

## UTICAJ KOVIDA NA DIGITALIZACIJU U BANKARSKOM SEKTORU

### THE INFLUENCE OF COVID ON DIGITALIZATION IN THE BANKING SECTOR

**Vera Zelenović**

Univerzitet u Novom Sadu, Ekonomski fakultet Subotica, Srbija  
vera.zelenovic@ef.uns.ac.rs

**Jelena Zelenović**

Institut za ratarstvo i povrtarstvo, Novi Sad, Srbija  
jelenazelenovic.jz@gmail.com

**Apstrakt:** Banke nikada nisu bile suočene sa tolikom konkurencijom, posebno u sferi digitalizacije. Novi učesnici poput fintech startapa, velikih tehnoloških kompanija i netradicionalnih kratkovide konkurenata brzo ispunjavaju sve veća očekivanja kupaca. Više od trećine banaka u svetu ne vidi nijedan razlog da zbog pandemije ubrza strategiju digitalne transformacije svoje organizacije. Umesto toga, ove institucije su i dalje usredsređene na predvidljivije prioritete i ciljeve kao što su smanjenje troškova i rast prihoda. Predmet ovog istraživanja je sagledavanje uticaja koji je pandemija Covid 19 imala na digitalizaciju u bankarskom sektoru. Cilj istraživanja je da ukaže koliki je uticaj pandemije na ubranu digitalizaciju u bankarskom sektoru, uzrokovanu sa jedne strane povećanom konkurencijom fintech kompanija a sa druge strane izmenjenim navikama potrošač, pod uticajem Covida. Iako je mnogo učinjeno za vreme agresivnog rasta upotrebe digitalnih bankarskih kanala tokom Covid perioda, povećanje digitalnog prometa i stalne želje da se mogu posetiti filijale nisu kontradiktorne.

**Ključne reči:** banka, fintech, pandemija, digitalizacija

**Abstract:** Banks have never faced so much competition, especially in the field of digitalization. New entrants such as fintech startups, large technology companies and non-traditional short-sighted competitors are quickly meeting growing customer expectations. More than a third of banks in the world see no reason to accelerate their organization's digital transformation strategy due to the pandemic. Instead, these institutions remain focused on more predictable priorities and goals such as cost reduction and revenue growth. The subject of this research is to consider the

*impact that the Covid 19 pandemic had on digitalization in the banking sector. The aim of the research is to indicate the impact of the pandemic on the accelerated digitalization in the banking sector, caused on the one hand by increased competition from fintech companies and on the other hand by changed consumer habits, under the influence of Covid. Although much has been done during the aggressive growth in the use of digital banking channels during the Covid period, the increase in digital traffic and the constant desire to be able to visit branches are not contradictory.*

**Keywords:** bank, fintech, pandemic, digitization

## 1. UVODNA RAZMATRANJA

Globalna pandemija Covid-19 dovela je do neočekivanih prestanaka i razilaženja kako na individualnom tako i na poslovnom planu, terajući nas da menjamo i način na koji živimo i način na koji radimo. Ovo je uticalo na promenu mnogih, do pandemije, ortodoksnih stavova i dovelo do kreiranja *nove normalnost*. Banke su na to reagovalе brzo, pokušavajući da opsluže sve potrebe klijenata, koje su se sve više produbljavale, trajanjem pandemije. Banke bi trebale da razmisle kako da stabilizuju svoje poslove, „izazvane“ pandemijom i da nastave dalje da ih razrađuju u skladu sa novom normalnošću.

Do sada je bilo puno reči o digitalnoj transformaciji u bankarstvu, po rečima (Groenfeldt, T., 2021) kao i gomili novca koja je za to potrošena, ali baš nema puno rezultata. Određeni broj banaka je postigao uspeh na tom polju, ali mnoge i dalje nemaju stvarne planove i nedostaje im podrška višeg rukovodstva, što informatičare i IT sektor u bankama stavlja u poziciju da donose važne strateške odluke. U međuvremenu, online-banke i fintech kompanije pokazuju kako to ustvari treba uraditi: brzim prelaskom na potpunu digitalizaciju. Iako su nova digitalna ponašanja potrošača prisutna, ona neće nužno odražavati sve svoje nove digitalne navike kada su banke u pitanju. Banke nikada nisu bile suočene sa tolikom konkurencijom, posebno u sferi digitalizacije.

Novi učesnici poput fintech startapa, velikih tehnoloških kompanija i netradicionalnih konkurenata brzo ispunjavaju sve veća očekivanja kupaca. Više od trećine banaka u svetu ne vidi nijedan razlog da zbog pandemije ubrza strategiju digitalne transformacije svoje organizacije. Umesto toga, ove institucije su i dalje usredsređene na predvidljivije prioritete i kratkovidе ciljeve kao što su smanjenje troškova i rast prihoda. Filijale ostaju i dalje „dominantan kanal za otvaranje računa“, a pogodan pristup filijalama i bankomatima i dalje je važan atribut za neke potrošače koji traže novu banku. Ali pandemija je uticala na sve.

Forrester, kompanija za globalno istraživanje tržišta, u svom izveštaju o „Stanju digitalnog bankarstva u 2021. godini“ kaže da potrošači na manje načina komuniciraju sa svojom bankom, jer su ljudi savladali samo osnove, poput stanja na računima, a okreću se prvenstveno digitalnim kanalima za istraživanje i sticanje novih finansijskih proizvoda - često sa alternativnim, netradicionalnim dobavljačima.

Najupečatljiviji aspekt Forresterovog izveštaja je koliko su napredak u digitalnom bankarstvu predvodili potrošači. Po Forresterovom mišljenju, banke i kreditne zadruge bile su pasivni korisnici pandemije. Covid-19 pokrenuo je smanjenje upotrebe bankomata i gotovine. Otvoreno je manje filijala, a za mnoge ljude su dodirni ekrani i tastature bili potencijalni prenosioci infekcije. Umesto toga, potrošači su prvi put koristili digitalna plaćanja - uključujući beskontaktno, mobilne i digitalne novčanike - i ostale. Prema Forresterovom istraživanju, svaki osmi američki potrošač prvi put je tokom pandemije koristio svoj telefon - a ne karticu - za beskontaktno plaćanje u prodavnici. Evropa je videla slične brojeve, ali u Kini je trećina svih odraslih izvršila svoje prvo mobilno beskontaktno plaćanje. Tradicionalne institucije ne mogu da pokažu rast digitalnih kanala isporuke kao dokaz uspeha svojih strategija digitalne transformacije. Za skok su gotovo u potpunosti zaslužni ljudi primorani da obavljaju bankarske transakcije putem svojih mobilnih telefona, tableta i laptopova.

Bankarstvo prolazi kroz period inovacija bez presedana. (Groenfeldt, T., 2021). Novi igrači - uključujući fintech startapove i nefinansijske digitalne brendove koji se bave razvojem finansijskih usluga - reaguju na promenljiva očekivanja kupaca bržim, boljim i jeftinijim uslugama, menjajući konkurentni pejzaž. Kako kaže Chris Skinner: bankarstvo možda doživljava mnogo inovacija, ali banke to ne čine.

Forrester u svom izveštaju takođe navodi da učesnici u fintech-u poput Chime, Betterment, Robinhood i Starling Bank, utiču na gotovo svaki aspekt bankarstva, obećavajući vrhunsku satisfakciju klijenata putem širokog spektra ponude digitalnih usluga. A sve to predstavlja velike probleme za prave banke.

L'Hostis i Skinner se slažu da je za shvatanje digitalne transformacije „tehnološki izazov“ preuzak pogled. Tehnologija je osnovna infrastruktura i alat koji stoji iza digitalne transformacije, primećuje Skinner. Ali digitalna transformacija se više odnosi na kulturu i organizacione promene nego na tehnologiju.

Situacija sa Covid-19 će nas naterati da se adaptiramo na nove načine i uslove kako života, tako i rada. Očekuje se da će u narednih 3 do 5 godine, promene ići u sledećem pravcu: ([https://www.accenture.com/\\_acnmedia/PDF-123/Accenture-COVID-19-Accelerating-the-New-Normal-UK-Banking.pdf](https://www.accenture.com/_acnmedia/PDF-123/Accenture-COVID-19-Accelerating-the-New-Normal-UK-Banking.pdf), str 3)

1. Zatvaranje poslova koji se obavljaju u kancelarijama i preusmeravanje mnogih zaposlenih da rade na daljinu, tj od kuće
2. Socijalna distanca će uticati na povećanje učešće digitalnog poslovanja
3. Ograničenja u kretanju vode ka elsploziji e-trgovine
4. Politika ostajanja kod kuće ima trend rasta, ali po novim pravilima

Godinama smo svedoci transformacije trgovine kao posledice digitalizacije i globalizacije, bankrota kako velikih, tako i malih preduzeća, zatvaranju vrata i otpuštanju radnika. Globalne pandemije i rezultirajuće recesije, međutim, dramatično su promenile putanje ovih transformacija, utičući na preduzeća svih veličina ali posebno na mala preduzeća, koja su temelj globalne ekonomije.

([http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GFC\\_Bookend\\_Endnotes\\_Report\\_2020.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GFC_Bookend_Endnotes_Report_2020.pdf) 2) Fintech ekosistem, koji je imao cvetao tokom poslednjih 10 godina nakon globalne finansijske krize 2008. godine, je od tada pretrpeo ozbiljan potres prvim zaključavanjima koja su nametnuta globalno. Prerano je procenjivati kako će politika donešenih mera kao odgovor na pandemiju preoblikovati fintech ekosistem ali određeni trendovi se već naziru: platne kompanije, na primer, čini se da imaju koristi od brzog usvajanja digitalnih plaćanja dok se digitalne banke nalaze pod pritiskom. Sveukupna industrija mogla bi biti svedok trenda ka „ponovnom povezivanju“. U međuvremenu, fintech je takođe napredovao u društvenom sektoru, nastavljajući da razvija i koristi javnu finansijsku infrastrukturu za poboljšanje, na primer, usluga društvu, uz daleko nižu proviziju.

## **2. CILJ I METODE ISTRAŽIVANJA**

Predmet ovog istraživanja je sagledavanje uticaja koji je pandemija Covid 19 imala na digitalizaciju u bankarskom sektoru. Zarad opstanka na tržištu, banke su pokazale visok stepen prilagođavanja novoj normalnosti, digitalizujući svaku uslugu za koju su klijenti iskazali potrebu. Postavlja se samo pitanje, da li je to dovoljno brzo u odnosu na glavne konkurente banaka, fintech kompanije, čija digitalizovana ponuda duboko zadire u bankarski ekosistem. Cilj istraživanja je da ukaže koliki je uticaj pandemije na ubranu digitalizaciju u bankarskom sektoru, uzrokovanu sa jedne strane povećanom konkurencijom fintech kompanija a sa druge strane izmenjenim navikama potrošač, pod uticajem Covida. Najveći problem sa kojim se banke susreću u procesu digitalizacije je njihova relativna nespремnost za tako nešto, obzirom da to više nije pitanje izbora u nekom budućem periodu, već pitanje opstanka finansijskih institucija na tržištu u realnom vremenu. Kao izvori za ovo istraživanje su osim knjiga, i stručnih radova, poslužili i aktuelne primarne internet adrese, gde se analizom sadržaja istih pokušalo doći do određenih zaključaka.

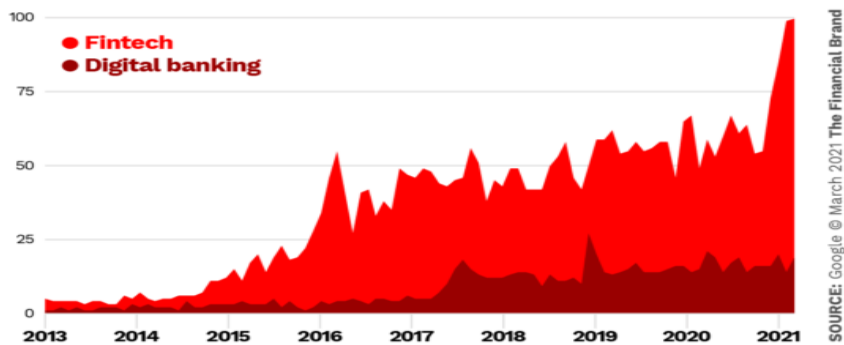
## **3. UTICAJ PANDEMIJE NA DIGITALNU TRANSFORMACIJU**

Ne postoje dve iste krize i poenta nije u tome da se prave poređenja između različitih okolnosti. Međutim, jedna zajednička stvar između finansijske i zdravstvene krize, koja nas je zadesila, je dubok ekonomski uticaj na realnu ekonomiju: ogromni skokovi u nezaposlenosti i kako su ekonomije ulazile u zaključavanja, predviđa se da će globalni BDP pasti na negativnu stopa rasta od 4,9% . Osim Kine, većina velikih ekonomija očekuje smanjenje za 2020. godinu. U isto vreme, očekuje se da i pandemija pomogne ubranom globalnom usvajanju digitalnog plaćanja za 5-10 procentnih poena, uzimajući u obzir prodor digitalnih plaćanja na 67% . Kao rezultat, isključivi akteri plaćanja usredsređeni na Internet poput PaiPal-a ili Adien imaju koristi od promenljivog trenda, što se i ogleđa u njihovoj tržišnoj ceni akcija.

Ali to ne važi i za druge fintech segmente. Ova ekonomska kriza takođe je otkrila slabosti u postojećim sistemi i poslovnim modelima. Kao posledica ekonomske borbe, nedokazani poslovni modeli su bili izloženi velikom opterećenju.

U digitalnom pozajmljivanju, potrošnja opada, povećava se nezaposlenost, a moratorijumi su povećali kreditne rizike, što je i uticalo da je bilo gotovo nemoguće videti vreme oporavka, izlažući nedovoljno kapitalizovane zajmodavce riziku, da su čak i neki od njih morali da prestanu sa radom. Digitalne banke, kao i fintech ljubimci investitora, pre nekoliko meseci mogli su da vide na delu svoje poslovne modele i da ih shodno sa tim ozbiljno procene. Digitalne banke posluju na tankim marginama svojih marži i njihovi poslovni modeli u velikoj meri zavise od visine i obima plaćanja, koji su sada pod pritiskom tokom recesije, što je mnoge od njih navelo da restrukturiraju svoje operacije. Ali ključno je da većina potrošača ne koriste digitalne banke kao svoje glavne finansijske provajdere. Smatraju ih sekundarnim dobavljačem usluga koji se bavi zahtevima niže, poput međunarodnih plaćanja. Ekonomski pritisak doveo je do smanjenja potrošnje na nebitnim uslugama, zbog čega se smanjuje potreba za sekundarnim pružaocem usluga. Digitalna transformacija je aktuelna priča u bankarstvu već nekoliko godina, ali je pandemija ubrzala primenu (kao i u svakoj industriji) i nema znakova da će se taj trend skoro promeniti. Sa rastućom konkurencijom u bankarskim uslugama na malo, institucije će se morati više usredsrediti na dovođenje potrošača od vrha „levka“ do krajnje „prodaje“. Finansijske institucije se takođe suočavaju i sa povećanim pritiskom tehnoloških kompanija poput Amazona i Netflika da uspostave svoju CKS igru (satisfakcija klijenata). Interesovanje klijenata za „fintech“ nastavlja se sa stalnim godišnjim usponom, sa ogromnim skokom u periodu 2020-2021. Poređenja radi, relativni interes za „digitalno bankarstvo“ je niži, ali i dalje raste. Najnoviji strmi skok verovatno odražava, bar delimično, pojave novih neobanaka. Upravo Grafik 1. prikazuje trend razvoja digitalne transformacije u periodu 2013-2021. Vidimo na grafiku da je kod fintech kompanija, stopa rasta daleko izraženija, nego kod bankarskog sektora.

**Grafik 1.** Trend razvoja digitalne transformacije 2013-2021

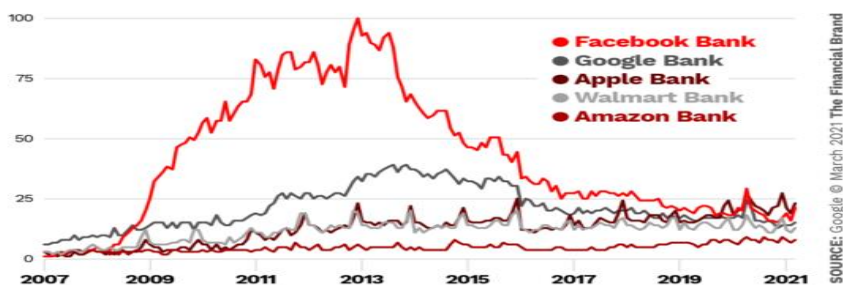


**Izvor:** <https://thefinancialbrand.com/111105/google-search-trends-digital-banking-channel-payments-fintech-bigtech-covid-pandemic/>, str 3

GAFa i Valmart su i dalje zastrašujući Fintehve i neobanke već narušavaju bankarski ekosistem. Ali šta ako Google, Apple, Facebook i Amazon - ili Valmart pokrenu

vlastitu banku? Iako su različita ispitivanja potrošača pokazala da bi mnogi razmotrili otvaranje računa kod takvih pridošlica, čini se da je stvarni interes drastično popustio. Čak ni Facebook-ovi naponi da uđe u prostor kriptovaluta, počev od sredine 2019. godine, nisu podigli nivo kamata.

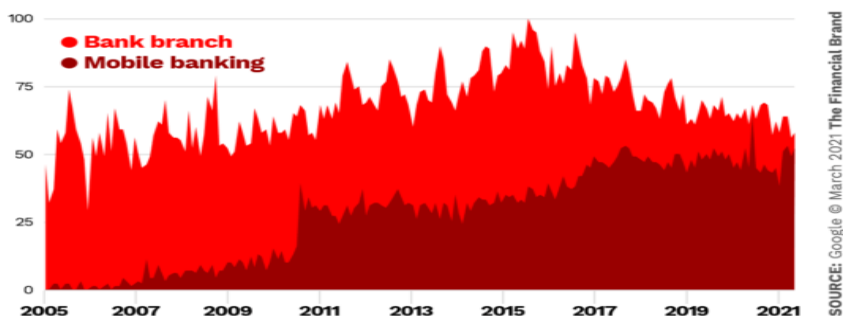
**Grafik 2.** Trend razvoja digitalnih kanala plaćanja kod Fintech-kompanija



Izvor: <https://thefinancialbrand.com/111105/google-search-trends-digital-banking-channel-paymetns-fintech-bigtech-covid-pandemic/>, str 5

Sasvim je sigurno da je važnost digitalnih kanala tokom pandemije dovela do porasta interesa koji je zabeležen u mobilnom bankarstvu u 2020. godini, što se ogleda i na donjem grafikonu. Ovaj rast interesa nastao je kao rezultat naleta koji se zaista impresivan u 2010-2011, zahvaljujući široko prihvaćenom iPhoneu. Za filijale je najviša tačka interesovanja bila sredina 2015. godine, da bi trend je nakon toga krenuo naniže. Očigledno je da će potražnja za mobilnim bankarstvom uskoro premašiti nivo potražnje za filijalama.

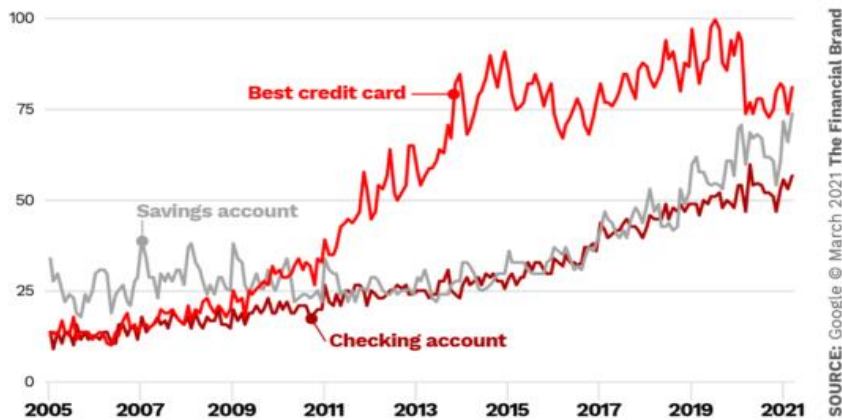
**Grafik 3.** Trend razvoja upotrebe mobilnog bankarstva i bankarskih filijala



Izvor: <https://thefinancialbrand.com/111105/google-search-trends-digital-banking-channel-paymetns-fintech-bigtech-covid-pandemic/>, str 7

Na Grafiku 4 je jasno prikazano da u vremenu od 2005-2019, upotreba kreditnih kartica, potrošnja, ima izraženi trend rasta. Godina pandemije, za one koji i dalje imaju posao, znači ograničavanje potrošnje i povećanje štednje, kao jasan signal nadolazećih nepredvidivih i teških vremena. Ljudi sa sredstvima koja se mogu oročiti, žele zaista dobru ponudu i za to je potrebno traženje, što se i vidi na grafiku, kroz porast pretraga za povoljnim uslovima štednje. S druge strane, pad potražnje za kreditnim karticama vidljiv je u izveštajima o manjoj potrošnji, jer su potrošači pokušavali da zadrže granicu duga.

**Grafik 4.** Trend korišćenja kreditne kartice, nivo štednje i pretraga za štednim uslovima



*Izvor:* <https://thefinancialbrand.com/111105/google-search-trends-digital-banking-channel-payments-fintech-bigtech-covid-pandemic/>, str 18

Ljudi su morali da troše na potrepštine i dodatke koji se uklapaju u životni stil Covid-a, umesto da izlaze. Stoga nije iznenađujuće videti interesovanje za povećanim korišćenjem debitnih kartica.

#### 4. DIGITALIZACIJA U BANKARSKOM SEKTORU SRBIJE

Situacija na bankarskom tržištu Srbije nije ništa više različita od trendova koji su zabeleženi u svetu tokom pandemije. Ubrzanje digitalizacije u bankarskom sektoru, uslovljeno Covidom 19, pokazuje slične trendove, poput onih na globalizovanom bankarskom tržištu. To je i bilo za očekivati, obzirom da su na bankarskom tržištu Srbije dominantne strane banke, tako da i po tom osnovu, osim trendova vezano za samu pandemiju, digitalizovani kanali prodaje bankarskih usluga imaju trend rasta. U Tabeli 1. je prikazan broj korisnika po određenoj vrsti bankarske usluge, u periodu od 2017.-2020. godine. Iz tabele je vidljivo da su klijenti banaka u Srbiji, sve više okrenuti digitalizovanim bankarskim uslugama. To je posebno uočljivo u godini pandemije, kada se klijenti opredeljuju dominantno na plaćanje putem tekućeg računa,

što ide u prilog izbegavanju svakog vida kontaktnog plaćanja. Plaćanja putem telefona, interneta i mobilnog bankarstva u posmatranom periodu, u godini pandemije dozivljavaju svoj maksimum, kao i najveću stopu rasta. Mobilno plaćanje u 2020. godini se više nego udvostručilo, nego u 2017. godini. Isti trend je primetan i kod internet i telefonskog plaćanja.

**Tabela 1.** Broj korisnika po određenoj vrsti usluge na bankarskom tržištu Srbije

	Izveštajni period - IV kvartal			
	2017.	2018.	2019	2020
Tekući račun	8.423.000	8.737.678	8.696.114	9.132.655
Drugi platni računi	1.206.493	1.159.963	1.171.961	1.547.074
Račun elektronskog novca	35.533	45.833	48.604	46.155
Telefonsko plaćanje	201.143	224.970	264.226	304.124
Internet plaćanje	1.935.687	2.465.904	2.748.395	3.156.041
Mobilno plaćanje	1.126.930	1.426.825	1.702.767	2.162.362

**Izvor:** Autori na bazi podataka sa sajta [https://nbs.rs/sr\\_RS/ciljevi-i-funkcije/platni-sistem/statistika/](https://nbs.rs/sr_RS/ciljevi-i-funkcije/platni-sistem/statistika/)

Ako pogledamo transakcije na ATM, vidimo da se broj uplata u 2020. godini neznatno smanjio u odnosu na 2019. Razlog treba tražiti što je za vreme pandemije svuda gde je moguće izbegavana svaka vrsta kontakta, pa iako je ATM savremeni kanal distribucije, taj blagi pad se može upravo tako tumačiti. Vrednosno gledano, vrednost uplata preko ATM se više nego udvostručio u godini pandemije, nego od početka posmatranog perioda, 2017. Ovaj trend je u skladu sa trendovima tokom pandemije svuda u svetu. Što se tiče isplata preko ATM, one beleže značajnu stopu rasta u posmatranom periodu, i što se tiče broja obavljenih transakcija i vrednosno. Što se tiče transakcija preko POS terminala, plaćanje putem platnih kartica, vidimo da je u godini pandemije zabeležen najveći broj kako prenosa, tako i vrednosti sredstava. Trend u posmatranom periodu, svake godine dakle beleži rast, koji ima izraziti skok u 2020. godini.

**Tabela 2.** Platne transakcije izvršene na prihvatnoj mreži pružaoca platnih usluga, obavljene karticama koje je izdao pružalac platnih usluga iz RS

Platne transakcije izvršene na prihvatnoj mreži pružaoca platnih usluga, obavljene karticama koje je izdao pružalac platnih usluga iz RS (vrednost u milionima dinara)										
	Transakcije na ATM				Transakcije na POS				Transakcije prenosa e-novca obavljene karticama s funkcijom e-novca	
	Uplata		Isplata		Isplata		Prenos			
	Broj	Vrednost	Broj	Vrednost	Broj	Vrednost	Broj	Vrednost	Broj	Vrednost
2020.	2.646.552	78.750	87.800.129	1036408	6.700.577	118.678	300.606.419	542.906	15.759	27
2019.	2.660.672	65.722	88.655.383	873.163	9.394.225	129.956	245.917.379	432.888	29.280	38
2018.	2.332.536	46.705	84.702.571	768.150	12.424.482	163.245	205.613.981	365.351	28.584	36
2017.	1.912.458	32.634	81.275.770	685.946	12.296.624	156.934	170.214.045	307.786	45.595	122

**Izvor:** Autori na bazi podataka sa sajta [https://nbs.rs/sr\\_RS/ciljevi-i-funkcije/platni-sistem/statistika/](https://nbs.rs/sr_RS/ciljevi-i-funkcije/platni-sistem/statistika/)



Nema razloga, po mišljenju (Cocheo, S., 2021.) da bi povećana upotreba digitalnog bankarstva, koje se ubrzalo tokom perioda Covida, navelo finansijske institucije da misle da su filijale mrtve. Filijale igraju kritičnu ulogu za klijente banaka, koji vole da posećuju filijale radi određenih stvari. Iako je mnogo učinjeno za vreme agresivnog rasta upotrebe digitalnih bankarskih kanala tokom Covid perioda, povećanje digitalnog prometa i stalne želje da se mogu posetiti filijale nisu kontradiktorne. Iako većina potrošača banaka više koristi internet mrežu i mobilne uređaje, i dalje postoje značajne razlike u generacijama i njihovom ponašanju i željama, smatra (Guillot, C. 2021.) Banke i kreditne zadruge koje žele da se takmiče moraju da razlikuju i uvažavaju preferencije svih generacija. S obzirom na tehnološki uticaj mlađih generacija i ekonomsku moć njihovih roditelja i baka i deka, industrija finansijskih usluga nalazi se na zanimljivoj raskrsnici. Mnoge banke i kreditne zadruge sada se bore da zadrže svoja tradicionalna lična iskustva za starije osobe, dok istovremeno pokušavaju da se dodvore 22-godišnjacima, koji više vole korišćenje mobilnih računara i razgovore sa korisničkom službom u 2.AM.

## ZAKLJUČAK

Digitalna transformacija je aktuelna u bankarstvu već nekoliko godina, ali je pandemija ubrzala primenu i nema znakova da će se taj trend skoro promeniti. Danas je to za banke pitanje opstanka na tržištu, jer digitalizovani kanali prodaje globalnih fintech kompanija, sa sve većim konkurentskim pritiskom ulaze u ekosistem banaka. Aktuelni trendovi u globalnom bankarstvu se podudaraju sa trendovima bankarskog sektora Srbije, ukazujući na ubrzani i nepovratni proces digitalizacije. Iako je mnogo učinjeno za vreme agresivnog rasta upotrebe digitalnih bankarskih kanala tokom Covid perioda, povećanje digitalnog prometa i stalne želje da se mogu posetiti filijale nisu kontradiktorne.

## LITERATURA

- [1] Cocheo, S., 2021. Why Banking Is Cool Now (It's Not All About Digital) The Financial Brand <https://thefinancialbrand.com/114603/chase-brand-chief-why-banking-is-cool-now-its-not-all-about-digital/?edigest2>
- [2] Cocheo, S., 2021. What Will The Post-COVID Banking World Look Like? The Financial Brand <https://thefinancialbrand.com/107923/covid-pandemic-coronavirus-apps-amazon-google-green-lending-bnpl-trend/?edigest2>
- [3] Groenfeldt, T., 2021. Pandemic Pushed Consumers to Digital Banking (And Away From Banks), <https://thefinancialbrand.com/108484/coronavirus-digital-banking-transformation/>
- [4] Guillot, C. 2021, The Pandemic Has Changed How Everyone Banks (And Here's How) The Financial Brand <https://thefinancialbrand.com/114280/banking-preferences-gen-z-millennial-gen-x-boomer-covid-19/?edigest1>
- [5] <https://thefinancialbrand.com/111105/google-search-trends-digital-banking-channel-payments-fintech-bigtech-covid-pandemic/>, str 17
- [6] <https://www.accenture.com/acnmedia/PDF-123/Accenture-COVID-19-Accelerating-the-New-Normal-UK-Banking.pdf>, str 3
- [7] [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GFC\\_Bookend\\_Endnotes\\_Report\\_2020.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GFC_Bookend_Endnotes_Report_2020.pdf)

[8] [https://nbs.rs/sr\\_RS/ciljevi-i-funkcije/platni-sistem/statistika/](https://nbs.rs/sr_RS/ciljevi-i-funkcije/platni-sistem/statistika/)

## SUMMARY

Financial institutions face a combination of rapidly changing competition from fintech and large technologies, technological advances that exceed the capabilities of traditional institutions and consumers with higher expectations. Change is overcoming the need for a pandemic-inspired digital transformation: (Cocheo, S., 2021)

1) You have to further develop relationships in banking or you will die

The advent of free fintech applications attracts consumers more than the complicated accounts of traditionalists with unclear prices. In addition, as more platforms, such as Google and Amazon, explore financial services, with banking or at least payments as a built-in free service, packages of traditional banking institutions are becoming less attractive. If you are not a clear digital leader, it will be harder to win the battle!

2) Banking applications may be out of date

Although some banking institutions are still in the early stages of providing applications for their customers, the era of stand-alone banking applications may already be coming to an end. In China, for example, banking functions are built into large lifestyle management applications.

3) Enlargement and improvement will be a new stake for banks

More M&A is coming. The banking industry had already consolidated before Covid, but given the continued compression of profits, there will be even more pressure to increase. The best traditional banks will do well, and the best banks will pass the challenging banks. At the same time as banking institutions will seek economies of scale to cut costs, most of them will have to spend more on digitization just to stay in the game.

4) Green will be the new color of the regulatory ink

Although many institutions have committed to "greening" their own institutions - for example, by building energy-efficient offices - few have taken steps that could affect the environment. The point that has now been reached is that it will be the banks that will allocate capital to green the "wider economy". Changes in regulatory standards and changes in reporting requirements are expected to monitor the environmental impact of bank loans. Once the dominoes start falling, it will be hard for them to resist.

5) Banking must see its way to much greater transparency

One of the hallmarks of fintech firms that offer consumer accounts is their stated goal of transparency, thus putting themselves on the side of consumers. This policy of clearly disclosing fees and other costs and requirements puts pressure on traditional financial institutions to appear at least equally transparent, as confidence in financial institutions has declined in recent years.