

Россиянам все больше нравится пользоваться Интернет-банкингом

В рамках ежеквартального исследования розничного рынка банковских услуг «Мониторинг розничного рынка. Банки»⁷ специалисты компании Profi Online Research выяснили отношение наших соотечественников к Интернет-банкингу. Оказалось что эта услуга становится все более и более востребованной среди россиян. Выяснилось, что наличие Интернет-банкинга наиболее актуально для держателей дебетовых карт.

Из ряда условий, которые оказывают влияние на принятие решения о выборе обслуживающего банка, участникам исследования было предложено выбрать семь наиболее важных для них параметров. Наличие Интернет-банкинга оказалось значимым фактором более чем для ¼ опрошенных. Эта характеристика в рейтинге прочих условий, оказывающих влияние на выбор банка, оказалась на 12-ой позиции, уступая место таким основополагающим факторам, как имидж кредитной организации, длительность ее работы на рынке, выгодность предлагаемых процентных ставок и проч. (см. рис.№1).

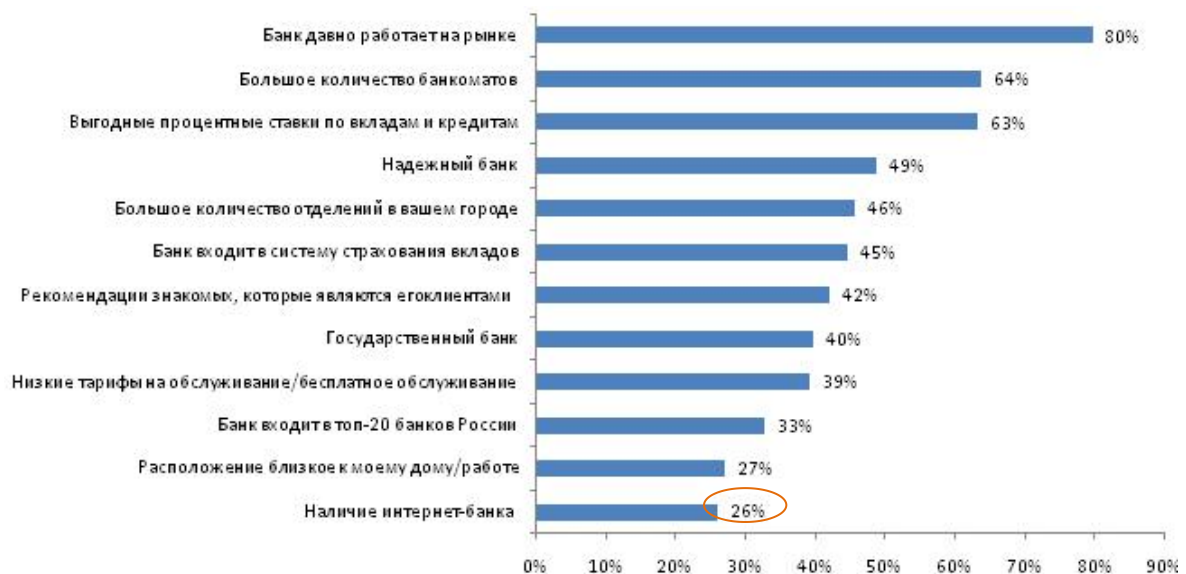


Рис.№1: Отметьте, пожалуйста, какие характеристики банка являются для Вас основными при принятии решения о выборе банка. Отметьте 7 самых важных параметров.

Отметим, что при открытии дебетовой карты, возможность доступа к Интернет-банкингу оказалась важна для 45% опрошенных. Это условие вошло в Топ-7 наиболее важных характеристик, которые

⁷ Исследование «Мониторинг розничного рынка. Банки» проводится ежеквартально. В нем участвуют российские граждане в возрасте от 21 до 55 лет, принимающие финансовые решения или участвующие в принятии решений в семье. Общая выборка – 7 100. Исследование проводится методом интерактивного опроса среди респондентов Онлайн панели компании Profi Online Research, проживающих в 13 самых крупных российских городах (Москва, Санкт-Петербург, Казань, Челябинск, Новосибирск, Ростов-на-Дону, Нижний Новгород, Уфа, Екатеринбург, Самара, Омск, Пермь, Волгоград).

в этом случае будут оценивать потенциальные клиенты при выборе обслуживающего банка (см. рис.№2).

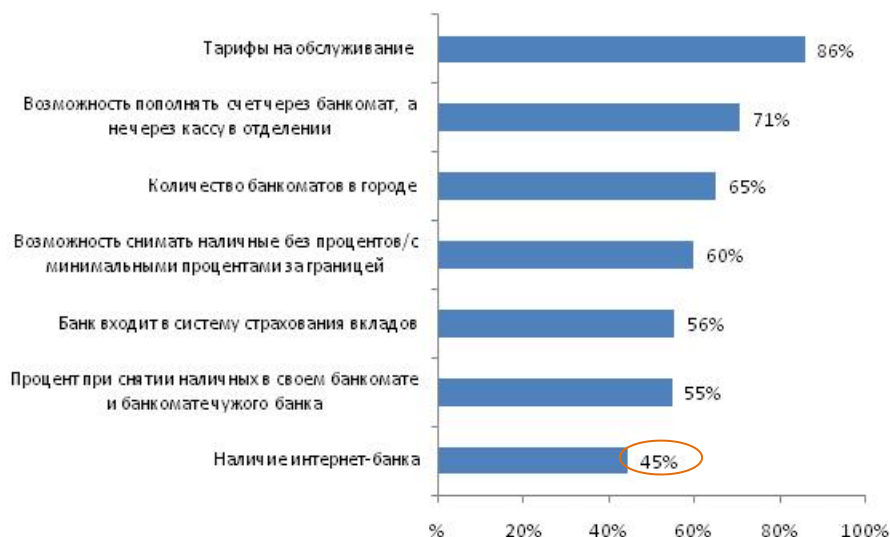


Рис.№2: Если Вы решите открыть дебетовую карту, какие основные параметры Вы будете учитывать при выборе банка? Из тех респондентов, кто планирует обзавестись кредиткой, на наличие Интернет-банкинга обращает внимание почти столько же опрошенных – 39%. Данный фактор в системе наиболее важных для потенциальных клиентов условий занимает девятую позицию (см. рис.№3).



Рис. №3: Если Вы решите открыть кредитную карту, какие основные параметры Вы будете учитывать при выборе банка? Закономерно, что мужская аудитория, в силу БОльшего интереса к появляющимся техническим новинкам и опциям, уделяет Интернет-банкингу больше внимания, чем женская. Так 31% из всех опрошенных представителей сильного пола, и лишь 21% женщин отметили, что при выборе банка наличие данной услуги будет влиять на принятие их решения (см. рис.№4.1).

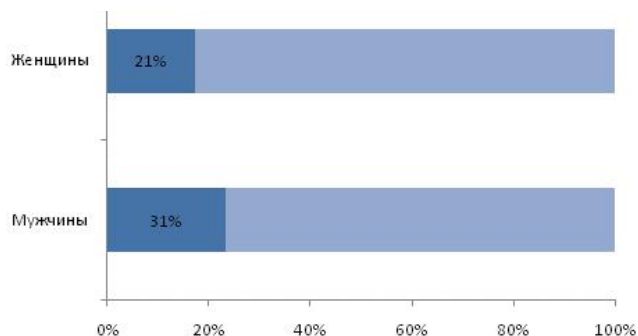


Рис.№4.1: Важность наличия Интернет-банкинга при выборе обслуживающего банка (распределение по половой принадлежности респондентов)

В силу стремительного развития Интернет-технологий и их проникновения в отдаленные уголки нашей страны, жители регионов начинают проявлять все больший интерес к Интернет-банкингу. Так при выборе кредитной организации, на наличие данной услуги обращает внимание более 1/3 как москвичей, так и жителей периферии (см. рис.№4.2). Если в столице Интернет-банкинг для многих клиентов является чем-то само собой разумеющимся, то в регионах доступность данной опции становится удобным решением для эффективной работы с банками, которые, к примеру, имеют недостаточное количество отделений в городе или находятся далеко от дома/работы респондента.

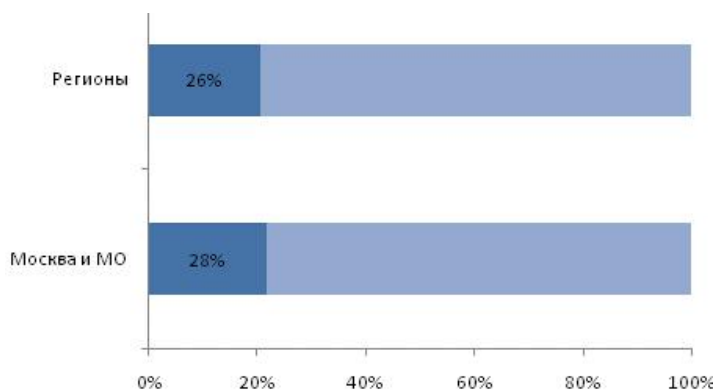


Рис.№4.2: Важность наличия Интернет-банкинга при выборе обслуживающего банка (распределение по месту жительства респондентов)

Результаты исследования продемонстрировали, что Интернет-банкинг можно причислить к своего рода «гаджетам», к которым проявляют интерес люди практически всех возрастов. Наиболее заинтересованы в получении данной услуги клиенты банков 31-45 лет. Среди респондентов старшего возраста (старше 45 лет) доля тех, кто обращает внимание на наличие у банка данной услуги несколько меньше (1/5) – см. рис.№4.3.

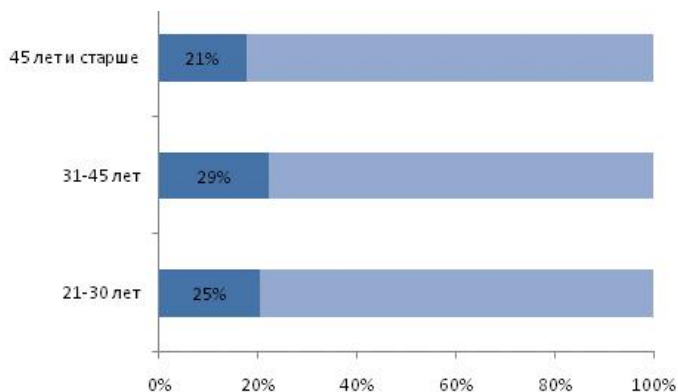


Рис.№4.3: Важность наличия Интернет-банкинга при выборе обслуживающего банка (распределение по возрасту респондентов)

Анализ данных также продемонстрировал, что наибольший интерес к услуге Интернет-банкинга растет по мере роста дохода респондента – см. рис.№4.4. Чем выше заработок человека, тем дороже он, как правило, ценит свое время.

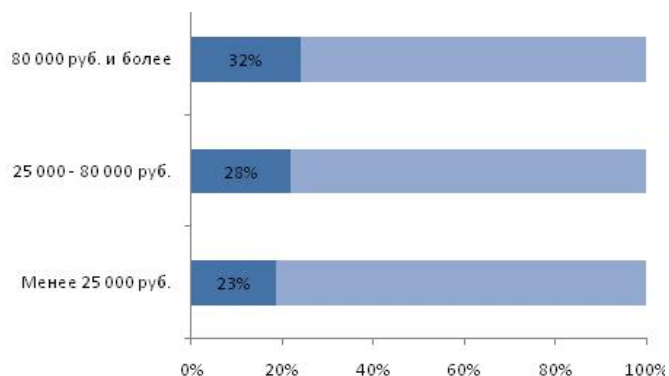


Рис.№4.4: Важность наличия Интернет-банкинга при выборе обслуживающего банка (распределение по уровню дохода респондентов)

Среди тех респондентов, которые отметили, что наличие услуги Интернет-банкинга является важным критерием, и ему должен соответствовать их обслуживающий банк, большинство является клиентами «Сбербанка» (43%). Со значительным отставанием от него второе место в данном рейтинге занимает «Альфабанк» (9%), на третьем оказался «ВТБ24» (7%) – см. рис. №5.



Рис.№5: Какой банк Вы считаете своим основным банком?

Таким образом, при прочих равных условиях можно говорить о том, что в будущем существенное конкурентное преимущество получают те банки, которые сумеют создать систему Интернет-банкинга, максимально отвечающую потребностям клиентов, в первую очередь, держателям дебетовых и кредитных карт.

Информация о компании:

Компания [ProfOnline Research](http://ProfOnlineResearch.com) работает с 2006 года, специализируется на проведении маркетинговых исследований, основанных на передовых Интернет-технологиях. На данный момент Online-панель компании насчитывает более 130 000 респондентов.