

WPŁYW PANDEMII COVID-19 NA SPOSÓB KORZYSTANIA Z USŁUG BANKOWYCH ORAZ NA POSTRZEGANIE BANKÓW W POLSCE – NA PODSTAWIE BADANIA EMPIRYCZNEGO

Justyna Rybacka *



<https://doi.org/10.18778/2391-6478.2.38.05>

THE IMPACT OF THE COVID-19 ON THE WAY OF USING BANKING SERVICES AND THE PERCEPTION OF BANKS IN POLAND BASED ON AN EMPIRICAL RESEARCH

Abstract

Currently, banks offer a wide range of products and services that are available by Internet particularly after the COVID-19 pandemic. This situation has contributed to changes in consumer behaviour and preferences. This applies to the banking sector and banking services.

The article presents the result of the empirical study. The conducted research shows that the interest in online banking among customers over 50 has increased during COVID-19. The use of the mobile application has also increased in this time. Therefore, security in the network has become important to many customers.

The second part of the survey showed that 26% of bank customers describe the current banking sector as greedy and 20% of respondents indicate that it is a safe branch of the economy. In the period of recent economic events, according to 34% of respondents, this sector is struggling with numerous problems and the stability of many entities may be at risk.

Keywords: bank, COVID-19, image of banks, Internet banking, banking services.

JEL Class: G2.

* Doktor, Uniwersytet WSB Merito w Gdańsku, e-mail: j.rybacka@wsb.gda.pl, <https://orcid.org/0009-0005-8559-3443>

WSTĘP

Pandemia COVID-19 spowodowała zmianę preferencji klientów w wielu branżach gospodarki. Początkowo koronawirus spowodował zahamowanie życia gospodarczego: mniejszy popyt wśród konsumentów, spadek produkcji wśród przedsiębiorców, znaczące zmniejszenie liczby nowych inwestycji, a także rosnące obawy społeczne o stabilność zatrudnienia. Z drugiej strony było to wydarzenie, które pozwoliło przyspieszyć wiele procesów i zmieniło zasady funkcjonowania oraz konkurowania w wielu gałęziach gospodarki.

Banki funkcjonujące w Polsce w krótkim czasie musiały dostosować się do nowych wyzwań i oczekiwań konsumentów. W początkowej fazie pandemii wśród klientów banków spadło zainteresowanie produktami finansowymi takimi jak: kredyty gotówkowe, karty kredytowe czy kredyty hipoteczne (Związek Banków Polskich, 2021). Początek pandemii stał się czasem bardzo wymagającym i niepewnym w kontekście utrzymania popytu na usługi tych instytucji przede wszystkim dlatego, że usługi bankowe są szczególnie skomplikowaną kategorią usług. Ich specyfika polega szczególnie na tym, że są niematerialne, wiążą się z ciągłością świadczenia. W ich przypadku znaczenie ma zaufanie do podmiotu je świadczącego oraz charakteryzuje je szybki postęp techniczny. W związku z tym można zauważyć, że przy tym rodzaju usług nagle zmiana sposobu funkcjonowania placówek bankowych, nieopowiedziona kampanią informacyjną była dla klientów trudnym wyzwaniem.

Celem głównym artykułu była identyfikacja zmiany sposobów korzystania z usług bankowych przed, jak i w trakcie pandemii COVID-19 oraz weryfikacja tego, jak konsumenci postrzegają współcześnie instytucje bankowe funkcjonujące na polskim rynku. W artykule sformułowano dwie hipotezy:

- H1: Klienci banków, w zdecydowanej większości, przeszli na zdalne formy korzystania z usług bankowych w okresie koronawirusa,
- H2: Wykorzystanie bankowości internetowej przez szersze grono klientów banków spowodowało, że przywiązują oni większą uwagę do aspektu bezpieczeństwa niż przed pandemią.

W artykule przedstawiono wyniki badania empirycznego, którego podstawowym celem było zbadanie tego, jak zmieniły się preferencje klientów banków przez pandemię COVID-19. Istotne znaczenie miało również zweryfikowanie tego jak ankietowani postrzegają sektor bankowy w Polsce. Do przygotowania artykułu wykorzystano metodę opisową, krytyczną analizę literatury oraz przeprowadzono badanie empiryczne metodą ankietową.

1. DEFINICJA I RODZAJE USŁUG BANKOWYCH

Usługi bankowe definiowane są jako jedna z odmian usług finansowych. Srokosz (2003) wskazuje, że usługami finansowymi, w tym bankowymi, są określone aktywności instytucji finansowych (kredytowych, inwestycyjnych, płatniczych i ubezpieczeniowych) na rynku finansowym. Warto wskazać jednak, że powyższe określenie jest zagadnieniem szerszym, niż sama definicja usług bankowych.

Wielu autorów analizujących pojęcie usług bankowych wskazuje na inne cechy i aspekty tego zagadnienia. Jaworski (1996) wskazuje, że usługi bankowe to stosunki umowne między bankiem i klientem, w których bank oferuje swoje usługi, a klient jest usługobiorcą. Są one połączone z określonymi świadczeniami na rzecz klienta lub na rzecz banku i są wykonywane przy wykorzystaniu rachunku bankowego. Autor ten w definicji omawianego pojęcia skupia się na stronach, które pojawiają się przy korzystaniu z danej usługi oraz na sposobie jej działania. Capiga (2008) definiuje usługi bankowe w sposób bardziej zwięzły, jako stosunki umowne między bankiem, który je oferuje, a klientem jako usługobiorcą. Świecka (2008) rozszerza swoją definicję usług bankowych wskazując na strony świadczenia usługi, czas i miejsce. Wskazuje, że usługi bankowe są realizowane przez banki i inne instytucje na rzecz ich klientów – podmiotów gospodarczych i klientów indywidualnych, w sposób tradycyjny przy wykorzystaniu oddziału bankowego lub elektroniczny kanał dystrybucji. Na sposobie kreowania owej usługi w swojej definicji skupiły się również Talecka i Niczyporuk (2004), które twierdzą, że charakterystyczne dla procesu wytwarzania usług jest to, że ich kształt i treść zostają określone nie tylko przez bank, ale też przez odbiorców usług bankowych. O finansowym aspekcie tego rodzaju usług wskazuje Flejterski i in. (2008), którzy zauważają, że najczęściej usługi bankowe mają charakter pieniężny i odpłatny oraz występują w formie umów. Na podstawie powyżej przytoczonych definicji można stwierdzić, że usługi bankowe charakteryzuje: złożona struktura, powstanie określonych relacji między bankiem a klientem, z reguły o charakterze pieniężnym, jednolity standard przeprowadzania operacji bankowych, stosowane kryterium czasu dla wyznaczania ich wartości oraz oddziaływanie norm prawa bankowego (Świdarska i in., 2016).

Zgodnie z wykazem dołączonym do Drugiej Dyrektywy Rady z 1989 r. do usług bankowych zalicza się następujące czynności:

- przyjmowanie od społeczeństwa depozytów;
- udzielanie kredytów i pożyczek;
- usługi leasingu finansowego;
- gwarancje i zobowiązania pozabilansowe;

- zarządzanie rachunkami własnymi i rachunkami klienta w zakresie: instrumentów rynku pieniężnego, waluty obcej, sprzedaży terminowej środków pieniężnych i opcji oraz inne,
- zarządzanie i doradztwo portfelowe;
- usługi w zakresie kredytów.

W ramach czynności wykonywanych przez banki można wyróżnić te, które zastrzeżone są jedynie dla tej grupy podmiotów oraz te, które mogą wykonywać również przez inne instytucje finansowe. W związku z tym, zgodnie z Ustawą Prawo bankowe z dnia 29 sierpnia 1997 r., dla banków zarezerwowane są wyłącznie czynności tj. udzielanie kredytów i gwarancji, przyjmowanie wkładów oraz emitowanie bankowych papierów wartościowych. Czynności te dozwolone są jedynie dla instytucji rozumianych jako osoba prawna utworzona zgodnie z przepisami ustaw, działając na podstawie zezwoleń uprawniających do wykonywania czynności bankowych, obciążających ryzykiem środki powierzone pod jakimkolwiek tytułem zwrotnym¹.

Rozważając zagadnienie usług bankowych należy również zwrócić uwagę na ich cechy. Przede wszystkim charakteryzuje je niematerialność, jak i brak możliwości magazynowania. Nie podlegają również standaryzacji, ponieważ dostosowywane są do osobistych potrzeb klienta. To co wyróżnia ten typ usług to to, że związane są z osobą je świadczącą, gdyż są skomplikowane i wymagają szczególnej wiedzy o rynku usług finansowych, której przeciętny nabywca nie posiada (Meder, 2006). Ponadto, Jonas (2002) wskazuje na takie cechy usług bankowych jak: niematerialność, nierozzerwalność, ciągłość świadczenia, podobieństwo, brak możliwości magazynowania, znaczenie zaufania dla tego typu usług oraz szybki postęp techniczny. Flejterski i in. (2008), również wskazuje, że usługi bankowe należą do szczególnie skomplikowanej kategorii usług, które cechuje: niematerialność, niejednorodność, abstrakcyjny charakter oraz duże ryzyko ekonomiczne.

Usługi oferowane przez banki można klasyfikować według następujących kryteriów:

- kryterium tradycyjne – podział na usługi kredytowe, depozytowe, rozliczeniowe, dodatkowe;
- kryterium podmiotowe – podział na usługi skierowane do klienta indywidualnego i usługi skierowane do klienta instytucjonalnego.

Dopełnieniem przedstawionego powyżej podziału powinno być również kryterium z punktu widzenia kanału dystrybucji i kontaktu z klientem (Davis, 2013), zakładające możliwość osobistego kontaktu z pracownikiem banku lub formy *online* czy telefonicznej. Jest to istotne kryterium, które determinuje sposób budowania relacji i komunikacji z klientem.

¹ Dz. U. z 2022 r. poz. 2324, 2339, 2640, 2707, z 2023 r. poz. 180 oraz Ustawa z dnia 19 sierpnia 2011 r. o usługach płatniczych Dz. U. z 2022 r. poz. 2360, 2640).

2. PANDEMIA COVID-19 A SYTUACJA W SEKTORZE USŁUG BANKOWYCH

Zjawisko pandemii COVID-19 to zagrożenie, które można porównać do zjawisk związanych z klęską naturalną czy środowiskową. Wywołała ona kryzys gospodarczy spowodowany szokiem zewnętrznym, pochodzącym spoza systemu gospodarczego i nie wynikała ona z masowych, błędnych decyzji przedsiębiorców, inwestorów, konsumentów, czy też złych decyzji gospodarczych władz politycznych (Banaszyk i Gorynia, 2020). Kryzys gospodarczy nie jest wynikiem złego sposobu zarządzania państwem czy państwami, a wynikiem zjawiska porównywalnego do klęski żywiołowej. Warto jednak podkreślić, że pandemia dotknęła ludzi na całym świecie, nie była zjawiskiem lokalnym, jak np. trzęsienia ziemi czy wybuchy wulkanów. Dodatkowo zagrażała ona życiu i zdrowiu wszystkich ludzi, bez względu na to na jakiej szerokości geograficznej zamieszkiwali. Obawy, strach i panika wywołane bieżącą sytuacją wpłynęły na postawy i zachowania konsumentów.

W wyniku pandemii wiele podmiotów gospodarczych z różnych sektorów gospodarki zaczęło zmagać się z takimi zjawiskami, jak (Solarz i Waliszewski, 2022):

- zmiana sposobu pracy – przejście na formę zdalną;
- zmiana organizacji miejsc pracy;
- problem z łańcuchem dostaw;
- przestój w produkcji czy świadczeniu usług;
- reżim sanitarny;
- mniejsza mobilność społeczeństwa;
- spadek wynagrodzeń spowodowany czasowymi przestojami na skutek *lockdownu*.

Kryzys podyktowany wirusem dotknął każdy sektor gospodarki powodując czasową lub stałą zmianę sposobu funkcjonowania wielu organizacji. Każda dziedzina życia społecznego przeszła w swym działaniu ze strefy realnej do strefy zdalnej. Dotyczyło to zarówno szkół, uczelni wyższych, sklepów, służby zdrowia, jak i instytucji finansowych.

Okres pandemii stał się również okresem, w którym przed bankami pojawiło się wiele wyzwań. Świadczą o tym działania banków centralnych w Unii Europejskiej, które wskazują, że instytucje te w czasie kryzysu były ważnym elementem działań sieci bezpieczeństwa finansowego o charakterze antykryzysowym (Kościńska, 2021). Na skutek pandemii polski system bankowy w pierwszych siedmiu miesiącach 2020 r. odnotował spadek zysku o ponad połowę (www1). W tym okresie sprzedaż usług bankowych w Polsce była niska. Mimo znaczącej obniżki stóp procentowych (w maju 2020 r. stopa referencyjna wynosiła 0,1%) spadła ak-

cja kredytowa wielu banków (www2). Konsumenci nie byli skłonni do podejmowania ryzyka w czasie, kiedy większość z nich obawiała się o utratę miejsc pracy. Dodatkowo same instytucje finansowe stały się bardziej restrykcyjne w kwestii wymagań koniecznych do spełnienia przez potencjalnego kredytobiorcę.

Był to również moment, który stał się katalizatorem zmian, który przyspieszył zastosowanie nowych technologii w polskiej bankowości. Klienci w Polsce, już na początku pandemii, korzystali z obrotu bezgotówkowego, systemu bankowości zdalnej, aplikacji mobilnej oraz możliwości załatwienia spraw urzędowych z profilu bankowości internetowej. Okres pandemii podniósł kompetencje cyfrowe społeczeństwa, a tym samym pozwolił pewniej poczuć się w przestrzeni wirtualnej i załatwianiu wielu spraw życia codziennego zdalnymi kanałami.

W związku z powyższym, można stwierdzić, że pandemia COVID-19 (w początkowej fazie) wpłynęła na spadek sprzedaży i zmniejszenie popularności nabywania nowych usług bankowych – szczególnie kredytów, ale należy też wspomnieć, że zmieniała sposób korzystania z usług bankowych (Griffin, 2002) i formę kontaktu na linii bank–klient.

3. METODOLOGIA BADANIA EMPIRYCZNEGO

Na potrzeby niniejszego opracowania przygotowano i przeprowadzono badanie empiryczne. Podstawowym celem badania była identyfikacja zmian w korzystaniu z usług bankowych w okresie koronawirusa oraz weryfikacja postrzegania wizerunku banków w dobie ostatnich wydarzeń ekonomiczno-społecznych.

Badanie miało zasięg ogólnopolski i zostało zrealizowane w styczniu 2023 r. Przeprowadzono je na próbie 95 osób w przedziale wiekowym 25–65 lat. W badaniu wykorzystano jedną z nieprobabilistycznych (nielosowych) technik doboru próby, jaką jest wybór celowy. Wybór celowy polegał na wiedzy dotyczącej tego, że respondenci korzystają z usług bankowych.

Badanie przeprowadzono metodą ankietową, w której wykorzystywany był kwestionariusz ankiety. Kwestionariusz został zamieszczony na portalu „my *survio.com*.” w okresie od 10.01.2023 r. do 30.01.2023 r. Link do ankiety został rozesłany do respondentów drogą elektroniczną.

Kwestionariusz obejmował 21 pytań dotyczących rodzajów usług, z których korzystali respondenci, nazw banków, sposobu korzystania z usług bankowych przed, jak i w czasie pandemii COVID-19, postrzegania wizerunku banków w Polsce na tle ostatnich wydarzeń ekonomiczno-społecznych. W ankiecie zastosowane zostały pytania jednokrotnego i wielokrotnego wyboru.

Wyniki przeprowadzonego badania empirycznego zostały zestawione z rezultatami raportu wykonanego przez Związek Banków Polskich „COVID-19, banki

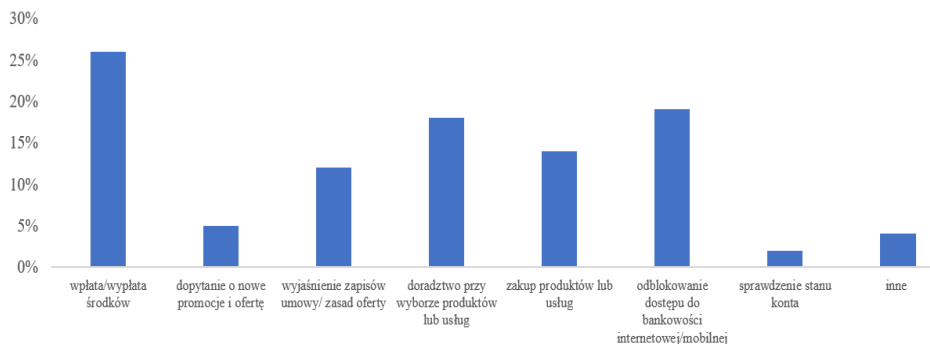
i technologia – w jaki sposób pandemia wpłynęła na sytuację w sektorze bankowym”, który opublikowanego w dniu 30.10.2020 r. Do raportu wykorzystano dane zebrane przez Narodowy Bank Polski.

4. SPOSÓB KORZYSTANIA Z USŁUG BANKOWYCH W OKRESIE PANDEMII COVID-19 – BADANIE EMPIRYCZNE

W przeprowadzonym badaniu empirycznym 74% respondentów stanowiły kobiety, a 26% mężczyźni. 70% badanych osób było mieszkańcami miast od 500 tys. mieszkańców i więcej, takich jak: Gdańsk, Kraków, Warszawa, Wrocław. Pozostała część ankietowanych była mieszkańcami miast poniżej 500 tys. mieszkańców (Iława, Przasnysz, Toruń, Gdynia, Rzeszów, Koszalin) oraz wsi. 54% osób biorących udział w ankiecie posiadało wykształcenie wyższe, pozostali wskazali na wykształcenie średnie. Respondenci w przeważającej części korzystali z usług banków komercyjnych, takich jak: Santander SA, mBank SA, PKO SA, PKO BP SA, ING Bank SA oraz Millenium SA. 12% badanych osób korzystało z usług banków spółdzielczych, a 8% było klientami Banku Pocztowego SA.

Dla 36% respondentów decydującym aspektem przy wyborze banku była nowoczesność instytucji w rozumieniu dostępu do bankowości internetowej oraz mobilnej, z kolei dla 20% badanych ważne było bezpieczeństwo, jako trzeci istotny czynnik wpływający na podjęcie decyzji o współpracy z danym podmiotem był aspekt ceny (19% ankietowanych). Powyższe dane wskazują, że już przed pandemią ponad jedna trzecia respondentów przywiązywała uwagę do możliwości posiadania zdalnych kanałów dostępu do usług bankowych w instytucji, z którą chciała nawiązać współpracę.

W kwestionariuszu respondenci zostali zapytani o to w jakim celu najczęściej odbywali wizytę w placówce banku przed pandemią COVID-19. Powody tych wizyt zostały przedstawione na wykresie nr 1.

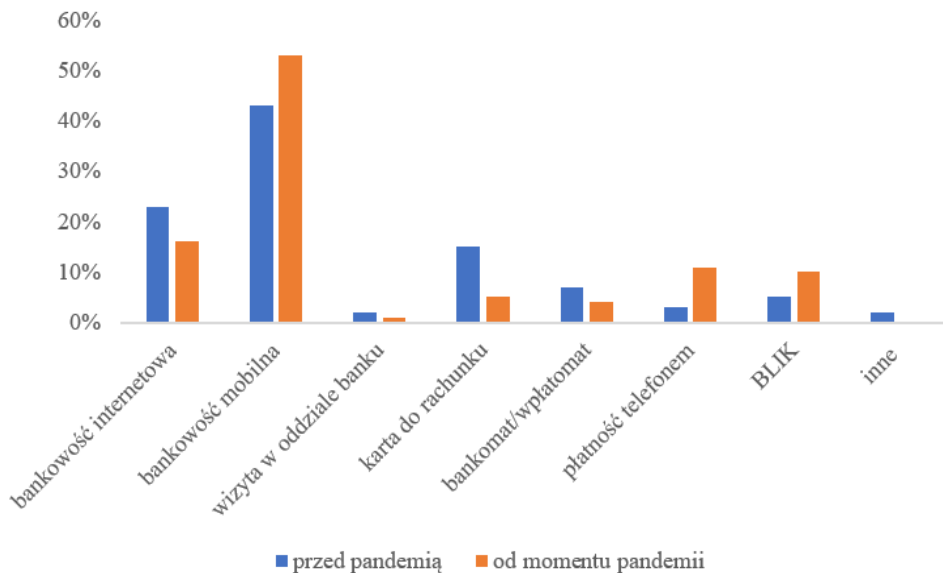


Wykres 1. Powód, dla którego respondenci odbywali osobista wizytę w placówce banku przed pandemią COVID-19

Źródło: Opracowanie własne.

Ankietowani wskazywali, że przyczyną wizyty w oddziale banku była potrzeba wpłaty lub wypłaty środków (26%), odblokowanie dostępu do bankowości zdalnej (19%) oraz doradztwo przy wyborze produktów lub usług (18%). Tylko 5% spośród respondentów miało potrzebę kontaktu z pracownikiem banku z powodu dopytania o nową ofertę banku, a jedynie 2% chciało sprawdzić stan rachunku bezpośrednio w placówce bankowej. Osobami (35% badanych), które dokonywały wpłat i wypłat pieniędzy w placówce bankowej były kobiety z miejscowości do 500 tys. mieszkańców.

W kolejnym pytaniu respondenci zostali poproszeni o udzielenie informacji w jaki sposób korzystali z dostępu do swoich środków zgromadzonych w banku przed i w trakcie pandemii COVID-19. Przed epidemią ankietowani korzystali głównie z bankowości mobilnej (43% badanych) oraz z bankowości internetowej (23% respondentów), co pokazuje wykres nr 2.



Wykres 2. Najczęstszy sposób korzystania z dostępu do środków zgromadzonych na rachunku bankowym przed pandemią COVID-19 oraz od momentu jej rozpoczęcia

Źródło: Opracowanie własne.

Dane przedstawione na wykresie nr 2 pokazują, że 2% badanych osób dokonywało transakcji gotówkowych lub bezgotówkowych w oddziale banku, 3% używało telefonu do dokonywania płatności, a 5% korzystało z usługi BLIK. Wśród innych sposobów korzystania ze środków zgromadzonych w banku pojawiła się usługa Near Field Communication (NFC) lub użycie karty kredytowej. W trakcie pandemii COVID-19 ankietowani w celu skorzystania ze swoich pieniędzy i dokonania płatności najczęściej korzystali z aplikacji mobilnej (53%), bankowości internetowej (16%) oraz płatności telefonem (11%).

Przeprowadzone badanie wykazało, że koronawirus i związana z nim sytuacja wpłynęły na wzrost zainteresowania klientów banków wykorzystaniem aplikacji mobilnej, powodując tym samym mniejsze zainteresowanie bankowością internetową. Warto podkreślić, że w okresie pandemii o 72% wzrosły płatności telefonem i o 44% więcej ankietowanych korzystało z usługi BLIK.

Sposób korzystania z usług bankowych poprzez częstsze wykorzystanie aplikacji mobilnej w okresie pandemii, zamiast bankowości internetowej zmienił się najbardziej wśród osób w przedziale wiekowym 26–35 lat. Dane te potwierdziły, że przybywa klientów określanych mianem *mobile only*. Są to klienci, którzy nie

logują się już do bankowości internetowej, ponieważ swoje finanse obsługują jedynie z poziomu telefonów komórkowych (www3).

Bankowość internetowa i forma płatności BLIK cieszyły się większą popularnością wśród osób w przedziale wiekowym 51–60 lat (głównie wśród mężczyzn z tej kategorii wiekowej) w momencie pojawienia się wirusa Sars-Cov2. Płatności telefonem stały się interesującą formą dokonywania transakcji dla najmłodszej grupy respondentów, czyli osób poniżej 26 roku życia mieszkających w miastach powyżej 500 tys. mieszkańców. W przypadku tej grupy wiekowej wyniki badania wskazują spadek wykorzystania karty płatniczej, a wzrost zainteresowania mobilną formą płatności.

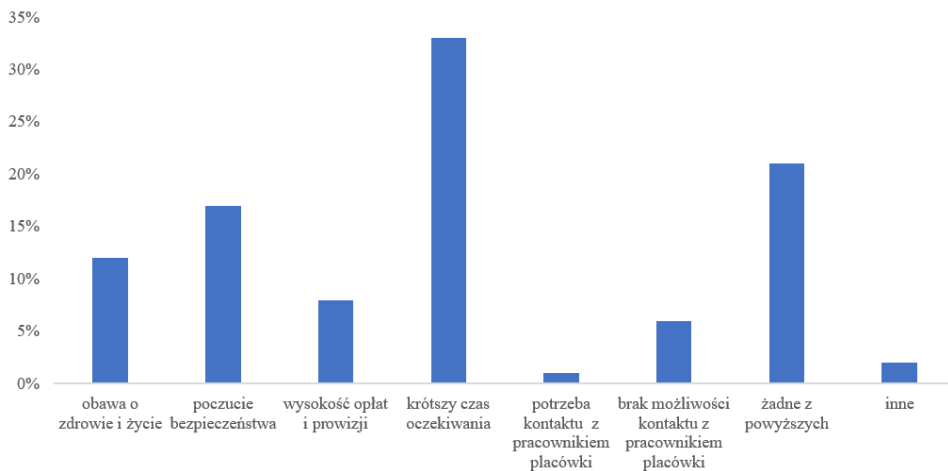
Powyższy trend potwierdzają także dane raportu Związku Banków Polskich, które pokazały, że w czerwcu 2020 r. liczba osób korzystających z bankowości mobilnej była wyższa o 4,5% w stosunku do końca I kwartału 2020 r. (Związek Banków Polskich, 2021). II kwartał 2020 r. to również okres, w którym liczba użytkowników bankowości internetowej w polskich bankach była najwyższa. Korzystało z niej 25,5 mln klientów. Liczba ta stanowi 67%² aktywnych użytkowników bankowości internetowej i mobilnej. Jest to najwyższy wskaźnik w dotychczasowym monitoringu aktywnego wykorzystania elektronicznych kanałów dostępu do bankowości (Związek Banków Polskich, 2021). Globalne trendy wskazują także na wzrost popularności płatności mobilnych. Ich udział w płatnościach bezgotówkowych w Polsce stanowił jedynie 8%, natomiast w Rosji było to 23%, a w Danii 27% (Związek Banków Polskich, 2021).

Jak pokazuje raport Związku Banków Polskich „COVID-19, banki i technologia – w jaki sposób pandemia wpłynęła na sytuację w sektorze bankowym” obszar bankowości zdalnej był nasycony długo przed pandemią. Inwestycje w rozwój technologii poczynione przez banki funkcjonujące w Polsce przed 2020 r. dały efekt w okresie koronawirusa. Potwierdziło to trend, widoczny był już od dłuższego czasu, który wskazywał, że klienci coraz chętniej przechodzą na zdalne kanały kontaktu z bankiem. Tendencji tej dowodzi również fakt, że w przeprowadzonym badaniu empirycznym respondenci wskazywali, iż przy wyborze banku dla 36% z nich ważne były nowoczesne kanały internetowego dostępu do usług bankowych. Analizując ceny za usługi i produkty bankowe można dostrzec, że preferowana jest obsługa przy użyciu kanałów zdalnych. Klienci korzystający z tej formy, w większości banków, płacą mniejsze prowizje i opłaty np. za udzielenie pożyczki, zamówienie karty do rachunku, wykonanie przelewu do odbiorcy z innego banku.

Dla 33% ankietowanych powodem zmiany sposobu korzystania z usług bankowych w okresie pandemii był krótszy czas oczekiwania na załatwienie sprawy. Klienci, którzy wybrali formę mobilną lub internetową mogli szybciej skorzystać

² Liczba wszystkich podpisanych umów dających możliwość korzystania ze zdalnej formy kontaktu z bankiem wynosiła 37,6 mln.

z usług bankowych. 17% respondentów wskazało na poczucie bezpieczeństwa jako kluczowy czynnik wpływający na ich decyzje o zmianie sposobu korzystania z produktów i usług bankowych. Dla 12% osób biorących udział w badaniu, przyczyną zmiany był strach i obawa o życie i zdrowie (w tej grupie były głównie osoby powyżej 35 roku życia). Powyższe wyniki obrazuje wykres nr 3.

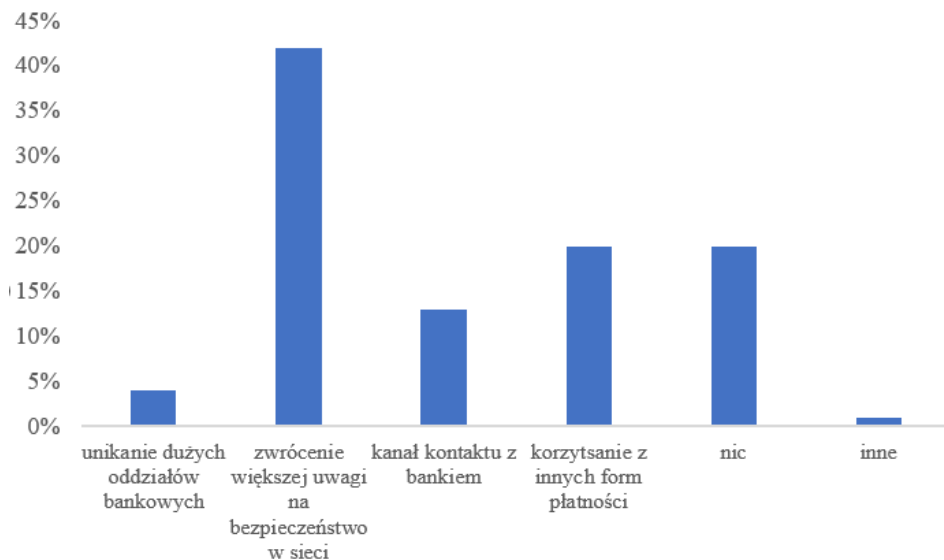


Wykres 3. Przyczyna zmiany sposobu korzystania z dostępu do środków zgromadzonych w banku

Źródło: Opracowanie własne.

Na podstawie informacji zamieszczonych na wykresie nr 3 można zauważyć, iż dla 21% osób sytuacja wywołana wirusem Sars-Cov2 nie skutkowałą zmianą w sposobie dysponowania środkami pieniężnymi, które posiadali w banku. Z kolei dla 8% respondentów niższe opłaty i prowizje były mobilizacją do zmiany kanału dostępu do środków zgromadzonych w banku. W grupie tej byli głównie mężczyźni w przedziale wiekowym 36–45 lat. Dla 6% ankietowanych (były to głównie kobiety w wieku 46–50 lat z miejscowości do 500 tys. mieszkańców) powodem zmiany był brak kontaktu z pracownikiem banku lub ograniczony dostęp do placówki bankowej.

Przeprowadzone badanie pokazało, że dla 20% ankietowanych pandemia nie zmieniła nic w sposobie współpracy z ich bankiem (bankami). Natomiast pozostali respondenci wskazali na aspekty takie jak: większe zwrócenie uwagi na bezpieczeństwo w sieci, zmiana kanału kontaktu z bankiem, zmiana formy płatności czy unikanie placówek bankowych. Dane w tym zakresie zostały przedstawione na wykresie nr 4.



Wykres 4. Czynniki, które zmieniły się w postawach respondentów w kontakcie z bankiem na skutek pandemii

Źródło: Opracowanie własne.

W wyniku pandemii, 42% respondentów zwróciło większą uwagę na bezpieczeństwo w sieci. Wyniki badania wykazały, że wśród tych osób były głównie osoby powyżej 26 roku życia mieszkające w miastach powyżej 500 tys. mieszkańców. Wymuszona przez pandemię cyfryzacja stanowiła duże zagrożenie, szczególnie dla nowych użytkowników usług elektronicznych, którzy mogli stać się łatwym celem cyberprzestępców. Jak podano w raporcie „COVID-19, banki i technologia – w jaki sposób pandemia wpłynęła na sytuację w sektorze bankowym” w II kwartale 2020 r. w Polsce zablokowano 1 680 prób wyłudzeń kredytów na łączną kwotę 63 milionów PLN. Była to największa liczba prób wyłudzeń w ciągu jednego kwartału od pięciu lat (Związek Banków Polskich, 2021).

Zmiany w sposobie płatności widoczne są także w trendach globalnych, szczególnie w krajach rozwijających się, co pokazują dane zaprezentowane przez Bank Światowy w raporcie „*The Global Findex 2021*”. W okresie pandemii 23% mieszkańców Macedonii Północnej, po raz pierwszy, opłaciło rachunki bezpośrednio z konta bankowego (bez użycia gotówki). W Polsce było to 7,8% osób powyżej 15 roku życia, które na skutek *lockdownu* zdecydowały się regulować płatności przez kanały bezgotówkowe (Bank Światowy, 2022). W Unii Europejskiej odsetek osób, które nie dokonują transakcji gotówkowych kształtuje się na poziomie 42% lat (Związek Banków Polskich, 2021). Według badania Narodowego Banku

Polskiego „Zwyczajy płatnicze w Polsce w 2020 r.”³, 82% Polaków deklarowało częstsze dokonywanie transakcji bezgotówkowo.

W przeprowadzonym badaniu respondentów zapytano również o to co było dla nich najbardziej istotne w ofercie ich banku w czasie początkowej fazy pandemii COVID-19. Otrzymane wyniki pokazują, że 80% osób wskazało, że kluczowym elementem, na który zwracali szczególną uwagę, był zdalny dostęp do bankowości. Tego typu usługi stały się niezbędne, kiedy w okresie pandemii bezpośredni kontakt ograniczono do minimum. Warto pamiętać, że jakość e-usług ma silny wpływ na satysfakcję klienta i korzystanie z bankowości elektronicznej. Oznacza to, że wyższa jakość e-usług może potencjalnie zwiększyć zadowolenie klienta, a w konsekwencji doprowadzić do częstszego korzystania z bankowości elektronicznej (Ayo i in., 2016).

Na uwagę zasługuje także fakt, że cyfryzacja wielu dziedzin życia pozwoliła przyspieszyć i uprościć obrót gospodarczy, co pozwoliło załatwiać wiele formalności na odległość z założenia w sposób bezpieczny i prosty.

Raport przygotowany przez Narodowy Bank Polski „Zwyczajy płatnicze w Polsce w 2020 r.” pokazuje także, że pandemia spowodowała przejście do handlu cyfrowego, tym samym 78% konsumentów zmieniło sposób płacenia za usługi i towary w celu ograniczenia bezpośredniego kontaktu. Podmioty gospodarcze również musiały przystosować się do nowej rzeczywistości, 67% z nich zmieniło sposób realizacji oferowanych przez siebie towarów i usług, jak i sposób płatności za nie (Narodowy Bank Polski, 2021).

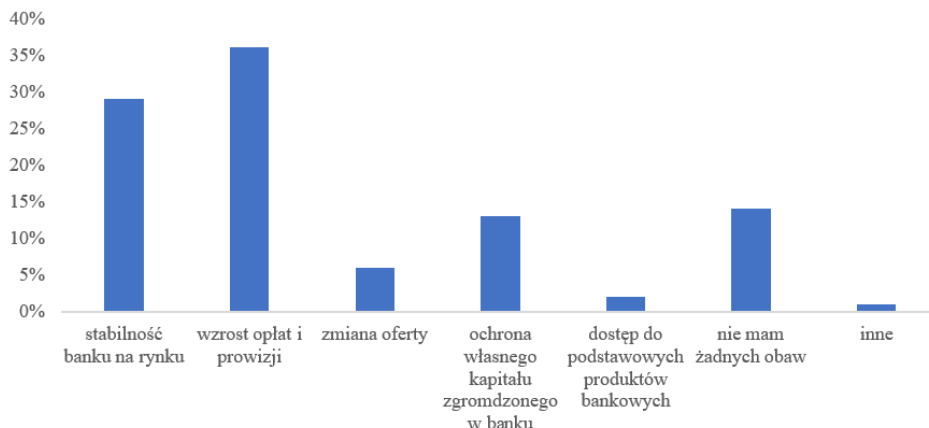
5. WIZERUNEK BANKÓW Z PUNKTU WIDZENIA KLIENTÓW W ROKU 2023 – NA PODSTAWIE BADANIA EMPIRYCZNEGO

W przeprowadzonym badaniu respondentów zapytano także o to, jak postrzegają polski sektor bankowy na przestrzeni lat 2020–2022. Pytanie to miało na celu zweryfikowanie nastawienia konsumentów do banków oraz poziomu zaufania do tych instytucji. Pandemia COVID-19, rosnąca inflacja, agresja Rosji na Ukrainę to wydarzenia, które w ostatnich trzech latach miały i mają wpływ także na sektor bankowy.

Wyniki pokazują, że 36% ankietowanych, na skutek ostatnich wydarzeń społeczno-ekonomicznych, obawiało się wzrostu opłat i prowizji za usługi bankowe, natomiast 29% respondentów wskazało na niepewną stabilność podmiotów finansowych na rynku. Dla 14% badanych ostatnie wydarzenia nie miały wpływu na

³ Badanie zostało zrealizowane na reprezentatywnej grupie 1265 respondentów w wieku od 15 lat w okresie od 15.09.2020 r. do 15.10.2020 r. tj. w trakcie trwania pandemii COVID-19, co dodatkowo pozwoliło na zbadanie wpływu zagrożenia epidemiologicznego oraz wprowadzonych restrykcji w obrocie gospodarczym na sposób przeprowadzania transakcji.

sektor bankowy, co może świadczyć o tym, że nie dostrzegli oni żadnych problemów. Odpowiedzi ankietowanych przedstawiono na wykresie nr 5.



Wykres 5. Obawy respondentów w stosunku do usług bankowych wywołane ostatnimi wydarzeniami ekonomiczno-społecznymi

Źródło: Opracowanie własne.

Przedstawione na wykresie nr 5 dane pokazują, że 13% respondentów wskazało obawę o dostęp do własnego kapitału. Nastroje społeczne i zachowania konsumentów związane ze zmianą sytuacji ekonomiczno-gospodarczej odnosiły się do wielu branż i były zauważane również w sektorze usług bankowych.

Kolejny etap badania zakładał dokonanie wyboru stwierdzenia, które ankietowanie kojarzyli z sektorem bankowym, co zostało przedstawione w tabeli nr 1.

Tabela 1. Ocena respondentów polskiego sektora bankowego w sytuacji ekonomiczno-gospodarczej w latach 2020–2022

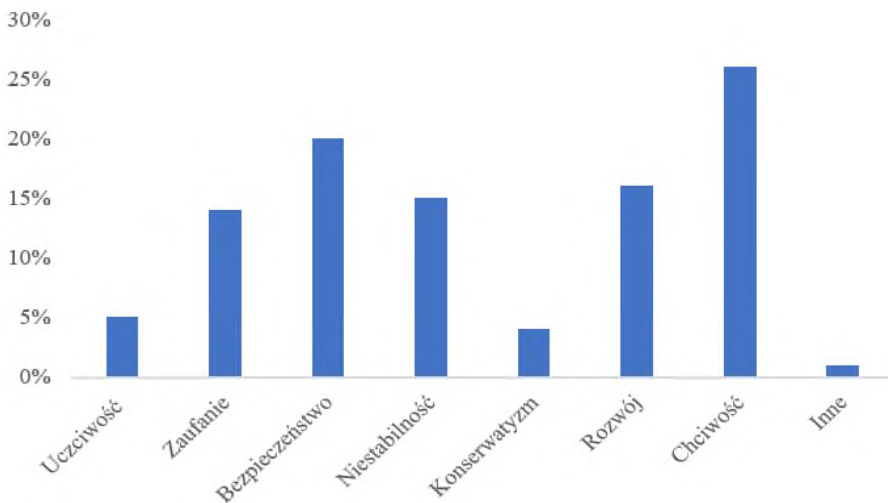
Stwierdzenia	%
Sektor ten boryka się od momentu pandemii COVID-19 z licznymi problemami, stabilność wielu podmiotów jest zagrożona	34
Sektor ten ma się dobrze i zarabia na wysokich stopach procentowych	23
Banki poniosą konsekwencje aktualnej (mowa o latach 2020-2022) sytuacji ekonomiczno-gospodarczej w Polsce - spadną ich zyski	28
Są to instytucje zaufania publicznego, mimo bieżących wydarzeń gospodarczych ich wizerunek nie uległ zmianie, a kryzys gospodarczy nie wpłynie na te podmioty	15

Źródło: Opracowanie własne

Największa liczba respondentów stwierdziła, że banki borykają się z problemami, a ich stabilność jest zagrożona (34%). Zdaniem 28% ankietowanych zyski banków spadną, a 23% badanych uważa, że sektor bankowy odniesie zyski, ze względu na wysokie stopy procentowe. Z kolei 15% respondentów wskazało, że kryzys gospodarczy nie wpływa na te podmioty gospodarcze.

Respondenci zostali również poproszeni o określenie współczesnego sektora bankowego poprzez wskazanie jednej cechy. Najwięcej badanych (26%) wskazało chciwość. W grupie tej znalazły się głównie osoby powyżej 35 roku życia mieszkające w miastach powyżej 500 tys. mieszkańców. Wskazana grupa wiekowa najbardziej odczuła wzrost kosztów zaciągniętych kredytów i pożyczek, co spowodowane było wzrostem stóp procentowych. Drugą wskazaną przez respondentów (20%) cechą sektora bankowego było słowo bezpieczeństwo, które jest szczególnie ważne w instytucji jaką jest bank. Potwierdza to Gospodarowicz (2018), który wskazuje, że klienci banków przekazują im swoje środki pieniężne i oczekują, że będą one prawidłowo zabezpieczone oraz chcą mieć pewność zachowania poufności powierzonych bankowi informacji.

Określenia sektora bankowego wskazywane przez respondentów przedstawiono na wykresie nr 6.



Wykres 6. Skojarzenia respondentów odnoszące się do wizerunku sektora bankowego

Źródło: Opracowanie własne.

Ankietowani kojarzyli również sektor bankowy z pozytywnymi skojarzeniami takimi jak rozwój (16%) czy zaufanie (14%). Te dwie cechy najczęściej wskazywały osoby poniżej 26 roku życia.

Obraz współczesnego sektora bankowego na tle ostatnich wydarzeń ekonomiczno-gospodarczych oraz społecznych jawi się jako wizerunek sektora, który na skutek wzrostu stóp procentowych i rosnącej inflacji, w oczach klientów, jest niestabilny. Jednocześnie respondenci wskazywali na obawy wzrostu cen i kosztów obsługi produktów bankowych. Natomiast istotne było także to, że nadal instytucje te postrzegane są jako organizacje dbające o bezpieczeństwo. Z perspektywy funkcjonowania tych podmiotów jako instytucji zaufania publicznego jest to ważny element budujący ich wizerunek.

PODSUMOWANIE

Liczne badania przeprowadzone przez instytucje bankowe potwierdziły zaprezentowane w artykule wyniki badania. Na skutek pandemii COVID-19 zdalne kanały dostępu do usług bankowych zaczęły być wykorzystywane przez szersze grono klientów. Obok bankowości internetowej znaczenia nabrała również bankowość mobilna i płatności telefonem. Realizacja usług bankowych, które charakteryzuje szczególna specyfika, przy użyciu Internetu stała się standardem dla wszystkich banków. Respondenci wskazywali, że mobilny dostęp do produktów posiadanych w instytucji finansowej często jest elementem decydującym przy podejmowaniu decyzji o nawiązaniu z nią relacji. Zdalne kanały dostępu do środków zgromadzonych w banku pozwalają na zaspokojenie takich potrzeb klientów jak: oszczędność czasu i pieniędzy – oferta internetowa często okazuje się być tańszą, niż cena usług oferowanych bezpośrednio w placówce bankowej. Pandemia COVID-19 pokazała również, że jest to bezpieczny sposób, który pozwala korzystać z usług w dogodnym dla siebie miejscu i czasie bez bezpośredniego kontaktu z inną osobą.

Na podstawie przeprowadzonego badania można dostrzec, że głównie osoby po 50 roku życia przeniosły się na zdalną formę kontaktu z bankiem na skutek pandemii. Wśród osób poniżej 50 roku życia popularność w początkowej fazie koronawirusa zyskała bankowość mobilna. Przed pandemią 26% ankietowanych deklarowało, że odbywało wizyty w banku w celu wpłaty lub wypłaty środków z rachunku bankowego. W trakcie pandemii tylko 1% ankietowanych deklarował, że odbywał bezpośrednie spotkanie z doradcą bankowym w celu skorzystania z usług bankowych. 33% respondentów stwierdziło, że zmiana sposobu korzystania z oferty banku pozwoliła oszczędzić im czas, a 12% wskazało, że powodem zmiany była obawa o zdrowie i życie. Aż 42% ankietowanych wskazało, że po pandemii COVID-19 zwróciło większą uwagę na bezpieczeństwo w sieci. Wzrost cyfryzacji wśród społeczeństwa wiązał się ze wzrostem świadomości co do kwestii przestępstw finansowych popełnianych w internecie.

Ankietowani w przeważającej części obawiali się wzrostu cen za produkty i usługi bankowe, a także czuli niepewność co do stabilności niektórych podmiotów z sektora bankowego na skutek ostatnich wydarzeń ekonomiczno-społecznych.

BIBLIOGRAFIA

- Ayo, Ch.K., Oni, A.A., Adewoye, O.J., Eweoya, I.O. Ibukun, O. (2016), *E-banking users' behaviour: e-service quality, attitude, and customer satisfaction*, International Journal of Bank Marketing, Vol. 34(3), s. 347–367.
- Banaszyk P., Gorynia M. (2020), *Pandemia COVID-19 a konkurencyjność przedsiębiorstwa*, [w:] ICAN Management Review, *Normalność 2.0*, s. 68–77.
- Bank Światowy (2022), *The Global Findex 2021*, <https://www.worldbank.org/en/publication/globalfindex>, [Dostęp 05.03.2023].
- Capiga M. (2008), *Bankowość*, Katowice, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, s. 137.
- Davis P. (2013) *Balancing technology and service is banking's greatest challenge*, American Banker, Vol. 178, No. 35.
- Druga Dyrektywa Rady z dnia 15 grudnia 1989 r. w sprawie koordynacji przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych odnoszących się do podejmowania i prowadzenia działalności przez instytucje kredytowe, zmieniająca dyrektywę 77/780/EWG.
- Flejterski S., Panasiuk A., Perenc J., Rosa G. (2008) (red.), *Współczesna ekonomika usług*, Warszawa, PWN.
- Gospodarowicz, A. (2018), *Bezpieczeństwo bankowości internetowej i bankowości mobilnej*, [w:] Gospodarowicz A., Gospodarowicz M., Kozińska M., Ślązek E., Zarańska K., *Bankowość elektroniczna. Istota i innowacje*, Warszawa, C.H. Beck.
- Griffin J. (2002), *Customer loyalty, how to earn it, how to keep it*, San Francisco, Jossey-Bass.
- Jonas A. (2002), *Strategie konkurencji na rynku usług bankowych*, Warszawa, Biblioteka Menedżera i Bankowca.
- Jaworski W.L. (1996), *Bankowość. Podstawowe założenia*, Warszawa, Poltext, s. 137.
- Kozińska M. (2021), *Banki centralne Unii Europejskiej jako element sieci bezpieczeństwa finansowego w czasie pandemii COVID-19*, Warszawa, CEDEWU, s. 170.
- Meder M. (2006), *Marketing relacji w bankowości detalicznej – porównanie roli doradców klientów w Polsce i w Niemczech*, Bank i Kredyt, s. 86.
- Narodowy Bank Polski (2021), *Zwyczaje płatnicze w Polsce w 2020 roku – podstawowe wyniki badania*, <https://nbp.pl/system-platniczy/dane-i-analazy/analizy-i-opracowania/zwyczaje-platnicze-polakow>, [Dostęp 28.02.2023].
- Solarz J.K., Waliszewski K. (2022), *Pandemia COVID-19 z perspektywy finansów – przenikanie się światów realnego i wirtualnego*, Ekonomista, nr 2, s. 213–234.
- Srokosz W. (2003), *Czynności bankowe zastrzeżone dla banków*, [w:] Fojcik-Mastalska E. (red.), *Prawo bankowe w zarysie*, s. 197.

- Świecka B. (2008), *Bankowość elektroniczna*, Warszawa, Wydawnictwo CeDeWu.
- Świdorska J. (2016) *Czynności bankowe jako element określający istotę działania banku*, [w:] *Bank komercyjny w Polsce*, red. Świdorska J., Galbarczyk T., Klimontowicz M., Marczyńska K., Warszawa, Wydawnictwo Difin.
- Talecka A., Niczyporuk P. (2004), *Bankowość. System bankowy i usługi*, Białystok, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Białymstoku.
- Ustawa z dnia 19 sierpnia 2011 r. o usługach płatniczych (Dz. U. z 2022 r. poz. 2360, 2640).
- Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. Prawo bankowe (Dz. U. z 2022 r. poz. 2324, 2339, 2640, 2707, z 2023 r. poz. 180).
- Związek Banków Polskich (2021), *COVID-19, banki i technologia – w jaki sposób pandemia wpłynęła na sytuację w sektorze bankowym*, <https://www.zbp.pl/aktualnosci/wydarzenia/Banki-i-technologia-w-czasie-pandemii> [Dostęp: 05.03.2023]
- (www1) *Wyniki finansowe banków w 2020 roku*, Główny Urząd Statystyczny, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/podmioty-gospodarcze-wyniki-finansowe/przedsiębiorstwa-finansowe/wyniki-finansowe-bankow-w-2020-roku,5,25.html> [Dostęp: 18.02.2023].
- (www2) *Podstawowe stopy procentowe NBP w latach 1998-2022*, Narodowy Bank Polski, <https://www.nbp.pl/home.aspx?f=/dzienne/stopy> [Dostęp: 18.02.2023].
- (www3) *Bankowość mobilna*, PRNews.pl, <https://prnews.pl/raporty/bankowosc-mobilna>, [Dostęp 04.03.2023].

WPŁYW PANDEMII COVID-19 NA SPOSÓB KORZYSTANIA Z USŁUG BANKOWYCH ORAZ NA POSTRZEGANIE BANKÓW W POLSCE – NA PODSTAWIE BADANIA EMPIRYCZNEGO

Streszczenie

Celem głównym artykułu była identyfikacja zmiany sposobów korzystania z usług bankowych przed, jak i w trakcie pandemii COVID-19 oraz weryfikacja tego, jak konsumenci postrzegają współcześnie instytucje bankowe. W artykule sformułowano dwie hipotezy. Pierwsza odnosi się do tego, że klienci banków przeszli w znaczącej części na zdalne formy korzystania z usług bankowych w okresie koronawirusa. Z kolei druga teza odwołuje się do tego, iż wykorzystanie bankowości internetowej spowodowało, że jej użytkownicy przywiązują większą uwagę do aspektu bezpieczeństwa niż przed pandemią.

Na potrzeby niniejszego opracowania przygotowano i przeprowadzono badanie empiryczne. Podstawowym celem badania była identyfikacja zmian w korzystaniu z usług bankowych w okresie koronawirusa oraz weryfikacja postrzegania wizerunku banków w dobie ostatnich wydarzeń ekonomiczno-społecznych. Badanie przeprowadzono metodą ankietową, w której wykorzystywany był kwestionariusz ankiety.

Na podstawie przeprowadzonego badania można zauważyć, że głównie osoby po 50 roku życia przenieśli się na zdalną formę kontaktu z bankiem na skutek pandemii. We wskazanej grupie wiekowej w początkowej fazie koronawirusa popularność zyskała bankowość mobilna. Przed pandemią 26% ankietowanych deklaroowało, że odbywało wizyty w banku w celu wpłaty lub wypłaty środków z rachunku bankowego. W trakcie pandemii tylko już 1% badanych deklaroował, że odbywał bezpośrednie spotkanie z doradcą bankowym w celu skorzystania z usług bankowych. 33% respondentów stwierdziło, że zmiana sposobu korzystania z oferty banku pozwoliła oszczędzić im czas, a 12% wskazało, że powodem zmiany była obawa o zdrowie i życie. Na uwagę zasługuje fakt, że aż 42% ankietowanych wskazało, że po pandemii COVID-19 zwróciło większą uwagę na bezpieczeństwo w sieci. Wzrost cyfryzacji wśród społeczeństwa przełożył się na wzrost świadomości w kwestii przestępstw finansowych popełnianych w Internecie.

Słowa kluczowe: COVID-19, bankowość internetowa, bank, usługi bankowe, bankowość mobilna.

JEL Class: G2.

Zakończenie recenzji/ End of review: 12.05.2023

Przyjęto/Accepted: 20.06.2023

Opublikowano/Published: 27.06.2023