	21%	18%
 Funkcje dostępne tylko w aplikacji	20%	15%	19%	13%
 Nagrody, benefity i promocje tylko dla użytkowników aplikacji	15%	14%	9%	0%
 Możliwość kontaktu z doradcą przez czat lub video przez aplikację zamiast wizyt w oddziale	11%	17%	9%	8%
 Dostępność wsparcia bota 24/7 bez potrzeby dzwonienia na infolinię lub kontaktu z doradcą	17%	16%	12%	4%
 Nic by mnie nie przekonało	2%	11%	31%	48%

Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Nie wiem/Trudno powiedzieć” i „Inne”.

Dla osób, które już dziś do bankowania używają wyłącznie lub głównie telefonu, najważniejszymi argumentami takiego podejścia są: możliwość załatwienia wszystkich spraw w aplikacji (odpowiednio 48 i 38 proc.), ich szybsze procesowanie niż w oddziale czy na komputerze (po 38 proc.), a także większe bezpieczeństwo (kolejno 35 i 31 proc.). Co ciekawe, klienci, którzy po równo łączą różne formy kontaktu, również wskazują na dwa pierwsze

obszary, jednak w mniejszym odsetku – tempo realizacji spraw uzyskało 27 proc. odpowiedzi, a zdalne załatwienie każdej z nich – 23 proc. Największy opór widać u osób, które w ogóle nie korzystają z aplikacji – niemal połowa z nich (48 proc.) twierdzi, że nic nie byłoby w stanie zmienić ich decyzji. Pozostałe osoby z tej grupy do przejścia na wyłącznie mobilną bankowość zachęciłyby jej prosty i przyjazny wygląd (23 proc.).

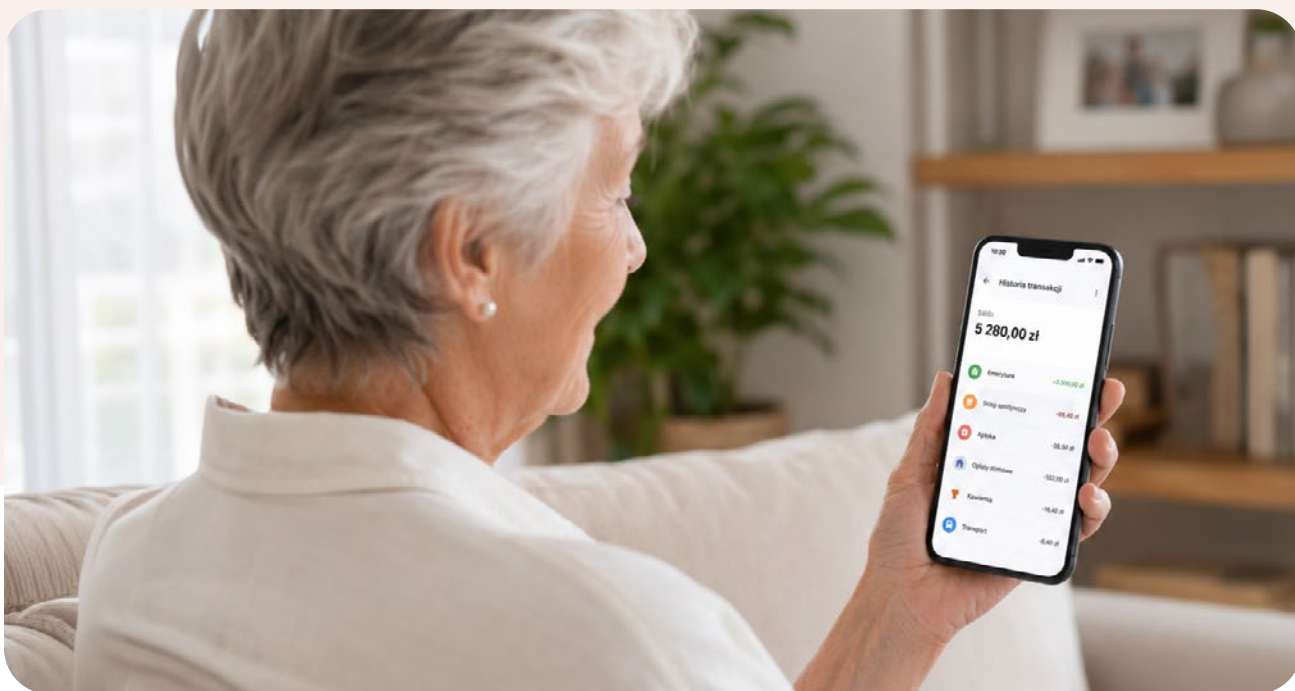
Co przekonało lub przekonałoby Pana/Panią do korzystania tylko z aplikacji?	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
 Możliwość załatwienia wszystkich spraw bankowych w aplikacji	43%	40%	33%	32%	26%
 Prosty i przyjazny wygląd	21%	29%	18%	18%	19%
 Duże czcionki/ikony, duża czytelność	8%	5%	9%	6%	10%
 Szybsze załatwianie spraw w aplikacji niż w oddziale / na komputerze	37%	33%	36%	29%	29%
 Większe bezpieczeństwo aplikacji	30%	25%	29%	24%	28%
 Funkcje dostępne tylko w aplikacji	14%	19%	16%	24%	13%
 Nagrody, benefity i promocje tylko dla użytkowników aplikacji	13%	20%	18%	7%	3%
 Możliwość kontaktu z doradcą przez czat lub video przez aplikację zamiast wizyt w oddziale	23%	15%	13%	6%	10%
 Dostępność wsparcia bota 24/7 bez potrzeby dzwonienia na infolinię lub kontaktu z doradcą	15%	25%	8%	15%	9%
 Nic by mnie nie przekonało	1%	2%	20%	24%	33%

Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Nie wiem/Trudno powiedzieć” i „Inne”.

Dla najmłodszych badanych (18-29 lat) najważniejszym argumentem do przejścia wyłącznie na mobilne bankowanie, byłaby wielofunkcyjność (43 proc.), szybkość załatwiania spraw (37 proc.) oraz możliwość kontaktu z doradcą przez czat lub video (23 proc.). To także grupa najbardziej entuzjastyczna i otwarta na zmiany, bo jedynie 1 proc. z nich twierdzi, że nic nie przekonałoby ich do korzystania wyłącznie z aplikacji bankowej. Co czwarty trzydziestolatek (25 proc.) deklaruje z kolei, że

przekonałoby go całodobowe wsparcie bota oraz prosty, przyjazny wygląd programu (29 proc.). Ta kategoria wiekowa najliczniej wskazała także na nagrody i promocje (20 proc.). Wśród starszych pokoleń widać znacznie większy dystans do technologii. Już co piąty czterdziestolatek (20 proc.), co czwarty pięćdziesięciolatek (24 proc.) i aż co trzeci senior (33 proc.) uważa, że żaden argument nie skłoniłby ich do porzucenia innych form kontaktu z bankiem na rzecz aplikacji.

Bankowość mobilna w praktyce

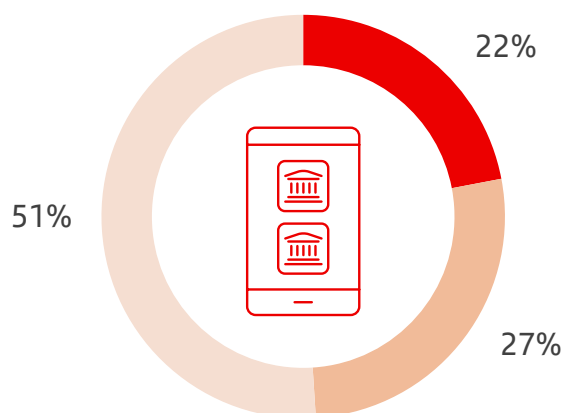


Aplikacje bankowe na dobre zakorzeniły się w naszej codzienności i zastąpiły nam tradycyjne wizyty w placówkach. Dziś za pomocą kilku kliknięć w telefonie płacimy za zakupy na mieście, opłacamy domowe rachunki czy błyskawicznie sprawdzamy historię swoich wydatków.

Czy korzysta Pan/Pani z *więcej niż jednej aplikacji bankowej?*

- ☒ Tak – regularnie korzystam z kilku aplikacji
- ☐ Tak, ale mam jedną główną aplikację, a z innych korzystam rzadziej
- ☐ Nie – korzystam tylko z jednej aplikacji

Odpowiadali tylko osoby korzystające z aplikacji.



Wśród osób korzystających z bankowości mobilnej, nieco ponad połowa (51 proc.) używa na co dzień tylko jednej aplikacji, prawie taki sam odsetek (49 proc.) dzieli swoje finanse między kilka różnych instytucji. W tej

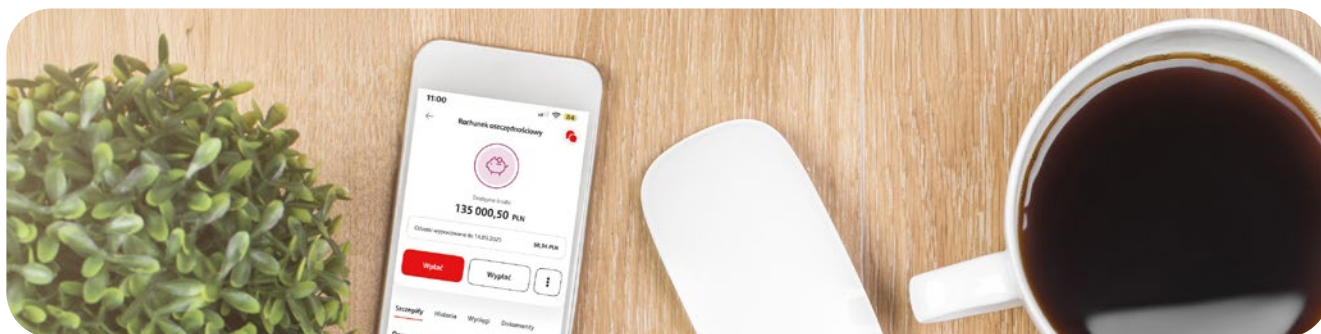
grupie 27 proc. korzysta głównie z jednego rozwiązania, a do pozostałych zagląda rzadziej. Z kolei 22 proc. użytkowników dzieli swoją uwagę po równo między kilkoma różnymi aplikacjami bankowymi.

Czy korzysta Pan/Pani z więcej niż jednej aplikacji bankowej?	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
Tak – regularnie korzystam z kilku aplikacji	20%	32%	25%	13%	16%
Tak, ale mam jedną główną aplikację, a z innych korzystam rzadziej	35%	33%	28%	30%	15%
Nie – korzystam tylko z jednej aplikacji	45%	35%	47%	57%	69%

Odpowiadały tylko osoby korzystające z aplikacji.

Najbardziej aktywnymi użytkownikami aplikacji są trzydziestolatkowie. Aż 32 proc. z nich regularnie loguje się do kilku z nich, a kolejne 33 proc. traktuje kolejne rozwiązania mobilne jako uzupełnienie głównego konta. Najmłodszy badani (18-29 lat) również chętnie sprawdzają oferty konkurencji. W tej grupie 35 proc. ankietowanych stawia na jedną główną aplikację, a do innych zagląda

rzadziej. Z kolei przywiązanie do konkretnego banku rośnie wprost proporcjonalnie do wieku. Wierność jednej aplikacji deklaruje 47 proc. czterdziestolatków i 57 proc. osób w przedziale 50-59 lat, a prawdziwymi rekordzistami pod tym względem są seniorzy powyżej 60. roku życia. Aż 69 proc. z nich ogranicza się wyłącznie do jednego oprogramowania na telefonie.



Czy korzysta Pan/Pani z więcej niż jednej aplikacji bankowej?	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
Tak – regularnie korzystam z kilku aplikacji	18%	24%	20%	25%
Tak, ale mam jedną główną aplikację, a z innych korzystam rzadziej	27%	21%	30%	32%
Nie – korzystam tylko z jednej aplikacji	54%	54%	50%	42%

Odpowiadały tylko osoby korzystające z aplikacji.

Osoby z metropolii najchętniej sięgają po oferty kilku banków naraz. W tej grupie łącznie aż 57 proc. badanych zainstalowało więcej niż jedną aplikację (z kilku regularnie korzysta 25 proc., a rzadziej 32 proc.). Na wsiach

i w małych miastach (do 50 tys. mieszkańców) klienci rzadziej instalują poboczne programy. W obu tych grupach aż 54 proc. ankietowanych pozostaje w pełni lojalnych wobec jednej, głównej aplikacji.

Czy korzysta Pan/Pani z *więcej niż jednej aplikacji bankowej?*

Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową?

	 Dobrze	 Ani dobrze, ani źle	 Źle
Tak – regularnie korzystam z kilku aplikacji	24%	18%	21%
Tak, ale mam jedną główną aplikację, a z innych korzystam rzadziej	30%	26%	22%
Nie – korzystam tylko z jednej aplikacji	46%	56%	57%

Odpowiadali tylko osoby korzystające z aplikacji.

Ankietowani, którzy oceniają swoją sytuację finansową jako dobrą, najchętniej otwierają konta w kilku instytucjach jednocześnie. W tej grupie ponad połowa (54 proc.) używa więcej niż jednej aplikacji, z czego 24 proc. robi to regularnie, a 30 proc. nieco rzadziej zagląda do dodatkowych

rozwiązań. Inaczej zachowują się ankietowani ze średnim lub gorszym statusem finansowym. W obu tych segmentach wyraźnie dominuje przywiązanie do jednego banku (56 proc. osób w przeciętnej oraz 57 proc. w złej sytuacji materialnej).

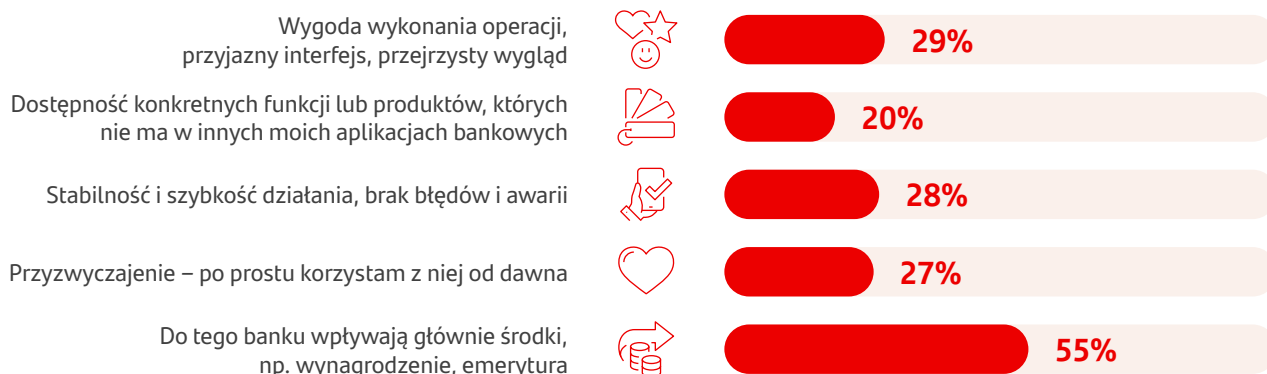
Czy korzysta Pan/Pani z więcej niż jednej aplikacji bankowej?	 Brak niepełnoletnich dzieci w gospodarstwie domowym	 Niepełnoletnie dziecko w gospodarstwie domowym
Tak – regularnie korzystam z kilku aplikacji	18%	26%
Tak, ale mam jedną główną aplikację, a z innych korzystam rzadziej	20%	36%
Nie – korzystam tylko z jednej aplikacji	62%	38%

Odpowiadali tylko osoby korzystające z aplikacji.

Rodzice częściej sięgają po oferty kilku instytucji jednocześnie. W grupie osób z niepełnoletnimi dziećmi łącznie aż 62 proc. badanych używa więcej niż jednej aplikacji bankowej (26 proc. robi to regularnie, a 36 proc. nieco rzadziej). W grupie bez małych na utrzymaniu 62 proc. ankietowanych nie szuka alternatyw i ogranicza się tylko do jednej aplikacji bankowej. Ten kontrast może po części wynikać z faktu, że budżet rodzinny wymaga większej elastyczności.



Co sprawia, że z jednej z aplikacji bankowych korzysta Pan/ Pani częściej?



Odpowiadali tylko osoby korzystające z aplikacji. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pytanie wielokrotnego wyboru. Pominęto odpowiedzi „Inne” oraz „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

O częstszym wyborze jednej aplikacji najczęściej decyduje fakt, że to właśnie do tego banku trafiają główne wpływy respondentów. Na tę odpowiedź wskazało 55 proc. z nich, co wyraźnie dystansuje wszystkie pozostałe czynniki. To pokazuje, że codzienna relacja z aplikacją nadal opiera się przede wszystkim na koncie, na które przelewane jest wynagrodzenie czy emerytura. Mniejsze

znaczenie mają już cechy samego narzędzia. Na kolejnych miejscach znalazły się wygoda i przejrzysty wygląd (29 proc.), stabilność i szybkość działania (28 proc.) oraz przyzwyczajenie (27 proc.). Najrzadziej o przewadze jednej aplikacji decyduje dostęp do konkretnych funkcji lub produktów, których nie ma w innych programach (20 proc.).

Co sprawia, że z jednej z aplikacji bankowych korzysta Pan/Pani częściej?	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
 Wygoda wykonania operacji, przyjazny interfejs, przejrzysty wygląd	26%	27%	27%	25%	47%
 Dostępność konkretnych funkcji lub produktów, których nie ma w innych moich aplikacjach bankowych	16%	19%	22%	27%	14%
 Stabilność i szybkość działania, brak błędów i awarii	27%	23%	38%	30%	20%
 Przyzwyczajenie – po prostu korzystam z niej od dawna	28%	14%	41%	23%	33%
 Do tego banku wpływają głównie środki, np. wynagrodzenie, emerytura	33%	53%	51%	68%	74%

Odpowiadali tylko osoby korzystające z aplikacji. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pytanie wielokrotnego wyboru. Pominęto odpowiedzi „Inne” oraz „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Także z upływem lat pragmatyzm zyskuje coraz większą wagę. Zaledwie 33 proc. najmłodszych badanych wskazało na główne wpływy z wynagrodzenia jako powód wyboru jednej aplikacji, podczas gdy u seniorów powyżej 60. roku życia czynnik ten zdominował zestawienie (74 proc.). Najstarsi klienci są również najbardziej wyczuleni na wygodę. Aż 47 proc. z nich wybiera aplikację ze względu na przyjazny, przejrzysty wygląd, podczas gdy we wszystkich pozostałych grupach wiekowych aspekt ten zauważa zaledwie około 26 proc.

ankietowanych. Czterdziestolatkowie wyrastają natomiast na najbardziej wymagających i lojalnych klientów pod kątem technologicznym i jako jedyni w całym zestawieniu najwyższą punktuja właśnie te kwestie. Stabilność programu oraz brak awarii to kluczowy argument aż dla 38 proc. z nich. W tej samej grupie wiekowej widać również rekordową siłę przyzwyczajenia (41 proc.). Dla porównania, trzydziestolatkowie bardzo rzadko pozwalają, by nawyki dyktowały im wybór narzędzi (14 proc.).

Co sprawia, że z jednej z aplikacji bankowych korzysta Pan/Pani częściej?	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
 Wygoda wykonania operacji, przyjazny interfejs, przejrzysty wygląd	33%	17%	25%	38%
 Dostępność konkretnych funkcji lub produktów, których nie ma w innych moich aplikacjach bankowych	21%	30%	16%	14%
 Stabilność i szybkość działania, brak błędów i awarii	42%	15%	20%	21%
 Przyzwyczajenie – po prostu korzystam z niej od dawna	29%	28%	24%	28%
 Do tego banku wpływają głównie środki, np. wynagrodzenie, emerytura	52%	55%	50%	65%

Odpowiadali tylko osoby korzystające z aplikacji. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pytanie wielokrotnego wyboru. Pominęto odpowiedzi „Inne” oraz „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Wybór jednej aplikacji ze względu na konto, na które trafiają główne dochody, najsilniej widać u ankietowanych z największych miast (65 proc.). Ta grupa najmocniej ceni również wygodę oraz przyjazny interfejs (38 proc.).

Ankietowani z miejscowości do 50 tys. ludności wykazują z kolei największe zapotrzebowanie na unikalność, ponieważ 30 proc. z nich kieruje się dostępnością funkcji, których brakuje u konkurencji.

Kiedy częściej korzysta Pan/Pani z aplikacji mobilnej?



Odpowiadali tylko osoby korzystające z aplikacji.

W przypadku posiadania kilku aplikacji na telefonie, ta, którą uważamy za główną, służy nam przede wszystkim jako domowe centrum zarządzania finansami. Ponad połowa ankietowanych (54 proc.) najchętniej otwiera ją we własnych czterech ścianach, aby na spokojnie opłacać rachunki, robić zakupy online czy planować budżet. Dla niemal co trzeciej osoby (31 proc.) kluczowym powodem

częstszego wyboru konkretnej aplikacji jest z kolei wygoda poza domem. Ta grupa klientów ceni sobie szybki dostęp do środków podczas codziennych płatności w sklepach stacjonarnych i punktach usługowych. Niewielki odsetek badanych (15 proc.) nie potrafi jednoznacznie wskazać sytuacji, w której dana aplikacja przydaje im się bardziej.

Kiedy częściej korzysta Pan/Pani z aplikacji mobilnej?	 Kobieta	 Mężczyzna
 W domu do zarządzania budżetem, opłacania rachunków i zakupów online	57%	50%
 Poza domem do płatności w sklepach i punktach usługowych	30%	33%
 Nie wiem / Trudno powiedzieć	13%	17%

Odpowiadali tylko osoby korzystające z aplikacji.

Zarówno kobiety, jak i mężczyźni najchętniej używają aplikacji bankowej w domowym zaciszu. Panie robią to jednak nieco częściej (57 proc. w porównaniu do 50 proc.).

Z kolei panowie nieznacznie chętniej stawiają na wygodę poza domem (33 proc. vs 30 proc. wśród respondentek).

Kiedy częściej korzysta Pan/Pani z aplikacji mobilnej?	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
 W domu do zarządzania budżetem, opłacania rachunków i zakupów online	50%	57%	50%	52%	57%
 Poza domem do płatności w sklepach i punktach usługowych	32%	28%	36%	34%	28%
 Nie wiem / Trudno powiedzieć	18%	15%	14%	15%	15%

Odpowiadali tylko osoby korzystające z aplikacji.

Aplikacja najczęściej pełni funkcję domowego centrum finansowego dla osób w wieku 30-39 lat oraz seniorów powyżej 60. roku życia. W obu tych segmentach aż 57 proc. badanych woli używać jej w domu. Z kolei ankietowani z grup wiekowych 40-49 lat oraz 50-59 lat nieznacznie

częściej niż pozostali doceniają użyteczność mobilnego bankowania poza domem. 36 proc. czterdziestolatków oraz 34 proc. pięćdziesięciolatków najchętniej wyciąga telefon, aby zapłacić w sklepie lub punkcie usługowym.

Kiedy częściej korzysta Pan/Pani z aplikacji mobilnej?	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
 W domu do zarządzania budżetem, opłacania rachunków i zakupów online	57%	47%	56%	52%
 Poza domem do płatności w sklepach i punktach usługowych	26%	35%	34%	35%
 Nie wiem / Trudno powiedzieć	17%	17%	10%	13%

Odpowiadali tylko osoby korzystające z aplikacji.

57 proc. mieszkańców wsi preferuje otwieranie aplikacji we własnych czterech ścianach. Podobny trend (56 proc.) widać wśród osób ze średnich miast. Sytuacja wygląda inaczej w przypadku płatności „na mieście”. Z aplikacji jako szybkiego portfela w sklepach najrzadziej korzystają

osoby z terenów wiejskich (26 proc.). Z kolei w miastach – wskaźnik ten jest znacznie wyższy i stabilny i wynosi od 34 do 35 proc. Może to w naturalny sposób wynikać z łatwiejszego dostępu do terminali płatniczych i punktów usługowych.

Kiedy częściej korzysta Pan/Pani z aplikacji mobilnej?

Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową?

	 Dobrze	 Ani dobrze, ani źle	 Źle
 W domu do zarządzania budżetem, opłacania rachunków i zakupów online	53%	55%	52%
 Poza domem do płatności w sklepach i punktach usługowych	38%	26%	19%
 Nie wiem / Trudno powiedzieć	9%	19%	28%

Odpowiadali tylko osoby korzystające z aplikacji.

Co prawda we wszystkich grupach finansowych dominują domowe płatności i przelewy (od 52 do 55 proc. badanych), jednak prawdziwe różnice pojawiają się przy wydawaniu pieniędzy poza domem. Osoby, które oceniają swoją sytuację jako dobrą, zdecydowanie najchętniej wyciągają

telefon w sklepach i punktach usługowych (38 proc.). Wraz z pogorszeniem statusu finansowego, ta skłonność spada. Płacenie na mieście wybiera 26 proc. badanych ze średnimi dochodami i zaledwie 19 proc. osób w złej sytuacji materialnej.

Kiedy częściej korzysta Pan/Pani z aplikacji mobilnej?		
	 Brak niepełnoletnich dzieci w gospodarstwie domowym	 Niepełnoletnie dziecko w gospodarstwie domowym
 W domu do zarządzania budżetem, opłacania rachunków i zakupów online	55%	52%
 Poza domem do płatności w sklepach i punktach usługowych	29%	35%
 Nie wiem / Trudno powiedzieć	16%	14%

Odpowiadali tylko osoby korzystające z aplikacji.

Zarządzanie budżetem i opłacanie rachunków głównie we własnych czterech ścianach wybiera 55 proc. badanych bez dzieci na utrzymaniu oraz 52 proc. aktywnych rodziców i opiekunów. Zauważalną różnicę widać jednak w przypadku płatności poza domem. Osoby z małoletnimi

na utrzymaniu zdecydowanie częściej (35 proc.) używają aplikacji bankowej jako podręcznego portfela w sklepach i punktach usługowych. Odsetek ten spada do 29 proc. wśród pozostałych.

Takie funkcje aplikacji Mobilnej są według Pana/Pani najważniejsze?

Możliwość załatwienia wszystkich spraw bankowych w aplikacji	Najważniejsze	64%
	Mniej ważne	24%
Zlecenie przelewów, przelewów cyklicznych	Najważniejsze	62%
	Mniej ważne	25%
Możliwość spłaty kredytów / kart kredytowych	Najważniejsze	47%
	Mniej ważne	39%
Łatwy dostęp do historii transakcji	Najważniejsze	70%
	Mniej ważne	20%
Możliwość zakładania lokat	Najważniejsze	33%
	Mniej ważne	52%
Kontakt przez czat z konsultantem	Najważniejsze	27%
	Mniej ważne	57%
Zarządzanie swoimi kredytami i kartami, w tym np. sprawdzanie ich stanu	Najważniejsze	64%
	Mniej ważne	23%

Powiadomienia push o transakcjach, wpływach	Najważniejsze	55%
	Mniej ważne	33%
Możliwość dostosowania wyglądu aplikacji, skrótów	Najważniejsze	23%
	Mniej ważne	62%
Biometria jako metoda logowania i autoryzacji	Najważniejsze	39%
	Mniej ważne	44%
Możliwość zakupu biletów komunikacyjnych	Najważniejsze	33%
	Mniej ważne	54%
Możliwość opłacenia parkowania	Najważniejsze	37%
	Mniej ważne	48%
Możliwość zdobywania punktów lub nagród	Najważniejsze	18%
	Mniej ważne	67%

Użytkownicy aplikacji bankowych szukają w nich przede wszystkim twardych fundamentów i pełnej niezależności. Aż 70 proc. badanych deklaruje, że łatwy wgląd w historię transakcji to najważniejsza funkcja. Kolejne miejsca na liście priorytetów zajmują: możliwość załatwienia wszystkich spraw bez wizyty w oddziale oraz zarządzanie kartami i kredytami (po 64 proc.), a także proste zlecenie przelewów (62 proc.). Dla większości klientów liczy się zatem szybka i samodzielna kontrola nad własnym budżetem. Zdobywanie punktów lub nagród nie stanowi istotnej funkcji dla aż 67 proc. osób. Klienci nie przywiązują

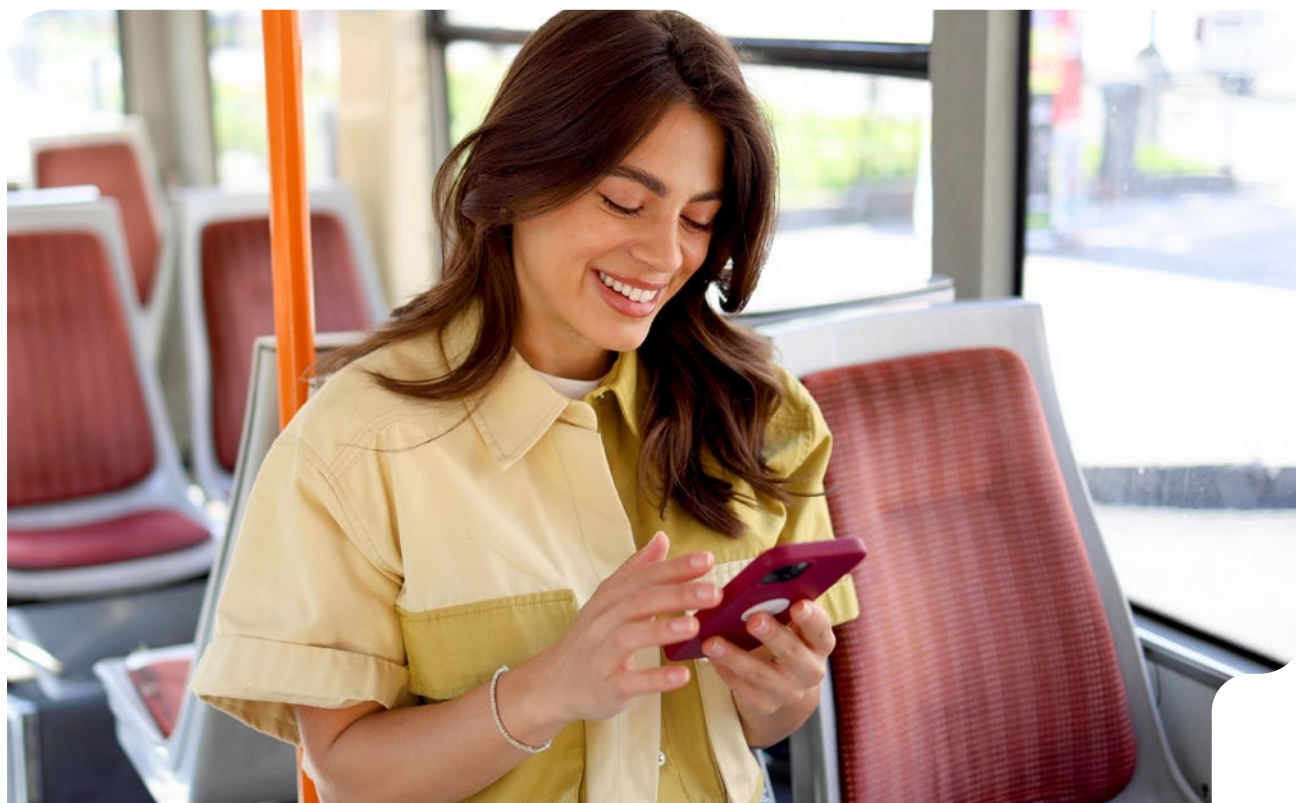
też wielkiej wagi do wyglądu samego interfejsu – możliwość zmiany skrótów to funkcja drugorzędna dla 62 proc. z nich. Ponadto, pomocna dłoń w postaci czatu z konsultantem przegrywa z samodzielnością, ponieważ 57 proc. użytkowników odsuwa tę opcję na dalszy plan. Nawet usługi miejskie, które pomagają opłacić parking lub kupić bilet, budzą zaledwie umiarkowany entuzjazm. Jako jeden z priorytetów traktuje je odpowiednio 37 proc. i 33 proc. korzystających. Dane te mogą sugerować, że Polacy traktują aplikacje bankowe raczej dość pragmatycznie.

Jakie funkcje aplikacji mobilnej są według Pana/Pani najważniejsze?		 Kobieta	 Mężczyzna
Możliwość załatwienia wszystkich spraw bankowych w aplikacji	Najważniejsze	67%	60%
	Mniej ważne	22%	25%
Zlecenie przelewów, przelewów cyklicznych	Najważniejsze	63%	60%
	Mniej ważne	24%	25%
Możliwość spłaty kredytów / kart kredytowych	Najważniejsze	48%	45%
	Mniej ważne	38%	40%
Łatwy dostęp do historii transakcji	Najważniejsze	74%	66%
	Mniej ważne	18%	22%
Możliwość zakładania lokat	Najważniejsze	33%	33%
	Mniej ważne	54%	49%

Kontakt przez czat z konsultantem	Najważniejsze	30%	23%
	Mniej ważne	56%	59%
Zarządzanie swoimi kredytami i kartami, w tym np. sprawdzanie ich stanu	Najważniejsze	65%	63%
	Mniej ważne	23%	22%
Powiadomienia push o transakcjach, wpływach	Najważniejsze	58%	51%
	Mniej ważne	30%	36%
Możliwość dostosowania wyglądu aplikacji, skrótów	Najważniejsze	24%	21%
	Mniej ważne	61%	62%
Biometria jako metoda logowania i autoryzacji	Najważniejsze	38%	40%
	Mniej ważne	47%	41%
Możliwość zakupu biletów komunikacyjnych	Najważniejsze	35%	30%
	Mniej ważne	53%	55%
Możliwość opłacenia parkowania	Najważniejsze	35%	39%
	Mniej ważne	51%	45%
Możliwość zdobywania punktów lub nagród	Najważniejsze	19%	17%
	Mniej ważne	67%	66%

Polki stawiają przed aplikacjami wyraźnie wyższe wymagania w zakresie pełnej kontroli nad portfelem niż panowie. Łatwy wgląd w historię transakcji, jako jeden z priorytetów, wskazało aż 74 proc. respondentek (vs 66 proc. u respondentów). Kobiety w większym oczekują też, że mobilnie będą mogły załatwić wszystkie formalności bez wizyty w oddziale (67 proc. w stosunku do 60 proc. u panów). Mocniej cenią sobie również

bieżącą komunikację. Powiadomienia push o wpływach to kluczowa funkcja dla 58 proc. Polek (wobec 51 proc. u Polaków). Widać także różnice w podejściu do usług miejskich. Dla użytkowniczek ważniejszy okazuje się także szybki zakup biletów komunikacyjnych (35 proc. wobec 30 proc.), z kolei mężczyźni chętniej doceniają mobilne opłacanie parkingów (39 proc. do 35 proc.).

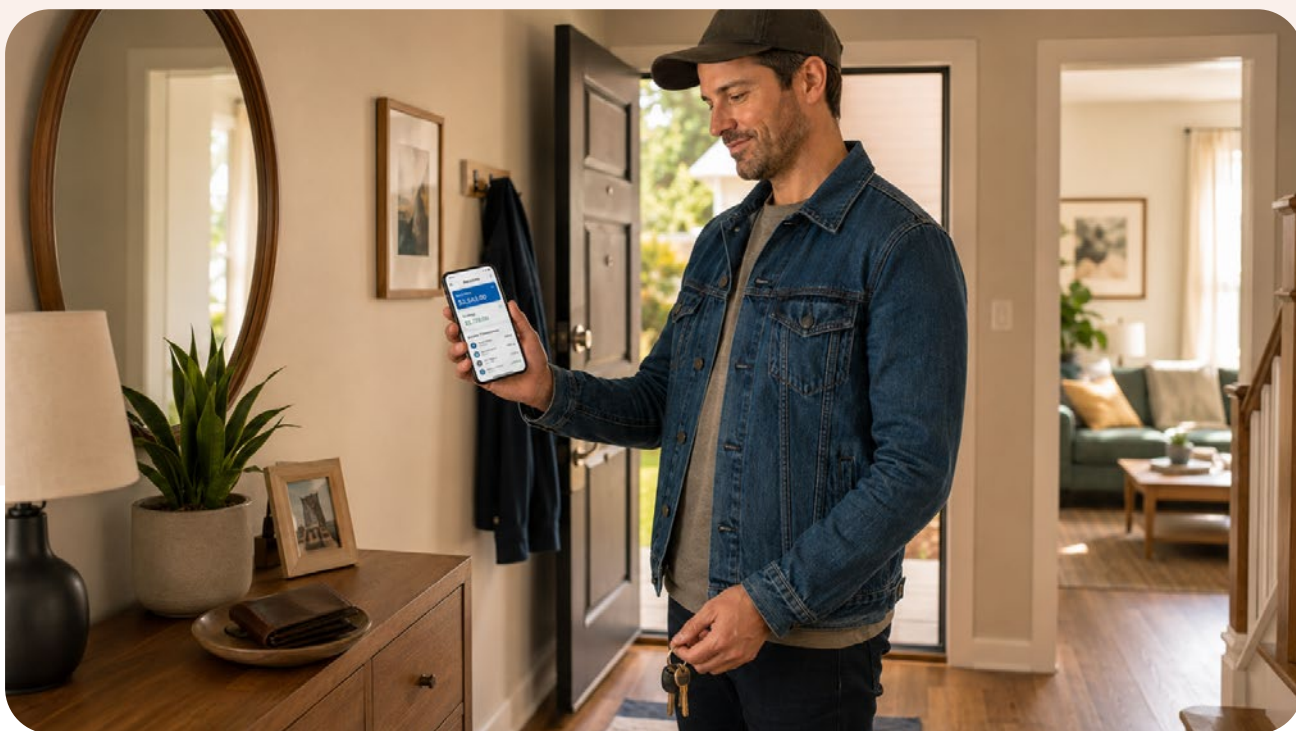


Jakie funkcje aplikacji mobilnej są według Pana/Pani najważniejsze?		 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
Możliwość załatwienia wszystkich spraw bankowych w aplikacji	Najważniejsze	66%	75%	68%	63%	55%
	Mniej ważne	23%	16%	26%	19%	29%
Zlecenie przelewów, przelewów cyklicznych	Najważniejsze	57%	68%	63%	62%	59%
	Mniej ważne	28%	22%	27%	25%	23%
Możliwość spłaty kredytów / kart kredytowych	Najważniejsze	57%	61%	52%	39%	35%
	Mniej ważne	28%	29%	37%	46%	46%
Łatwy dostęp do historii transakcji	Najważniejsze	67%	75%	76%	68%	65%
	Mniej ważne	21%	19%	16%	21%	21%
Możliwość zakładania lokat	Najważniejsze	35%	39%	35%	26%	31%
	Mniej ważne	42%	47%	59%	57%	51%
Kontakt przez czat z konsultantem	Najważniejsze	41%	36%	23%	22%	20%
	Mniej ważne	41%	53%	65%	62%	59%
Zarządzanie swoimi kredytami i kartami, w tym np. sprawdzanie ich stanu	Najważniejsze	68%	71%	67%	66%	56%
	Mniej ważne	17%	19%	26%	23%	24%
Powiadomienia push o transakcjach, wpływach	Najważniejsze	53%	57%	57%	57%	53%
	Mniej ważne	33%	31%	33%	34%	33%
Możliwość dostosowania wyglądu aplikacji, skrótów	Najważniejsze	35%	32%	20%	20%	15%
	Mniej ważne	51%	55%	71%	64%	64%
Biometria jako metoda logowania i autoryzacji	Najważniejsze	48%	43%	40%	31%	36%
	Mniej ważne	40%	42%	51%	52%	38%
Możliwość zakupu biletów komunikacyjnych	Najważniejsze	40%	42%	32%	35%	24%
	Mniej ważne	47%	46%	59%	52%	59%
Możliwość opłacenia parkowania	Najważniejsze	39%	43%	37%	32%	35%
	Mniej ważne	42%	46%	53%	54%	46%
Możliwość zdobywania punktów lub nagród	Najważniejsze	33%	27%	14%	20%	8%
	Mniej ważne	48%	61%	75%	69%	72%

Wiek również wyraźnie dyktuje, czego Polacy oczekują od banku w telefonie. Prawdziwymi liderami wymagań są trzydziestolatkowie, dla których liczy się absolutna samodzielność. Aż 75 proc. z nich chce załatwiać wszystkie sprawy z poziomu aplikacji i tyle samo uważa, że kluczowy jest szybki wgląd w historię transakcji. 68 proc. ankietowanych w tym wieku, jako jedną z najważniejszych cech, wskazało na zarządzanie kredytami i zlecenie przelewów. Z kolei seniorzy podchodzą do tych kwestii z mniejszym entuzjazmem – załatwienie wszystkiego w telefonie to priorytetowa funkcjonalność tylko dla 55 proc. najstarszych badanych.

Najmocniejszy kontrast międzypokoleniowy widać w obszarze funkcji dodatkowych. Najmłodsi ankietowani (18-29 lat) znacznie wyżej od reszty cenią sobie elastyczność i nagrody – czat z konsultantem (41 proc.), logowanie biometryczne (48 proc.) czy personalizację wyglądu aplikacji (35 proc.). Dla porównania, zdobywanie wirtualnych punktów motywuje 33 proc. dwudziestolatków i zaledwie 8 proc. osób po 60. roku życia. Z wiekiem spada także chęć kupowania biletów (od 40 proc. u najmłodszych do 24 proc. wśród seniorów).

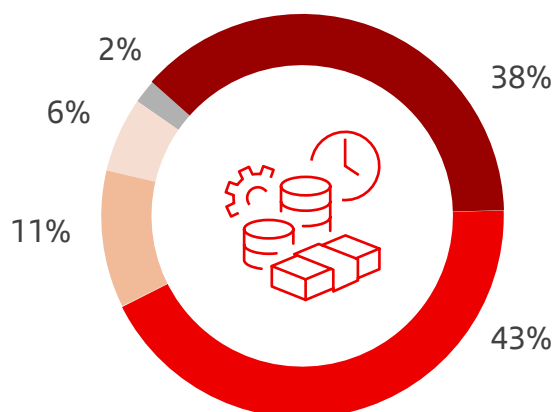
Cyfrowy portfel



Aplikacje mobilne banków na dobre zadomowiły się w nawykach finansowych Polaków. Cyfrowa rewolucja przyniosła zmiany nie tylko w sposobach płatności, ale dostarczyła również wiele narzędzi i funkcji, które wspierają użytkowników w codziennym zarządzaniu budżetem, optymalizacji wydatków i korzystaniu z produktów.

Na ile zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem:
„Aplikacja mobilna ułatwia mi codzienne zarządzanie finansami i oszczędza czas.”?

-   Zdecydowanie się zgadzam
-   Raczej się zgadzam
-   Raczej się nie zgadzam
-   Zdecydowanie się nie zgadzam
-   Nie wiem/Trudno powiedzieć



Łącznie aż 81 proc. ankietowanych uważa, że aplikacja mobilna banku ułatwia im codzienne zarządzanie budżetem i oszczędza czas. Wśród nich 38 proc.

zdecydowanie potwierdza tę opinię, a 43 proc. raczej się z nią zgadza. Przeciwnego zdania jest w sumie 17 proc.

Na ile zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem: „Aplikacja mobilna ułatwia mi codzienne zarządzanie finansami i oszczędza czas.”?

Zarządzam finansami i komunikuję się z bankiem...

	wyłącznie poprzez aplikację mobilną banku	głównie w aplikacji mobilnej, ale czasami także za pośrednictwem innych kanałów	w równym stopniu z aplikacji mobilnej jak i za pośrednictwem innych kanałów
 Zdecydowanie się zgadzam	44%	45%	23%
 Raczej się zgadzam	42%	43%	49%
 Raczej się nie zgadzam	11%	6%	13%
 Zdecydowanie się nie zgadzam	2%	2%	14%
 Nie wiem/ Trudno powiedzieć	0%	4%	0%

Badanie wskazuje także, że postrzeganie aplikacji jako codziennego ułatwienia jest najsilniejsze u osób, dla których smartfon stanowi główny, ale niejedyny kanał bankowania – w tej grupie aż 88 proc. respondentów potwierdza taką korzyść. Nieco mniejszy, choć wciąż bardzo wysoki entuzjazm (86 proc. wskazań) wykazują

klienci, którzy korzystają wyłącznie z rozwiązań mobilnych. Wyraźny dystans widać natomiast u użytkowników, którzy w równym stopniu z używają kilku kanałów, ponieważ łącznie co czwarty z nich (27 proc.) nie zgadza się ze z tym stwierdzeniem.

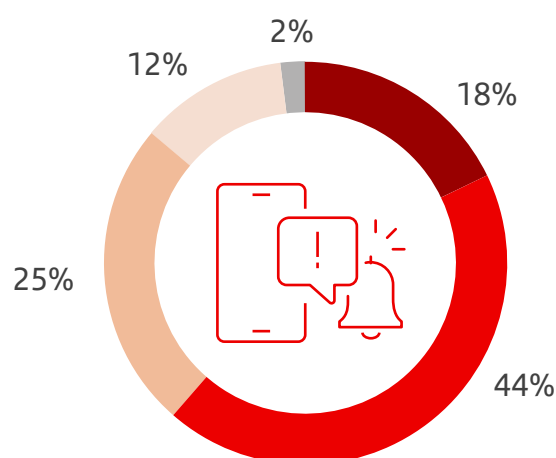
Na ile zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem: „Aplikacja mobilna ułatwia mi codzienne zarządzanie finansami i oszczędza czas.”?	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
 Zdecydowanie się zgadzam	34%	39%	40%	45%
 Raczej się zgadzam	46%	42%	45%	38%
 Raczej się nie zgadzam	13%	13%	6%	9%
 Zdecydowanie się nie zgadzam	6%	3%	7%	7%
 Nie wiem/ Trudno powiedzieć	2%	2%	2%	1%

Przekonanie o wartości bankowości mobilnej wzrasta wraz z wielkością miejsca zamieszkania. Badani z aglomeracji najmocniej doceniają zalety procesów w aplikacji, co 45 proc. z nich potwierdza w sposób zdecydowany.

W mniejszych ośrodkach oraz na terenach wiejskich ten entuzjazm jest nieco bardziej stonowany, a suma negatywnych ocen waha się tam od 13 do 19 proc.

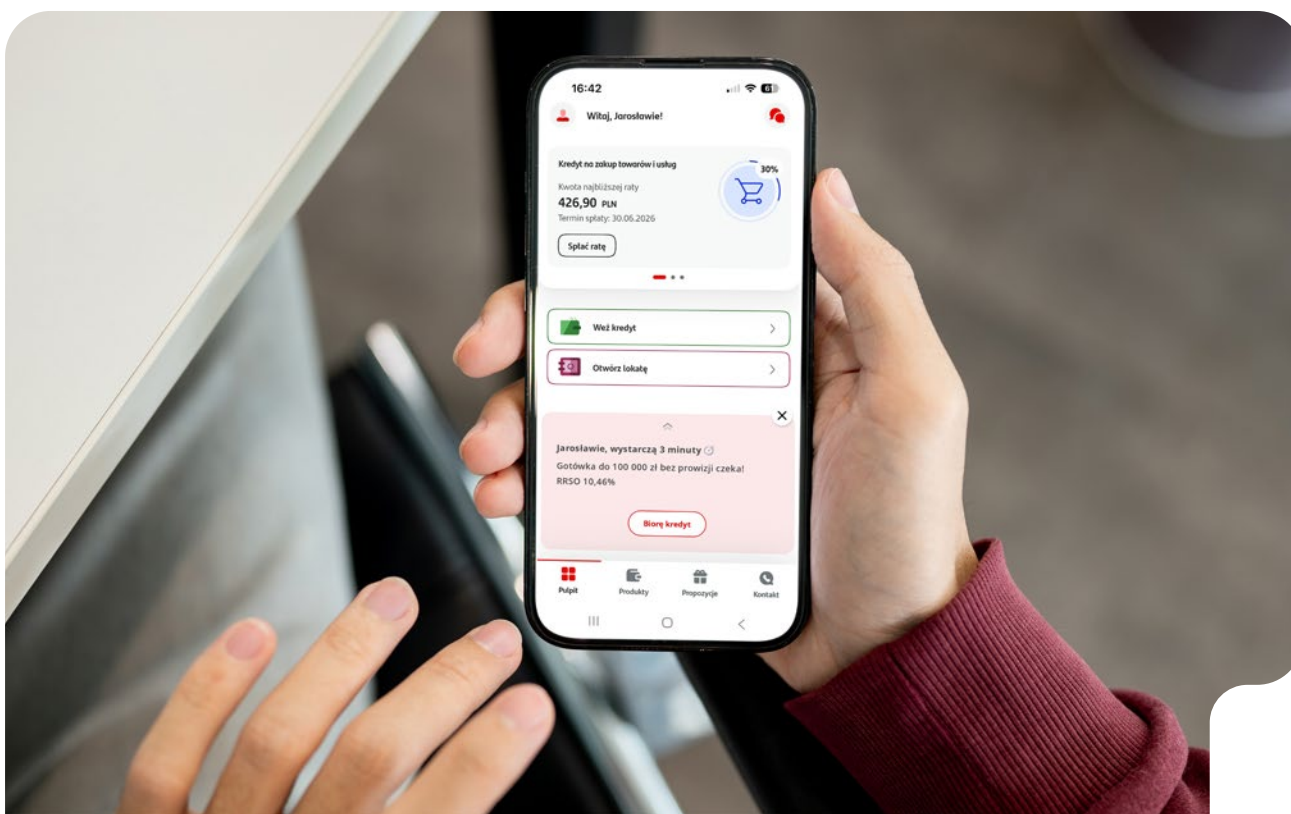
Na ile zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem:
„Dodatkowe narzędzia w aplikacji, np. automatyczne przypomnienia, kategoryzowanie wydatków czy podpowiedzi produktów, są dla mnie pomocne.”?

-   Zdecydowanie się zgadzam
-   Raczej się zgadzam
-   Raczej się nie zgadzam
-   Zdecydowanie się nie zgadzam
-   Nie wiem/Trudno powiedzieć



Dużym uznaniem użytkowników aplikacji cieszą się także dodatkowe narzędzia, takie jak automatyczne przypomnienia, kategoryzowanie wydatków czy

podpowiedzi produktów. Łącznie aż 62 proc. respondentów uznaje je za przydatne. Z drugiej strony sceptycznie do tych rozwiązań odnosi się 37 proc. użytkowników.



Na ile zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem: „*Dodatkowe narzędzia w aplikacji, np. automatyczne przypomnienia, kategoryzowanie wydatków czy podpowiedzi produktów, są dla mnie pomocne.*”?

Zarządzam finansami i komunikuję się z bankiem...

	wyłącznie poprzez aplikację mobilną banku	głównie w aplikacji mobilnej, ale czasami także za pośrednictwem innych kanałów	w równym stopniu z aplikacji mobilnej jak i za pośrednictwem innych kanałów
 Zdecydowanie się zgadzam	24%	19%	9%
 Raczej się zgadzam	50%	44%	39%
 Raczej się nie zgadzam	20%	25%	27%
 Zdecydowanie się nie zgadzam	7%	9%	25%
 Nie wiem/ Trudno powiedzieć	0%	4%	0%

Największymi ich entuzjastami są osoby, które korzystają z usług banku wyłącznie przez aplikację – pozytywną opinię wyraża aż trzech na czterech badanych z tej grupy (24 proc.). Wśród respondentów, którzy również używają głównie rozwiązań mobilnych, ale czasami sięgają też po

inne sposoby, odsetek ten wynosi łącznie 63 proc. U tych, którzy w codziennym zarządzaniu finansami łączą kilka kanałów w równym stopniu, poparcie wynosi łącznie 48 proc. Jednocześnie ponad połowa (52 proc.) z nich raczej lub zdecydowanie nie zgadza się z tym stwierdzeniem.

Na ile zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem: „Dodatkowe narzędzia w aplikacji, np. automatyczne przypomnienia, kategoryzowanie wydatków czy podpowiedzi produktów, są dla mnie pomocne.”?

	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
 Zdecydowanie się zgadzam	25%	23%	17%	16%	11%
 Raczej się zgadzam	46%	44%	37%	49%	43%
 Raczej się nie zgadzam	19%	30%	36%	16%	20%
 Zdecydowanie się nie zgadzam	10%	2%	10%	15%	22%
 Nie wiem/ Trudno powiedzieć	0%	1%	0%	4%	4%

Najmłodszy dorośli (18-29 lat) najchętniej wspierają się dodatkowymi narzędziami w aplikacji (łącznie 71 proc.).

Z kolei w grupach czterdziestolatków i seniorów, z tym, że są one pomocne, zgadza się po 54 proc.

Na ile zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem: „Dodatkowe narzędzia w aplikacji, np. automatyczne przypomnienia, kategoryzowanie wydatków czy podpowiedzi produktów, są dla mnie pomocne.”?

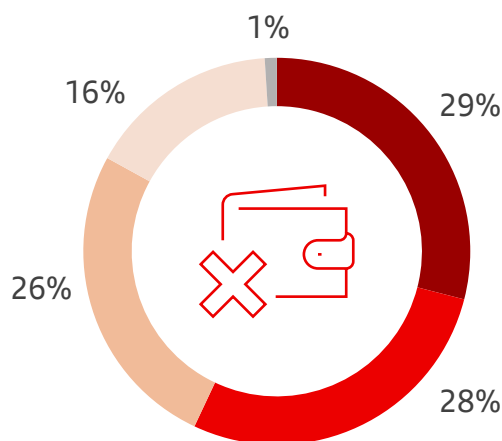
	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
 Zdecydowanie się zgadzam	20%	18%	19%	11%
 Raczej się zgadzam	41%	46%	43%	45%
 Raczej się nie zgadzam	25%	26%	25%	25%
 Zdecydowanie się nie zgadzam	12%	8%	11%	18%
 Nie wiem/ Trudno powiedzieć	2%	2%	2%	1%

Interesujące różnice widać także w podziale na miejsce zamieszkania. Ankietowani z małych miast, do 50 tys. mieszkańców, wykazują największą przychylność dla dodatkowych narzędzi (łącznie 64 proc. wskazań). Z kolei

w metropoliach, powyżej 250 tys. ludności, odnotowano najniższy odsetek osób przekonanych do tych funkcji (łącznie 56 proc.) oraz relatywnie wysoki opór wobec nich (43 proc.).

Na ile zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem:
„Zdarza mi się wychodzić z domu bez portfela, wyłacznie z telefonem, bo aplikacja bankowa w pełni mi go zastępuje”?

-   Zdecydowanie się zgadzam
-   Raczej się zgadzam
-   Raczej się nie zgadzam
-   Zdecydowanie się nie zgadzam
-   Nie wiem/Trudno powiedzieć



Nowoczesne rozwiązania płatnicze sprawiły, że wielu osobom aplikacja mobilna banku zastąpiła tradycyjny portfel. łącznie 57 proc. ankietowanych przyznaje, że zdarza im się wyjść z domu bez niego.

Na ile zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem: „*zdarza mi się wychodzić z domu bez portfela, wyjątkowo z telefonem, bo aplikacja bankowa w pełni mi go zastępuje*”?

Zarządzam finansami i komunikuję się z bankiem...

	wyłącznie poprzez aplikację mobilną banku	głównie w aplikacji mobilnej, ale czasami także za pośrednictwem innych kanałów	w równym stopniu z aplikacji mobilnej jak i za pośrednictwem innych kanałów
 Zdecydowanie się zgadzam	33%	32%	18%
 Raczej się zgadzam	36%	26%	27%
 Raczej się nie zgadzam	22%	23%	30%
 Zdecydowanie się nie zgadzam	8%	17%	25%
 Nie wiem/ Trudno powiedzieć	1%	1%	0%

Taki nawyk jest najbardziej naturalny dla osób bankujących wyłącznie mobilnie (łącznie 69 proc.) oraz najmniej popularny (w sumie 45 proc.) w grupie, która w równym stopniu korzysta zarówno z aplikacji, jak i innych kanałów.



Na ile zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem: „Zdarza mi się wychodzić z domu bez portfela, wyłącznie z telefonem, bo aplikacja bankowa w pełni mi go zastępuje”?


18-29

30-39

40-49

50-59

60+


Zdecydowanie się zgadzam

34%
35%
30%
29%
18%


Raczej się zgadzam

30%
31%
23%
30%
28%


Raczej się nie zgadzam

24%
26%
33%
21%
23%


Zdecydowanie się nie zgadzam

11%
7%
13%
17%
30%


Nie wiem/Trudno powiedzieć

0%
1%
0%
3%
1%

Choć trend ten dotyczy przede wszystkim osób przed emeryturą – w tym 64 proc. osób w wieku 18-29 lat, 66 proc. trzydziestolatków, 53 proc. czterdziestolatków i 59 proc. pięćdziesięciolatków – to cyfrowa wygoda coraz

śmiej wkracza także w życie starszych osób. Niemal połowa seniorów (łącznie 46 proc. badanych w wieku 60+) potwierdza, że zdarza im się zastępować fizyczny portfel bankowością w telefonie.

Na ile zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem: „Zdarza mi się wychodzić z domu bez portfela, wyłącznie z telefonem, bo aplikacja bankowa w pełni mi go zastępuje”?

Wieś
**Małe miasto
do 50 tys.
mieszkańców**
**Średnie miasto
50 – 250 tys.
mieszkańców**
**Duże miasta
250 tys.+**


Zdecydowanie się zgadzam

31%
30%
25%
25%


Raczej się zgadzam

27%
25%
35%
29%


Raczej się nie zgadzam

30%
24%
22%
23%


Zdecydowanie się nie zgadzam

11%
20%
16%
23%

 Nie wiem/
Trudno powiedzieć

1%
0%
2%
0%

Co ciekawe, wychodzenie z domu z samym smartfonem jest szczególnie zauważalne w średnich miastach (60 proc.). W podobnej częstotliwości, bez portfela wychodzą mieszkańcy wsi (58 proc.) i małych miejscowości

(55 proc.). Paradoksalnie – najrzadziej ze wszystkich robią to osoby z największych aglomeracji (łącznie 54 proc.). To pokazuje, że płatności bezgotówkowe są już w Polsce szeroko dostępne, niezależnie od lokalizacji.

Na ile zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem: „*zdarza mi się wychodzić z domu bez portfela, wyłącznie z telefonem, bo aplikacja bankowa w pełni mi go zastępuje*”?

Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową?

	 Dobrze	 Ani dobrze, ani źle	 Źle
 Zdecydowanie się zgadzam	33%	26%	17%
 Raczej się zgadzam	29%	30%	22%
 Raczej się nie zgadzam	19%	30%	42%
 Zdecydowanie się nie zgadzam	19%	12%	18%
 Nie wiem/ Trudno powiedzieć	1%	1%	1%

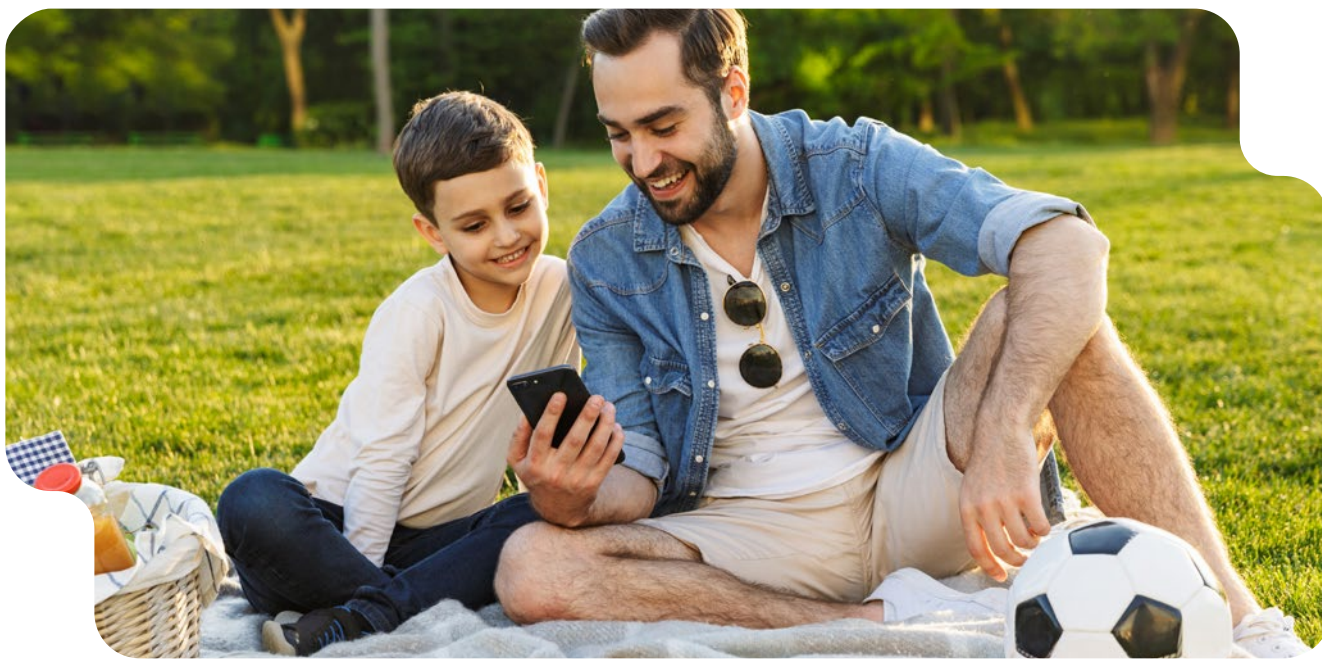
Najmniejszą barierę w zostawianiu portmonetek widać u respondentów w dobrej i średniej sytuacji finansowej (odpowiednio 62 i 56 proc.). Największą zaś wśród tych,

którzy oceniają swoją sytuację finansową jako złą – tylko 39 proc. z nich ma taki nawyk.

Na ile zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem: „Zdarza mi się wychodzić z domu bez portfela, wyłącznie z telefonem, bo aplikacja bankowa w pełni mi go zastępuje”?	 Brak niepełnoletnich dzieci w gospodarstwie domowym	 Niepełnoletnie dziecko w gospodarstwie domowym
 Zdecydowanie się zgadzam	26%	32%
 Raczej się zgadzam	27%	30%
 Raczej się nie zgadzam	23%	29%
 Zdecydowanie się nie zgadzam	22%	9%
 Nie wiem/ Trudno powiedzieć	1%	0%

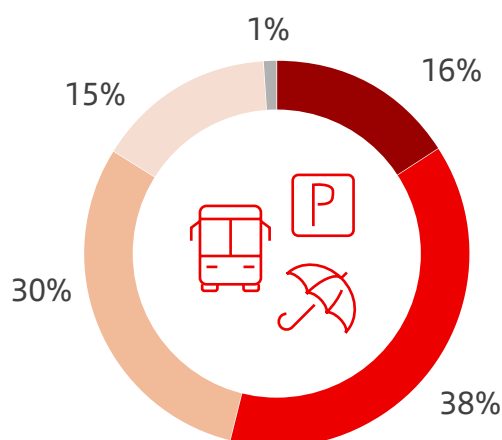
Posiadanie dzieci również powoduje częstsze korzystanie z telefonu, jako głównego narzędzia płatniczego. Rodzice niepełnoletnich znacznie częściej (62 proc.) wychodzą z domu bez portfela niż osoby, które nie mają ich na utrzymaniu (53 proc.). Może to wynikać z faktu, że

w codziennym pośpiechu czy większej ilości rzeczy do zabrania podczas każdego wyjścia, możliwość zapłacenia telefonem jest postrzegana jako szybsze i bardziej komfortowe rozwiązanie.



Na ile zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem:
„W aplikacji mobilnej banku korzystam również z dodatkowych usług, np. ubezpieczenia, chargeback, opłaty za parking lub komunikację miejską”?

-   Zdecydowanie się zgadzam
-   Raczej się zgadzam
-   Raczej się nie zgadzam
-   Zdecydowanie się nie zgadzam
-   Nie wiem/Trudno powiedzieć



Dzisiejsza bankowość mobilna stała się również narzędziem, które ułatwia codzienne formalności niezwiązane bezpośrednio z finansami. Łącznie ponad

połowa ankietowanych (54 proc.) deklaruje, że korzysta w niej m.in. z możliwości opłacania parkingów, kupowania biletów komunikacji miejskiej czy ubezpieczeń.

Na ile zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem: „W aplikacji mobilnej banku korzystam również z dodatkowych usług, np. ubezpieczenia, chargeback, opłaty za parking lub komunikację miejską”?

Zarządzam finansami i komunikuję się z bankiem...

	wyłącznie poprzez aplikację mobilną banku	głównie w aplikacji mobilnej, ale czasami także za pośrednictwem innych kanałów	w równym stopniu z aplikacji mobilnej jak i za pośrednictwem innych kanałów
 Zdecydowanie się zgadzam	22%	17%	7%
 Raczej się zgadzam	35%	41%	38%
 Raczej się nie zgadzam	33%	27%	28%
 Zdecydowanie się nie zgadzam	11%	12%	27%
 Nie wiem/ Trudno powiedzieć	0%	2%	0%

Skłonność do sięgania po usługi pozabankowe, takie jak opłaty za parkingi, bilety komunikacji miejskiej czy ubezpieczenia, jest najsilniejsza u osób, dla których smartfon stanowi główny, choć niejedyny kanał kontaktu z bankiem. W tej grupie łącznie 58 proc. respondentów potwierdza ich użytkowanie. Bardzo zbliżony poziom zainteresowania tymi funkcjami (57 proc. wskazań) wykazują klienci bankujący wyłącznie mobilnie. Warto jednak zauważyć, że to właśnie ta druga grupa cechuje się silniejszym przekonaniem do cyfrowych udogodnień, ponieważ odsetek osób, które w sposób zdecydowany

wyбираją te rozwiązania, jest tam najwyższy i wynosi 22 proc. Wyraźnie większy dystans wobec rozszerzonej oferty aplikacji widać u użytkowników, którzy w równym stopniu korzystają z kilku kanałów. W tym segmencie łączny odsetek osób, które potwierdzają sięganie po dodatkowe usługi, spada do 45 proc. Grupa ta wyróżnia się jednocześnie największym oporem wobec łączenia bankowości z innymi sprawami codziennymi – aż 55 proc. tych ankietowanych nie zgadza się ze stwierdzeniem o używaniu funkcji pozabankowych. Dla porównania – w pozostałych grupach wyniki wynoszą 39-41 proc.

Na ile zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem: „W aplikacji mobilnej banku korzystam również z dodatkowych usług, np. ubezpieczenia, chargeback, opłaty za parking lub komunikację miejską.”?

	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
 Zdecydowanie się zgadzam	15%	24%	15%	17%	10%
 Raczej się zgadzam	39%	40%	35%	35%	39%
 Raczej się nie zgadzam	33%	30%	40%	31%	20%
 Zdecydowanie się nie zgadzam	13%	5%	10%	16%	28%
 Nie wiem/ Trudno powiedzieć	0%	1%	0%	2%	2%

Choć liderami w korzystaniu z tych usług są trzydziestolatkowie (łącznie 64 proc. wskazań), to pozostałe grupy wiekowe również wykazują bardzo wysoki poziom zainteresowania – od 49 do 54 proc. To sygnał, że

nowoczesne rozwiązania szybko się upowszechniają, a do wygody w załatwianiu codziennych spraw przez aplikację bankową przekonują się dziś niemal wszystkie pokolenia.

Na ile zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem: „W aplikacji mobilnej banku korzystam również z dodatkowych usług, np. ubezpieczenia, chargeback, opłaty za parking lub komunikację miejską.”?

	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
 Zdecydowanie się zgadzam	14%	16%	20%	17%
 Raczej się zgadzam	41%	37%	33%	36%
 Raczej się nie zgadzam	33%	29%	30%	26%
 Zdecydowanie się nie zgadzam	11%	18%	15%	21%
 Nie wiem/Trudno powiedzieć	1%	1%	2%	0%

Najwyższy poziom akceptacji dla tych udogodnień deklarują mieszkańcy wsi, wśród których łącznie 55 proc. badanych potwierdza ich użytkowanie. W miastach, niezależnie od ich wielkości, wskaźnik ten utrzymuje się na statym poziomie 53 proc. Warto jednak zauważyć, że to osoby ze średnich miejscowości najczęściej wykazują silne przekonanie do cyfrowych nowości i notują najwyższy

odsetek odpowiedzi „zdecydowanie się zgadzam” (20 proc.). Z kolei w metropoliach, powyżej 250 tys. osób, widoczny jest większy opór niż w pozostałych obszarach. Co piąty respondent z tej grupy (21 proc.) deklaruje („zdecydowanie się nie zgadzam”), że nie korzysta z dodatkowych funkcji miejskich czy ubezpieczeniowych w aplikacji.



Na ile zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem: „W aplikacji mobilnej banku korzystam również z dodatkowych usług, np. ubezpieczenia, chargeback, opłaty za parking lub komunikację miejską”?

Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową?

	 Dobrze	 Ani dobrze, ani źle	 Źle
 Zdecydowanie się zgadzam	19%	12%	14%
 Raczej się zgadzam	42%	36%	25%
 Raczej się nie zgadzam	23%	37%	43%
 Zdecydowanie się nie zgadzam	15%	14%	18%
 Nie wiem/ Trudno powiedzieć	1%	1%	0%

Skłonność do sięgania po dodatkowe usługi w aplikacji mobilnej banku jest skorelowana z zasobnością portfela. Osoby w dobrej sytuacji finansowej najchętniej (łącznie

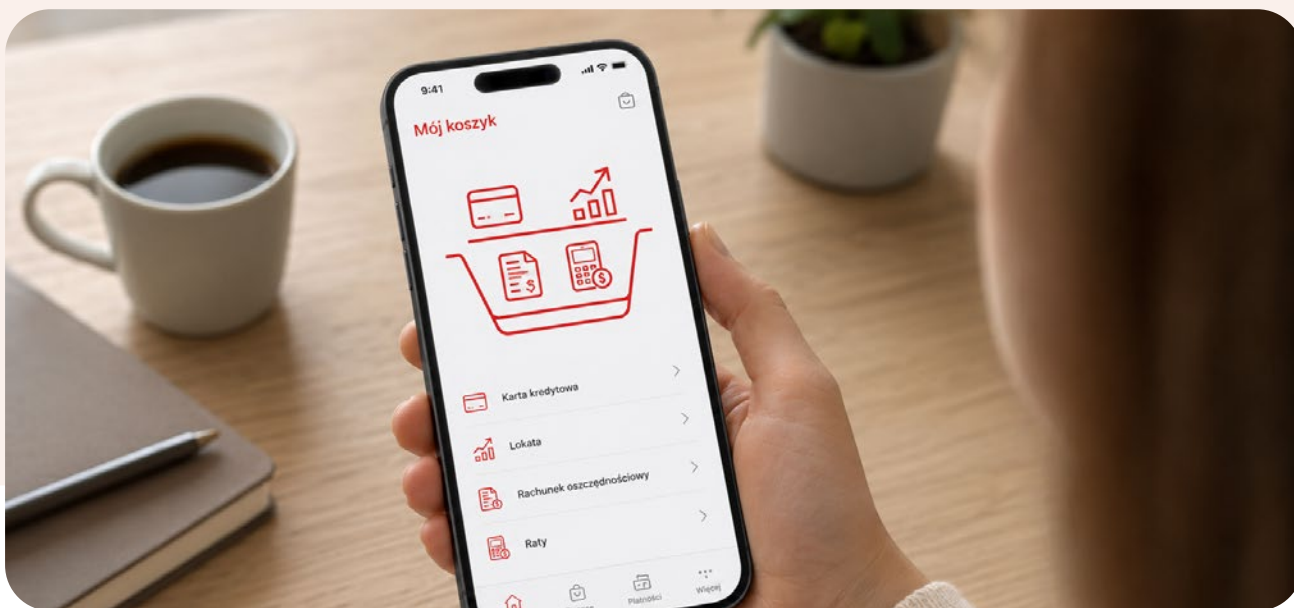
61 proc.) korzystają z tych udogodnień, podczas gdy w grupie w złej – wskaźnik ten spada do 39 proc.

Na ile zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem: „W aplikacji mobilnej banku korzystam również z dodatkowych usług, np. ubezpieczenia, chargeback, opłaty za parking lub komunikację miejską.”?	 Brak niepełnoletnich dzieci w gospodarstwie domowym	 Niepełnoletnie dziecko w gospodarstwie domowym
 Zdecydowanie się zgadzam	15%	16%
 Raczej się zgadzam	35%	41%
 Raczej się nie zgadzam	28%	34%
 Zdecydowanie się nie zgadzam	20%	8%
 Nie wiem/ Trudno powiedzieć	2%	0%

Wielofunkcyjność bankowości mobilnej szczególnie doceniają rodzice – wśród osób, które mają na utrzymaniu niepełnoletnie dzieci, odsetek użytkowników dodatkowych

funkcji aplikacji bankowej wynosi 57 proc. Dla porównania – w gospodarstwach domowych bez małoletnich spada on do 50 proc.

Bankowość bez nadmiaru formalności



Do wirtualnych koszyków Polaków trafiają różne produkty – od codziennych zakupów, takich jak dostawy jedzenia do domu, ubrania, poprzez sprzęt i elektronikę, aż po różnego rodzaju usługi. Nasze zakupowe nawyki online przenosimy również na grunt usług finansowych, a smartfon staje się doradcą na wyciągnięcie ręki.

Czy byłby/byłaby Pan/Pani skłonny/a nabyć produkt finansowy w pełni przez aplikację mobilną, bez kontaktu z doradcą?

Tak 
37%

Nie 
39%

**Nie wiem/
 Trudno
 powiedzieć**
24%

Prawie dwie piąte klientów jest gotowych do zakupu produktów finansowych całkowicie poprzez aplikację, bez kontaktu z doradcą. Choć podobny odsetek (39 proc.) wskazuje, że by się na to nie zdecydował, to jednocześnie

niemal jedna czwarta ankietowanych (24 proc.) nie ma na ten temat konkretnego zdania. Jest to więc grupa, która być może potrzebuje zachęty lub dodatkowych informacji.

Czy byłby/byłaby Pan/Pani skłonny/a nabyć produkt finansowy w pełni przez aplikację mobilną, bez kontaktu z doradcą?	 Kobieta	 Mężczyzna
 Tak	35%	40%
 Nie	40%	39%
 Nie wiem/Trudno powiedzieć	26%	22%

Gotowość do samodzielnego zakupu produktów finansowych częściej deklarują mężczyźni. 40 proc. z nich sfinalizowałoby transakcję w aplikacji, podczas gdy wśród kobiet wskaźnik ten wynosi 35 proc. Z kolei brak chęci na

taką formę transakcji utrzymuje się na niemal identycznym poziomie w obu grupach – dotyczy 39 proc. mężczyzn oraz 40 proc. kobiet.

Czy byłby/byłaby Pan/Pani skłonny/a nabyć produkt finansowy w pełni przez aplikację mobilną, bez kontaktu z doradcą?	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
 Tak	46%	51%	45%	41%	19%
 Nie	27%	22%	37%	37%	56%
 Nie wiem/Trudno powiedzieć	27%	26%	18%	22%	25%

Największy entuzjazm wobec zakupu produktów finansowych wyłącznie online wykazuje grupa w wieku od 30 do 39 lat (51 proc.). Osoby z przedziału 18-29 lat oraz klienci w wieku 40-49 lat również wykazują zainteresowanie, z wynikiem odpowiednio 46 proc. oraz 45 proc. pozytywnych deklaracji. W grupie od 50 do 59 lat

chęć na w pełni samodzielny zakup zgłasza 41 proc. ankietowanych. Wyraźny spadek akceptacji dla takich rozwiązań następuje dopiero wśród seniorów powyżej 60. roku życia. Tam aż 56 proc. grupy preferuje tradycyjny kontakt z doradcą.

Czy byłby/byłaby Pan/Pani skłonny/a nabyć produkt finansowy w pełni przez aplikację mobilną, bez kontaktu z doradcą?	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
 Tak	38%	37%	35%	37%
 Nie	33%	42%	45%	43%
 Nie wiem/Trudno powiedzieć	29%	21%	20%	20%

Gotowość do zakupu produktów finansowych przez aplikację utrzymuje się na bardzo podobnym poziomie niezależnie od wielkości miejsca zamieszkania i wynosi od 35 proc. do 38 proc. Jednocześnie mieszkańcy wsi

najrzadziej odrzucają taką formę transakcji (33 proc.). W tej grupie znajdziemy za to najwięcej osób bez jasnej opinii, które stanowią aż 29 proc.

Czy byłby/byłaby Pan/Pani skłonny/a nabyć *produkt finansowy w pełni przez aplikację mobilną, bez kontaktu z doradcą?*

Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową?

	 Dobrze	 Ani dobrze, ani źle	 Źle
 Tak	43%	34%	27%
 Nie	40%	34%	49%
 Nie wiem/Trudno powiedzieć	18%	32%	25%

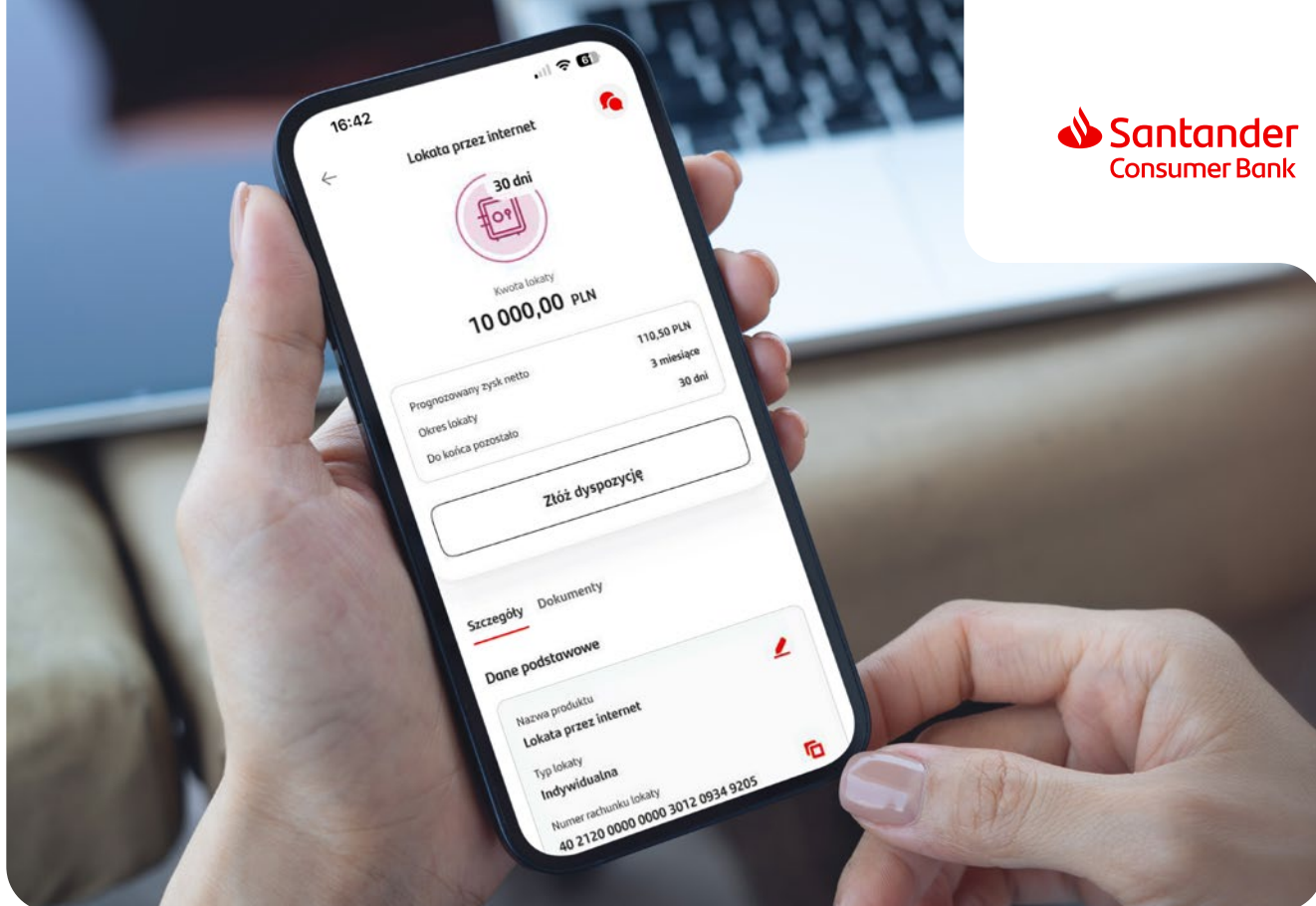
Osoby w dobrej sytuacji finansowej najchętniej zdecydowałyby się na zakup produktów w aplikacji – taki krok akceptuje 43 proc. z nich. W grupie o średnim budżecie wskaźnik ten spada do 34 proc., a przy złej ocenie własnego portfela – chęć na cyfrowe transakcje zgłasza tylko 27 proc. respondentów. Słabsza kondycja finansowa

idzie w parze z wyraźniejszą potrzebą kontaktu z doradcą, co wprost deklaruje 49 proc. ludzi z trudniejszą sytuacją materialną. Z kolei największe wątpliwości mają osoby ze średnią oceną swojego budżetu, gdzie aż 32 proc. z nich nie potrafi zająć jasnego stanowiska w tej sprawie.

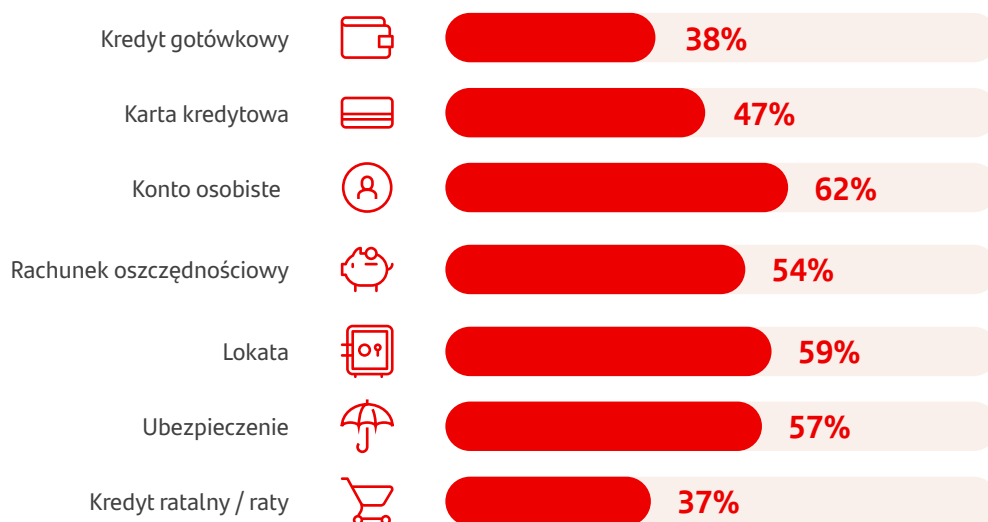
Czy byłby/byłaby Pan/Pani skłonny/a nabyć produkt finansowy w pełni przez aplikację mobilną, bez kontaktu z doradcą?	 Brak niepełnoletnich dzieci w gospodarstwie domowym	 Niepełnoletnie dziecko w gospodarstwie domowym
 Tak	28%	52%
 Nie	45%	29%
 Nie wiem/Trudno powiedzieć	27%	19%

Rodzice niepełnoletnich dzieci chętniej niż osoby bez nich na utrzymaniu zdecydowałyby się na cyfrowe zakupy finansowe (52 proc. vs 28 proc.). Taki wynik pozwala przypuszczać, że dorośli z mniejszą ilością wolnego czasu po prostu częściej wybierają proste i wygodne

rozwiązania. Całkowity brak kontaktu z doradcą kategorycznie odrzuca 45 proc. osób bez małoletnich w gospodarstwie domowym i zaledwie 29 proc. rodziców. Brak jasnej opinii w tej sprawie wyraża odpowiednio 27 proc. oraz 19 proc. klientów z obu tych grup.



***Które produkty finansowe byłby/byłaby Pan/
 Pani skłonny/a nabyć w pełni w aplikacji Mobilnej,
 bez kontaktu z doradcą, gdyby miał(a) Pan/Pani potrzebę
 nabycia lub założenia danego produktu?***



Odpowiadały tylko osoby, które byłyby skłonne nabyć produkt finansowy w pełni przez aplikację mobilną. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pytanie wielokrotnego wyboru. Pominięto odpowiedź: „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Konsumenci, którzy potrzebują usługi bankowej, najbardziej otwarci na skorzystanie z niej wyłącznie przez aplikacje, są w stosunku do konta osobistego (62 proc.). Dużym zaufaniem cieszą się również lokaty (59 proc.) i ubezpieczenia (57 proc.). 54 proc. respondentów

uruchomiłoby rachunek oszczędnościowy. Z kolei w obszarze dodatkowego finansowania 47 proc. Polaków sięgnęłoby po kartę kredytową, natomiast kredyt gotówkowy lub opcję ratąną rozważyłoby odpowiednio 38 proc. oraz 37 proc.

Które produkty finansowe byłby/była- by Pan/Pani skłonny/a nabyć w pełni w aplikacji mobilnej, bez kontaktu z do- radcą, gdyby miał(a) Pan/Pani potrzebę nabycia lub założenia danego produktu?	 Kobieta	 Mężczyzna
 Kredyt gotówkowy	37%	39%
 Karta kredytowa	46%	49%
 Konto osobiste	55%	69%
 Rachunek oszczędnościowy	44%	63%
 Lokata	61%	57%
 Ubezpieczenie	58%	56%
 Kredyt ratalny / raty	37%	38%

Odpowiadali tylko osoby, które byłyby skłonne nabyć produkt finansowy w pełni przez aplikację mobilną. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pytanie wielokrotnego wyboru. Pominęto odpowiedź: „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Panowie znacznie częściej niż panie wybraliby w aplikacji podstawowe produkty bankowe, co widać szczególnie na przykładzie konta osobistego, po które sięgnęłoby 69 proc. z nich w porównaniu do 55 proc. respondentek. Mężczyźni w większym stopniu zdecydowaliby się także na rachunek oszczędnościowy (63 proc. wobec 44 proc. u kobiet), za to Polki nieco przychylniej patrzą na lokaty

oraz ubezpieczenia, o które, w razie potrzeby, zdalnie zawnioskowałoby odpowiednio 61 proc. i 58 proc. z nich. W przypadku dodatkowych środków różnice niemal całkowicie znikają, ponieważ po kartę kredytową zawnioskowałoby mobilnie 49 proc. panów i 46 proc. pań, a kredyt gotówkowy lub opcję ratalną rozważyłoby blisko 40 proc. osób, niezależnie od płci.



Które produkty finansowe byłby/byłyby Pan/Pani skłonny/a nabyć w pełni w aplikacji mobilnej, bez kontaktu z doradcą, gdyby miał(a) Pan/Pani potrzebę nabycia lub założenia danego produktu?


18-29

30-39

40-49

50-59

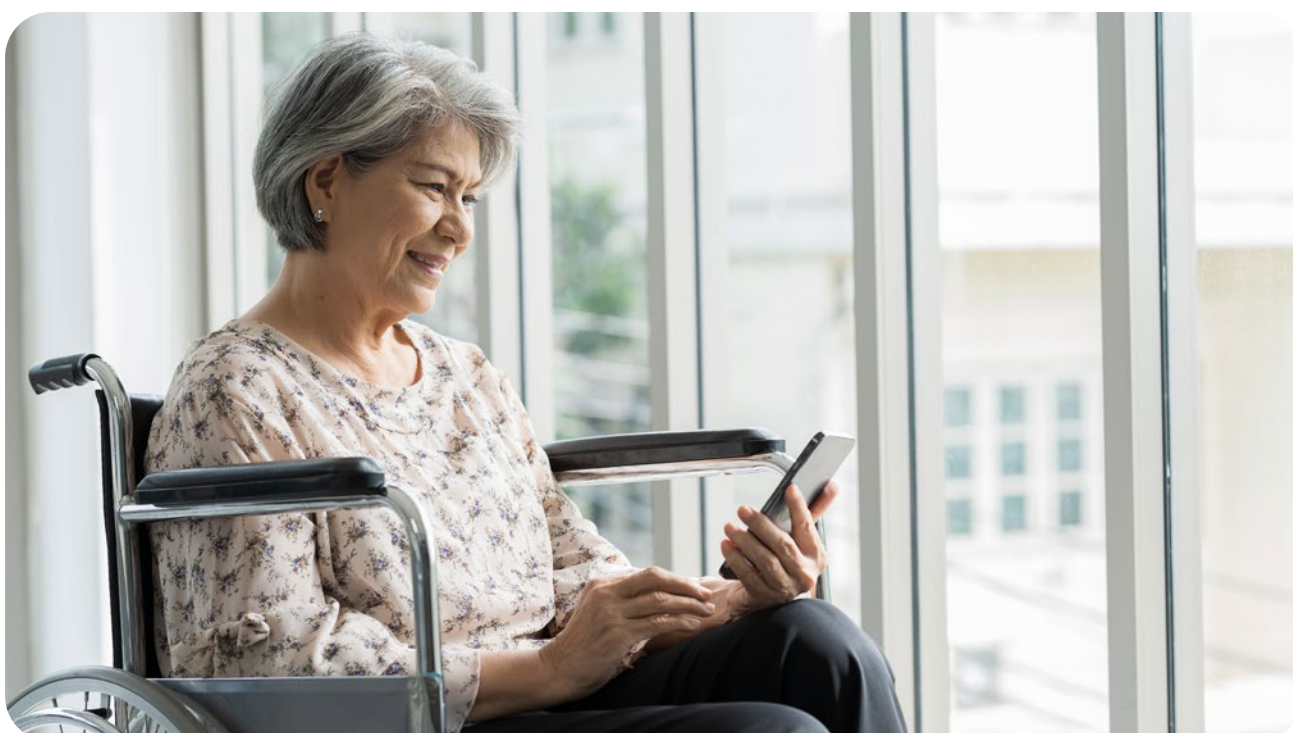
60+

 Kredyt gotówkowy	26%	40%	49%	40%	29%
 Karta kredytowa	35%	38%	58%	49%	56%
 Konto osobiste	56%	60%	69%	61%	62%
 Rachunek oszczędnościowy	53%	47%	62%	46%	62%
 Lokata	42%	49%	75%	59%	65%
 Ubezpieczenie	49%	53%	54%	63%	71%
 Kredyt ratalny / raty	28%	39%	51%	38%	23%

Odpowiadali tylko osoby, które byłyby skłonne nabyć produkt finansowy w pełni przez aplikację mobilną. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pytanie wielokrotnego wyboru. Pominęto odpowiedź: „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Wśród osób w wieku 40-49 lat aż 75 proc. założyłoby lokatę, natomiast 69 proc. otworzyłoby konto osobiste. Z kolei 71 proc. seniorów kupiłoby w ten sposób ubezpieczenie, a 65 proc. ulokowałoby tam swoje oszczędności. Gdyby pojawiła się potrzeba dodatkowych

środków, poprzez aplikację czterdziestolatkowie najchętniej sięgnęliby po kartę kredytową (58 proc.) lub tradycyjny kredyt gotówkowy (49 proc.), natomiast opcje ratalne najrzadziej rozważaliby seniorzy (23 proc.) oraz najmłodszy klienci (28 proc.).



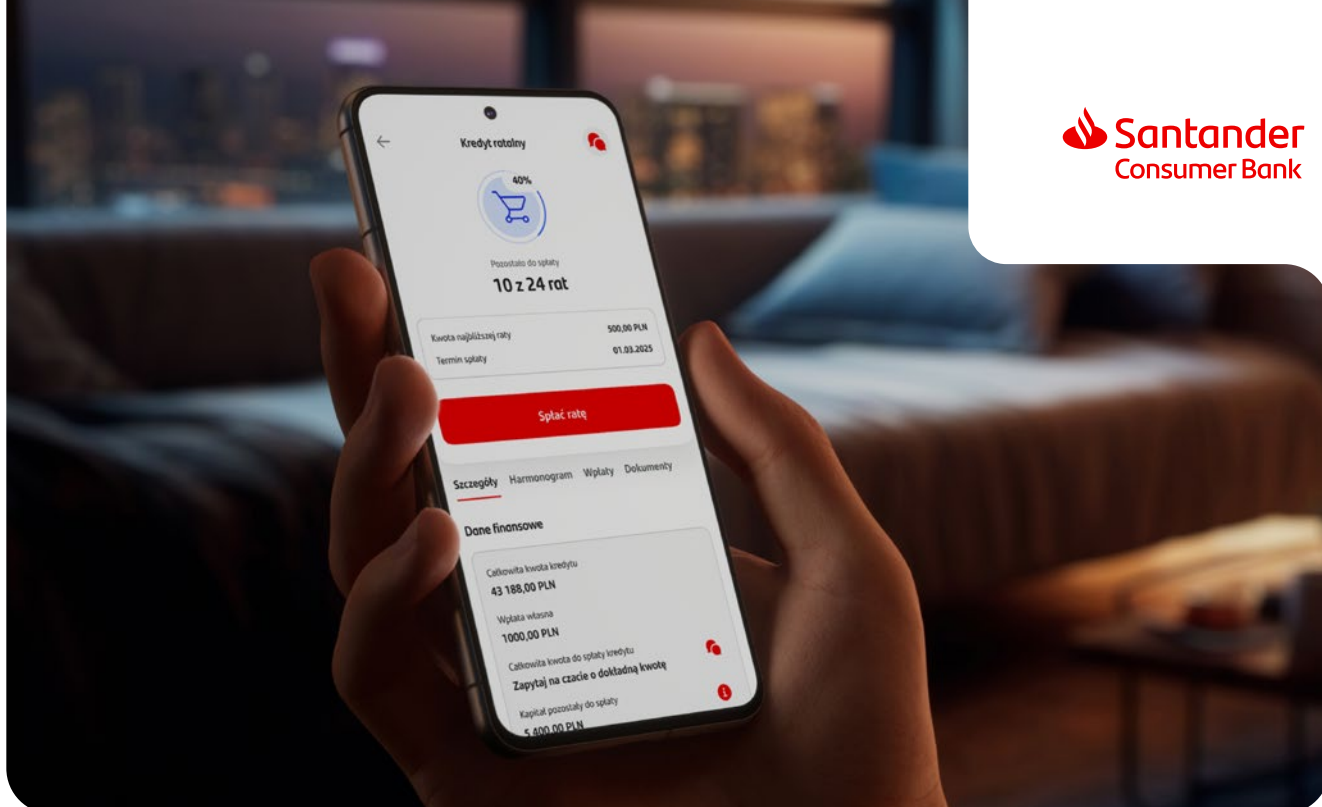
Które produkty finansowe byłby/byłaby Pan/Pani skłonny/a nabyć w pełni w aplikacji mobilnej, bez kontaktu z doradcą, gdyby miał(a) Pan/Pani potrzebę nabycia lub założenia danego produktu?	 Brak niepełnoletnich dzieci w gospodarstwie domowym	 Niepełnoletnie dziecko w gospodarstwie domowym
 Kredyt gotówkowy	41%	36%
 Karta kredytowa	48%	47%
 Konto osobiste	57%	66%
 Rachunek oszczędnościowy	58%	50%
 Lokata	57%	60%
 Ubezpieczenie	59%	56%
 Kredyt ratalny / raty	38%	37%

Odpowiadali tylko osoby, które byłyby skłonne nabyć produkt finansowy w pełni przez aplikację mobilną. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pytanie wielokrotnego wyboru. Pominęto odpowiedź: „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

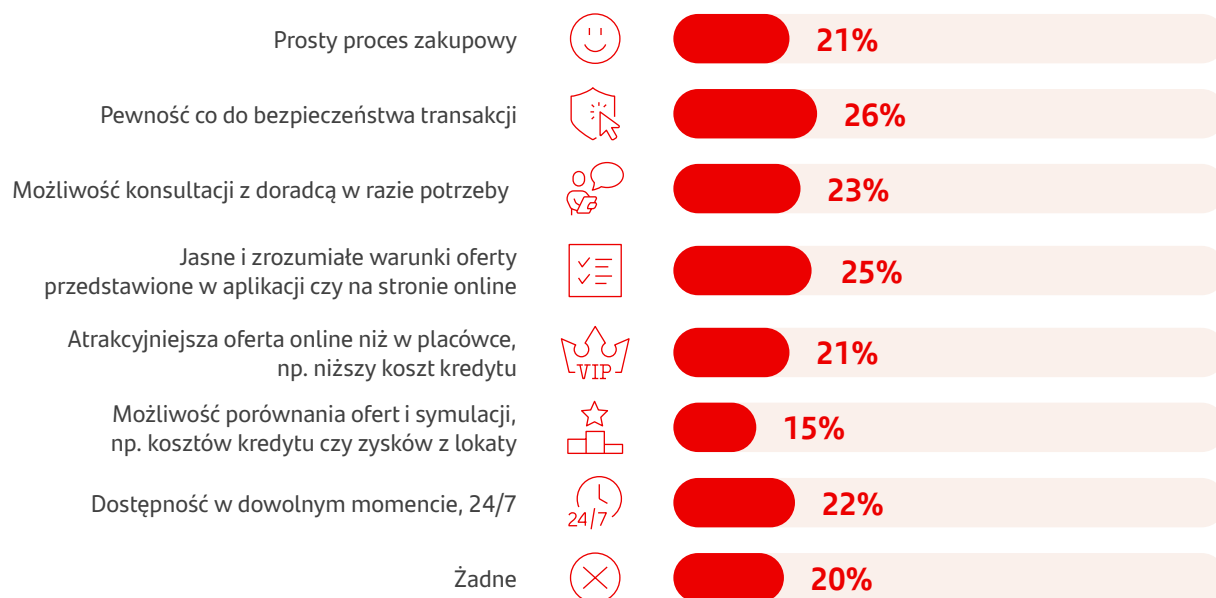
Rodzice niepełnoletnich dzieci najchętniej wybraliby podstawowe usługi. Aż 66 proc. z nich otworzyłoby w telefonie konto osobiste, natomiast 60 proc. założyłoby lokatę. Z kolei w domach bez najmłodszych członków rodziny, na pierwsze miejsce wysuwa się ubezpieczenie, po które sięgnęłoby 59 proc. respondentów, a 58 proc.

z nich uruchomiłoby rachunek oszczędnościowy. W poszukiwaniu dodatkowych środków klienci z obu grup najczęściej zdecydowałoby się w aplikacji na uruchomienie karty kredytowej, co wskazuje 48 proc. osób bez dzieci i 47 proc. rodziców, podczas gdy kredyt gotówkowy lub raty rozważyłoby około 40 proc. z obu grup.





Co sprawia lub mogłoby sprawić, że byt(a)by Pan/Pani skłonny/a kupić produkt finansowy, np. kredyt, lokatę, całkowicie online, bez kontaktu z doradcą – np. w aplikacji mobilnej?



Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pytanie wielokrotnego wyboru. Pominęto odpowiedzi: „Nie wiem/Trudno powiedzieć” oraz „Inne”.

Najważniejszym czynnikiem, który przekonałby klientów do cyfrowych zakupów, jest gwarancja bezpieczeństwa transakcji (26 proc.). Zaraz za nią plasują się jasne i przejrzyste warunki oferty z wynikiem 25 proc. Ważną rolę odgrywa również opcja ewentualnej rozmowy z doradcą (23 proc.), całodobowy dostęp do usług (22 proc.) oraz prosty proces i atrakcyjniejsze warunki

finansowe w Internecie, które przyciągnęłyby po 21 proc. osób. Nieco mniejszą uwagę klienci zwracają na szansę samodzielnego zestawienia wariantów i symulacji kosztów (15 proc.), podczas gdy dla 20 proc. z nich żadne z tych udogodnień nie stanowi skutecznej zachęty do całkowicie zdalnego procesu.

Co sprawia lub mogłoby sprawić, że był(a)by Pan/Pani skłonny/a kupić produkt finansowy, np. kredyt, lokatę, całkowicie online, bez kontaktu z doradcą – np. w aplikacji mobilnej?	 Kobieta	 Mężczyzna
 Prosty proces zakupowy	20%	23%
 Pewność co do bezpieczeństwa transakcji	25%	27%
 Możliwość konsultacji z doradcą w razie potrzeby	24%	21%
 Jasne i zrozumiałe warunki oferty przedstawione w aplikacji czy na stronie online	25%	25%
 Atrakcyjniejsza oferta online niż w placówce, np. niższy koszt kredytu	19%	22%
 Możliwość porównania ofert i symulacji, np. kosztów kredytu czy zysków z lokaty	16%	15%
 Dostępność w dowolnym momencie, 24/7	21%	22%
 Żadne	18%	23%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pytanie wielokrotnego wyboru. Pominęto odpowiedzi: „Nie wiem/Trudno powiedzieć” oraz „Inne”.

Gwarancja bezpieczeństwa transakcji oraz jasne warunki oferty to główne argumenty za cyfrowymi zakupami, które trafiają do około jednej czwartej klientów, niezależnie od płci. Panie jednak, trochę częściej niż panowie (24 proc. vs 21 proc.), doceniają szansę awaryjnej rozmowy z ekspertem, co deklaruje 24 proc. z nich,

natomiast mężczyźni chętniej zwracają uwagę na prosty proces oraz niższe koszty w internecie. Jednocześnie aż 23 proc. panów oraz 18 proc. Polek uważa, że absolutnie nic nie skłoni ich do samodzielnego wyboru bez udziału doradcy.

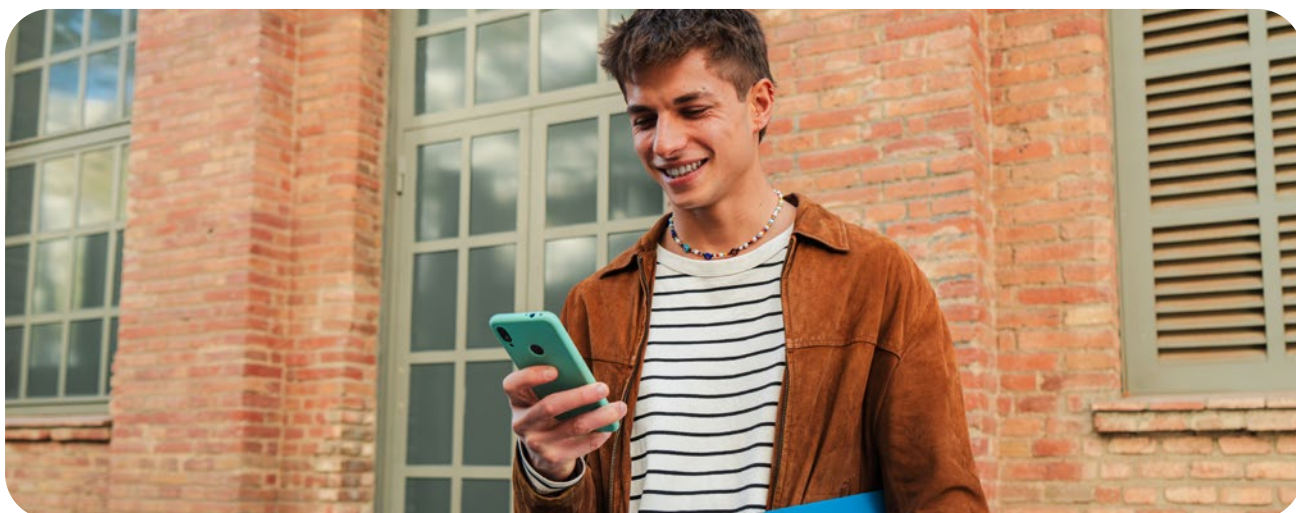


Co sprawia lub mogłoby sprawić, że był(a)by Pan/Pani skłonny/a kupić produkt finansowy, np. kredyt, lokatę, całkowicie online, bez kontaktu z doradcą – np. w aplikacji mobilnej?	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
 Prosty proces zakupowy	24%	25%	23%	18%	19%
 Pewność co do bezpieczeństwa transakcji	30%	24%	31%	26%	23%
 Możliwość konsultacji z doradcą w razie potrzeby	23%	26%	28%	17%	20%
 Jasne i zrozumiałe warunki oferty przedstawione w aplikacji czy na stronie online	35%	24%	26%	24%	21%
 Atrakcyjniejsza oferta online niż w placówce, np. niższy koszt kredytu	20%	21%	30%	26%	12%
 Możliwość porównania ofert i symulacji, np. kosztów kredytu czy zysków z lokaty	22%	19%	15%	15%	11%
 Dostępność w dowolnym momencie, 24/7	30%	32%	24%	14%	14%
 Żadne	5%	8%	15%	20%	36%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pytanie wielokrotnego wyboru. Pominęto odpowiedzi: „Nie wiem/Trudno powiedzieć” oraz „Inne”.

Najmłodsi dorośli do 29. roku życia wykazują największy entuzjazm wobec cyfrowych innowacji, a jako główną zachętę najczęściej wskazują jasne warunki oferty (35 proc.). Wśród trzydziestolatków zdecydowanie wygrywa całodobowa dostępność usług (32 proc.), natomiast w przypadku czterdziestolatków kluczową

rolę odgrywa gwarancja bezpieczeństwa oraz atrakcyjniejsze koszty produktów w aplikacji (30 proc.). Sceptycyzm wobec samodzielnych procesów rośnie wraz z wiekiem respondentów, ponieważ brak jakiegokolwiek argumentacji za takim rozwiązaniem zgłasza 20 proc. pięćdziesięciolatków i aż 36 proc. seniorów.



Co sprawia lub mogłoby sprawić, że był(a)by Pan/Pani skłonny/a kupić produkt finansowy, np. kredyt, lokatę, całkowicie online, bez kontaktu z doradcą – np. w aplikacji mobilnej?	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
 Prosty proces zakupowy	20%	22%	18%	25%
 Pewność co do bezpieczeństwa transakcji	25%	29%	27%	23%
 Możliwość konsultacji z doradcą w razie potrzeby	24%	21%	25%	18%
 Jasne i zrozumiałe warunki oferty przedstawione w aplikacji czy na stronie online	22%	28%	27%	26%
 Atrakcyjniejsza oferta online niż w placówce, np. niższy koszt kredytu	16%	26%	22%	24%
 Możliwość porównania ofert i symulacji, np. kosztów kredytu czy zysków z lokaty	15%	10%	20%	19%
 Dostępność w dowolnym momencie, 24/7	20%	26%	21%	20%
 Żadne	17%	24%	20%	23%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pytanie wielokrotnego wyboru. Pominęto odpowiedzi: „Nie wiem/Trudno powiedzieć” oraz „Inne”.

Gwarancja bezpieczeństwa oraz przejrzyste warunki oferty najsilniej działają na ankietowanych z małych miast. Te udogodnienia przekonują tam odpowiednio 29 proc. i 28 proc. klientów. W aglomeracjach priorytety układają się nieco inaczej, ponieważ na pierwszy plan wysuwa się jasność zasad (26 proc.) oraz prostota procesu (25 proc.). Z kolei na wsiach, o sile aplikacji, bardzo często decyduje

szansa awaryjnej rozmowy z doradcą (24 proc.). Choć najstabiliej trafia do nich argument o niższych kosztach (16 proc.), to właśnie na terenach wiejskich odnotowano najniższy odsetek ludzi całkowicie niechętnych cyfrowym rozwiązaniom (17 proc.). W miastach atrakcyjniejsza oferta online ma dużo większe znaczenie i przyciąga uwagę od 22 proc. do 26 proc. respondentów.



Co sprawia lub mogłoby sprawić, że był(a)by Pan/Pani skłonny/a kupić produkt finansowy, np. kredyt, lokatę, całkowicie online, bez kontaktu z doradcą – np. w aplikacji mobilnej?	 Brak niepełnoletnich dzieci w gospodarstwie domowym	 Niepełnoletnie dziecko w gospodarstwie domowym
 Prosty proces zakupowy	20%	24%
 Pewność co do bezpieczeństwa transakcji	24%	30%
 Możliwość konsultacji z doradcą w razie potrzeby	21%	25%
 Jasne i zrozumiałe warunki oferty przedstawione w aplikacji czy na stronie online	25%	25%
 Atrakcyjniejsza oferta online niż w placówce, np. niższy koszt kredytu	17%	27%
 Możliwość porównania ofert i symulacji, np. kosztów kredytu czy zysków z lokaty	13%	19%
 Dostępność w dowolnym momencie, 24/7	20%	24%
 Żadne	25%	11%

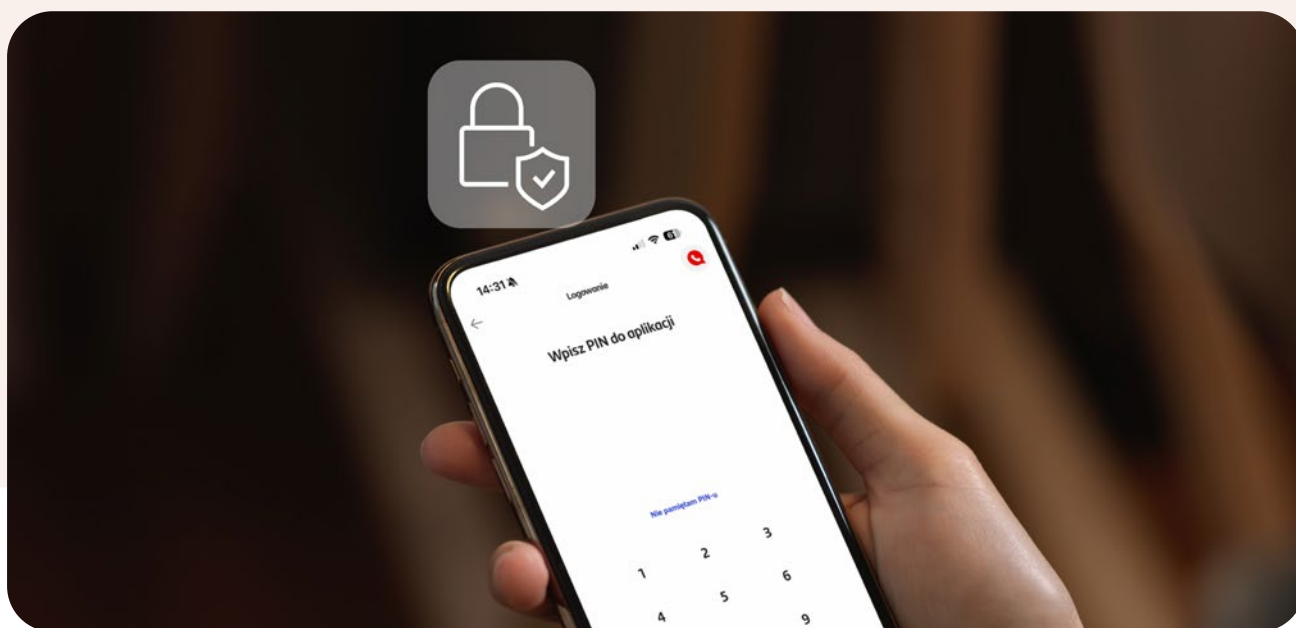
Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pytanie wielokrotnego wyboru. Pominęto odpowiedzi: „Nie wiem/Trudno powiedzieć” oraz „Inne”.

Wśród rodziców niepełnoletnich najmocniej działają bezpieczeństwo transakcji, które wskazuje 30 proc. respondentów, atrakcyjniejsza oferta online z wynikiem 27 proc. oraz możliwość konsultacji z doradcą w razie potrzeby, na którą zwraca uwagę 25 proc. osób. W gospodarstwach domowych bez dzieci na utrzymaniu na pierwszy plan wysuwają się jasne warunki oferty

i bezpieczeństwo (odpowiednio 25 proc. oraz 24 proc.). Jednocześnie aż 25 proc. przedstawicieli tej grupy deklaruje, że nic nie skłoniłoby ich do zakupu produktu finansowego całkowicie online. Może to sugerować, że rodzice częściej szukają rozwiązań prostych, wygodnych i dostępnych wtedy, gdy sami mają na to czas.



Bariery i bezpieczeństwo



Polacy mocno podzielili się w swoim podejściu do bankowości w telefonie. Dla absolutnej większości klientów zjawisko to stanowi fundament codziennych usług finansowych, bez którego zupełnie nie potrafią funkcjonować. Z drugiej strony, wciąż istnieje duża grupa sceptyków, których przed cyfryzacją skutecznie powstrzymują silne przyzwyczajenia do tradycyjnych placówek oraz strach przed technologią.

Dlaczego nie korzysta Pan/Pani z aplikacji mobilnej banku? Które zdania są w Pana/Pani przypadku prawdziwe?





Odpowiadali tylko osoby, które zadeklarowały niekorzystanie z aplikacji mobilnej. Odpowiedzi nie sumują się do 100.
 Pytanie wielokrotnego wyboru. Pominęto odpowiedzi: „Nie wiem/Trudno powiedzieć” oraz „Inne”.

48 proc. osób woli załatwiać sprawy przez stronę internetową, infolinię lub w oddziale. Bardzo ważną rolę odgrywają również obawy o bezpieczeństwo i brak zaufania do takich nowinek (44 proc.). Z kolei 32 proc. klientów zwyczajnie nie chce instalować w telefonie kolejnych programów. Dużym wyzwaniem dla banków

pozostają też trudności z samym użyciem technologii. Aplikacje wydają się zbyt trudne w obsłudze dla 20 proc. Polaków, a 19 proc. w ogóle nie wie, jak stawiać w nich pierwsze kroki. Kłopoty ze sprzętem blokują dostęp dla 17 proc. osób, za to dawne awarie lub błędy systemu zniechęcają zaledwie 3 proc. grupy.

Dlaczego nie korzysta Pan/Pani z aplikacji mobilnej banku? Które zdania są w Pana/Pani przypadku prawdziwe?		
	 Kobieta	 Mężczyzna
 Wolę załatwiać sprawy w tradycyjnej bankowości internetowej, oddziale lub przez infolinię	51%	44%
 Nie mam zaufania do rozwiązań mobilnych lub mam obawy dotyczące bezpieczeństwa aplikacji	32%	57%
 Aplikacje bankowe wydają mi się zbyt skomplikowane	22%	18%
 Nie wiem, jak zacząć korzystać z aplikacji	14%	24%
 Mam problemy techniczne / mój telefon nie pozwala mi na korzystanie z aplikacji	20%	12%
 Nie chcę instalować dodatkowych aplikacji na telefonie	23%	42%
 Nie korzystam aktywnie z bankowości w ogóle	15%	23%
 Mój bank nie ma aplikacji mobilnej	0%	2%
 Miałem/am złe doświadczenia z aplikacją bankową, np. błędy, awarie, problemy z logowaniem	3%	4%
 Mój bank nie umożliwia załatwienia wszystkich potrzebnych mi spraw poprzez aplikację	0%	6%

Odpowiadali tylko osoby, które zadeklarowały niekorzystanie z aplikacji mobilnej. Odpowiedzi nie sumują się do 100.
 Pytanie wielokrotnego wyboru. Pominęto odpowiedzi: „Nie wiem/Trudno powiedzieć” oraz „Inne”.

Kobiety i mężczyźni zupełnie inaczej tłumaczą swoją niechęć do bankowych rozwiązań w telefonie. Główną barierą dla pań jest silne przyzwyczajenie do tradycyjnych kanałów, na co zwraca uwagę 51 proc. z nich. Z kolei panowie najczęściej wskazują na obawy o bezpieczeństwo oraz brak zaufania do nowinek, a ten problem dotyczy aż 57 proc. tej grupy. Mężczyźni

znacznie częściej nie mają też ochoty na instalację dodatkowych programów (42 proc. wobec 23 proc. u respondentek) oraz po prostu nie wiedzą, jak zacząć korzystać z aplikacji. Panie natomiast częściej napotykają na kłopoty ze sprzętem (20 proc.) i w nieco większym stopniu oceniają obsługę takich narzędzi jako zbyt trudną (22 proc.).

Dlaczego nie korzysta Pan/Pani z aplikacji mobilnej banku? Które zdania są w Pana/Pani przypadku prawdziwe?					
	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
 Wolę załatwiać sprawy w tradycyjnej bankowości internetowej, oddziale lub przez infolinię	74%	93%	32%	63%	44%
 Nie mam zaufania do rozwiązań mobilnych lub mam obawy dotyczące bezpieczeństwa aplikacji	100%	57%	68%	42%	40%
 Aplikacje bankowe wydają mi się zbyt skomplikowane	0%	0%	0%	10%	26%
 Nie wiem, jak zacząć korzystać z aplikacji	74%	0%	0%	0%	24%
 Mam problemy techniczne / mój telefon nie pozwala mi na korzystanie z aplikacji	0%	0%	0%	10%	21%
 Nie chcę instalować dodatkowych aplikacji na telefonie	0%	51%	22%	46%	30%
 Nie korzystam aktywnie z bankowości w ogóle	74%	0%	0%	24%	20%
 Mój bank nie ma aplikacji mobilnej	74%	0%	0%	0%	0%
 Miałem/am złe doświadczenia z aplikacją bankową, np. błędy, awarie, problemy z logowaniem	26%	0%	17%	3%	2%
 Mój bank nie umożliwia załatwienia wszystkich potrzebnych mi spraw poprzez aplikację	0%	0%	24%	7%	0%

Odpowiadali tylko osoby, które zadeklarowały niekorzystanie z aplikacji mobilnej. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pytanie wielokrotnego wyboru. Pominęto odpowiedzi: „Nie wiem/Trudno powiedzieć” oraz „Inne”.

Wśród badanych od 18 do 29 lat na obawy o bezpieczeństwo i brak zaufania wskazano 100 proc. Z kolei trzydziestolatki bardzo mocno trzymają się dawnych nawyków, ponieważ aż 93 proc. z nich woli załatwiać sprawy przez infolinię, stronę internetową lub w oddziale. Wśród osób po czterdziestce na pierwszy plan znów wysuwa się strach o finanse, na co zwraca

uwagę 68 proc. grupy. Dopiero u najstarszych klientów widać bardzo praktyczne problemy. Aż 26 proc. seniorów ocenia aplikacje jako zbyt trudne w obsłudze, a 21 proc. napotyka kłopoty ze sprzętem. Ponadto 24 proc. osób powyżej 60. roku życia zupełnie nie wie, jak zacząć z nich korzystać.

Dlaczego nie korzysta Pan/Pani z aplikacji mobilnej banku? Które zdania są w Pana/Pani przypadku prawdziwe?	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
 Wolę załatwiać sprawy w tradycyjnej bankowości internetowej, oddziale lub przez infolinię	37%	65%	46%	54%
 Nie mam zaufania do rozwiązań mobilnych lub mam obawy dotyczące bezpieczeństwa aplikacji	44%	41%	56%	40%
 Aplikacje bankowe wydają mi się zbyt skomplikowane	25%	20%	16%	14%
 Nie wiem, jak zacząć korzystać z aplikacji	26%	8%	16%	15%
 Mam problemy techniczne / mój telefon nie pozwala mi na korzystanie z aplikacji	22%	6%	23%	10%
 Nie chcę instalować dodatkowych aplikacji na telefonie	32%	33%	52%	19%
 Nie korzystam aktywnie z bankowości w ogóle	24%	14%	27%	6%
 Mój bank nie ma aplikacji mobilnej	2%	0%	0%	0%
 Miałem/am złe doświadczenia z aplikacją bankową, np. błędy, awarie, problemy z logowaniem	3%	0%	0%	10%
 Mój bank nie umożliwia załatwienia wszystkich potrzebnych mi spraw poprzez aplikację	4%	0%	8%	0%

Odpowiadali tylko osoby, które zadeklarowały niekorzystanie z aplikacji mobilnej. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pytanie wielokrotnego wyboru. Pominęto odpowiedzi: „Nie wiem/Trudno powiedzieć” oraz „Inne”.

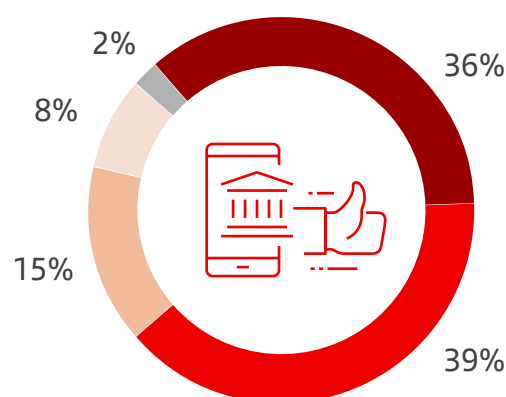


W małych miastach główną barierą dla aplikacji stanowi przyzwyczajenie do tradycyjnych kanałów obsługi, co deklaruje aż 65 proc. osób. Z kolei w średnich ośrodkach dominują obawy o bezpieczeństwo (56 proc.) oraz silna niechęć do instalacji kolejnych programów w telefonie (52 proc.). Mieszkańcy wsi dużo częściej mierzą się z problemami natury praktycznej. Aż 26 proc. z nich nie wie, jak zacząć korzystać z takich narzędzi, a 25 proc. ocenia je jako zbyt trudne w obsłudze. W aglomeracjach widać mocne przywiązanie do bankowości internetowej i placówek (54 proc.), chociaż jednocześnie to właśnie tam niechęć do instalacji nowych programów osiąga najniższy poziom i wynosi 19 proc.



Na ile zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem: *„Nie wyobrażam sobie bankowości bez aplikacji mobilnej”?*

-   Zdecydowanie się zgadzam
-   Raczej się zgadzam
-   Raczej się nie zgadzam
-   Zdecydowanie się nie zgadzam
-   Nie wiem/Trudno powiedzieć



Po zupełnie innej stronie są natomiast osoby, które jasno wskazują, że aplikacje stały się dla nich absolutną podstawą codziennych finansów. Aż 75 proc. osób wprost deklaruje, że nie wyobraża sobie usług bankowych bez

telefonu. W tej grupie 36 proc. całkowicie popiera tę opinię, a 39 proc. raczej się z nią zgadza. Przeciwnie zdanie ma łącznie 23 proc. użytkowników, a zaledwie 2 proc. nie ma w tej sprawie jasnego stanowiska.

Na ile zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem: „Nie wyobrażam sobie bankowości bez aplikacji mobilnej”?	 Kobieta	 Mężczyzna
 Zdecydowanie się zgadzam	37%	36%
 Raczej się zgadzam	42%	36%
 Raczej się nie zgadzam	13%	17%
 Zdecydowanie się nie zgadzam	6%	10%
 Nie wiem/ Trudno powiedzieć	2%	1%

Panie nieco mocniej przywiązały się do bankowości w telefonie. Aż 79 proc. z nich nie wyobraża sobie finansów bez aplikacji. Wśród mężczyzn ten sam wskaźnik osiąga poziom 72 proc.

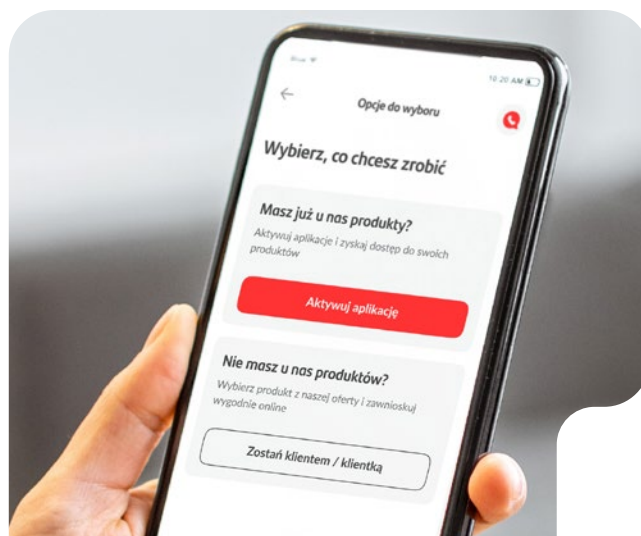
Na ile zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem: „Nie wyobrażam sobie bankowości bez aplikacji mobilnej”?	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
 Zdecydowanie się zgadzam	38%	39%	37%	32%	35%
 Raczej się zgadzam	36%	42%	37%	43%	37%
 Raczej się nie zgadzam	17%	14%	18%	14%	13%
 Zdecydowanie się nie zgadzam	9%	3%	6%	8%	13%
 Nie wiem/Trudno powiedzieć	0%	1%	2%	3%	2%

Wiek klientów nie ma dużego wpływu na ich pozytywny stosunek do bankowości w telefonie. Największy entuzjazm wykazują osoby w wieku od 30 do 39 lat. Łącznie aż 81 proc. z nich nie wyobraża sobie finansów bez aplikacji. W innych grupach wiekowych poparcie dla tego poglądu również utrzymuje się na wysokim

poziomie i za każdym razem przekracza 70 proc. Wyraźny sprzeciw widać trochę mocniej dopiero u najstarszych klientów. Życie bez bankowości mobilnej akceptuje 13 proc. seniorów, podczas gdy u trzydziślatków ten sam wskaźnik wynosi zaledwie 3 proc.

Na ile zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem: „Nie wyobrażam sobie bankowości bez aplikacji mobilnej”?	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
 Zdecydowanie się zgadzam	33%	34%	38%	46%
 Raczej się zgadzam	41%	40%	41%	30%
 Raczej się nie zgadzam	19%	14%	10%	14%
 Zdecydowanie się nie zgadzam	6%	10%	9%	9%
 Nie wiem/Trudno powiedzieć	1%	1%	2%	1%

Badani ze średnich miast najchętniej potwierdzają, że aplikacja mobilna to dla nich absolutna podstawa. W tej grupie łącznie aż 79 proc. klientów nie wyobraża sobie usług bankowych bez telefonu. W największych aglomeracjach podobne zdanie ma 76 proc. użytkowników. Z kolei na wsiach oraz w małych miastach suma pozytywnych ocen osiąga poziom 74 proc.



Na ile zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem:

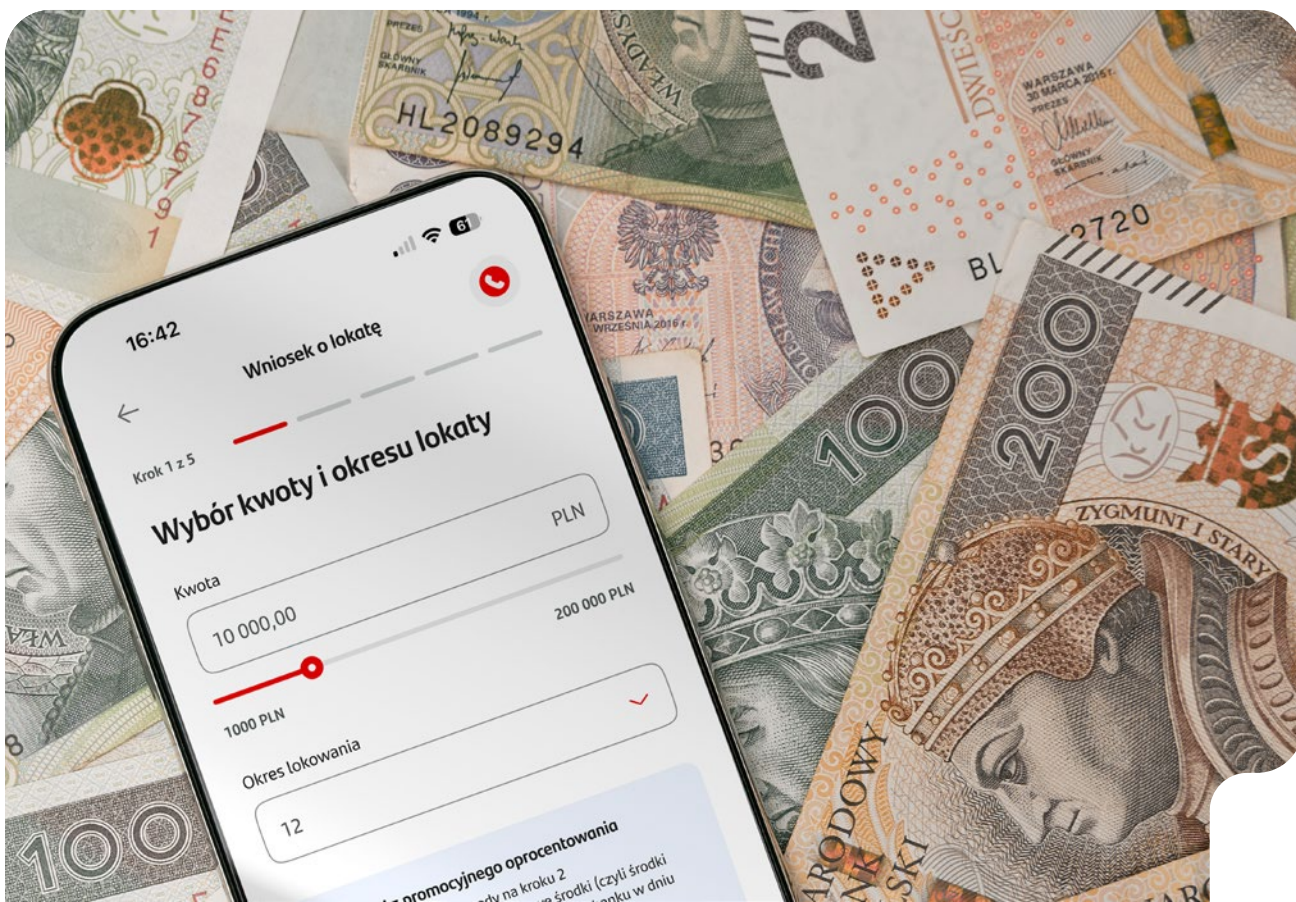
„Nie wyobrażam sobie bankowości bez aplikacji Mobilnej”?

Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową?

	 Dobrze	 Ani dobrze, ani źle	 Źle
 Zdecydowanie się zgadzam	40%	37%	23%
 Raczej się zgadzam	39%	39%	38%
 Raczej się nie zgadzam	11%	17%	26%
 Zdecydowanie się nie zgadzam	8%	5%	13%
 Nie wiem/ Trudno powiedzieć	1%	2%	0%

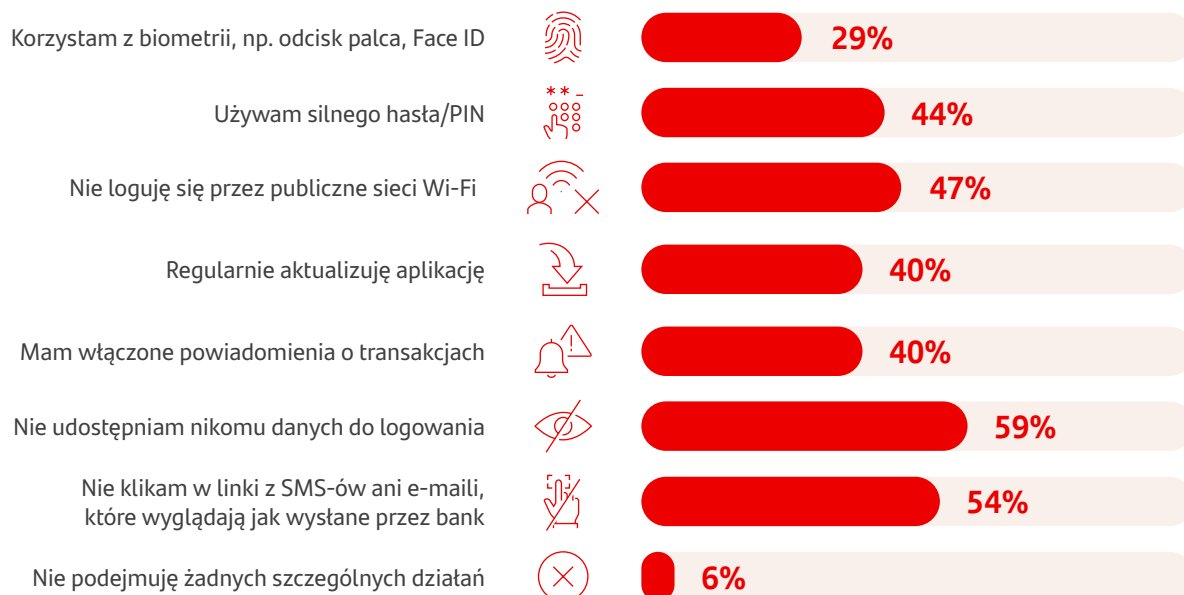
Kondycja domowego budżetu ma ogromny wpływ na przywiązanie ludzi do aplikacji. Wśród osób z dobrą sytuacją finansową łącznie 79 proc. zupełnie nie wyobraża sobie bankowości bez takiego oprogramowania. W tej grupie panuje również największa pewność co do tego poglądu, ponieważ aż 40 proc. klientów wyraża go w sposób zdecydowany. Przy średniej ocenie własnego

portfela całkowita suma pozytywnych wskazań spada do 76 proc., chociaż odsetek nieco mniej przekonanych sympatyków aplikacji w obu grupach wynosi 39 proc. Zdecydowanie inaczej prezentują się wyniki u ludzi w trudnej sytuacji życiowej. W ich przypadku brak bankowości w telefonie nie stanowi żadnego problemu dla 39 proc. osób, co stanowi najwyższy odsetek.





Jakie działania podejmuje Pan/Pani świadomie, aby zwiększyć bezpieczeństwo korzystania z aplikacji bankowej?



Odpowiadali tylko osoby, które zadeklarowały korzystanie z aplikacji mobilnej. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pytanie wielokrotnego wyboru. Pominięto odpowiedzi: „Nie wiem/Trudno powiedzieć” oraz „Inne”.

Świadomość cyfrowych zagrożeń pozostawia jeszcze wiele do życzenia, ponieważ duża część użytkowników zapomina o elementarnych zasadach ostrożności. Tylko 59 proc. ankietowanych nie udostępnia nikomu danych do logowania, 54 proc. unika fałszywych linków, a 47 proc.

nie korzysta z publicznych sieci Wi-Fi. Mniej niż połowa stosuje silne hasło lub PIN, regularnie aktualizuje aplikację i śledzi powiadomienia o transakcjach. To oznacza, że dla dużej części klientów bezpieczeństwo nadal nie jest codziennym nawykiem.

Jakie działania podejmuje Pan/ Pani świadomie, aby zwiększyć bezpieczeństwo korzystania z aplikacji bankowej?	 Kobieta	 Mężczyzna
 Korzystam z biometrii, np. odcisk palca, Face ID	26%	33%
 Używam silnego hasła/PIN	42%	45%
 Nie loguję się przez publiczne sieci Wi-Fi	46%	47%
 Regularnie aktualizuję aplikację	36%	44%
 Mam włączone powiadomienia o transakcjach	38%	41%
 Nie udostępniam nikomu danych do logowania	62%	56%
 Nie klikam w linki z SMS-ów ani e-maili, które wyglądają jak wysłane przez bank	56%	52%
 Nie podejmuję żadnych szczególnych działań	5%	8%

Odpowiadali tylko osoby, które zadeklarowały korzystanie z aplikacji mobilnej. Odpowiedzi nie sumują się do 100.
Pytanie wielokrotnego wyboru. Pominęto odpowiedzi: „Nie wiem/Trudno powiedzieć” oraz „Inne”.

62 proc. kobiet rygorystycznie chroni swoje hasła, a 56 proc. uważnie ignoruje fałszywe linki z wiadomości. Mężczyźni chętniej stawiają za to na narzędzia technologiczne. Nowoczesną biometrię stosuje 33 proc.

panów, a o instalacji najnowszych wersji programu pamięta 44 proc. tej grupy. Z kolei unikanie publicznych sieci to uniwersalna reguła, której przestrzega blisko 46 proc. wszystkich użytkowników.



Jakie działania podejmuje Pan/ Pani świadomie, aby zwiększyć bezpieczeństwo korzystania z aplikacji bankowej?	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
 Korzystam z biometrii, np. odcisk palca, Face ID	37%	30%	37%	20%	23%
 Używam silnego hasła/PIN	37%	33%	53%	44%	48%
 Nie loguję się przez publiczne sieci Wi-Fi	32%	39%	46%	51%	60%
 Regularnie aktualizuję aplikację	34%	32%	46%	36%	47%
 Mam włączone powiadomienia o transakcjach	41%	33%	47%	30%	45%
 Nie udostępniam nikomu danych do logowania	37%	49%	65%	60%	75%
 Nie klikam w linki z SMS-ów ani e-maili, które wyglądają jak wysłane przez bank	46%	39%	61%	51%	65%
 Nie podejmuję żadnych szczególnych działań	4%	4%	4%	9%	10%

Odpowiadali tylko osoby, które zadeklarowały korzystanie z aplikacji mobilnej. Odpowiedzi nie sumują się do 100.
Pytanie wielokrotnego wyboru. Pominęto odpowiedzi: „Nie wiem/Trudno powiedzieć” oraz „Inne”.

37 proc. najmłodszych dorosłych chętnie używa biometrii, ale niestety ta grupa najczęściej ignoruje podstawy bezpieczeństwa. Wśród dorosłych do 29 lat zaledwie 37 proc. osób trzyma w tajemnicy swoje hasła, a tylko 32 proc. omija publiczne sieci Wi-Fi. Zdecydowanie większą odpowiedzialnością w tych kwestiach wykazują

się seniorzy. Aż 75 proc. klientów powyżej 60 lat pilnie strzeże dostępu do konta, a 65 proc. ignoruje linki z wiadomości. Z kolei czterdziestolatkowie najsukuteczniej łączą obie te sfery, ponieważ 53 proc. tej grupy stosuje trudny kod PIN, a 47 proc. regularnie sprawdza alerty o transakcjach.



Jakie działania podejmuje Pan/ Pani świadomie, aby zwiększyć bezpieczeństwo korzystania z aplikacji bankowej?		Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
	Korzystam z biometrii, np. odcisk palca, Face ID	27%	23%	37%	33%
	Używam silnego hasła/PIN	40%	44%	46%	51%
	Nie loguję się przez publiczne sieci Wi-Fi	44%	52%	46%	46%
	Regularnie aktualizuję aplikację	30%	47%	45%	45%
	Mam włączone powiadomienia o transakcjach	35%	39%	43%	49%
	Nie udostępniam nikomu danych do logowania	52%	64%	61%	67%
	Nie klikam w linki z SMS-ów ani e-maili, które wyglądają jak wysłane przez bank	48%	60%	51%	60%
	Nie podejmuję żadnych szczególnych działań	7%	7%	6%	5%

Odpowiadali tylko osoby, które zadeklarowały korzystanie z aplikacji mobilnej. Odpowiedzi nie sumują się do 100.
Pytanie wielokrotnego wyboru. Pominęto odpowiedzi: „Nie wiem/Trudno powiedzieć” oraz „Inne”.

W metropoliach aż 67 proc. osób zachowuje w tajemnicy swoje hasła. W ośrodkach do 50 tysięcy mieszkańców regułę tę stosuje 64 proc. klientów. Obie te grupy z ostrożnością traktują też fałszywe linki z SMS-ów, co wprost deklaruje po 60 proc. ich reprezentantów. Zdecydowanie najstabiliej pod kątem bezpieczeństwa

wypada społeczność wiejska. Tylko 52 proc. ankietowanych z tych terenów nikomu nie zdradza kodów dostępu, a zaledwie 30 proc. z nich pamięta o instalacji nowszych wersji oprogramowania na telefonie. Z kolei 37 proc. użytkowników ze średnich miast korzysta z biometrii.



Zakończenie

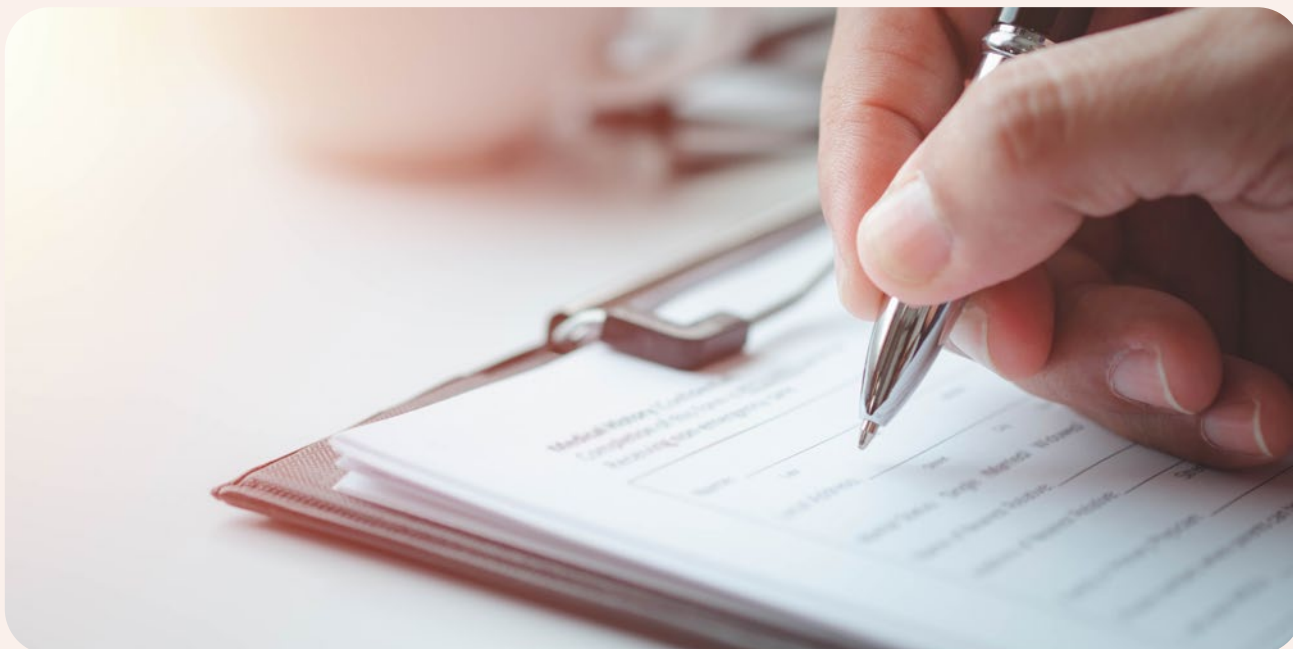


Raport „Polaków Portfel Własny: Na bank w aplikacji” potwierdza, że bankowość mobilna przestała być jedynie nowinką, a stała się fundamentem codziennego zarządzania finansami. Już 81 proc. Polaków przyznaje, że aplikacja ułatwia im życie i oszczędza czas, a dla trzech czwartych ankietowanych (75 proc.) życie bez mobilnego dostępu do banku jest już niemal niewyobrażalne.

Smartfon stał się naszym osobistym centrum dowodzenia finansami – aż 66 proc. Polaków korzysta z bankowości mobilnej codziennie lub kilka razy w tygodniu, najczęściej w domowym zaciszu (54 proc.), gdzie na spokojnie kontrolują między innymi historię transakcji. To kluczowa funkcja dla 70 proc. użytkowników. Ewolucja ta idzie jednak dalej: wielu osobom aplikacja bankowa skutecznie zastępuje także fizyczny portfel. Potwierdza to 57 proc. ankietowanych, którym zdarza się wyjść z domu wyłącznie z telefonem. Coraz chętniej wykorzystujemy bankowość mobilną także do spraw pozabankowych – 54 proc. respondentów optała w ten sposób parkingi czy kupuje bilety komunikacji miejskiej.

Wyniki badania wskazują również na rosnącą gotowość do pełnej cyfryzacji procesów sprzedażowych. Już 62 proc. Polaków w razie potrzeby założyłoby konto osobiste w całości przez smartfona, a 37 proc. byłoby skłonnych nabyć inne produkty finansowe bez żadnego kontaktu z doradcą. Kluczowym warunkiem tego zaufania pozostaje jednak bezpieczeństwo, o które powinniśmy jeszcze bardziej świadomie zadbać. Pokazuje to wynik jedynie 59 proc. badanych, którzy przyznają, że nie udostępniają nikomu swoich danych do logowania.

Mamy nadzieję, że wnioski, które płyną z tegorocznej edycji raportu, będą inspirującym spojrzeniem na dynamicznie zmieniający się świat finansów osobistych, w którym wygoda i nowoczesność stają się standardem dostępnym na jedno kliknięcie.



Informacja o badaniu

Badanie zostało zrealizowane na zlecenie Santander Consumer Banku metodą telefonicznych, standaryzowanych wywiadów kwestionariuszowych wspomaganych komputerowo (CATI), przeprowadzonych przez Instytut Badań Rynkowych i Społecznych (IBRiS) w dniach 7-20 maja 2026 r. W badaniu wzięła udział reprezentatywna grupa dorosłych Polaków. Próba n = 1000.

Santander Consumer Bank – jest jednym z liderów rynku consumer finance w Polsce. Oferuje klientom szeroki zakres produktów obejmujący kredyty gotówkowe, kredyty ratalne, kredyt celowy, karty kredytowe oraz lokaty i rachunek oszczędnościowy. Produkty dystrybuowane są online oraz poprzez sieć oddziałów oraz sklepy i punkty usługowe.

Więcej na www.santanderconsumer.pl