

## WSTĘP

Możliwość korzystania z usług bankowych kanałem mobilnym to w bankowości kolejny punkt zwrotny w rewolucji, jaką było udostępnienie indywidualnym klientom banków internetowej obsługi serwisu transakcyjnego za pomocą komputera lub laptopa. Podobnie jak bankowość internetowa, również mobilny dostęp do usług bankowych znacząco ewoluował pod wpływem zmian technologicznych, zachodzących w komunikacji zdalnej i urządzeniach przenośnych. Jego pierwszą formą były SMS-y, w których klienci banku otrzymywali informacje o zmianach zachodzących na ich rachunkach bankowych i mogli zlecać wybrane rodzaje transakcji. Nowe możliwości w korzystaniu z bankowości mobilnej stworzył protokół WAP (*wireless application protocol*). Jednak dopiero wprowadzenie serwisów *lite*, a następnie aplikacji mobilnych, które klienci banków mogli instalować na smartfonach, znacząco rozszerzyło możliwości zdalnego korzystania z usług bankowych, co znajduje odzwierciedlenie w statystykach dotyczących użytkowników aplikacji mobilnych banków. W porównaniu z 2018 rokiem w 2021 roku ich liczba wzrosła ponad dwukrotnie, a klientów „mobile only”, czyli realizujących usługi bankowe wyłącznie przez aplikacje banków, blisko trzykrotnie. Według danych portalu PRNews.pl na rynku usług bankowych w Polsce na koniec 2021 roku z aplikacji bankowych aktywnie korzystało 17,29 mln osób, a użytkowników „mobile only” było 10,65 mln. W 2018 roku wartości tych zmiennych wynosiły odpowiednio 7,96 mln i 3,82 mln (Boczoń, 2022).

Bankowcy dostrzegają rosnące znaczenie technologii mobilnej w obsłudze klientów indywidualnych, zwłaszcza dlatego, że na rynku usług bankowych coraz silniej zaznacza swoją obecność ich najmłodsze pokolenie, czyli generacja Z, nazywana cyfrowymi tubylcami (*digital natives*), a z pełnego zakresu oferty banków może korzystać obecna na rynku pracy i posiadająca własne dochody młodsza frakcja pokolenia Y. Te dwie grupy konsumentów są co prawda mniej liczne niż obecni na rynku usług bankowych od ponad dwudziestu lat przedstawiciele generacji X, ale znacznie bardziej zdigitalizowane. Potrafią korzystać z wielu urządzeń multimedialnych jednocześnie lub za pomocą jednego wykonywać kilka czynności na raz, np. słuchać muzyki, wysyłać wiadomości, dokonywać zakupów w Internecie, a także obsługiwać konto osobiste w banku, co nie jest już tak oczywiste dla starszego pokolenia zaliczanego do cyfrowych imigrantów (*digital immigrants*).

Odmienne podejście do technologii przez konsumentów różniących się wiekiem powoduje, że głównym celem pracy jest zidentyfikowanie podobieństw

i różnic występujących w zachowaniach klientów banków z trzech kohort pokoleniowych: generacji X, Y i Z, dotyczących korzystania z bankowości mobilnej. Tak określony cel stał się przesłanką do sformułowania kilku celów szczegółowych, takich jak: usystematyzowanie dotychczasowego stanu wiedzy na temat korzystania z bankowości mobilnej przez osoby fizyczne, postawienie diagnozy i porównanie zachowań konsumentów z generacji X, Y i Z w zakresie korzystania z usług dostępnych przez aplikacje mobilne banku, określenie różnic występujących między generacjami konsumentów w posługiwaniu się wybranymi funkcjonalnościami BLIKA oraz określenie poziomu ich wiedzy na temat bezpieczeństwa i zagrożeń związanych z realizacją usług bankowych za pomocą aplikacji mobilnych.

Realizacja wskazanych celów wymagała przeprowadzenia zarówno studiów literaturowych dotyczących usług bankowości elektronicznej, w tym usług dostępnych przez kanał mobilny, jak i zrealizowania badań pierwotnych wśród konsumentów korzystających z tych usług. Analizie poddano wtórne źródła informacji dotyczące korzystania przez indywidualnych klientów banków z mobilnego kanału dystrybucji usług bankowych w Polsce, w tym raporty publikowane przez Narodowy Bank Polski, Związek Banków Polskich, Główny Urząd Statystyczny oraz portale finansowe [cashless.pl](http://cashless.pl) i [PRNews.pl](http://PRNews.pl). Głównym źródłem danych w analizie zachowań użytkowników bankowości mobilnej reprezentujących generacje X, Y i Z stały się wyniki dwóch badań ilościowych przeprowadzonych techniką CAWI w okresie od grudnia 2021 roku do stycznia 2022 roku. Monografia w części empirycznej wpisuje się w postulowany kierunek badań zachowań konsumentów na rynku usług bankowości mobilnej, wskazujący na konieczność szerszego uwzględniania w nich przynależności użytkowników do kohort pokoleniowych, których członkowie podzielają podobne idee, wartości, przekonania i preferencje (Chaouali i Souiden, 2019; Souiden i in., 2020).

Sformułowane w pracy cele określiły jej strukturę. Rozdział pierwszy ma charakter wprowadzający w problematykę zachowań konsumentów na rynku bankowości mobilnej. Omówiono w nim główne obszary badań dotyczące bankowości mobilnej, w tym determinanty i modele akceptacji technologii mobilnej w usługach bankowych. Ponadto scharakteryzowano główne narzędzie zdalnego dostępu do usług bankowych, jakim są aplikacje mobilne banków, których cechy i funkcjonalności zostały przedstawione na tle systemów płatności mobilnych, dostępnych aktualnie w Polsce na urządzeniach mobilnych – smartfonie, tablecie i smartwatchu. Ponieważ celem pracy jest zidentyfikowanie różnic międzypokoleniowych w zakresie korzystania z usług bankowości mobilnej, w rozdziale scharakteryzowano także konsumentów z generacji X, Y i Z oraz przedstawiono cechy ich zachowań finansowych. Rozdział pierwszy kończy prezentacja założeń badawczych i analitycznych przyjętych w diagnozie zachowań konsumentów korzystających z usług bankowych poprzez urządzenia mobilne, której dokonano w kolejnych rozdziałach.

Tłem dla charakterystyki zachowań konsumentów stała się analiza danych wtórnych dotyczących funkcjonowania rynku bankowości mobilnej w Polsce, której wyniki przedstawiono w rozdziale drugim. Zaprezentowano w nim wyniki analizy statystycznej dla zmian, które zaszły w latach 2017–2021 w korzystaniu z aplikacji mobilnych banków na tle innych systemów płatności bezgotówkowych, m.in. kart płatniczych i bankowości internetowej. Stosując analizę skupień (metodę Warda), dokonano grupowania banków oferujących mobilny dostęp do usług bankowych i określono ich pozycję konkurencyjną. Odrębnie zostały omówione zmiany w korzystaniu z bankowości mobilnej spowodowane pandemią COVID-19. Ponadto na podstawie danych z badania GUS-u: *Wykorzystanie technologii informacyjno-komunikacyjnych w jednostkach administracji publicznej, przedsiębiorstwach i gospodarstwach domowych w 2020 roku*, przeanalizowano korzystanie z aplikacji mobilnych banków przez osoby fizyczne ze względu na takie cechy, jak: wiek, wykształcenie, dochód netto, status zawodowy, klasa miejscowości i województwo.

W rozdziale trzecim scharakteryzowano zachowania konsumentów dotyczące korzystania z usług dostępnych za pomocą aplikacji mobilnych banków. Rozdział rozpoczyna prezentacja usług, które zostały podzielone na dwie grupy – bankowe i dodatkowe, co pozwoliło zwrócić uwagę na multifunkcyjny charakter aplikacji bankowych. Stosując ten podział, przedstawiono zakres ich wykorzystania oraz określono podobieństwa i różnice występujące między konsumentami z generacji X, Y i Z w korzystaniu z tych usług.

Treść rozdziału czwartego w całości odnosi się do polskiego systemu płatności mobilnych BLIK dostępnego dla użytkowników aplikacji mobilnych banków od lutego 2015 roku. Zostały w nim scharakteryzowane funkcjonalności BLIKA, takie jak: płatności z użyciem kodu i zbliżeniowe, przelew na telefon, czek BLIK oraz wpłaty i wypłaty gotówki z bankomatu, a opierając się na danych NBP, dokonano analizy zmian, które zaszły w liczbie i wartości transakcji z użyciem tego systemu płatności. Podobnie jak w rozdziale trzecim, na podstawie wyników badań przeprowadzonych wśród użytkowników aplikacji bankowych zidentyfikowano podobieństwa i różnice występujące między konsumentami z generacji X, Y i Z w korzystaniu z poszczególnych funkcjonalności BLIKA.

W rozdziale piątym omówiono kwestię bezpieczeństwa realizacji usług za pomocą aplikacji mobilnych banków. Przedstawiono zagrożenia związane z ich użytkowaniem oraz metody bezpiecznego logowania się na konto i autoryzacji transakcji za pomocą aplikacji bankowych. Ponadto zaprezentowano wyniki pomiaru postaw użytkowników aplikacji wobec rozwiązań związanych z poprawą bezpieczeństwa korzystania z nich, z uwzględnieniem komponentu poznawczego i behawioralnego tych postaw. Zgodnie z przyjętą w monografii konwencją zostały określone także podobieństwa i różnice międzypokoleniowe w ocenie bezpieczeństwa korzystania z aplikacji bankowych.

Autorka ma nadzieję, że proponowana monografia pozwoli poszerzyć wiedzę na temat zachowań konsumentów na rynku bankowości mobilnej w Polsce i zwróci uwagę środowiska bankowego na zróżnicowanie potrzeb i zachowań konsumentów reprezentujących różne generacje wiekowe w odniesieniu do usług bankowych świadczonych z użyciem technologii mobilnej. Książka jest adresowana do szerokiego grona odbiorców zainteresowanych problematyką zachowań konsumentów na rynku bankowości mobilnej, w tym środowiska naukowego oraz studentów kierunków ekonomia, finanse, zarządzanie i geografia społeczno-ekonomiczna. W przekonaniu autorki publikacja może być także przydatnym źródłem wiedzy na temat funkcjonowania bankowości mobilnej dla konsumentów, którzy jeszcze nie zdecydowali się z niej korzystać.

Na koniec autorka pragnie serdecznie podziękować Pani Profesor Beacie Świeckiej za wnikliwą lekturę tekstu na etapie recenzji wydawniczej i wartościowe uwagi, które przyczyniły się do udoskonalenia niniejszej monografii.