

Polaków Portfel Własny

Na bank w aplikacji



Spis treści

03

Wstęp

05

Finanse w aplikacji

Rozdział I.

13

Bank? Tylko w aplikacji

Rozdział II.

19

**Aplikacja mobilna,
czyli Twój asystent
zarządzania budżetem**

Rozdział III.

25

Nowoczesne bankowanie

Rozdział IV.

28

Zakończenie
Informacja o badaniu

Wstęp



Rynek bankowości mobilnej w Polsce dynamicznie się rozwija, a aplikacje stały się istotnym kanałem obsługi klientów. Z raportu Związku Banków Polskich „NetB@nk” za I kwartał 2025 roku wynika, że liczba aktywnych użytkowników aplikacji mobilnych banków przekroczyła 25 mln, co oznacza wzrost o 6 p.p. w porównaniu do IV kwartału 2024 r. W tym samym okresie, zanotowano wzrost na poziomie 7 p.p. osób korzystających z bankowości internetowej, którzy logują się przynajmniej raz w miesiącu. Teraz to blisko 24 mln użytkowników. Te dane wskazują, że klienci coraz bardziej ufają rozwiązaniom cyfrowym i chętniej powierzają instytucjom finansowym obsługę swoich środków online. Aby lepiej zrozumieć dynamikę tych zmian, 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 często Polacy korzystają z aplikacji mobilnych banku oraz które funkcje są dla nich najważniejsze. Odpowiemy także na pytanie, co zniechęca ich do korzystania z tej formy obsługi swoich finansów.

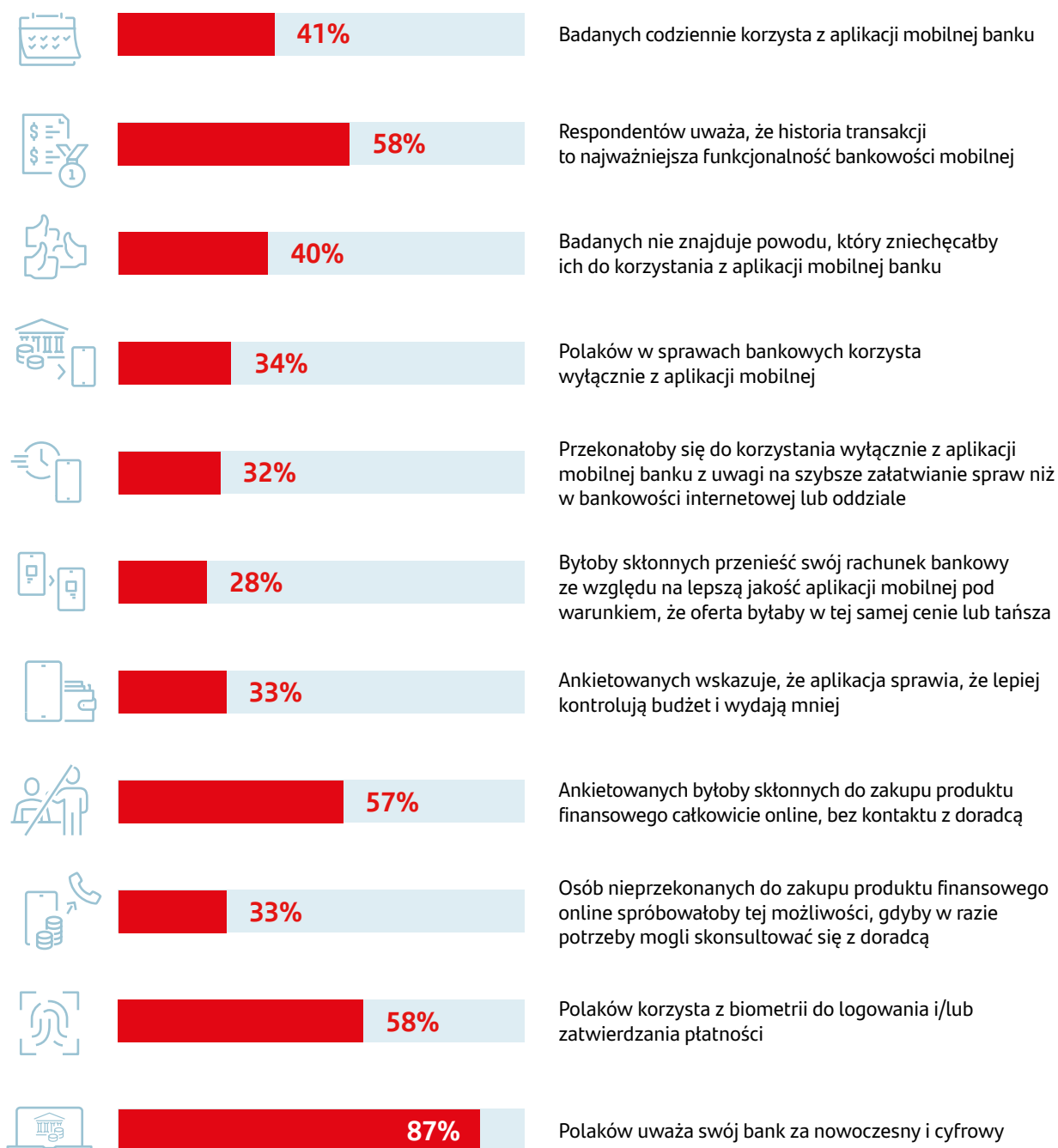
Druga część skupia się na roli aplikacji mobilnej jako głównego narzędzia do zarządzania usługami bankowymi i swoimi środkami. Omówimy w niej, na ile Polacy są gotowi zrezygnować z tradycyjnej bankowości internetowej na rzecz obsługi wyłącznie poprzez smartfon oraz jakie czynniki mogłyby ich do tego przekonać. Analizujemy również, czy jakość i funkcjonalność aplikacji może być na tyle istotnym kryterium, by skłonić klientów do przeniesienia konta, kredytu czy oszczędności do innej instytucji finansowej.

Trzeci rozdział koncentruje się na wpływie aplikacji bankowych na decyzje finansowe i zakupowe Polaków. Sprawdzamy, w jaki sposób mobilny dostęp do konta i finansów kształtuje codzienne wybory konsumenckie – od większej skłonności do wydawania pieniędzy, po rezygnację z zakupu po sprawdzeniu salda. Badamy także otwartość klientów na nabywanie produktów finansowych, takich jak kredyty czy lokaty, całkowicie online oraz wskazujemy, jakie czynniki mogłyby zwiększyć ich gotowość do takiej formy obsługi.

W czwartym rozdziale raportu przyglądamy się temu, czy Polacy korzystają z biometrycznych zabezpieczeń takich jak odcisk palca czy Face ID, które oferują ich aplikacje. Pytamy także o to, czy uważają, że ich bank oferuje nowoczesne usługi.

Serdecznie zapraszamy do lektury
Zespół Santander Consumer Banku

Kluczowe dane z raportu:



Finanse w aplikacji



Cyfrowa rzeczywistość przenika kolejne sfery życia Polaków, a zarządzanie pieniędzmi często już odbywa się w świecie mobilnym. Chętnie sięgamy po aplikacje bankowe i widzimy wiele korzyści z ich użytkowania.

Jak często korzysta Pan/Pani z aplikacji mobilnej banku (na telefonie)?


41%

Codziennie


34%

Kilka razy w tygodniu


8%

Kilka razy w miesiącu


2%

Raz w miesiącu


>1%

Rzadziej niż raz w miesiącu


2%

Nie korzystam, ale planuję zacząć


11%

Nie korzystam i nie planuję korzystać


>1%

Mój bank nie ma aplikacji mobilnej


>1%

Nie wiem/Trudno powiedzieć

Aż 41 proc. respondentów deklaruje, że używa aplikacji codziennie, a 34 proc. więcej niż raz w tygodniu. Sporadyczne logowanie kilka razy w miesiącu dotyczy prawie co dziesiątego Polaka (8 proc.). Tylko 2 proc. osób przyznaje, że robi to w tym czasie tylko raz. Taki

sam odsetek twierdzi, że jeszcze nie używa rozwiązań mobilnych swojego banku, ale planuje, a niecały 1 proc. deklaruje, że ich bank nie udostępnia takiej opcji. Z kolei 11 proc. ankietowanych nie korzysta z aplikacji i nie zamierza tego robić.

Jak często korzysta Pan/Pani z aplikacji mobilnej banku (na telefonie)?					
	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
Codziennie	51%	55%	47%	33%	29%
Kilka razy w tygodniu	43%	33%	40%	45%	24%
Kilka razy w miesiącu	4%	8%	4%	9%	12%
Raz w miesiącu	0%	0%	1%	2%	3%
Rzadziej niż raz w miesiącu	1%	0%	1%	1%	0%
Nie korzystam, ale planuję zacząć	1%	1%	2%	0%	4%
Nie korzystam i nie planuję korzystać	0%	1%	4%	5%	28%
Mój bank nie ma aplikacji mobilnej	0%	0%	0%	4%	0%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Chęć zarządzania finansami za pośrednictwem aplikacji bankowej różni się w zależności od wieku ankietowanych. Bardziej przychylne tego typu rozwiązaniom są młodsze pokolenia. Po mobilne produkty najczęściej sięgają trzydziestolatkowie – aż 55 proc. z nich robi to codziennie.

W grupie osób w wieku 18–29 lat z taką samą intensywnością loguje się połowa ankietowanych (51 proc.), natomiast wśród 60+ jest to tylko 29 proc. Dodatkowo, 28 proc. najstarszych badanych twierdzi, że w ogóle nie korzysta i nie planuje korzystać z aplikacji mobilnej.

Jak często korzysta Pan/Pani z aplikacji mobilnej banku (na telefonie)?	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasto 250 tys. + mieszkańców
 Codziennie	42%	34%	48%	43%
 Kilka razy w tygodniu	37%	31%	35%	33%
 Kilka razy w miesiącu	9%	13%	4%	5%
 Raz w miesiącu	2%	2%	1%	0%
 Rzadziej niż raz w miesiącu	0%	0%	1%	2%
 Nie korzystam, ale planuję zacząć	0%	7%	1%	0%
 Nie korzystam i nie planuję korzystać	9%	13%	9%	16%
 Mój bank nie ma aplikacji mobilnej	1%	0%	0%	2%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Wpływ na korzystanie z aplikacji ma także miejsce zamieszkania respondentów. Codziennie loguje się do niej blisko połowa (48 proc.) mieszkańców ośrodków od 50 do 250 tys. rezydentów. W największych aglomeracjach oraz małych miastach z kolei największy odsetek uczestników

badania deklaruwał, że nie zamierza w ogóle korzystać z rozwiązań mobilnych swojego banku – odpowiednio 16 proc. oraz 13 proc. Natomiast w miejscowościach do 50 tys. mieszkańców 7 proc. ankietowanych planuje zacząć.

Jakie funkcje w aplikacji mobilnej są dla Pana/Pani najważniejsze?



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

Najważniejszym zadaniem aplikacji mobilnej pozostaje kontrola finansów. 58 proc. użytkowników wskazuje na podgląd historii transakcji, a 44 proc. możliwość wykonywania przelewów, w tym również cyklicznych jako kluczowe funkcje. Dla 28 proc. respondentów to zarządzanie kredytami i kartami, w tym np. sprawdzanie ich stanu stanowi najistotniejszy element. Co czwarty badany oczekuje powiadomień push o transakcjach, a ponad jedna piąta (22 proc.) ceni logowanie i autoryzację biometryczną.

Ważną rolę zdaniem 18 proc. Polaków odgrywa także możliwość zakładania lokat oraz składania wniosków

kredytowych. Dla kolejnych 14 proc. spłaty kart i rat pożyczek są przydatną funkcją w aplikacji. Przeszło co dziesiąty uczestnik badania wskazał na zakup produktów dodatkowych, takich jak ubezpieczenie czy opłaty za parkowanie (11 proc.). Znaczenie ma także personalizacja oraz zdobywanie punktów i nagród – te odpowiedzi wybrało po 9 proc. ankietowanych. Możliwość kontaktu z bankiem przez czat, a także opcję dostosowania wyglądu aplikacji ceni sobie najmniejszy odsetek respondentów – odpowiednio 8 proc. i 7 proc.

Jakie funkcje w aplikacji mobilnej są dla Pana/Pani najważniejsze?	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
Zlecenie przelewów, przelewów cyklicznych	35%	37%	40%	37%	61%
Wygodna spłata raty kredytu lub karty	12%	13%	17%	9%	18%
Historia transakcji	61%	57%	53%	61%	61%
Możliwość zakładania lokat, wniosków kredytowych	15%	21%	18%	20%	14%
Kontakt przez czat	9%	12%	8%	8%	2%
Zarządzanie swoimi kredytami i kartami (w tym np. sprawdzanie ich stanu)	28%	29%	28%	27%	30%
Powiadomienia push o transakcjach	22%	25%	19%	27%	28%
Możliwość dostosowania wyglądu aplikacji	18%	12%	7%	2%	1%
Biometria jako metoda logowania i autoryzacji	26%	22%	30%	18%	16%
Zakup produktów dodatkowych (ubezpieczenie, opłaty za parkowanie itp.)	13%	8%	9%	14%	12%

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

Najbardziej uniwersalną funkcją aplikacji bankowych, docenianą we wszystkich grupach wiekowych, jest dostęp do historii transakcji – wskazuje na nią ponad połowa badanych. Najczęściej korzystają z niej osoby starsze oraz najmłodszy (61 proc. w grupach 18–29, 50–59 i 60+ lat). Wraz z wiekiem rośnie znaczenie przelewów – tę funkcję ceni aż 61 proc. Polaków po 60. roku życia, podczas gdy wśród 18–29-latków jedynie 35 proc. Z kolei Ci młodzi

użytkownicy częściej zwracają uwagę na możliwość personalizacji aplikacji (18 proc. vs. zaledwie 1 proc. wśród seniorów). Logowanie biometryczne wybrało 30 proc. czterdziestolatków, ale tylko 16 proc. osób powyżej 60 lat. Natomiast starsi użytkownicy (50–59 i 60+) wyraźnie preferują powiadomienia push (27–28 proc. wobec 19 proc. w grupie 40–49 lat).

Jakie funkcje w aplikacji mobilnej są dla Pana/Pani najważniejsze?	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasto 250 tys. + mieszkańców
 Zlecenie przelewów, przelewów cyklicznych	50%	32%	48%	38%
 Wygodna spłata raty kredytu lub karty	11%	18%	15%	17%
 Historia transakcji	61%	57%	59%	54%
 Możliwość zakładania lokat, wniosków kredytowych	13%	28%	18%	14%
 Kontakt przez czat	6%	5%	9%	12%
 Zarządzanie swoimi kredytami i kartami (w tym np. sprawdzanie ich stanu)	24%	30%	36%	30%
 Powiadomienia push o transakcjach	22%	28%	18%	32%

	Możliwość dostosowania wyglądu aplikacji	7%	8%	8%	6%
	Biometria jako metoda logowania i autoryzacji	17%	25%	19%	33%
	Zakup produktów dodatkowych (ubezpieczenie, opłaty za parkowanie itp.)	12%	12%	7%	13%
	Personalizacja, czyli dostosowanie ofert produktów do moich potrzeb i oczekiwań	9%	7%	11%	7%
	Możliwość zdobywania punktów lub nagród	12%	8%	9%	4%

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

Analiza wyników według miejsca zamieszkania pokazuje wyraźne różnice w priorytetach użytkowników. Połowa badanych z terenów wiejskich wskazała na przelewy (dla porównania: 32 proc. w małych miastach, 48 proc. w średnich i 38 proc. w dużych). Historia transakcji jest natomiast istotna dla 61 proc. z nich i jest to najwyższy wynik dla tej odpowiedzi we wszystkich grupach. Mieszkańcy małych miast (do 50 tys. ludności) częściej niż inni interesują się ofertą produktową – możliwość zakładania lokat lub składania wniosków kredytowych wybrało 28 proc. Biometrię jako metodę logowania wybrał jeden na czterech z nich. W średnich miastach szczególne znaczenie ma zarządzanie kredytami i kartami – tę funkcję

wskazało 36 proc. respondentów, co stanowi najwyższy odsetek spośród wszystkich kategorii. W metropoliach rośnie znaczenie nowoczesnych i szybkich rozwiązań: biometrię wskazało 33 proc. mieszkańców, powiadomienia push – 32 proc., a kontakt przez chat – 12 proc. Wyniki te są wyraźnie wyższe niż w mniejszych miejscowościach. Programy lojalnościowe tracą na popularności wraz z poziomem urbanizacji (12 proc. na terenach wiejskich wobec 4 proc. w dużych miastach). Z kolei personalizacja wyglądu aplikacji pozostaje niszowa we wszystkich grupach (6–8 proc.), a zakup produktów dodatkowych utrzymuje się na zbliżonym, umiarkowanym poziomie (7–13 proc.).

Jakie funkcje w aplikacji mobilnej są dla Pana/Pani najważniejsze?	 Kobieta	 Mężczyzna
Zlecenie przelewów, przelewów cyklicznych	46%	41%
Wygodna spłata raty kredytu lub karty	18%	11%
Historia transakcji	61%	55%
Możliwość zakładania lokat, wniosków kredytowych	16%	20%
Kontakt przez chat	8%	7%
Zarządzanie swoimi kredytami i kartami (w tym np. sprawdzanie ich stanu)	31%	26%
Powiadomienia push o transakcjach	22%	27%
Możliwość dostosowania wyglądu aplikacji	5%	9%
Biometria jako metoda logowania i autoryzacji	17%	28%
Zakup produktów dodatkowych (ubezpieczenie, opłaty za parkowanie itp.)	11%	11%
Personalizacja, czyli dostosowanie ofert produktowych do moich potrzeb i oczekiwań	9%	8%
Możliwość zdobywania punktów lub nagród	10%	8%

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

Kobiety częściej niż mężczyźni stawiają na funkcje związane z codzienną obsługą finansów: zlecenie przelewów (46 proc. vs. 41 proc.), historię transakcji (61 proc. vs. 55 proc.) oraz zarządzanie pożyczkami i kartami (31 proc. vs. 26 proc.). Również wygodna spłata raty kredytu lub karty jest dla nich ważniejsza (18 proc. vs. 11 proc. mężczyzn). Panowie z kolei wyraźnie częściej stawiają na rozwiązania technologiczne. Biometrię jako metodę logowania wybrało 28 proc. w porównaniu do 17 proc. Polek, a możliwość dopasowania wyglądu

aplikacji 9 proc. vs. 5 proc. respondentek. Powiadomienia push również są dla nich istotniejsze 27 proc. vs. 22 proc. wśród kobiet. W obu grupach niski, zbliżony poziom, mają takie funkcje jak zakup produktów dodatkowych (po 11 proc.) czy programy lojalnościowe (10 proc. uczestniczki, 8 proc. uczestnicy badania). Panie wyraźnie częściej oczekują prostoty i pełnej kontroli nad finansami w codziennym użytkowaniu, podczas gdy mężczyźni bardziej zwracają uwagę na aspekty technologiczne i nowoczesne formy dostępu do aplikacji.

Czy jest coś, co zniechęca Pana/Panią do korzystania z aplikacji mobilnej banku?



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

Ponieważ wielu Polaków korzysta z aplikacji i to regularnie, stosunkowo duży odsetek, bo już czterech na dziesięciu, nie widzi nic co ich zniechęca do korzystania z tego narzędzia. To może oznaczać rosnące w społeczeństwie zaufanie do mobilnych rozwiązań bankowych. Część badanych wskazuje, że są jednak pewne bariery. Najczęściej są to obawy o bezpieczeństwo – wskazało tak 27 proc. ogółu respondentów. Na drugim miejscu znajdują się problemy techniczne i awarie (11 proc.), ograniczenia wynikające

ze sprzętu – zbyt mały ekran urządzenia (11 proc.) czy zbyt skomplikowana obsługa i problemy z dostępem do Internetu (po 10 proc.). Prawie dla jednego na dziesięciu badanych jest to zbyt duża liczba powiadomień (9 proc.), a 8 proc. badanych wskazało, że woli kontakt z konsultantem. 7 proc. ankietowanych deklaruje, że przeszkodą jest brak potrzebnych funkcji, a 5 proc. otwarcie przyznaje, że nie wie, jak zainstalować aplikację na swój telefon.

Czy jest coś, co zniechęca Pana/Panią do korzystania z aplikacji mobilnej banku?	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
Zbyt skomplikowana w obsłudze	3%	7%	2%	8%	19%
Zbyt mały ekran urządzenia	2%	7%	8%	15%	17%
Brak potrzebnych funkcji	11%	6%	13%	7%	2%
Obawy o bezpieczeństwo	18%	27%	13%	25%	38%
Problemy techniczne lub awarie	22%	18%	10%	15%	3%
Zbyt duża liczba powiadomień	9%	17%	7%	6%	5%
Wolę kontakt z konsultantem (osobisty, telefoniczny, czat)	6%	10%	5%	1%	13%
Problemy z dostępem do Internetu, niestabilne łącze, źle działa na moim telefonie	14%	11%	15%	9%	6%
Nie wiem, jak zainstalować aplikację	1%	3%	1%	0%	12%
Nic mnie nie zniechęca	38%	38%	43%	39%	39%

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

W analizie wieku ankietowanych uwagę zwraca wyraźny kontrast między najmłodszymi a najstarszymi użytkownikami. Na zbyt skomplikowaną obsługę aplikacji wskazało jedynie 3 proc. osób w wieku 18-29 lat, podczas gdy w grupie 60+ odsetek ten sięga już 19 proc. Podobny trend dotyczy zbyt małego ekranu urządzenia, który stanowi problem dla tylko 2 proc. najmłodszych, ale już dla 17 proc. najstarszych badanych. Obawy o bezpieczeństwo najrzadziej zgłaszają czterdziestolatkowie (13 proc.), gdy wśród seniorów dotyczą one aż 38 proc. Młodzi użytkownicy (18-29 lat) częściej natomiast zwracają

uwagę na problemy techniczne i awarie (22 proc. wobec 10 proc. w grupie 40-49 lat i jedynie 3 proc. wśród osób 60+). Dla seniorów dodatkową barierą okazuje się brak wiedzy, jak samodzielnie zainstalować aplikację – wskazało na to 12 proc. osób w tej grupie wiekowej, przy zaledwie 0-3 proc. wśród pozostałych respondentów. Dane te podkreślają konieczność dostosowania interfejsu i funkcjonalności aplikacji bankowych do potrzeb osób starszych oraz wskazują na duży potencjał działań edukacyjnych i informacyjnych, które mogą zwiększyć ich komfort i zaufanie do bankowości mobilnej.

Czy jest coś, co zniechęca Pana/Panią do korzystania z aplikacji mobilnej banku?	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasto 250 tys. + mieszkańców
 Zbyt skomplikowana w obsłudze	9%	9%	13%	8%
 Zbyt mały ekran urządzenia	10%	11%	10%	14%
 Brak potrzebnych funkcji	9%	5%	7%	6%
 Obawy o bezpieczeństwo	31%	23%	23%	25%
 Problemy techniczne lub awarie	11%	11%	14%	10%

	Zbyt duża liczba powiadomień	7%	7%	9%	14%
	Wolę kontakt z konsultantem (osobisty, telefoniczny, czat)	9%	9%	7%	7%
	Problemy z dostępem do Internetu, niestabilne łącze, źle działa na moim telefonie	12%	9%	10%	7%
	Nie wiem, jak zainstalować aplikację	2%	7%	6%	8%
	Nic mnie nie zniechęca	34%	43%	45%	42%

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

Największe obawy o bezpieczeństwo deklarują ankietowani z obszarów wiejskich (31 proc.). Osoby zamieszkujące największe aglomeracje częściej niż inni respondenci wskazywali na zbyt mały ekran urządzenia i zbyt dużą ilość

powiadomień push (po 14 proc.), a także to, że nie wiedzą, jak zainstalować aplikację (8 proc.). Co ciekawe, najwięcej osób, których nic nie zniechęca do korzystania z aplikacji, mieszka w średnich miastach (45 proc.).

Czy jest coś, co zniechęca Pana/Panią do korzystania z aplikacji mobilnej banku?	 Kobieta	 Mężczyzna
Zbyt skomplikowana w obsłudze	10%	9%
Zbyt mały ekran urządzenia	11%	10%
Brak potrzebnych funkcji	7%	6%
Obawy o bezpieczeństwo	25%	28%
Problemy techniczne lub awarie	13%	9%
Zbyt duża liczba powiadomień	8%	9%
Wolę kontakt z konsultantem (osobisty, telefoniczny, czat)	6%	11%
Problemy z dostępem do Internetu, niestabilne łącze, źle działa na moim telefonie	11%	9%
Nie wiem, jak zainstalować aplikację	4%	6%
Nic mnie nie zniechęca	42%	37%

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

Kobiety częściej niż mężczyźni wskazują na problemy techniczne lub awarie (13 proc. vs 9 proc.) oraz problemy z dostępem do Internetu (11 proc. vs 9 proc.). Z kolei panowie częściej deklarują obawy o bezpieczeństwo (28 proc. vs 25 proc.) oraz preferencję kontaktu z konsultantem (11 proc. vs 6 proc.), co może świadczyć o większym przywiązaniu do tradycyjnych form kontaktu.

Warto również zauważyć, że więcej Polek deklaruje, że nic ich nie zniechęca do korzystania z aplikacji (42 proc. wobec 37 proc. wśród mężczyzn). Rozbieżności w pozostałych kategoriach są niewielkie, jednak łącznie wskazują na subtelne różnice w doświadczeniach i oczekiwaniach w zależności od płci wobec bankowości mobilnej.

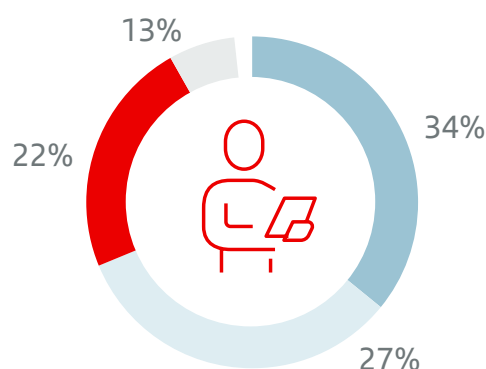
Bank? Tylko w aplikacji



Korzystanie z rozwiązań mobilnych przenika do codziennego życia Polaków. Umożliwiają one szybsze i prostsze załatwianie różnych spraw. Zarządzanie budżetem i wydatkami nie jest tu wyjątkiem – bankowość mobilna zapewnia szybki dostęp do usług w dowolnym miejscu i czasie, a dla wielu klientów aplikacja stała się podstawowym kanałem kontaktu z wybraną instytucją finansową.

Czy wyobraża sobie Pan/Pani **korzystanie wyłącznie z aplikacji mobilnej** – bez potrzeby logowania się do bankowości internetowej?

- ☒ Tak, już tak robię
- ☐ Tak, jeśli aplikacja spełniałaby wszystkie moje potrzeby
- ☐ Nie, zdecydowanie wolę bankowość internetową
- ☐ Nie, zdecydowanie wolę załatwiać sprawy w oddziale lub z konsultantem (infolinia)



Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”

Już 34 proc. badanych deklaruje, że wszystkie aktywności związane z obsługą swoich środków przeniosło do aplikacji. Kolejne 27 proc. byłoby skłonne to zrobić, pod warunkiem pełnego dopasowania oferty do ich oczekiwań. 22 proc. preferuje bankowość internetową z dostępem poprzez przeglądarkę. Pomimo rosnącej popularności rozwiązań

mobilnych, wciąż można dostrzec grupę klientów, którzy są przywiązani do innych form bankowania. Aż 13 proc. respondentów deklaruje bowiem, że preferuje rozmowy telefoniczne z konsultantem przez infolinię lub osobiste wizyty w oddziałach.

Czy wyobraża sobie Pan/Pani korzystanie wyłącznie z aplikacji mobilnej – bez potrzeby logowania się do bankowości internetowej?	 Kobieta	 Mężczyzna
Tak, już tak robię	35%	32%
Tak, jeśli aplikacja spełniałaby wszystkie moje potrzeby	25%	28%
Nie, zdecydowanie wolę bankowość internetową	25%	19%
Nie, zdecydowanie wolę załatwiać sprawy w oddziale lub z konsultantem (infolinia)	11%	15%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”

Wśród kobiet 35 proc. już całkowicie przeniósł swoje aktywności bankowe do aplikacji mobilnych, a co czwarta mogłaby to zrobić, jeśli rozwiązanie spełniałoby oczekiwania. Podobne nastawienie widać u mężczyzn – 32 proc. korzysta wyłącznie z aplikacji, a 28 proc. rozważyłoby taki krok pod warunkiem spełnienia

wszystkich potrzeb. Różnice widoczne są w przypadku tradycyjnych form bankowania. Polki częściej wskazują na bankowość internetową jako preferowane rozwiązanie (25 proc. wobec 19 proc.), z kolei panowie chętniej wybierają bezpośredni kontakt – 15 proc. wobec 11 proc.

Czy wyobraża sobie Pan/Pani korzystanie wyłącznie z aplikacji mobilnej – bez potrzeby logowania się do bankowości internetowej?	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
Tak, już tak robię	54%	43%	42%	31%	17%
Tak, jeśli aplikacja spełniałaby wszystkie moje potrzeby	28%	32%	25%	25%	25%
Nie, zdecydowanie wolę bankowość internetową	9%	16%	21%	29%	28%
Nie, zdecydowanie wolę załatwiać sprawy w oddziale lub z konsultantem (infolinia)	3%	4%	6%	9%	29%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Zainteresowanie całkowitym korzystaniem z aplikacji jest najwyższe wśród młodych i maleje wraz z wiekiem – deklaruje je 54 proc. osób z grupy 18–29 lat, a wśród badanych 60+, odsetek spada do najniższego poziomu – 17 proc. W przypadku osób, które najbardziej preferują tradycyjny sposób kontaktu z bankiem zależność wiekowa

układa się odwrotnie niż dla bankowości mobilnej. Spotkania twarzą w twarz wybiera prawie co trzeci Polak po 60. roku życia (29 proc.). Stanowi to najwyższy wynik spośród wszystkich grup wiekowych. Im młodszy respondenci, tym rzadziej sięgają po te rozwiązania. W przedziale 18–29 lat odsetek wyniósł zaledwie 3 proc.



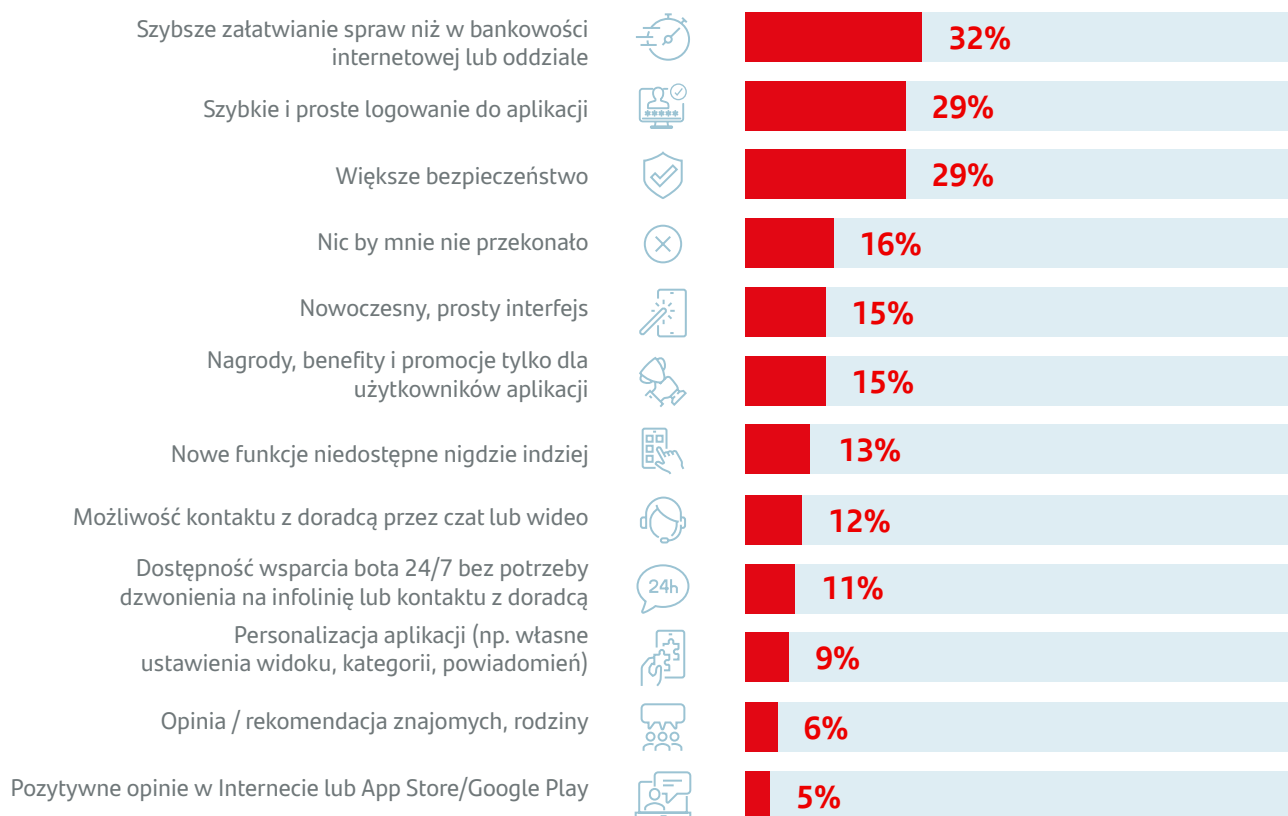
Czy wyobraża sobie Pan/Pani korzystanie wyłącznie z aplikacji mobilnej – bez potrzeby logowania się do bankowości internetowej?	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasto 250 tys. + mieszkańców
 Tak, już tak robię	36%	29%	41%	28%
 Tak, jeśli aplikacja spełniałaby wszystkie moje potrzeby	28%	23%	27%	28%
 Nie, zdecydowanie wolę bankowość internetową	21%	25%	15%	28%
 Nie, zdecydowanie wolę załatwiać sprawy w oddziale lub z konsultantem (infolinia)	13%	18%	11%	9%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Najwięcej respondentów (41 proc.), którzy deklarują korzystanie wyłącznie z aplikacji mobilnej osoby ze średnich miejscowości, a najniższe wyniki – po 29 proc. – zanotowano w małych i dużych miastach. W tych ostatnich jest z kolei najwyższy odsetek osób przywiązanych do bankowości internetowej (28 proc.), podczas gdy

w średnich ośrodkach taki sam sposób wybiera najmniej badanych – tylko 15 proc. Ankietowani z małych miast (13 proc.) dominują w grupie preferującej wizyty w oddziale lub kontakt przez infolinię. W aglomeracjach ten odsetek spada do 9 proc.

Co przekonało lub przekonałoby Pana/Panią do korzystania TYLKO z aplikacji mobilnej banku?



Pytanie wielokrotnego wyboru, odpowiedzi nie sumują się do 100, pominęto odpowiedzi „Nie wiem/Trudno powiedzieć” oraz „Inne”

Decyzja klientów o korzystaniu wyłącznie z bankowości mobilnej wynika z wielu czynników. Najczęściej wskazywanym atutem jest szybsze załatwianie spraw niż w tradycyjnej bankowości internetowej lub oddziale – 32 proc. Istotnym argumentem pozostaje również poczucie bezpieczeństwa oraz szybkie i łatwe logowanie, które zyskały po 29 proc. wskazań. Ankietowani doceniają nowoczesny, przejrzysty interfejs i dodatkowe korzyści w postaci nagród czy promocji (po 15 proc.). Kolejne miejsca w zestawieniu zajmują unikatowe funkcje niedostępne nigdzie indziej (13 proc.), możliwość kontaktu z doradcą

przez czat lub wideo-rozмовę (12 proc.) oraz całodobowe wsparcie botów, które eliminuje konieczność dzwonienia na infolinię (11 proc.). Aspekty, z najniższym odsetkiem wskazań, to personalizacja aplikacji (np. własne ustawienia widoku, kategorii, powiadomień), rekomendacja znajomych lub rodziny i pozytywne opinie w Internecie lub sklepie z aplikacjami – te elementy uzyskały kolejno 9, 6 i 5 proc. poparcia respondentów. Z kolei niemal co szósty badany (16 proc.) przyznaje, że nic nie byłoby w stanie przekonać go do korzystania wyłącznie z aplikacji mobilnej banku.

Co przekonało lub przekonałoby Pana/ Panią do korzystania TYLKO z aplikacji mobilnej banku?	    				
	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
Nowoczesny, prosty interfejs	20%	16%	12%	20%	11%
Szybkie i proste logowanie do aplikacji	36%	32%	31%	28%	23%
Szybsze załatwianie spraw niż w bankowości internetowej lub oddziale	34%	43%	32%	40%	20%
Większe bezpieczeństwo	26%	32%	29%	32%	26%
Nowe funkcje niedostępne nigdzie indziej	19%	16%	13%	15%	9%
Nagrody, benefity i promocje tylko dla użytkowników aplikacji	19%	19%	21%	15%	9%
Możliwość kontaktu z doradcą przez czat lub wideo	13%	16%	8%	11%	11%
Dostępność wsparcia bota 24/7 bez potrzeby dzwonienia na infolinię lub kontaktu z doradcą	15%	12%	10%	10%	10%
Personalizacja aplikacji (np. własne ustawienia widoku, kategorii, powiadomień)	11%	11%	10%	8%	7%
Opinia / rekomendacja znajomych, rodziny	9%	5%	7%	4%	6%
Pozytywne opinie w Internecie lub App Store/Google Play	13%	3%	8%	7%	1%
Nic by mnie nie przekonało	1%	4%	14%	10%	34%

Pytanie wielokrotnego wyboru, odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedzi „Nie wiem/Trudno powiedzieć” oraz „Inne”

Nowoczesny i prosty interfejs (20 proc.), szybkie i proste logowanie do aplikacji (36 proc.), nowe funkcje niedostępne nigdzie indziej (19 proc.) oraz pozytywne opinie w Internecie lub sklepach internetowych z aplikacjami (13 proc.) – to najważniejsze aspekty dla grupy 18-29 lat, jeśli myśłą o przetruceniu swojej aktywności bankowej wyłącznie do rozwiązania mobilnego. U nieco starszych użytkowników, w wieku 30-39 lat, przewagę widać w wyborze aplikacji ze

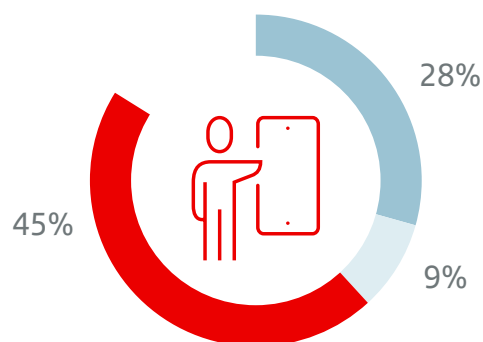
względu na szybsze załatwianie spraw niż w bankowości internetowej lub oddziale (43 proc.). Wśród ankietowanych powyżej 60 roku życia odsetek ten spada do najniższego poziomu – 20 proc. Z kolei czterdziestolatkowie to grupa, która najliczniej zwraca uwagę na możliwość otrzymywania nagród, benefitów i promocji dostępnych tylko dla użytkowników aplikacji – 21 proc. w porównaniu do najniższego wyniku 9 proc. w grupie 60+. Seniorzy to

jednocześnie najmniej przekonana grupa do korzystania wyłącznie z aplikacji mobilnej ze wszystkich – aż 34 proc. z nich odpowiedziało, że nic nie byłoby ich w stanie przekonać do takiego sposobu bankowania. W pozostałych

grupach odsetek takich odpowiedzi wynosił: 14 proc. wśród czterdziestolatków, 10 proc. u respondentów w wieku 50-59 lat, 4 proc. dla trzydziestolatków i jedynie 1 proc. w najmłodszej grupie uczestników badania.

Czy był(a)by Pan/Pani skłonny(-a) przenieść rachunek bankowy, produkt kredytowy lub oszczędnościowy do innej instytucji finansowej ze względu na jakość aplikacji mobilnej?

- ☒ Tak, jeżeli oferta byłaby w tej samej cenie lub tańsza
- ☐ Tak, nawet jeśli oferta cenowa byłaby gorsza – dobra aplikacja mobilna jest dla mnie dużą wartością
- ☐ Nie, jakość aplikacji mobilnej nie wpływa na moje decyzje dotyczące wyboru instytucji finansowej



Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”

Wysoki standard bankowości mobilnej staje się jednym z kryteriów wyboru instytucji finansowej, choć nie dla wszystkich jest decydujący. Z odpowiedzi ankietowanych wynika, że 28 proc. z nich byłoby skłonnych przenieść swój produkt finansowy do innego banku ze względu na wyższą

jakość aplikacji. Warunkiem byłaby jednak taka sama lub korzystniejsza oferta cenowa. Dla 9 proc. nowoczesne i funkcjonalne rozwiązania mobilne są jednak na tyle dużą wartością, że rozważyliby zmianę nawet przy mniej atrakcyjnych kosztach.

Czy był(a)by Pan/Pani skłonny(-a) przenieść rachunek bankowy, produkt kredytowy lub oszczędnościowy do innej instytucji finansowej ze względu na jakość aplikacji mobilnej?	 Kobieta	 Mężczyzna
Tak, jeżeli oferta byłaby w tej samej cenie lub tańsza	25%	31%
Tak, nawet jeśli oferta cenowa byłaby gorsza – dobra aplikacja mobilna jest dla mnie dużą wartością	8%	10%
Nie, jakość aplikacji mobilnej nie wpływa na moje decyzje dotyczące wyboru instytucji finansowej	44%	47%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”

Niemal co trzeci mężczyzna (31 proc.) byłby skłonny do zmiany banku ze względu na jakość aplikacji, pod warunkiem, że nowa oferta byłaby tak samo opłacalna jak dotychczasowa. Dla porównania, na taki sam krok zdecydowałaby się już tylko co czwarta kobieta (25 proc.).

Prawie połowa panów (47 proc.) uważa natomiast, że jakość rozwiązań mobilnych nie wpływa na ich decyzje przy wyborze instytucji finansowej. Wśród Polek odsetek ten wyniósł 44 proc.

Czy był(a)by Pan/Pani skłonny(-a) przenieść rachunek bankowy, produkt kredytowy lub oszczędnościowy do innej instytucji finansowej ze względu na jakość aplikacji mobilnej?					
	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
Tak, jeżeli oferta byłaby w tej samej cenie lub tańsza	31%	31%	28%	32%	22%
Tak, nawet jeśli oferta cenowa byłaby gorsza – dobra aplikacja mobilna jest dla mnie dużą wartością	19%	9%	12%	10%	2%
Nie, jakość aplikacji mobilnej nie wpływa na moje decyzje dotyczące wyboru instytucji finansowej	27%	35%	39%	42%	64%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”

Do zmiany instytucji finansowej ze względu na lepszą aplikację, pomimo gorszych warunków finansowych najbardziej skłonni są dwudziestolatkowie. Niemal co piąty (19 proc.) z nich rozważyłby taką decyzję. Z kolei najmniej chętni do przenoszenia swoich produktów z takiego powodu są seniorzy (jedynie 2 proc.). Ankietowani w wieku

60+ to grupa, która najliczniej ze wszystkich (64 proc.) deklaruje, że jakość aplikacji mobilnej nie ma wpływu na ich decyzje dotyczące placówki. W kontrze są najmłodsi uczestnicy badania, którzy zanotowali najniższy wskaźnik podobnych odpowiedzi – na poziomie 27 proc.



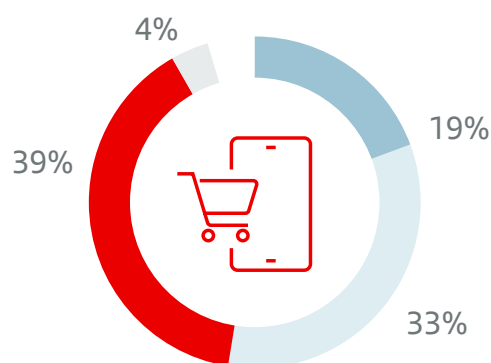
Aplikacja mobilna, czyli Twój asystent zarządzania budżetem



Wielu Polaków korzysta z aplikacji bankowych, które oferują dzisiaj szeroki zakres usług. To już nie tylko cyfrowa alternatywa dla spraw załatwianych kiedyś przy okienku – narzędzia mobilne potrafią też wpływać na decyzje zakupowe.

Czy dostępność aplikacji bankowej wpłynęła kiedykolwiek na Pana/Pani decyzje zakupowe (np. większa skłonność do wydawania pieniędzy, rezygnacja z zakupu po sprawdzeniu stanu konta itp.)?

- Tak, aplikacja sprawia, że wydaję więcej (np. częściej robię spontaniczne zakupy)
- Tak, aplikacja sprawia, że lepiej kontroluję budżet i wydaję mniej (np. odkładam zakupy w czasie)
- Nie, nie wpłynęła
- Nie, ale korzystam z innych narzędzi/aplikacji do kontrolowania wydatków lub pilnowania budżetu



Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Co trzeci Polak dzięki aplikacji banku lepiej kontroluje budżet i ogranicza wydatki np. odkłada zakupy w czasie po sprawdzeniu stanu konta. Z drugiej strony, niemal jedna piąta (19 proc.) ankieterów zadeklarowała,

że z tego powodu wydają więcej. Zdarza im się między innymi częściej robić spontaniczne zakupy. Wpływu bankowości mobilnej na pilnowanie budżetu nie zauważa natomiast 39 proc. badanych.

Czy dostępność aplikacji bankowej wpłynęła kiedykolwiek na Pana/Pani decyzje zakupowe (np. większa skłonność do wydawania pieniędzy, rezygnacja z zakupu po sprawdzeniu stanu konta itp.)?	Kobieta	
		
Tak, aplikacja sprawia, że wydają więcej (np. częściej robię spontaniczne zakupy)	21%	17%
Tak, aplikacja sprawia, że lepiej kontroluję budżet i wydaję mniej (np. odkładam zakupy w czasie)	35%	32%
Nie, nie wpłynęła	35%	44%
Nie, ale korzystam z innych narzędzi/aplikacji do kontrolowania wydatków lub pilnowania budżetu	4%	3%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”

Wpływ aplikacji na decyzje zakupowe częściej dostrzegają kobiety. Zarówno pod względem zwiększenia wydatków (21 proc.), jak i lepszej kontroli budżetu (35 proc.). Wśród mężczyzn odsetki dla tych

odpowiedzi wyniosły odpowiednio 17 proc. i 32 proc. 44 proc. z nich w ogóle nie dostrzega takich zależności (35 proc. wśród pań). Z innych narzędzi do pilnowania wydatków korzysta 4 proc. Polek i 3 proc. panów.

Czy dostępność aplikacji bankowej wpłynęła kiedykolwiek na Pana/Pani decyzje zakupowe (np. większa skłonność do wydawania pieniędzy, rezygnacja z zakupu po sprawdzeniu stanu konta itp.)?					
					
Tak, aplikacja sprawia, że wydają więcej (np. częściej robię spontaniczne zakupy)	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
Tak, aplikacja sprawia, że wydają więcej (np. częściej robię spontaniczne zakupy)	26%	19%	22%	23%	10%
Tak, aplikacja sprawia, że lepiej kontroluję budżet i wydaję mniej (np. odkładam zakupy w czasie)	42%	36%	25%	33%	33%
Nie, nie wpłynęła	17%	36%	45%	36%	53%
Nie, ale korzystam z innych narzędzi/aplikacji do kontrolowania wydatków lub pilnowania budżetu	5%	2%	3%	6%	4%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”

W pilnowaniu ponoszonych kosztów rozwiązania mobilne najbardziej pomagają osobom w wieku 18-29 lat – twierdzi tak aż 42 proc. ankieterów z tej grupy. Najrzadziej natomiast wskazywali tę odpowiedź czterdziestolatkowie (25 proc.). Jednocześnie, to również młodzi dorośli częściej zauważają, że aplikacja

sprawia, że wydają więcej (26 proc.). Wśród seniorów powyżej 60. roku życia odsetek ten wynosi jedynie 10 proc. W tym przedziale wiekowym ponad połowa (53 proc.) zadeklarowała, że rozwiązania mobilne banku nie wpłynęły na ich decyzje zakupowe.

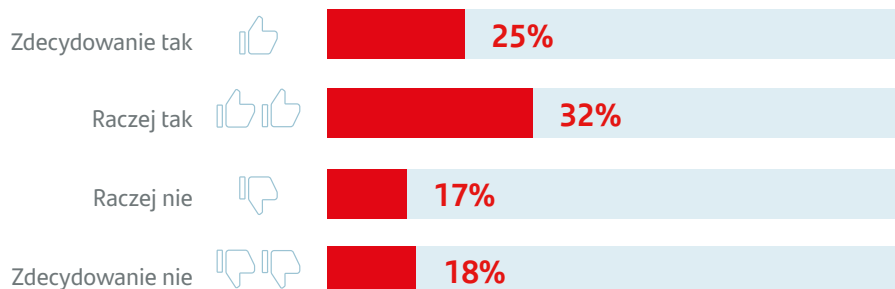
Czy dostępność aplikacji bankowej wpłynęła kiedykolwiek na Pana/Pani decyzje zakupowe (np. większa skłonność do wydawania pieniędzy, rezygnacja z zakupu po sprawdzeniu stanu konta itp.)?	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasto 250 tys. + mieszkańców
Tak, aplikacja sprawia, że wydaję więcej (np. częściej robię spontaniczne zakupy)	22%	18%	16%	18%
Tak, aplikacja sprawia, że lepiej kontroluję budżet i wydaję mniej (np. odkładam zakupy w czasie)	38%	34%	22%	33%
Nie, nie wpłynęła	33%	42%	50%	42%
Nie, ale korzystam z innych narzędzi/aplikacji do kontrolowania wydatków lub pilnowania budżetu	4%	2%	5%	3%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Na lepszą kontrolę finansów dzięki aplikacji zwracali uwagę również mieszkańcy wsi – 38 proc. Osoby z tych terenów jednocześnie najmocniej zauważają wpływ na większe wydatki – 22 proc. W średnich miastach (50–250 tys. ludności) połowa ankietowych wskazała, że

bankowe rozwiązania mobilne nie wpłynęły na ich decyzje zakupowe – był to najwyższy wynik spośród wszystkich grup. Jednocześnie to właśnie w tych miejscowościach najwięcej badanych korzysta z innych narzędzi do kontrolowania wydatków – 5 proc.

Czy był(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. Pominęto odpowiedzi „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Aplikacje bankowe to już nie tylko narzędzia do sprawdzania salda czy wykonywania przelewów – oferują także produkty dodatkowe, takie jak kredyty, lokaty czy konta oszczędnościowe. Ponad połowa badanych (57 proc.)

deklaruje, że byłaby skłonna skorzystać z takich rozwiązań całkowicie online, bez kontaktu z doradcą. Zdecydowanie otwartych na tę możliwość jest 25 proc. ankietowanych, a kolejne 32 proc. raczej podjęłoby taką decyzję.

Czy 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+
Zdecydowanie tak	17%	28%	26%	28%	23%
Raczej tak	30%	34%	40%	42%	21%
Raczej nie	20%	15%	15%	14%	20%
Zdecydowanie nie	15%	12%	13%	8%	31%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”

Najbardziej otwarci na korzystanie z produktów finansowych wyłącznie przez aplikację są pięćdziesięciolatkowie – aż 70 proc. z nich byłoby skłonnych

złożyć w ten sposób lokatę lub wziąć kredyt bez kontaktu z doradcą. Najrzadziej taką gotowość deklarują seniorzy powyżej 60. roku życia (44 proc.).

Czy 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 miasto 250 tys. + mieszkańców
 Zdecydowanie tak	23%	27%	23%	28%
 Raczej tak	27%	32%	42%	32%
 Raczej nie	20%	12%	16%	16%
 Zdecydowanie nie	18%	23%	13%	19%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Zróznicowanie widać także pod względem miejsca zamieszkania – pozytywnie nastawione są głównie osoby ze średnich miast (50–250 tys. ludności), gdzie takiej odpowiedzi udzieliło 65 proc. ankietowanych.

Największe wątpliwości mają natomiast mieszkańcy wsi – tu gotowość do sfinalizowania produktów bankowych wyłącznie przez rozwiązania mobilne zadeklarowała połowa respondentów (50 proc.).



A co mogłoby sprawić, żeby był(-a) Pan/i 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. Pominięto odpowiedzi „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Wśród osób, które nie zdecydowałyby się dziś na kredyt czy lokatę w aplikacji mobilnej, aż jedna trzecia (33 proc.) zmieniałaby zdanie, gdyby miała możliwość konsultacji z doradcą w razie potrzeby. Dla 30 proc. kluczowa byłaby gwarancja bezpieczeństwa transakcji i ochrony danych osobowych. Przeszło co czwarty badany (26 proc.) z tej

grupy oczekiwałby jasnych i zrozumiałych warunków oferty przedstawionych w aplikacji lub na stronie banku. Z kolei 21 proc. skłoniłaby atrakcyjniejsza oferta niż w placówce. Po 17 proc. wskazało, że mogłoby przekonać ich prostszy proces zakupowy oraz możliwość porównania ofert i wykonania symulacji kosztów kredytu czy zysków z lokaty.

A co mogłoby sprawić, żeby był(-a) Pan/i skłonny(-a) kupić produkt finansowy (np. kredyt, lokatę) całkowicie online, bez kontaktu z doradcą – np. w aplikacji mobilnej?	 Kobieta	 Mężczyzna
Prosty proces zakupowy	23%	11%
Pewność, co do bezpieczeństwa transakcji i danych osobowych	42%	16%
Możliwość konsultacji z doradcą w razie potrzeby	32%	34%
Jasne i zrozumiałe warunki oferty przedstawione w aplikacji czy na stronie online	32%	18%
Atrakcyjniejsza oferta online niż w placówce (np. niższy koszt kredytu)	17%	25%
Możliwość porównania ofert i symulacja np. kosztów kredytu czy zysków z lokaty	19%	15%
Żadne	29%	38%
Nic mnie nie zniechęca	42%	37%

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

Najważniejszymi czynnikami, które mogłyby zmienić zdanie kobiet w kwestii kupowania produktów finansowych całkowicie online, byłaby opcja konsultacji z doradcą oraz jasne i zrozumiałe warunki oferty. Na obie te odpowiedzi wskazało po 32 proc. pań. Możliwość rozmowy z przedstawicielem banku jest również najczęstszą

odповідzią wśród mężczyzn (34 proc.). Jedna czwarta z nich wskazała również na atrakcyjniejszą ofertę online niż w placówce. Polki są bardziej otwarte na potencjalną zmianę opinii – nic nie przekonałoby 29 proc. z nich, podczas gdy wśród panów odsetek ten wynosi już 38 proc.

A co mogłoby sprawić, żeby był(-a) Pan/i 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	21%	24%	36%	23%	5%
Pewność, co do bezpieczeństwa transakcji i danych osobowych	34%	33%	21%	30%	31%
Możliwość konsultacji z doradcą w razie potrzeby	31%	24%	39%	43%	33%
Jasne i zrozumiałe warunki oferty przedstawione w aplikacji czy na stronie online	35%	31%	32%	16%	20%
Atrakcyjniejsza oferta online niż w placówce (np. niższy koszt kredytu)	32%	45%	16%	20%	9%
Możliwość porównania ofert i symulacja np. kosztów kredytu czy zysków z lokaty	18%	11%	30%	13%	15%
Żadne	18%	20%	16%	23%	53%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Możliwość konsultacji z doradcą w razie potrzeby to najważniejszy argument dla pięćdziesięciolatków – mogłaby ona przekonać do zakupu online produktów finansowych 43 proc. z nich. Najbardziej istotna jest także dla osób między 40 a 49 rokiem życia (39 proc.). Wśród trzydziestolatków jest najwięcej łowców okazji – 45 proc. ankietowanych z tej grupy zdecydowałoby się na taką ofertę, gdyby otrzymało lepsze warunki niż w placówce.

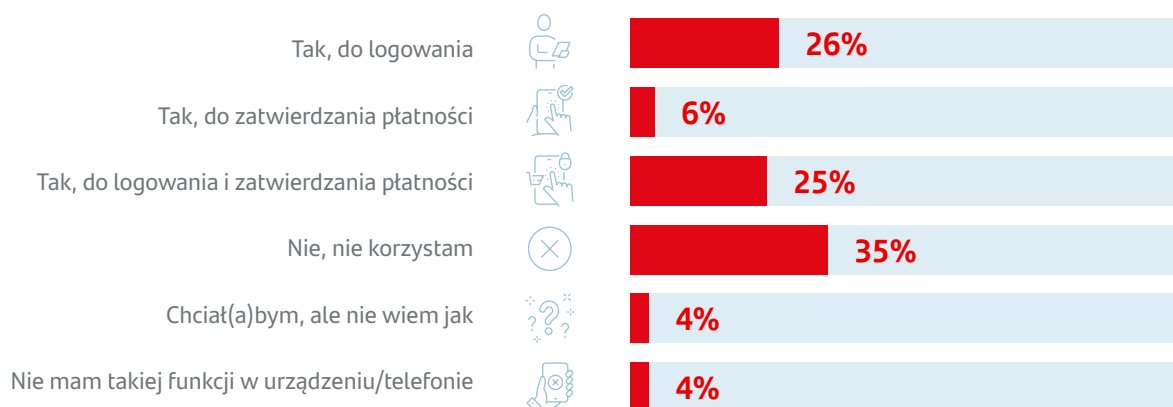
Jasne i zrozumiałe zasady przekonałyby 35 proc. osoby z przedziału 18–29 lat, niewiele mniej z nich wskazało również na potrzebę pewności co do bezpieczeństwa transakcji i danych osobowych (34 proc.). Seniorzy natomiast najbardziej zdecydowanie utrzymują, że nic nie przekonałoby do decyzji o zakupie wyłącznie online. Ponad połowa z nich wskazała (53 proc.), że nie ma takich czynników, które mogłyby zmienić ich zdanie.

Nowoczesne bankowanie



Nie tak dawno temu logowanie odciskiem palca czy skanem twarzy wydawało się rozwiązaniem odległym, zarezerwowanym tylko dla nielicznych. Dziś staje się standardem w bankowości mobilnej. Polacy doceniają przede wszystkim szybkość i wygodę korzystania z biometrii – wystarczy jeden gest, aby uzyskać dostęp do aplikacji. Nie bez znaczenia jest także poczucie bezpieczeństwa, jakie daje ta forma zabezpieczenia danych.

Czy korzysta Pan/Pani z biometrycznych zabezpieczeń (odcisk palca, Face ID) w aplikacji bankowej?



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

Ponad połowa (58 proc.) użytkowników aplikacji bankowych wykorzystuje biometrię, w tym 26 proc. do logowania, 6 proc. do zatwierdzania płatności, a jedna czwarta do obu tych czynności. Dla 4 proc. Polaków to

rozwiązanie jest niedostępne w mobilnej bankowości, a kolejne 4 proc. chciałoby jej używać, ale nie wie jak. Istnieje także spora grupa – 35 proc., która z tej funkcji nie korzysta.

Czy korzysta Pan/Pani z biometrycznych zabezpieczeń (odcisk palca, Face ID) w aplikacji bankowej?	 18-29  30-39  40-49  50-59  60+				
	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
Tak, do logowania	26%	31%	24%	25%	26%
Tak, do zatwierdzania płatności	8%	6%	8%	3%	4%
Tak, do logowania i zatwierdzania płatności	37%	25%	21%	22%	22%
Nie, nie korzystam	25%	35%	35%	38%	38%
Chciał(a)bym, ale nie wiem jak	3%	2%	4%	4%	4%
Nie mam takiej funkcji w urządzeniu/telefonie	1%	1%	7%	7%	5%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Biometria jest szczególnie popularna wśród młodszych klientów – w grupie 18–29 lat używa jej już siedmiu na dziesięciu Polaków (71 proc.). Jednocześnie, wśród pięćdziesięciolatków zadeklarowała tak połowa ankietowanych i jest to najniższy wynik ze wszystkich grup wiekowych. W tym przedziale, podobnie jak

w przypadku seniorów 60+, najwięcej osób deklaruowało, że nie korzysta z odcisków palca czy skanu twarzy – po 38 proc. Dane sugerują więc, że to przede wszystkim młodsze pokolenia napędzają zmiany w sposobie użytkowania z bankowości mobilnej.

Czy korzysta Pan/Pani z biometrycznych zabezpieczeń (odcisk palca, Face ID) w aplikacji bankowej?	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasto 250 tys. + mieszkańców
 Tak, do logowania	24%	23%	39%	25%
 Tak, do zatwierdzania płatności	8%	3%	5%	5%
 Tak, do logowania i zatwierdzania płatności	25%	28%	16%	28%
 Nie, nie korzystam	31%	42%	31%	37%
 Chciał(a)bym, ale nie wiem jak	5%	2%	1%	3%
 Nie mam takiej funkcji w urządzeniu/telefonie	6%	2%	7%	1%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Podobnie sytuacja wygląda w przypadku Polaków zamieszkujących miasta od 50 do 250 tys. mieszkańców (60 proc.) oraz metropolie powyżej 250 tys. osób., gdzie blisko sześciu na dziesięciu (58 proc.) deklaruje, że

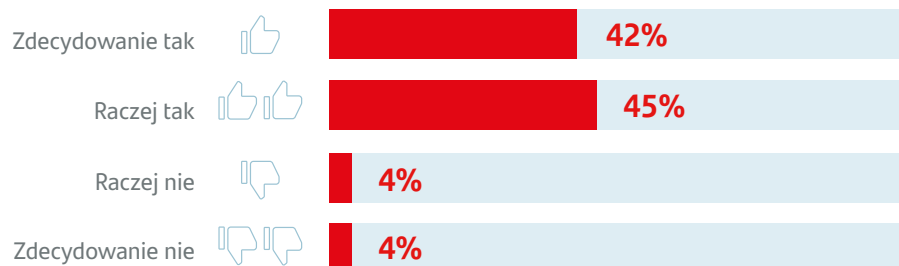
korzysta z tych udogodnień. Z kolei największy odsetek osób, które nie decydują się na używanie tego typu rozwiązań jest w małych miejscowościach – 42 proc.

Czy korzysta Pan/Pani z biometrycznych zabezpieczeń (odcisk palca, Face ID) w aplikacji bankowej?	 Kobieta	 Mężczyzna
Tak, do logowania	25%	28%
Tak, do zatwierdzania płatności	7%	5%
Tak, do logowania i zatwierdzania płatności	24%	26%
Nie, nie korzystam	35%	35%
Chciał(a)bym, ale nie wiem jak	5%	2%
Nie mam takiej funkcji w urządzeniu/telefonie	5%	3%

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

Wyniki pokazują także subtelny różnicę w podejściu kobiet oraz mężczyzn. Z biometrii rozwiązań korzysta bowiem 55 proc. pań oraz 59 proc. panów.

Czy zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem: „Mój bank jest nowoczesny i cyfrowy”?



Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Badanie potwierdza, że dla większości Polaków nowoczesne technologie w bankach to dziś coś oczywistego. Aż 87 proc. respondentów zgadza się ze

stwierdzeniem, że ich bank jest nowoczesny i cyfrowy. Odmiennej zdania jest zaledwie 8 proc. ankietowanych.

Czy zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem: „Mój bank jest nowoczesny i cyfrowy”?	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
Zdecydowanie się zgadzam	39%	47%	42%	59%	31%
Raczej się zgadzam	45%	37%	41%	32%	58%
Raczej się nie zgadzam	6%	5%	5%	0%	4%
Zdecydowanie się nie zgadzam	5%	2%	9%	5%	0%

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

Użytkownicy przyzwyczaili się do tego, że wszystko da się załatwić szybko i wygodnie między innymi dzięki temu, że ich instytucje finansowe wprowadzają szereg innowacyjnych udogodnień. Co ciekawe, stopień zaawansowania technologicznego rozwiązań

oferowanych przez bank bardziej pozytywnie oceniają starsi uczestnicy badania – 91 proc. pięćdziesięciolatków oraz 89 proc. seniorów w wieku 60+. Wśród młodszych Polaków ten odsetek oscylował w granicach 83–84 proc.

Zakończenie



Raport „Polaków portfel własny: Na bank w aplikacji” pokazuje, że bankowość mobilna staje się dla Polaków coraz ważniejszym kanałem zarządzania finansami. Niemal 9 na 10 respondentów (87 proc.) ocenia swój bank jako nowoczesny i cyfrowy. 28 proc. byłoby gotowych przenieść rachunek do innej instytucji ze względu na lepszą jakość aplikacji mobilnej, pod warunkiem utrzymania tej samej ceny lub korzystniejszej oferty.

Aplikacje mobilne to nie tylko wygoda, ale również codzienna kontrola nad finansami. Aż 41 proc. użytkowników zagląda do nich każdego dnia, a co trzeci Polak (34 proc.) w sprawach finansowych korzysta wyłącznie ze smartfona. Dla ponad połowy respondentów (58 proc.) najważniejszą funkcjonalnością jest historia transakcji, co pokazuje, jak istotna jest przejrzystość i możliwość bieżącego monitorowania wydatków. Kolejne 32 proc. badanych byłoby skłonnych zrezygnować z logowania się w przeglądarce czy wizyt w oddziale na rzecz szybszego i wygodniejszego załatwiania spraw w aplikacji.

Ponad połowa ankietowanych (57 proc.) deklaruje gotowość do zakupu produktu finansowego całkowicie online, bez kontaktu z doradcą. W przypadku osób mniej przekonanych do tej formy, co trzeci badany wskazuje, że zdecydowałoby się na taki zakup, gdyby mógł w razie potrzeby skonsultować się z ekspertem.

Zgromadzone dane kreują obraz społeczeństwa, które coraz pewniej porusza się w cyfrowym świecie finansów. Polacy cenią sobie wygodę, bezpieczeństwo i kontrolę nad swoim budżetem. W tym kontekście aplikacje mobilne nie są już tylko narzędziem codziennej obsługi, a czynnikiem, który wpływa na wybory instytucji i produktów finansowych, a nawet lojalność klientów. Mamy nadzieję, że wnioski zawarte w raporcie „Polaków Portfel Własny: Na bank w aplikacji” będą dla naszych czytelników wartościowym źródłem wiedzy i inspiracją do korzystania z intuicyjnych, bezpiecznych i przyjaznych użytkownikom rozwiązań.

Dziękujemy za lekturę i zachęcamy do śledzenia kolejnych badań, które pozwalają jeszcze lepiej zrozumieć potrzeby i oczekiwania Polaków w obszarze finansów.



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 9–18 sierpnia 2025 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 <http://www.santanderconsumer.pl>