

Bankowość Internetowa

- wybrane zagadnienia opracowane na podstawie Audytu Bankowości Detalicznej



Metodologia



Metoda

- Prezentowane dane pochodzą z Audytu Bankowości Detalicznej.
- Badanie realizowane jest w ramach TNS Omnibus® - ilościowego, wielotematycznego sondażu przeprowadzanego przy użyciu techniki wywiadu bezpośredniego **na 1000 osobowej reprezentatywnej** próbie mieszkańców kraju w wieku powyżej piętnastu lat.
- Przeprowadzany jest techniką wywiadu osobistego **CAPI** ("twarzą w twarz" z wykorzystaniem komputera).
- Na potrzeby raportu dane zbierane w miesięcznych cyklach są agregowane. W efekcie powstaje:

Raport kwartalny N=3 000

Raport roczny N=12 000

Dobór próby

- Do każdego sondażu losowanych jest 200 rejonów badawczych/ adresów startowych. Źródłem adresów jest Rządowe Centrum Ewidencji Ludności "Pesel" - dysponujące bazą adresową wszystkich mieszkańców kraju.
- W każdym z wylosowanych rejonów badawczych przeprowadzanych jest po pięć wywiadów. Pierwszy wywiad - z wylosowanym z imienia i nazwiska respondentem, następne cztery - kolejno w co piątym odliczonym mieszkaniu/ gospodarstwie domowym na przemian z mężczyzną i kobietą.

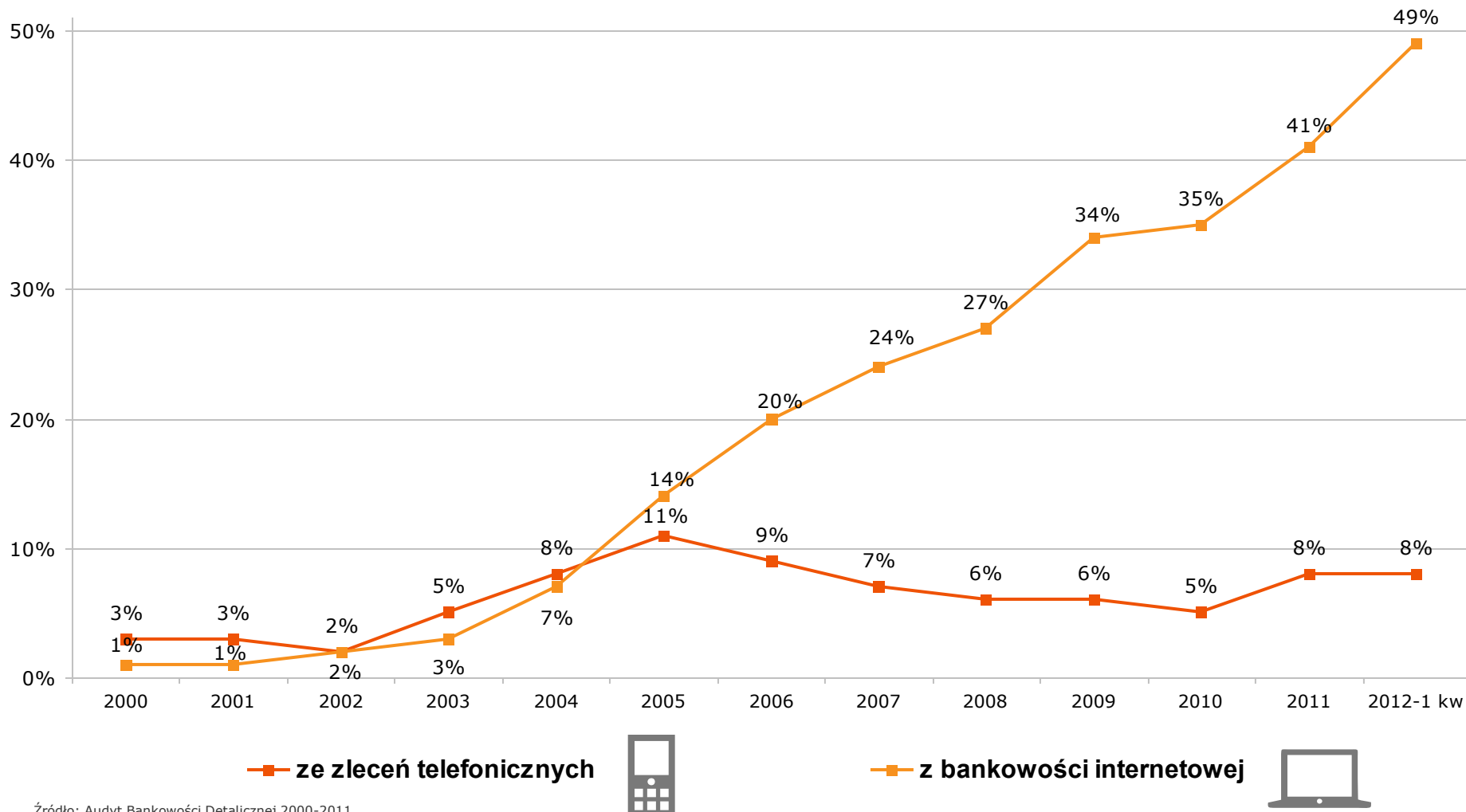


Bankowość internetowa

Uogólnienia

- Bankowość internetowa odgrywa fundamentalną rolę we współczesnym multikanałowym modelu dystrybucji usług bankowych. Umożliwia klientom banków zawieranie transakcji z bankiem w dowolnym czasie i dowolnym miejscu. Uważa się, że dalszej reorganizacji systemów dystrybucji usług bankowych oraz umacnianiu roli elektronicznych kanałów towarzyszyć będzie:
 - wzrost samoobsługi klientów i wygoda,
 - przesuwanie mniej rentownych nabywców do tańszych, elektronicznych kanałów,
 - standaryzacja oraz powszechny charakter usług bankowych,
 - postęp technologiczny,
 - wsparcie sprzedaży,
- Z bankowości internetowej korzysta obecnie połowa klientów banków. Większość z nich korzysta z tej usługi kilka razy w miesiącu.
- Największy odsetek korzystających z bankowości internetowej jest wśród osób młodych (21-30 lat), z wykształceniem wyższym oraz wśród mieszkańców miast powyżej 200 tysięcy mieszkańców.
- Wpłaty i wypłaty gotówkowe są usługą z której korzysta największy odsetek klientów banków. Dwie trzecie badanych korzysta z placówki bankowej. Połowa klientów deklaruje, że korzysta ze „zwykłych” przelewów w celu opłacania rachunków.
- Bankowość internetową można traktować w pewnym sensie jako trend prekursywny dla wschodzącej bankowości mobilnej. Obecnie z usług bankowości mobilnej korzysta podobny odsetek klientów banków jak przed dekadą z usług bankowości internetowej.

Czy w ramach prowadzonego rachunku korzysta Pan(i):



Źródło: Audyt Bankowości Detalicznej 2000-2011

Wykorzystywane usługi

Czy będąc klientem banku korzysta Pan(i) z:

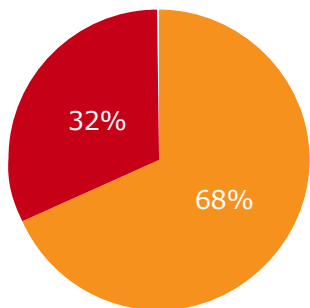


N= 2065 (klienci banków) Źródło: Audyt Bankowości Detalicznej 2012 – I kw.

Kanały kontaktu

Czy korzysta Pan(i) z:

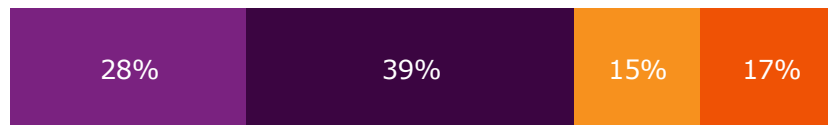
Placówki bankowej



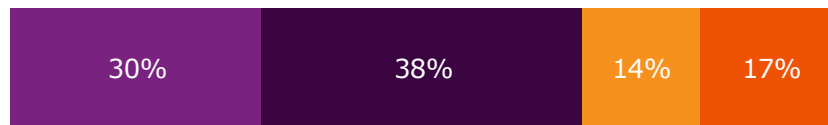
TAK →

Jak często korzysta Pan(i) z:

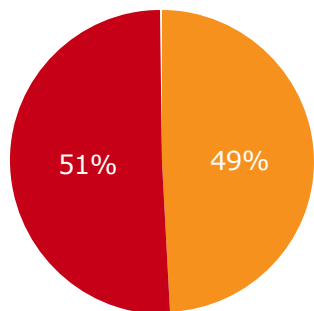
2012 - kw I
(N=1402)



2011 - kw IV
(N=835)

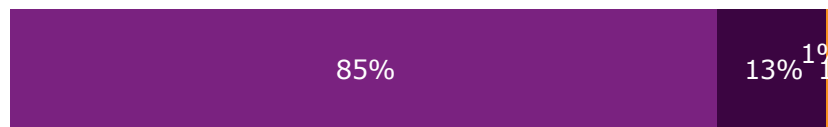


Bankowości internetowej

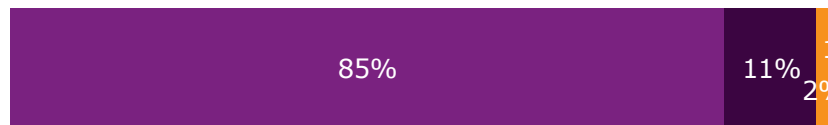


TAK →

2012 - kw I
(N=1015)



2011 - kw IV
(N=938)



■ Nie ■ Tak

■ Kilka razy w miesiącu ■ Raz w miesiącu

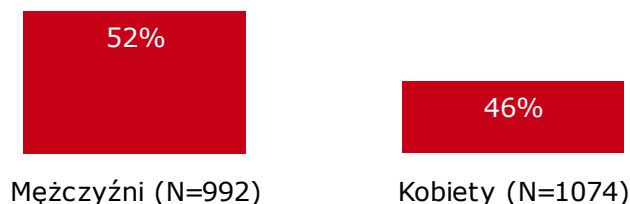
■ Raz na 3 miesiące ■ Rzadziej

N= 2065 (klienci banków)

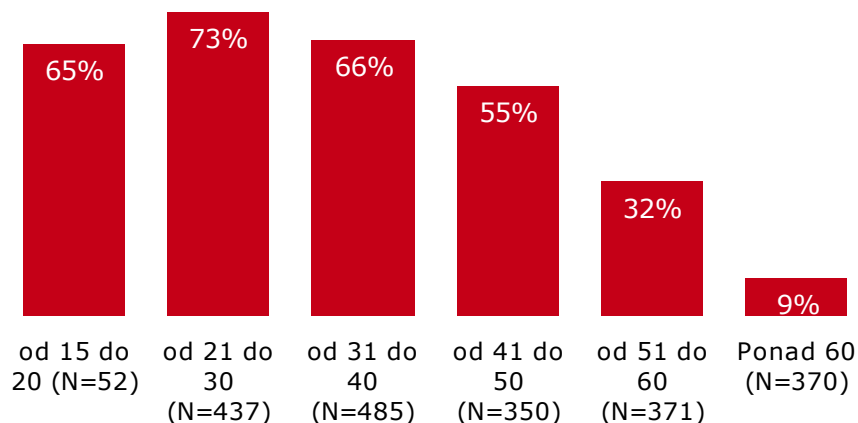
Źródło: Audyt Bankowości Detalicznej 2010-2012

Charakterystyka użytkowników bankowości internetowej – płeć i wiek

Płeć



Wiek



- Ponad połowa (52%) mężczyzn – klientów banków korzysta z bankowości internetowej, wśród kobiet ten odsetek jest niższy i wynosi 46%.
- Największy odsetek korzystających z bankowości internetowej wśród klientów banków jest w grupie wiekowej od 21 do 30 lat (73%).
- Niespełna jeden na dziesięciu (9%) klientów banków w wieku powyżej 60 lat korzysta z bankowości internetowej.

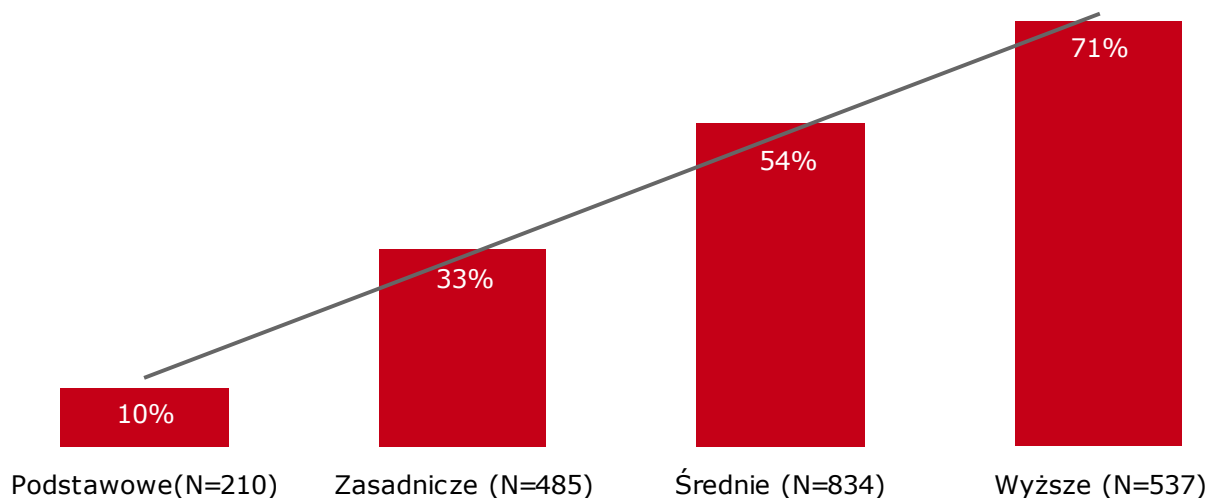
N= klienci banków

Źródło: Audyt Bankowości Detalicznej 2012 – I kw.

Bankowość internetowa

Charakterystyka użytkowników bankowości internetowej - wykształcenie

- Wraz ze wzrostem wykształcenia rośnie odsetek korzystających z bankowości internetowej.
- Niespełna trzech na czterech (71%) klientów banków z wyższym wykształceniem korzysta z bankowości internetowej.
- Wśród klientów z wykształceniem podstawowym odsetek ten wynosi zaledwie 10%.

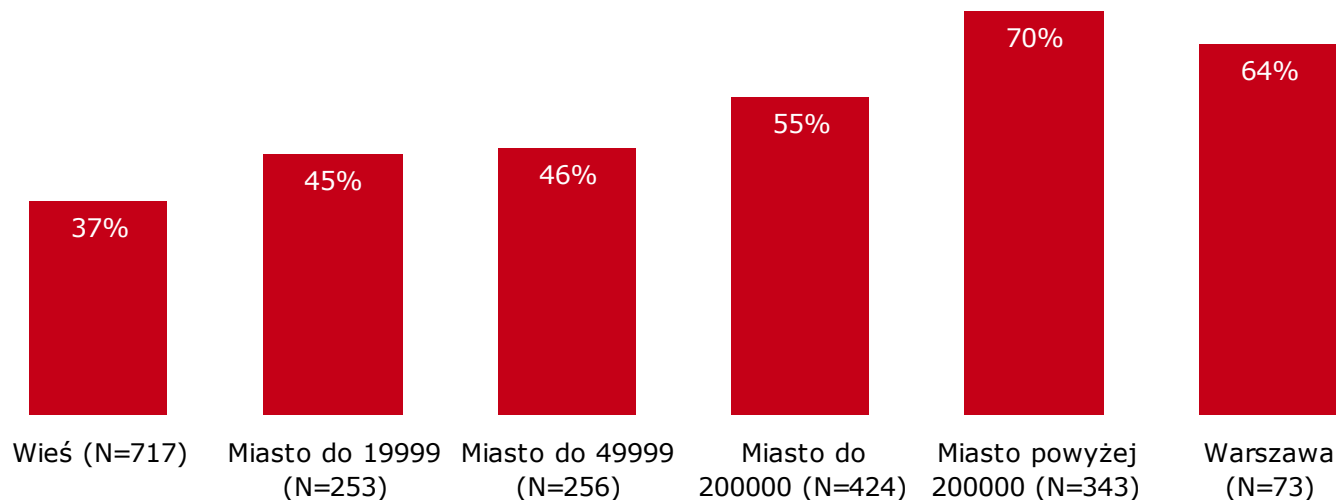


N= klienci banków

Źródło: Audyt Bankowości Detalicznej 2012 – I kw.

Charakterystyka użytkowników bankowości internetowej – miejsce zamieszkania

- Miejsce zamieszkania nie determinuje korzystania z bankowości internetowej w takim stopniu jak wykształcenie.
- Najwyższy odsetek klientów banków korzystających z bankowości internetowej jest wśród mieszkańców miast powyżej 200 000 mieszkańców (70%).
- Najniższym odsetkiem użytkowników bankowości internetowej charakteryzują się mieszkańcy wsi.

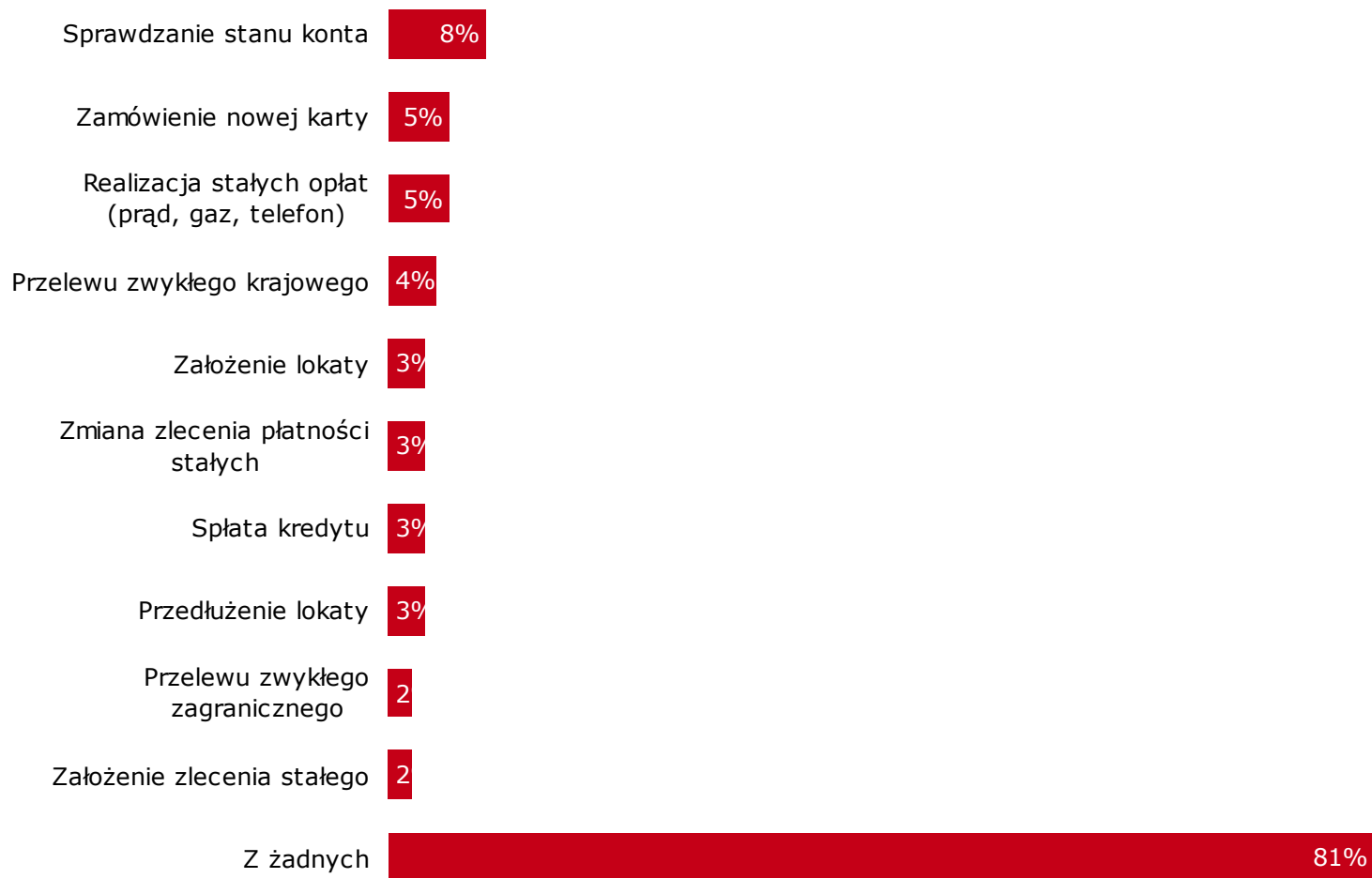


N= klienci banków

Źródło: Audyt Bankowości Detalicznej 2012 – I kw.

Pożądane usługi w bankowości internetowej

Z jakich usług chciał(a)by Pan(i) korzystać w ramach bankowości internetowej a obecnie nie korzysta Pan(i) ?



N= 1523 (klienci banków) Źródło: Audyt Bankowości Detalicznej 2012 – I kw.

Pożądane usługi w bankowości internetowej

Z jakich usług chciał(a)by Pan(i) korzystać w ramach bankowości internetowej a obecnie nie korzysta Pan(i) ?

	2010 I kw.	2010 II kw.	2010 III kw.	2010 IV kw.	2010 Ogółem	2011 I kw.	2011 II kw.	2011 III kw.	2011 IV kw.	2011 Ogółem	2012 I kw.
N=	1179	1264	1295	1338	5076	1334	1367	1423	1486	5611	1523
<i>Sprawdzanie stanu konta</i>	7%	7%	3%	7%	6%	7%	6%	7%	8%	7%	8%
<i>Realizacja stałych opłat</i>	4%	5%	3%	4%	4%	5%	4%	5%	4%	4%	5%
<i>Zamówienie nowej karty</i>	3%	3%	2%	5%	3%	3%	3%	4%	5%	4%	5%
<i>Założenie lokaty</i>	3%	3%	2%	2%	3%	2%	3%	4%	5%	3%	3%
<i>Przelewu zwykłego krajowego</i>	4%	2%	2%	2%	3%	5%	3%	3%	3%	3%	4%
<i>Splata kredytu</i>	3%	3%	2%	2%	2%	2%	3%	3%	3%	3%	3%
<i>Zmiana zlecenia płatności stałych</i>	2%	3%	1%	2%	2%	2%	2%	2%	4%	2%	3%
<i>Przedłużenie lokaty</i>	2%	2%	1%	1%	2%	2%	2%	3%	3%	2%	3%
<i>Założenie zlecenia stałego</i>	3%	2%	1%	1%	2%	2%	2%	3%	2%	2%	2%
<i>Przelewu zwykłego zagranicznego</i>	2%	3%	2%	1%	2%	1%	1%	1%	2%	1%	2%
<i>Z żadnych</i>	84%	80%	88%	84%	84%	84%	83%	81%	80%	82%	81%



The World's largest Custom Market Research company