

SPIS TREŚCI

Wstęp	9
1. Konsument na rynku bankowości mobilnej w świetle dotychczasowych badań	13
1.1. Aplikacje mobilne banków w systemie płatności bezgotówkowych	13
1.2. Modele i determinanty akceptacji technologii mobilnej w bankowości	23
1.3. Cechy i zachowania finansowe konsumentów z generacji X, Y i Z	32
1.4. Generacje konsumentów na rynku bankowości mobilnej w świetle badań – założenia badawcze i analityczne	39
2. Rynek bankowości mobilnej w Polsce w świetle analizy statystycznej	46
2.1. Korzystanie z aplikacji mobilnych banków na tle wybranych systemów płatności bezgotówkowych	46
2.2. Pozycja konkurencyjna banków oferujących mobilny dostęp do usług bankowych	54
2.3. Wpływ pandemii COVID-19 na korzystanie z bankowości mobilnej	58
2.4. Profil cech użytkowników aplikacji mobilnych banków	63
3. Usługi bankowe i dodatkowe realizowane za pomocą aplikacji mobilnych banków	70
3.1. Rodzaje usług dostępnych w aplikacjach mobilnych banków	70
3.2. Zakres wykorzystania usług dostępnych w bankowych aplikacjach mobilnych	75
3.3. Podobieństwa i różnice międzypokoleniowe w korzystaniu z usług dostępnych w aplikacjach mobilnych banków	77
4. BLIK jako narzędzie bankowości mobilnej	83
4.1. Budowa i funkcjonalności BLIKA	83
4.2. Zakres wykorzystania funkcjonalności BLIKA przez konsumentów	91
4.3. Podobieństwa i różnice międzypokoleniowe w korzystaniu z BLIKA	93

5. Bezpieczeństwo korzystania z bankowości mobilnej	100
5.1. Technologiczne, prawne i osobowe aspekty bezpiecznego korzystania z bankowości mobilnej	100
5.2. Zachowania użytkowników w zakresie bezpiecznego korzystania z aplikacji mobilnych banków	108
5.3. Podobieństwa i różnice międzypokoleniowe w ocenie bezpieczeństwa korzystania z aplikacji mobilnych banków	112
Zakończenie	117
Bibliografia	121
Spis tabel, wykresów i rysunków	131
Summary	134