Santander Consumer Bank: Trzy czwarte Polaków korzysta z aplikacji mobilnej banku przynajmniej kilka razy w tygodniu

* **Cyfrowa rzeczywistość przenika kolejne sfery życia Polaków, a zarządzanie pieniędzmi coraz częściej odbywa się w świecie mobilnym.**
* **Potwierdza to także najnowszy raport Santander Consumer Banku „Polaków portfel własny: na bank w aplikacji”, z którego wynika, że już 75 proc. Polaków korzysta z aplikacji bankowej co najmniej kilka razy w tygodniu, a dla ponad czterech na dziesięciu jest to codzienny nawyk.**
* **Najczęściej wybierane funkcje to sprawdzanie historii transakcji (58 proc.) i wykonywanie przelewów (44 proc.).**
* **Z kolei głównymi barierami pozostają obawy o bezpieczeństwo (27 proc.) oraz kwestie techniczne (11 proc.).**

Wrocław, 4 września 2025 r. – INFORMACJA PRASOWA

**Mobilne bankowanie**

Aplikacje mobilne stały się nie tylko ułatwieniem, ale codziennym narzędziem do zarządzania finansami. Polacy chętnie po nie sięgają i widzą wiele korzyści z ich użytkowania. Aż 41 proc. respondentów deklaruje, że używa aplikacji codziennie, a 34 proc. robi to kilka razy w tygodniu. Sporadyczne logowanie, raz lub kilka razy w miesiącu, dotyczy prawie co dziesiątego Polaka (8 proc.). Tylko 2 proc. osób przyznaje, że jeszcze nie używa rozwiązań mobilnych swojego banku, ale planuje, a zaledwie niecały procent deklaruje, że ich bank nie udostępnia takiego rozwiązania. Z kolei 11 proc. ankietowanych nie korzysta z aplikacji i nie zamierza tego robić.

Chęć zarządzania finansami za pośrednictwem aplikacji bankowej różni się w zależności od wieku ankietowanych, przy czym bardziej przychylne tego typu rozwiązaniom są młodsze pokolenia. Po mobilne produkty cyfrowe najczęściej sięgają trzydziestolatkowie – aż 56 proc. z nich robi to codziennie. W grupie osób w wieku 18–29 lat codziennie loguje się połowa ankietowanych (51 proc.), natomiast wśród 60+ jest to tylko 29 proc. Co więcej, aż 28 proc. najstarszych badanych twierdzi, że w ogóle nie korzysta i nie planuje korzystać z aplikacji mobilnej.

– *Nasze badanie pokazuje, że bankowość mobilna stała się nieodłącznym elementem codziennego życia. Jednak to, jak często Polacy z niej korzystają, różni się w zależności chociażby od wieku czy miejsca zamieszkania respondentów. Codziennie loguje się do niej blisko połowa (48 proc.) mieszkańców średnich miast (od 50 do 250 tys. rezydentów). W największych aglomeracjach oraz małych miasteczkach z kolei największy odsetek uczestników badania deklarował, że nie zamierza w ogóle korzystać z rozwiązań mobilnych swojego banku – odpowiednio 16 proc. oraz 13 proc. Jednak w miejscowościach do 50 tys. mieszkańców 7 proc. ankietowanych planuje zacząć –* komentuje **Piotr Warda, Dyrektor Centrum Rozwoju Bankowości Mobilnej I Akwizycji Klienta z Santander Consumer Banku.** – *Ciekawie przedstawiają się również rozbieżności w stosunku do najważniejszych funkcji aplikacji. Kobiety częściej niż mężczyźni wskazują na wygodę spłaty rat czy karty kredytowej – 18 proc. wobec 11 proc., a także na wygodę zarządzania tego typu produktami (31 proc. vs 26 proc.). Dla panów z kolei widocznie istotniejsze są innowacyjne funkcje takie jak biometria – 28 proc. wobec 17 proc. wśród pań* – dodaje.

**Dlaczego w aplikacji?**

Najważniejszym zadaniem aplikacji mobilnej pozostaje kontrola finansów. 58 proc. użytkowników wskazuje 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 kredytów są funkcją niezbędną w aplikacji. Co dziesiąty uczestnik badania wskazał na zakup produktów dodatkowych, takich jak ubezpieczenie czy opłaty za parkowanie (11 proc.). Na znaczeniu zyskuje także personalizacja oraz możliwość zdobywania 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.

**Bariery w mobilnym bankowaniu**

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 związane z bankowaniem mobilnym. Najczęściej są to obawy o bezpieczeństwo – wskazało tak 27 proc. ogółu respondentów, a w grupie wiekowej 60+ odsetek ten rośnie do 38 proc. Na drugim miejscu znajdują się problemy techniczne i awarie (11 proc.), a dalej 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 jest to zbyt duża liczba powiadomień (9 proc.), a jeden procent mniej wskazał na fakt, 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.

– *W naszej aplikacji klienci mogą w każdej chwili sprawdzić szczegóły swoich kredytów i oszczędności, spłacić ratę czy kartę BLIKIEM za 0 zł, zarządzać limitem karty lub złożyć wniosek o kredyt gotówkowy – wszystko szybko, bezpiecznie i całkowicie online. Co istotne, użytkownicy mają pełen dostęp do produktów 24 godziny na dobę przez 7 dni w tygodniu. Według naszych najnowszych danych wewnętrznych, aż 83 proc. aktywnych użytkowników aplikacji ma co najmniej jeden kredyt, co pokazuje, że wspieramy codzienne potrzeby finansowe Polaków, a oni darzą nas i nasze usługi zaufaniem* – podkreśla **Wojciech Mikołajczyk, Product Owner w Centrum Rozwoju Bankowości Mobilnej I Akwizycji Klienta z Santander Consumer Banku.**

*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 [www.santanderconsumer.pl](http://www.santanderconsumer.pl/)

**Dodatkowych informacji udziela:**

Magdalena Grzelak
Dyrektorka ds. Komunikacji Wewnętrznej i Public Relations | Rzecznik Prasowy

tel. +48 601 161 442