

Kim są polscy użytkownicy płatności mobilnych?

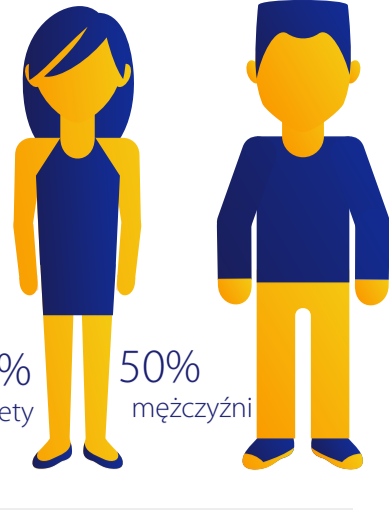
Płatności przy pomocy urządzenia mobilnego najchętniej dokonują osoby w wieku 18-34 lata.

„Użytkownik płatności mobilnych” to osoba zarządzająca swoimi pieniędzmi lub dokonująca płatności przy pomocy urządzenia mobilnego.

86% osób w tej grupie dokonało płatności lub korzystało z bankowości mobilnej z poziomu urządzenia mobilnego

50% kobiety

50% mężczyźni



Zachowania

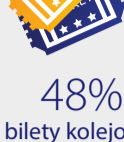
Użytkownicy płatności mobilnych chętniej korzystają z urządzeń mobilnych również przy zakupach o wysokiej wartości. Wśród towarów i usług najczęściej opłacanych za pomocą urządzeń mobilnych znajdują się:

81% odwiedza tradycyjne sklepy, by obejrzeć i przetestować produkty, które zamierzają kupić w internecie (showrooming)

63% przelewa pieniądze na rzecz przyjaciół lub rodziny



60% rachunki domowe



48% bilety kolejowe i komunikacji miejskiej



45% towary i usługi o wysokiej wartości (wyjazdy wakacyjne, meble)



50% jedzenie na wynos



41% muzyka, programy TV i filmy

Korzystanie

Urządzenia mobilne najchętniej wykorzystywane przy płaceniu przez użytkowników płatności mobilnych (przynajmniej kilka razy w tygodniu) to:

Za trzy lata użytkownicy płatności mobilnych korzystają będą – według własnych przewidywań – z następujących urządzeń:

2019

53% urządzenia ubieralne



42% smartfony



91% ze smartfonów

72% z tabletów

53% z urządzeń ubieralnych

34% tablety



69% użytkowników płatności mobilnych korzysta z co najmniej jednej usługi portfela elektronicznego

51% użytkowników portfeli internetowych ustawia kartę debetową jako domyślną

Korzystając z urządzenia mobilnego, użytkownicy płatności mobilnych najczęściej płacą z poziomu przeglądarki internetowej

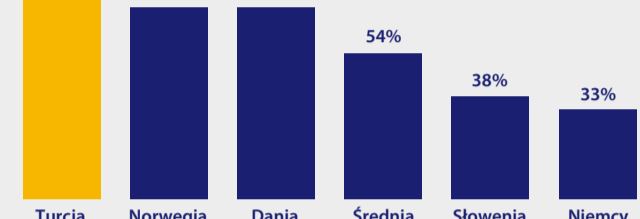
71% płaci z poziomu przeglądarki internetowej

69% dokonuje płatności w aplikacji

56% płaci w punkcie handlowo-usługowym

Liczba Europejczyków, którzy wykorzystują swoje urządzenia mobilne do płatności, uległa potrojeniu w ciągu ostatniego roku

W ciągu ostatnich 12 miesięcy nastąpiło znaczące upowszechnienie płatności mobilnych. Odsetek badanych regularnie korzystających z urządzeń mobilnych przy płatnościach za towary i usługi wynosi obecnie 54%, co oznacza trzykrotny wzrost w stosunku do roku 2015 (18%), kiedy badanie przeprowadzono po raz pierwszy.



64% uważa wygodę za najważniejszy czynnik

55% woli nosić przy sobie mniej gotówki

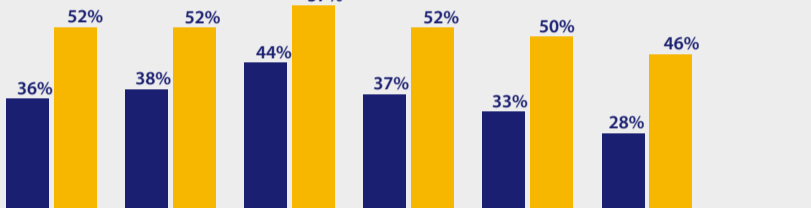
Wygodą dla użytkowników płatności mobilnych główną zachętą do korzystania z portfeli mobilnych i internetowych oraz usług pozwalających na zapisanie karty u detalisty.

Coraz większa otwartość na korzystanie z urządzeń mobilnych przyniosła także zmianę nastawienia do płatności mobilnych w ciągu ostatniego roku.

Rok temu 38% badanych nigdy nie płaciło za pomocą urządzeń mobilnych - obecnie odsetek ten zmalał do 12%.

Rosnąca popularność kart zbliżeniowych wśród konsumentów zwiększa ich zainteresowanie płatnościami mobilnymi

Od 2015 r. znacznie zwiększyła się popularność kart zbliżeniowych. Obecnie **52%** badanych korzysta z nich przy codziennych płatnościach za towary i usługi – wobec **36%** w 2015 r.



Tendencja ta występuje we wszystkich grupach wiekowych.

Użytkownicy kart zbliżeniowych są bardziej skłonni do płacenia za pomocą urządzenia mobilnego w porównaniu z osobami, które z takich kart nie korzystają (odpowiednio: 52% i 30%).

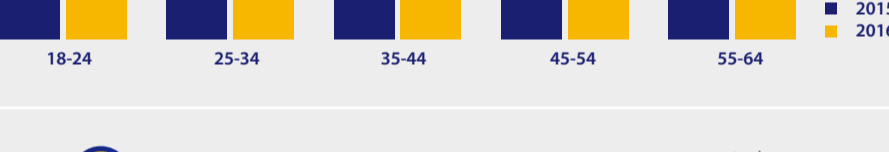
Istnieje wyraźny związek pomiędzy korzystaniem z kart zbliżeniowych obecnie a zainteresowaniem płatnościami mobilnymi w przyszłości.

50% chce płacić mobilnie za posiłki

49% jest zainteresowanych płaceniem przez aplikację detalisty

Płatności mobilne pomagają konsumentom w kontroli ich finansów i zacieśnianiu związków klienta z bankiem

Dzięki zwiększonym możliwościom smartfonów i tabletów konsumenci – zwłaszcza użytkownicy płatności mobilnych – nawiązują bliższe kontakty ze swoimi bankami. 41% ogółu badanych regularnie sprawdza stan konta drogą internetową lub za pośrednictwem aplikacji bankowej. Wśród użytkowników płatności mobilnych odsetek ten wzrasta do 53%. Z kolei przelewów osobistych na rzecz rodziny lub przyjaciół dokonuje 45% wszystkich badanych i 59% użytkowników płatności mobilnych.

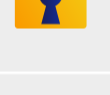


Popularność bankowości mobilnej rośnie we wszystkich grupach wiekowych



37%

za korzyść uważa możliwość śledzenia historii swoich wydatków

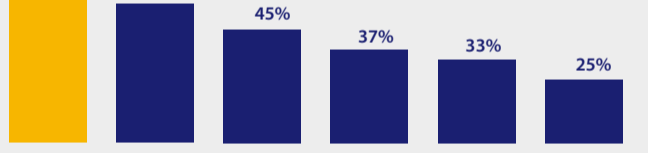


37%

uważa, że korzystanie z portfeli elektronicznych zwiększa bezpieczeństwo

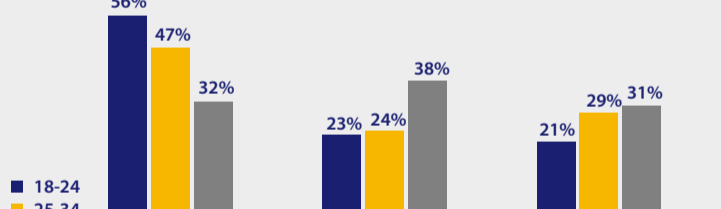
Jako najważniejsze zalety korzystania z portfeli mobilnych użytkownicy płatności mobilnych wymieniają lepsze zarządzanie finansami oraz bezpieczeństwo.

Przelewów za pomocą urządzeń mobilnych najchętniej dokonują młodzi konsumenci



Przy korzystaniu z portfeli elektronicznych konsumenci najczęściej wybierają karty debetowe

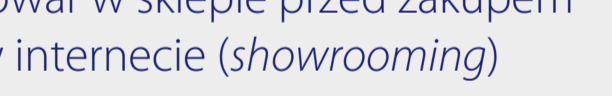
Większość (59%) badanych korzysta z portfeli elektronicznych. Młodzi konsumenci częściej zapisują w nich karty debetowe. Wśród badanych, którzy dodają do portfeli zarówno karty debetowe, jak i kredytowe, **kartę debetową wybiera jako domyślną 51% osób w grupie wiekowej 18-24 lata i 48% w grupie wiekowej 65+.**



Zdecydowana większość konsumentów woli obejrzeć towar w sklepie przed zakupem w internecie (showrooming)

Obejrzenie towaru w sklepie tradycyjnym jest istotne dla całej grupy badanych, bez względu na to czy ostatecznie dokonają zakupu na miejscu czy też w internecie.

Wśród badanych, którzy wolą kupować w sklepie tradycyjnym, **60% docenia bezpośredni kontakt z obsługą i możliwość obejrzenia towaru na miejscu.**



Dotyczy to wszystkich grup wiekowych, lecz w największym stopniu osób w wieku 65+ (73%), a w najmniejszym osób w przedziale 25-34 lata (53%).

75% użytkowników płatności mobilnych przed zakupem w internecie produktów o średniej i dużej wartości ogląda je w sklepie

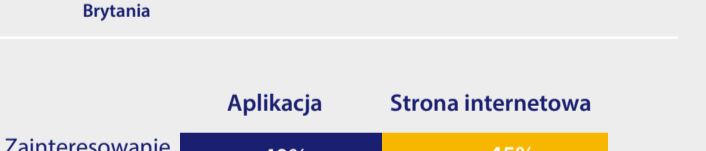
69% ogółu badanych kupuje w ten sposób artykuły o średniej i dużej wartości

Showrooming cieszy się ogromną popularnością we wszystkich grupach wiekowych i wszystkich krajach.

Najwięksi entuzjaści showroomingu to Brytyjczycy, wśród których 80% badanych kupuje w ten sposób artykuły o średniej i dużej wartości. Najniższy odsetek notowany jest wśród Francuzów (60%).



Zakupy przez stronę internetową sklepu cieszą się większym zainteresowaniem konsumentów niż te poprzez aplikację detalisty.



Obawy dotyczące nadużyć oraz bezpieczeństwa wciąż pozostają najważniejszą przeszkodą w upowszechnianiu płatności mobilnych

Najważniejsze powody, powstrzymujące ludzi przed korzystaniem z płatności cyfrowych: **Obawy dotyczące nadużyć i bezpieczeństwa (65%).** W 2015 r. 62% badanych podało obawy dotyczące nadużyć i bezpieczeństwa jako główną przyczynę niekorzystania z płatności mobilnych przy zakupie towarów i usług. W 2016 r. odsetek ten praktycznie się nie zmienił (65%).

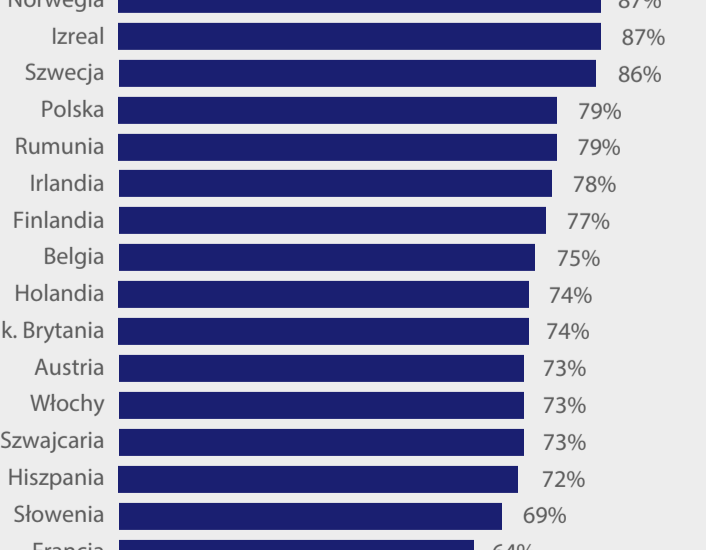
Brak wystarczająco silnego argumentu na rzecz zmiany sposobu płacenia (55%).

Obawy o zagrożenie prywatnością (51%). W 2015 r. obawy dotyczące prywatności oraz poufności danych wskazywała niemal połowa badanych (45%). W 2016 r. odsetek ten nieznacznie wzrósł – do poziomu 51%.

Niewiedza wciąż jest czynnikiem hamującym upowszechnianie płatności mobilnych. Dla jednej czwartej (24%) badanych, którzy nie korzystają z płatności mobilnych, istotną przeszkodą jest niezrozumienie mechanizmu działania nowej technologii.

Europejczycy chętniej korzystają z płatności cyfrowych

W Turcji 91% respondentów korzystało z urządzenia mobilnego przy płatnościach, zaś niemal trzy czwarte (74%) deklaruje, że płaci w ten sposób regularnie (w porównaniu z europejską średnią na poziomie 54%).



Najmniejszy odsetek użytkowników płatności mobilnych odnotowano w Niemczech (59%) i we Francji (64%). Średnią europejską to 77%. Do poziomu tego zbliżają się Włochy (73%) oraz Hiszpania (72%).

Zainteresowaniem w przyszłości z urządzeń mobilnych przy płaceniu za towary i usługi zadeklarowała ok. połowa respondentów we Francji (52%) i w Niemczech (49%) – wobec 76% we Włoszech i 71% w Hiszpanii.

Liczebność próby: 36 843

Rynki objęte badaniem: 19 krajów – Austria, Belgia, Dania, Finlandia, Francja, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Izrael, Norwegia, Niemcy, Polska, Rumunia, Szwajcaria, Szwecja, Turcja, Wielka Brytania i Włochy. Czas badania: sierpień-wrzesień 2016 r.

Terminologia: Użytkownik płatności mobilnych: osoba zarządzająca swoimi pieniędzmi lub dokonująca płatności przy pomocy urządzenia mobilnego Showrooming: wcześniejsze zapoznanie się z towarem w sklepie tradycyjnym poprzedzające zakup z użyciem urządzenia mobilnego

Usługi portfeli mobilnych: usługi, w ramach których klient może wprowadzić dane karty do urządzenia mobilnego i płacić nim zbliżeniowo w sklepie tradycyjnym lub w aplikacji bez konieczności okazywania karty płatniczej czy każdorazowego podawania jej danych.

Usługi portfeli internetowych: usługi świadczące jedynie w internecie, w ramach których użytkownicy jednorazowo wprowadzają do centralnej bazy danych i informacje adresowe, wykorzystywane następnie przy płatnościach za towary i usługi za pośrednictwem różnych witryn internetowych.

Usługi pozwalające na zapisanie karty u detalisty (card-on-file): usługi świadczące przez takie firmy jak Amazon, easyJet czy Netflix, które umożliwiają zachowanie bezpieczeństwa i szyfrowanie danych karty. Klienci jednorazowo wprowadzają dane karty, które następnie przechowywane są przez detalistę do wykorzystania przy kolejnych zakupach.