

APLIKACJE MOBILNE W SEKTORZE BANKOWYM

**CELINA SOŁEK-BOROWSKA
IZABELA MAZUREK**
WOJSKOWA AKADEMIA TECHNICZNA
WYDZIAŁ CYBERNETYKI

Streszczenie: Szybki rozwój technologii informacyjno-komunikacyjnych spowodował, że banki zaczęły wprowadzać produkty, które wykorzystują te technologie. Urządzenia mobilne stały się nieodłącznym elementem codziennego życia dla wielu klientów banku. 76% użytkowników twierdzi, że zawsze posiada smartfona przy sobie, dlatego banki wprowadziły bankowe aplikacje mobilne. W artykule przedstawiono rozróżnienie między bankowością internetową, elektroniczną i mobilną, udowadniając, że aplikacja mobilna banku stała się standardem w polskim sektorze bankowym. Przeprowadzone badania pokazały, że użytkownicy aplikacji mobilnych wciąż obawiają się o bezpieczeństwo swoich środków finansowych, co powoduje ich niskie wykorzystanie.

Słowa kluczowe: aplikacje mobilne, bankowość elektroniczna, bankowość internetowa.

Wstęp

Zastosowanie technologii informacyjno-komunikacyjnych (ICT) w sektorze bankowości, powszechność nowoczesnych urządzeń mobilnych oraz dostęp do Internetu spowodowały, że banki zaczęły wprowadzać do swej oferty innowacyjne rozwiązania. W ostatnim czasie na rynku pojawiły się dwie innowacje, które są ze sobą ściśle połączone: rachunki elektroniczne oraz bankowe aplikacje mobilne. Elektroniczne rachunki rozliczeniowe w Polsce stały się standardową ofertą banków, a tym samym konto internetowe oferowane przez banki nie jest już bezpośrednim sposobem konkurencji. Przedmiotem konkurencji stały się funkcjonalności aplikacji mobilnych.

Każdy z banków świadczących usługi poprzez aplikacje mobilne stworzył swój indywidualny system funkcjonalności. Na rynku nie funkcjonują dwie identyczne aplikacje mobilne. Ich stały rozwój sprawił, że coraz częściej są one podręcznym indywidualnym systemem wspomagającym decyzje finansowe.

Celem artykułu jest analiza powodów niskiej popularności aplikacji mobilnych wśród użytkowników. W artykule przedstawiono genezę aplikacji mobilnych, charakterystykę ich użytkowników, wprowadzono rozróżnienie pomiędzy pojęciami bankowość elektroniczna, bankowość internetowa oraz bankowość mobilna. Artykuł prezentuje ponadto wnioski z badań przeprowadzonych wśród studentów kilku uczelni wyższych w Polsce.

1. Geneza aplikacji mobilnych

Epoka aplikacji została zapoczątkowana wbrew panującej opinii już wraz z pojawieniem się w Polsce pierwszej powszechnej sieci telefonicznej Polkomtel w 1996 roku. Wówczas na rynku pojawiły się pierwsze przenośne aparaty telefoniczne. W periodykach dostępnych w kioskach można było znaleźć kody umożliwiające pobranie dodatkowych tapet, aplikacji (obecnie możemy je utożsamić z aplikacjami o mniejszej funkcjonalności, tzw. widżetami) oraz dzwonek. Te dodatkowe elementy umożliwiające indywidualizowanie telefonu można utożsamić z obecnymi powszechnymi aplikacjami, których jednak użyteczność została bardzo poszerzona, nie tylko o cechy służące zindywidualizowaniu smartfona.

Pierwsza w pełni funkcjonalna aplikacja mobilna została stworzona przez firmę Digital Virgo na zamówienie Telepizy w 2007 roku (Digital Virgo, 2015). Powstała w pierwszym, aczkolwiek nadal niezmiernie popularnym języku programowania JAVA. Analiza tej aplikacji pozwala stwierdzić, że była ona pionierska i na jej podstawie powstała większość obecnych funkcjonalności dostępnych w analogicznych aplikacjach. Umożliwiała ona bowiem dostęp do:

- a) informacji o aktualnych ofertach oraz promocjach,
- b) spisu dostępnych lokali w kraju,
- c) personalizacji poprzez wybór dwóch najbliższych (najczęściej odwiedzanych przez użytkownika) lokali, a także bezpośredni wybór numeru telefonu do nich.



Rys. 1. Ekran pierwszej aplikacji mobilnej

Źródło: DIGITAL VIRGO, 2015

Obecnie aplikacje mobilne posiadają o wiele więcej funkcjonalności, w tym premiowanie ich użytkownika (kupony rabatowe np. w McDonald's dostępne tylko dla użytkowników aplikacji).

2. Użytkownicy aplikacji mobilnych

Urządzenia mobilne stały się nieodłącznym elementem naszego codziennego życia. 76% użytkowników twierdzi, że zawsze posiada smartfona przy sobie, a zostawia go jedynie przez przypadek (Agencja Badań Rynku i Opinii SW Research i NoNoobs, 2015). Jednak w porównaniu do lat poprzednich w badaniach Mobile Generation można zauważyć znaczący spadek wskazań tej odpowiedzi wśród ankietowanych (o 10 punktów procentowych w porównaniu do roku 2013).

Pokolenie Y, a także pokolenie millennialsów¹ nie wyobraża sobie życia bez urządzeń mobilnych. 89% osób pomiędzy 13. a 17. rokiem życia deklaruje posiadanie smartfona, a 39% tabletu (Agencja Badań Rynku i Opinii SW Research i NoNoobs, 2015). Jest to największy odsetek wśród wszystkich grup badanych w trakcie ankiety. Jako ciekawostkę można dodać, że w odniesieniu do smartfonów identyczne wielkości występują w najstarszej grupie wiekowej respondentów, tj. 60 lat i więcej.

Najwięcej urządzeń dostępnych na rynku działa na systemie firmy Google – Android. Stanowi to 68,3% udziałów (Interaktywnie, 2015). Kolejnym co do popularności oprogramowaniem dla urządzeń mobilnych jest Windows Phone, na którym w chwili obecnej pracują głównie smartfony firmy Nokia.

Od wielu lat na rynku obserwuje się silną konkurencję pomiędzy dwiema markami: Samsung – pracującej na Androidzie oraz Apple – która pracuje na swoim systemie iOS.

Popularność marki Apple rośnie z każdym rokiem. W ostatnim kwartale 2014 roku sprzedano aż 74,5 mln iPhone'ów (Komputer Świat, 2015), co stanowi 18,8% udziału w rynku wśród systemów operacyjnych urządzeń mobilnych (Interaktywnie 2015). W Polsce marka ta jest nadal jednoznacznie kojarzona z prestiżem i przynależnością do wyższej klasy społeczeństwa. Dlatego też wśród użytkowników urządzeń firmy Apple zauważa się większą zdolność do zakupów impulsywnych. Osoby posiadające iPhony oraz iPady o wiele częściej niż użytkownicy innych systemów operacyjnych są chętni do ponoszenia opłat za korzystanie z aplikacji – jest to również związane ze specyfiką marki i jej modelem biznesowym (Komputer Świat, 2015). Decydując się na korzystanie z tej marki, klient jest świadomy, że nowe urządzenie posiada tylko podstawowe funkcjonalności. Android w podstawowym oprogramowaniu zapewnia wszelkie² programy wymagane do standardowej obsługi, w tym: aplikację Gmail, Office Suite. Należy jednak zwrócić uwagę, że użytkownicy systemu iOS są bardziej zadowoleni ze swoich systemów operacyjnych niż np. użytkownicy Androida (odpowiednio: 71% i 48%).

Użytkownicy urządzeń mobilnych z założenia indywidualizują swoje aparaty poprzez instalowanie na nich aplikacji. Przeciętnie na jednym urządzeniu

¹ Na potrzeby pracy przyjęto, że jest to pokolenie osób urodzonych po 2000 roku. Czasem można również znaleźć nazwę Pokolenie Z.

² Liczba programów oraz ich typ są uzależnione od marki urządzenia.

użytkownik instaluje dziewięć aplikacji (Agencja Badań Rynku i Opinii SW Research i NoNoobs, 2015). Jedynie co siódmy użytkownik na swoim urządzeniu posiada tylko te aplikacje, które są zainstalowane przez producenta urządzenia (Agencja Badań Rynku i Opinii SW Research i NoNoobs, 2015). Należy zwrócić uwagę, że wśród użytkowników, którzy zainstalują powyżej stu aplikacji na swoich urządzeniach, tylko 21% z nich jest regularnie wykorzystywana.

Największą popularnością wśród użytkowników cieszą się aplikacje służące komunikacji oraz będące uzupełnieniem portali społecznościowych (44% oraz 41%).

Tabela 1. Najpopularniejsze aplikacje mobilne w Polsce

Rodzaj aplikacji mobilnej	Procent odpowiedzi
Komunikatory	44%
Serwisy społecznościowe	41%
Aplikacje użytkowe	41%
Gry	39%
e-mail	31%
Nawigacja	24%
Aplikacje biurowe	23%

Źródło: Interaktywnie, 2015

Użytkownicy aplikacji wraz z rozwojem technologii i popularności telefonów komórkowych typu smartfon coraz mniej chętnie płacą za aplikacje. Są bowiem świadomi, że na rynku, jak w każdym sklepie, istnieje wiele zamienników konkretnej aplikacji. Gdy konieczne są opłaty za ściągane aplikacje, w większości przypadków nie przekraczają one 9 zł miesięcznie. W przypadku tabletów wydatki na aplikacje są nieco większe – 46% osób deklaruje, że w ciągu miesiąca na aplikacje wydaje ponad 20 złotych (Agencja Badań Rynku i Opinii SW Research i NoNoobs, 2015). Najprawdopodobniej jest to spowodowane większą wygodą korzystania z tego urządzenia ze względu na większą przekątną monitora, co może być wykorzystywane do edycji dokumentów oraz oglądania filmów. W przypadku edycji dokumentów użytkownik o wiele chętniej skorzysta z aplikacji płatnej, posiadającej pełną funkcjonalność, a jednocześnie będzie miał do niej większe zaufanie, co pozwoli na edycję nawet poufnych danych. W przypadku oglądania materiałów filmowych dzięki poniesieniu opłaty nie będą wyświetlane rozpraszaające reklamy. Użytkownicy tabletów aż w 43% skarżą się na obecność reklam na swoich urządzeniach, co powoduje u nich dyskomfort i utrudnia wykonywanie

zadań, do których został zakupiony sprzęt (Agencja Badań Rynku i Opinii SW Research i NoNoobs, 2015).

Dzięki ich powszechności i wszechstronnemu zastosowaniu istnieje pewne prawdopodobieństwo, że w przyszłości zastąpią niektóre urządzenia, np. nawigację GPS. Coraz częściej zdarza się, że nawet zawodowi kierowcy nie korzystają już z klasycznych urządzeń GPS, a zamiast tego posiadają tablety i używają aplikacji Google Maps. Czy zatem smartfony i tablety są realnym zagrożeniem dla klasycznych dedykowanych urządzeń? 88% respondentów uważa, że aplikacje wspomagające transport w zupełności wystarczają i nie widzi konieczności zakupu dedykowanego urządzenia. Kolejną branżą, która może odczuć popularność urządzeń mobilnych umożliwiającą instalowanie aplikacji, są firmy posiadające w swojej ofercie urządzenia odtwarzające mp3 i formaty muzyczne. 64% użytkowników deklaruje, że urządzenia mobilne są w stanie zastąpić klasyczne aparaty cyfrowe (Agencja Badań Rynku i Opinii SW Research i NoNoobs, 2015).

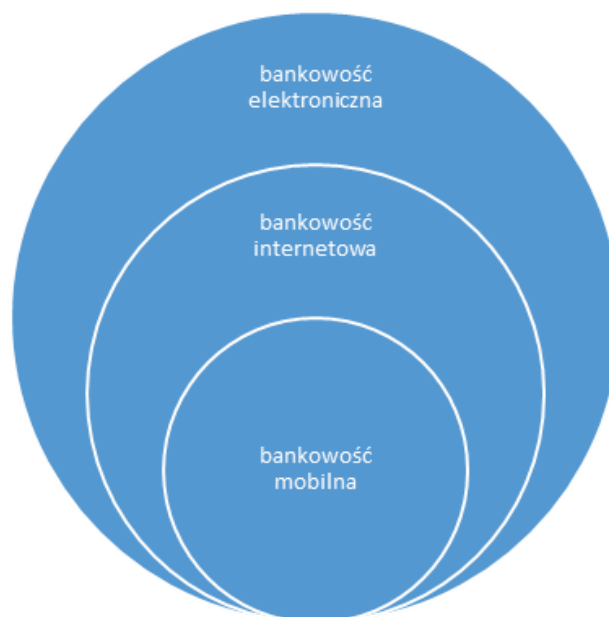
3. Aplikacje mobilne w sektorze bankowym

Rozwój Internetu oraz coraz powszechniejszy dostęp do tego medium stopniowo skłaniał banki do powolnych acz systematycznych prób wykorzystania go w kontakcie z klientem. Internet doprowadził do szybszej wymiany informacji między bankiem a klientem, a przede wszystkim zapewnił wygodę dla klienta, który nie musi już iść „sprawdzać swojego rachunku w banku”. Równolegle funkcjonują dwa pojęcia: bankowość elektroniczna oraz bankowość internetowa. Chociaż często stosowane są zamiennie, oznaczają zupełnie coś innego.

Bankowość elektroniczna to „forma kontaktu pomiędzy klientem a bankiem przy wykorzystaniu urządzeń elektronicznych, np. komputer, telefon, a także elektroniczne systemy płatnicze i urządzenia do ich przyjmowania (bankomaty, elektroniczne terminale do akceptowania kart płatniczych”. W bankowości elektronicznej transakcje najczęściej realizowane są poprzez pieniądź bezgotówkowy (elektroniczny) za pomocą karty bankomatowej przy wykorzystaniu dostępnych systemów informatycznych udostępnionych przez bank klientowi.

Elementem bankowości elektronicznej jest natomiast bankowość internetowa. Dzięki niej klient ma możliwość samodzielnego podejmowania decyzji finansowych w dowolnym i najwygodniejszym dla siebie czasie i miejscu. Zależności pomiędzy poszczególnymi typami nowoczesnej bankowości zawiera rysunek 2.

Początki oficjalnej bankowości elektronicznej w Polsce to rok 2002, kiedy została uchwalona ustawa o elektronicznych instrumentach płatniczych. Dzięki temu problematyka bankowości internetowej w Polsce została usystematyzowana, zdefiniowana i zyskała pewne standardy w relacji bank–klient (Ustawa o elektronicznych instrumentach płatniczych, 2002). Na podstawie tej ustawy określono zasady funkcjonowania pieniądza elektronicznego w polskim sektorze bankowym, prawa i obowiązki stron umów o bankowość elektroniczną.



Rys. 2. Uproszczony schemat bankowości

Źródło: opracowanie własne

Szczególną nowością w bankowości internetowej są natomiast aplikacje mobilne dostępne na urządzenia mobilne. Aplikacje mobilne są podłączone do konta internetowego za pomocą numeru telefonu. 12% Polaków korzysta już z bankowości mobilnej, a drugie tyle jest tym zainteresowane, 5% korzysta z telefonu, płacąc za zakupy (TNS Polska, 2015).

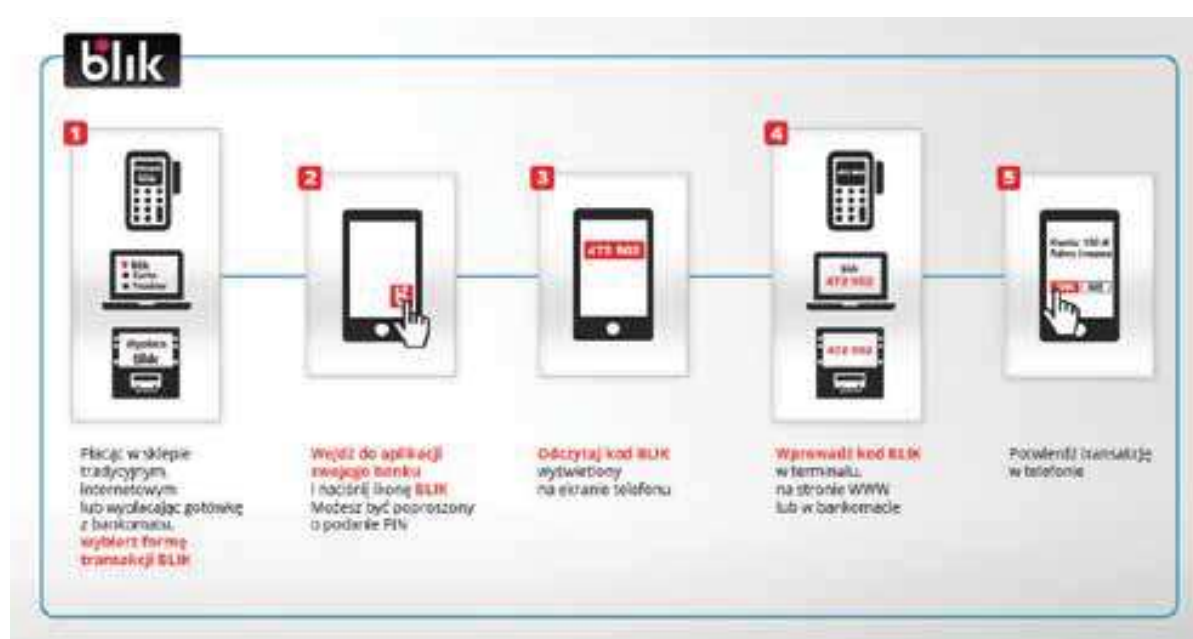
Tak samo jak w przypadku kont internetowych każdy bank oferuje w swojej aplikacji inne funkcjonalności. W części banków jest to jedynie aplikacja służąca do płacenia oraz przelewów, a część daje w pełni funkcjonalny dostęp do kont. Najczęściej aplikacje mobilne rozpatruje się pod kątem dostępu do następujących opcji oferowanych przez bank:

- 1) sprawdzenie salda i historii rachunku,
- 2) dostęp do karty,
- 3) wykonanie przelewu zdefiniowanego oraz dowolnego,
- 4) doładowywanie telefonu,
- 5) zakładanie i zrywanie lokaty,
- 6) wgląd w kredyty,
- 7) wyświetlenie listy pobliskich bankomatów i placówek,
- 8) kursy walut/ konwerter walut,
- 9) integracja z aparatem (skaner kodów QR lub zdjęcia rachunków).

Rozwój technologii, a wraz z nim wdrożenie nowych rozwiązań technologicznych sprawia, że aplikacje zaczynają oferować znacznie większe możliwości niż dotychczasowe konta internetowe. Bank PKO BP, jako pierwszy na rynku, w marcu 2013 roku postanowił zrewolucjonizować polską bankowość, oferując aplikację mobilną. Popularność aplikacji już w pierwszym tygodniu jej funkcjonowania zaskoczyła samych twórców. Warto pamiętać, że aby korzystać z tej aplikacji

w sposób innowacyjny, należało posiadać konto internetowe, stąd wynik w postaci 6500 użytkowników był niespodziewany (PKO BP, 2015). W ciągu tygodnia od udostępnienia aplikacji wykonano 1065 transakcji za pomocą telefonu.

Aplikacja mobilna banku jest standardem w polskim sektorze bankowym. W początkowej fazie rozwoju głównym problemem był brak możliwości wypłaty pieniędzy w innym bankomacie niż sieć bankomatów przynależnych do danego banku oraz różne systemy weryfikacji płatności przez telefon w punktach handlowych. W celu lepszego dopasowania aplikacji mobilnych do klientów powstało w 2013 konsorcjum sześciu głównych i najnowocześniejszych banków w Polsce: Alior Banku, Banku Millennium, Banku Zachodniego WBK, ING Banku Śląskiego, mBanku oraz PKO Banku Polskiego (Polski Standard Płatności, 2015). **Polski Standard Płatności** ma na celu ujednoczenie sposobu funkcjonowania podstawowych opcji w aplikacji (płatność za zakupy oraz wypłaty z bankomatów) w celu maksymalizacji zadowolenia klientów. Oficjalnie **BLIK** ruszył 9 lutego 2015 roku. Blik to sześciocyfrowy kod wyświetlający się tylko dwie minuty. Aby wykonać płatność, wystarczy przepisać ten kod w odpowiednie miejsce w bankomacie lub innym systemie płatności elektronicznych, np. POLCARD, DOTPAY. Sposób działania BLIKU przedstawia rysunek 3, pokazując poszczególne etapy wykonania transakcji. W pierwszej kolejności należy poinformować kasjera o chęci wykonania transakcji za pomocą BLIK lub wybrać stosowną opcję na ekranie komputera. Następnie po uruchomieniu mobilnej aplikacji bankowej należy w zależności od aplikacji dokonać identyfikacji użytkownika za pomocą kodu PIN bądź docisku palca. Czwartym etapem jest odczytanie indywidualnego 6-cyfrowego kodu BLIK na ekranie swojego urządzenia. Kod ten należy wpisać na pinpadzie urządzenia płatniczego. W celu dokonania transakcji należy ją zaakceptować w aplikacji.



Rys. 3. Sposób działania BLIK

Źródło: *Ecommerce News*, 2015

System BLIK jest wstępem do rewolucji w polskiej bankowości. Jednak o pełnym sukcesie projektu będzie można mówić dopiero, gdy system ten obejmie znaczną część użytkowników, w tym system obsługujący główny portal aukcyjny w Polsce – Allegro, a także pozostałe sklepy internetowe działające w systemie płatności online PayU. Obecnie system obejmuje tylko 5 tys. sklepów internetowych oraz 7,5 tys. sklepów stacjonarnych, co pokrywa jedynie niewielki procent rynku (Wirtualne Media, 2015).

4. Użytkownicy aplikacji mobilnych – badanie postaw wśród studentów

Celem badania było sprawdzenie częstotliwości korzystania z aplikacji mobilnych wśród studentów kilku wybranych uczelni w Polsce. Badania przeprowadzono z wykorzystaniem ankiety. Cieszyła się ona dużą popularnością wśród studentów, o czym świadczy fakt, że 302 wypełnienia uzyskano w dniach 12-15.05.2015.

Hipoteza badawcza brzmi następująco: brak zaufania do aplikacji mobilnych implikuje ich niską popularność.

Ankieta została przeprowadzona poprzez umieszczenie pytań na portalu ankieta.pl. Linki do niej zostały rozpropagowane wśród grupy docelowej poprzez portal społecznościowy Facebook. Informacje o przeprowadzanym badaniu umieszczono w grupach studenckich głównie uczelni warszawskich, ale także krakowskich (Uniwersytet Jagielloński, Akademia Górniczo-Hutnicza) oraz wrocławskich (Uniwersytet Wrocławski). Łącznie zostało wypełnionych 316 ankiet.

Ankieta zawierała siedem pytań tematycznych oraz cztery nawiązujące do sytuacji osobistej ankietowanego: jego wieku, wykształcenia oraz miejsca zamieszkania. Pytania były głównie zamknięte lub półotwarte, a także jedno pytanie tabelaryczne. Ze względu na charakter i tematykę badania nie wszystkie pytania były obowiązkowe.

Wśród respondentów dominującą grupą były kobiety – stanowiły one 62,06% badanej populacji; 180 z nich reprezentowało grupę wiekową 18-25. Ze względu na miejsce promowania badania największą grupą wiekową reprezentowaną w badaniu jest wiek 18-25 – badani stanowią aż 93,05%. Najmniej reprezentatywną grupą w badaniu są osoby po 35. roku życia (osiem osób). Wiek ten jest w polskim systemie szkolnictwa uznany za graniczny zachowania praw studenta na studiach doktoranckich.

Tabela 2. Wiek respondentów uczestniczących w badaniu

Grupa wiekowa	Wartość procentowa	Liczba
18-25	93,05%	281
26-35	4,30%	13
36-45	2,65%	8

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Osoby o wykształceniu wyższym oraz średnim były najliczniej reprezentowane w trakcie badania (odpowiednio 37,82% – 118 osób oraz 61,54% – 192 osoby). W ankiecie nie zastosowano podziału na typ wykształcenia: techniczne, ekonomiczne, społeczne ani nie zróżnicowano stopnia wykształcenia wyższego (wyższe niepełne: inż., lic. oraz wyższe: mgr).

Istotnym elementem przy badaniu ankietowym było zróżnicowanie co do wielkości miejsca zamieszkania. Zastosowano podział na pięć wielkości obszarów. Najliczniej reprezentowane są miasta powyżej 500 tys. mieszkańców – ankietowani stanowią 49,68% badanych.

Podstawowym zagadnieniem, które pojawiło się w badaniu, było sprawdzenie popularności aplikacji mobilnych w bankowości.

Tabela 3. Wykorzystywanie aplikacji mobilnej banku – zróżnicowanie względem płci

Czy korzystasz z aplikacji mobilnej banku? (jeśli zaznaczyłeś odpowiedź: Nie, proszę przejdź do pytania nr 6)	Ogółem	Płeć	
		Kobieta	Mężczyzna
tak	41,27% (130) ¹	65,38% (85)	34,62% (45)
nie	58,73% (185)	59,78% (110)	40,22% (74)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Żadna z badanych grup wiekowych nie jest grupą dominującą, która korzysta z aplikacji mobilnych w bankowości. W zależności od wieku wyniki kształtują się następująco.

Tabela 4. Wykorzystywanie aplikacji mobilnej banku – podział ze względu na wiek ankietowanego

Czy korzystasz z aplikacji mobilnej banku? (jeśli zaznaczyłeś odpowiedź: Nie, proszę przejdź do pytania nr 6)	Wiek		
	18-25	26-35	36-45
tak	40,89% (119)	43,75% (7)	50,00% (4)
nie	59,11% (172)	56,25% (9)	50,00% (4)

Źródło: opracowanie własne na podstawie ankiet

Aplikacje mobilne stały się w ostatnim czasie miniaturyzacją kont elektronicznych. Użytkownicy mogą z ich poziomu prawie w pełni zarządzać swoimi dochodami. Głównym argumentem za korzystaniem z aplikacji mobilnej jest

³ W nawiasach podano liczbę wskazań.

znaczną wygodą i oszczędnością czasu (odpowiedź tę wskazało 71,34% respondentów). Istotnym elementem, dzięki któremu respondenci decydują się na użytkowanie aplikacji mobilnych, jest również możliwość stałego kontrolowania swoich wydatków (43,31% pytanych). Kolejną ważną kwestią, na którą zwracają uwagę respondenci, jest bezpieczeństwo. Aplikacja mobilna stosująca system BLIK daje poczucie znacznie większego bezpieczeństwa przy wykonywaniu płatności za zakupy internetowe np. w systemie DOTPAY (6,37% ankietowanych). Często wskazywaną odpowiedzią (14,01%) było również zainteresowanie nowościami bankowymi na rynku. Odpowiedź ta dominowała wśród użytkowniczek aplikacji.

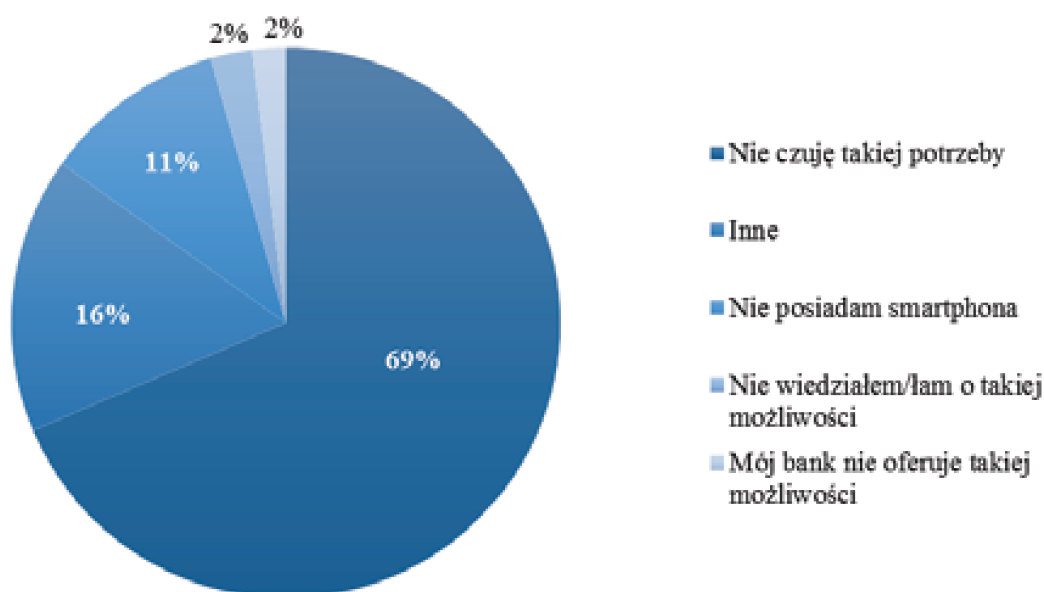
Powody korzystania z aplikacji mobilnych zostały ujęte w kilka grup:

- „Korzystam, jeśli nie mam dostępu do komputera, np. w trakcie podróży” (cztery odpowiedzi).
- „Korzystam, ale nie mam wystarczającego zaufania, szczególnie w razie zgubienia telefonu”.
- „Strona banku przez przeglądarkę jest bardzo niewygodna do obsługi”.

Użytkownicy aplikacji niezależnie od wieku, płci oraz wykształcenia wskazali, że elementem decydującym o korzystaniu z aplikacji w codziennym życiu są:

- wygoda i oszczędność czasu (71,34%)
- oraz chęć bieżącego kontrolowania swoich wydatków (43,31%).

W ankiecie zapytano również respondentów o przyczynę niekorzystania z aplikacji mobilnych. Najczęściej pojawiającą się odpowiedzią było nieodczuwanie potrzeby (68,63%). Jednak nieco zaskakującą deklaracją respondentów był brak posiadania telefonu typu smartfon, który umożliwiłby instalację aplikacji (10,78%). Odpowiedź ta znalazła się na drugim miejscu wśród najczęściej pojawiających się odpowiedzi.



Wykres 1. Powody niekorzystania z aplikacji mobilnej banku

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Wśród odpowiedzi wpisanych przez respondentów dominowała obawa o bezpieczeństwo aplikacji (ponad dziesięć podobnych wpisów o tematyce bezpieczeństwa i braku zaufania do aplikacji), m.in.:

- „Aplikacje mobilne są bardzo niebezpieczne, łatwo wykraść dane i pieniądze”
- „Nie czuję się komfortowo, korzystając z mobilnego dostępu. Najczęściej korzystam z dostępu u siebie w domu, jeżeli jestem gdzieś na zewnątrz, to korzystam z sieci niezabezpieczonych i nie chciałbym przez nie wchodzić do banku”
- „Potencjalne ryzyko niweluje korzyści/ nie czuję potrzeby”
- „Nie ufam bezpieczeństwu takiej aplikacji np. w razie kradzieży/zgubienia telefonu”

Aplikacje mobilne w założeniu miały ułatwić oraz uzupełnić bankowość elektroniczną. Wykorzystanie aplikacji do codziennych transakcji nadal jednak jest mało popularne.

Tabela 5. Cele, do których najczęściej wykorzystywana jest aplikacja mobilna przez badanych

Odpowiedź	Zawsze	Często	Nigdy
Do opłat za zakupy internetowe	13,78% (27)	29,08% (57)	57,14% (112)
Do przelewów internetowych	18,27% (36)	36,55% (72)	45,18% (89)
Do przelewów na numer telefonu	3,09% (6)	15,98% (31)	80,93% (157)
Do zapłaty za codzienne zakupy	4,69% (9)	19,27% (37)	76,04% (146)
Do sprawdzenia salda konta	34,17% (68)	36,18% (72)	29,65% (59)
Do sprawdzenia lokalizacji bankomatu	4,15% (8)	19,17% (37)	76,68% (148)
inne (jakie?)	10,13% (8)	12,66% (10)	77,22% (61)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Najczęściej użytkownicy wykorzystują aplikacje do sprawdzania stanu swojego konta: 70,35%. Kolejną czynnością co do popularności są przelewy internetowe oraz opłaty za zakupy internetowe. Najmniej popularne są przelewy na numer telefonu innego użytkownika.

Aplikacje mobilne nadal są mało popularne wśród społeczeństwa polskiego. W przeważającej większości odpowiada za to brak zaufania do nich. Klienci nie odczuwają również potrzeby wykorzystywania tego typu innowacji w codziennym życiu. Jednak należy zauważyć, że w 2011 roku wykonano więcej transakcji mobilnych niż wystawiono tak popularnych w latach 90. czeków płatniczych (Brett, 2013, s. 358).

Przeprowadzone w pracy badanie pierwotne, pomimo że nie może być uznane za reprezentatywne dla całej populacji ze względu na zbyt małą wielkość próby (wypełniono 302 ankiety), pozwala na wyciągnięcie pewnych wniosków i poznanie

stosunku do powodów korzystania z aplikacji mobilnych. Wśród badanych dominująca jest grupa niekorzystająca z aplikacji mobilnych na co dzień – stanowią oni prawie 60%. Należy zwrócić uwagę, że wiek respondenta nie wpływa na odpowiedź – brakuje grupy wiekowej, w której respondenci w większości korzystają z aplikacji. Jednakże znaczący wpływ na korzystanie z aplikacji ma kryterium płci. Wbrew przypuszczeniom ze strony twórcy ankiety, kobiety częściej niż mężczyźni korzystają z tej formy bankowości (65,38% badanych odpowiedziało twierdząco). Badanie wyraźnie wskazuje przyczyny tego, że użytkownicy nie korzystają z aplikacji. Głównym argumentem respondentów jest obawa o bezpieczeństwo. Działania dokonywane poprzez aplikacje mobilne najczęściej ograniczają się do sprawdzenia stanu konta. Należy jednak zauważyć, że wraz z projektem Polski Standard Płatności wzrasta ich użyteczność i łatwość w przypadku wykonywania przelewów za zakupy internetowe, na co również zwrócili uwagę respondenci.

Zakończenie

Szybki postęp technologiczny oraz rosnąca konkurencja na rynku nie sprzyjają rzetelnemu informowaniu klienta o możliwych szansach i zagrożeniach związanych z dokonywaniem transakcji przy wykorzystaniu aplikacji mobilnych. Przedstawianie tylko i wyłącznie pozytywnych aspektów użytkowania aplikacji, bez wskazówek dotyczących bezpieczeństwa, nie zabezpiecza w pełni interesów klienta. Dlatego banki powinny prowadzić rozległą politykę informacyjną wskazującą, jak bezpiecznie korzystać z takich aplikacji.

Hipoteza została potwierdzona, brak zaufania do aplikacji mobilnych powoduje ich niską popularność wśród użytkowników.

Z całą pewnością aplikacje mobilne w najbliższym czasie znacznie wpłyną na sposób wykonywania codziennych transakcji, jednak wydaje się mało prawdopodobne, że w pełni zastąpią tradycyjne karty bankowe bądź kredytowe. Społeczeństwo polskie ma dość tradycyjny stosunek do gospodarowania własnymi środkami finansowymi.

MOBILE APPLICATIONS IN THE BANKING SECTOR

Abstract: The rapid development of information and communication technologies caused that banks have begun to introduce products that utilize and are based on these technologies. Mobile devices have become an integral part of everyday life for many bank customers. 76% of users claim that they always have a smartphone with them. Therefore it became natural for banks to introduce mobile banking applications. The article presents the distinction between online banking, electronic and mobile, proving that mobile application has become the current standard in the Polish banking sector. The undertaken research proved that users of mobile applications are still concerned about the safety of their funds resulting in their low utilization.

Keywords: mobile applications, electronic banking, Internet banking.

BIBLIOGRAFIA

- [1] BRETT K., 2013, *Bank 3.0*, Wydawnictwo Studio EMKA, Warszawa.
- [2] Ustawa z dnia 12 września 2002 r. o elektronicznych instrumentach płatniczych, <http://isap.sejm.gov.pl/>, dostęp: 2.05.2015.

NETOGRAFIA

- [1] DIGITAL VIRGO, 2015, *telepizza-nasza-pierwsza-aplikacja-mobilna-z-2007-roku*, <http://www.digitalvirgo.pl/pl/367/> (15.04.2015).
- [2] ECOMMERCE NEWS, 2015, *Polish banks launch mobile payment solutions*, <http://ecommercenews.eu/polish-banks-launch-mobile-payments-solution-blik/> (22.10.2015).
- [3] GENERATION MOBILE 2014, <http://2014.generationmobile.pl/> (5.04.2015). Raport Generation Mobile 2014, III edycja, sierpień 2014.
- [4] INTERAKTYWNIE, 2015, <http://interaktywnie.com>, Raport Aplikacje Mobilne (12.04.2015).
- [5] KOMPUTER ŚWIAT, 2015, <http://www.komputerswiat.pl/artykuly/redakcyjne/2015/01/wyniki-apple.aspx> (15.04.2015).
- [6] PKO BANK POLSKI, 2015, *Pko BP sukces Iko po pierwszym tygodniu działania*, <http://prnews.pl/pko-bank-polski/pko-bp-sukces-iko-po-pierwszym-tygodniu-dzialania-6546388.html> (2.05.2015).
- [7] POLSKI STANDARD PŁATNOŚCI, 2015, <http://www.polskistandardplatnosci.pl/> (2.05.2015).
- [8] TNS GLOBAL, 2015, http://www.tnsglobal.pl/uploads/infographic/TNS_Polska_moneygoesmobile.html.
- [9] WIRTUALNE MEDIA, 2015, <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/szesc-polskich-bankow-wprowadza-system-platnosci-mobilnych-blik> (3.05.2015).