



Rzecznik
Finansowy

www.rf.gov.pl

Dostępność produktów i usług bankowości detalicznej dla osób ze szczególnymi potrzebami w Polsce

Raport z badań ankietowych



Warszawa, maj 2025 r.

Dostępność produktów i usług bankowości detalicznej dla osób ze szczególnymi potrzebami w Polsce

Raport z badań ankietowych

**dr Anna Młostoń-Olszewska, Patryk Słodziński,
dr hab. Wojciech Bożek prof. US, dr hab. Ewa Kowalewska prof. US, dr Marta Musiał**



**Rzecznik
Finansowy**
www.rf.gov.pl



**WYDZIAŁ PRAWA
I ADMINISTRACJI**
UNIwersytetu Szczecińskiego

WSTĘP

Rok 2025 będzie okresem intensywnych zmian w obszarze zapewnienia dostępności produktów i usług bankowości detalicznej dla osób ze szczególnymi potrzebami. Z dniem 28 czerwca 2025 roku obowiązywać zaczną bowiem na terenie całej Unii Europejskiej wymogi wynikające z Dyrektywy 2019/882, powszechnie określanej Europejskim Aktem o Dostępności¹ (dalej: Dyrektywa EAA). W Polsce przepisy te wdrażać będzie ustawa z dnia 16 kwietnia 2024 roku o zapewnianiu spełniania wymagań dostępności niektórych produktów i usług przez podmioty gospodarcze² (dalej: UoD). Celem tych regulacji jest poprawa dostępu do powszechnie używanych produktów oraz oferowanych i świadczonych usług dla osób ze szczególnymi potrzebami. Wśród nich jest również szeroki zakres usług, a także produktów finansowych i bankowych, świadczonych i oferowanych przez podmioty rynku finansowego

Dostosowanie oferty rynkowej do wymogów wynikających z nowych przepisów ma być z założenia jednoznacznie korzystne dla konsumentów. To niezwykle istotne w kontekście rynku finansowego. Osoby ze szczególnymi potrzebami należą do grup najbardziej narażonych na wykluczanie finansowe. Przeciwdziałanie temu zjawisku jest istotne nie tylko w kontekście poprawy jakości życia jednostek, ale jest coraz bardziej znaczące w kontekście zrównoważonego rozwoju i społecznej spójności. Termin „osoby ze szczególnymi potrzebami” nie ogranicza się wyłącznie do osób z niepełnosprawnościami. Obejmuje również m.in. osoby starsze czy zmagające się z innymi przejściowymi ograniczeniami. W różnych sytuacjach życiowych, takich jak utrata słuchu, problemy z widzeniem, a nawet złamana ręka mogą znacząco utrudnić dostęp do produktów lub usług, jeśli te nie zostały zaprojektowane w taki sposób, aby były użyteczne dla wszystkich. W kontekście starzejącego się społeczeństwa w Polsce, uniwersalna dostępność produktów i usług nabiera jeszcze większego znaczenia. Dbanie o inkluzywność w projektowaniu rozwiązań finansowych to nie tylko odpowiedź na wyzwania współczesności, ale także inwestycja w przyszłość, która będzie lepiej odpowiadać na potrzeby wszystkich uczestników rynku finansowego. Zapewnienie dostępności oferowanych produktów i usług w pierwszej kolejności będzie wymagać dodatkowych nakładów pracy i środków finansowych, które wydatkują podmioty rynku finansowego objęte regulacjami. Będzie to również wymagało dodatkowych działań po stronie Rzecznika Finansowego. Od 28 czerwca 2025 roku Rzecznik Finansowy stanie się jednym z podmiotów tworzących system nadzoru rynku w zakresie zapewniania spełniania wymagań dostępności produktów i usług przez podmioty gospodarcze.

Niniejsza publikacja stanowi jeden z elementów przygotowań do objęcia nowej roli nadzorcy przez Rzecznika Finansowego. Powstała w ramach działań podjętych przez pracowników Biura Rzecznika Finansowego, mających na celu przygotowanie instytucji do objęcia nowych zadań związanych z nadzorem nad spełnianiem przez wybrane podmioty gospodarcze wymogów

¹ Funkcjonuje również powszechnie w oryginalnej nazwie European Accessibility Act lub skrótowo EAA. Pełna nazwa aktu prawnego to Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/882 z dnia 17 kwietnia 2019 r. w sprawie wymogów dostępności produktów i usług (Dz. Urz. UE L 151 z 07.06.2019, str. 70).

² Ustawa z dnia 26 kwietnia 2024 r. o zapewnianiu spełniania wymagań dostępności niektórych produktów i usług przez podmioty gospodarcze (Dz.U. z 2024 r. poz. 731).

dotyczących dostępności oferowanych przez nie produktów i usług. W ramach tych działań, w oparciu o porozumienie z Wydziałem Prawa i Administracji Uniwersytetu Szczecińskiego i prace interdyscyplinarnego zespołu składającego się z pracowników tego Uniwersytetu, oraz przy wsparciu ekspertów Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych, opracowano narzędzia badawcze oraz przeprowadzono kompleksową analizę ankiet skierowanych przez Rzecznika Finansowego do instytucji finansowych objętych zakresem podmiotowym UoD.

Raport został podzielony na cztery główne części, które dotyczą kluczowych aspektów związanych z dostępnością usług bankowości detalicznej w Polsce. W pierwszej części omówiono regulacje prawne dotyczące zapewniania dostępności produktów i usług finansowych, wprowadzając czytelnika w kontekst legislacyjny. Następnie przedstawiono metodykę badań, szczegółowo opisując zastosowane narzędzia oraz sposób przeprowadzenia analizy danych wynikających z ankiet. Trzecia część, poświęcona wynikom badań, skupia się na wybranych obszarach dostępności, prezentując dane i wnioski na podstawie zebranych odpowiedzi. Całość kończy podsumowanie, które syntetyzuje kluczowe ustalenia oraz wskazuje kierunki dalszych działań w obszarze zapewniania dostępności w sektorze finansowym.

Mamy nadzieję, że lektura dokumentu będzie nie tylko interesująca, ale również inspirująca do refleksji na temat dostępności współczesnej gospodarki dla osób ze szczególnymi potrzebami.

REGULACJE PRAWNE W ZAKRESIE DOSTĘPNOŚCI PRODUKTÓW I USŁUG BANKOWOŚCI DETALICZNEJ W POLSCE

1. Podstawy prawne

Polskie regulacje prawne w zakresie dostępności usług bankowości detalicznej zawarte są w UoD. Celem tej ustawy jest wdrożenie do polskiego porządku prawnego Dyrektywy EAA. Dyrektywa EAA jest zaś efektem zobowiązań wynikających z przyjętej 13 grudnia 2006 roku Konwencji ONZ o prawach osób niepełnosprawnych³ (dalej: KPON lub Konwencja), której Unia Europejska jest stroną od 21 stycznia 2011 roku i którą ratyfikowały wszystkie państwa członkowskie⁴. Ponieważ Unia Europejska została stroną tej Konwencji, jej postanowienia stały się integralną częścią porządku prawnego Unii Europejskiej i są wiążące dla instytucji unijnych oraz państw członkowskich. Dyrektywa EAA ma na celu ułatwienie wdrożenia Konwencji w Unii Europejskiej oraz zapobieganie rozbieżnościom w przepisach krajowych państw członkowskich, odnoszących się do dostępności produktów i usług.

Strony KPON zobowiązane są do podejmowania odpowiednich działań, aby umożliwić osobom z niepełnosprawnościami samodzielne funkcjonowanie i pełny udział we wszystkich sferach życia, na zasadzie równości z innymi osobami. Powyższe obejmuje m.in. podjęcie działań względem instytucji prywatnych, które oferują usługi ogólnie dostępne (w tym usługi finansowe) tak, by brały pod uwagę wszystkie aspekty ich dostępności dla osób z niepełnosprawnościami (art. 9 i art. 12 ust. 5 KPON). Wobec tego w Dyrektywie EAA prawodawca unijny ustanowił wspólne dla państw członkowskich wymogi dostępności dla wybranych produktów i usług m.in. dla niektórych usług finansowych. Prawodawca unijny zobowiązał jednocześnie państwa członkowskie do nadzoru rynku, tj. ustanowienia organów i procedur mających na celu sprawdzanie zgodności produktów i usług z wymogami dostępności oraz rozpatrywanie skarg na brak dostępności. W zakresie usług finansowych celem EAA jest zapewnienie, aby osoby z niepełnosprawnościami mogły korzystać z tych usług w krajach Unii Europejskiej, także za pośrednictwem stron internetowych i aplikacji mobilnych, ponadto miały zapewnioną dostępność w zakresie metod identyfikacji, podpisu elektronicznego i usług płatniczych oraz dostępność do terminali płatniczych i bankomatów.

W ślad za Dyrektywą EAA polska UoD (art. 1) określa:

- wymagania dostępności produktów i usług;

³ Convention on the Rights of Persons with Disabilities (CRPD) – tekst Konwencji dostępny na <http://social.desa.un.org/issues/disability/crpd/convention-on-the-rights-of-persons-with-disabilities-crpd#Fulltext> (dostęp z 14.01.2025 r.).

⁴ Ratyfikacja Konwencji przez Polskę miała miejsce 6 września 2012 r. Tekst Konwencji został opublikowany w Dz.U. z 25 października 2012 r., poz. 1169. Polska nie wyraziła dotychczas zgody na związanie się Protokołem Fakultatywnym, który przewiduje możliwość złożenia skargi indywidualnej do odpowiedniego Komitetu Organizacji Narodów Zjednoczonych (stan na 14.01.2025 r.)

- obowiązki podmiotów gospodarczych w zakresie zapewniania spełniania wymagań dostępności produktów i usług;

- system, zasady i tryb sprawowania nadzoru rynku w zakresie zapewniania spełniania wymagań dostępności produktów i usług.

Dyrektywa EAA weszła w życie 27 czerwca 2019 roku. UoD wejdzie w życie 28 czerwca 2025 roku, przy czym dla niektórych rodzajów produktów i usług (np. terminali płatniczych) przewiduje się dłuższe okresy przejściowe.

2. Zakres podmiotowy regulacji

UoD określa szeroki krąg adresatów. Obowiązek zapewnienia spełniania wymagań dostępności spoczywa:

1) w zakresie produktów – na: producentach, upoważnionych przedstawicielach, importerach, dystrybutorach,

2) w zakresie usług – na usługodawcach.

Każdy z wymienionych podmiotów został zdefiniowany w objaśnieniu pojęć zawartym w UoD (art. 5 UoD). W przypadku usług finansowych kluczowa jest definicja usługodawcy. Zgodnie z UoD usługodawcą jest osoba fizyczna, osoba prawna albo jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, która świadczy usługę lub oferuje świadczenie usługi konsumentowi na terytorium Unii Europejskiej (art. 5 pkt 35 UoD). Przepisów ustawy nie stosuje się jednak do usług oferowanych lub świadczonych przez mikroprzedsiębiorców (art. 4 pkt 1 UoD). W przypadku usług finansowych i bankowych ustalenie kręgu podmiotów zobowiązanych do stosowania ustawy wymaga odwołania się jednocześnie do definicji usługi bankowości detalicznej (art. 5 pkt 30 UoD; szerzej zob. uwagi pkt 3.3 poniżej).

Stosując łącznie obie definicje można przyjąć, że zobowiązanymi do stosowania wymogów dostępności są podmioty takie jak: banki komercyjne i spółdzielcze, spółdzielcze kasy oszczędnościowo-kredytowe (SKOK), instytucje płatnicze, instytucje pieniądza elektronicznego, firmy inwestycyjne (domy i biura maklerskie) oraz inne podmioty świadczące usługi maklerskie czy instytucje pożyczkowe.

Z drugiej strony UoD odnosi się do konsumentów, w tym do osób ze szczególnymi potrzebami, zwłaszcza do osób z niepełnosprawnościami. Należy zwrócić uwagę, że w UoD konsument jest zdefiniowany jako: „osoba fizyczna, która kupuje produkt lub korzysta z usługi w celach niezwiązanych z jej działalnością handlową, gospodarczą, rzemieślniczą lub z wykonywaniem wolnego zawodu (art. 5 pkt 14 UoD)”.

Z kolei osoba ze szczególnymi potrzebami to osoba, która ze względu na swoje cechy zewnętrzne lub wewnętrzne, albo ze względu na okoliczności, w których się znajduje, musi podjąć dodatkowe działania lub zastosować dodatkowe środki w celu przezwyciężenia bariery, aby uczestniczyć w różnych sferach życia na zasadzie równości z innymi osobami (art. 2 pkt 17). Ustawodawca zdefiniował osoby ze szczególnymi potrzebami w sposób ogólny i nieostry. Tym samym nie należy osób ze szczególnymi potrzebami utożsamiać wyłącznie z osobami z niepełnosprawnościami. Z przepisów skorzystają także inne grupy m.in. osoby starsze i te, które czasowo doświadczają ograniczeń funkcjonalnych (np. kobiety w ciąży).

3. Zakres przedmiotowy regulacji

Zakresem zastosowania UoD objęte są liczne produkty i usługi. Jeśli chodzi o usługi finansowe i bankowe, UoD wprowadza definicję tzw. usług bankowości detalicznej (art. 5 pkt 30). Usługi bankowości detalicznej to oferowane lub świadczone na rzecz konsumentów następujące usługi bankowe i finansowe:

a) **umowy o kredyt:**

– **konsumencki**, o których mowa w art. 3 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. z 2024 r. poz. 1497),

– **hipoteczny**, o których mowa w art. 3 ustawy z dnia 23 marca 2017 r. o kredycie hipotecznym oraz o nadzorze nad pośrednikami kredytu hipotecznego i agentami (Dz.U. z 2022 r. poz. 2245 ze zm.),

b) **usługi obejmujące czynności działalności maklerskiej**, o których mowa w art. 69 ust. 2 pkt 1, 2, 4 i 5 oraz ust. 4 pkt 1, 2, 5 i 6 ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o obrocie instrumentami finansowymi (Dz.U. z 2024 r. poz. 722 ze zm.),

c) **usługi:**

– **w zakresie pieniądza elektronicznego** w rozumieniu art. 2 pkt 21a ustawy z dnia 19 sierpnia 2011 r. o usługach płatniczych (Dz.U. z 2024 r. poz. 30 ze zm.),

– **powiązane z rachunkiem płatniczym** w rozumieniu art. 2 pkt 33a ustawy z dnia 19 sierpnia 2011 r. o usługach płatniczych,

– **płatnicze** w rozumieniu art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 19 sierpnia 2011 r. o usługach płatniczych;

Jeśli chodzi o produkty, wymogi dostępności określone w UoD odnoszą się m.in. do terminali płatniczych oraz bankomatów i wpłatomatów (art. 3 ust. 1 pkt 2 UoD).

UoD stanowi, że wymogi dostępności odnoszą się także do usług wsparcia związanego z produktem albo usługą (art. 22). W praktyce oznacza to, że usługa powinna być dostępna na każdym etapie tzn. począwszy od jej oferowania do obsługi posprzedażowej. Aby spełnić ten wymóg, usługodawca powinien wziąć pod uwagę aspekt dostępności już na etapie projektowania usługi, tym bardziej że ustawodawca wymaga, aby strony internetowe i aplikacje mobilne wykorzystywane do oferowania i świadczenia usług były jednolite, w równym stopniu dostępne dla konsumentów (art. 12 ust. 2 pkt 3 UoD).

4. Obowiązki usługodawców bankowości detalicznej

Przepisy UoD nakładają na usługodawców świadczących usługi bankowości detalicznej szereg obowiązków. Można je podzielić na dwie grupy tj. obowiązki względem konsumentów oraz obowiązki względem organów nadzoru. Jeśli chodzi o pierwszą grupę, to przede wszystkim usługodawca ma obowiązek:

1) wykorzystywania do oferowania i świadczenia usług produktów spełniających wymogi dostępności (art. 12 ust. 1);

2) udzielania informacji o oferowanych i świadczonych usługach oraz produktach przy tym wykorzystywanych w sposób dostępny dla osób ze szczególnymi potrzebami (art. 12 ust. 2, art. 32 ust. 2 pkt 1);

3) przekazywania informacji niezbędnych do skorzystania z usługi przez osoby ze szczególnymi potrzebami (art. 32 ust. 2 pkt 1 i 2) oraz o warunkach korzystania przez osoby ze szczególnymi potrzebami z pomieszczeń i budynków użyteczności publicznej w miejscu świadczenia usług oraz otaczającej je infrastruktury (art. 33);

4) zapewnienia dostępnych metod: identyfikacji konsumenta, składania podpisów elektronicznych, bezpieczeństwa i usług płatniczych (art. 16 pkt 1);

6) przekazywania informacji w języku polskim lub – za zgodą konsumenta – w innym języku na poziomie biegłości językowej B2 zgodnie z Europejskim Systemem Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy (art. 16 pkt 2);

6) przeprowadzania oceny zgodności świadczenia usługi z wymaganiami dostępności (art. 32 ust. 1);

Jeśli chodzi o drugą grupę obowiązków, UoD nakłada na usługodawców świadczących usługi bankowości detalicznej obowiązki dotyczące:

1) w przypadku, gdy usługa nie spełnia wymagań dostępności – informowania organu nadzoru tj. Rzecznika Finansowego i podejmowania działań naprawczych koniecznych do doprowadzenia do zgodności usługi z wymaganiami dostępności (art. 32 ust. 2 pkt 5 i 6, art. 62 ust. 1 pkt 1),

2) przekazywania informacji i dokumentów na żądanie organów nadzoru rynku (art. art. 32 ust. 2 pkt 7).

5. Dochodzenie praw przez konsumentów

UoD zapewnia konsumentom:

1) prawo do złożenia skargi na niezapewnienie spełniania wymagań dostępności przez produkt albo usługę (art. 35),

2) prawo złożenia zawiadomienia o niespełnianiu przez produkt lub usługę wymagań dostępności (art. 67).

Skargę rozpatruje podmiot gospodarczy (importer, producent, upoważniony przedstawiciel albo usługodawca). Zawiadomienie może złożyć konsument, ale też każdy inny podmiot, do Prezesa Zarządu PFRON. W efekcie zawiadomienia możliwa jest kontrola dostępności produktów lub usług niezwiązana z wcześniejszym zakupem produktu lub usługi.

Złożenie skargi może, ale nie musi poprzedzać złożenie zawiadomienia. W przypadku, gdy konsument złożył uprzednio skargę, dołącza do zawiadomienia jej kopię (art. 67 ust. 5). Złożenie skargi otwiera konsumentowi drogę do skorzystania z alternatywnych mechanizmów rozstrzygania sporów. Rozwiązanie takie jest korzystne zarówno dla konsumenta, jak i przedsiębiorcy, bo może doprowadzić do szybkiego załatwienia sprawy, bez angażowania w nią organu nadzoru.

UoD zapewniła konsumentowi również prawo zwrócenia się do Prezesa Zarządu PFRON lub właściwego organu nadzoru z żądaniem przekazania posiadanych informacji o zgodności produktu lub usługi z wymaganiami dostępności lub informacji o ocenie dostępności dokonanej przez podmiot gospodarczy (art. 42).

6. Nadzór rynku w zakresie spełniania wymagań dostępności

W UoD ustawodawca stworzył system i procedury nadzoru podmiotów gospodarczych wprowadzających i udostępniających produkty oraz oferujących i świadczących usługi na terenie Polski w zakresie zapewniania spełniania wymagań dostępności (art. 38-73 UoD). System nadzoru tworzą:

- 1) Prezes Zarządu PFRON, jako tzw. instytucja parasolowa,
- 2) organy nadzoru rynku tj. Prezes Urzędu Komunikacji Elektronicznej, wojewódzcy inspektorzy transportu drogowego, Prezes Urzędu Transportu Kolejowego, Prezes Urzędu Lotnictwa Cywilnego, dyrektorzy urzędów morskich w zakresie transportu morskiego i Dyrektor Urzędu Żeglugi Śródlądowej w Bydgoszczy w zakresie transportu wodnego śródlądowego, Rzecznik Finansowy, minister właściwy do spraw informatyzacji (Minister Cyfryzacji),
- 3) organy celne.

Organy nadzoru wyposażone zostały w kompetencje do przeprowadzania kontroli (art. 43 – 50) oraz postępowań administracyjnych, które, w przypadku niespełnienia przez podmiot obowiązany wymagań dostępności, kończą się nałożeniem w drodze decyzji sankcji takich jak:

- nakaz zapewnienia spełniania przez produkt lub usługę wymagań dostępności lub wykonania obowiązków;
- nakaz wycofania produktu z obrotu;
- zakaz udostępniania produktu na rynku;
- zakaz oferowania lub świadczenia usługi;
- nakaz powiadomienia konsumentów o zakresie niespełniania przez produkt lub usługę wymagań dostępności lub o stwarzaniu przez produkt lub usługę zagrożenia dla zdrowia lub bezpieczeństwa konsumentów wraz z określeniem terminu i sposobu tego powiadomienia (art. 56, art. 65).

Decyzja organu nadzoru może zostać opatrzona rygorem natychmiastowej wykonalności (art. 56 ust. 5, art. 65 ust. 4). W takim wypadku będzie podlegała wykonaniu zanim zakończy się procedura odwoławcza.

Niezapewnienie wymagań dostępności stanowi ponadto przestankę nałożenia przez organ nadzoru kary pieniężnej w wysokości do dziesięciokrotności przeciętnego wynagrodzenia miesięcznego w gospodarce narodowej za rok poprzedzający (art. 73).

Spośród wymienionych sankcji najdalej idący jest z pewnością zakaz oferowania lub świadczenia usługi.

METODYKA BADANIA

Celem badania była identyfikacja deklarowanego stanu dostępności usług bankowości detalicznej świadczonych przez różne podmioty finansowe w Polsce, w kontekście wymagań określonych w UoD.

Badanie zostało zrealizowane metodą kwestionariuszową.

We wrześniu 2023 roku rozpoczęto współpracę z Wydziałem Prawa i Administracji Uniwersytetu Szczecińskiego oraz Państwowym Funduszem Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych, w ramach której opracowano pierwszy kwestionariusz ankiety dotyczący dostępności usług bankowości detalicznej skierowany do banków komercyjnych, a także słowniczek pojęć⁵. Następnie przygotowano raport⁶ z badania 28 banków komercyjnych w Polsce, który został opublikowany na stronie Rzecznika Finansowego w czerwcu 2024 roku.

Kolejne kwestionariusze ankiet skierowane do pozostałych podmiotów świadczących usługi bankowości detalicznej w myśl UoD przygotowano – z uwzględnieniem wyżej wskazanej ankiety i słowniczka pojęć - wewnątrznie w ramach prac Biura Rzecznika Finansowego. Ankiety zostały opracowane w okresie od grudnia 2023 roku do grudnia 2024 roku.

W celu objęcia badaniem możliwie jak największej liczby podmiotów świadczących usługi bankowości detalicznej w myśl przepisów UoD, ankiety rozestano do wszystkich podmiotów objętych zakresem UoD, które posiadały stosowne licencje lub zostały ujęte w rejestrach podmiotów nadzorowanych prowadzonych przez Komisję Nadzoru Finansowego.

Grupy podmiotów, do których rozestano ankiety to: banki komercyjne, banki spółdzielcze, spółdzielcze kasy oszczędnościowo-kredytowe (dalej: SKOK), biura i domy maklerskie, towarzystwa funduszy inwestycyjnych, instytucje pożyczkowe, krajowe instytucje płatnicze i agenci rozliczeniowi.

Badanie było realizowane etapowo. Pierwsze ankiety rozsyłane zostały do banków komercyjnych a następnie do domów i biur maklerskich, kolejne do instytucji pożyczkowych –, banków spółdzielczych i SKOK-ów – j.w., agentów rozliczeniowych i krajowych instytucji płatniczych. Ostatnia wysłana została do towarzystw funduszy inwestycyjnych. Wyniki tej ankiety nie zostały jeszcze opracowane i nie są ujęte w raporcie

Pytania

Ankiety podzielone zostały na 9 sekcji. Siedem spośród tych sekcji dotyczyło produktów i usług oferowanych klientom oraz sposobów komunikacji relacji klienta z badaną instytucją. Dwie pozostałe to część formalna zawierająca dane identyfikacyjne oraz ogólna sekcja autoewaluacyjna. Przykładowa ankieta, skierowana do sektora bankowego znajduje się w aneksie do raportu. Zmiany w pytaniach kierowanych do konkretnych sektorów były

⁵ Link do słowniczka

⁶ Raport Rzecznika Finansowego. Dostępność usług bankowych dla osób ze szczególnymi potrzebami, Warszawa 2024, <https://rf.gov.pl/raport-rzecznika-finansowego-dostepnosc-uslug-bankowych-dla-osob-ze-szczegolnymi-potrzebami/> (26.01.2025).

wprowadzane jedynie w celu dostosowania pytań do charakteru prowadzonej przez ankietowane podmioty działalności. Na przykład ankiety kierowane do banków zawierały pytania o karty i bankomaty, które nie miałyby żadnego odniesienia do domów maklerskich, gdyż podmioty te nie oferują klientom kart ani dostępu do bankomatów. Zamiast tej sekcji pojawiła się grupa pytań dotyczących dostępności dokumentów związanych z działalnością maklerską, które są właściwe dla produktów i usług oferowanych przez ten rodzaj podmiotów.

Pytania dotyczyły stanu na dzień wypełniania ankiety.

Odpowiedzi

Odpowiedzi z założenia miały opisywać stan faktyczny, dotyczyć miały wdrożonych procedur oraz stosowanych i funkcjonujących rozwiązań, na dzień wypełniania ankiety.

Odpowiedzi na pytania miały charakter autoewaluacji, były deklaracjami składanymi przez podmioty udzielające odpowiedzi. Rzecznik Finansowy nie weryfikował prawdziwości podanych odpowiedzi.

Na wszystkie ankiety odpowiedziało łącznie 648 podmiotów. W części prezentującej wyniki badań próby dotyczące konkretnych pytań będą mniejsze, gdyż nie wszystkie pytania dotyczyły wszystkich ankietowanych podmiotów i nie wszystkie podmioty udzieliły odpowiedzi na wszystkie kierowane do nich pytania. Przy każdej omawianej odpowiedzi będzie podana próba jakiej ona dotyczy.

W niniejszej publikacji przedstawiono wybrane wyniki badania, które są prezentowane zagadnieniowo, w podziale na wybrane obszary zapewniania dostępności i prezentują zbiorczo odpowiedzi uzyskane od wszystkich podmiotów, które udzieliły odpowiedzi na dane pytanie.

WYBRANE OBSZARY DOSTĘPNOŚCI USŁUG BANKOWOŚCI DETALICZNEJ W POLSCE – WYNIKI BADAŃ

1. Dostępność informacyjno-komunikacyjna

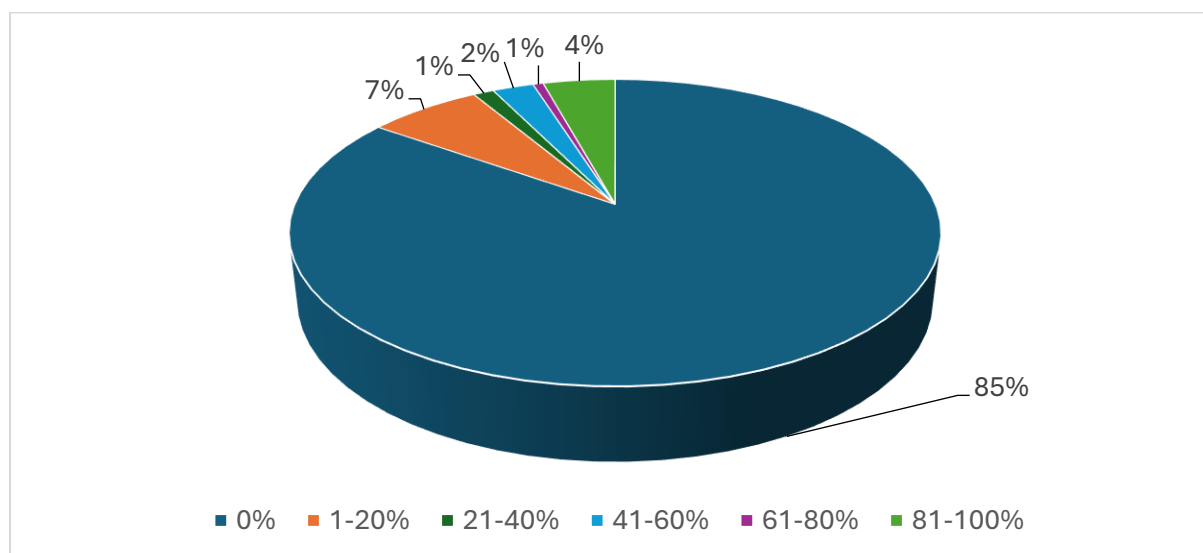
Dostępność informacyjno-komunikacyjna jest jednym z wymiarów dostępności. To zapewnienie odpowiedniego sposobu przekazywania informacji, także z wykorzystaniem środków wspierających komunikację.

Dostępność informacyjno-komunikacyjna realizuje się również przy wykorzystaniu urządzeń lub innych środków technicznych do obsługi osób ze szczególnymi potrzebami (np. pętli indukcyjnych lub urządzeń opartych o inne technologie, których celem jest wspomaganie słyszenia). Również to zostało uwzględnione w prezentowanych poniżej wynikach, zwłaszcza w części poświęconej omówieniu rozwiązań wspomagających.

1.1. Szkolenia pracowników i wprowadzanie procedur w zakresie dostępności

W ankietach zapytano o procent pracowników zatrudnionych w placówkach ankietowanych podmiotów, którzy zostali przeszkoleni w zakresie dostępności w związku z prowadzoną przez tych pracowników obsługą klientów. Grupę badawczą stanowiły 492 podmioty.

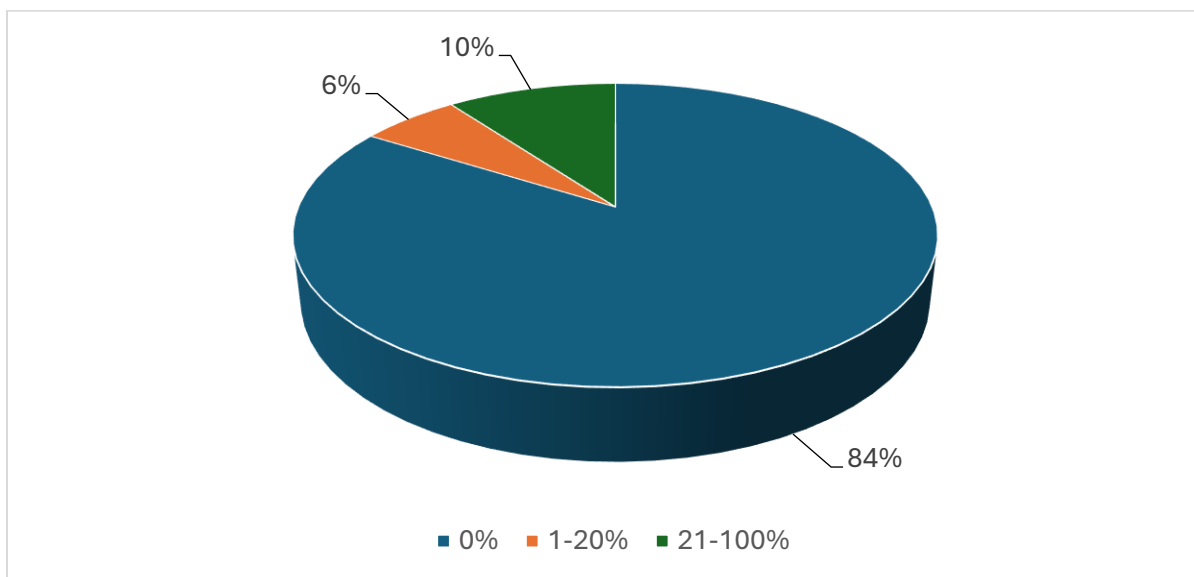
W blisko 85% udzielonych odpowiedzi zadeklarowano zupełny brak takiego przeszkolenia, przy czym wybrane podmioty dostrzegały potrzebę zintensyfikowania działań w tym zakresie, m.in. poprzez przeprowadzanie certyfikowanych szkoleń eksperckich czy webinarów. Pozostałe 15% podmiotów deklarowało jakiś zakres przeszkolenia kadr, a jedynie około 5% podmiotów zadeklarowało, że większość pracowników placówek zostało przeszkolonych w zakresie dostępności.



Rys. 1 Jaki procent Państwa pracowników, którzy obsługują klientów w placówkach został przeszkolony w zakresie dostępności? (n=492)

Źródło: opracowanie własne.

Podobne wyniki uzyskano w zakresie pytania o procent placówek, w których pracuje przynajmniej jeden przeszkolony pracownik w obsłudze klientów ze szczególnymi potrzebami. Wyniki w tym zakresie oparto na 522 podmiotach. W grupie ankietowanych blisko 84% odpowiedzi dotyczyła wartości 0%, co oznacza brak przeszkolenia wszystkich pracowników danego podmiotu. Blisko 6% respondentów zadeklarowało przeszkolenie od 81-100% pracowników, dalej zaś: niespełna 1% - przeszkolenie od 61-80% pracowników, ponad 1% przeszkoliło 41-60% pracowników, natomiast ok. 2% respondentów objęło szkoleniem 21-40% pracowników, a ok. 6% badanych podmiotów przeszkoliło 1-20% pracowników.



Rys. 2 W ilu procentach Państwa placówek pracuje przynajmniej jeden przeszkolony pracownik w obsłudze klientów ze szczególnymi potrzebami? (n=522)

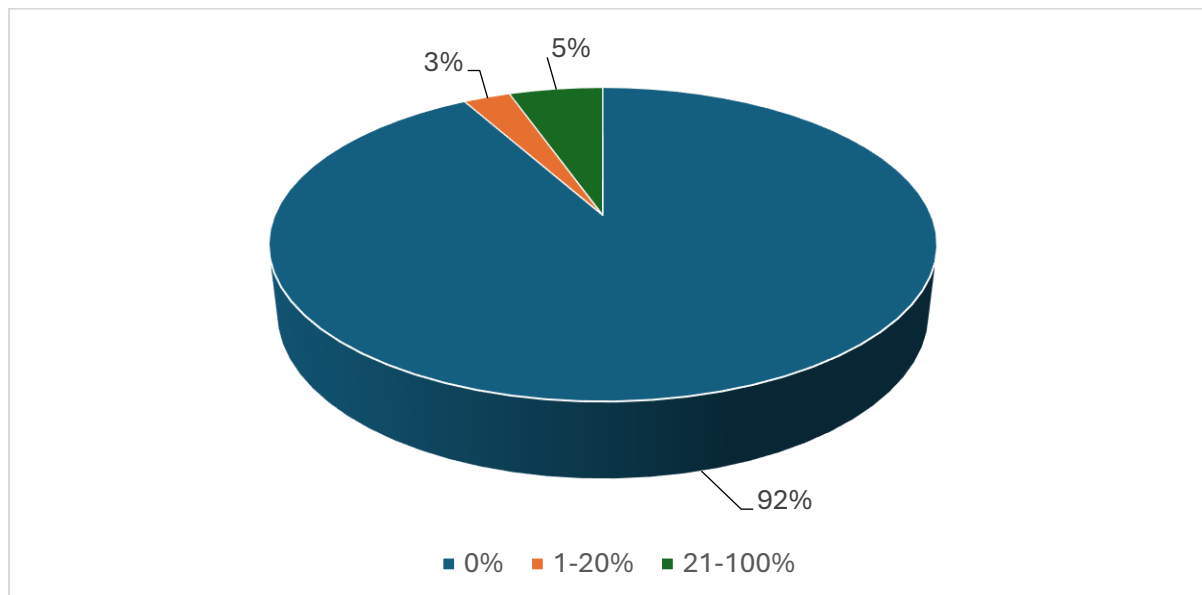
Źródło: opracowanie własne.

1.2. Dostępność językowa

Polski Język Migowy (PJM) jako naturalny wizualno-przestrzenny język komunikowania się osób doświadczających trwale lub okresowo trudności w komunikowaniu się za pomocą głosu stanowi podstawowe i skuteczne narzędzie zwiększania dostępności usług bankowości detalicznej dla konsumentów z tej grupy.

W badanej grupie respondentów (516 podmiotów) stosowanie w praktyce tego narzędzia komunikowania się jest jednak nieliczne. W około 92% udzielonych odpowiedzi wskazano brak możliwości porozumiewania się z wykorzystaniem PJM. Respondenci w grupie obejmującej 3% badanych uznali, że zapewnienie PJM, jako formy komunikowania się mają zrealizowane w przedziale do 20% placówek, zaś w przypadku 5% badanych podmiotów wskazano możliwość komunikowania się w PJM w od 21% do 100% placówek danego podmiotu. Podmiotami, które deklarowały możliwość porozumiewania się PJM w ich placówkach, były głównie banki komercyjne. W tej grupie 31 % respondentów deklaruje przygotowanie do komunikacji w PJM z wykorzystaniem tłumaczenia online (a nie bezpośrednio w oddziale). Wskazując stosowane w praktyce rozwiązania podawano możliwość tłumaczenia na PJM online, jak i w kontakcie

bezpośrednim (na miejscu siedziby), zapewnienie w placówce wsparcia operacyjnego i technicznego (m.in. przy opracowywaniu dokumentów bądź informacji w formie nagrania audio, nagrania wideo zawierającego tłumaczenie na PJM, czy też dostosowywanie dokumentacji w innej formie uzgodnionej przez strony). Sporadycznie udzielano odpowiedzi o stosowaniu innych alternatywnych rozwiązań.



Rys. 3 W jakim odsetku Państwa placówek klienci mogą się porozumieć z pracownikami w polskim języku migowym (PJM)? (n=516)

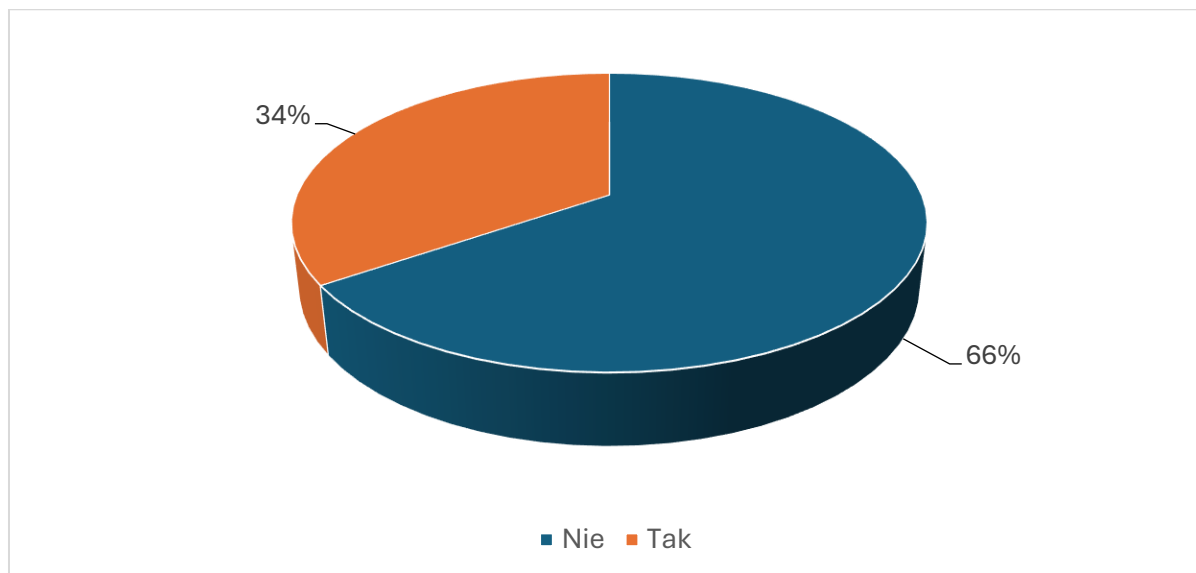
Źródło: opracowanie własne.

W kontakcie z osobą ze szczególną potrzebą istotne znaczenia ma sposób organizacji tekstu, który zapewnia szybki dostęp do zawartych w nim informacji, jak również lepsze ich zrozumienie oraz – gdy zaistnieje taka potrzeba – skuteczne działanie na ich podstawie. Zrozumiałość należy rozważać jako właściwość produktu lub usługi, która umożliwia osobie ze szczególną potrzebą zrozumienie treści i sposobu ich prezentacji. Dlatego też w standardach, wytycznych lub innych regulacjach wewnętrznych dotyczących produktów i usług podmiotów gospodarczych należy zwracać uwagę na stosowanie pojęć, które nie powinny odbiegać od powszechnie przyjętych znaczeń oraz wyjaśnianie pojęć specjalistycznych.

Przedmiotem badania było również wprowadzenie standardów lub innych regulacji wewnętrznych, które dotyczą stosowania zrozumiałej komunikacji lub prostego języka w poszczególnych badanych obszarach. Prezentowane w tym zakresie wyniki dotyczą 629 podmiotów. Około 35% respondentów udzieliło pozytywnej odpowiedzi na sformułowane w tym zakresie pytanie. Nadal jednak w znaczącej części badanych podmiotów (65%) brakuje rozwiązań sprzyjających zapewnieniu dostępności poprzez zrozumiałą komunikację.

W pytaniu otwartym poproszono o wskazanie działań, które ułatwiają podpisanie umów lub innych dokumentów w placówce osobom ze szczególnymi potrzebami. Najczęściej wskazywano na stosowanie dobrych praktyk obsługi osób ze szczególnymi potrzebami, dotyczących m.in. sposobu postępowania w procesie obsługi wniosku złożonego przez osobę ze szczególnymi potrzebami, udostępnianie regulaminów w formie nagrania audio z czytaną treścią dokumentu,

nagrania wizualnego treści dokumentu w PJM, wydruku dokumentu w alfabecie Braille’a, wydruku dokumentu z wielkością czcionki wygodną do czytania. Powyższe stanowi wyraz realizacji dyspozycji art. 109 ust. 3 oraz 111 ust. 3 Ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. Prawo bankowe (Dz.U. z 2024 r. poz. 1646, dalej: Prawo bankowe). W bankach wdrażane są także dobre praktyki obsługi osób z niepełnosprawnościami opracowane przez podmioty zewnętrzne, jak np. „Dobre praktyki prostej komunikacji bankowej” opracowane przez Związek Banków Polskich⁷.



Rys. 4 Czy wprowadzili Państwo standardy, wytyczne lub inne regulacje wewnętrzne, które dotyczą stosowania zrozumiałej komunikacji lub prostego języka w poszczególnych obszarach, takich jak komunikacja z klientami, umowy czy korespondencja? (n=629)

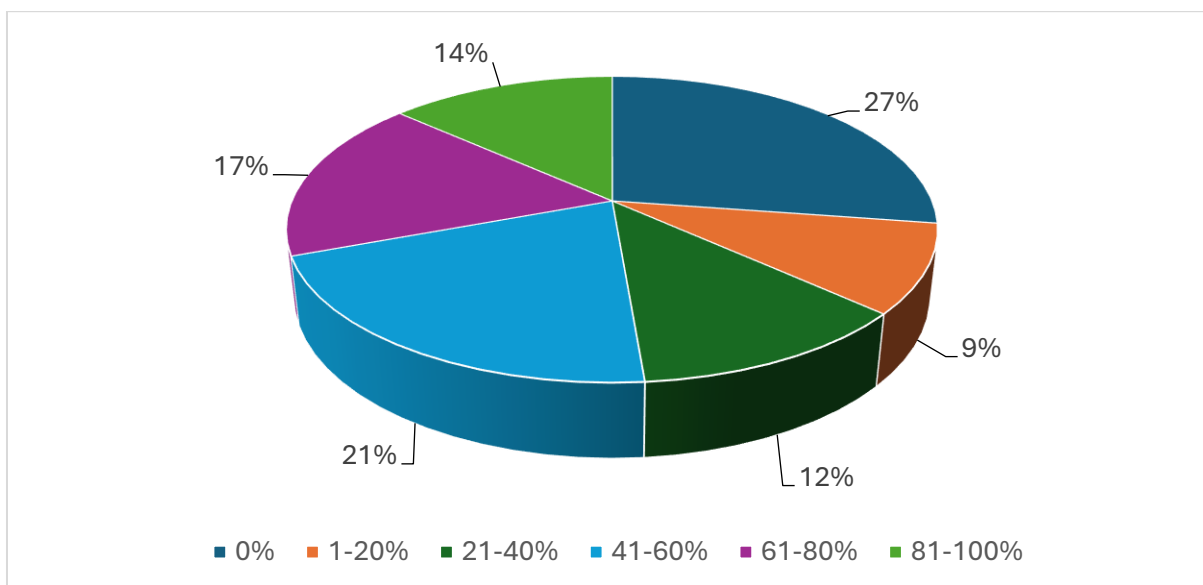
Źródło: opracowanie własne.

Prosty język jest kolejną kategorią, ale i niejednorodnym standardem komunikacyjnym, co potwierdzono w wynikach przeprowadzonych ankiet. Jednocześnie jednak pomimo tego, że badana grupa respondentów była zróżnicowana, to podstawowe zasady efektywnej komunikacji można uznać za wspólne i właściwe każdej z nich. Duża różnorodność udzielonych wypowiedzi miała miejsce w przypadku badania stopnia zgodności z kryteriami prostego języka w zakresie treści zamieszczonych na stronach internetowych i w aplikacjach mobilnych. Liczba badanych obejmowała 567 podmiotów. Niespełnienie kryteriów prostego języka zadeklarowało ok. 27% badanych podmiotów, natomiast spełnienie tych kryteriów w zakresie 1-40% oraz 41-60% wykazało ok. 21% respondentów w każdym z tych zakresów. Spełnienie omawianych kryteriów w przypadku ponad 60% treści zadeklarowało blisko 31% ankietowanych. W tym aspekcie pozytywnie odróżniała się próba banków komercyjnych. W tej grupie 79% podmiotów deklaruje wdrożenie pewnych rozwiązań i deklaruje, że stosuje reguły prostego języka przy tworzeniu tekstów do opublikowania na swoich stronach internetowych i do umieszczenia w aplikacjach. Banki deklarują także przywiązanie do tych kryteriów w komunikacji indywidualnej. Nie bez

⁷ <https://zbp.pl/aktualnosci/wydarzenia/Dobre-praktyki-prostej-komunikacji-bankowej>

znaczenia jest to, że Związek Banków Polskich opracował i udostępnił bankom własne wskazówki i wytyczne na ten temat.

W pytaniu otwartym poproszono respondentów o wskazanie treści zgodnych z kryteriami prostego języka. Udzielone odpowiedzi dotyczyły różnych obszarów, w tym wszelkich informacji kierowanych do klienta, tj. informacje regulaminowe, o produktach i usługach (np. rachunkach bankowych, kredytach, usługach dodatkowych), procedur obowiązujących w podmiocie, informacji przekazywanych w bankowości internetowej. Prosty język jest stosowany również w materiałach edukacyjnych kierowanych do klienta w postaci filmów instruktażowych, w działaniach marketingowych (reklamach bankowych, aktualnościach, artykułach zamieszczanych na stronach internetowych), poradnikach, komunikatach, SMS-ach. Wskazywano także na wykorzystywanie zasad prostego języka również w komunikacji wewnętrznej w danym podmiocie (np. regulacje dotyczące konkretnej placówki tworzone w oparciu o wzorcowe regulacje ogólne, w których zawarto wytyczne dotyczące działania w zakresie upraszczania języka w komunikacji z klientami, wykwalifikowane zespoły realizujące zasady prostego języka, wprowadzanie szkoleń i innych procesów certyfikacyjnych dla pracowników, w tym eksperckich wewnętrznych, jak i zewnętrznych).



Rys. 5 W jakim stopniu treści na Państwa stronach internetowych i w aplikacjach mobilnych, korespondencja z klientami oraz umowy i wzorce umowne są zgodne z kryteriami prostego języka (długość zdań i słów, architektura tekstu, łatwe do zrozumienia formy gramatyczne itp.)? (n=567)

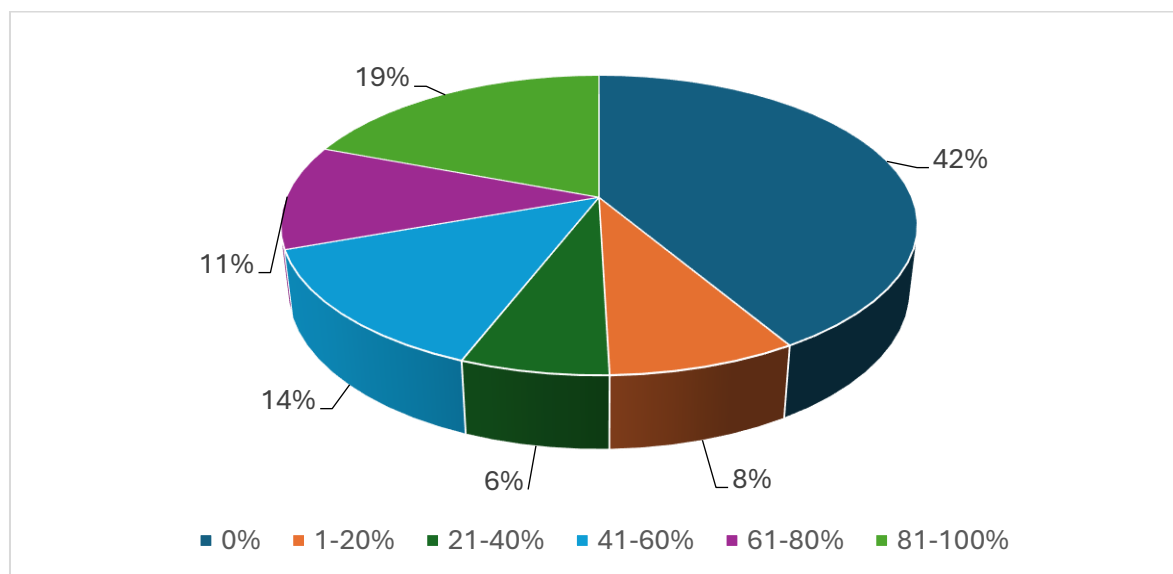
Źródło: opracowanie własne.

Respondenci udzielili również odpowiedzi dotyczących treści stron internetowych i prezentowanych w aplikacjach mobilnych, korespondencji z klientami oraz umów i wzorców umownych przy uwzględnieniu nieprzekraczania poziomu biegłości językowej B2 zgodnie z Europejskim Systemem Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy (567 podmiotów). Poziom biegłości językowej B2 oznacza możliwość wyrażania się w sposób jasny i szczegółowy, w tym rozumienie znaczenia głównych wątków przekazu zawartego w złożonych tekstach na tematy konkretne i abstrakcyjne. Analizowany poziom biegłości językowej obejmuje też rozumienie

dyskusji na tematy techniczne z zakresu specjalności danej osoby. Osoba wykazująca się poziomem biegłości językowej B2 potrafi porozumiewać się na tyle płynnie i spontanicznie, aby prowadzić swobodną rozmowę z rodzimym użytkownikiem języka, nie powodując przy tym napięcia i dyskomfortu u którejkolwiek ze stron.

Tym samym uprawniona była ocena ww. treści m.in. pod kątem przejrzystości i szczegółowości wypowiedzi (tak ustnych, jak i pisemnych) zamieszczanych w sformułowanych w pytaniu formach przekazu informacji. Również w tym obszarze odpowiedzi respondentów nie były jednorodne, tak pod względem ogólnym, jak i szczegółowym. Wskazywano na stosowanie poziomu B2 we wszystkich wykorzystywanych kanałach komunikacji z klientem, a niekiedy tylko w przypadku stron internetowych i korespondencji z klientem, social-mediach, aplikacjach mobilnych itp. Dotyczyło ono również różnych nośników informacji o produktach i usługach oferowanych przez badane podmioty gospodarcze, tj. regulaminów wewnętrznych, działań informacyjno-marketingowych (np. ofert kierowanych do klientów poprzez reklamę), dokumentacji obowiązującej w danym podmiocie (wzorach umów, formularzach).

Udzielając odpowiedzi na sformułowane pytanie ok. 42% ankietowanych wykazało wartość 0%. Dalej zaś, nieprzekraczanie poziomu biegłości językowej B2 treści stron internetowych i prezentowanych w aplikacjach mobilnych, korespondencji z klientami oraz umów i wzorców umownych w zakresie 1-20% zadeklarowało ok. 8%, natomiast w zakresie 21-40% - ok. 6%, odpowiednio zaś: 41-60% - ok. 14%, 61-80% - ok. 11%, zaś 81-100% - ok. 19%.

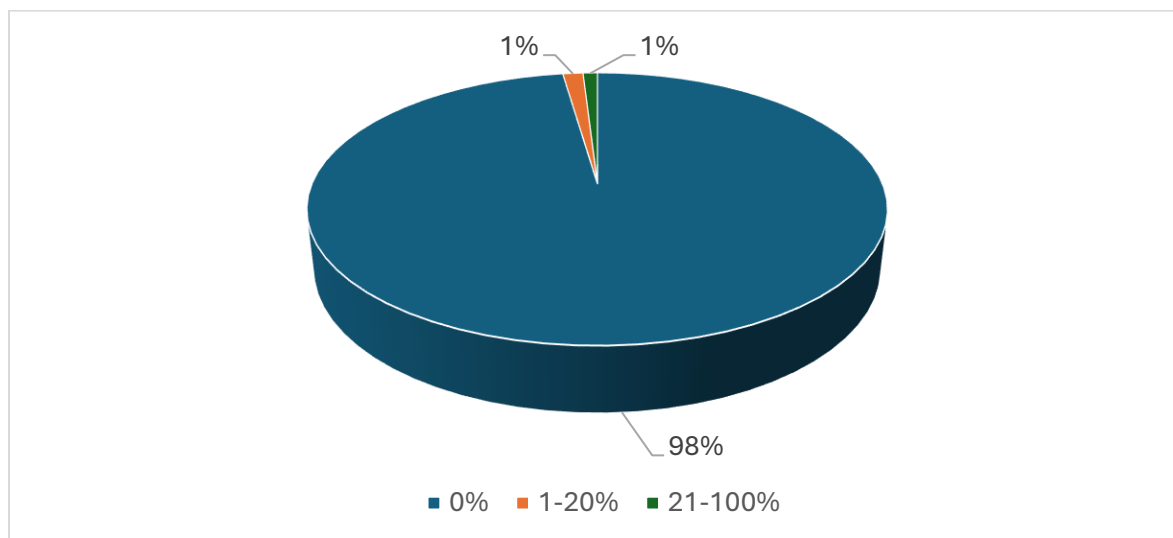


Rys. 6 Jaka część treści na Państwa stronach internetowych i w aplikacjach mobilnych, korespondencji z klientami oraz umów i wzorców umownych nie przekracza poziomu biegłości językowej B2 według Europejskiego Systemu Kształcenia Językowego? (n=567)

Źródło: opracowanie własne.

1.3. Rozwiązania wspomagające

Korzystanie z innych od wyżej omówionych (np. PJM) narzędzi wspomagania w kontakcie z osobami z określoną dysfunkcją słuchu, takich jak pętla indukcyjna⁸ jest nieczęsto spotykane. W około 2% spośród 522 badanych podmiotów wykazano posiadanie pętli indukcyjnej w jakiegokolwiek liczbie placówek. W dominującej większości, bowiem w blisko 98% udzielonych odpowiedzi, wskazano na brak pętli indukcyjnej w jakiegokolwiek placówce. Niekiedy stosowanym rozwiązaniem jest przekierowywanie osób ze szczególną potrzebą do placówki wyposażonej w pętlę indukcyjną, względnie pozyskanie tej pętli z właściwej placówki (wewnętrzny obieg pętli indukcyjnej). Niekiedy respondenci deklarowali nabycie tej pętli w najbliższej przyszłości.

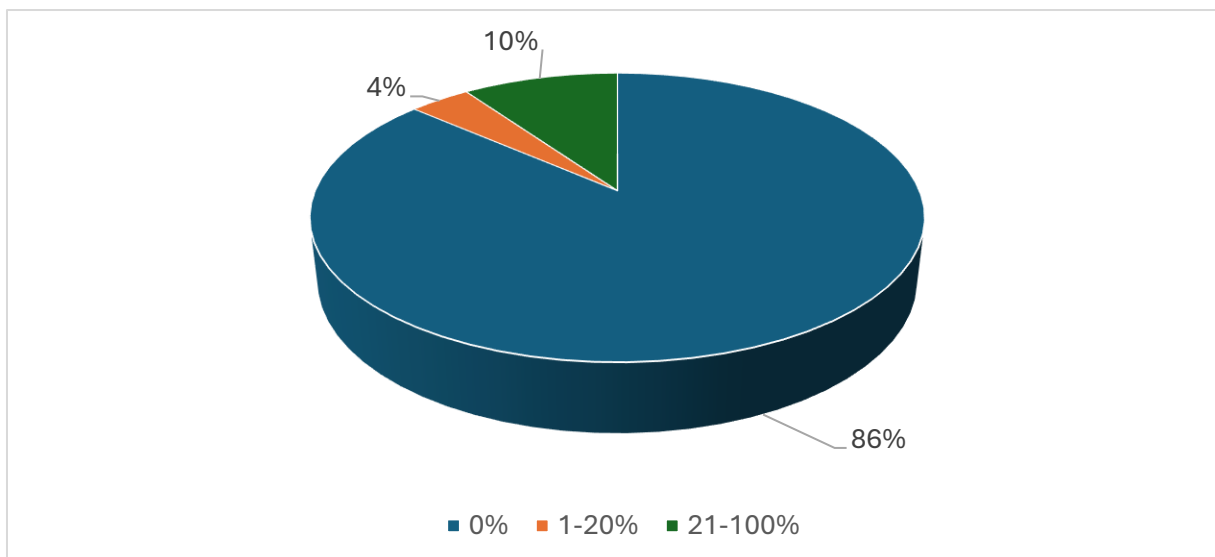


Rys. 7 W jakim odsetku Państwa placówek funkcjonuje pętla indukcyjna? (n=522)

Źródło: opracowanie własne.

W większości badanych podmiotów (tj. w grupie 522 podmiotów) brakuje pomieszczenia z wyciszeniem akustycznym dla osób z zaburzeniami głosu lub słuchu (ok. 86% udzielonych odpowiedzi). W ok. 10% respondenci wykazują sale z wyciszeniem akustycznym w od 21 do 100% swoich placówek. Dodać przy tym należy, że niektórzy ankietowani zwracali uwagę na możliwość prowadzenia obsługi osoby ze szczególną potrzebą w innym oddzielnym od pozostałej przestrzeni pomieszczeniu biurowym, które jednak nie było salą z wyciszeniem akustycznym, a pomieszczeniem z możliwością „zapewnienia komfortu akustycznego”.

⁸ Niekiedy ankietowani wskazywali, że chodzi o przenośną pętlę indukcyjną.

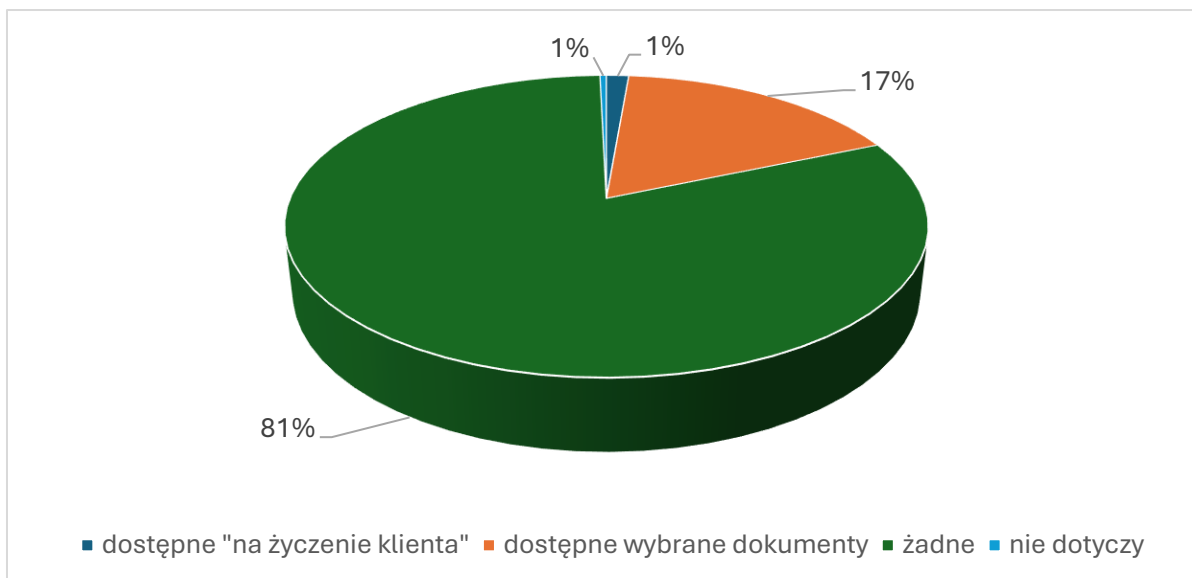


Rys. 8 Jaki procent Państwa placówek oferuje pomieszczenie z wyciszeniem akustycznym dla osób niedosłyszących, osób z zaburzeniami głosu lub słuchu? (n=522)

Źródło: opracowanie własne.

Przykładami narzędzi wskazywanych w odpowiedziach jako wykorzystywane do komunikacji pisemnej z osobą z dysfunkcją słuchu były też tablice do pisania, tablety, ekrany do wyświetlania informacji. W niektórych badanych jednostkach zwracano także uwagę na wyposażenie punktów kasowych w zestawy wzmacniające głośność, a bankomatów w porty słuchawkowe. Dokumentacja związana ze świadczonymi usługami przekazywana jest konsumentom poza ich wydrukiem także drogą elektroniczną przed zawarciem umowy o świadczenie określonej usługi.

Kolejnym rozwiązaniem wspomagającym dostępność usług dla osób ze szczególnymi potrzebami jest oferowanie dokumentów zapisanych w alfabecie Braille’a. W prezentowanych wynikach wykorzystano informacje pozyskane od 522 podmiotów. W 81% przebadanych podmiotów wskazano brak jakichkolwiek dokumentów w alfabecie Braille’a. Wybrane dokumenty stosowane w przebadanych placówkach są dostępne u ponad 17% respondentów, zaś ponad 1% udzielonych odpowiedzi obejmował dostępność dokumentów „na życzenie klienta”. Biorąc pod uwagę uregulowania prawne dotyczące znaczącej części respondentów z sektora bankowego, należy mieć na względzie, że od 20 września 2019 r. osoba ze szczególnymi potrzebami ma prawo otrzymania ogólnych warunków umów oraz regulaminów (art. 109 ust. 3 Prawa bankowego), jak i innych informacji (np. dotyczących stosowanych stawek oprocentowania środków na rachunkach bankowych, kredytów i pożyczek, stosowanych stawek prowizji i wysokości pobieranych opłat, terminów kapitalizacji odsetek) w formie wydruk w alfabecie Braille’a (art. 111 ust. 3 Prawa bankowego). Większość, bo 64% banków zadeklarowała, że oferuje wybrane dokumenty w alfabecie Braille’a, ale już tylko co siódmy z nich udostępnia w braille’u wszystkie wskazane w ankiecie dokumenty. Często trzeba je wcześniej zamówić. Oprócz tego banki udostępniają klientom z dysfunkcją wzroku monitory z zainstalowaną aplikacją (np. NVDA) do odczytywania tekstu. Banki mają też osobne procedury obsługi takich osób, nagrania treści dokumentów lub dokumenty drukowane większą czcionką.



Rys. 9. Które dokumenty są dostępne w alfabecie Braille’a? (n=522)

Źródło: opracowanie własne.

W podsumowaniu należy wskazać, że respondenci podkreślali potrzebę równoległego stosowania różnych form komunikacji, w zależności od konkretnej potrzeby i okoliczności stanu faktycznego, w tym np. łączenia przekazu werbalnego/wzrokowego z komunikacją „mowy ciała” (mimika twarzy, gesty, postawa) lub też innymi formami komunikacji niewerbalnej. Zgodnie z odpowiedziami ankietowanych przekaz ten - w przypadku niektórych dysfunkcji słuchu - wspierany był odpowiednią intonacją głosu, stosowaniem krótkich i poprawnych pod względem dykcji form wypowiedzi, jak i stosowaniem prostego języka w kontakcie z konsumentem. Sporadycznie, aczkolwiek wymaga to podkreślenia, wskazywano dodatkowe formy usprawniające komunikację z osobą ze szczególną potrzebą w przyszłości, np. poprzez odnotowywanie w systemach obsługi konsumenta danego podmiotu (profilu klienta) informacji dotyczących szczególnej potrzeby wynikającej np. z zaburzenia słuchu, czy też innej szczególnej potrzeby. Stanowić to może dobrą praktyką sprzyjającą wyborowi określonej formy komunikacji z klientem tj. preferowanej przez osobę ze szczególnymi potrzebami (np. drogą mailową, poprzez SMS).

2. Dostępność cyfrowa

Informacje przekazywane drogą elektroniczną stanowią istotną część całości przepływu informacji w otoczeniu. Tym samym dla coraz większej liczby konsumentów informacje przekazywane w ten sposób stanowią główne narzędzie umożliwiające kontakt z podmiotami sektora prywatnego. Ze względu na niejednorodny charakter oczekiwań i wymagań dotyczących osób ze szczególnymi potrzebami, w praktyce stosowane są różne rozwiązania umożliwiające tym osobom łatwy dostęp do informacji prezentowanych drogą elektroniczną.

Dostępność cyfrowa stanowi kluczowy element zapewnienia pełnego dostępu do niektórych usług i produktów dla osób ze szczególnymi potrzebami. Współczesne podmioty gospodarcze coraz częściej wykorzystują technologie cyfrowe jako podstawowy kanał komunikacji i obsługi klienta, co wymaga dostosowania stron internetowych i aplikacji mobilnych do potrzeb szerokiego grona użytkowników, w tym osób z niepełnosprawnościami.

W ramach ankiety zapytano o zgodność rozwiązań cyfrowych oferowanych przez objęte badaniami podmioty – banki komercyjne, banki spółdzielcze i SKOK-i, instytucje pożyczkowe, domy i biura maklerskie oraz krajowe instytucje płatnicze – z wytycznymi WCAG 2.1 i WCAG 2.2. Należy przy tym wskazać, że nieliczne podmioty wskazywały, że nie są w stanie udzielić odpowiedzi na zadane w tym zakresie pytania, gdyż nie podjęto w danym podmiocie wcześniej czynności audytowych mających na celu ocenę stopnia spełniania przez stronę internetową i aplikację mobilną ww. wytycznych.

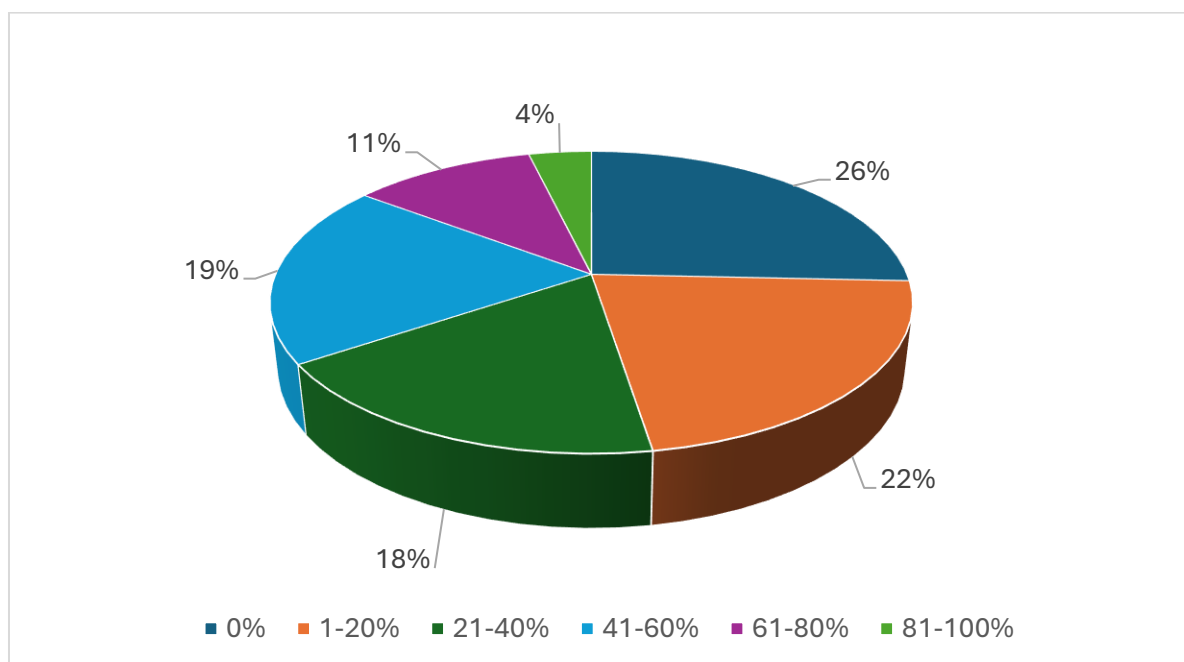
Wytyczne dotyczące dostępności treści internetowych (Web Content Accessibility Guidelines, WCAG) to międzynarodowy standard opracowany przez The World Wide Web Consortium, który określa zasady i rekomendacje mające na celu zapewnienie dostępności stron internetowych i aplikacji cyfrowych dla wszystkich użytkowników, w tym osób z niepełnosprawnościami. WCAG 2.1, wprowadzony w 2018 roku, rozszerzył wcześniejszą wersję (WCAG 2.0) o dodatkowe kryteria związane z dostępnością na urządzeniach mobilnych oraz potrzebami osób z niepełnosprawnościami poznawczymi, takimi jak zaburzenia koncentracji czy czytania. Najnowsza wersja WCAG 2.2 - wprowadzona w 2023 roku - dodaje kolejne usprawnienia, w tym wytyczne związane z użytecznością komponentów interaktywnych, takich jak przyciski, oraz zrozumiałością dla użytkowników z ograniczoną percepcją wzrokową czy ruchową.

Wytyczne WCAG opierają się na czterech podstawowych zasadach: postrzegalności, funkcjonalności, zrozumiałości i kompatybilności, co oznacza, że treści muszą być dostępne dla zmysłów użytkowników, łatwe w obsłudze, intuicyjne do zrozumienia oraz kompatybilne z różnymi technologiami wspomagającymi. Obecnie WCAG występuje w wersji 2.2., natomiast przeprowadzone badania dotyczyły spełnienia WCAG także w wersji 2.1.

2.1. Dostępność stron internetowych

Wyniki oceny zgodności stron internetowych dla klientów podmiotów świadczących usługi bankowości detalicznej z wytycznymi WCAG 2.1. (rys. X) wskazują na znaczne zróżnicowanie w poziomie spełnienia standardów dostępności cyfrowej. W prezentowanych poniżej wynikach oparto się na odpowiedziach udzielonych przez 611 podmiotów. Około 26% analizowanych platform wykazuje brak jakiegokolwiek zgodności z wytycznymi (0%), co oznacza, że w wielu przypadkach osoby ze szczególnym potrzebami będą napotykały bariery (przeszkody,

ograniczenia) w korzystaniu z niektórych produktów i usług, które mogą uniemożliwiać lub utrudniać osobom ze szczególnymi potrzebami udział w różnych sferach życia na zasadzie równości z innymi osobami. Najliczniejszą grupę stanowią podmioty, które zadeklarowały zgodność w przedziale 1-20% (ok. 22%), co wskazuje na stosowanie, ale w ograniczonym zakresie rozwiązań sprzyjających dostępności cyfrowej stron internetowych. Kolejne ok. 18% i ok. 20% podmiotów deklaruje odpowiednio poziom zgodności w przedziałach 21-40% i 41-60%, co oznacza częściowe wdrożenie standardów WCAG, jednak nadal wymaga to znaczących usprawnień. Znacznie mniejszy odsetek platform deklaruje wyższe poziomy zgodności, bowiem niespełna 11% podmiotów znajduje się w przedziale 61-80%, a blisko 4% deklaruje, że spełnia standardy WCAG na poziomie 81-100%, co można uznać za przykład dobrych praktyk w zakresie implementowania na grunt praktyczny rozwiązań dotyczących dostępności cyfrowej.



Rys. 10 W jakim stopniu strony i aplikacje webowe (internetowe) dla klientów Państwa podmiotu są zgodne z wytycznymi (zasadami) WCAG 2.1.? (n=611)

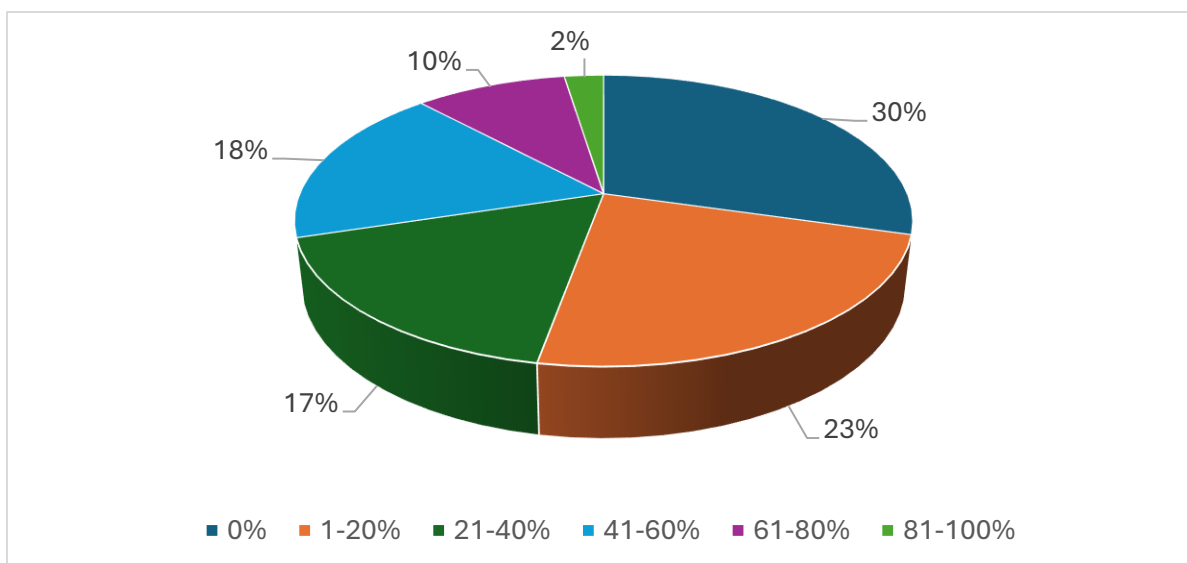
Źródło: opracowanie własne.

Wyniki oceny zgodności stron internetowych z wytycznymi WCAG 2.2. (rys. 10) ukazują jeszcze większe wyzwania niż w przypadku standardów WCAG 2.1. Aż 30% badanych platform nie spełnia żadnych kryteriów zgodności (0%), co wskazuje na brak uwzględnienia wymogów dostępności w procesie projektowania i wdrażania usług cyfrowych w znacznej części badanych podmiotów.

Największą grupę stanowią podmioty o bardzo niskim poziomie zgodności, w przedziale 1-20% (23%). W kolejnych przedziałach – 21-40% oraz 41-60% – mieści się odpowiednio 17% i 18% podmiotów, co sugeruje, że istotna część sektora finansowego wdraża jedynie podstawowe elementy dostępności cyfrowej.

Tylko 10% platform osiąga poziom zgodności w przedziale 61-80%, a ponad 2% spełnia standardy WCAG 2.2. na poziomie 81-100%, co można uznać za wzorcowe przykłady działań na rzecz dostępności. Wyniki te wskazują na pilną potrzebę zwiększenia świadomości w zakresie nowych

wymagań WCAG 2.2., które wprowadzają istotne rozszerzenia, zwłaszcza w obszarze dostępności komponentów interaktywnych oraz poprawy użyteczności dla osób z ograniczeniami poznawczymi i ruchowymi. To zróżnicowanie wymaga zdecydowanego zaangażowania instytucji w poprawę standardów dostępności cyfrowej.



Rys. 11 W jakim stopniu strony i aplikacje webowe (internetowe) dla klientów Państwa podmiotu są zgodne z wytycznymi (zasadami) WCAG 2.2.? (n=611)

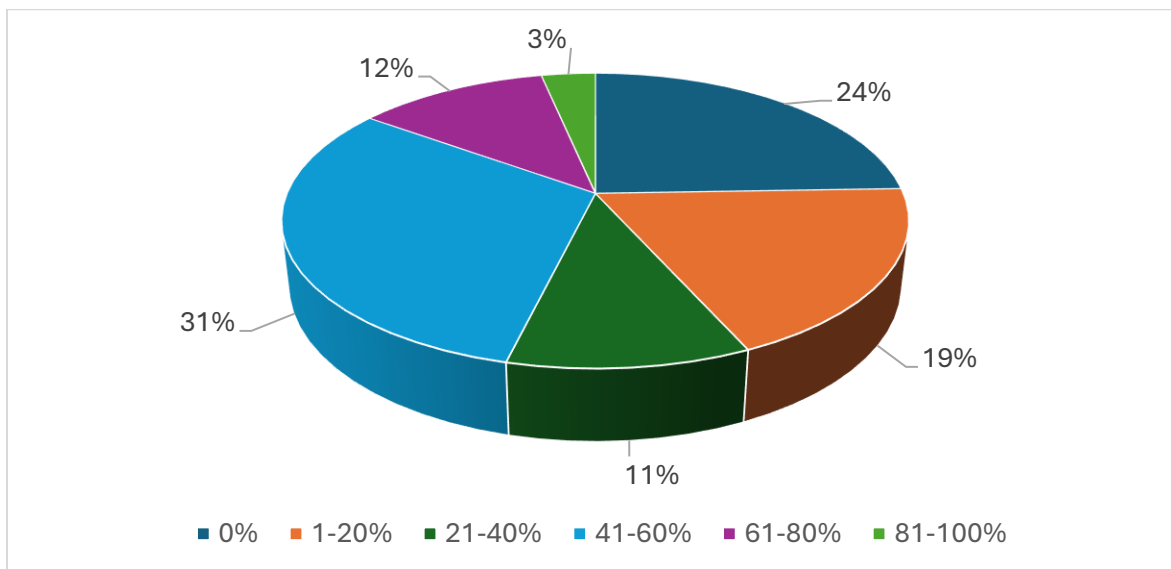
Źródło: opracowanie własne.

W grupie ankietowanych wskazywano w większości udzielonych odpowiedzi na brak rozwiązań służących zapamiętywaniu spersonalizowanych ustawień interfejsu użytkownika, które zwiększają dostępność dla osób ze szczególnymi potrzebami. Wśród obszarów wymagających zmian należy także wskazać wprowadzenie, a niekiedy rozwinięcie metod zdalnej identyfikacji klienta umożliwiającej korzystanie ze stron internetowych przez klientów z dysfunkcjami wzroku, metody składania podpisów elektronicznych na stronie internetowej przez te osoby, wprowadzenia środków bezpieczeństwa na stronie internetowej dostosowanych dla osób ze szczególnymi potrzebami. Niektórzy ankietowani wskazywali na responsywność ich stron internetowych.

2.2. Dostępność aplikacji mobilnych

Dostępność cyfrowa odnoszona do aplikacji mobilnych w grupie ankietowanych wskazywana była jako rozwiązanie wspierające (uzupełniające, a niekiedy zastępujące) strony internetowe. W badanej grupie respondentów wskazywano m.in. na to, że bankowość internetowa daje gwarancję bezpiecznego korzystania z usług i produktów danego podmiotu poprzez możliwość logowania z użyciem klawiatury (dostosowanie kolorystyki i kontrastu strony logowania oraz serwisu transakcyjnego w bankowości internetowej), czy też logowania biometrycznego. Wskazywano również na cechy techniczne sprzyjające zwiększeniu dostępności treści w aplikacjach mobilnych poprzez funkcję autozblżenia podczas procesu logowania oraz potwierdzanie transakcji płatniczych na urządzeniu mobilnym.

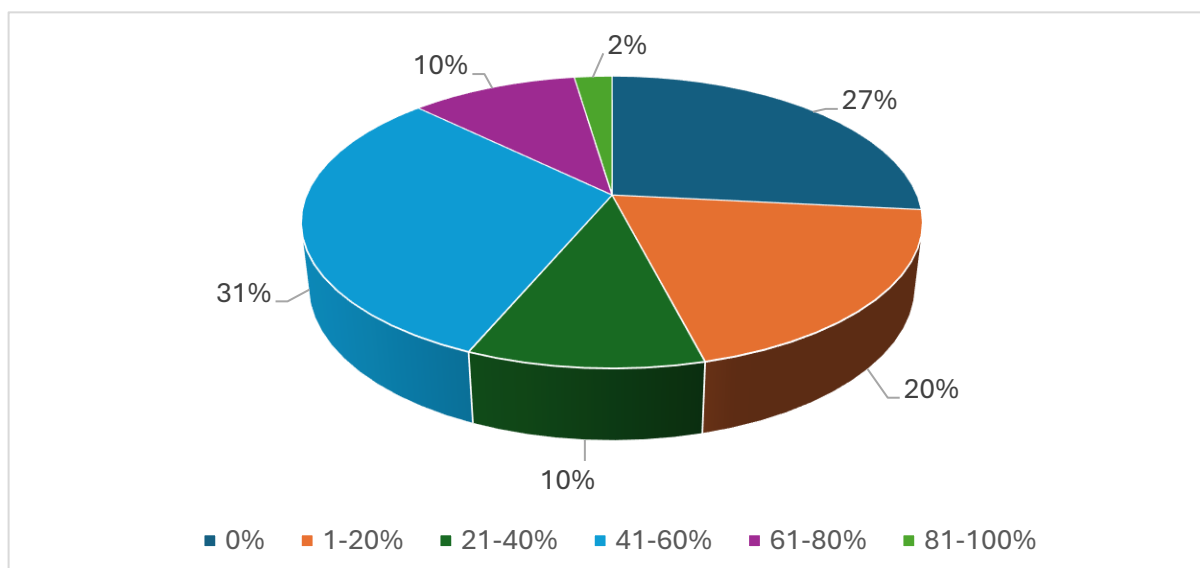
W najliczniejszej grupie badanych podmiotów wykazano dostosowanie aplikacji mobilnej do wytycznych WCAG 2.1. w zakresie 41-60%. Było to 31% udzielonych odpowiedzi. Brak zgodności w ww. obszarze badań dotyczył 24% ankietowanych. Dostosowanie w zakresie od 1-20% wykazało 19% ankietowanych, dalej zaś odpowiednio: 21-40% - 11% ankietowanych, 61-80% - 12% ankietowanych, zaś najwyższą zgodność, tj. w zakresie 81-100% wykazało tylko 3% ankietowanych.



Rys. 12 W jakim stopniu aplikacja jest zgodna z wytycznymi (zasadami) WCAG 2.1.? (n=511)

Źródło: opracowanie własne.

Podobne wyniki uzyskano w zakresie zgodności aplikacji mobilnych z wytycznymi WCAG 2.2. Najliczniejszą grupę stanowią podmioty, które wykazały zgodność aplikacji mobilnej z wytycznym WCAG 2.2. w zakresie 41-60%. Było to ok. 31% ankietowanych. Brak zgodności w ww. zakresie wykazało 27% podmiotów, natomiast dostosowanie w przedziale 1-20% wykazało 20% respondentów, a 21-40% oraz 61-80% - po 10% badanych. Najwyższy poziom dostosowania do standardów WCAG 2.2. wykazało 2% badanych podmiotów.



Rys. 13 W jakim stopniu aplikacja jest zgodna z wytycznymi (zasadami) WCAG 2.2.? (n=511)

Źródło: opracowanie własne.

Wnioski ogólne odnoszone do wszystkich przebadanych podmiotów wskazują na to, że strony internetowe oraz aplikacje mobilne są powszechnie stosowanych kanałem komunikacji z klientem, ale nie zawsze są one dostosowane w pełni do osób ze szczególnymi potrzebami. Tymczasem, aby uznać funkcjonalność tych kanałów informacji, prezentowana treść powinna być w pełni dostępna zarówno za pomocą klasycznych metod, np. wyświetlana na ekranie laptopa, ale również odczytywana w całości za pomocą możliwie najszerzej liczby narzędzi wspierających: przez czytnik ekranu, możliwość odczytania na tablecie, smartfonie itp. W wybranych podmiotach stosuje się różne zindywidualizowane rozwiązania służące zwiększeniu dostępności produktów i usług. Przykładowo są to zainstalowane na wszystkich smartfonach w placówkach danego podmiotu programy do odczytu na głos wyświetlanych na tym smartfonie treści, zapewnienie możliwości audiodeskrypcji, sterowania głosem, dostosowania odczytywanych treści do aparatów słuchowych, rozpoznawanie dźwięku. Ponadto, banki wprowadziły szereg rozwiązań technicznych, które zapewniają alternatywne i kompatybilne metod identyfikacji i autoryzacji. Podmioty te często wymieniały również współpracę interfejsów (aplikacji, stron mobilnych) z czytnikami ekranu w przypadku aplikacji mobilnych z czytnikami ekranu TalkBack (Android) i VoiceOver (iOS), jako narzędzia wspomagające dostępność cyfrową.

Odpowiedzi dotyczące potrzeb wybranych grup osób ze szczególną potrzebą, tj. dysfunkcją wzroku potwierdzają również potrzebę silnego skoncentrowania przyszłych kierunków zmian na doskonaleniu sposobu prezentowania informacji, który musi być zaprojektowany i wykonany tak, aby umożliwiał współpracę z maksymalnie dużym zakresem terminali użytkownika i narzędzi wspierających lub tak, by posiadał on odpowiednie alternatywy umożliwiające taką współpracę. Należy mieć na uwadze, że nie wszyscy użytkownicy stron internetowych i aplikacji mobilnych posługują się tymi samymi zmysłami, w związku z czym zasada postrzegalności stawia wymaganie, by informacja była dostępna za pomocą różnych zmysłów. Ta cecha z kolei powinna korelować ze zrozumiałością treści stron internetowych i aplikacji mobilnych dla każdego – nie tylko osoby ze szczególną potrzebą - użytkownika.

3. Dostępność technologiczna (bankomaty i terminale)

W dalszej części raportu zostaną omówione zagadnienia dotyczące bankomatów i terminali płatniczych, ze szczególnym uwzględnieniem sieci własnej bankomatów banków komercyjnych i spółdzielczych w Polsce oraz podmiotów korzystających z bankomatów obsługiwanych przez firmy zewnętrzne.

Analiza tych aspektów pozwoli ocenić, w jakim stopniu infrastruktura bankomatowa w Polsce odpowiada na potrzeby użytkowników oraz jakie wyzwania stoją przed dalszym rozwojem tego segmentu usług.

3.1 Bankomaty

Sieć własna bankomatów - banki komercyjne i banki spółdzielcze (n=452)

W ramach badania analizowano odsetek bankomatów spełniających określone wymagania w zakresie dostępności dla osób z różnymi potrzebami, w tym osób z niepełnosprawnościami. Na podstawie zebranych danych wyróżniono podmioty, które wskazały, brak spełnienia określonych kryteriów dostępności dla poszczególnych funkcji przez ich bankomaty.

Odsetek podmiotów, które wskazały wartość 0% dla poszczególnych pytań:

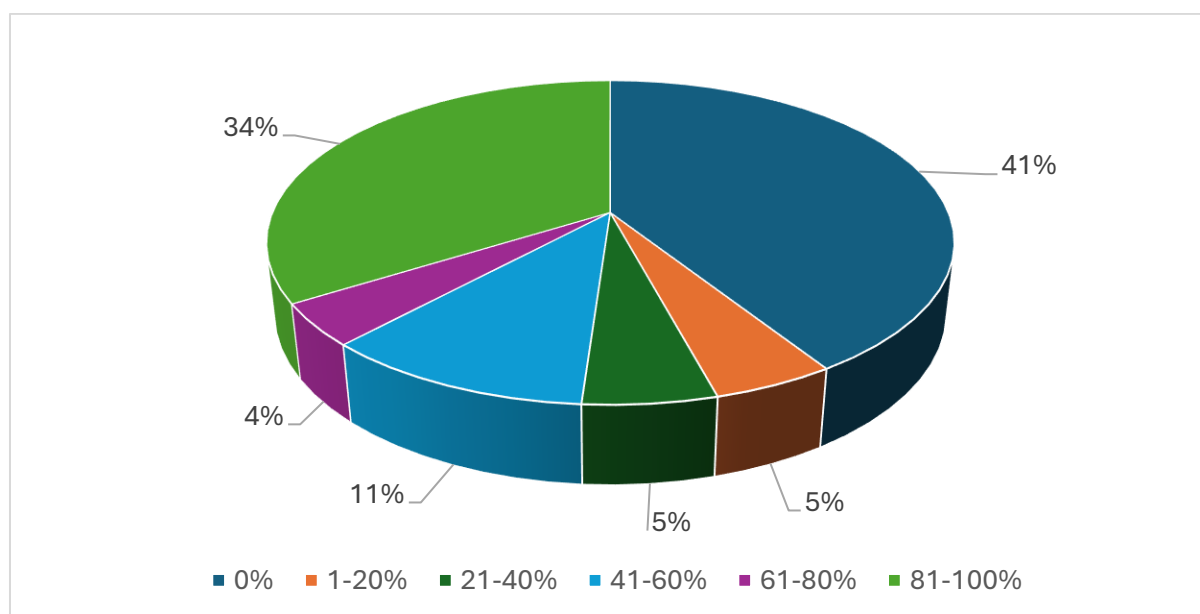
1. Swobodny dostęp architektoniczny (bez barier architektonicznych, np. dla osób poruszających się na wózku): 5,5% (25/452).
2. Przekazywanie instrukcji w formie głosowej i tekstowej oraz oznakowanie klawiatury dla osób niewidomych i niedowidzących: 40,9% (185/452).
3. Powiększanie wyświetlanego tekstu lub zwiększanie kontrastu ekranu dla osób słabowidzących: 89,8% (406/452).
4. Przyciski oznaczone nie tylko kolorami, ale i opisem (dla osób z zaburzeniami widzenia barw): 17,7% (80/452).
5. Sygnały dźwiękowe oraz komunikaty tekstowe lub obrazowe w przypadku błędu: 33,8% (153/452).
6. Duże i odpowiednio odseparowane przyciski na ekranie dotykowym (dla osób z drżącymi dłońmi): 13,3% (60/452).
7. Przyciski niewymagające dużej siły fizycznej do obsługi: 6,9% (31/452).
8. Brak migoczących obrazów na ekranie (dla osób podatnych na ataki epilepsji): 7,7% (35/452).
9. Sygnały wizualne, dotykowe lub dźwiękowe wskazujące miejsce wprowadzenia karty: 30,3% (137/452).
10. Możliwość podłączenia słuchawek do bankomatu: 66,6% (301/452).
11. Wystarczający czas na wpisanie kodu PIN: 6,6% (30/452).
12. Funkcja wezwania pomocy w przypadku awarii lub problemów z obsługą: 66,6% (301/452).

Wyniki analizowanych ankiet wskazują na znaczące różnice między poszczególnymi funkcjonalnościami bankomatów pod względem ich dostępności. Szczególnie wysoki odsetek podmiotów wskazał 0% w obszarach takich jak możliwość podłączenia słuchawek oraz funkcja wezwania pomocy (66,6%). Z kolei stosunkowo niewielki odsetek podmiotów wskazał na brak dostępności architektonicznej (5,5%) oraz przycisków wymagających małej siły fizycznej (6,9%). Niektórzy respondenci wskazywali na znaczenie dostępności informacyjno-komunikacyjnej w swobodnym korzystaniu z bankomatów, podając m.in., że większość z nich mieści się przy

placówkach banku, a w godzinach pracy placówek, pracownicy pomagają w obsłudze osobom ze szczególnymi potrzebami. Wśród rozwiązań wspierających podawano także ograniczenie bodźców rozpraszających uwagę osoby korzystającej z bankomatu (np. brak reklam w trakcie korzystania z bankomatu).

W dalszej części przedstawione zostaną wybrane (spośród 12) odpowiedzi do pytań dotyczących przykładowych form zapewnienia dostępności, które można łączyć z bankomatami.

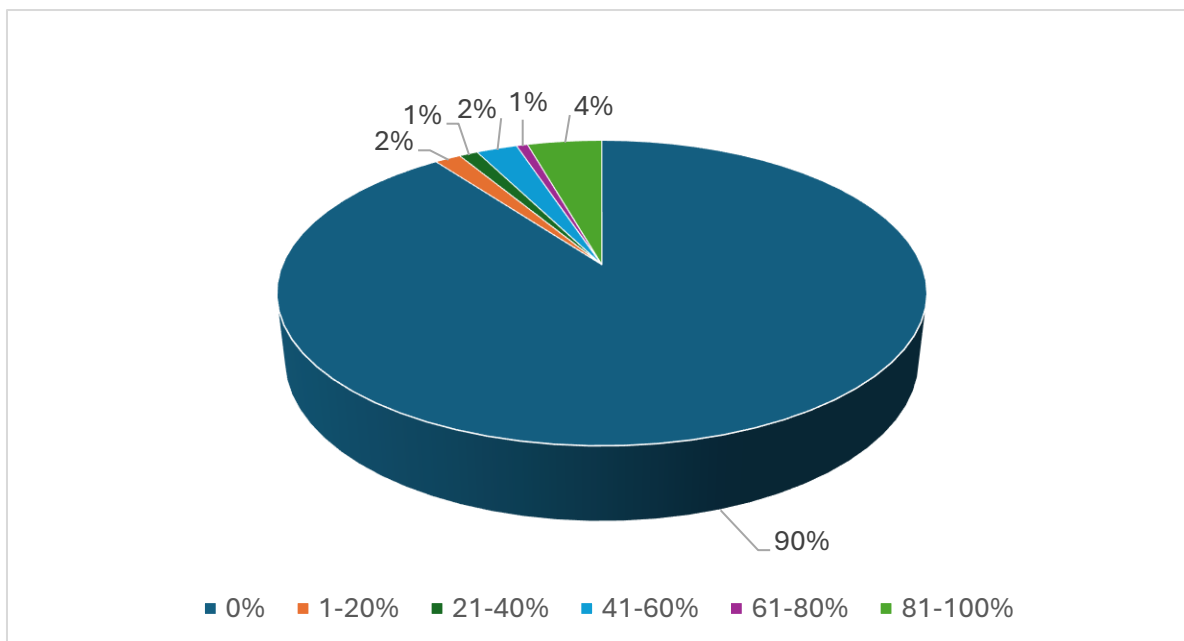
Badania dotyczące bankomatów z instrukcją w formie głosowej i tekstowej oraz oznakowaniem na klawiaturze wskazują na znaczące zróżnicowanie wśród respondentów. W obszarze tym można jednak zauważyć istotny udział nie tylko tych bankomatów (ok. 41%), które nie spełniają wyżej wskazanych kryteriów oceny, ale także tych, które spełniają analizowane kryteria w najwyższym zakresie tj. 81-100% (ok. 34% udzielonych odpowiedzi dotyczyło tego właśnie przedziału). Tym samym udział pozostałych zakresów łącznie wyniósł ok. 25%. Z przeprowadzonej ankiety wynika zatem, że znacząca część bankomatów jest aktualnie wyposażona w rozwiązania, które dają możliwość współpracy z technologiami asystującymi, ale nadal około połowa z nich spełnia standardy dostępności w 40% lub mniej.



Rys. 14 Jaki odsetek bankomatów należących do Państwa instytucji może przekazywać instrukcje w formie głosowej i tekstowej i ma na klawiaturze oznakowanie, tak by mogły z niego korzystać osoby niewidome i niedosłyszające? (n=452)

Źródło: opracowanie własne.

W badanej grupie respondentów blisko 90% udzielonych odpowiedzi wskazuje na brak możliwości zwiększenia kontrastu lub (i) rozmiaru czcionki. W ok. 4% ankietowani odpowiadali, że kryterium to spełnione jest w zakresie 81-100% bankomatów.

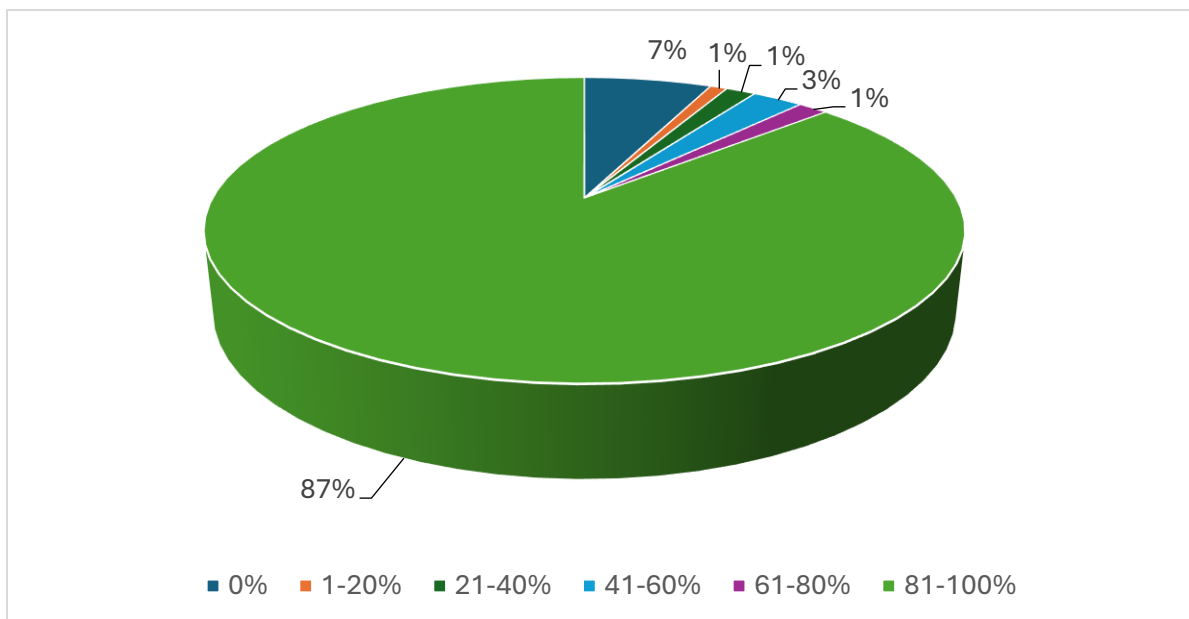


Rys. 16 Jaki odsetek bankomatów należących do Państwa instytucji może powiększać wyświetlany tekst lub zwiększać kontrast ekranu, tak by osoby słabowidzące mogły zapoznać się z informacjami? (n=452)

Źródło: opracowanie własne.

Uzupełniając powyższe można wskazać, że w zakresie dodatkowej informacji na przyciskach oznaczonych kolorem, blisko 69% badanych podmiotów wykazuje dostosowanie bankomatów w zakresie 81-100%, zaś ok. 54% tych podmiotów wybrało na ten sam przedział dostosowania w zakresie oceny funkcji wskazywania miejsca wprowadzenia karty sygnałami wizualnymi, dotykowym lub dźwiękowymi. Najwyższy zakres dostosowania bankomatów, gdyż wynoszący ok. 70% odpowiedzi respondentów, wykazano także w zakresie pytania dotyczącego wyposażenia bankomatów w duże i odseparowane przyciski ułatwiające obsługę drżącą dłońią, zaś blisko 82% ankietowanych podobny zakres łączyło z bankomatami z niemigoczącym ekranem, niestwarzającym zagrożenia dla osób z epilepsją.

Blisko 87% badanych podmiotów wskazało na możliwość wydłużenia czasu oczekiwania na reakcję klienta, np. wpisanie PIN w od 81 do 100% bankomatów. Natomiast niespełna 7% ankietowanych wskazało na brak takiej możliwości.



Rys. 17 Jaki odsetek bankomatów należących do Państwa instytucji zapewnia dostateczny czas na wpisanie PIN-u, by umożliwić korzystanie z nich osobom, które nie mogą wpisać go szybko? (n=452)

Źródło: opracowanie własne.

3.2 Terminale – Agenci rozliczeniowi

Badanie przeprowadzone wśród 17 agentów rozliczeniowych uwzględniło różnorodne typy terminali płatniczych, w tym terminale stacjonarne, mobilne oraz zintegrowane z kasą fiskalną. Poniżej przedstawiamy szczegółowe wyniki dotyczące dostosowania terminali stacjonarnych bez pinpada do wymogów dostępnościowych, z uwzględnieniem aspektów, które już spełniają wysokie standardy oraz tych, które wymagają dalszych usprawnień.

Terminale stacjonarne bez pinpada (n=8)

W przypadku terminali stacjonarnych bez pinpada, wyniki badania pokazują, że te urządzenia w pełni odpowiadają na potrzeby dostępnościowe w zakresie kilku kluczowych funkcji, takich jak:

- Kontrast przycisków i przełączników, który spełnia wymagania na poziomie 4,5:1 – zapewnia to lepszą czytelność dla osób słabowidzących.
- Wielkość i odległość przycisków, umożliwiające łatwe naciśnięcie przycisków, także przez osoby z ograniczoną motoryką.
- Zabezpieczenia przed padaczką fotogenną, dzięki czemu zmniejsza się ryzyko wywołania ataków wywołanych migotaniem ekranu.
- Łatwość zrozumienia komunikatów wyświetlanych na ekranie, które są zgodne ze standardem ETR (*easy to read*), ułatwiając korzystanie z terminalu osobom z trudnościami w odbiorze informacji.

Te funkcje zostały ocenione pozytywnie. Większość podmiotów wskazało, że 100% ich terminali spełnia wyżej wskazane wymagania.

Jednakże istnieje nadal potrzeba wprowadzenia ulepszeń w zakresie funkcji wspierających osoby z niepełnosprawnościami wzroku i słuchu. W przypadku terminali stacjonarnych bez pinpada, brak jest wsparcia w postaci głosowych komunikatów, które mogłyby informować użytkowników o kwocie do zapłaty. Ponadto, terminale te nie oferują możliwości podłączenia słuchawek, ani przewodowych, ani Bluetooth, co ogranicza ich dostępność dla osób niewidomych lub słabowidzących, które polegają na audio w celu uzyskania informacji o transakcji.

Terminale stacjonarne z dołączonym pinpadem (n=11)

W przypadku terminali stacjonarnych z pinpadem, wyniki badania pokazują, że podobnie jak w przypadku terminali bez pinpada, istnieje duża zgodność z wymaganiami dostępnościowymi w zakresie funkcji fizycznych terminala. Kluczowe aspekty, które zostały ocenione pozytywnie to:

- Kontrast klawiszy i przełączników – Zgodnie z wymaganiami, kontrast przycisków wynosi co najmniej 4,5:1, co poprawia widoczność i czytelność dla osób słabowidzących.
- Wielkość i odległość przycisków – Przyciski na terminalu są odpowiednio duże i oddalone od siebie, co umożliwia ich łatwe naciśnięcie, także przez osoby z ograniczoną motoryką (np. osoby starsze lub z drżącymi dłońmi).
- Niski próg siły wymaganej do wciśnięcia przycisków – Przyciski zostały zaprojektowane tak, aby wymagały niewielkiej siły do ich naciśnięcia, co sprawia, że terminale te są dostępne także dla osób o ograniczonej sprawności motorycznej.

Większość podmiotów wskazało, że 100% ich terminali spełnia wyżej wskazane wymagania.

Niemniej, w obszarze funkcji wspierających osoby z niepełnosprawnościami wzrokowymi i słuchowymi, wyniki ankiet prowadzą do wniosku o konieczności dalszego dostosowania terminali. Większość podmiotów wskazało, że 0% terminali stacjonarnych z pinpadem oferuje:

- Głosowe informacje o kwocie do zapłaty.
- Możliwość podłączenia przewodowego stereofonicznego zestawu słuchawkowego.
- Połączenie przez Bluetooth w celu użycia słuchawek.

Terminale mobilne z wbudowaną drukarką (n=13)

W przypadku terminali mobilnych z wbudowaną drukarką, wyniki badania wskazują, że te urządzenia osiągają wysoką zgodność z wymaganiami dostępnościowymi w zakresie fizycznych aspektów obsługi, zapewniając wygodę użytkowania osobom z różnymi ograniczeniami. Kluczowe obszary, w których terminale te spełniają najwyższe standardy dostępności to:

- Wielkość i odległość przycisków – Przyciski są wystarczająco duże i oddalone od siebie, co umożliwia ich łatwe naciśnięcie, także przez osoby z ograniczoną motoryką, w tym osoby z drżącymi dłońmi.

- Niski próg siły wymaganej do wciśnięcia przycisków – Przyciski są zaprojektowane tak, aby wymagały niewielkiej siły do ich naciśnięcia, co sprawia, że terminale te są dostępne także dla osób o ograniczonej sprawności motorycznej.
- Możliwość przemieszczenia terminala w celu zapewnienia dostępu do ekranu i klawiatury – Terminale te można łatwo przemieszczać, co pozwala na dostosowanie ich do pozycji osoby na niskim lub wysokim wózku, zwiększając ich dostępność.

Większość podmiotów wskazało, że 100% ich terminali spełnia wyżej wskazane wymagania.

Jednakże, podobnie jak w przypadku innych rodzajów terminali, wyniki wskazują, że 0% terminali mobilnych z wbudowaną drukarką większości badanych podmiotów oferuje funkcje wspierające osoby z niepełnosprawnościami wzroku i słuchu, takie jak:

- Głosowe informowanie o kwocie do zapłaty.
- Syntetyzowanie głosu po polsku.
- Możliwość połączenia ze słuchawkami przez Bluetooth.

Terminale mobilne bez drukarki (n=6)

W przypadku terminali mobilnych bez drukarki, podobnie jak w innych typach urządzeń, wyniki badania wskazują na bardzo dużą zgodność z wymaganiami dostępnościowymi w zakresie funkcji fizycznych, które umożliwiają łatwą obsługę przez osoby z różnymi ograniczeniami motorycznymi. Kluczowe obszary, w których terminale mobilne bez drukarki osiągają wysoką zgodność z wymogami dostępnościowymi to:

- Kontrast klawiszy i przełączników – Przyciski na terminalu mają kontrast co najmniej 4,5:1, co ułatwia ich widoczność i obsługę osobom słabowidzącym.
- Wielkość i odległość przycisków – Przyciski są wystarczająco duże i oddalone od siebie, co umożliwia ich łatwe naciśnięcie, także przez osoby z ograniczoną motoryką, w tym osoby z drżącymi dłońmi.
- Niski próg siły wymaganej do wciśnięcia przycisków – Przyciski terminala wymagają niewielkiej siły do ich naciśnięcia, co sprawia, że urządzenie jest dostępne dla osób o ograniczonej sprawności motorycznej.

Większość podmiotów wskazało, że 100% ich terminali spełnia wyżej wskazane wymagania.

Jednakże podobnie jak w przypadku innych terminali, większość badanych podmiotów wskazało, że 0% terminali mobilnych z bez drukarki oferuje funkcje wspierające osoby z niepełnosprawnościami wzrokowymi i słuchowymi, takie jak:

- Głosowe informowanie o kwocie do zapłaty.
- Syntetyzowanie głosu po polsku.
- Możliwość podłączenia przewodowego stereofonicznego zestawu słuchawkowego.
- Połączenie z słuchawkami przez Bluetooth.

Terminale mPOS (n=5)

W przypadku terminali mPOS, czyli mobilnych stanowisk sprzedaży, wyniki badania wskazują na mieszany poziom dostosowania do wymogów dostępnościowych. Chociaż terminale mPOS spełniają pewne kryteria w zakresie dostępności, inne funkcje wymagają dalszych usprawnień.

Większość podmiotów wskazało, że 100% ich terminali spełnia wskazane wymagania:

- Niski próg siły wymaganej do wciśnięcia przycisków – Przyciski terminala wymagają minimalnej siły do ich naciśnięcia, co sprawia, że urządzenie jest dostępne także dla osób o mniejszej sprawności motorycznej.
- Możliwość przemieszczenia terminala w celu zapewnienia dostępu do ekranu i klawiatury – Terminale mPOS można łatwo dostosować do pozycji osoby na niskim lub wysokim wózku, co zwiększa dostępność urządzenia w różnych sytuacjach.

Funkcje, które nie zostały spełnione (większość podmiotów wskazało, że 0% ich terminali spełnia wskazane wymagania):

- Głosowe informowanie o kwocie do zapłaty – Terminale mPOS nie oferują funkcji głosowego przekazywania informacji o kwocie do zapłaty, co jest istotnym elementem wsparcia dla osób z niepełnosprawnościami wzrokowymi.
- Możliwość podłączenia przewodowego stereofonicznego zestawu słuchawkowego – Terminale te nie umożliwiają podłączenia słuchawek przewodowych, co ogranicza dostępność dla osób niewidomych lub słabowidzących, które mogłyby skorzystać z tego typu wsparcia.
- Połączenie z słuchawkami przez Bluetooth – Brak tej funkcji uniemożliwia korzystanie z bezprzewodowych słuchawek, co mogłoby być pomocne dla osób z niepełnosprawnościami wzrokowymi lub słuchowymi.

Wszystkie badane terminale płatnicze osiągnęły wysoki poziom dostępności w zakresie fizycznym, zwłaszcza jeśli chodzi o rozmieszczenie przycisków, ich rozmiar i łatwość obsługi przez osoby z ograniczoną motoryką.

Niemniej jednak, większość terminali wymaga dalszych usprawnień w zakresie funkcji wspierających osoby z niepełnosprawnościami wzrokowymi i słuchowymi, takich jak:

- Głosowe informowanie o kwocie do zapłaty.
- Możliwość podłączenia słuchawek przewodowych lub Bluetooth.
- Syntetyzowanie głosu w języku polskim.

Dostosowanie omówionych funkcji mogłoby znacząco zwiększyć dostępność terminali dla osób z niepełnosprawnościami, szczególnie w kontekście zapewnienia pełnej inkluzywności we wszelkich formach transakcji płatniczych.

PODSUMOWANIE

Zaprezentowane wyniki badań wskazują, że wiele spośród 648 podmiotów działających na rynku usług bankowości detalicznej, które wzięły udział w badaniu, podjęło już działania na rzecz zwiększenia dostępności swoich produktów i usług, co jest dobrym sygnałem przed wejściem w życie nowych przepisów w 2025 r.

Uczestnikami badania były instytucje o różnej specyfice działalności, od dużych banków komercyjnych, przez banki spółdzielcze, spółdzielcze kasy oszczędnościowo-kredytowe, instytucje pożyczkowe, domy i biura maklerskie, po krajowe instytucje płatnicze i agentów rozliczeniowych. Taka różnorodność pozwoliła na szeroką analizę wyzwań związanych z dostępnością w całym sektorze finansowym. Analiza odpowiedzi ankietowanych wykazała, że niektóre obszary dostępności są lepiej rozwinięte niż inne. Przykładem są rozwiązania techniczne takie jak wydłużony czas na wprowadzenie PIN w bankomacie czy wprowadzenie dużych, właściwie rozdzielonych przycisków, które zyskują coraz szersze zastosowanie. Rośnie również świadomość w zakresie konieczności stosowania uniwersalnych standardów interfejsu czy dbałości o poprawny kontrast i czytelność dokumentów.

Niektóre obszary wymagają jednak dalszych działań, w szczególności w zakresie rozwiązań technologicznych sprzyjających osobom z dysfunkcjami narządu wzroku lub słuchu. Ważnym wyzwaniem pozostaje również obszar szkoleń, procedur wewnętrznych i wytycznych, które pomogą pracownikom podmiotów zobowiązanych, o których stanowi UoD lepiej rozumieć potrzeby klientów z różnymi rodzajami niepełnosprawności. W tym zakresie istotne będzie nie tylko angażowanie ekspertów, lecz także rozwijanie systemów ciągłego doskonalenia kadry, aby zapewnić klientowi kompetentne wsparcie na każdym etapie korzystania z produktów i usług. W tym zakresie konieczne będą inwestycje w wiedzę i zaplanowanie środków finansowych służących implementowaniu uregulowań dostępnościowych.

Warto jednak podkreślić, że nowe regulacje dopiero zaczną obowiązywać, a dostosowanie się do nich wymaga czasu. Jest to proces wymagający zaangażowania i współpracy między instytucjami finansowymi, regulatorami oraz organizacjami wspierającymi osoby z niepełnosprawnościami. Wypracowanie skutecznych rozwiązań i dobrych praktyk dla rynku finansowego będzie wymagało nie tylko czasu, ale też wspólnego działania. Jednakże tylko takie ukierunkowanie aktywności może przynieść długoterminowe korzyści zarówno klientom, jak i całemu sektorowi.

Dostosowanie usług do wymagań dostępności to nie tylko konieczność wynikająca z regulacji prawnych, lecz także możliwość poprawy jakości obsługi konsumentów. Dostępne usługi finansowe mogą zwiększać konkurencyjność na rynku oraz stanowią fundament budowania pozytywnych relacji z klientami. Są również elementem realizacji społecznej odpowiedzialności biznesu, co zyskuje na znaczeniu w oczach współczesnych konsumentów.

Podsumowując, sektor finansowy stoi przed ważnym, ale jednocześnie wymagającym zadaniem. Współpraca i dialog między różnymi interesariuszami będą kluczowe dla skutecznego wdrażania zmian. Biuro Rzecznika Finansowego zachęca do kontaktu i uczestnictwa w konsultacjach, które mogą pomóc w wypracowaniu optymalnych wytycznych, które umożliwią włączenie jak najszerszej grupy osób do świata finansów.