



Barometr Dobrobytu Finansowego

Postrzeganie dobrobytu na
szybko rozwijających się rynkach



Spis treści

Metodologia	3
Przedmowa	4
Streszczenie	5
Rozdział pierwszy: Definiowanie dobrobytu	7
Rozdział drugi: Dostęp do usług finansowych	10
Rozdział trzeci: Związek pomiędzy usługami finansowymi a dobrobytem	17
Rozdział czwarty: Usługi finansowe: korzyści praktyczne i emocjonalne	20
Wnioski	24



Metodologia

Badaniem objęto ponad 10 tysięcy dorosłych osób
z 18 krajów z całego świata...



Ameryka Południowa

Brazylia
Argentyna
Kolumbia
Chile

Afryka

Kenia
Nigeria
RPA

Europa

Czechy
Węgry
Polska
Rumunia
Grecja
Słowacja
Turcja

Bliski wschód

Izrael

Azja

Indonezja
Wietnam
Indie

Dla celów niniejszego raportu przyjęto, że badane kraje są reprezentatywne dla regionu, w którym się znajdują, tj. Rumunia, Węgry, Republika Czeska, Turcja, Grecja, Polska i Słowacja zostały zaklasyfikowane jako kraje Europy Wschodniej. Warto odnotować, że Izrael został potączony w jedną grupę z krajami afrykańskimi (Nigerią, Kenią, Republiką Południowej Afryki).

Do respondentów dotarto za pośrednictwem ankiety internetowej, zatem wszelkie rozbieżności między globalnymi danymi dotyczącymi dostępu do tradycyjnych usług finansowych na badanych rynkach a postrzeganiem przez respondentów dostępu do usług finansowych, jak wskazano w ankiecie, mogą być wyjaśnione przez wyższy odsetek użytkowników Internetu wypełniających ankietę.

Przedmowa



W PayU naszą wizją jest zbudowanie świata bez granic finansowych, w którym każdy może się rozwijać i żyć dostatnio. Codziennie dążymy do realizacji tej ambitnej wizji.

Wiele różnych czynników wpływa na to, jak ludzie uzyskują dostęp do usług finansowych i angażują się w korzystanie z nich. Ta wiedza dotycząca rynków lokalnych zawsze była podstawą naszej strategii w PayU. Rozumiemy lokalną gospodarkę, jej otoczenie i społeczeństwo, dzięki czemu tworzymy technologię, która odpowiada na szczególne potrzeby rynku.

Możliwości zwiększenia dostępu do usług finansowych dla ludzi na całym świecie są ogromne. Dlatego właśnie dążymy do dalszego pogłębiania naszej wiedzy w tym zakresie i lepszego zrozumienia lokalnych społeczności.

Przeprowadziliśmy to badanie w celu odkrycia ostatecznego wpływu, jaki może mieć na konsumentów świat bez granic finansowych. Nasze badanie zostało zaprojektowane w taki sposób, aby dowiedzieć się więcej o ludzkich zachowaniach i o tym, jak różnie ludzie rozumieją pojęcie dobrobytu.

Dla jednych dobrobyt oznacza szczęście, dobre zdrowie czy stabilność zatrudnienia, dla innych jest to pojęcie blisko związane z pieniędzmi i posiadaniem oszczędności wystarczających na zabezpieczenie przyszłości.

Jest to pierwsze badanie tego rodzaju, ukazujące złożony związek między usługami finansowymi a dobrobytem. Przeanalizowaliśmy dostępność usług finansowych, ale wyszliśmy też dalej, aby odkryć korzyści dla konsumentów płynące z korzystania z tych usług, jak również ostatecznie zastanowić się, jaki to wszystko może mieć wpływ na kształtowanie światowej gospodarki.

Chcemy do dyskusji nad wnioskami z badania zaprosić przedstawicieli rządów, analityków, handlowców oraz dostawców technologii i usług finansowych. Lepsze zrozumienie związku pomiędzy usługami finansowymi a dobrobytem pozwoli wszystkim zainteresowanym stronom na wprowadzenie większych zmian, które przyniosą pozytywny rezultat.

Dlatego też jestem bardzo zadowolony, przekazując Państwu wyniki inauguracyjnego badania *Barometr Dobrobytu Finansowego: Postrzeganie dobrobytu na szybko rozwijających się rynkach*, dzięki któremu dowiedzieliśmy się jak jest postrzegany dobrobyt w 18 szybko rozwijających się krajach świata i jaki jest wpływ usług finansowych na postrzeganie dobrobytu przez ich mieszkańców..

Wnioski są fascynujące, w szczególności zaciekały dwa aspekty. Po pierwsze, rola edukacji finansowej. Poza inkluzją finansową, edukacja finansowa może odegrać ogromną rolę na całym świecie. Dzięki niej każdy – od konsumentów po przedsiębiorstwa, od podmiotów branżowych po organy regulacyjne – będzie mógł pomóc ludziom w ich drodze do osiągnięcia lepszej, bardziej dostatniej przyszłości dla nich samych i kolejnych pokoleń.

Po drugie, technologia. Technologia ma zasadnicze znaczenie dla poprawy integracji finansowej i edukacji w skali globalnej. Liderzy biznesu muszą podejmować większe ryzyko i wprowadzać innowacje, takie jak sztuczna inteligencja i uczenie maszynowe, aby maksymalnie wykorzystać możliwości technologiczne.

Spójrzmy chociażby na to, jak sztuczna inteligencja już pozwala nam obchodzić tradycyjną infrastrukturę finansową, która wiele osób wykluczała – a to dopiero początek. To właśnie dzięki technologii zmienimy świat.

Naszym obowiązkiem, jako światowych liderów branży fintech, jest zrozumienie dynamicznej granicy między usługami finansowymi a dobrobytem oraz wykorzystanie wszystkich dostępnych nam środków, z których zaawansowana technologia jest najpotężniejsza, aby zbudować świat bez granic finansowych, w którym każdy może się rozwijać i żyć dostatnio.

Laurent Le Moal
CEO, PayU



Streszczenie

Definicje dobrobytu różnią się znacznie w zależności od położenia geograficznego, ale wspólnymi czynnikami dla wszystkich krajów świata są:



Odczuwanie zadowolenia ze swojego życia



Dobry stan zdrowia własnego, przyjaciół i rodziny



Posiadanie dobrej, stabilnej pracy



Posiadanie oszczędności wystarczających na zabezpieczenie przyszłości



Dochód i dobrobyt nie muszą być ze sobą powiązane



Tylko **15%** osób uznało się za bardzo zamożne.



54% respondentów miało dochód gospodarstwa domowego powyżej średniej w ich regionie.



75% spośród tych, których dochody były niższe od średniej, nadal odczuwało jednak pewien poziom dobrobytu.



Tylko jedna czwarta respondentów uważała, że „bycie bogatym” samo w sobie jest niezbędne dla dobrobytu.

Jednak finanse to coś więcej niż sam dochód. Większość osób na szybko rozwijających się rynkach rozpoznaje związek pomiędzy usługami finansowymi a dobrobytem.

- Ponad 75% respondentów w krajach objętych badaniem uważa, że usługi finansowe mogą pomóc ludziom planować ich przyszły dobrobyt.
- 60% sądzi, że usługi finansowe już pomogły im w tym aspekcie, a prawie 50% respondentów wyraziło przekonanie, że nie można być bogatym bez dostępu do usług finansowych.
- W przypadku osób, które czuły się najmniej zamożne, występowało najmniejsze prawdopodobieństwo dostrzeżenia jak usługi finansowe mogą pozytywnie wpłynąć na ich dobrobyt.

W odpowiedziach respondentów można zauważyć wyraźny związek pomiędzy posiadaniem dostępu do usług finansowych, a przekonaniem, że usługi finansowe mogą zwiększyć dobrobyt.

- Osoby, które wskazały na najgorszy dostęp do usług finansowych były najmniej skłonne zgodzić się, że mają one pozytywny wpływ na dobrobyt.
- Europa Wschodnia zgłaszała najniższy dostęp do usług finansowych i najniższy poziom przekonania o korelacji występującej pomiędzy usługami finansowymi a dobrobytem (45% w porównaniu do 60% średniej z całego badania).

Niektóre usługi finansowe przynoszą wyraźniejsze korzyści emocjonalne niż praktyczne – te usługi finansowe są mocniej powiązane z dobrobytem.

- Wskazywane przez respondentów korzyści emocjonalne obejmują na przykład możliwość zmniejszenia stresu finansowego i poczucie bliskości z ważnymi dla nas osobami. Tymczasem wśród korzyści praktycznych wymieniano np. pewność, że zobowiązania finansowe oraz rachunki są opłacane szybko i łatwo.
- Kredyty i płatności były jedynymi usługami, w przypadku których respondentom łatwiej było określić korzyści praktyczne, niż korzyści emocjonalne.



Rozdział pierwszy

Definiowanie dobrobytu

Na definicję dobrobytu wpływa region zamieszkania respondentów. Czynniki, które są postrzegane jako niezbędne dla dobrobytu, są zróżnicowane w zależności od miejsca zamieszkania i kultury.

Czym jest dobrobyt?

Słownik Cambridge stwierdza, że dobrobyt to „stan odnoszenia sukcesów i posiadania sporej ilości pieniędzy” (Słownik Języka Polskiego definiuje dobrobyt jako „dobre warunki materialne”). Tymczasem definicja w świecie realnym nie jest aż tak prosta. Przekonałiśmy się, że w krajach szybko rozwijających się dobrobyt nie jest bezpośrednio powiązany z dochodami finansowymi. Nasze badanie wykazało, że najpopularniejsze czynniki, według których respondenci określali swój dobrobyt, to:

- **Poczucie zadowolenia ze swojego życia**
- **Dobry stan zdrowia własnego, przyjaciół i rodziny**
- **Posiadanie dobrej, stabilnej pracy**
- **Posiadanie oszczędności wystarczających na zabezpieczenie przyszłości**

Brak związku pomiędzy dochodem a dobrobytem został dodatkowo podkreślony, gdy zapytano respondentów, czy uważają, że w życiu dobrze im się powodzi. Tylko 15% badanych uważało się za bardzo zamożnych, pomimo że aż 54% respondentów miało ponadprzeciętny dochód w odniesieniu do regionu zamieszkania¹. Okazało się, że działa to w obie strony: trzy czwarte osób, których dochód był poniżej średniej, nadal odczuwało pewien poziom dobrobytu, co świadczy o braku bezpośredniego związku między dochodami a dobrobytem.

„Posiadanie dużej ilości pieniędzy” mogło w równym stopniu odnosić się do ogólnego bogactwa, nie samych dochodów, ale wyniki naszej ankiety obaliły także i ten związek. Odpowiedzi respondentów pokazały, że bogactwo nie jest kluczowym warunkiem dobrobytu. Tylko jedna czwarta osób twierdzi, że bycie bogatym jest warunkiem do uznania za osobę żyjącą w dobrobycie.

Jednak ci, którzy określali się jako „zupełnie nie zamożni”, byli znacznie bardziej skłonni uważać bogactwo za niezbędny warunek dobrobytu. Wrażenie bycia niesprawiedliwie traktowanym wpływa na to, na ile zdaniem danej osoby bogactwo określa jej dobrobyt.

¹ Ta nadreprezentacja osób z ponadprzeciętnymi dochodami we wszystkich regionach zapewne wynika z faktu, że badanie prowadzone było wyłącznie wśród osób mających dostęp do Internetu.

Dobrobyt na świecie

Jeżeli chodzi o definiowanie dobrobytu na szybko rozwijających się rynkach, dostrzegliśmy znaczące różnice pomiędzy regionami. Regiony różnią się pod względem przyznawania priorytetów różnym elementom dobrobytu. Zdrowie jest jedynym wyraźnym wspólnym priorytetem dla wszystkich regionów.



Stabilna, dobrze płatna praca jest uważana za mniej istotną dla dobrobytu w Afryce/Izraelu oraz w Azji (około 35% odpowiedzi) niż w Ameryce Południowej (51%) i w Europie (46%).



Okolo połowa respondentów w Azji uważa, że do osiągnięcia dobrobytu niezbędna jest kochająca rodzina. Jest to drugi co do popularności czynnik w tym regionie, w porównaniu do 40% i mniej w innych obszarach.



Tylko 9% respondentów z Ameryki Południowej uważa, że „bycie bogatym” jest konieczne, by uznać kogoś za zamożnego, podczas gdy w Afryce/Izraelu odsetek takich odpowiedzi to 36%.



Dostęp do usług finansowych został oceniony jako kluczowy dla uznania kogoś za zamożnego przez 25% osób w Afryce/Izraelu, a w Europie Wschodniej odsetek takich odpowiedzi spadł do 13%.



Tylko w Europie Wschodniej mniej niż co trzeci respondent uważał, że możliwość zapewnienia najlepszej edukacji dla swoich dzieci jest istotnym czynnikiem dobrobytu.

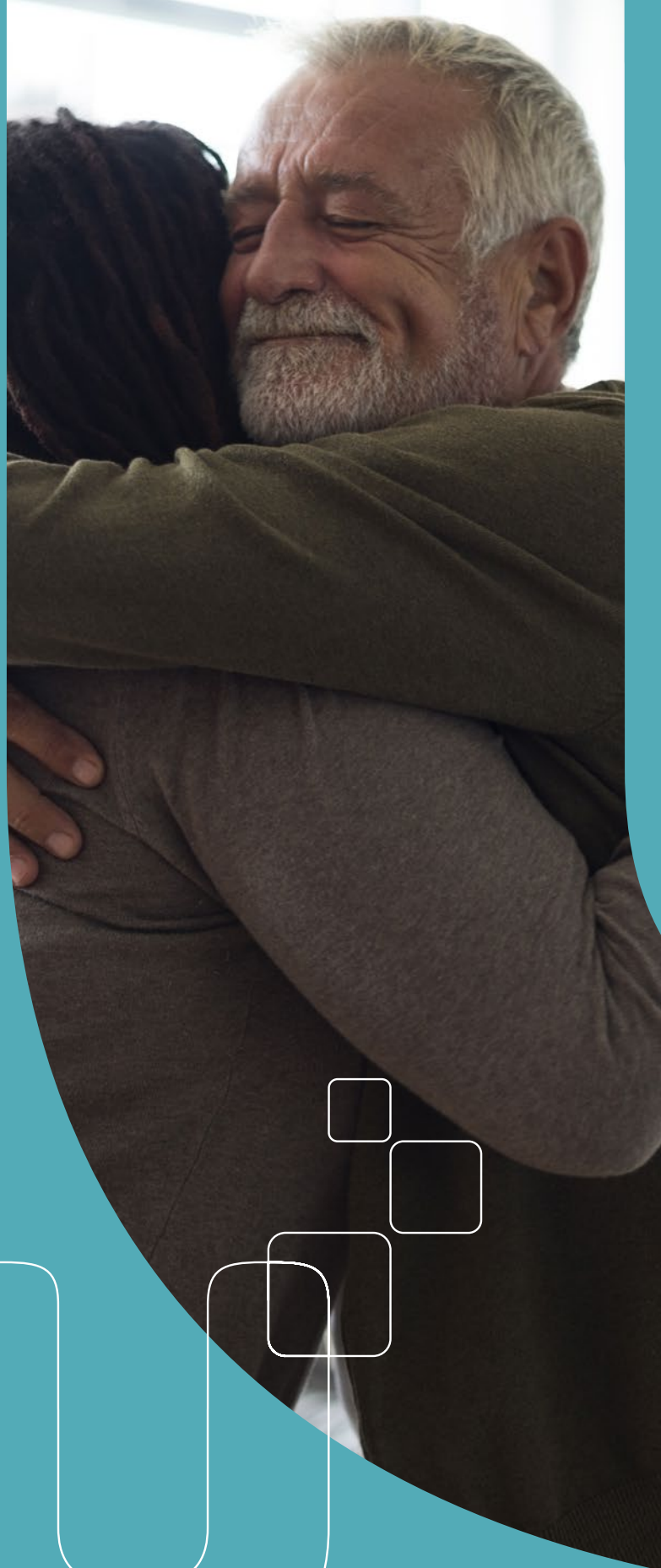
Dobrobyt nie jest definiowany przez czynniki wyłącznie finansowe, obejmuje możliwości praktyczne, a także czynniki wyraźnie sentymentalne.

Co prawda sam dochód nie był wyraźnie powiązany z dobrobytem, jednak stabilność sytuacji finansowej ma na niego istotny wpływ. Gdy przyglądamy się zmianie w postrzeganiu dobrobytu w ciągu kilku ostatnich lat, widzimy, że kraj zamieszkania respondentów także wpływa na ich odczucie zamożności.

Trzy czwarte respondentów z Azji jest zgodnych, że ich dobrobyt wzrósł, podczas gdy wśród mieszkańców Europy Wschodniej odczucie to podzieliła mniej niż połowa.

Z danych Międzynarodowego Funduszu Walutowego wynika, że stopa wzrostu PKB w regionie Azji i Pacyfiku była ponad dwukrotnie wyższa niż w Europie Wschodniej. PKB często był wskaźnikiem ogólnej poprawy sytuacji gospodarczej, większego bezpieczeństwa zatrudnienia i większych wydatków konsumpcyjnych². Czynniki te oczywiście prowadzą do lepszej stabilności sytuacji finansowej.

Dostęp do usług finansowych był kolejnym kluczowym czynnikiem wpływającym na postrzeganie dobrobytu. Prawie połowa respondentów na szybko rozwijających się rynkach jest przekonana, że nie można być zamożnym bez dostępu do usług finansowych.



² Raport "World Economic Outlook", kwiecień 2019 r.

Rozdział drugi

Dostęp do usług finansowych

Badanie postrzegania dostępu do pięciu głównych usług finansowych na szybko rozwijających się rynkach: oszczędzania i wzrostu wartości pieniądza, deponowania pieniędzy, realizacji płatności (w tym wysyłania i otrzymywania pieniędzy z innych źródeł), ubezpieczenia zdrowotnego i majątkowego oraz kredytów (zaciągania pożyczek).

Kwestia dostępu

Dane Banku Światowego wskazują, że praktycznie wszystkie osoby niekorzystające z usług bankowych mieszkają w krajach rozwijających się.³ Zamiast jednak analizować po prostu liczby rachunków, zapytaliśmy respondentów na szybko rozwijających się rynkach w Afryce/Izraelu, Azji, Europie Wschodniej oraz w Ameryce Południowej, czy mają dostęp do podstawowych usług finansowych. Pomiedzy regionami występowały znaczące różnice.

Mieszkańcy Azji zgłosili najlepszy dostęp do usług finansowych, podczas gdy respondenci z Europy Wschodniej uważają swój dostęp za najgorszy, a aż 13% stwierdziło, że nie ma dostępu do żadnych usług finansowych. Odczucie to jest szczególnie silne wśród respondentów w Grecji i na Węgrzech, gdzie co piąty respondent twierdzi, że nie ma dostępu, w porównaniu ze średnią wynoszącą co dziesiątą osobę. Zgodnie z analizą firmy McKinsey, Europa Wschodnia próbowała budować model banków na wzór tradycyjnych sieci oddziałów w Europie Zachodniej, ale niski poziom dochodów czyni to niewykonalnym, co może tłumaczyć odczucie słabego dostępu⁴.

Co ciekawe, zarówno Azja jak i Europa Wschodnia zostały wskazane przez Bank Światowy jako priorytetowe regiony dla zapewnienia lepszego dostępu do usług finansowych. Indie, Wietnam i Indonezja są zaliczone do Azji, natomiast Turcja do Europy⁵.

³ Demirgüç-Kunt, Asli, Leora Klapper, Dorothe Singer, Saniya Ansar oraz Jake Hess. 2018. Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution. (Pomiar integracji finansowej i rewolucji technologicznej w finansach). Broszura informacyjna. Waszyngton, D.C. Bank Światowy

⁴ Dietz, Miklós, Ádám Homonnay i Irene Shvakman. 2012. What's ahead for banking in Eastern Europe (Jaka przyszłość czeka sektor bankowy w Europie Wschodniej). McKinsey. Online

⁵ The World Bank. Universal Financial Access 2020 (Powszechny dostęp do finansów 2020. Raport).

Rozbieżność między postrzeganym dostępem a zweryfikowanymi obszarami problemowymi sugeruje istnienie problemów, które nie są identyfikowane w badaniach dotyczących integracji finansowej. Komunikacja dotycząca dostępnych usług może być słaba, rozwiązania w zakresie usług finansowych opartych na technologii czasu rzeczywistego mogą nie być uwzględniane, a względy praktyczne mogą uniemożliwiać ludziom dostęp do usług finansowych istniejących na ich obszarze.

Jasno widać potrzebę dostosowania rozwiązań do warunków lokalnych. Różne postrzeganie dostępu uzasadnia potrzebę wypracowania rozwiązań dostosowanych do warunków lokalnych na poszczególnych szybko rozwijających się rynkach. Kluczowa jest zarówno poprawa dostępu do usług finansowych, jak i postrzeganie ich dostępności.

Czy kwestie finansowe są nadmiernie skomplikowane, czy nadmiernie uproszczone?

Osoby mieszkające w regionach wiejskich najprawdopodobniej czuły się odizolowane od dostępu do usług finansowych (17%). W krajach o słabo rozwiniętej infrastrukturze jest to bardziej rozczarowujące niż zaskakujące. Jako punkt odniesienia, warto zauważyć, że ponad 25% osób nieposiadających rachunku bankowego, mieszkających w Indonezji i Malezji, uważają fizyczną odległość banku za barierę wobec integracji finansowej⁶.

Jednak osoby mieszkające w regionach wiejskich nie były bardziej podatne na dezorientację dotyczącą kwestii finansowych niż osoby w obszarach miejskich czy podmiejskich.

W przypadku braku usług, sprawy finansowe są być może prostsze – albo masz gotówkę, albo jej nie masz.

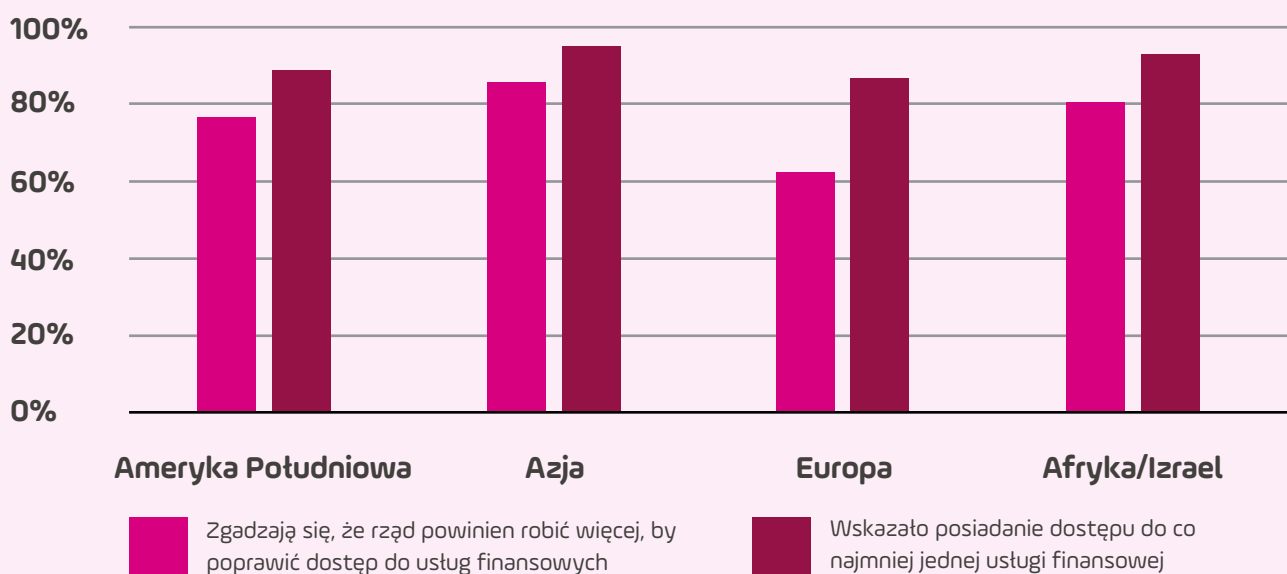
Bank Światowy ustalił, że główną przyczyną nieposiadania konta bankowego jest posiadanie zbyt małej ilości pieniędzy, aby móc z niego korzystać⁷. Brak postrzegania kwestii finansowych jako zagmatwanych niekoniecznie oznacza pełne zrozumienie usług finansowych i oferowanych przez nie możliwości.

Zarządzanie finansami

90% respondentów uważa, że mają dostęp do co najmniej jednej istotnej usługi finansowej. Gdy porównamy to z danymi, według których 1,7 miliarda dorosłych osób na świecie wciąż nie ma dostępu do usług bankowych (większość z nich na rynkach szybko rozwijających się), wpływ Internetu na te wyniki staje się widoczny w postaci znacznej różnicy między dostępem postrzeganym, a dostępem rejestrowanym⁸.

Trzy czwarte respondentów nadal uważa, że rządy w ich krajach powinny podejmować więcej działań, by poprawić dostęp obywateli do usług finansowych. Regiony z najwyższym postrzeganym dostępem, czyli Azja i Afryka/Izrael, najbardziej zgadzają się z tym wezwaniem do działania. Aż 80% lub więcej mieszkańców tych obszarów oczekuje intensywniejszych działań od swoich rządów. Mieszkańcy Europy Wschodniej w najmniejszym stopniu uważają, że to rządy ich krajów powinny być odpowiedzialne za zapewnienie dostępu do usług finansowych (liczba takich odpowiedzi w tych krajach jest o 12 punktów procentowych niższa od średniej (63%).

Relacja pomiędzy postrzeganiem dostępu a odpowiedzialnością rządu:



⁶ Banking in emerging markets: Seizing opportunities, overcoming challenges. (Bankowość na rynkach wschodzących: Wykorzystywanie możliwości, pokonywanie trudności.) Raport Ernst & Young.

⁷ Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution. (Pomiar integracji finansowej i rewolucji technologicznej w finansach).

Istnieje pozytywna korelacja pomiędzy liczbą osób w danym regionie, które uważają, że mają dostęp do usług finansowych, a liczbą osób, które uważają, że ich rząd powinien być odpowiedzialny za podejmowanie intensywniejszych działań w celu poprawy dostępu. Żądania dotyczące lepszej dostępności głównych usług finansowych są mniejsze w regionach, w których ludzie uważają, że są one niedostępne. Jasne jest natomiast, że osoby, które postrzegają usługi finansowe jako dostępne, najprawdopodobniej dostrzegają wartość tego dostępu i uważają, że ich państwo jest do niego uprawnione.

Podział na poszczególne usługi

Nie wszystkie usługi finansowe są równe lub dostępne w równym stopniu. Aby spełniać potrzeby konsumentów na szybko rozwijających się rynkach, najpierw musimy ustalić, które usługi są postrzegane jako najłatwiej dostępne i w jakim regionie.

Większość ludzi twierdzi, że posiada sposób na oszczędzanie i pomnażanie swoich środków. Następne w kolejności wymieniane są sposoby deponowania środków, wysyłania lub odbierania płatności, ubezpieczania zdrowia lub mienia oraz realizacji płatności. Znacznie trudniej jest uzyskać kredyt.

„Dążymy do zapewniania pozytywnego wpływu i wartości w całym ekosystemie finansowym w krajach, w których działamy. Ścisła współpraca z rządami i regulatorami jest istotną częścią tych działań. Nasz globalny zasięg w połączeniu ze ściśle lokalną wiedzą pozwala nam doradzać, w jaki sposób usługi finansowe mogą zostać najlepiej usprawnione i jak dostęp do nich może zostać rozszerzony na każdym rynku.

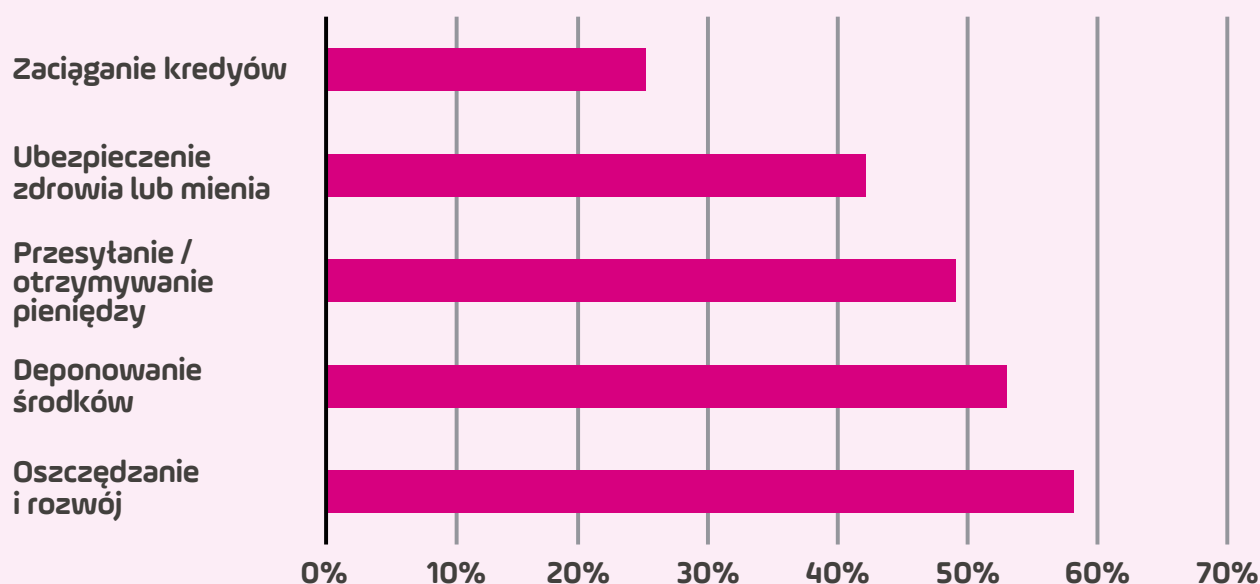
W Europie doświadczyliśmy bezpośrednio wdrożenia dyrektywy PSD2 oraz jej skutków. Na wielu rynkach przepisy i regulacje są wykorzystywane jako narzędzie do polepszenia i usprawnienia usług finansowych. Na przykład w Kenii, gdzie ustawa o komunikacji pomogła zaszczerpić powszechne zaufanie do transakcji elektronicznych. Taka promocja e-handlu umożliwiła Kenii zostanie liderem zarówno w obszarze fintech, jak i całłościowej gospodarki w Afryce oraz znacznie zwiększyła wykupywanie dostępu do Internetu wśród mieszkańców.

Możliwość tak bliskiej współpracy z regulatorami i instytucjami rządowymi w różnych regionach jest niezmiernie cenna dla obydwu stron. Dzieląc się wiedzą zapewniamy najlepsze, najbardziej dostępne usługi dla ludzi w tych krajach. Jestem szczególnie dumny z faktu, że te działania pomagają nam pokonywać granice finansowe”.

Patrick Ellis
General Counsel, PayU



Odsetek respondentów, którzy wskazali, że mają dostęp do każdej z tych usług finansowych



„Stworzenie rozwiązań polegających na udostępnieniu kredytu w sposób dopasowany do każdej osoby indywidualnie jest jedną z najważniejszych innowacji, jakie technologia umożliwiła w ostatnich latach. Nieustanne przyglądanie się sposobom wykorzystywania zarówno już istniejących, jak i przyszłych technologii, ma zasadnicze znaczenie dla zapewnienia powszechnej dostępności kredytów.

Jestem niezwykle dumny z pracy, jaką wykonaliśmy w PayU, aby zaoferować kredyty ludziom, którzy w przeciwnym razie nie byłiby w stanie pożyczyć pieniędzy ze względu na przestarzałe, tradycyjne procedury. Nie zmieniamy tylko tego, kto może uzyskać dostęp do kredytów, lecz także sposób ich uzyskiwania. Jeżeli ten raport zwraca uwagę na jedną kwestię, to na fakt, że sprawy finansowe i poczucie dobrobytu są ściśle osobiste. Zatem usługi finansowe powinny być mocno zlokalizowane i spersonalizowane, gdy tylko jest to możliwe, aby jak najlepiej obsługiwać

korzystające z nich osoby. Należy wykorzystać sztuczną inteligencję i uczenie maszynowe, by to umożliwić.

Jak to działa w praktyce? Jeden przykład to sposób odpowiedzialnego wykorzystywania danych o dokonywanych transakcjach i danych konsumentów, by lepiej poznać naszych klientów. Możemy podjąć decyzję o zaoferowaniu kredytu osobom, które w przeciwnym razie nie miałyby do niego dostępu. Gdy zastosujemy to do mikro-pożyczek, okazuje się, że możemy umożliwić aż 30% populacji w niektórych krajach korzystanie z e-handlu. Kolumbia i Indie, dwa spośród najbardziej aktywnych rynków działania PayU, realizują rocznie kilkaset milionów transakcji. Zagregowane dane (Big Data) dotyczące tych rynków, połączone z uczeniem maszynowym i technologią sztucznej inteligencji, oferują wyjątkowe obserwacje i prognozy dotyczące zachowań konsumentów i ich zwyczajów płatniczych”.

Sid Jajodia
Head of Credit, PayU



Mniej niż połowa mieszkańców Europy Wschodniej mówi, że zna sposoby na deponowanie środków.



Afryka/Izrael ma o wiele lepszy dostęp do usług płatniczych niż inne regiony. 63% respondentów może wysłać i odbierać przesyłane pieniądze, w porównaniu do średniego poziomu wynoszącego 49%.



Sytuacja wygląda podobnie z dostępem do kredytów - 41% jest w stanie zaciągnąć pożyczki, w porównaniu do średniego odsetka na poziomie 25%.

Te regionalne różnice można wyjaśnić tym, w jaki sposób ludzie korzystają z wymienionych usług finansowych. Na przykład, region Afryka/Izrael wykazuje zdecydowanie najwyższe preferencje dotyczące korzystania z mobilnych dostawców usług w celu deponowania środków, zaciągania kredytów i oszczędzania (należy tu pamiętać o niesymetryczności wyników na rzecz użytkowników Internetu). Odpowiada to imponującemu wzrostowi mobilnych usług finansowych w Afryce Subsaharyjskiej, która w 2017 r., jak twierdzi Stowarzyszenie GSM, wykorzystywała połowę wszystkich mobilnych usług finansowych istniejących na świecie. W ciągu trzech miesięcy działalności, od marca do czerwca 2018 r., firma M-Pesa przetworzyła 581 milionów transakcji dla swoich 23 milionów kenijskich abonentów. Ich łączna wartość wyniosła 14,6 miliarda dolarów, czyli 162 milionów dolarów dziennie, według danych kenijskiego Urzędu ds. Łączności⁹.

W przypadku krajów, które jeszcze kilka lat temu dysponowały minimalną infrastrukturą finansową, tempo zmian jest zdumiewające i świadczy o tym, że na szybko rozwijających się rynkach, takich jak Kenia, akceptacja alternatywnych dostawców usług finansowych jest wysoka.

Gdzie jest chęć, jaki jest sposób?

Smartfony umożliwiają lepszy dostęp do usług finansowych. Więcej respondentów posiada urządzenie typu smartfon (92%) niż laptopa, komputer czy tablet.

Preferencje dotyczące dostępu są zróżnicowane w zależności od usługi. Smartfony wymieniane są jako podstawowe narzędzie dostępu w przypadku deponowania środków (48%), zaciągania pożyczek (38%) i przysyłania pieniędzy (50%). Natomiast osoby oszczędzające i pragnące pomnażać swoje środki preferowały odwiedzić w oddziale banku (43%) i obsługę przez stronę internetową (42%) zamiast korzystania ze smartfona (41%).

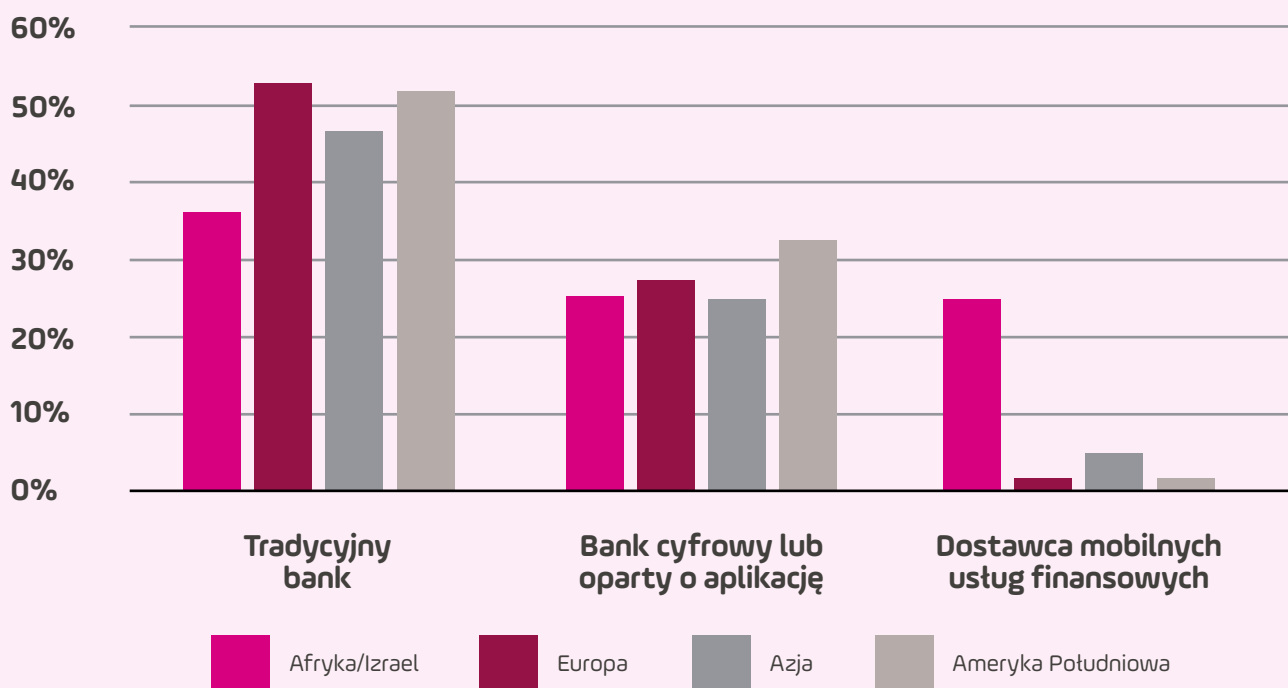
Istnieją także różnice w zależności od miejsca korzystania z usługi.

Deponowanie środków:

Prawie połowa osób z wszystkich regionów korzysta w tym celu z tradycyjnego banku, za wyjątkiem Afryki/Izraela, gdzie odsetek ten wynosi tylko 36%. W Afryce/Izraelu widać szczególnie wysoką preferencję dostawców mobilnych rozwiązań finansowych. Aż 25% respondentów twierdzi, że deponuje środki w ten sposób. Drugi region z najwyższą popularnością dostawców mobilnych usług finansowych to Azja, gdzie korzystanie z nich deklaruje o 5% mniej respondentów.

⁹ The GSM Association. The Mobile Economy 2019. 2019.

Usługodawcy wykorzystywani do deponowania pieniędzy:



Kredyty:

Gdy chodzi o pożyczanie pieniędzy, mieszkańcy Ameryki Południowej i Europy Wschodniej wyraźnie preferują banki tradycyjne (odpowiednio 67% i 68%). Wynik ten był niższy w Azji - 40% i w Afryce/Izraelu, gdzie takie rozwiązanie wybiera tylko 31% respondentów. Tymczasem region Afryki/Izraela najchętniej korzystał z mobilnych dostawców usług finansowych (36%), wynik ten był ponad dwukrotnie wyższy niż w przypadku kolejnego regionu z wysokim odsetkiem korzystania z tych dostawców. Respondenci w Azji najchętniej pożyczają pieniądze od krewnego lub od przyjaciela - robi tak prawie 20% z nich.

Oszczędzanie i pomnażanie środków:

72% respondentów w Ameryce Południowej i Europie Wschodniej korzysta z banków tradycyjnych w celu oszczędzania i pomnażania swoich środków, podczas gdy w Azji odsetek ten wynosi 52%, a w Afryce/Izraelu 45%. Również w tym przypadku Afryka/Izrael wykazywały większe preferencje dla mobilnych dostawców usług finansowych - 21% osób oszczędzających i pomnażających swoje środki korzysta tam z takich usługodawców, w porównaniu do zaledwie 9% w Azji, która jest kolejnym regionem, gdzie tego typu rozwiązania są najchętniej wybierane.

Dostawcy usług inwestycyjnych są także wyraźnie bardziej popularni w Azji i Afryce/Izraelu niż w Ameryce Południowej i Europie Wschodniej, gdy chodzi o oszczędzanie i pomnażanie pieniędzy.

Płatności:

Zaledwie nieco poniżej 50% wszystkich respondentów uważa, że może realizować płatności w dowolnym miejscu. W Azji ten odsetek jest wyższy od średniej i wzrasta do 63%. Najwyraźniej firmy oferujące przelewy i przekazy online są wykorzystywane prawie tak powszechnie, jak banki. W Azji stopień korzystania z nich jest najwyższy, 38%, a Europie Wschodniej wprawdzie najniższy, ale na całkiem dobrym poziomie 21%.

Z drugiej strony, mieszkańcy Europy Wschodniej wykazują wyraźną preferencję dotyczącą korzystania z tradycyjnych banków w celu wysyłania lub otrzymywania pieniędzy - aż 45% uzyskuje dostęp do tych usług za pośrednictwem banku. W przypadku innych regionów jest to odsetek około 1/4 respondentów.

Wpływowa infrastruktura

Szacuje się, że obecnie ponad pięć miliardów ludzi na świecie posiada urządzenia mobilne, nic więc dziwnego, że na całym świecie widoczny jest trend dotyczący dostępu do usług finansowych za pomocą smartfonów. Jednak co zaskakujące, pomimo wzrostu korzystania z urządzeń mobilnych, banki tradycyjne nadal mają dominującą pozycję na szybko rozwijających się rynkach.



„Wyniki naszego badania wskazują, że w odniesieniu do płatności, osoby w Azji cenią sobie możliwość wysyłania wsparcia finansowego do bliskich i postrzegają to jako główną korzyść, podczas gdy mieszkańcy Europy Wschodniej koncentrują się bardziej na opłaceniu zobowiązań i rachunków. Takie spostrzeżenia pomagają nam dopasować naszą ofertę.

W PayU przetwarzamy około 1,6 milionów transakcji każdego dnia. Wiemy zatem, że możliwość wysyłania i otrzymywania pieniędzy ma moc przekraczania granic i łączenia ludzi i firm na całym świecie. Czy będzie to możliwość dokonywania natychmiastowych, bezproblemowych zakupów, czy chodzi o przesłanie pieniędzy przyjaciółom i rodzinie, dostęp do płatności może poprawić życie osób na szybko rozwijających się rynkach na wiele sposobów.

Jednak uzyskanie efektywności operacyjnej na skalę globalną nie jest łatwe. Korzystamy z najnowocześniejszej technologii do realizacji płatności oraz z globalnie rozproszonej architektury, by mieć pewność, że nasze usługi działają na całym świecie. Zaawansowana technologia pozwala nam osiągnąć niezawodność i skalę działania, ale tylko dzięki lokalnemu doświadczeniu możemy zrozumieć zwyczaje płatnicze i preferencje ludzi na każdym rynku. Na nic nie przyda się fantastyczny system, jeżeli ludzie nie będą mieli do niego dostępu”.

Mario Shiliashki
Head of Payments, PayU

Rozdział trzeci

Związek pomiędzy usługami finansowymi a dobrobytem

Istnieje bardzo wyraźna więź pomiędzy usługami finansowymi a dobrobytem na szybko rozwijających się rynkach. Im lepsze było postrzeganie dostępu w danym regionie, tym silniejsza była więź pomiędzy usługami finansowymi a dobrobytem.

Jednak w usługach finansowych i w dobrobycie nie chodzi tylko o dochód i bogactwo. Oszczędności i bezpieczeństwo finansowe są oceniane wyżej niż ogólnie pojmowane bogactwo. Tymczasem usługi finansowe, które wpływają na te czynniki, są wyraźniej powiązane z poczuciem zamożności.

Tworzenie więzi...

Większość respondentów na szybko rozwijających się rynkach dostrzega związek między dostępem do usług finansowych a wzrostem dobrobytu osobistego. Trzech na pięciu respondentów uważało, że usługi finansowe pomogły im zwiększyć dobrobyt, a ponad 75% było optymistami, wyrażając przekonanie, że usługi finansowe mogą pomóc w planowaniu przyszłego dobrobytu. Prawie połowa uważała, że nie można osiągnąć dobrobytu bez dostępu do usług finansowych.

Podczas gdy samo bogactwo nie było wymieniane jako kluczowe kryterium dobrobytu, bezpieczeństwo i oszczędności na przyszłość były wskazywane bardzo często. 42% respondentów wymieniło stabilną, dobrze płatną pracę jako istotny czynnik dobrobytu, a ponad jedna czwarta wskazała, że posiadanie oszczędności na przyszłość odpowiada ich definicji dobrobytu. Takie wyniki pokazują jasny związek między usługami finansowymi a dobrobytem: posiadanie zabezpieczenia i unikanie trudności w przyszłości jest ważniejsze, niż kapitał zgromadzony dzisiaj.



Zobaczyć to uwierzyć

Respondenci, którzy uważali się za najbardziej zamożnych, byli bardziej skłonni dostrzec, jak usługi finansowe pomogły im w osiągnięciu tego dobrobytu. Byli także bardziej skłonni wierzyć, że usługi finansowe pomogą im w osiągnięciu dobrobytu w przyszłości.

Widać to wyraźnie na rynku azjatyckim, gdzie największy odsetek respondentów określił siebie jako dobrze prosperujących lub bardzo zamożnych. Aż 80% stwierdziło, że usługi finansowe pomogły im w osiągnięciu większego dobrobytu, w porównaniu z 60% takich odpowiedzi na całym świecie.

Działa to w obydwie strony. Osoby, które uważają się za mało zamożne, były najmniej skłonne by sądzić, że usługi finansowe pozytywnie wpłynęły na ich dobrobyt. Tylko 35% zgodziło się, że dobrobyt wzrósł wraz z lepszym dostępem do usług finansowych. Porównajmy to do 78% respondentów, którzy uważają się za bardzo zamożnych. Osoby, które uważają się za mało zamożne, deklarowały także najgorszy dostęp do usług finansowych, a niemal jedna osoba na pięć wskazywała na brak dostępu do jakichkolwiek najważniejszych usług.

Pomiędzy osobami, które odczuwają brak dobrobytu, a tymi, które czują się zadowolone z poziomu swojej zamożności istnieje wyraźna różnica zdań co do roli, jaką mogą odegrać w naszym życiu usługi finansowe. Sposób postrzegania dobrobytu wyraźnie informuje o tym, czy dostęp do usług finansowych jest uważany za cenny.

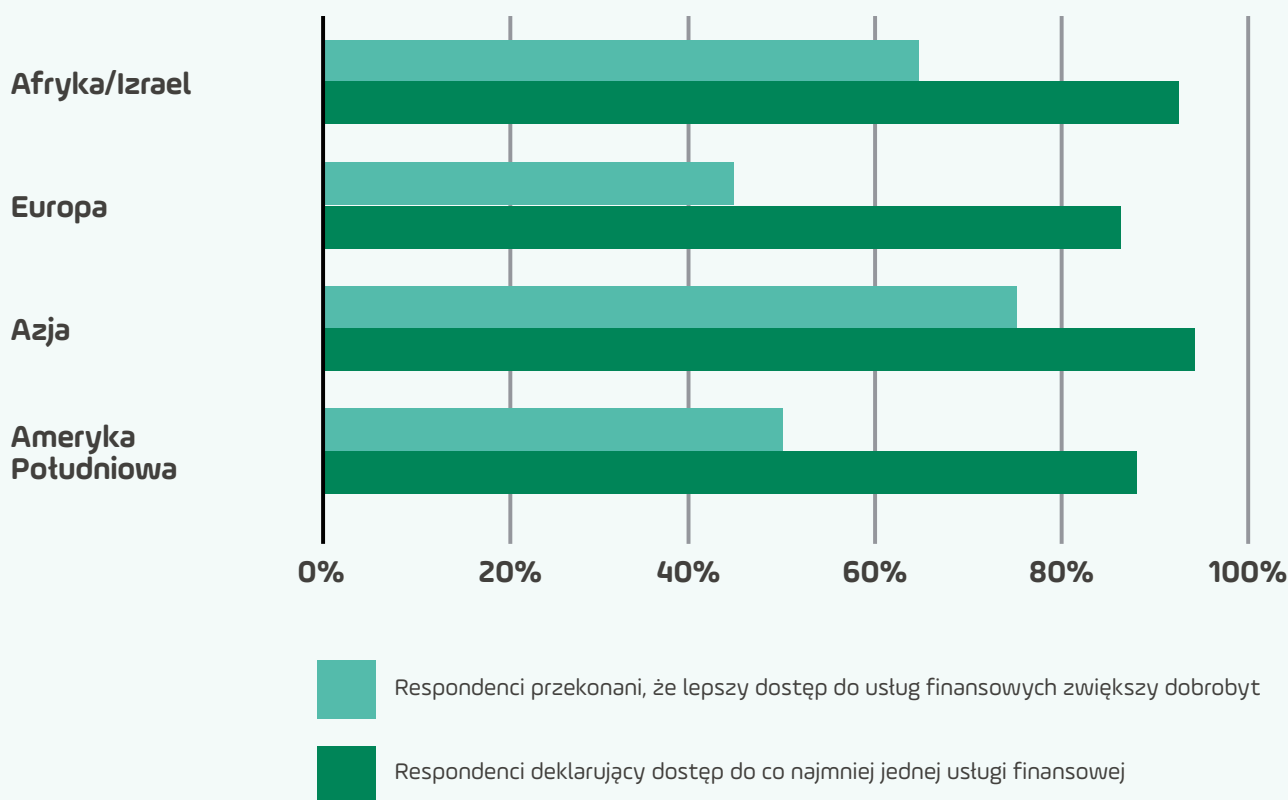
Dostęp i wpływ

Poziom dostęp do usług finansowych na wszystkich kontynentach odgrywa istotną rolę w tym, jak ludzie postrzegają wpływ usług finansowych na ich poziom dobrobytu.

Europa Wschodnia jest jedynym regionem, w którym mniej niż połowa respondentów uważała, że lepszy dostęp do usług finansowych zwiększa dobrobyt – 45% w porównaniu do średniej wynoszącej 59%, a jednocześnie była regionem z najniższym postrzeganym dostępem do usług finansowych.

W Ameryce Południowej wynik ten nie był o wiele wyższy, połowa respondentów była zgodna, że lepszy dostęp do usług finansowych zwiększy ich dobrobyt. Region ten wykazał także niski ogólny poziom dostępu do usług finansowych, 11% respondentów wskazało, że wcale nie ma do nich dostępu.

Postrzegany dostęp do usług finansowych i ich wpływ na dobrobyt



Im łatwiejszy dostęp, tym bardziej oczywisty wpływ

Deponowanie pieniędzy – usługa, którą większość respondentów uznało za łatwo dostępną – było również jedną z usług, której korzyści były dla nich łatwe do zidentyfikowania. Tylko 3% wszystkich respondentów na całym świecie nie było w stanie wskazać korzyści związanych z deponowaniem pieniędzy.

Respondenci wskazali, że kredyt ma najmniejszy wpływ na dobrobyt w porównaniu z innymi usługami, jest jednak również postrzegany jako najtrudniej dostępny; cztery osoby na pięć nie miały łatwego dostępu do pożyczek. Brak faktycznego doświadczenia dotyczącego korzystania z kredytów może powodować, że ludzie nie dostrzegają związanych z nim korzyści.

Co ciekawe, kredyt był również najniżej ocenianą usługą służącą zaspokojeniu wielu lub wszystkich potrzeb finansowych, przy czym tylko połowa respondentów uznała kredyt za zadowalający. Wskazuje to zarówno na potrzebę, jak na i możliwości w tej dziedzinie – lepszy dostęp, łatwość dostępu i możliwość zaspokojenia potrzeb respondentów są niezbędne, aby lepiej służyć ludziom i wykazać im korzyści płynące z pożyczania pieniędzy.

Postrzeganie dotyczące oszczędzania pieniędzy było bardziej zróżnicowane. Pomimo iż możliwości oszczędzania nie są uważane za usługi łatwo dostępne, jednak najwięcej osób deklarowało dostęp do niej. Jest także najczęściej wskazywana jako usługa wpływająca na dobrobyt. Dane globalne ukrywają pewne rozróżnienia: oszczędzanie pieniędzy związane jest z największymi rozbieżnościami pomiędzy regionami w odniesieniu do łatwości dostępu. Trzy czwarte respondentów w Azji twierdzi, że usługa ta jest łatwo dostępna, ale w Ameryce Południowej ich odsetek spada do połowy. Respondenci o ponadprzeciętnym dochodzie również częściej uważali, że oszczędzanie jest łatwo dostępne, niż ci, którzy mieli dochód poniżej średniej dla ich regionu.

„Nie ma rozwiązań nadających się dla każdego. Rola technologii w naszej branży polega na tym, aby główne usługi finansowe były łatwe i dostępne dla wszystkich, zwłaszcza dla osób, które czują się najbardziej zagrożone pod względem finansowym. Ponieważ staramy się tworzyć cyfrowe ekosystemy oparte na współpracy, zapewnienie, że nasze usługi są otwarte od początku do końca, jest sposobem na zmaksymalizowanie możliwości oferowanych przez technologię, aby dokonać rzeczywistych zmian na rynkach szybko rozwijających się, na całym świecie.

Widzieliśmy ogromny wpływ, jaki usługi takie jak kredyty mogą wywierać na poszczególne osoby i na całe gospodarki. Jednocześnie nie jest zaskoczeniem, że osoby bez dostępu do nich nie są świadome wszystkich potencjalnych korzyści. Im szybciej przełamiemy granice i poprawimy integrację finansową, tym szybciej ludzie odczuwają, że mogą zwiększać swój dobrobyt.”

Laurent Le Moal
CEO, PayU



Rozdział czwarty

Usługi finansowe: korzyści praktyczne i emocjonalne

Respondenci z szybko rozwijających się rynków byli w stanie łatwo zidentyfikować korzyści oferowane przez usługi finansowe. Korzyści emocjonalne były łatwiej kojarzone z dobrobytem niż korzyści praktyczne, a najbardziej cenione było bezpieczeństwo i spokój.

Identyfikacja korzyści

Po ustaleniu związku między dostępem do usług finansowych a postrzeganiem dobrobytu na szybko rozwijających się rynkach, sięgnęliśmy głębiej, zadając pytania o konkretne korzyści związane z każdą z tych usług. Zostały one zdefiniowane jako korzyści praktyczne, na przykład możliwość oszczędzania na przyszłość lub zapewnienia bytu rodzinie, lub jako korzyści emocjonalne/społeczne, takie jak ograniczenie niepewności finansowej lub zacieśnienie więzów z bliskimi.

Zrozumienie, gdzie ludzie dostrzegają największe korzyści - i jakie to są korzyści - jest kluczowe dla stworzenia właściwych usług finansowych, które będą miały odpowiedni wpływ na szybko rozwijające się rynki.

Co najmniej 90% respondentów było w stanie określić emocjonalne i praktyczne korzyści płynące z każdej usługi finansowej, dowodząc w ten sposób, że osoby na szybko rozwijających się rynkach wyraźnie dostrzegają wartość, jaką takie usługi wnoszą do ich codziennego życia.



Korzyści emocjonalne



Poczucie
bezpieczeństwa



Zmniejszenie
stresu
finansowego



Zapewnienie
spokoju

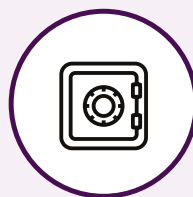
Korzyści praktyczne



Posiadanie
oszczędności
na wypadek trudności
lub nagłego wypadku



Możliwość
zainwestowania
w firmę lub
w koncepcję



Zabezpieczenie
środków

Bezpieczeństwo i ochrona

Na rynkach szybko się rozwijających, bezpieczeństwo i spokój ducha były postrzegane jako podstawowe korzyści związane z niemal każdą usługą finansową. Wyraźnie widoczna jest koncentracja na przyszłości, przy czym szczególnie ważna jest zdolność do zabezpieczenia się przed potencjalnymi trudnościami, jakie mogą się pojawić. Na przykład, ponad połowa respondentów dostrzegała korzyści płynące z oszczędzania i pomnażania środków finansowych na wypadek trudności i nieprzewidywanych zdarzeń. Nacisk położono wyraźnie na ochronę przed negatywnymi zdarzeniami, nie zaś na pozytywne zmiany, jakie usługi finansowe mogą oferować już dzisiaj.

Korzyści emocjonalne

Spośród pięciu głównych usług finansowych 100% respondentów potrafiło wskazać korzyści emocjonalne płynące z możliwości oszczędzania i pomnażania pieniędzy. W przypadku kredytu, czyli usługi finansowej, do której dostęp określono wcześniej jako najtrudniejszy, aż 94% badanych potrafiło zidentyfikować korzyści praktyczne związane z możliwością pożyczania pieniędzy, podczas gdy 90% potrafiło wskazać korzyści emocjonalne.

Najbardziej rozpoznawalne korzyści z usług finansowych są związane z postrzeganiem tego, co definiuje dobrobyt. Na przykład, posiadanie oszczędności na wypadek trudnej sytuacji jest zgodne z opinią ponad 40% respondentów, którzy stwierdzili, że bezpieczna, dobrze płatna praca jest konieczna, aby uznać kogoś za zamożnego. Dwie usługi, w przypadku których korzyści emocjonalne były trudniejsze do zidentyfikowania niż korzyści praktyczne, miały jednocześnie najniższy odsetek respondentów wskazujących, że usługi te przyczyniają się do zwiększenia dobrobytu. Wskazuje to na istnienie silniejszej więzi pomiędzy korzyściami emocjonalnymi i postrzeganiem dobrobytu, niż ma to miejsce w przypadku korzyści praktycznych.

Natychmiastowa nagroda: głębsze spojrzenie na kredyty i płatności.

Kredyty i płatności były jedynymi usługami, w przypadku których respondentom łatwiej było określić praktyczne korzyści niż korzyści emocjonalne. Ponieważ przewiduje się, że globalna wartość e-handlu przekroczy 4,6 bilionów USD do roku 2022, możliwość natychmiastowego dokonania zakupu staje się standardem na świecie. Bezproblemowe zakupy, ze skróconym czasem realizacji, stanowią część podstaw branży e-handlu. Dlatego zrozumiałym jest, że łatwiej jest dostrzec praktyczne, namacalne rezultaty tych dwóch usług, które zaspokajają bardziej bezpośrednie potrzeby. Tymczasem ubezpieczenia, deponowanie środków i oszczędzanie wykazują bardziej skoncentrowane korzyści i dlatego są łatwiej kojarzone z korzyściami emocjonalnymi/społecznymi, takimi jak spokój i zmniejszony poziom stresu.

Korzyści powiązane z płatnościami:

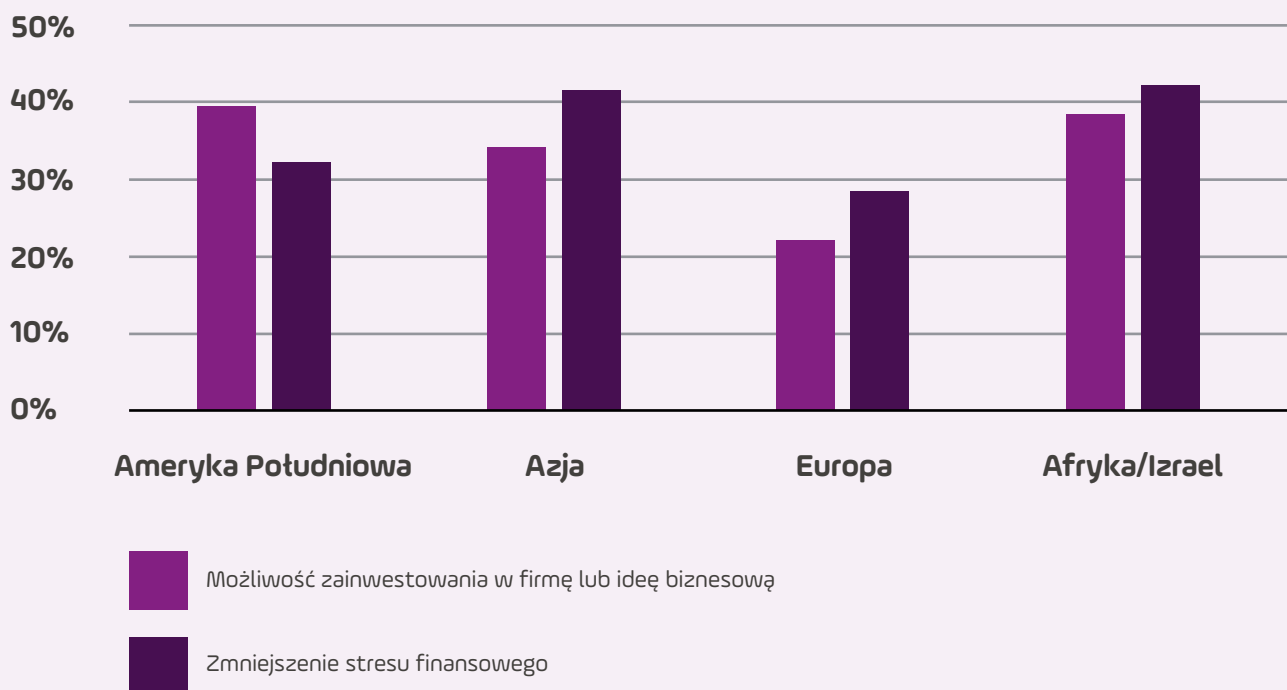
Korzyści z tytułu płatności związane są z bieżącymi kwestiami finansowymi, takimi jak płacenie rachunków i pomaganie przyjaciółom lub krewnym. Wynikająca z nich korzyść emocjonalna to zmniejszenie obaw o sytuację finansową, własną lub osób bliskich. Ponad połowa ankietowanych w każdym regionie uznała zapewnienie szybkiej i łatwej spłaty zobowiązań i rachunków za jedną z największych praktycznych korzyści. Ponadto połowa respondentów na całym świecie jako korzyść z płatności wskazała możliwość udzielenia lub otrzymania pomocy, gdy jest ona potrzebna. To reaktywne, motywowane terminami, korzystanie z tej usługi finansowej podkreśla jej zalety praktyczne, przeważające nad zaletami emocjonalnymi. Respondenci z Azji o wiele częściej za jedną z głównych korzyści związanych z tą usługą wskazują przesyłanie lub otrzymywanie pieniędzy jako prezentów lub niespodzianek (38% w porównaniu do 26% średnio dla wszystkich respondentów).

Korzyści powiązane z kredytami:

Możliwość zainwestowania w firmę lub w ideę została wskazana przez jedną trzecią respondentów jako praktyczna korzyść związana z kredytem. Jako następną najważniejszą korzyść wskazano możliwość realizacji podstawowych potrzeb w trudnych czasach – zostało to uznawane za ważne najczęściej przez respondentów w Afryce/Izraelu (37%), a najrzadziej przez respondentów z Ameryki Południowej (25%). Dwie najpopularniejsze korzyści emocjonalne związane z kredytem to możliwość zmniejszenia stresu finansowego i niepewności związanej

z finansami. Jednak są one oceniane o wiele wyżej w Azji i Afryce/Izraelu niż w Ameryce Południowej czy Europie Wschodniej. Dane Banku Światowego mogą potencjalnie rzucić światło na tę kwestię, ponieważ ustalono, że na Bliskim Wschodzie, w Afryce Subsaharyjskiej i Azji Południowej występuje najwyższy odsetek osób dorosłych nie korzystających z żadnych usług bankowych¹⁰. Regiony, w których jest najwyższe prawdopodobieństwo występowania dorosłych nie korzystających z usług bankowych są również regionami, w których ograniczenie stresu i niepewności są uważane za podstawowe zalety dostępu do kredytu.

Najwyżej oceniane korzyści związane z pożyczaniem pieniędzy, w podziale na regiony



Usługi muszą służyć

Nawet najwyżej oceniane usługi finansowe realizują zaledwie sześć spośród dziesięciu potrzeb konsumentów. Wynika z tego jasny przekaz: istnieje przestrzeń do poprawy, a słuchanie o problemach zgłaszanych przez klientów jest jednym z najlepszych sposobów, aby wypracować rozwiązania.

Łatwość dostępu do usług finansowych odgrywa istotną rolę. Usługi o najłatwiejszym dostępie są jednocześnie tymi, które zdaniem respondentów najlepiej realizują potrzeby klientów. Możliwość deponowania pieniędzy oraz przysyłania lub otrzymywania płatności zostały uznane za najbardziej adekwatne usługi. Niepokoi jednak fakt, że tylko 62% respondentów stwierdziło, że te dwa rodzaje usług spełniają większość, lub wszystkie ich potrzeby.

¹⁰ Demirguc-Kunt, Asli, Leora Klapper, Dorothe Singer i Peter Van Oudheusden. Global Findex Database 2014: Measuring Financial Inclusion around the World. (Pomiar integracji finansowej na świecie). World Bank Policy Research Working Paper 7255. (Dokument roboczy Banku Światowego)

„Pracowałam w wielu krajach Europy, dzięki czemu dobrze zdaję sobie sprawę z różnic, jakie potrafią występować w jednym regionie. Od miejsc najbardziej zaawansowanych technologicznie, po rynki, które czasami były zaniedbywane i traktowane jako jednolite, każdy kontynent ma zróżnicowane systemy finansowe.

Europa jest fascynująca, ponieważ, z uwagi na trudne relacje pomiędzy dziedzictwem a innowacją, infrastruktura finansowa, która doskonale działa w jednym kraju, nie zawsze sprawdza się w innym. W coraz większym stopniu branża rozumie znaczenie usług opartych na realizacji potrzeb publicznych i w mniejszym stopniu polegających na tradycyjnej bankowości.

Wnioski z tego raportu podkreślają, że jest to absolutnie niezbędne dla integracji finansowej. Innowacja dotycząca tego, jak oraz gdzie realizujemy potrzeby finansowe ludzi, jest nieustającym wyzwaniem – lecz bardzo ekscytującym. Im więcej zgromadzimy obserwacji dotyczących naszych klientów na całym świecie, tym lepiej będą mogli działać wszyscy usługodawcy finansowi”.

Jane Zavalishina
Fintech Advisory Board, PayU



Spojrzenie na Europę Wschodnią

Respondenci z Europy Wschodniej, poproszeni o określenie praktycznych i emocjonalnych korzyści związanych z najważniejszymi usługami finansowymi, mieli z tym największe trudności. Warto zauważyć także, że ten region wykazuje najniższy postrzegany dostęp do tych usług¹¹.

Powiązanie tej analizy nastrojów z innymi badaniami nad integracją finansową podkreśla istotną kwestię dla sektora finansowego w Europie Środkowej i Wschodniej, gdzie stosunek do tradycyjnych instytucji finansowych (w szczególności banków) nie jest szczególnie pozytywny. W badaniu przeprowadzonym przez Departament Handlu Międzynarodowego, Czechy, Węgry, Polska, Rumunia i Słowacja wskazały, że odsetek ich ludności korzystającej z usług bankowych wynosi od 60% do 82%. Jednak zaufanie do banków nie przekracza poziomu 50% w żadnym z tych krajów, a najniższe – 27% – jest na Węgrzech, gdzie 72% ludności korzysta z usług bankowych¹².

Nasze badanie ustaliło, że te kraje Europy Wschodniej są bardzo zróżnicowane w postrzeganiu korzyści wynikających z usług finansowych, w porównaniu do innych szybko rozwijających się rynków, jakie były objęte badaniem. W odniesieniu do prawie wszystkich głównych usług finansowych, respondenci z Europy Wschodniej dostrzegają mniejsze korzyści, niż respondenci z innych regionów. Było to najbardziej widoczne, gdy omawiano korzyści płynące z wzięcia kredytu. Jeden na dziesięciu mieszkańców Europy Wschodniej stwierdził, że nie potrafi wskazać praktycznych korzyści płynących z pożyczania pieniędzy, a jeszcze większa liczba respondentów nie dostrzegła w tej usłudze korzyści społecznych/emocjonalnych (16%).

¹¹ Należy pamiętać, że w badaniu mamy nadreprezentację osób posiadających dostęp do Internetu.

¹² Departament Handlu Międzynarodowego we współpracy z Deloitte. Fintech in CEE: Charting the course for innovation in financial services technology. (Branża Fintech w Europie Środkowej i Wschodniej; Wyznaczanie kierunków innowacji w technologii usług finansowych). 2016

Wnioski

Niniejszy raport potwierdza, że pojęcie dobrobytu oznacza coś innego dla ludzi na różnych rynkach.

W naszym badaniu odkryliśmy głębię różnych poglądów na temat tego, co oznacza bycie zamożnym i przyjrzelśmy się temu, jak dostęp do różnych usług finansowych może wpływać na te poglądy. Wielkim zaskoczeniem dla wielu będzie fakt, że wysokie dochody i ogólnie pojmowane bogactwo nie są wyraźnie powiązane z postrzeganiem dobrobytu przez ludzi, a trzy czwarte respondentów na szybko rozwijających się rynkach w ogóle nie bierze pod uwagę bogactwa jako czynnika dobrobytu. Zamiast tego, jako kluczowe dla osiągnięcia poczucia dobrobytu, wymieniane były najczęściej bezpieczeństwo i spokój ducha. Przypomina nam to o wpływie naszej pracy na ludzi i podkreśla, jak ściśle zdrowe finanse są powiązane ze zdrowymi umysłami.

Sześć na dziesięć osób, z którymi rozmawialiśmy, uważało, że usługi finansowe pomogły im w podniesieniu poziomu zamożności. Pojawiły się jednak znaki ostrzegawcze: osoby, które twierdzą, że mają najniższy dostęp do jakiegokolwiek usługi finansowej nie widzą możliwości poprawy swojej sytuacji. Zasadniczo, osoby niemające dostępu do usług finansowych nie posiadają także wizji dotyczącej ich przyszłego dobrobytu.

W związku z tym, jako branża, stoimy przed największym wyzwaniem. Naszym zadaniem jest nie tylko wspieranie inkluzji finansowej, ale także zapewnienie, że każda osoba będzie czuła się uprawniona do korzystania z usług finansowych i będzie rozumiała, jak usługi te będą mogły wzbogacać jej przyszłość.

Aby odnieść sukces w realizacji tej misji, potrzebujemy, aby rządy, regulatorzy, dostawcy technologii oraz firmy świadczące usługi finansowe zdobywały wiedzę w zakresie bodźców decydujących o zachowaniach przedstawionych w tym raporcie. Pozwoli nam to pracować na rzecz wspólnego celu, jakim jest dobrobyt i możliwość rozwoju dla wszystkich.

Z badania wynika, że nie można ignorować wpływu technologii na ludzkie zachowania oraz na korzystanie z usług finansowych. W Afryce wielka skala przyjęcia mobilnych usług finansowych całkowicie zmieniła to, kto ma dostęp do usług finansowych. Tymczasem w Indiach zastosowanie sztucznej inteligencji pozwoliło na udzielanie kredytów całym społecznościom, które wcześniej były wykluczone z takich działań. Efekty rewolucji technologicznej są odczuwane w całej Azji, ułatwiając dostęp do kredytów.

Integracja usług finansowych i technologii to wspaniały sukces, który jednak wiąże się z dużą odpowiedzialnością. Zdając sobie sprawę z globalnego wpływu naszej pracy, musimy nieustannie stawiać czoła wyzwaniu, jakim jest zapewnianie inkluzji finansowej. Korzystając z dostępnej technologii oraz z technologii przyszłości naprawdę będziemy mogli stworzyć świat bez granic finansowych, w którym każdy może się rozwijać”.

Laurent Le Moal
CEO, PayU



Wejdź na payu.com

