



SKUTKI TECHNOLOGICZNE PANDEMII DLA SEKTORA BANKOWEGO Z PUNKTU WIDZENIA POTRZEB KLIENTA

**DR MIECZYŚLAW GROSZEK
FORUM BANKOWE - 17 MARCA 2021**

W DOBIE PANDEMII KONSUMENCI ZMIENILI SWOJE PODEJŚCIE DO PŁATNOŚCI BEZGOTÓWKOWYCH

W CZASIE PANDEMII KLIENCI CZĘŚCIEJ WYBIERAJĄ BEZGOTÓWKĘ TWORZĄC PRESJĘ KONSUMENCKĄ NA PRZEDSIĘBIORCACH NIEPOSIADAJĄCYCH TERMINAŁA PŁATNICZEGO



44% konsumentów deklaruje, że pandemia trwale zmieniła ich przyzwyczajenia i w przyszłości będą częściej płacić bezgotówkowo

Źródło: POLASIK Research



W trakcie pandemii użytkownicy częściej wybierali bezgotówkowe metody płatności za zakupy online.

W 2019 roku 26% klientów płaciło gotówką u kuriera, a w 2020 tylko 18%

Źródło: Izba Gospodarki Elektronicznej; Raport Płatności Cyfrowe 2020 oraz Płatności Cyfrowe 2019



62% konsumentów preferuje płatności kartą, a jedynie 20% płatności gotówką

Źródło: Instytut Badań Pollster na rzecz kompanii edukacyjno-informacyjnej Warto Bezgotówkowo



27% konsumentów zrezygnowało z używania gotówki w czasie pandemii koronawirusa

Źródło: badanie Bain&Company

EDUKACJA FINANSOWA PRZEDSIĘBIORCÓW I KONSUMENTÓW



Presja ze strony konsumentów wymusza akceptację płatności bezgotówkowych

W efekcie konieczna jest edukacja nieprzygotowanych do tej sytuacji przedsiębiorców

Potrzeba edukacji dotyczy także konsumentów, dla których wejście w świat płatności bezgotówkowych bywa trudnym doświadczeniem

Sektor bankowy powinien prowadzić edukację finansową dla konsumentów i przedsiębiorców

ROZWÓJ RYNKU E-COMMERCE ZWIĘKSZYŁ PRESJĘ NA CYBERBEZPIECZEŃSTWO

ROK 2020 BYŁ PRZEŁOMOWY DLA RYNKU E-COMMERCE

- W 2020 roku Polacy dokonali zakupów online na kwotę ponad 15,3 mld EUR – o 31,4% więcej niż w 2019 roku
- Według szacunków w 2019 roku rynek handlu internetowego w Polsce wynosił 11% całego rynku handlu detalicznego, a w 2025 r. udział ten wyniesie 20%
- 73% internautów dokonuje zakupów w sieci, a w 2019 r. było to 60%



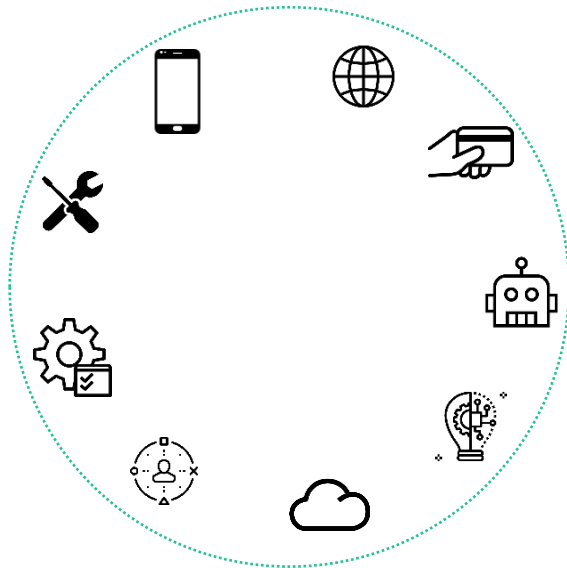


Rozwój rynku e-commerce spowodował konieczność większych inwestycji w nowe rozwiązania w obszarze cyberbezpieczeństwa oraz permanentnej edukacji klientów



OTWARTA BANKOWOŚĆ POWODUJE KONIECZNOŚĆ DOSTARCZANIA PRZEZ BANKI NOWYCH PRODUKTÓW I USŁUG

OTWARTA BANKOWOŚĆ WYMUSIŁA WPROWADZENIE NOWEJ WARTOŚCI W USŁUGACH FINANSOWYCH – DBANIE O WYGODĘ I BEZPIECZEŃSTWO KLIENTA



PRESJA ZE STRONY
NOWYCH GRACZY
POWODUJE KONIECZNOŚĆ
WPROWADZANIA PRZEZ
BANKI NOWYCH
PRODUKTÓW I USŁUG



1

Narzędzia do zarządzania
budżetem domowym

2

Innowacyjne produkty
inwestycyjne dla klientów
detalicznych - np. kupno
zagranicznych akcji

Fundacja Polska Bezgotówkowa

Marszałkowska 142

00-061 Warszawa

DZIĘKUJĘ

www.polskabezgotowkowa.pl