

EDYCJA 2023



Związek Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce (wcześniej Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce – Związek Pracodawców) powstał 27 października 1999 roku i obecnie skupia około stu kluczowych przedsiębiorstw z wielu sektorów polskiego rynku finansowego, w tym bankowości, zarządzania wierzytelnościami, pośredników finansowych, instytucji pożyczkowych, zarządzających informacją gospodarczą i kredytową, odwróconej hipoteki w modelu sprzedażowym, platform crowd-fundingowych oraz ubezpieczeń.

ZPF to Członek Rady Rozwoju Rynku Finansowego, powołanej do życia przez Ministra Finansów Rzeczypospolitej Polskiej oraz Członek prestiżowej organizacji samorządowej europejskiego przemysłu kredytowego EUROFINAS (*European Federation of Finance House Associations*), zrzeszającej szesnaście krajowych organizacji, reprezentujących instytucje finansowe.

ZPF ma w swoim dorobku badawczym już kilkaset raportów, koncentrując się merytorycznie na obszarze kredytu.

Opracowanie: Łukasz Pałka

Partnerzy Raportu:



COPYRIGHT © Związek Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce

Raport ten nie może być rozpowszechniany za pomocą jakiegokolwiek nośnika bez zgody ZPF wyrażonej pisemnie. Cytowanie wyników jedynie za podaniem źródła: „*Senior w świecie nowoczesnych usług finansowych. Edycja 2023*, Związek Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce, Gdańsk 2023”.

Związek Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce
ul. Długie Pobrzeże 30
80-888 Gdańsk
info@zpf.pl

Spis treści

Wstęp	4
Część 1. Demografia a świat fintechów	5
Część 2. Rozwiązania finansowe a decyzje Seniorów	9
Część 3. Usługi finansowe dla Seniorów	13
Część 4. Wyniki badania ankietowego seniorów	17
Część 5. Komentarze ekspertów	28
Część 6. Wnioski i rekomendacje	33
Wykaz źródeł	35

Wstęp



Szanowni Państwo,

aż 43% obywateli Unii Europejskiej uważa się za wrażliwych konsumentów. Tym pojęciem – za sprawą Parlamentu Europejskiego – kilka lat temu zaczęto określać osoby, którym z różnych powodów jest trudniej dokonywać wyboru korzystnych ofert, m.in. dlatego, że nie nadążają za zmianami technologicznymi.

Czynnikami, które decydują o ich sytuacji, są np. warunki socjoekonomiczne, problemy zdrowotne, ale też zaawansowany wiek. Według 15% respondentów w UE, to właśnie ta ostatnia kwestia decyduje o ich wrażliwości konsumenckiej.

Raport *Senior w świecie nowoczesnych usług finansowych* to pierwsza publikacja Związku Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce (ZPF), w której staramy się odpowiedzieć na pytanie, jak osoby w wieku 60+ w Polsce radzą sobie na rynku nowoczesnych usług finansowych.

Wierzimy, że przygotowany przez Komisję ZPF ds. Fintech raport stanie się pretekstem do dyskusji na temat tego, jaką rolę będą odgrywać Seniorzy jako klienci instytucji finansowych.

To niezwykle ważne zagadnienie. Mówiąc wprost, warto pamiętać o tym, że polskie społeczeństwo się starzeje i już dziś cała branża finansowa powinna szukać sposobów, by odpowiedzieć na to wyzwanie.

Zapraszam do lektury i dzielenia się wnioskami.

Marcin Czugan
Prezes Zarządu ZPF



Część 1.

Demografia a świat fintechów

Co sektor finansowy może zaproponować klientom 60+?

75 lat

to średnia długość życia, którą mają osiągnąć Polacy urodzeni w 2021 r. Ten wskaźnik wzrósł z 70,7 lat przewidywanych dla osób urodzonych w 1990 r. Kobiety będą żyć średnio o 8 lat dłużej od mężczyzn.

Źródło: Eurostat.

5,3 mln

Polaków zaczęło korzystać z nowego rodzaju usług online w okresie pandemii w 2021 r. Dla wielu było to pierwsze doświadczenie z sektorem finansowym online.

Źródło: McKinsey&Company.

Prognozowane zmiany demograficzne jednoznacznie wskazują, że rola Seniorów w świecie fintechów będzie rosła.

Co piąty mieszkaniec Unii Europejskiej ma więcej niż 65 lat. Jak podaje Eurostat, w kolejnych latach udział osób starszych w strukturze społeczeństwa będzie wzrastał. W efekcie do 2100 r. liczba Seniorów w wieku 80+ skoczy 2,5-krotnie, a ich odsetek sięgnie prawie 15%. Statystycy tłumaczą ten trend dwoma czynnikami: po pierwsze wydłuża się średnia długość życia, a po drugie – w całej Wspólnocie utrzymuje się stosunkowo niski współczynnik urodzeń.

Nie inaczej jest w Polsce. Według danych Eurostatu w okresie 2009–2020 r. odsetek osób w wieku 65+ wzrósł z 13,5% do 18,2%. To minimalnie mniej niż unijna średnia na poziomie 20,6%. Z kolei liczba urodzeń w przeliczeniu na kobietę spadła w Polsce do 1,33 dziecka w 2021 r. z ponad 2 w latach 90. ubiegłego wieku. Unijna średnia jest nieco wyższa: 1,53.

Chociaż te dane są zwykle przytaczane w kontekście wyzwań stojących przed systemem emerytalnym, to nie wolno zapominać o tym, że wiele sektorów gospodarki będzie musiało zmienić swoje podejście do klientów i zdecydowanie bardziej akcentować obecność Seniorów. To zagrożenie, nad którym powinna skupić się m.in. branża finansowa, w tym dynamicznie rozwijające się fintechy.

Prognozowane zmiany demograficzne jednoznacznie wskazują, że rola Seniorów w świecie fintechów będzie rosła. Coraz większe będą też oczekiwania klientów, którzy dziś aktywnie korzystają z usług finansowych jako osoby młode, a w kolejnych latach znajdą się w grupie wiekowej 60+. Dlatego podmioty działające w sektorze fintech coraz częściej będą kierować swoje usługi do różnych grup wiekowych. Będą m.in. starać się dostosować ofertę i interfejsy użytkownika do potrzeb Seniorów. Działania te mogą przyczynić się do większej akceptacji fintechów w grupie klientów 60+ oraz do poprawy ich zdolności do zarządzania finansami.

Co to jest fintech?

Tym pojęciem (Financial Technology) określa się innowacyjne usługi finansowe, przede wszystkim w kanałach online. Usługi z zakresu fintech mogą oferować zarówno banki, jak i instytucje płatnicze, pożyczkowe, ubezpieczeniowe, inwestycyjne itp.

Podmioty działające w sektorze fintech proponują klientom m.in. aplikacje mobilne, nowoczesne formy szybkich płatności, wymianę walut online, pożyczki online, porównywarki ofert produktów finansowych i szereg innych rozwiązań. Wszystkie mają w założeniu ułatwiać konsumentom zarządzanie finansami i podejmowanie decyzji w tym zakresie.

W jaki sposób fintechy mogą pomóc Seniorom?

- Dają dostęp do usług finansowych Seniorom, którzy nie mogą dotrzeć np. do placówek bankowych. Dotyczy to chociażby obszarów wiejskich.
- Oferują narzędzia do monitorowania i zabezpieczania finansów. Seniorzy mogą korzystać z usług związanych z wykrywaniem oszustw, zabezpieczaniem kart płatniczych itp.
- Wraz ze wzrostem popularności zakupów online i płatności cyfrowych Seniorzy mogą korzystać z fintechów do wygodnego dokonywania transakcji.
- Mogą pomóc seniorom w planowaniu dziedziczenia i przekazywaniu majątku potomkom. Oferują rozwiązania związane z planowaniem testamentowym i przekazywaniem pieniędzy.
- Seniorzy mogą korzystać z fintechów do zarządzania swoimi inwestycjami i oszczędnościami emerytalnymi.



Część 2.

Rozwiązania finansowe a decyzje Seniorów

Bez względu na wiek klientów, kluczowe w działalności instytucji finansowych jest zrozumienie ich indywidualnych potrzeb i preferencji oraz dostosowanie do nich oferty.

Wyraźny trend starzenia się społeczeństwa sprawia, że coraz większą uwagę należy poświęcić nie tylko aspektom związanym m.in. z opieką zdrowotną i systemem emerytalnym, ale także zagadnieniom związanym z finansami Seniorów.

Wzrost długości życia może prowadzić do wzrostu kosztów opieki zdrowotnej w starszym wieku, co stanowi kolejne wyzwanie finansowe.

Demografia a zachowania finansowe seniorów

Demografia ma istotny wpływ na zachowania finansowe seniorów. Oto kilka kluczowych aspektów:

- **oszczędności na emeryturę** – wzrost oczekiwanej długości życia powoduje, że Seniorzy powinni planować swoje finanse w dłuższej perspektywie, a to oznacza potrzebę większych oszczędności na emeryturę. Mogą być bardziej skłonni oszczędzać na starsze lata i inwestować w produkty finansowe o niższym ryzyku;
- **inwestycje** – Seniorzy mogą być bardziej ostrożni w inwestycjach ze względu na obawy o utrzymanie swojego kapitału na emeryturze;
- **opieka zdrowotna** – rosnące koszty opieki zdrowotnej mogą wpływać na decyzje Seniorów dotyczące ubezpieczeń zdrowotnych i oszczędności na leczenie;
- **praca po emeryturze** – niektórzy Seniorzy decydują się pracować po osiągnięciu wieku emerytalnego, by zwiększyć dochody potrzebne do zaspokojenia potrzeb finansowych.

Należy zrozumieć indywidualne potrzeby klientów

dr Katarzyna Jóźwik

General Manager, Smartney Grupa Oney S.A.;
Przewodnicząca Komisji ZPF ds. Fintech

Młodsze pokolenia, zwłaszcza millenialsi (ludzie urodzeni w latach 1981–1996) i pokolenie Z (osoby urodzone po 1996 r.), to osoby często bardziej otwarte na nowe technologie i zaznajomione z korzystaniem z urządzeń mobilnych. Mają tendencję do intensywnego korzystania z aplikacji fintechowych, takich jak mobilne portfele, aplikacje do płatności mobilnych i platformy inwestycyjne online. Dla tej grupy wiekowej fintechy są często podstawowym narzędziem do zarządzania finansami.

Tymczasem starsze pokolenia mogą być mniej skłonne do korzystania z fintechów, głównie ze względu na mniejszą znajomość nowych technologii i obawy dotyczące bezpieczeństwa danych.

Niemniej nawet wśród Seniorów można znaleźć osoby, które aktywnie korzystają z fintechów, zwłaszcza jeśli mają wsparcie w zakresie obsługi nowych technologii.

Bez względu na wiek, kluczowe w działalności instytucji finansowych jest zrozumienie indywidualnych potrzeb i preferencji klientów oraz dostosowanie oferty do tych potrzeb.

W miarę jak społeczeństwo staje się coraz bardziej cyfrowe, oczekuje się, że korzystanie z fintechów będzie rosnąć we wszystkich grupach wiekowych, choć w różnym stopniu.

Edukacja finansowa Seniorów – na co zwrócić uwagę

Sprawne poruszanie się po rozwiązaniach fintechowych może być wyzwaniem dla Seniorów. Jednak warto stawiać na ich edukację:

- **podstawowa znajomość technologii** – Seniorzy powinni mieć podstawową wiedzę o obsłudze urządzeń, takich jak smartfony, tablety lub komputery. Należy nauczyć ich podstawowych funkcji, takich jak otwieranie aplikacji, korzystanie z klawiatury ekranowej i obsługa ekranów dotykowych;
- **korzystanie z aplikacji mobilnych** – fintechy często oferują aplikacje mobilne, które są łatwe w obsłudze. Seniorzy powinni umieć pobierać i instalować te aplikacje oraz korzystać z nich;
- **bezpieczeństwo online** – Seniorzy powinni być świadomi podstawowych zasad bezpieczeństwa online, takich jak tworzenie silnych haseł, unikanie podejrzanych wiadomości, a także dokonywanie zakupów online tylko na zaufanych stronach internetowych. Warto też zainstalować na ich urządzeniach oprogramowanie antywirusowe;
- **zarządzanie kontem online** – Seniorzy powinni umieć zakładać i zarządzać kontem użytkownika w aplikacjach finansowych. To obejmuje umiejętność logowania się, zmiany hasła, zarządzania danymi osobowymi i innymi ustawieniami konta;
- **płatności cyfrowe** – Seniorzy powinni być w stanie realizować płatności cyfrowe za pomocą aplikacji mobilnych, portfeli elektronicznych i kart płatniczych. Należy nauczyć ich, jak dodawać karty płatnicze do aplikacji i jak korzystać z usług płatności mobilnych;
- **monitorowanie finansów** – Seniorzy powinni umieć korzystać z narzędzi do monitorowania swoich finansów online. To obejmuje sprawdzanie stanu konta, historii transakcji i tworzenie raportów finansowych;
- **korzystanie ze wsparcia technicznego** – Seniorzy powinni wiedzieć, jak uzyskać pomoc w przypadku problemów technicznych. Warto ich nauczyć, jak działa wsparcie w aplikacjach lub jak kontaktować się z serwisem klienta;
- **edukacja i samodzielne uczenie się** – kluczowym elementem jest gotowość Seniorów do nauki i zdobywania nowej wiedzy. Każdy Senior może mieć różny poziom umiejętności i doświadczeń związanych z technologią. Dlatego ważne jest dostosowanie wsparcia i edukacji do indywidualnych potrzeb.



Część 3.

Usługi finansowe dla Seniorów

Seniorzy reprezentują stabilny i pożądany profil klienta

Fintechy i banki mają ogromne możliwości, by rozwijać ofertę dla klientów z grupy wiekowej 60+. Nie powinny jednak zapominać o zapewnieniu Seniorom dostępu do profesjonalnej obsługi klienta, dostosowanej do oczekiwań i potrzeb osób starszych.

Fintechy są znane ze swojej innowacyjności i wykorzystywania najnowszych technologii, takich jak sztuczna inteligencja, blockchain i analiza danych, aby dostarczać nowoczesne i bardziej efektywne usługi finansowe. Dzięki temu oferują elastyczność, szybkość i wygodę w obszarach takich jak płatności, inwestycje i pożyczki.

8420 zł

to średnia wartość pożyczki, o którą wnioskują Seniorzy w Loando Group. Średni, miesięczny dochód netto pożyczkobiorcy z tej grupy to 4470 zł. Pożyczka jest zwykle rozkładana na 30 rat.

Źródło: Loando Group.

Seniorzy to stabilni i pożądaní klienci

Tymon Zastrzeżyński

Co-founder, Loando Group

Grupa Loando to właściciel kilkunastu serwisów, porównywarek internetowych, za pośrednictwem których można uzyskać pożyczkę online. 12,6% naszych użytkowników, wnioskujących o pożyczki online, to Seniorzy (60+). Pomimo iż ta grupa charakteryzuje się dużą wrażliwością na pozostawianie swoich danych w internecie, stanowi sporą część całości.

Jednocześnie Seniorzy reprezentują stabilny i pożądany profil klienta przez wszystkich pożyczkodawców, z którymi na co dzień współpracujemy.

Jakie problemy mają Seniorzy?

Agnieszka Szczepanik

Członkini Zarządu, Wonga Polska

Pokolenie 60+ generalnie jest bardzo zróżnicowane (tak jak całe społeczeństwo), jeśli chodzi o kompetencje związane z korzystaniem z określonych usług teleinformatycznych (banki, firmy pożyczkowe, telekomy).

W zależności od poziomu wykształcenia, wykonywanego zawodu, doświadczeń życiowych obserwujemy pełne spektrum: od praktycznie zero-wych umiejętności włącznie z brakiem adresu mailowego po maksymalną sprawność technologiczno-finansową.

Na bazie losowo odsłuchiwanym rozmów można stwierdzić, że najczęściej występującymi problemami w grupie 60+ są:

- trudności z uzyskaniem potwierdzenia swoich dochodów. Klienci nie mają dostępu do bankowych usług przez internet, nie potrafią pobrać wyciągu z konta, potwierdzenia przelewu, zrobić zrzutu z ekranu.
- trudności z wysłaniem zdjęć lub skanów dokumentów. Brakuje umiejętności dołączenia załączników do maila lub samego wysłania maila.
- trudności z odebraniem SMS-a z PIN-em podczas trwającej rozmowy telefonicznej.
- nieznamość podstawowych terminów informatycznych. Klienci nie wiedzą, co to jest przeglądarka, chociaż z niej korzystają. Nie znają też np. pojęcia „zrzut z ekranu”.
- w pokoleniu 60+ częściej niż w młodszych pokoleniach występuje zgłaszanie potrzeby lub nawet konieczność proszenia o pomoc osoby trzeciej, np. wnuczka.
- w przypadku osób, które zgłaszają jakiś problem, pojawia się często potrzeba usprawiedliwiania się, tłumaczenia ze swoich braków, przepraszania za „niesprawność”. To z kolei wiąże się z poczuciem bezradności, z koncentracją na swoich brakach i na nieudolności, zaburzając racjonalne uczestniczenie w rozmowie.

Klienci 60+ najchętniej wybierają kontakt telefoniczny, być może dlatego, że jest najłatwiejszy, nie wymaga większej sprawności informatycznej, z jaką wiąże się wysłanie maila lub korespondencja na czacie.

W Wonga mamy trenerkę, która uczy naszych doradców, jak rozmawiać z Seniorami, jakiego języka używać. To co jest ważne, to cierpliwość, uśmiech i dopasowanie do potrzeb tej grupy.

Klienci 60+ są wdzięczną grupą, która potrafi podziękować i docenić staranie „młodego doradcy”.

Kluczowe jest stworzenie przyjaznego środowiska dla Seniorów

Kamil Goślawski

Senior Key Account Manager, CRIF

W dobie dynamicznego rozwoju technologii usług online, w tym finanse, stają się nieodłącznym elementem życia codziennego. W świetle wyników badań ZPF prawie połowa osób powyżej 60. roku życia uważa, że nowoczesne technologie w świecie finansów nie powstają z myślą o Seniorach, dlatego nic dziwnego, że dla tej grupy użytkowników korzystanie z usług online może być nie lada wyzwaniem.

Obecnie pracujący 50-latkowie, mający wysokie kompetencje technologiczne, osiągną wiek senioralny i nie będą wykluczeni z usług online tak, jak obecne pokolenie 60+. To jednak zdecydowanie zbyt uproszczenie tematu. Instytucje państwowe, organizacje pozarządowe oraz biznes angażują się aktywnie w podnoszenie kompetencji cyfrowych tej grupy wiekowej przez wiele działań, widocznych na polskiej scenie fintech.

Edukacja i szkolenia. Najważniejszym krokiem w zachęcaniu Seniorów do korzystania z bankowości online jest edukacja. Organizowane są projekty szkoleniowe, na których eksperci w jasny i zrozumiały sposób wyjaśniają korzyści płynące z bankowości internetowej i prezentują, jak łatwo i bezpiecznie można przeglądać stan konta, dokonywać przelewów czy opłacać rachunki online. Jak pokazują badania ZPF, to jednak wciąż rodzina i bliscy najczęściej spełniają rolę edukatorów. Warto zastanowić się, jak dodatkowo zachęcić tę grupę do wspierania seniorów w ich podróży poprzez świat usług fintech.

Proste narzędzia. Krytyczne znaczenie w podnoszeniu kompetencji Seniorów korzystających z narzędzi internetowych w finansach jest zrozumiały i łatwy interfejs aplikacji lub strony interne-

towej. Wymaga to rozpoznania potrzeb tej grupy w zakresie usability, np. większa czcionka, kontrastowe kolory i czytelne ikony. Optymalizacja interfejsu zwiększy komfort korzystania z usług bankowych online.

Pomoc techniczna. Seniorzy powinni wiedzieć, że zawsze mogą liczyć na wsparcie techniczne. Zdolność pracowników infolinii do obsługi starszych klientów na pewno pomoże w korzystaniu przez Seniorów z finansów online.

Dobry przykład. Warto promować historie sukcesu innych Seniorów, którzy z powodzeniem przeszli na bankowość online. Przekonujące studia przypadku mogą zmotywować innych do zmiany opinii, że korzystanie z internetowych usług bankowych może być niebezpieczne i trudne.

Promocje i nagrody. Warto organizować np. programy promocyjne, w których Seniorzy otrzymują specjalne nagrody za korzystanie z bankowości online. Mogą to być np. rabaty na zakupy, darmowe wejściówki do kina czy karty podarunkowe. Takie promocje mogą skłonić Seniorów do przetestowania nowych rozwiązań.

Zachęcanie Seniorów do korzystania z bankowości online wymaga zrozumienia ich obaw i potrzeb, co zostało już wykonane w badaniu i raporcie ZPF. Kluczowe jest stworzenie przyjaznego środowiska, które ułatwi przejście Seniorom ze świata usług tradycyjnych do nowoczesnego środowiska rozwiązań online. Poprzez edukację, dostosowanie interfejsu, wsparcie techniczne i promocje, można skutecznie przekonać Seniorów do korzystania z bankowości online, co pozwoli im cieszyć się wygodą i bezpieczeństwem dostępu do własnych finansów.



Część 4.

Wyniki badania ankietowego Seniorów

W tej części raportu prezentujemy wyniki badania Seniorów przeprowadzonego w listopadzie 2023 roku na zlecenie Związku Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce. Badanie zostało przeprowadzone metodą CAWI na próbie 632 Polaków – kobiet w wieku 60+ i mężczyzn 65+.

Prawie połowa ankietowanych uważa, że nowoczesne technologie w świecie finansów nie powstają z myślą o Seniorach. W zrozumieniu tych usług pomagają im zwykle bliscy. Zgodnie z deklaracjami prawie jedna piąta (18,7%) z nich wciąż pozostaje aktywna zawodowo.

Wiedza Seniorów o nowoczesnych usługach finansowych

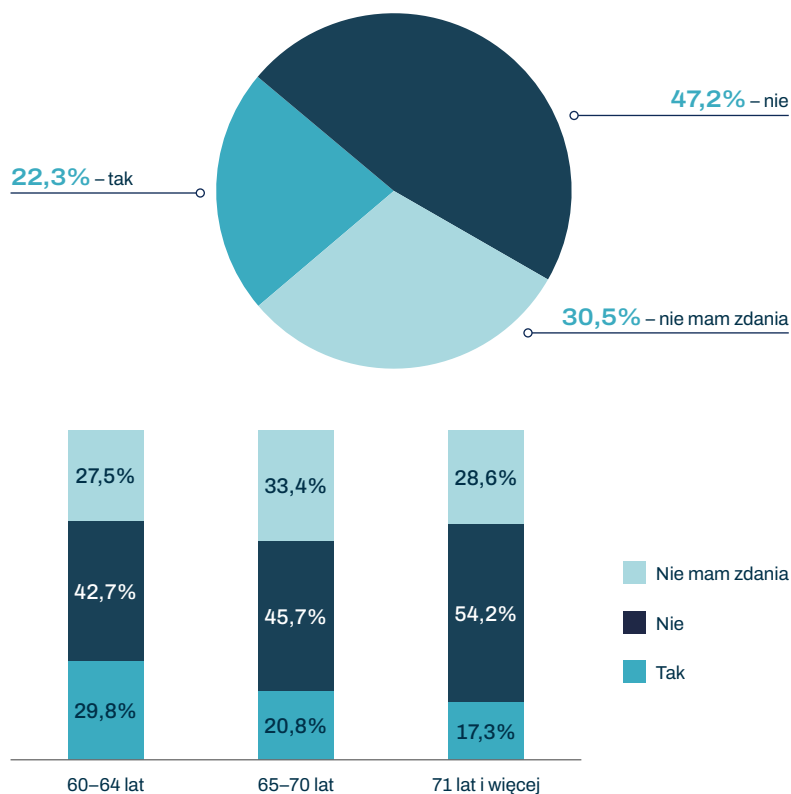
84,8%

badanych Seniorów przyznaje, że dobrze radzi sobie z korzystaniem z nowych technologii.

Na pytanie „Czy dobrze radzisz sobie z korzystaniem z cyfrowych technologii?” aż 85% ankietowanych odpowiedziało twierdząco. Warto jednak zwrócić uwagę na różnicę pomiędzy grupami osób w przedziale wiekowym 60–64 i 65+. O ile w pierwszej 11,7% respondentów odpowiedziało, że nie radzi z cyfrowymi technologiami, to w drugiej ten odsetek skoczył już do 16,5%.

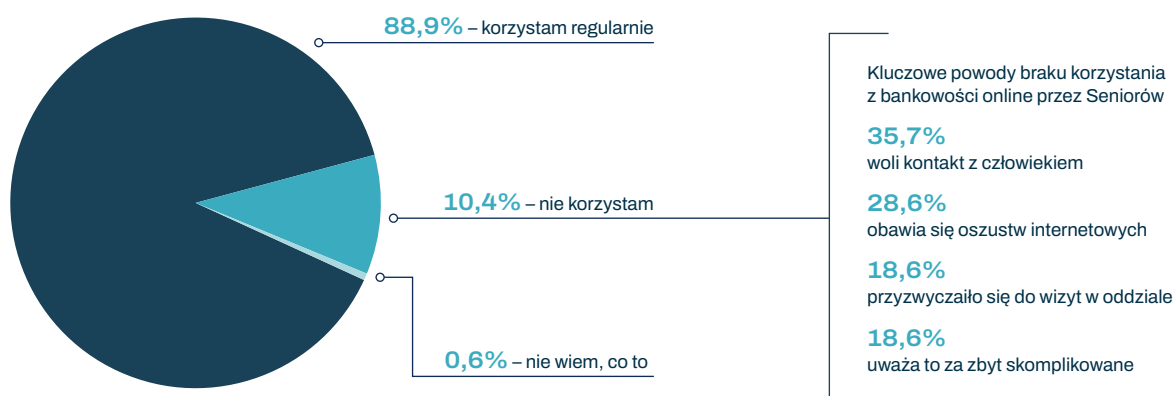
Chociaż Seniorzy w większości rozumieją nowoczesne usługi finansowe, to tylko około jedna piąta z nich twierdzi, że instytucje finansowe tworzą rozwiązania z myślą o klientach z tej grupy wiekowej. W tym przypadku znów potwierdza się zasada, że im starszy respondent, tym mniejsze przekonanie, że nowoczesne usługi finansowe są dla niego.

Wykres 1. Czy nowoczesne technologie finansowe powstają z myślą o Seniorach? (n=632)



Spośród uczestniczących w badaniu Seniorów przeważająca większość wskazała, że korzysta regularnie z bankowości internetowej (88,9%). Zaledwie 0,6% badanych nie wie, czym jest bankowość online. Jako przyczyny niekorzystania z bankowości internetowej Seniorzy najczęściej wskazywali, że wolą kontakt z człowiekiem (35,7%) bądź że boją się oszustw internetowych (aż 28,6%).

Wykres 2. Korzystanie z bankowości internetowej przez Seniorów (n=632)



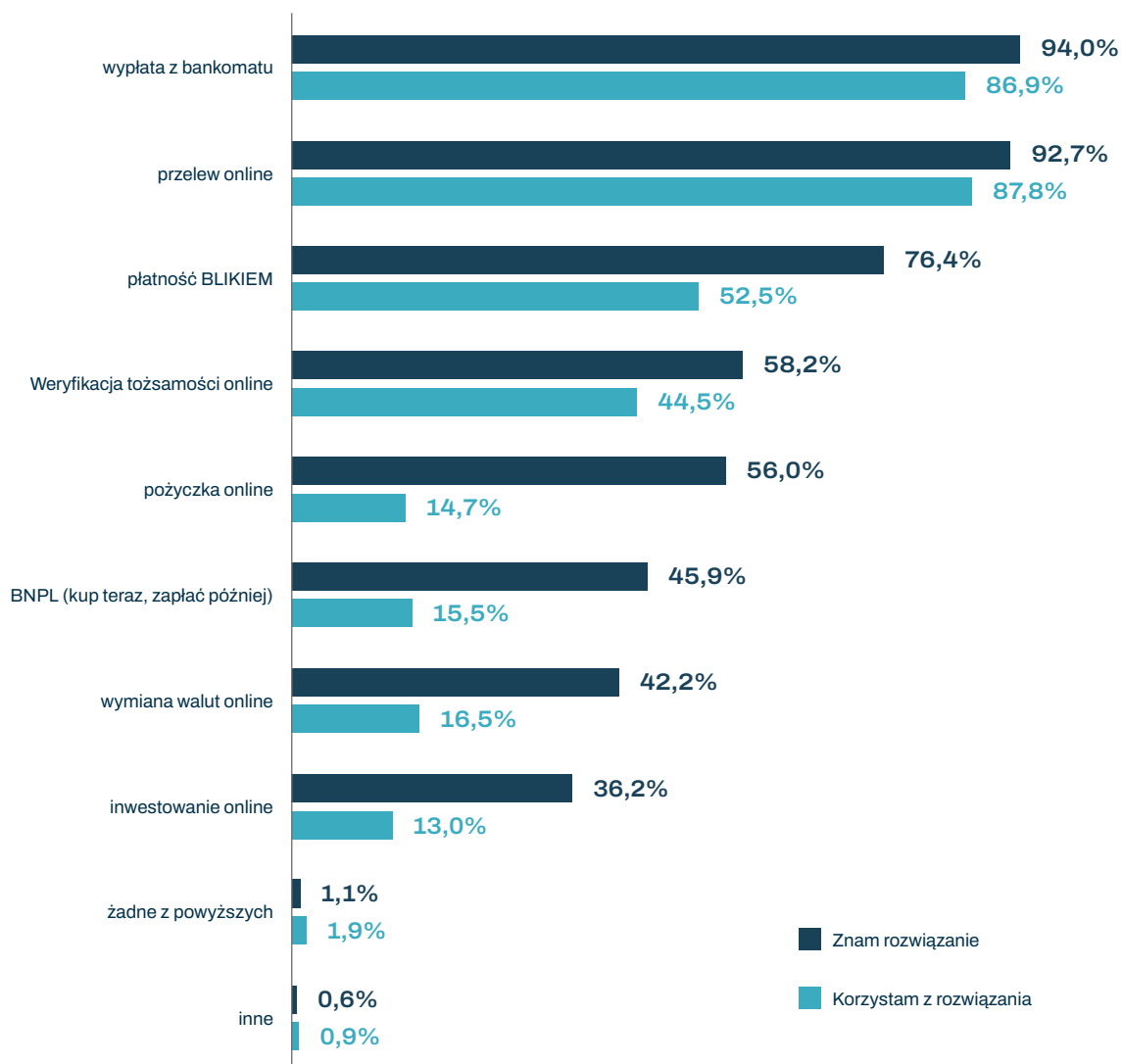
Źródło: ZPF.

88,9%

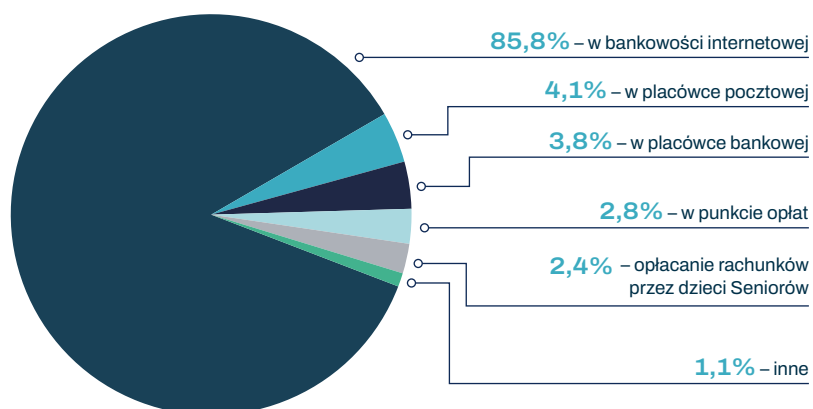
Seniorów korzysta z bankowości online. Zaś głównymi powodami niekorzystania z internetowych usług finansowych jest preferowany kontakt z człowiekiem oraz obawa przed oszustwami.

Wśród rozwiązań finansowych, które Seniorzy znają i jednocześnie często z nich korzystają, wyróżniają się przede wszystkim przelewy online – prawie 9 na 10 Seniorów (87,8%) wykonało w ciągu ostatnich 12 miesięcy przynajmniej jeden przelew za pośrednictwem bankowości elektronicznej. Ponadto 92,7% ankietowanych osób deklaruje znajomość tego rozwiązania finansowego. Na szczycie hierarchii znajdują się również wypłaty z bankomatu, znane przez 94% respondentów i wykorzystywane przez 86,9%. Dużą popularnością, choć z większą rozbieżnością między znajomością a odsetkiem korzystających, cieszą się również płatności BLIKIEM – w ciągu ostatniego roku skorzystała z nich ponad połowa Seniorów, a kojarzy to rozwiązanie ponad trzy czwarte ankietowanych. Zdecydowanie rzadziej Seniorzy korzystają z produktów kredytowych takich jak pożyczki online lub BNPL, z wymiany walut online czy też dokonują inwestycji przez internet. Warto jednak zaznaczyć, że chociaż Seniorzy rzadko korzystają z tych rozwiązań, to znacznie częściej wiedzą o ich istnieniu.

Dużą popularność bankowości online potwierdzają również odpowiedzi na pytanie o to, w jaki sposób Seniorzy opłacają comiesięczne rachunki – około 85,8% respondentów odpowiedziało, że korzysta z przelewów internetowych, a tylko co dziesiąty wskazał na płatności stacjonarne, np. w okienku pocztowym, punkcie opłat czy oddziale bankowym.

Wykres 3. Znajomość rozwiązań finansowych a korzystanie z nich przez Seniorów (n=632)

Źródło: ZPF.

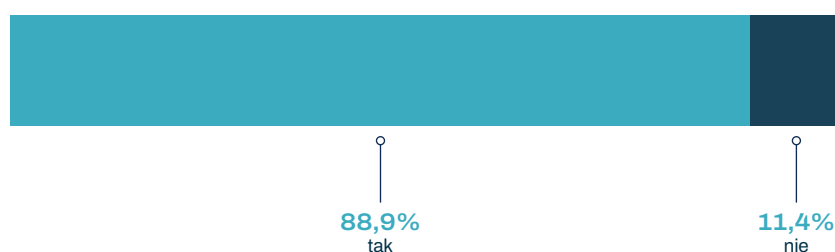
Wykres 4. Sposoby opłacania rachunków przez Seniorów (n=632)

Źródło: ZPF.

Zakupy online

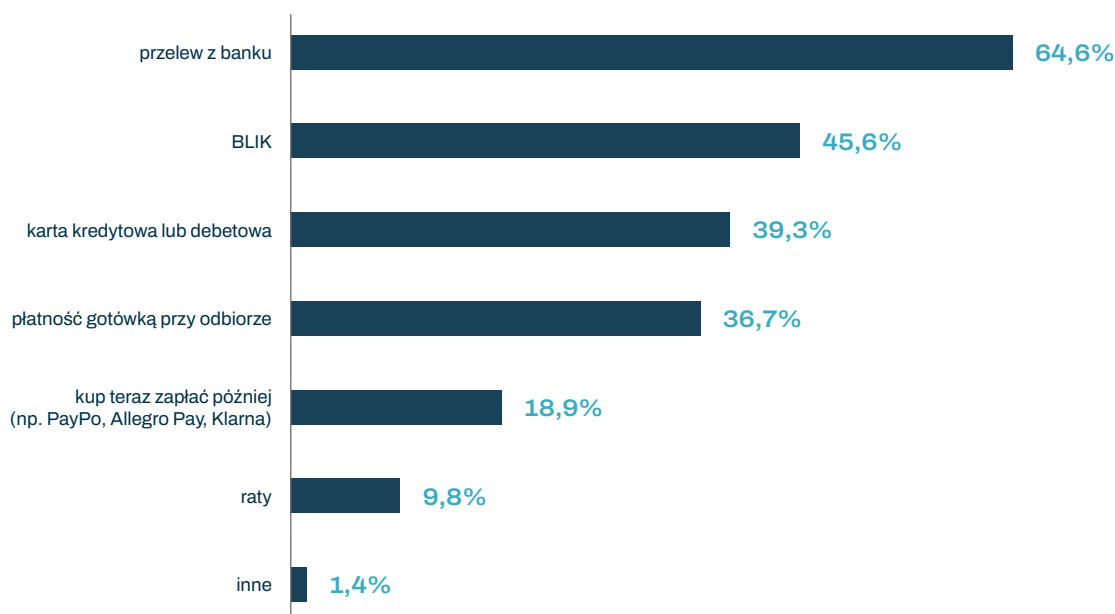
Prawie 9 na 10 Seniorów biorących udział w badaniu deklaruje dokonywanie zakupów online. Zapytani o metody płatności za takie zakupy Seniorzy najczęściej wskazywali przelew (64,6%) oraz BLIK (45,6%). Popularnymi metodami płatności za zakupy online pozostają: karta kredytowa lub debetowa (39,3%) oraz płatność gotówką przy odbiorze (36,7%). Zdecydowanie rzadziej osoby 60+ korzystają z płatności odroczonych (18,9%) bądź rat (9,8%).

Wykres 5. Czy Seniorzy dokonują zakupów online? (n=632)



Źródło: ZPF.

Wykres 6. Formy płatności wykorzystywane przy zakupach online (n=562)

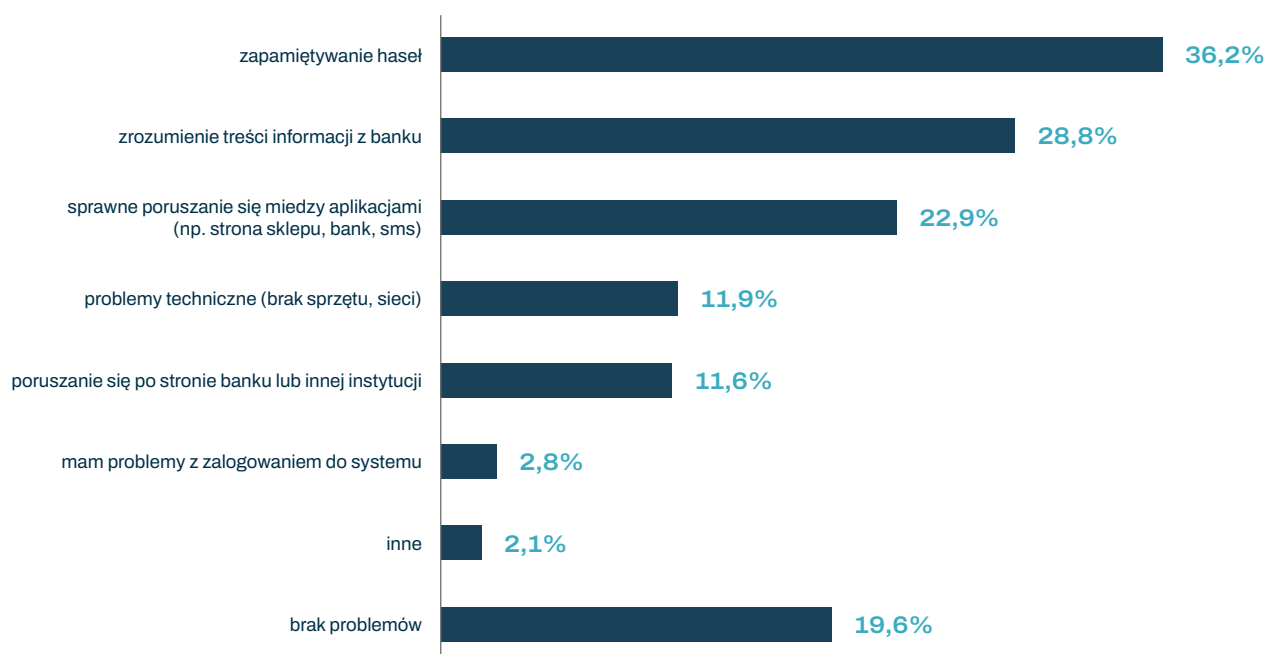


Źródło: ZPF.

Problemy, z którymi spotykają się Seniorzy przy korzystaniu z nowoczesnych usług finansowych. Oczekiwane rozwiązania

Około cztery piąte Seniorów spotyka się z różnymi problemami w korzystaniu z finansów w sieci. Tym najczęściej zgłaszanym okazuje się zapamiętywanie haseł, wskazane przez ponad 36% badanych osób. Stosunkowo często wybór odpowiadających padał również na problem w zrozumieniu informacji z banku (29%) bądź sprawne poruszanie się między aplikacjami (22%).

Wykres 7. Co sprawia Seniorom największy kłopot w korzystaniu z finansów w internecie (n=632)



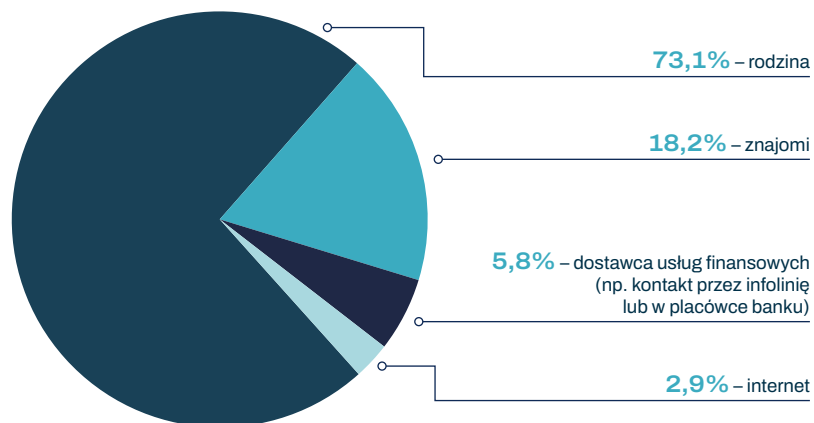
Źródło: ZPF.

36,2%

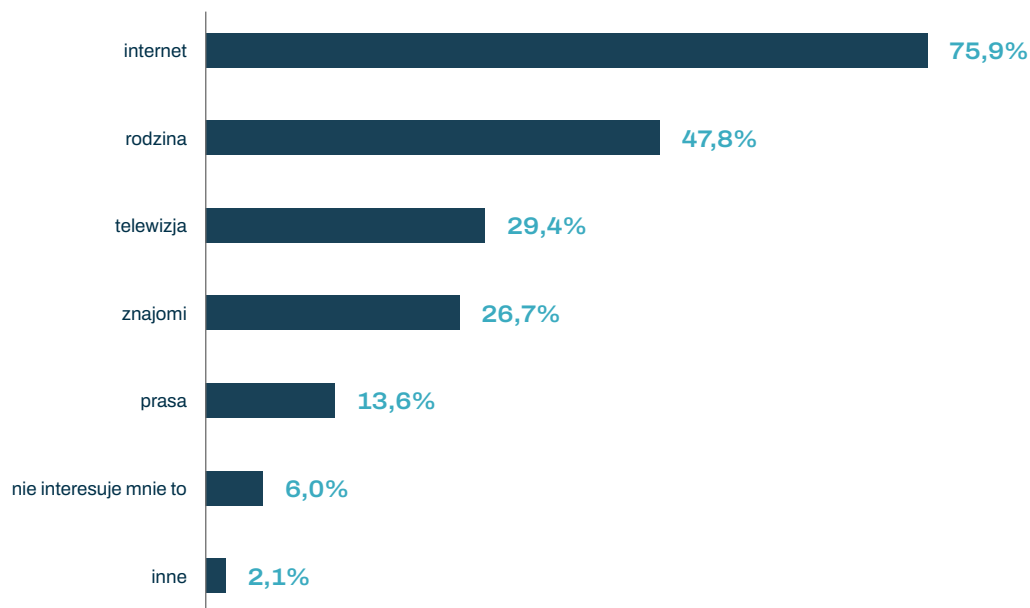
osób w wieku 60+ wskazuje, że największy problem w korzystaniu z finansów w internecie sprawia im zapamiętywanie haseł. To zadanie jest wyraźnie trudniejsze dla mężczyzn (41,5%) niż dla kobiet (31,3%).

To rodzina i bliscy znajomi w największej mierze odpowiadają za wyjaśnianie Seniorom niuansów związanych z rozwiązaniami oferowanymi przez instytucje finansowe. Potwierdzają to odpowiedzi na pytanie o to, do kogo zwracają się Seniorzy w razie problemów z korzystaniem z nowych technologii: 73,1% wskazuje na członków rodziny, a 18,2% na znajomych. Internet stanowi źródło pomocy w przypadku zaledwie 2,9% mających problemy z nowoczesnymi finansami.

Z kolei w przypadku źródeł, z których Seniorzy korzystają, szukając informacji na temat nowinek ze świata fintech, kluczowym jest internet – wskazany przez ponad trzy czwarte badanych. Względnie duże znaczenie ma też rodzina, u której informacji zasięga blisko połowa ankietowanych (47,8%). Brak zainteresowania tego rodzaju informacjami wykazuje zaledwie 6% Seniorów.

Wykres 8. Gdzie Seniorzy szukają pomocy w razie problemów z korzystaniem z nowoczesnych finansów (n=521)

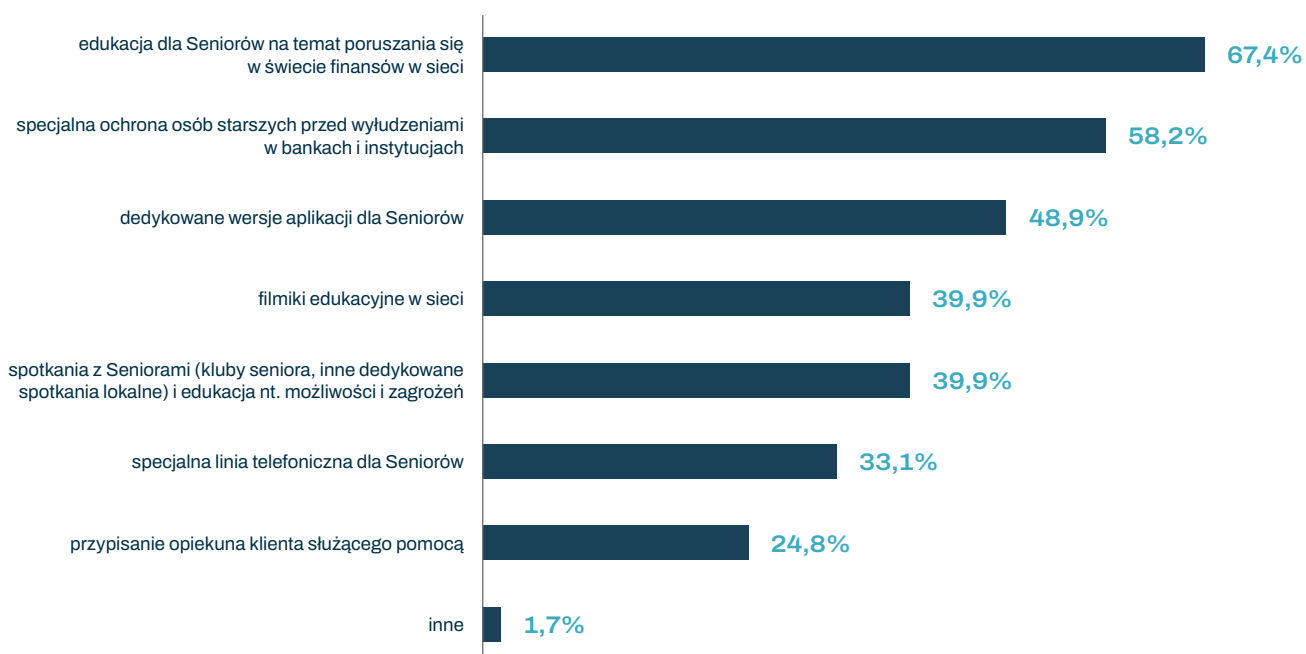
Źródło: ZPF.

Wykres 9. Najczęstsze źródła informacji o technologicznych nowinkach związanych z finansami (n=632)

Źródło: ZPF.

Badanie wyraźnie pokazuje, że Seniorzy chcą pozyskiwać wiedzę na temat możliwości poruszania się po świecie usług finansowych. Aż dwie trzecie z nich wskazuje na konieczność rozwoju projektów edukacyjnych skierowanych do Seniorów. Uwagę zwraca fakt, że duże nadzieje w tym zakresie pokładają oni w działaniach instytucji finansowych. Sugerują np. tworzenie przeznaczonych dla Seniorów wersji aplikacji (48,9%) bądź specjalnych infolinii (33,1%), ale przede wszystkim kreowanie specjalnych rozwiązań, by jeszcze lepiej chronić ich przed oszustwami w internecie (58,2%).

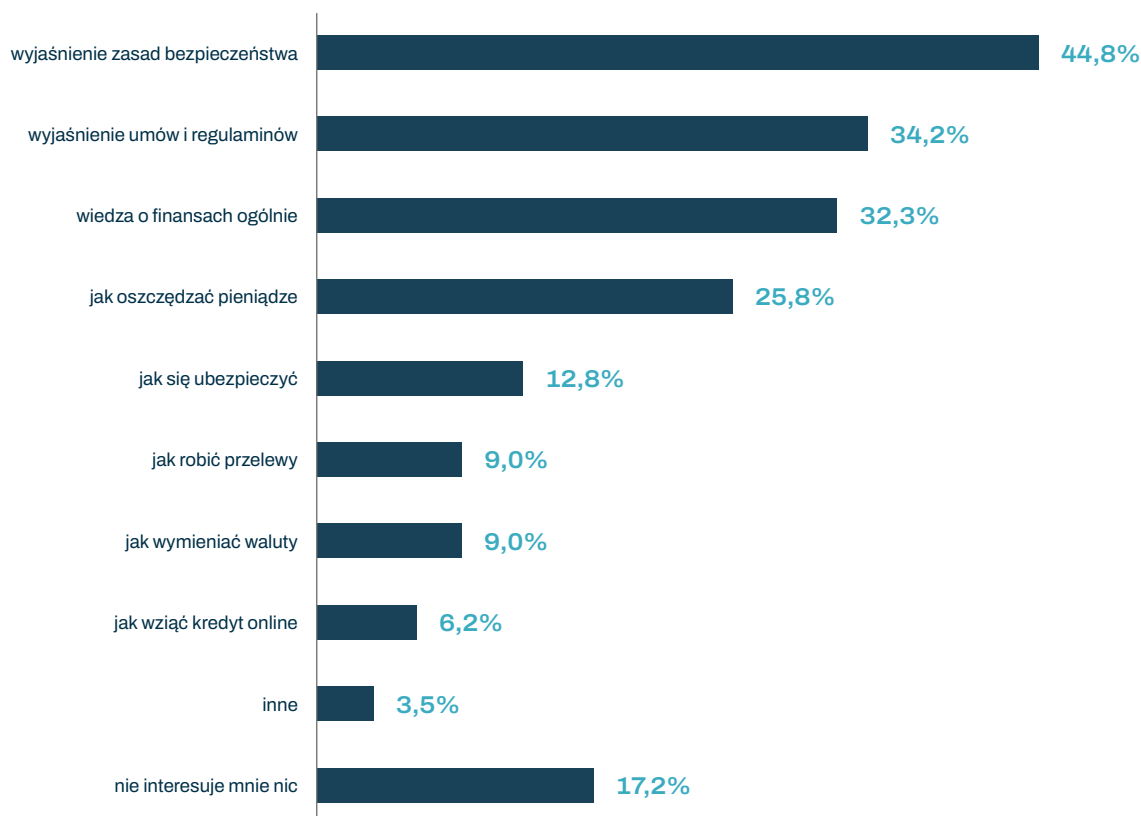
Wykres 10. Inicjatywy, które zdaniem Seniorów pomogłyby im w zrozumieniu nowoczesnych technologii finansowych (n=632)



Źródło: ZPF.

Wątek bezpieczeństwa Seniorów wyraźnie przebiega się też w odpowiedziach na pytanie o to, jakiego typu informacji z zakresu finansów w sieci Seniorzy najbardziej potrzebują – 44,8% respondentów wskazało, że oczekują wyjaśnienia zasad bezpieczeństwa. Stosunkowo znaczące grupy (po około jedna trzecia) zgłosiły również zapotrzebowanie w zakresie wyjaśnienia umów i regulaminów bądź pozyskania ogólnej wiedzy o finansach. Zdecydowanie mniejsze zainteresowanie Seniorzy zgłaszają w zakresie zagadnień związanych z wymianą walut czy zaciąganiem kredytów online.

Wykres 11. Rodzaje informacji na temat finansów w sieci, których najbardziej potrzebują Seniorzy (n=632)

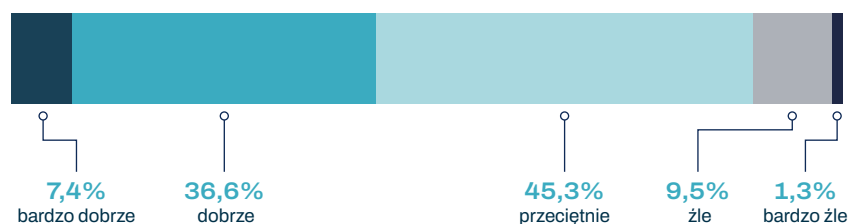


Źródło: ZPF.

Bezpieczeństwo Seniorów. Jak poważny jest problem wyłudzeń?

Tylko 7,4% respondentów oceniło w badaniu swój poziom wiedzy na temat cyberbezpieczeństwa jako bardzo dobry. W tym przypadku wiadać również, że zmniejsza się on wraz z wiekiem ankietowanych: od 8,8% w grupie wiekowej 60–64 do 4,8% wśród osób 71+. Największy odsetek ankietowanych (45,3%) wskazuje, że ich wiedza na temat bezpieczeństwa w świecie finansów online jest przeciętna, co sugeruje, że poziom edukacji w tym zakresie wymaga poprawy.

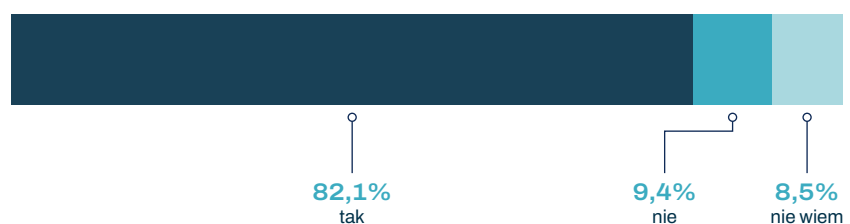
Wykres 12. Poziom wiedzy Seniorów na temat cyberbezpieczeństwa – subiektywna ocena (n=632)



Źródło: ZPF.

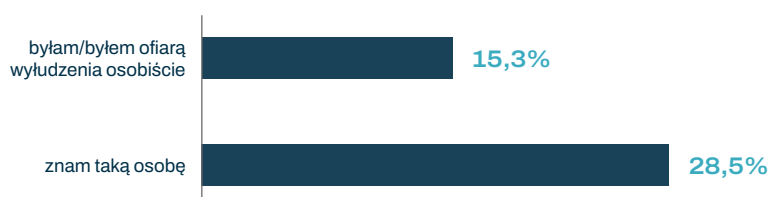
Co istotne, pomimo świadomości dotyczącej niewystarczającej wiedzy na temat cyberbezpieczeństwa, aż ponad trzy czwarte (77,5%) ankietowanych czuje się bezpiecznie podczas korzystania z usług finansowych online. Nie powinno uspić to jednak czujności ani Seniorów, ani instytucji finansowych w zakresie dbania o bezpieczeństwo. Warto bowiem zwrócić uwagę, że w badaniu 15,3% Seniorów wskazało, iż w przeszłości padło ofiarą prób wyłudzenia, a aż 28,5% zna osobę, która znalazła się na celowniku cyberprzestępców.

Wykres 13. Czy Seniorzy czują się bezpiecznie korzystając z mobilnych lub internetowych usług finansowych? (n=597)



Źródło: ZPF.

Wykres 14. Seniorzy ofiarami prób wyłudzeń produktu finansowego na dane osobowe (n=632)



Źródło: ZPF.

Największe ryzyko? Brak wiedzy

Brak świadomości klientów na temat zagrożeń, które mogą doprowadzić do kradzieży ich oszczędności lub wyłudzeń – to największy problem w obszarze nadużyć, z którym zmagają się instytucje finansowe.

Wskazało na niego aż 66% ekspertów ankietowanych w badaniu *Nadużycia w sektorze finansowym. Edycja 2023*, opracowanym przez ZPF oraz EY Polska. Wśród największych ryzyk w zakresie bezpieczeństwa na drugim miejscu wskazali oni szybko zmieniające się schematy nadużyć (58%).

40%

instytucji finansowych wskazuje, że w 2023 r. intensywność występowania oszustw finansowych wzrosła.

Źródło: *Nadużycia w sektorze finansowym. Edycja 2023*, ZPF, EY Polska.



Część 5.
**Komentarze
ekspertów**

Przyszłość Seniorów w świecie fintechów

Dr Katarzyna Jóźwik

General Manager, Smartney Grupa Oney S.A.; Przewodnicząca Komisji ZPF ds. Fintech

Nie ma powrotu do świata nie-cyfrowego. Rozwój technologii będzie wymuszać na Seniorach zmianę zachowań. Przejście przez bariery powinno być ułatwione, by Seniorzy mogli korzystać swobodnie np. z usług finansowych i zakupów online.

Dzięki AI i ogromnym bankom danych fintechy będą w stanie dostarczać bardziej spersonalizowane i dostosowane rozwiązania finansowe Seniorom. Algorytmy uczenia maszynowego mogą analizować zachowania finansowe i preferencje Seniorów, aby dostarczać im usługi i produkty lepiej dopasowane do ich potrzeb.

Dla Seniorów zarządzanie finansami może być wyzwaniem, zwłaszcza w późniejszym wieku. Fintechy mogą oferować narzędzia i aplikacje, które pomagają w planowaniu emerytury, monitorowaniu wydatków i w inwestycjach, a także w zarządzaniu długiem.

W miarę jak Seniorzy stają się bardziej zależni od fintechów, ważne jest zapewnienie bezpieczeństwa ich danych i finansów. AI może pomóc

w wykrywaniu potencjalnych zagrożeń i prób oszustwa. Dla wielu Seniorów wyzwaniem stanowi nauka korzystania z nowych technologii. Fintechy powinny dążyć do zapewnienia łatwej dostępności swoich usług oraz oferowania wsparcia i edukacji w zakresie obsługi technologii.

Aplikacje fintechowe i metaverse dostępne na urządzeniach mobilnych mogą ułatwić Seniorom korzystanie z usług finansowych i dostęp do metaverse. Smartfony i tablety są często bardziej przyjazne dla Seniorów niż tradycyjne komputery.

Warto podkreślić, że przyszłość Seniorów w świecie fintechów będzie zależała od zdolności sektora fintechowego do dostosowania się do potrzeb tej grupy wiekowej i zapewnienia jej dostępu do korzystnych i bezpiecznych usług finansowych. W miarę jak technologie i metaverse się rozwijają, mogą one otwierać nowe możliwości i ułatwienia dla Seniorów, ale jednocześnie wymagają dbałości o bezpieczeństwo i potrzeby starszych klientów.

Jak zachęcić Seniorów do korzystania z rozwiązań fintechowych?

dr hab. Barbara Mróz-Gorgoń, prof. UEW

Katedra Zaawansowanych Badań w Zarządzaniu, Wydział Zarządzania, Chair of the Advisory Board of Kotler Impact Poland, doradca ZPF ds. współpracy z uczelniami

dr inż. Dominika Hadro, prof. UEW

Katedra Finansów, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu. Instytut Zarządzania "Valter Cantino"
Uniwersytet Turyński, Instytut Zarządzania, Uniwersytet Boloński

Brak świadomości jednostki dotyczącej przydatności technologii, strach przed oszustwem internetowym, szersze obawy dotyczące jej wpływu na społeczeństwo oraz obawa, że popełni się błąd podczas korzystania z danego oprogramowania, to istotne czynniki powstrzymujące od korzystania z technologii przez osoby starsze.

Wzrost korzystania i dostępu do systemu opieki zdrowotnej, jak również ogólny wzrost możliwości i poziomu życia, przyczyniły się do wydłużenia średniej długości życia, co z kolei doprowadziło do dynamicznego wzrostu liczby osób powyżej 60. roku życia w globalnym ujęciu.

W 2020 r. prawie 13,5% światowej populacji miało 65 lat i więcej. To ponad miliard osób. Eksperci przewidują, że do 2050 r. liczba ta wzrośnie do 2,1 miliarda¹.

Powszechne wykorzystanie technologii w sektorze finansowym² doprowadziło w ciągu ostatnich 10 lat do boomu w zakresie usług zaawansowanych technologii na całym świecie. Rozwój cyfrowych metod płatności, takich jak portfele mobilne, bankowość elektroniczna P2P, płatności w czasie rzeczywistym, portale fintech i kryptowaluty, to główny trend w globalnej branży płatniczej.

W ostatnich latach gotówka i kredyty straciły popularność na rzecz cyfrowych metod płatności wśród przedsiębiorstw i konsumentów na całym świecie. Model płatności cyfrowych był wielokrotnie krytykowany i analizowany ze względu na obawy dotyczące prywatności³, bezpieczeństwa⁴ oraz jakości usług⁵.

Jednak rynek bankowości elektronicznej rośnie, zarówno jeśli chodzi o konsumentów, jak i dostawców usług. Przewiduje się, że w latach 2020–2027 światowy rynek bankowości elektronicznej wzrośnie o prawie 30% w związku z rosnącym zainteresowaniem rozwojem branży i nasilającą się konkurencją⁶.

Przewiduje się, że do 2025 r. łączna wartość całej bankowości elektronicznej wzrośnie o 90% do 4,60 biliona dolarów⁷. Najpopularniejszymi sposobami korzystania z bankowości elektronicznej były przelewy pieniężne i płatności za rachunki, a następnie zakupy (za pomocą kuponów i rabatów) oraz transport (za pośrednictwem rezerwacji i kart pokładowych)⁸.

Światowa gospodarka i sektor finansowy ucierpiały z powodu epidemii COVID-19. W branży bankowej nastąpił wzrost liczby kanałów i płatności cyfrowych, zmiany zachowań konsumentów, ulgi regulacyjne i nadzorcze oraz nowe wyzwania w zakresie odporności operacyjnej w związku z pandemią.

Jak wskazują badacze, brak świadomości jednostki dotyczącej przydatności technologii, strach przed oszustwem internetowym, szersze obawy dotyczące jej wpływu na społeczeństwo oraz obawa, że popełni się błąd podczas korzystania z danego oprogramowania, to istotne czynniki powstrzymujące od korzystania z technologii przez osoby starsze. Niektóre starsze osoby zniechęcają się do korzystania z narzędzi internetowych, ponieważ uważają je za uciążliwe i cza-

chłonne. Uważają, że trend w kierunku usług internetowych, takich jak porównywarki internetowe, nakłada na nich większy ciężar, ponieważ chcą zostać ekspertami we wszystkich dziedzinach, podczas gdy wcześniej można było szukać wyszkolonych specjalistów, którzy pomagiliby w podejmowaniu decyzji.

W przedstawianych publikacjach naukowych dotyczących akceptacji nowych technologii przez Seniorów na całym świecie, często można odnaleźć wszechobecne obawy dotyczące bezpieczeństwa, a wielu z nich nie miało pewności co do własnej wiedzy na temat prawidłowego korzystania z narzędzi internetowych, w szczególności bankowości internetowej.

Wyniki badania przedstawione w niniejszym raporcie korespondują również z wynikami⁹.

W przytoczonej publikacji badacze wskazują, jakie bariery obecnie blokują rozwój kompetencji cyfrowych wśród osób starszych. Zidentyfikowano osiem głównych rodzajów barier włączenia cyfrowego osób starszych:

- strach przed nowymi technologiami,
- brak konieczności korzystania z ICT,

- automarginalizacja w społeczeństwie informacyjnym,
- charakterystyka nowych mediów,
- stosunek do uczenia się przez całe życie,
- ograniczenia fizyczne,
- uwarunkowania ekonomiczne oraz
- ograniczenia infrastrukturalne.

Zaprezentowane wyniki badań dają świeże spojrzenie na proces kształtowania kompetencji cyfrowych wśród grup wrażliwych w ramach szerszego procesu integracji cyfrowej.

Resumując, jest jeszcze wiele do zrobienia, w szczególności w kontekście edukacji, uświadamiania i wdrażania Seniorów do współczesnych narzędzi fintechowych, jak również w dostarczaniu usług dla klientów 65+.

Jest to proces długofalowy, lecz współpraca całego ekosystemu biznesowego, jak również oddziaływanie społeczne (edukacja wewnątrz rodziny – pomiędzy pokoleniowa – oddolna, w której wnuczek lub dziecko ukazuje Seniorowi korzyści z korzystania z nowych technologii, również w perspektywie fintechowej) to filar transformacji cyfrowej w omawianym aspekcie.

-
1. P.Benu, *By 2050, Indian Society Will Be 'Aged' Going by UN Definition* (accessed on 03.12.2023). [za: R.Jena, *Factors Impacting Senior Citizens' Adoption of E-Banking Post COVID-19 Pandemic: An Empirical Study from India*, „Journal of Risk Financial Management” 2023 vol. 16(9), p. 380.
 2. I. Lee, J.S. Yong, *Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges*, „Business Horizons” 2018 vol. 61, pp. 35–46.
 3. M. Albashrawi, M. Luvai, *Privacy and personalization in continued usage intention of mobile banking: An integrative perspective*, „Information Systems Frontiers” 2019 vol. 21(3), pp. 1031–43.
 4. R.Ribeiro, Altair Santin, V.Abreu, J.Marynowski, E.Viegas, *Providing security and privacy in smart house through mobile cloud computing*, Paper presented at 8th IEEE Latin-American Conference on Communications (LATINCOM), Colombia 2016 ; pp. 1–6.
 5. M.Jun, S.Palacios, *Examining the key dimensions of mobile banking service quality: An exploratory study*, „International Journal of Bank Marketing” 2016 vol. 34, pp. 307–26.
 6. P.Borasi, S.Khan, *Mobile Payment Market by Payment Type, Transaction Mode, End User, Purchase Type, and Application: Opportunity Analysis and Industry Forecast. 2020–2027*, Allied Market Research 2020.
 7. Cement prices in the United States from 2010 to 2022, Statista, <https://www.statista.com/statistics/219339/us-prices-of-cement/>
 8. P.Borasi, S.Khan, op.cit.
 9. Ł.Tomczyk, M.L.Mascia, D.Gierszewski, C.Walker, *Barriers to Digital Inclusion among Older People: a Intergenerational Reflection on the Need to Develop Digital Competences for the Group with the Highest Level of Digital Exclusion*, „Innoeduca. International Journal of Technology and Educational Innovation” 2023 Vol. 9. No. 1. 2023, pp. 5–26.

Czy Seniorów na rynku usług finansowych należy lepiej chronić? To czas na dyskusję o dobrych praktykach

Marcin Czugan

Prezes Zarządu, ZPF

Prawie połowa Seniorów ankietowanych w naszym badaniu wskazała, że oczekuje od instytucji finansowych wytłumaczenia zasad bezpieczeństwa. Znaczna ich część twierdzi też, że usługi finansowe nie są tworzone z myślą o klientach z ich grupy wiekowej.

To tylko dwa przykłady, które potwierdzają, że chociaż w polskim prawie nie zdefiniowano wrażliwych konsumentów ani nie stworzono odrębnych przepisów na ich temat, to jednak zagadnienie wrażliwości ze względu na wiek istnieje i nie można go ignorować.

Czy dla Seniorów jako wrażliwych konsumentów powinny powstać odrębne przepisy, które będą lepiej chronić ich na rynku usług finansowych? Można powiedzieć, że unijna, ale też np. brytyjska legislacja, odpowiadają na to pytanie twierdząco. Ten proces jest zaawansowany zwłaszcza w Wielkiej Brytanii, gdzie ponad połowa obywateli z różnych powodów uważa się za wrażliwych konsumentów.

Zwolennicy takiego podejścia uznają, że – jak czytamy w publikacji Parlamentu Europejskiego „Vulnerable consumers” – sektor usług finanso-

wych jest często wymieniany jako rynek, na którym wielu konsumentów ma trudności ze zrozumieniem i porównaniem złożonych ofert i umów i może znaleźć się w trudnej sytuacji w wyniku nadmiernego zadłużenia.

Czy zatem instytucje finansowe powinny dążyć np. do tego, by Seniorzy mieli więcej czasu na odstąpienie od umowy niż przeciętny konsument? A może wprowadzić odmienne zasady udzielania kredytów i pożyczek Seniorom w kanale telefonicznym? W naszym badaniu ze strony Seniorów pada również sugestia tworzenia dla nich specjalnych infolinii w instytucjach finansowych.

To ważne pytania, o których należy dyskutować nie tylko na poziomie tworzenia nowych aktów prawnych, ale przede wszystkim... dobrych praktyk. Instytucje finansowe powinny wypracować wspólne zasady traktowania konsumentów, którym trudniej nadażyć chociażby za zmianami technologicznymi.

W tej grupie z całą pewnością są Seniorzy. Powinni oni czuć się bezpiecznie i nie być wykluczonymi z rynku usług finansowych.



Część 6.
**Wnioski
i rekomendacje**

O czym powinny pamiętać instytucje finansowe, by odpowiedzieć na potrzeby Seniorów?

- ZPF rekomenduje rozpoczęcie dyskusji na temat tego, czy wzorem rozwiązań unijnych i brytyjskich Seniorzy powinni być zaliczeni do grupy wrażliwych konsumentów oraz jak zmienić zasady dobrych praktyk instytucji finansowych, by właściwie odpowiedzieć na potrzeby klientów z grupy wiekowej 60+.
- Prognozowane zmiany demograficzne jednoznacznie wskazują, że rola Seniorów w świecie fintechów będzie rosła. Coraz większe będą też oczekiwania klientów, którzy dziś aktywnie korzystają z usług finansowych jako osoby młode, a w kolejnych latach znajdą się w grupie wiekowej 60+.
- Badanie ZPF pokazuje, że prawie połowa osób powyżej 60. roku życia uważa, iż nowoczesne technologie w świecie finansów nie powstają z myślą o Seniorach. Warto pracować nad rozwiązaniami, które wpłyną na poprawę tego wskaźnika.
- Dla Seniorów kluczowy w korzystaniu z technologii finansowych jest wątek bezpieczeństwa. Spośród tych, którzy nie korzystają z bankowości online, 28,6% nie robi tego, bo boi się oszustw internetowych. To sygnał, że instytucje finansowe powinny mocniej skupić się m.in. na komunikowaniu Seniorom zasad bezpiecznego korzystania z usług finansowych.
- Seniorzy oczekują od instytucji finansowych rozwiązań w zakresie obsługi, które będą dostosowane do potrzeb osób starszych. Sugerują np. tworzenie specjalnych infolinii dla Seniorów.
- Rodzina jest dla Seniorów istotnym źródłem wiedzy o nowych technologiach w finansach (obok wiedzy czerpanej z internetu). Warto wykorzystać ten trend i zachęcać młodsze osoby do włączania swoich rodziców i dziadków w świat usług finansowych online.
- Należy zadbać o jasność i zrozumiały język komunikatów kierowanych do Seniorów. Warto tłumaczyć od podstaw zasady działania proponowanych im rozwiązań.

Wykaz źródeł

1. *Consumer vulnerability across key markets in the European Union*, final report, European Commission, London Economics, VVA Consulting and Ipsos Mori consortium, 2016.
2. *Vulnerable consumers*, European Parliamentary Research Service, 2021.
3. *FG21/1 Guidance for firms on the fair treatment of vulnerable customers*, FCA, 2021.
4. *Population structure indicators at national level*, Eurostat, 2023.
5. *Nadużycia w sektorze finansowym. Edycja 2023*, ZPF / EY Polska, 2023.
6. *Cyfrowi konsumenci w nowej rzeczywistości*, McKinsey&Company, 2021.



www.zpf.pl