

# RAPORT SENIORZY W ŚWIECIE CYFROWYM

Potencjał, bariery i wyzwania  
seniorów podczas zakupów  
online i mobile

Raport opracowany przez Fundację Kobiety e-biznesu  
Badanie ilościowe (802 osoby)

Marzec 2023

## WPROWADZENIE

---

Przedstawiamy Państwu wyniki badania na temat pokolenia seniorów 60+, analizujące zachowania tej grupy społecznej w internecie. Analiza dotyczy korzystania z internetu i aplikacji mobilnych oraz zakupów online.

Raport wskazuje potencjał, bariery oraz wyzwania seniorów w zetknięciu z narzędziami i rozwiązaniami cyfrowymi. Prezentuje penetrację rynku internetowego, **potrzeby oraz doświadczenia seniorów w procesie zakupów online między innymi podczas wybierania produktów, dokonywania płatności lub poszukiwania możliwego kontaktu ze sprzedawcą**. Raport pokazuje także wspomaganą znajomość platform sprzedażowych i sklepów internetowych w tej grupie wiekowej.

Badanie zostało przeprowadzone z wykorzystaniem ankiety internetowej przez agencję badawczą Inquiry na panelu YouGov w marcu 2023 roku.

W wyniku badania uzyskana została próba **802 osób** powyżej 60 roku życia, z czego 718 respondentów kupiło jakikolwiek produkt lub usługę przez internet w ciągu ostatnich 6 miesięcy.

Zapraszamy do lektury!



POLSKA  
BEZGOTÓWKOWA



## SPIS TREŚCI

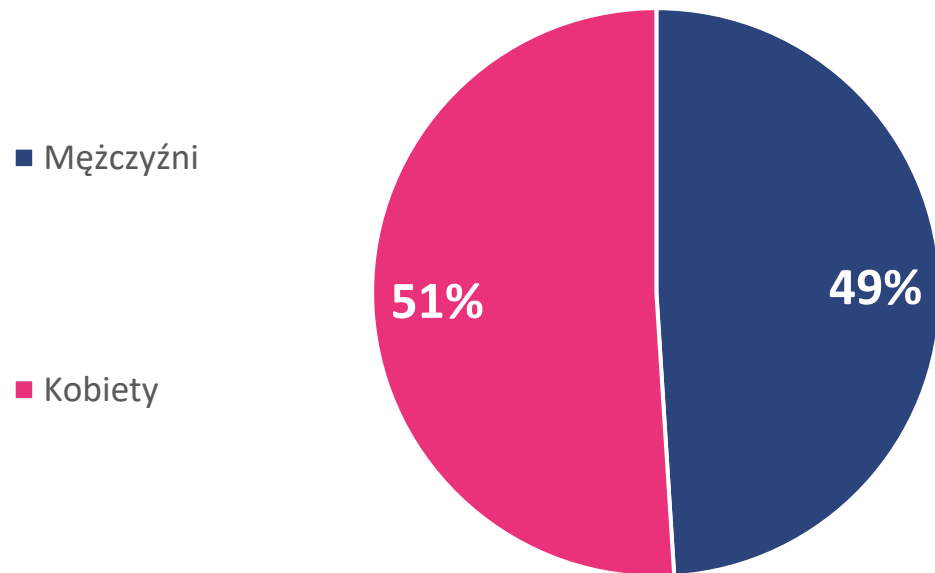
---

1. Charakterystyka korzystania z internetu	str. 5-8
2. Korzystanie z aplikacji mobilnych	str. 9-10
3. Zakupy w internecie – podstawowe informacje	str. 11-15
4. Kupowane kategorie produktowe oraz wydatki	str. 16-17
5. Preferowane formy płatności oraz dostawa	str. 18-21
6. Ocena zadowolenia z zakupów online oraz ważność czynników	str. 22-27
7. Zagadnienia związane z internetem	str. 28-29
8. Podsumowanie	str. 30-31

# STRUKTURA PRÓBY

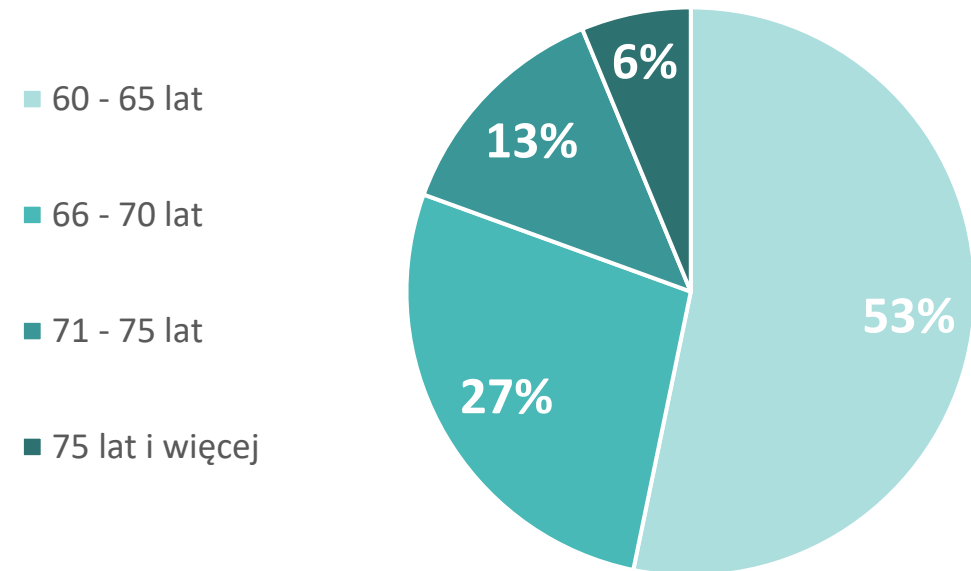
? Proszę podać swoją płeć. N=802

## PŁEĆ



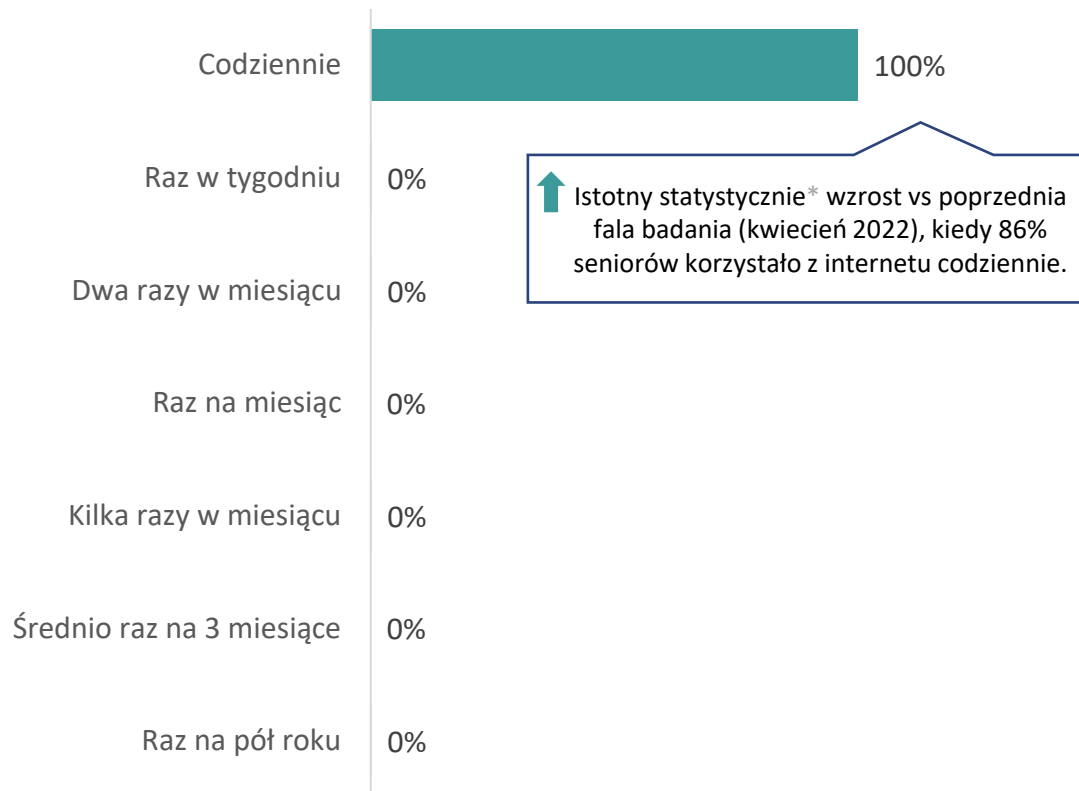
? Proszę podać swój wiek. N=802

## WIEK



# CZĘSTOTLIWOŚĆ KORZYSTANIA Z INTERNETU

P1. Jak często korzysta Pan/i z internetu? N=802



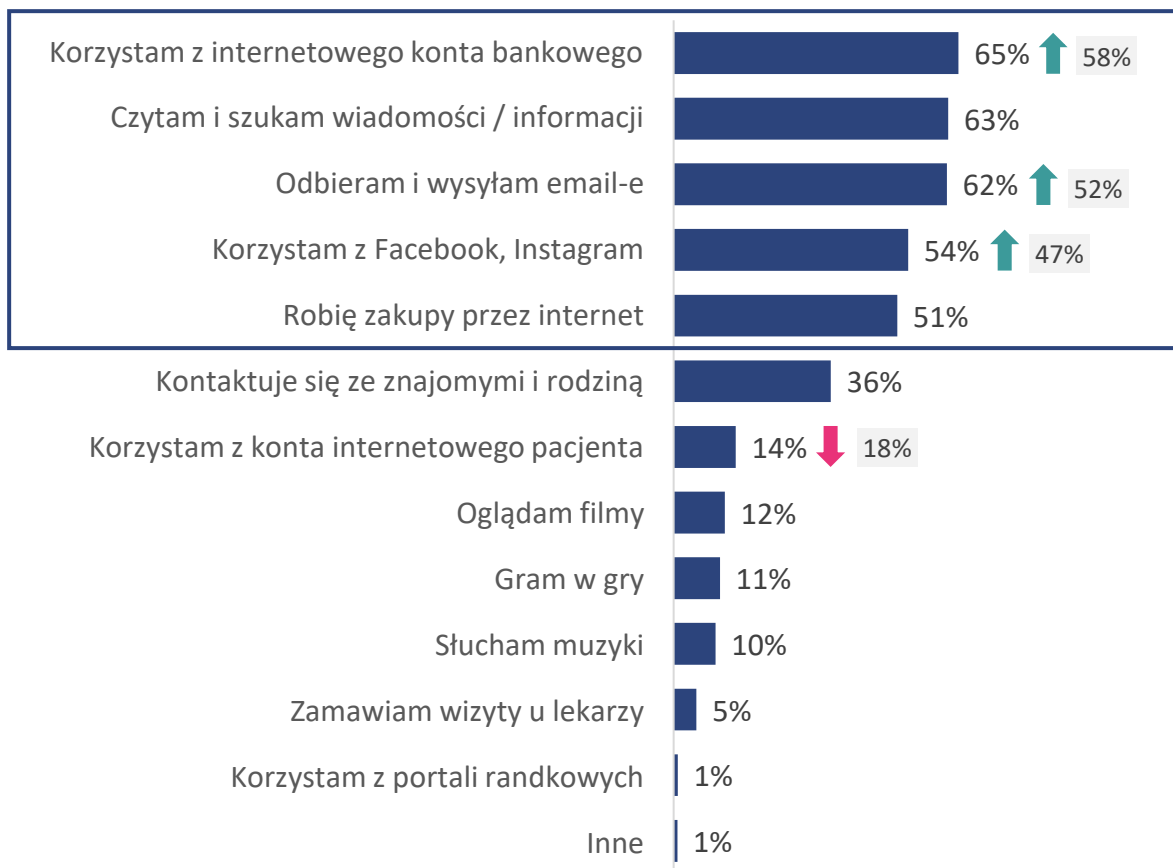
Seniorzy niemal wszyscy biorący udział w badaniu korzystają z internetu codziennie.

Jest to istotny wzrost w stosunku do kwietnia zeszłego roku, kiedy to korzystanie z internetu każdego dnia deklarowało 86% seniorów (co również stanowiło znakomitą większość).



# CELE KORZYSTANIA Z INTERNETU

P4. W jakim celu korzysta Pan/i z internetu? Proszę o wskazać 4 najczęściej wykorzystywane sytuacje. N=802



Raport Fundacji Kobiety e-biznesu. „Seniorzy w świecie cyfrowym”

↑↓ różnica istotna statystycznie vs kwiecień 2022 (na 95% poziomie ufności)  
X% wynik w poprzedniej fali (kwiecień 2022)

Seniorzy najczęściej wykorzystują internet, aby mieć dostęp do internetowego konta bankowego (65%), do wiadomości i informacji (63%) oraz do poczty e-mail (62%). Ponad połowa korzysta także z mediów społecznościowych (54%) oraz robi zakupy online (51%).

Wśród osób w wieku 60+ w stosunku do kwietnia 2022 wzrosła popularność korzystania z konta bankowego online, z poczty e-mail oraz z mediów społecznościowych. Zmalało natomiast użytkowanie internetowego konta pacjenta.

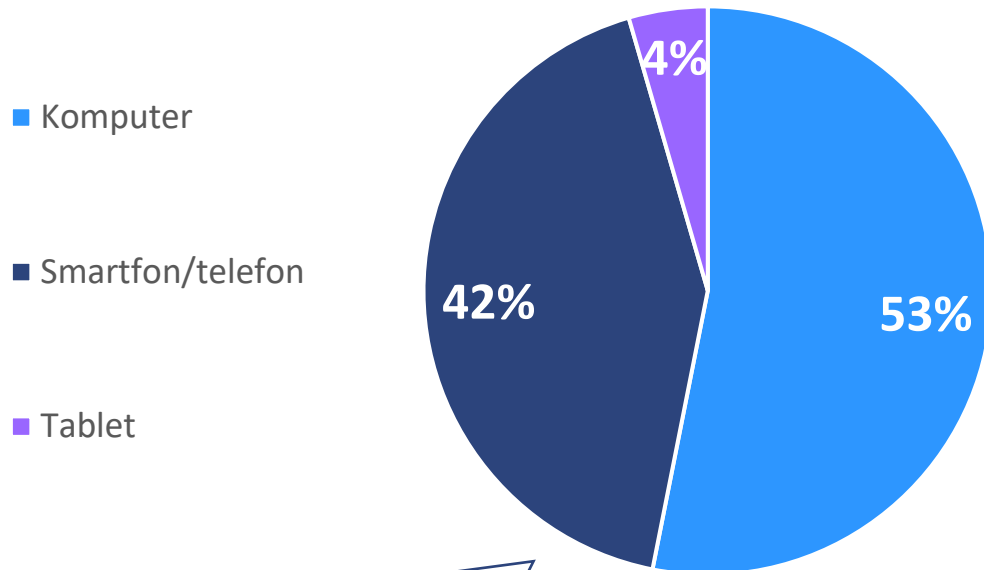


Pewne obawy wobec bankowości internetowej zauważalne w grupie Silver Generation udało się już w dużej mierze przełamać. Rosnące zaufanie względem tych usług może być spowodowane silnym akcentem, jaki marki i instytucje publiczne postawiły na działania edukacyjne dla seniorów w tym zakresie. Widać też, że osoby w wieku 60+ w pełni korzystają z innych dobrodziejstw online'u. Znacznie częściej traktują internet jako źródło kontaktów ze światem – poprzez pocztę elektroniczną i social media. Wciąż wysoki pozostaje również odsetek tych seniorów, którzy w sieci szukają wiarygodnych informacji. W tym aspekcie większego znaczenia nabiera budowanie świadomości na temat cyberbezpieczeństwa, umiejętności odróżniania rzetelnych danych od fake newsów – mówi **Adrianna Kubik, Business Director & Board Member, They.pl.**



# NAJCZĘŚCIEJ WYKORZYSTYWANE URZĄDZENIE

P2. Z jakiego urządzenia Pan/i najczęściej korzysta będąc w Internecie?  
N=802



↑ Istotny statystycznie\* wzrost korzystania ze smartfonu/ telefonu vs kwiecień 2022, kiedy 37% seniorów korzystało z takiego urządzenia będąc w Internecie.

Ponad połowa seniorów najczęściej wykorzystuje komputer do przebywania w Internecie (53%), jednak rośnie popularność smartfonów - obecnie ponad 2 na 5 osób w wieku 60+ najczęściej wybiera to urządzenie (42%), co jest wyższym wynikiem w porównaniu do ubiegłej fali badania.

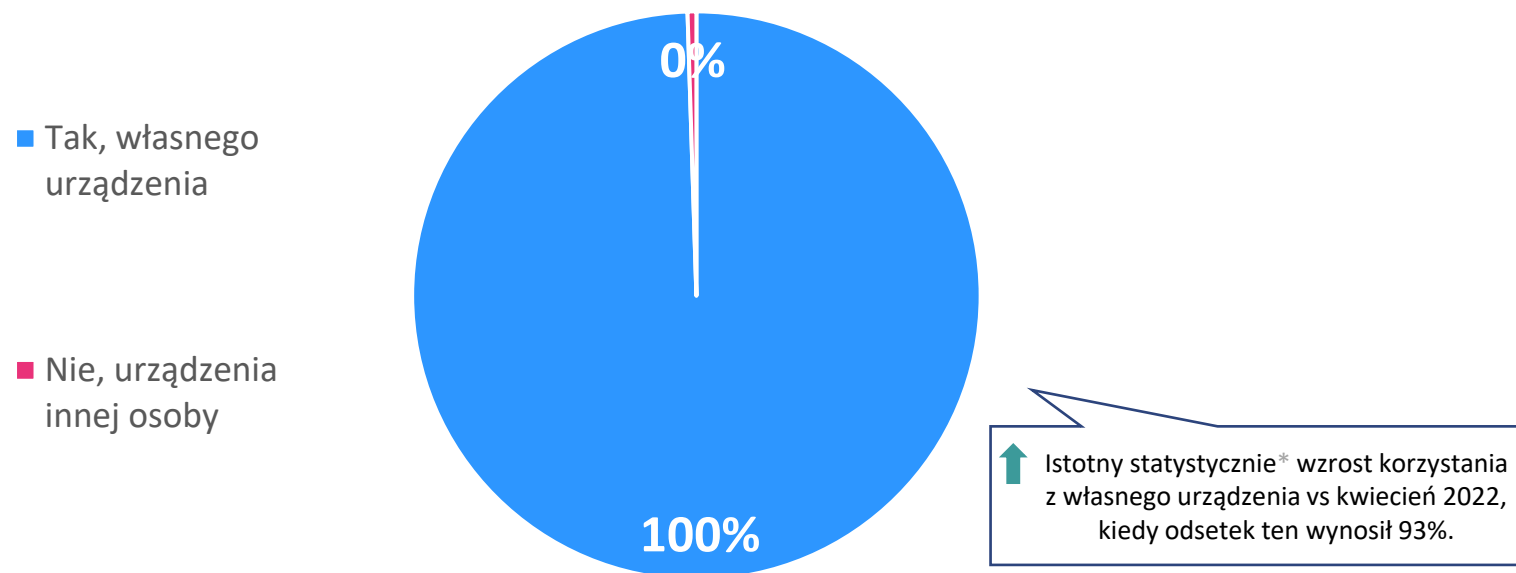
Wykorzystanie tabletu do przebywania w Internecie pozostaje znikome (4%).



42% seniorów, jak wynika z badania wykorzystuje smartfon do serfowania i zakupów w internecie. Jest to zdecydowanie niższy wynik w porównaniu z 75% potwierdzonym w grupie wszystkich internautów w Polsce (według badania E-commerce w Polsce, Gemius 2022). W 2022 roku po raz pierwszy w Polsce odnotowana została przewaga smartfona nad laptopem podczas zakupów online. W grupie społecznej 60+ widać trend wzrostowy. Seniorzy oswiają się z mobile. Większy dostęp do smartfonów, edukacja i wsparcie narzędziowe pomogą w zbudowaniu doświadczenia - mówi **Anna Heimberger, Prezes Fundacji Kobiety e-biznesu.**

## WŁASNE URZĄDZENIE VS CUDZE

P3. Czy korzystając z internetu używał/a Pan/i najczęściej własnego urządzenia? N=802



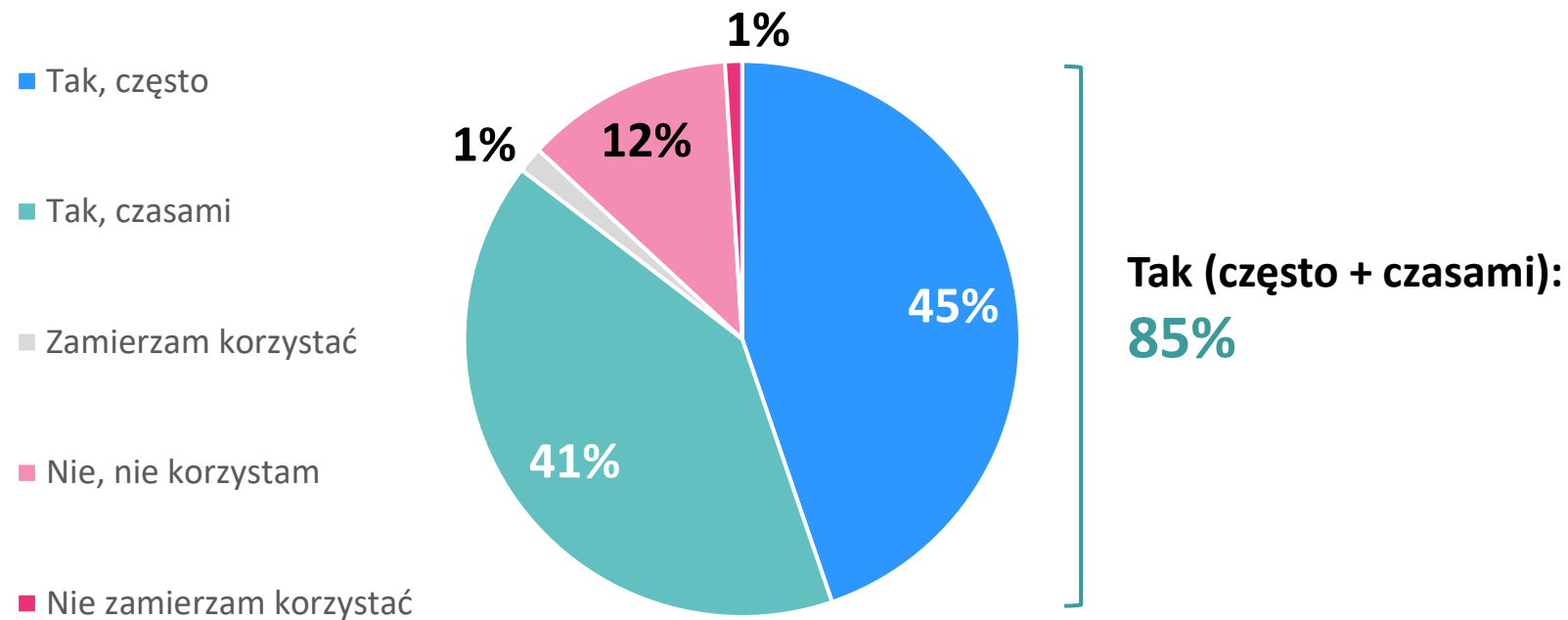
Raport Fundacji Kobiety e-biznesu. „Seniorzy w świecie cyfrowym”

Niemalże **100%** seniorów używa własnego urządzenia do korzystania z internetu – jest to istotny wzrost w stosunku do wyników z kwietnia 2022.



# KORZYSTANIE Z APLIKACJI MOBILNYCH

P5. Czy korzysta Pan/i z aplikacji mobilnych na telefonie? N=802

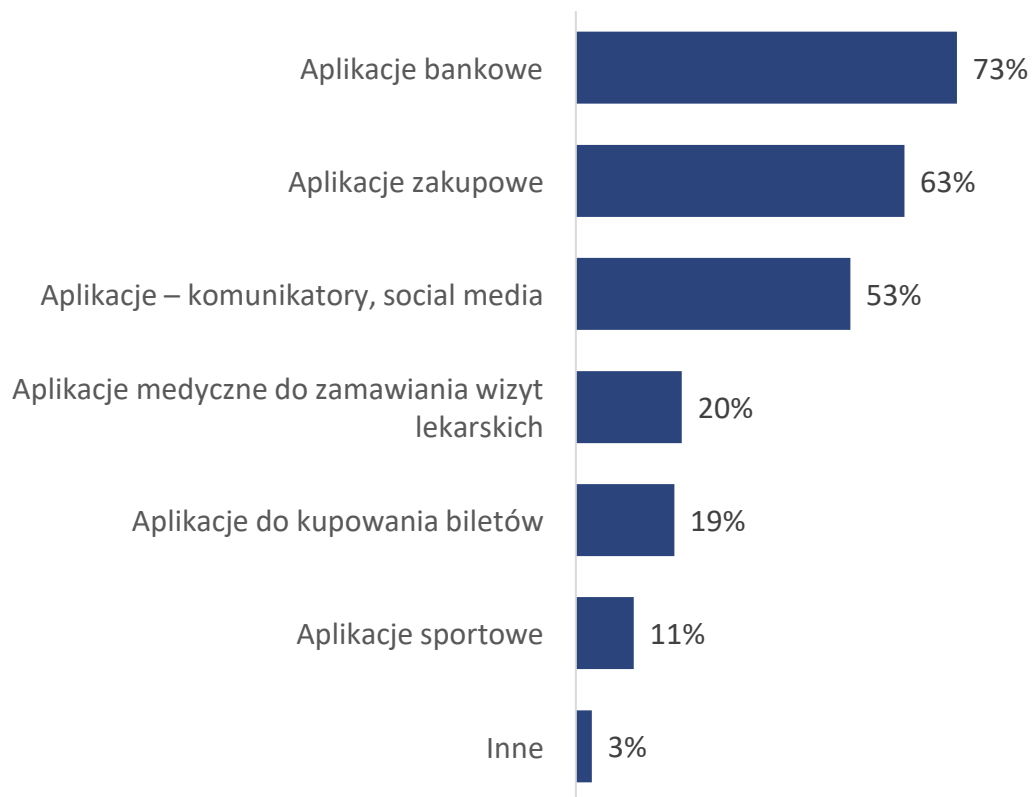


Raport Fundacji Kobiety e-biznesu. „Seniorzy w świecie cyfrowym”

Znakomita większość seniorów korzysta z aplikacji mobilnych na telefonie (85%), a niemal połowa korzysta z nich często (45%). Odsetek osób deklarujących, że nie zamierzają korzystać z aplikacji, jest znikomy (1%).

# WYKORZYSTYWANE APLIKACJE MOBILNE

P6. Z jakich aplikacji mobilnych Pan/i korzysta? N=685



Niemal 3 na 4 seniorów korzystających z aplikacji mobilnych używa aplikacji bankowych (73%), a prawie 2 na 3 aplikacji zakupowych (63%). Ponad połowa wykorzystuje także komunikatory i aplikacje związane z mediami społecznościowymi (53%).

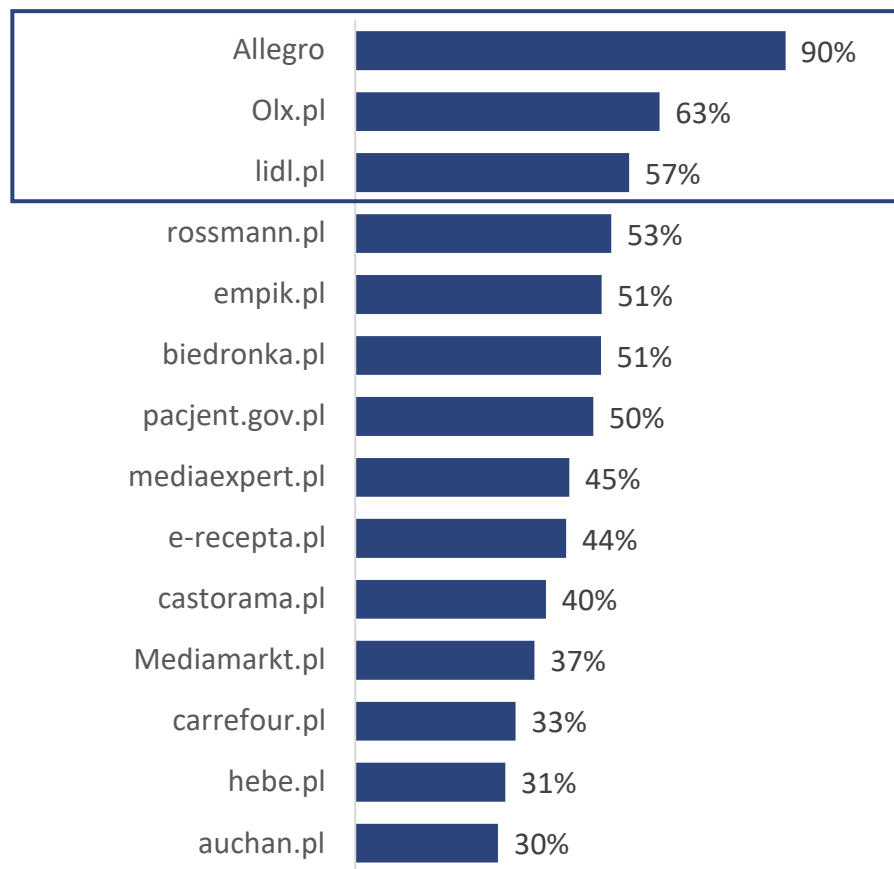
Co warto podkreślić aplikacje medyczne należą do mniej popularnych aplikacji w tej grupie.



Rynek aplikacji mobilnych w Polsce rośnie bardzo dynamicznie. Mamy już ponad 26 mln jego użytkowników. Największą popularnością wśród konsumentów cieszą się aplikacje z grami, rozrywkowe oraz social media. Wśród seniorów, co nie dziwi, zyskują aplikacje bankowe oraz zakupowe. To ważne, że znikają bariery i seniorzy bardziej ufają technologii co oznacza, że nie boją się zarządzać finansami mobilnie. 73% - 63% seniorów korzystających z tego typu aplikacji to bardzo dobry wynik. Pamiętajmy o dostosowaniu UX do potrzeb tej grupy społecznej - mówi **Dorota Bachman, Członkini Zarządu Fundacji Kobiety e-biznesu.**

# ZNAJOMOŚĆ SKLEPÓW I PLATFORM INTERNETOWYCH (1/2)

P7. Które z poniższych serwisów internetowych, w których można dokonać zakupów produktów lub zamówić usługi zna Pan/i? N=802



Raport Fundacji Kobiety e-biznesu. „Seniorzy w świecie cyfrowym”, marzec 2023

Allegro jest zdecydowanym liderem wśród seniorów jeśli chodzi o serwisy internetowe, w których można zrobić zakupy online – znakomita większość kojarzy ten portal (90%).

Niemal 2 na 3 osoby w wieku 60+ zna również olx.pl (63%), a ponad połowa deklaruje znajomość serwisów lidl.pl (57%), rossmann.pl (53%), empik.pl (51%) czy biedronka.pl (51%).



Obecni seniorzy to pokolenie coraz bardziej świadome możliwości jakie dają nowe technologie i e-commerce. Wbrew stereotypom, sprawnie poruszają się w internecie, w większości korzystają z komputerów, smartfonów i coraz częściej robią zakupy online. To, na co zwracają szczególną uwagę to bezpieczeństwo, wygoda oraz najniższa cena. Myślę, że właśnie te trzy aspekty decydują o ogromnej popularności naszej platformy wśród dojrzałych konsumentów. Na Allegro mogą zrobić zakupy szybko, bez wychodzenia z domu, a od niedawna także z gwarancją najniższej ceny. Jednocześnie, chcąc pokazać, że korzystanie z naszej platformy jest naprawdę intuicyjne, stworzyliśmy stronę [toproste.allegro.pl](https://toproste.allegro.pl) z poradnikami wideo i wskazówkami. Ponadto, wspólnie z Krajowym Instytutem Gospodarki Senioralnej uruchomiliśmy także bezpłatną infolinię dla seniorów. Wszystko po to, aby jeszcze bardziej przybliżyć seniorom świat zakupów online, a jednocześnie odpowiedzieć na ich potrzeby - mówi **Marta Mikliszańska**, Head of Group Public Affairs & ESG, Allegro.

**Wybierz więcej**

**możliwości**

**Płać tak**

**jak lubisz**



[www.polskabezgotowkowa.pl](http://www.polskabezgotowkowa.pl)



**POLSKA  
BEZGOTÓWKOWA  
DLA CIEBIE**

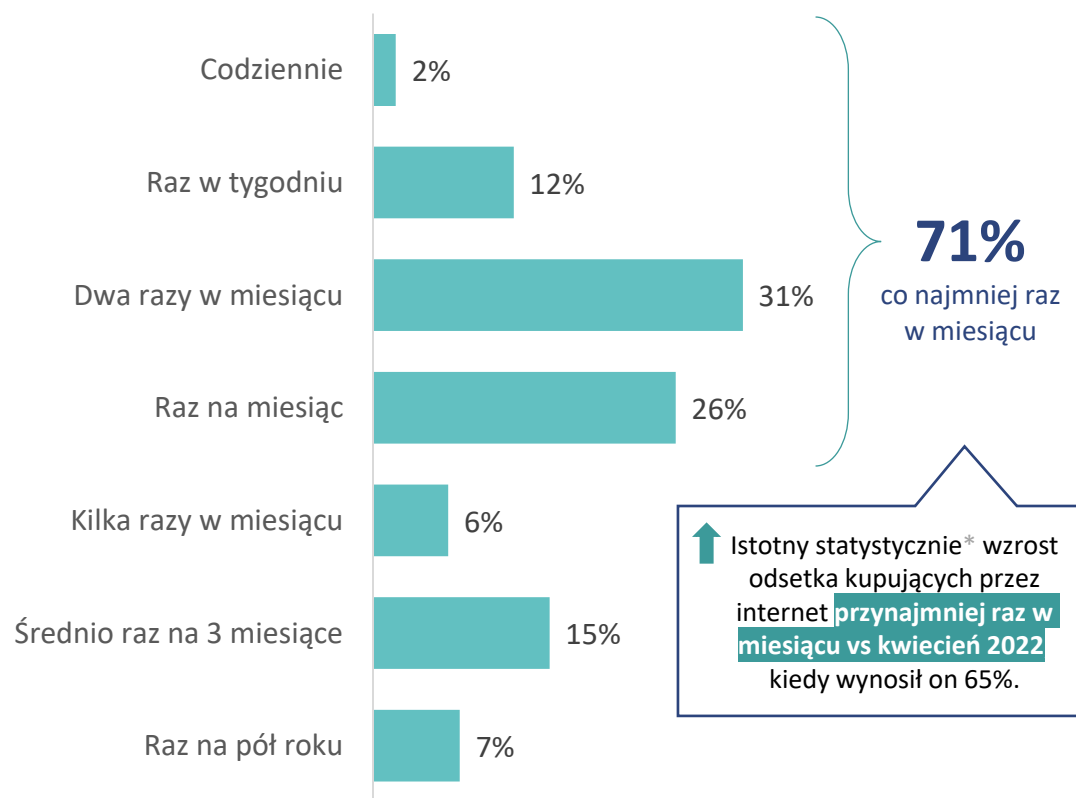
**POMÓŻ SWOIM BLISKIM ZROZUMIEĆ  
NOWOCZESNE PŁATNOŚCI!**

**Gotowibezgotowkowi.pl** to internetowe centrum edukacji finansowej i cyfrowej. Na portalu dostępne są informacje i porady dotyczące płatności bezgotówkowych, bankowości online, bezpieczeństwa w sieci oraz zarządzania domowym budżetem.

**Przygotuj się na świat płatności bezgotówkowych!**

# CZĘSTOTLIWOŚĆ KUPOWANIA ONLINE W OSTATNICH 6 MIESIĄCACH

P9. Jak często zamawiał/a lub kupował/a Pan/i w przeciągu ostatnich 6 miesięcy przez internet? N=718



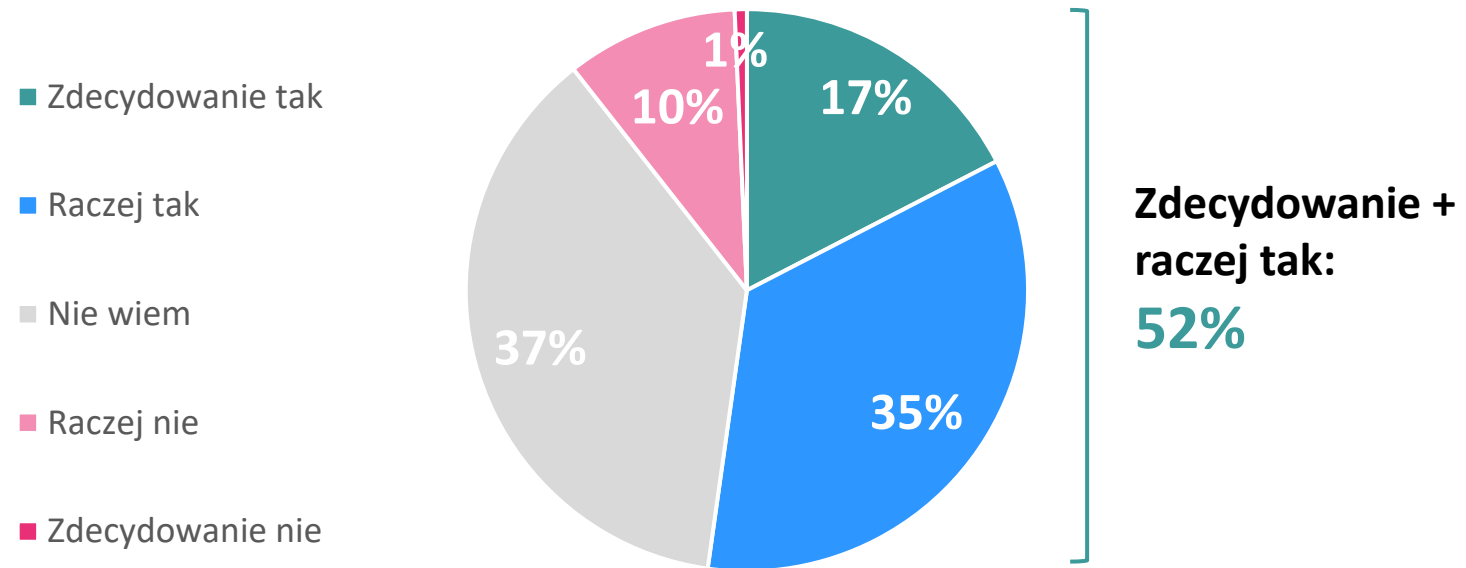
Ponad 7 na 10 (71%) spośród seniorów, którzy w ciągu ostatniego półrocza kupili coś przez internet, dokonuje zakupów online raz w miesiącu lub częściej. Oznacza to wzrost częstotliwości kupowania tym kanałem wśród osób w wieku 60+ w stosunku do kwietnia 2022.



Współcześni seniorzy to często osoby zaznajomione już z nowymi technologiami, umiejące sprawnie korzystać z internetu, posiadające smartfona i świadome możliwości, jakie daje e-commerce. Wyniki badania „Seniorzy w świecie cyfrowym”, którego Fundacja Polska Bezgotówkowa jest Partnerem, potwierdzają, że zakupy online i płatności bezgotówkowe dzięki temu, że są wygodne i bezpieczne, nie mają ograniczeń wiekowych!” – komentuje Joanna Erdman, Prezes Zarządu Fundacji Polska Bezgotówkowa.

# PLANY DOTYCZĄCE ZAKUPÓW W INTERNECIE

P10. Czy planuje Pan/i dokonywać zakupów w sklepach internetowych częściej niż w ciągu ostatnich 6 miesięcy? N=718

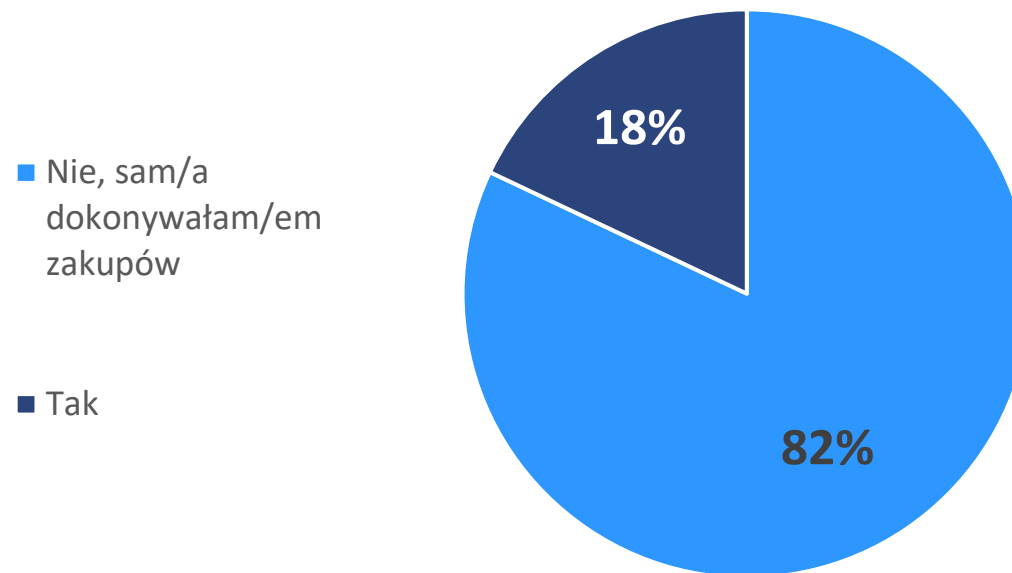


Raport Fundacji Kobiety e-biznesu. „Seniorzy w świecie cyfrowym”, marzec 2023

Nieco ponad połowa seniorów (52%) deklaruje zamiar częstszego dokonywania zakupów przez internet w porównaniu do ostatnich 6 miesięcy. Intencja ta pozostaje na takim samym poziomie jak w kwietnia 2022.



P11. Czy w zakupach dokonanych w ciągu ostatnich 6 miesięcy pomagała Panu/i druga osoba? N=718

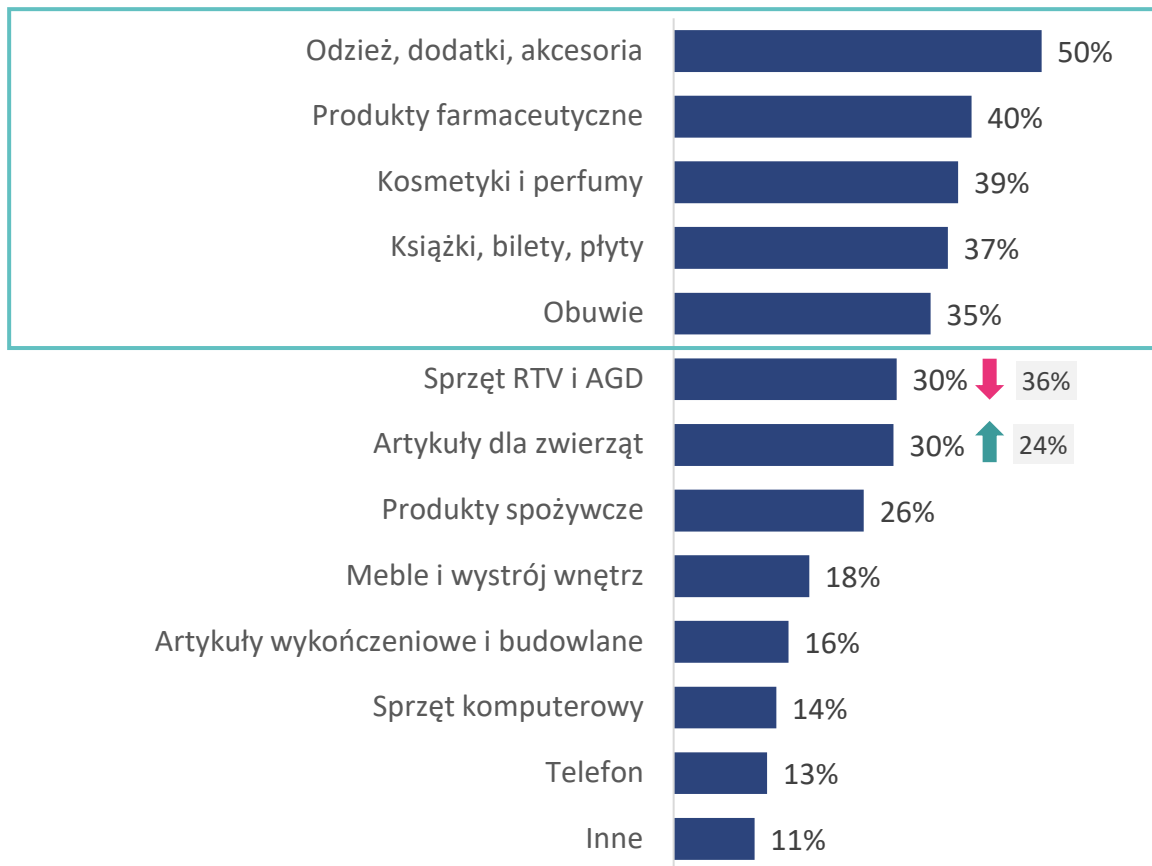


Raport Fundacji Kobiety e-biznesu. „Seniorzy w świecie cyfrowym”, marzec 2023

Przeważająca większość (82%) osób w wieku 60+ kupujących online dokonuje takich zakupów całkowicie samodzielnie.  
Wynik ten utrzymuje się na stałym poziomie w stosunku do kwietnia 2022.

# KUPOWANE PRODUKTY I USŁUGI

P12. Jakiego typu produkty/usługi kupił/a Pan/i w ciągu ostatnich 6 miesięcy przez internet? Proszę zaznaczyć wszystkie, które Pana/ią dotyczą.  
N=718



Raport Fundacji Kobiety e-biznesu. „Seniorzy w świecie cyfrowym”, marzec 2023

↑↓ różnica istotna statystycznie vs kwiecień 2022 (na 95% poziomie ufności)

X% wynik w poprzedniej fali (kwiecień 2022)

Około połowa seniorów wykorzystuje internet do zakupów odzieży, dodatków i akcesoriów (50%), a około 2 na 5 kupuje online produkty farmaceutyczne (40%), kosmetyki i perfumy (39%) oraz książki, bilety czy płyty (37%).

Jedynie niewiele mniej popularny w tej grupie jest zakup obuwia przez internet (35%). Podczas gdy zakup artykułów dla zwierząt przez internet stał się popularniejszy na przestrzeni ostatniego roku, kupno online sprzętu RTV/AGD straciło na popularności.

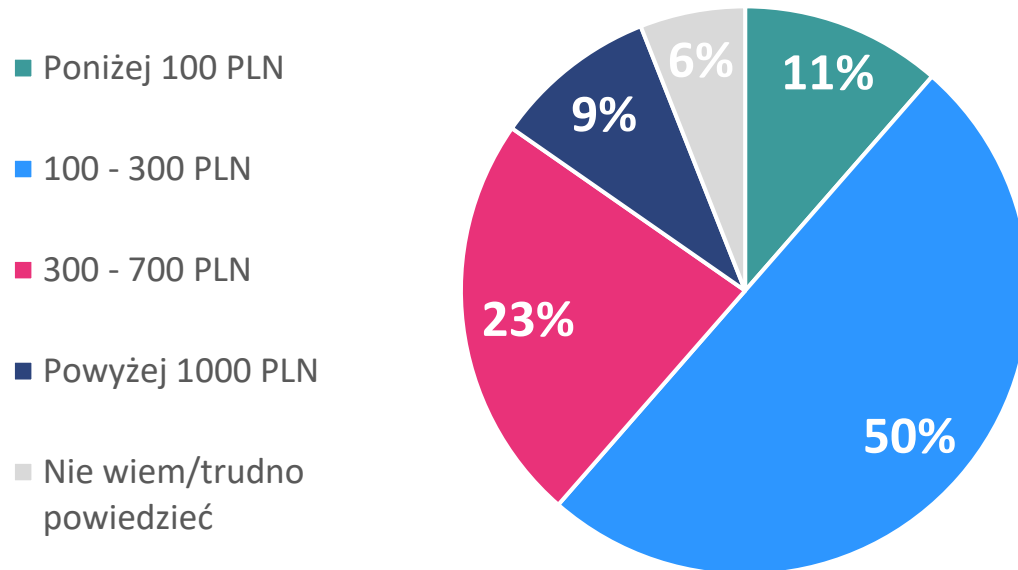


*Odsetek internautów poszukujących informacji o zdrowiu, o towarach i usługach z roku na rok wzrasta, a mając cały wachlarz różnorodnych*

*narzędzi możemy je dostosować pod różne grupy docelowe, w tym seniorów. W rezultacie sprzedaż online produktów farmaceutycznych ma duży potencjał wzrostu na całym świecie i również podobne trendy obserwujemy w Polsce. W ciągu ostatnich kilku lat rynek ten odnotował 19,4% wzrostu, co wskazuje na coraz większe zainteresowanie e-zakupami produktów farmaceutycznych, w tym wyrobów medycznych i suplementów diety, jakie oferuje nasza firma - mówi Agata Chodakowska, Marketing Manager Verco S.A.*

# ŚREDNIA KWOTA WYDATKÓW

P13. Jaką kwotę przeznaczają/a Pan/i na zakupy w Internecie średnio w miesiącu w okresie ostatnich 6 miesięcy? N=718



Raport Fundacji Kobiety e-biznesu. „Seniorzy w świecie cyfrowym”, marzec 2023

Połowa badanych z pokolenia Silvers wydaje w internecie miesięcznie kwotę pomiędzy 100 zł a 300 zł.

Co dziesiąta osoba wydaje niższą kwotę (11%), a niemal co czwarta nieco wyższą: pomiędzy 300 zł a 700 zł (23%).

Wyniki te nie zmieniły się w porównaniu do kwietnia 2022.





**POZWÓL SWOIM KLIENTOM  
PŁACIĆ TAK, JAK LUBIĄ**



**Czy wiesz, że szeroki wybór metod płatności  
może poprawić wyniki sprzedażowe?**

**1 MNIEJ PORZUCONYCH KOSZYKÓW**

Zaproponuj klientom raty lub płatności odroczone.

**2 WZROST KONWERSJI**

Prosty proces płatniczy zwiększa szansę na finalizację transakcji.

**3 OMNICOMMERCE**

Zintegruj kanały sprzedaży online i offline dla wygody kupujących.

**4 KRÓTSZY PROCES PŁATNOŚCI**

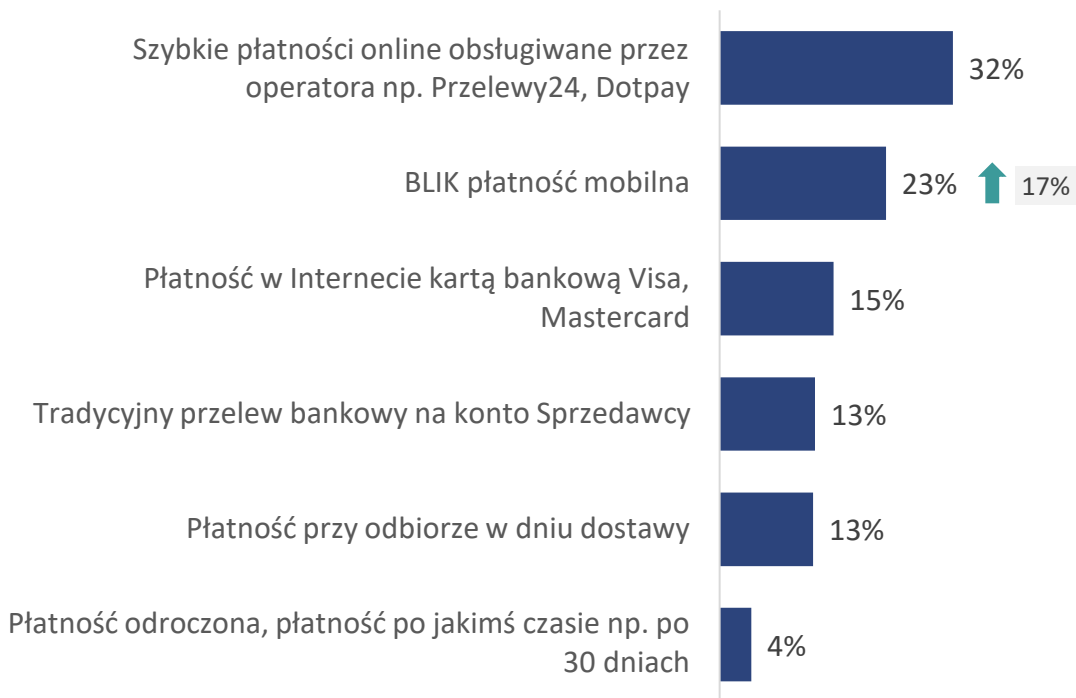
Uruchom rozwiązania oparte na jednym kliknięciu.



Dołącz do nas na [przelewy24.pl](https://przelewy24.pl)

# NAJCZĘŚCIEJ WYBIERANE FORMY PŁATNOŚCI

P14. Podczas zakupów w sklepie internetowym – jaką formę płatności Pan/i najczęściej wybierają/a? **N=718**



Raport Fundacji Kobiety e-biznesu. „Seniorzy w świecie cyfrowym”, marzec 2023



różnica istotna statystycznie vs kwiecień 2022 (na 95% poziomie ufności)

X% wynik w poprzedniej fali (kwiecień 2022)

Szybkie płatności online są najczęściej wybraną formą płatności przez seniorów – niemal co trzecia osoba najchętniej płaci w ten sposób (32%).

Obserwuje się również wzrost popularności BLIKa – obecnie jest to najczęściej wybierana forma płatności przez niemal co czwartą osobę w wieku 60+ (kupującą online).

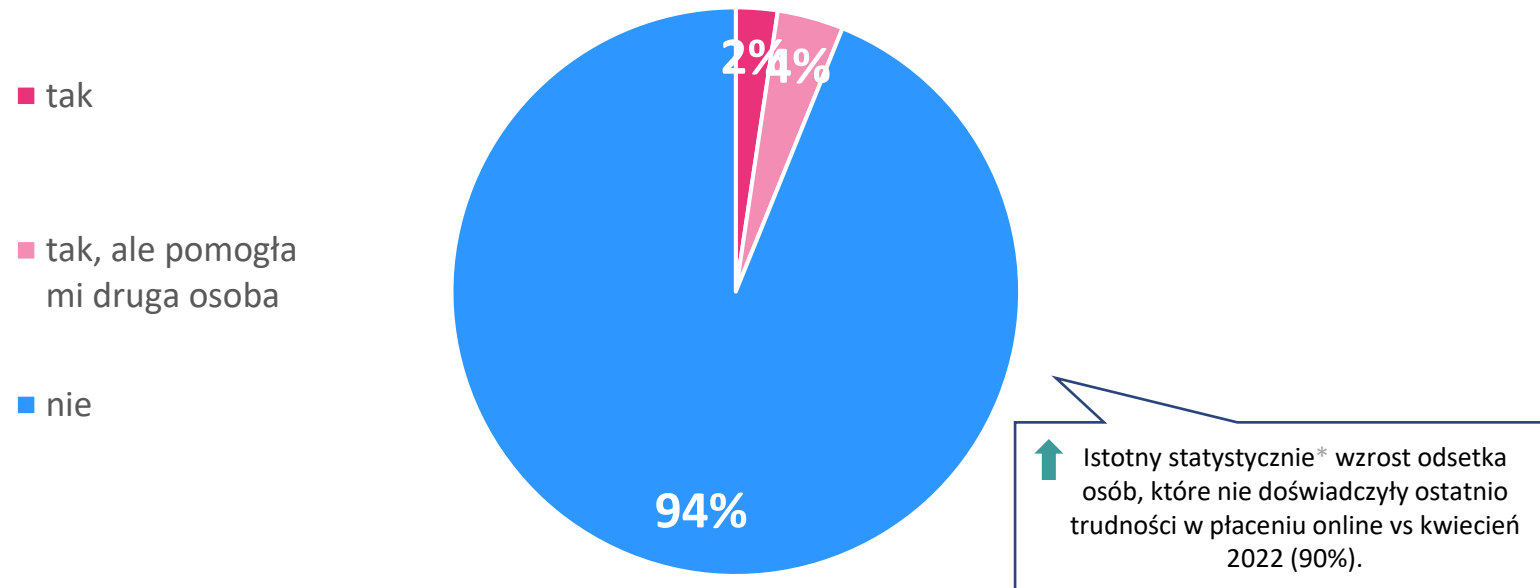
Pozostałe opcje wybierane są nieco rzadziej.



Kolejna edycja raportu „Seniorzy w świecie cyfrowym” potwierdza, że konsumenci 60+ bardzo sprawnie korzystają z funkcjonalności sklepów internetowych i chętnie płacą za zakupy przez internet. W porównaniu do poprzedniego roku, większą popularnością cieszą się płatności mobilne i płatności kartą. Jest to zbieżne z trendami, które obserwujemy w innych grupach wiekowych. Warto zwrócić uwagę na fakt, że najstarsi e-klienci chętniej niż dotychczas wybierają także płatności odroczone – mówi **Magdalena Grablewska, Head of Marketing w Przelewy24.**

# TRUDNOŚCI PRZY DOKONYWANIU PŁATNOŚCI

P15. Czy miał/a Pan/i trudności w zapłaceniu za produkty/usługi w sklepie internetowym w ciągu ostatnich 6 miesięcy? N=718



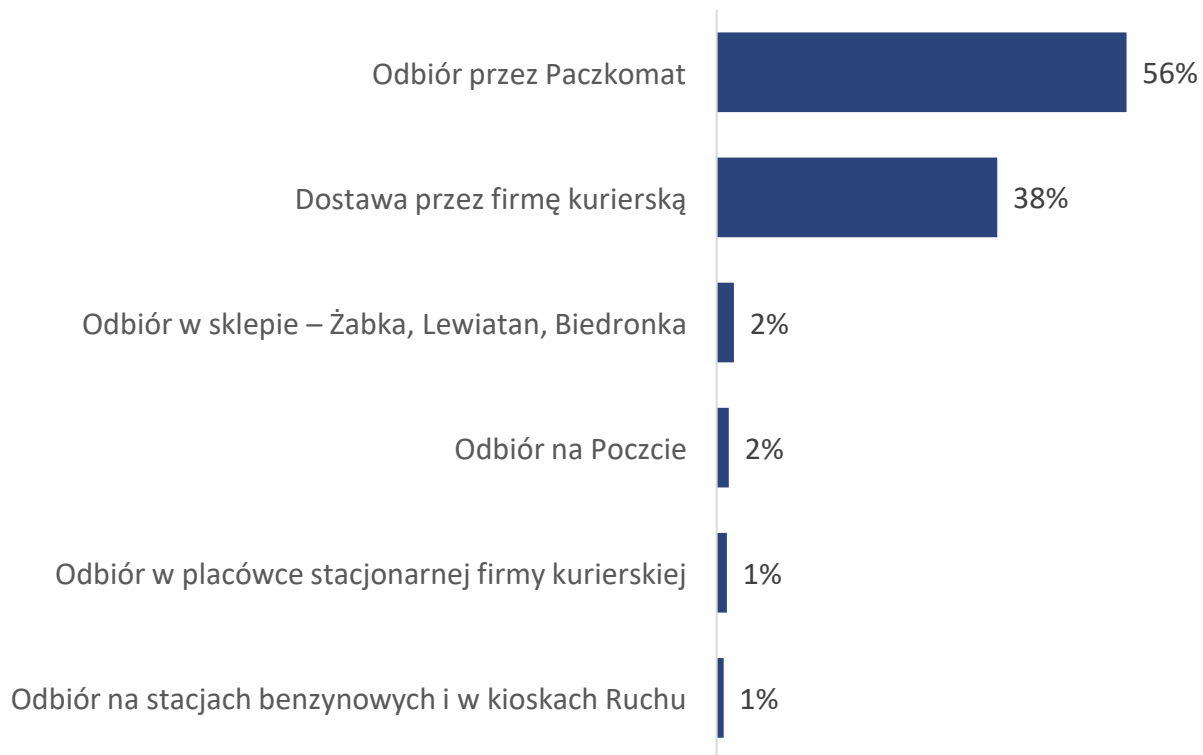
Raport Fundacji Kobiety e-biznesu. „Seniorzy w świecie cyfrowym”

Znakomita większość seniorów nie doświadczyła trudności podczas płacenia online (94%) – trudności te zdarzają się coraz rzadziej (w stosunku do wyników z kwietnia 2022).



# PREFEROWANA FORMA DOSTAWY

P16. Jaką formę dostawy Pan/i najczęściej wybierał/a podczas zakupów w sklepie internetowym w ciągu ostatnich 6 miesięcy? **N=718**



Odbiór przez Paczkomat to najpopularniejsza forma dostawy wśród osób w wieku 60+ kupujących online – preferowana przez ponad połowę (56%) z nich.

Drugą najpopularniejszą formą jest dostawa przez firmę kurierską (38%).

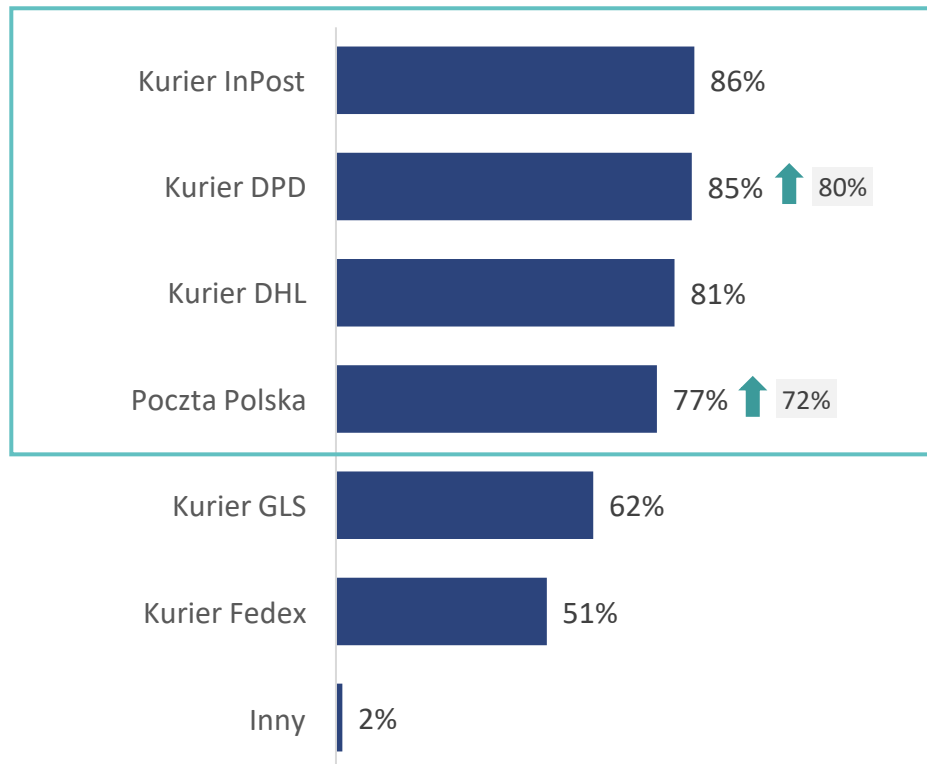
Pozostałe opcje dostawy są znacznie rzadziej wybierane.

Nie ma w tym kontekście zmian w stosunku do wyników z kwietnia 2022.



# ZNAJOMOŚĆ FIRM KURIERSKICH

P17. Których z wymienionych poniżej przewoźników kurierskich Pan/i zna?  
N=718



Najbardziej znani przewoźnicy kurierscy wśród seniorów kupujących online to InPost (86%) oraz DPD (85%). Na zbliżonym poziomie rozpoznawalny jest również DHL (81%).

3 na 4 osoby w wieku 60+ wiedzą, że usługi kurierskie świadczy również Poczta Polska (77%). Zarówno ten przewoźnik, jak i DPD, stały się bardziej rozpoznawalne na przestrzeni ostatniego roku.

Większość seniorów kojarzy również kuriera GLS, a około połowa Fedex.



# PROBLEMY PODCZAS ZAKUPÓW ONLINE

P19. Z jakimi problemami miał/a Pan/i do czynienia podczas zakupów dokonywanych w ciągu ostatnich 6 miesięcy w sklepie/ach internetowym/ch? Proszę wskazać maksymalnie 3 największe problemy.

**N=718**



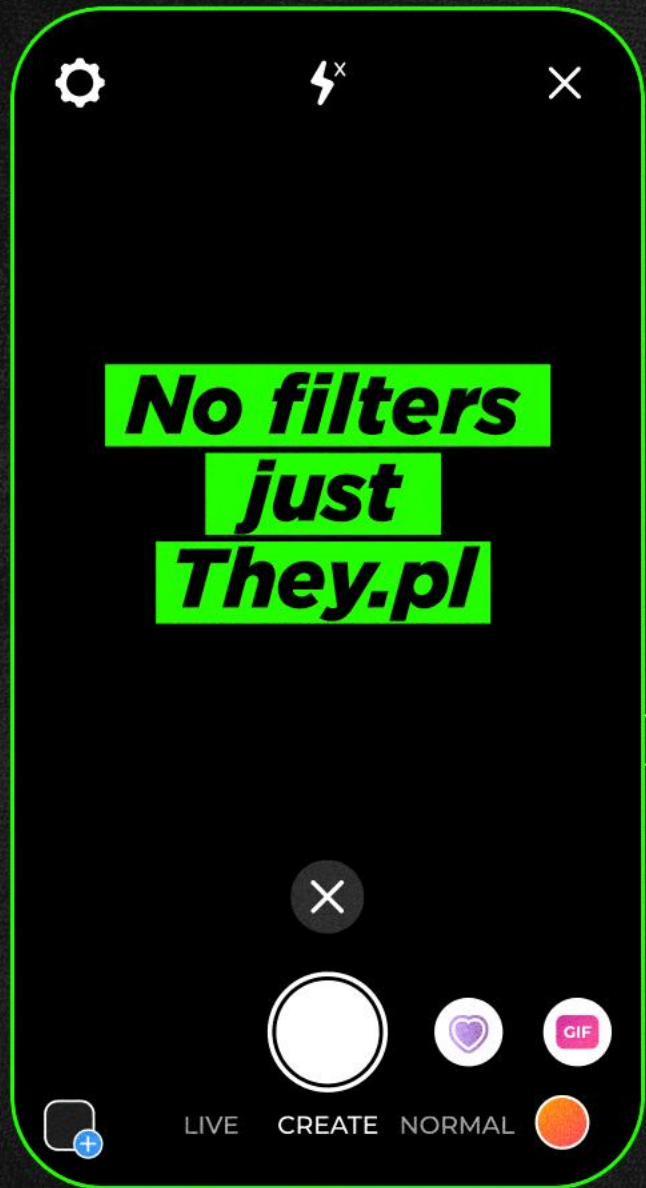
Ponad 3 na 4 seniorów kupujących online (77%) nie doświadczyło żadnych problemów z zakupami online w ciągu ostatniego półrocza – jest to stabilny wynik w stosunku do kwietnia 2022.

Ci, którzy napotkali jakieś problemy, najczęściej skarżyli się na kłopoty z dokonaniem płatności, na kontakt ze sklepem internetowym, na problem z wyszukaniem produktu/usługi bądź ze złożeniem reklamacji.

Wszystkie badane niedogodności były jednak wskazywane sporadycznie.





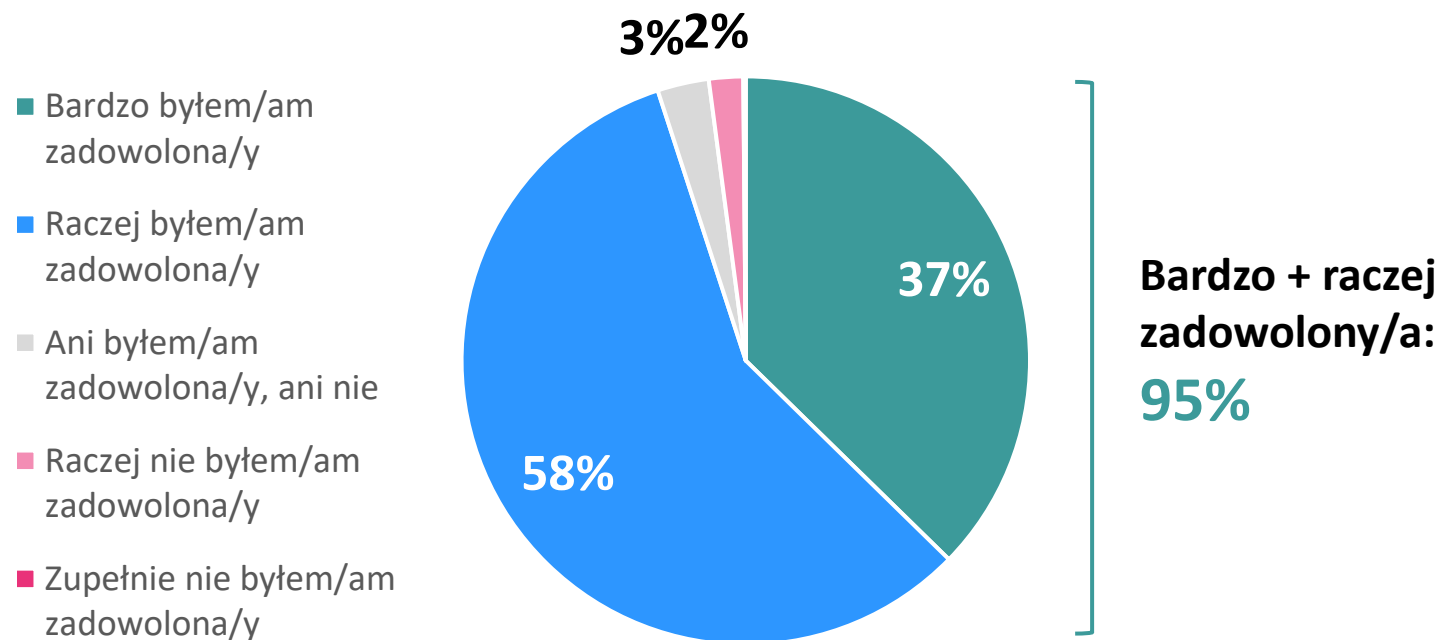


STWÓRZ Z NAMI  
NAPRAWDĘ SKUTECZNE  
KAMPANIE.

they  pl

# POZIOM ZADOWOLENIA Z ZAKUPÓW ONLINE

P20. Na ile był/a Pan/i zadowolona z zakupów w internecie? N=718

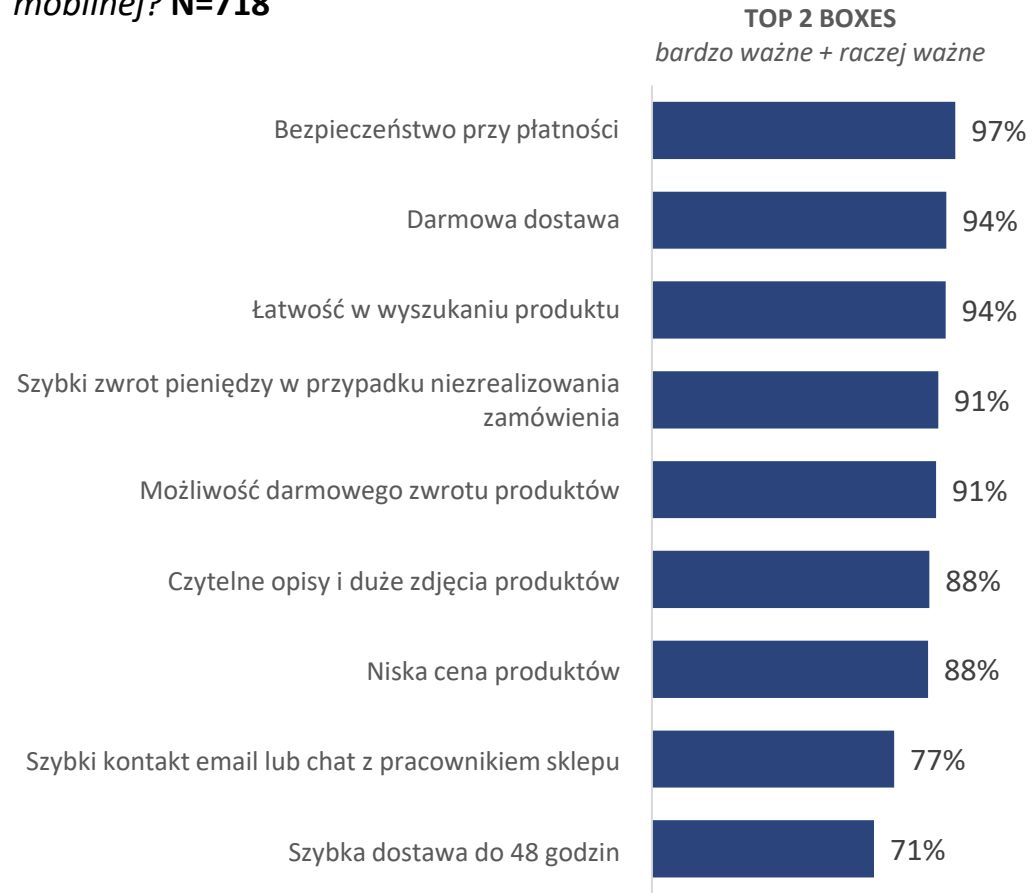


Raport Fundacji Kobiety e-biznesu. „Seniorzy w świecie cyfrowym”, marzec 2023

Znakomita większość, bo aż **95%** seniorów kupujących online, wyraża zadowolenie z doświadczenia zakupów w internecie, a ponad co trzecia osoba jest bardzo zadowolona (**37%**). Zadowolenie z tego procesu jest stabilne w porównaniu do wyników z ubiegłego roku.

# WAŻNOŚĆ CZYNNIKÓW ZWIĄZANYCH Z ZAKUPAMI ONLINE I APLIKACJAMI (1/2)

P22. Proszę wskazać na ile ważne są dla Pana/i poszczególne czynniki dla wygody dokonywania zakupów w Internecie lub korzystania z aplikacji mobilnej? N=718



Raport Fundacji Kobiety e-biznesu. „Seniorzy w świecie cyfrowym”, marzec 2023

Generalnie większość czynników jest ważna dla seniorów przynajmniej do pewnego stopnia podczas kupowania online oraz podczas korzystania z aplikacji mobilnych.

Najważniejsze czynniki to jednak bezpieczeństwo przy płatności (97%), darmowa dostawa (94%), łatwość w wyszukiwaniu produktu (94%), szybki zwrot pieniędzy (91%) czy możliwość darmowego zwrotu (91%) – oceniane jako ważne przez niemal wszystkie osoby w wieku 60+ kupujące online.



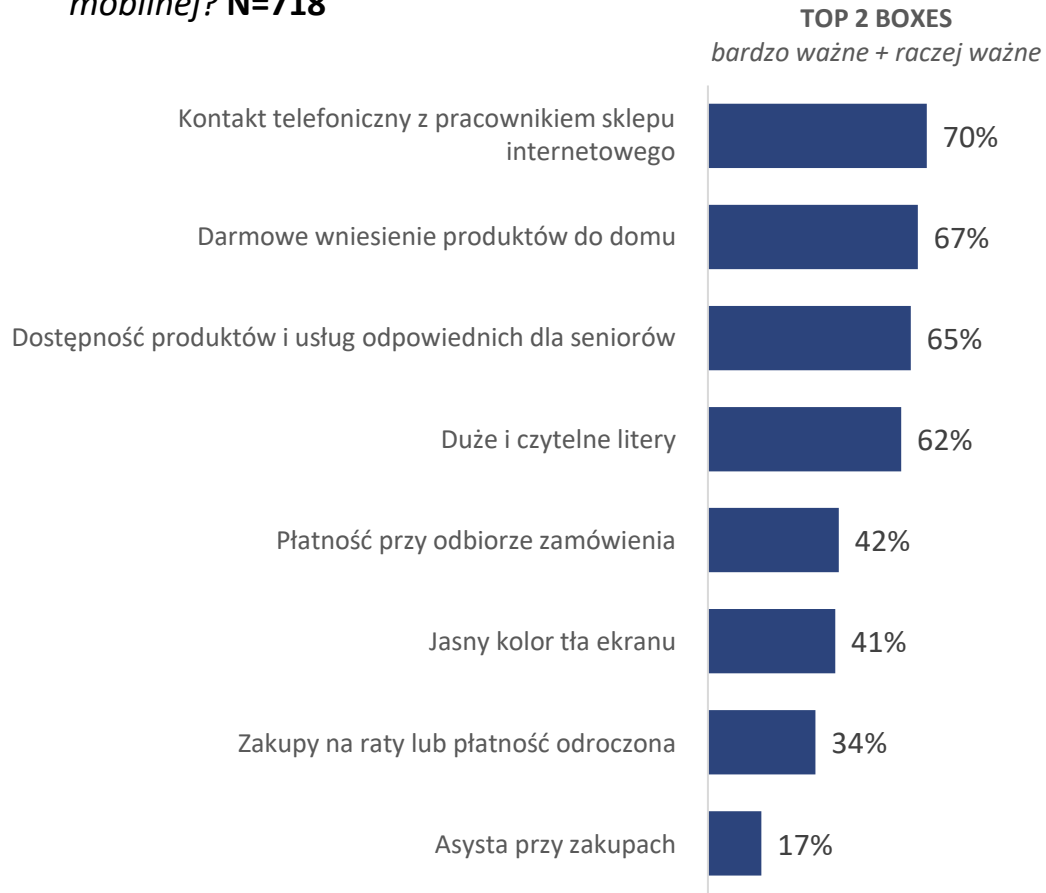
*Analiza czynników stojących za zakupami w sieci przez Silver Generation pokazuje, o jakie aspekty należy jeszcze bardziej zadbać w świecie e-commerce. Widać, że seniorzy mają dużą*

*świadomość tego, iż nie każda transakcja online może być bezpieczna – bardzo więc na to uważają. Jest to dla nich czynnik nawet ważniejszy niż różne aspekty związane z ceną (darmowa dostawa czy zwrot, koszt produktu etc.). Niezwykle ważne w tej grupie wiekowej okazują się też względy UX-owe: intuicyjna nawigacja, czytelne opisy i zdjęcia – pozwalające na łatwe znalezienie i zakup poszukiwanej rzeczy. Zidentyfikowane czynniki powinny stać się drogowskazem strategicznym dla sklepów i aplikacji, pozwalającym jeszcze lepiej sprostać oczekiwaniom przedstawicieli tej generacji – mówi Patrycja Kinasiewicz, Brand Manager Nuxe Polska.*



# WAŻNOŚĆ CZYNNIKÓW ZWIĄZANYCH Z ZAKUPAMI ONLINE I APLIKACJAMI (2/2)

P22. Proszę wskazać na ile ważne są dla Pana/i poszczególne czynniki dla wygody dokonywania zakupów w Internecie lub korzystania z aplikacji mobilnej? N=718



Raport Fundacji Kobiety e-biznesu. „Seniorzy w świecie cyfrowym”, marzec 2023

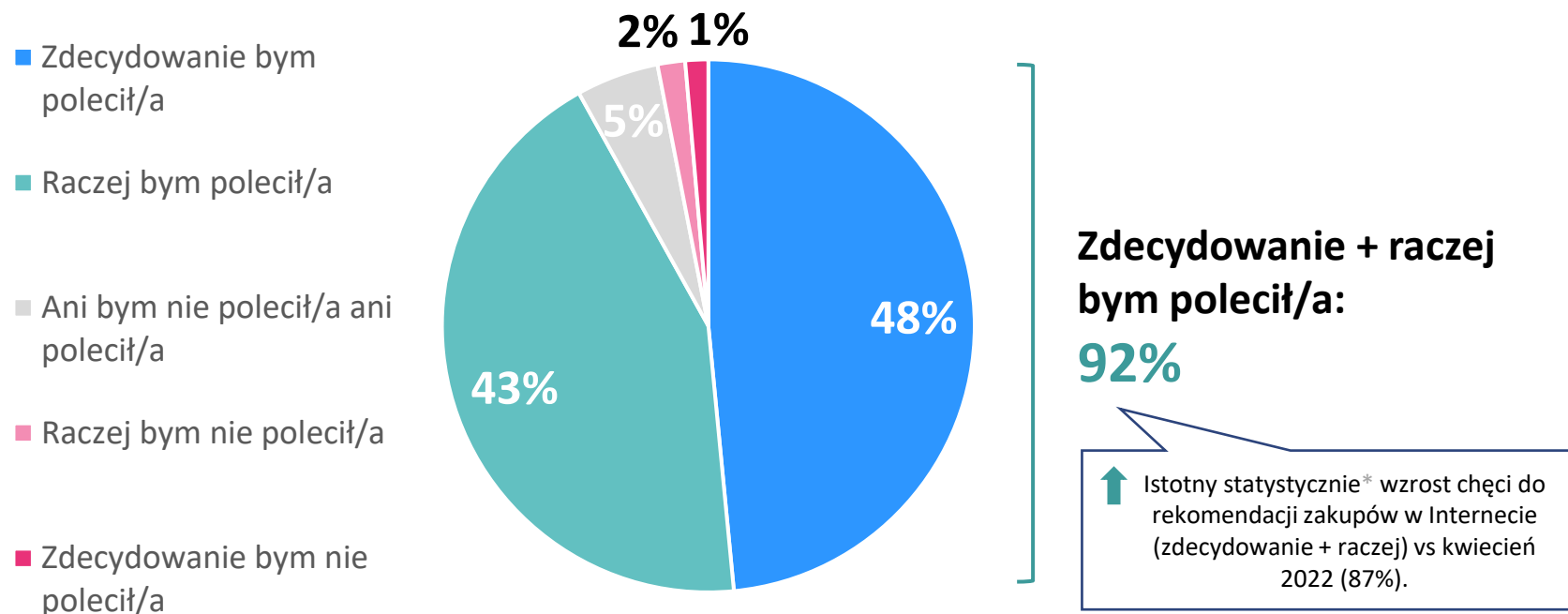
Najmniej istotne czynniki z perspektywy seniorów (oceniane jako ważne przez mniej niż połowę) to asysta przy zakupach (17%), zakupy na raty lub płatność odroczone (34%), jasny kolor tła ekranu (41%) oraz możliwość płatności przy odbiorze zamówienia (42%).



To, że seniorzy coraz częściej korzystają z zakupów online i płatności bezgotówkowych jest efektem wzrostu zaufania i kompetencji w tym obszarze. Łatwość dokonania zakupu, bezpieczeństwo transakcji oraz oszczędności kosztowe – to zalety, jakie szczególnie doceniają starsi użytkownicy e-commerce. W transformacji cyfrowej bardzo pomaga wsparcie ze strony osób najbliższych - rodziny, przyjaciół, którzy z nowinkami technologicznymi są na czasie” – dodaje **Joanna Erdman, prezes zarządu Fundacji Polska Bezgotówkowa.**

# REKOMENDACJA ZAKUPÓW W INTERNECIE

P21. W jakim stopniu poleciliby/poleciałaby Pan/i zakupy w internecie swoim znajomym? N=718

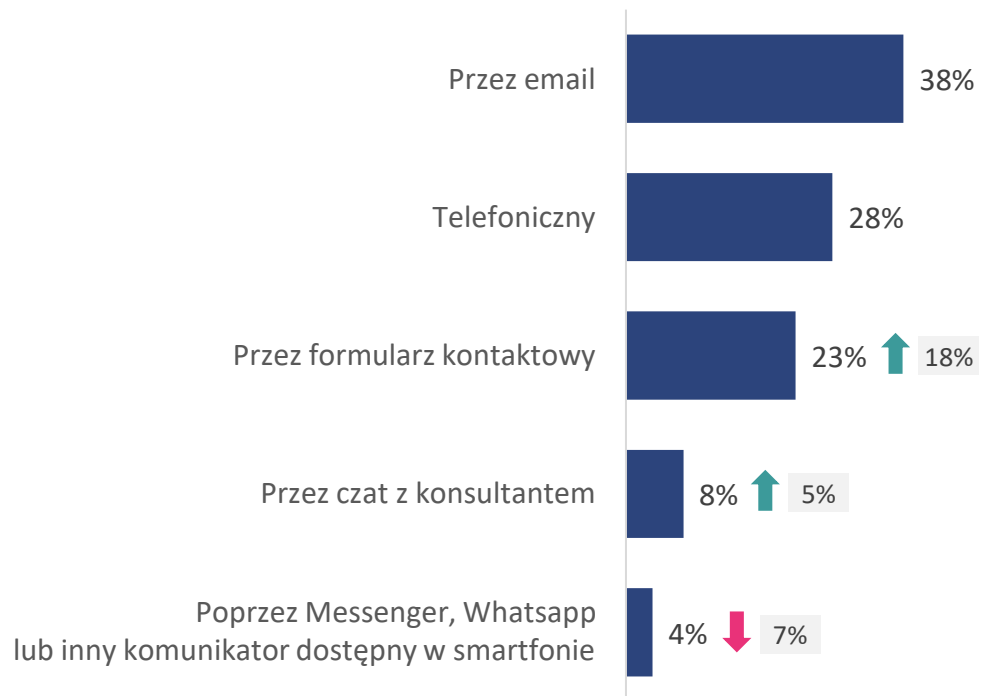


Raport Fundacji Kobiety e-biznesu. „Seniorzy w świecie cyfrowym”, marzec 2023

Znakomita większość seniorów kupujących online (92%) jest na tyle zadowolona z tego procesu, że poleciliby to rozwiązanie swoim znajomym. Odsetek ten wzrósł na przestrzeni ostatniego roku.

# PREFEROWANA FORMA KONTAKTU ZE SKLEPEM INTERNETOWYM

P18. Jaki sposób kontaktu/ komunikacji Pan/i najbardziej preferuje, w razie potrzeby, podczas zakupów w sklepie internetowym? N=718



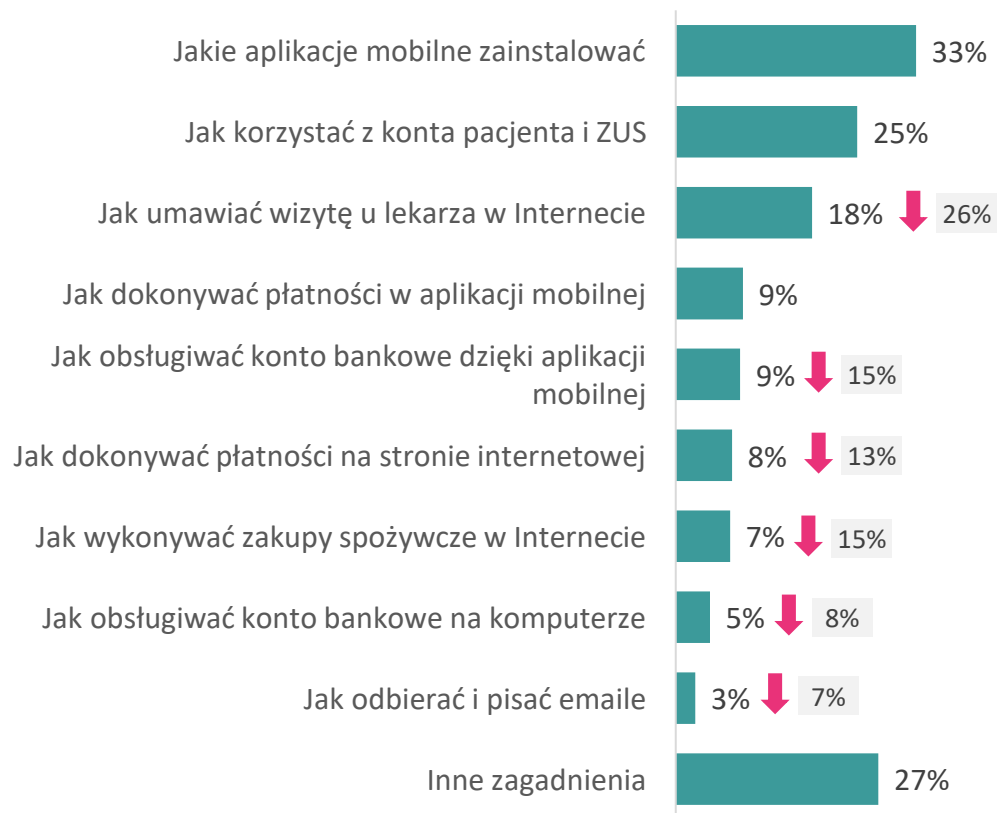
Podczas zakupów w sklepie internetowym seniorzy najczęściej preferują kontakt mailowy (38%), telefoniczny (28%) bądź przez formularz kontaktowy (23%).

Warto zwrócić uwagę, że rola formularza kontaktowego wzrosła na przestrzeni ostatniego roku, podobnie jak czatu z konsultantem.

Z kolei popularność kontaktu przez komunikator dostępny w smartfonie zmalała.

# INTERESUJĄCE ZAGADNIENIA ZWIĄZANE Z INTERNETEM I APLIKACJAMI

P23. O jakich zagadnieniach związanych z obsługą internetu lub aplikacji mobilnych chciał(a)by się Pan/i dowiedzieć więcej? N=802



Raport Fundacji Kobiety e-biznesu. „Seniorzy w świecie cyfrowym”, marzec 2023

↑↓ różnica istotna statystycznie vs kwiecień 2022 (na 95% poziomie ufności)

X% wynik w poprzedniej fali (kwiecień 2022)

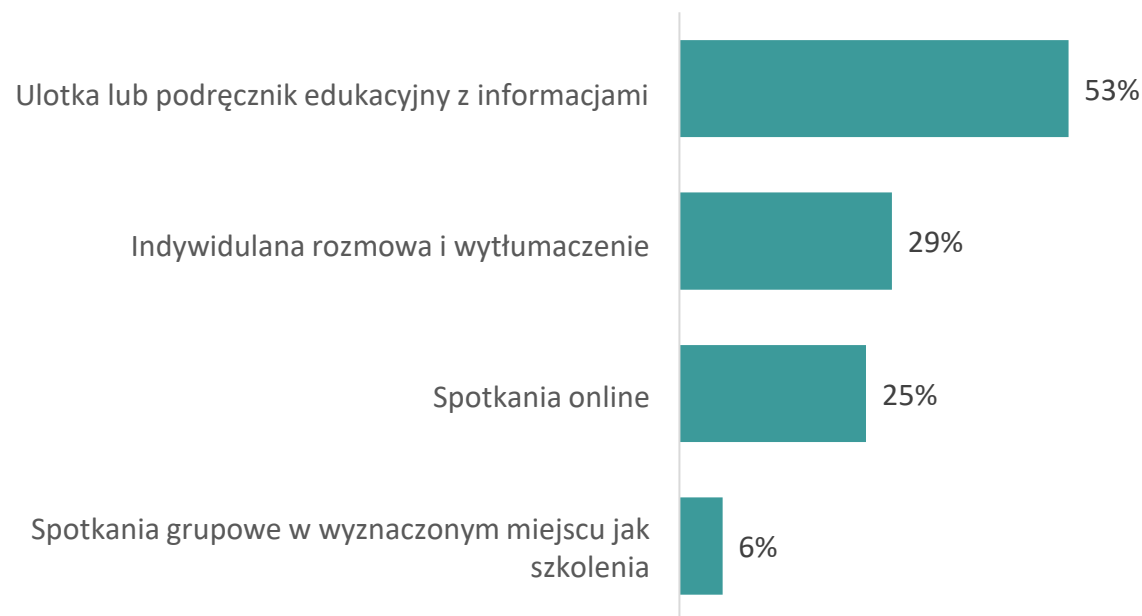
Najbardziej palącą kwestią z perspektywy seniorów jest wybór aplikacji mobilnych – co trzecia osoba w wieku 60+ chciałaby dowiedzieć się jakie aplikacje mobilne powinna zainstalować (33%).

Również istotne są kwestie okołozdrowotne: co czwarty senior chciałby wiedzieć jak korzystać z konta pacjenta i ZUS (25%), a niemal co piąty jak umówić wizytę u lekarza online (18%).

Jednak ogólnie rzecz biorąc, w porównaniu do wyników z poprzedniego roku, chęć poszerzenia wiedzy w większości obszarów spada – być może ze względu na to, że seniorzy wiedzą coraz więcej o obsłudze internetu i aplikacji.

# PREFEROWANA FORMA PRZEKAZYWANEJ WIEDZY

P24. W jakiej formie chciałaby Pan/i mieć przekazywaną wiedzę? N=802



Raport Fundacji Kobiety e-biznesu. „Seniorzy w świecie cyfrowym”, marzec 2023

Ulotka lub podręcznik edukacyjny to forma przekazywania wiedzy, która spotyka się z największym entuzjazmem ze strony seniorów (53%). Około 3 na 10 osób (29%) preferowałyby indywidualne spotkanie, a co czwarta (25%) spotkanie online. Szkolenia grupowe są preferowane w znacznie mniejszym stopniu.

- Coraz więcej seniorów korzysta z internetu **codziennie** - obecnie są to **niemal wszystkie** osoby w wieku powyżej 60 lat. Widać tutaj wyraźny trend rosnący w porównaniu do danych z ubiegłego roku.
- Seniorzy najczęściej **używają internetu** w celu skorzystania z **internetowego konta bankowego** (65%), czytania i szukania **wiadomości lub informacji** (63%), odbierania i wysyłania **e-maili** (62%), korzystania z **mediów społecznościowych** (54%) oraz robienia **zakupów online** (51%) - szczególnie w przypadku mediów społecznościowych, poczty e-mail oraz konta bankowego online można zaobserwować **trend rosnący** na przestrzeni ostatniego roku.
- Coraz większy odsetek seniorów korzysta ze **smartfonu/telefonu** przebywając w internecie (42%). Najpopularniejszym urządzeniem pozostaje jednak **komputer** (53%). Niemal wszyscy seniorzy korzystają z **własnego urządzenia** do przeszukiwania internetu.
- Znakomita większość (85%) osób w wieku 60+ korzysta z **aplikacji mobilnych** na telefonie **często lub czasami**. Spośród nich najczęściej są to **aplikacje bankowe** (73%), **aplikacje zakupowe** (63%) i **komunikatory/media społecznościowe** (53%).
- W kontekście **serwisów e-commerce** najbardziej rozpoznawalny jest zdecydowanie **Allegro** (90%). Drugie miejsce pod względem znajomości wśród seniorów zajmuje **Olx.pl** (63%), a ponad połowa kojarzy również platformy **lidl.pl** (57%), **rossmann.pl** (53%), **empik.pl** (51%) i **biedronka.pl** (51%).





- Seniorzy kupujący przez internet w większości (71%) robią to **przynajmniej raz w miesiącu** - częstotliwość ta zwiększyła się w stosunku do ubiegłego roku. Około połowa planuje w przyszłości dokonywać zakupów online **jeszcze częściej**.
- Większość osób starszych (82%) **sama** dokonuje zakupów przez internet, bez pomocy osób trzecich. Najczęściej seniorzy kupujący online kupują **odzież, dodatki i akcesoria** (50%). Inne popularne kategorie to **produkty farmaceutyczne** (40%), **kosmetyki i perfumy** (39%), **książki, bilety, płyty** (37%) oraz **obuwie** (35%). Największy odsetek przeznaczają miesięcznie na zakupy online kwotę **100 zł - 300 zł** (50%).
- Najczęściej wybierane **formy płatności** to **szybkie płatności online** (32%) oraz **BLIK** (23%) - popularność tego drugiego jeszcze wzrosła w ciągu ostatniego roku. Znakomita większość seniorów **nie miała problemów w płatności online** w ciągu ostatniego półrocza.
- **Paczkomaty** (56%) i **firmy kurierskie** (38%) to najchętniej wybierane formy dostawy wśród seniorów. Spośród przewoźników kurierskich najbardziej rozpoznawalne marki to **InPost** (86%), **DPD** (85%), **DHL** (81%) i **Poczta Polska** (77%).
- Około 3 na 4 osoby w wieku 60+ kupujące online **nie doświadczyły** żadnych problemów z zakupami przez internet w ciągu ostatniego półrocza. Znakomita większość jest **zadowolona** z robienia zakupów online (95%) lub **poleciłaby** zakupy przez internet swoim znajomym (92%).
- W kontekście kupowania przez internet i aplikacji mobilnych najważniejsze czynniki to: **bezpieczeństwo przy płatności** (97%), **darmowa dostawa** (94%), **łatwość w wyszukaniu produktu** (94%), **szybki zwrot pieniędzy** (91%) oraz **możliwość darmowego zwrotu** (91%). Najbardziej preferowany przez seniorów sposób kontaktu ze sklepem internetowym to **kontakt mailowy** (38%).
- Największy odsetek osób w wieku ponad 60 lat chciałby się dowiedzieć więcej o tym, **jakie aplikacje mobilne zainstalować** (33%). Co czwarta osoba chciałaby wiedzieć jak **korzystać z konta pacjenta i ZUS** (25%), a niemal co piąta **jak umówić wizytę w internecie** (18%). Generalnie, w porównaniu do wyników z poprzedniego roku, chęć poszerzenia wiedzy w większości obszarów **spada** – być może ze względu na to, że seniorzy wiedzą coraz więcej o obsłudze internetu i aplikacji. Osoby w wieku ponad 60 lat najchętniej przyswajają wiedzę przekazywaną im za pomocą **ulotek lub podręcznika edukacyjnego** (53%).

**Kobiety e-biznesu** to polska organizacja non-profit zajmująca się poprawą życia kobiet i rozwojem zawodowym głównie w obszarze e-commerce. Dążymy do prowadzenia przełomowych badań, wdrażania innowacyjnych i skutecznych programów społecznych oraz angażujemy się w edukację i rzecznictwo w dążeniu do czterech **głównych celów**:

- **stworzenie pozytywnych i wymiernych zmian w zakresie samowystarczalności ekonomicznej kobiet** poprzez wdrożenie rozwojowych programów i inicjatyw w obszarze edukacji cyfrowej i rozwoju e-biznesu,
- **współpraca z lokalnymi organizacjami, przedsiębiorstwami, rządem, środowiskiem akademickim i mediami** w celu zidentyfikowania obszarów efektywnej współpracy, wspierającej kobiety w e-biznesie,
- **stworzenie i rozwijanie wiarygodnego, niezależnego źródła specjalistycznej wiedzy i badań**, dotyczących obszaru e-biznesu,
- **zwiększenie liczby kobiet posiadających swoją działalność gospodarczą oraz kobiet na stanowiskach menedżerskich.**

Naszą misją jest dzielenie się wiedzą i wspieranie kobiet w rozwijaniu swoich kompetencji w działalności związanej z gospodarką cyfrową i rozwojem biznesu w internecie. Chcemy pomagać kobietom w różnych wieku, na różnych etapach ich rozwoju zawodowego i osobistego, żeby mogły uczestniczyć w procesach związanych z rozwojem społeczeństwa o wysokich kompetencjach cyfrowych.