



KTO MA KONTA INTERNETOWE A KTO NIE MA I DLACZEGO?

Eugeniusz Śmiłowski

**FORUM BANKOWOŚCI
ELEKTRONICZNEJ - MAJ'2003**

RESEARCH INTERNATIONAL



BANKI INTERNETOWE I ZAPEWNIAJĄCE DOSTĘP DO RACHUNKU PRZEZ INTERNET

DATY, O KTÓRYCH WARTO PAMIĘTAĆ - ŚWIAT

1995 - (SFNB) Security First Network Bank (USA)

X'1998 - EGG (Wielka Brytania)

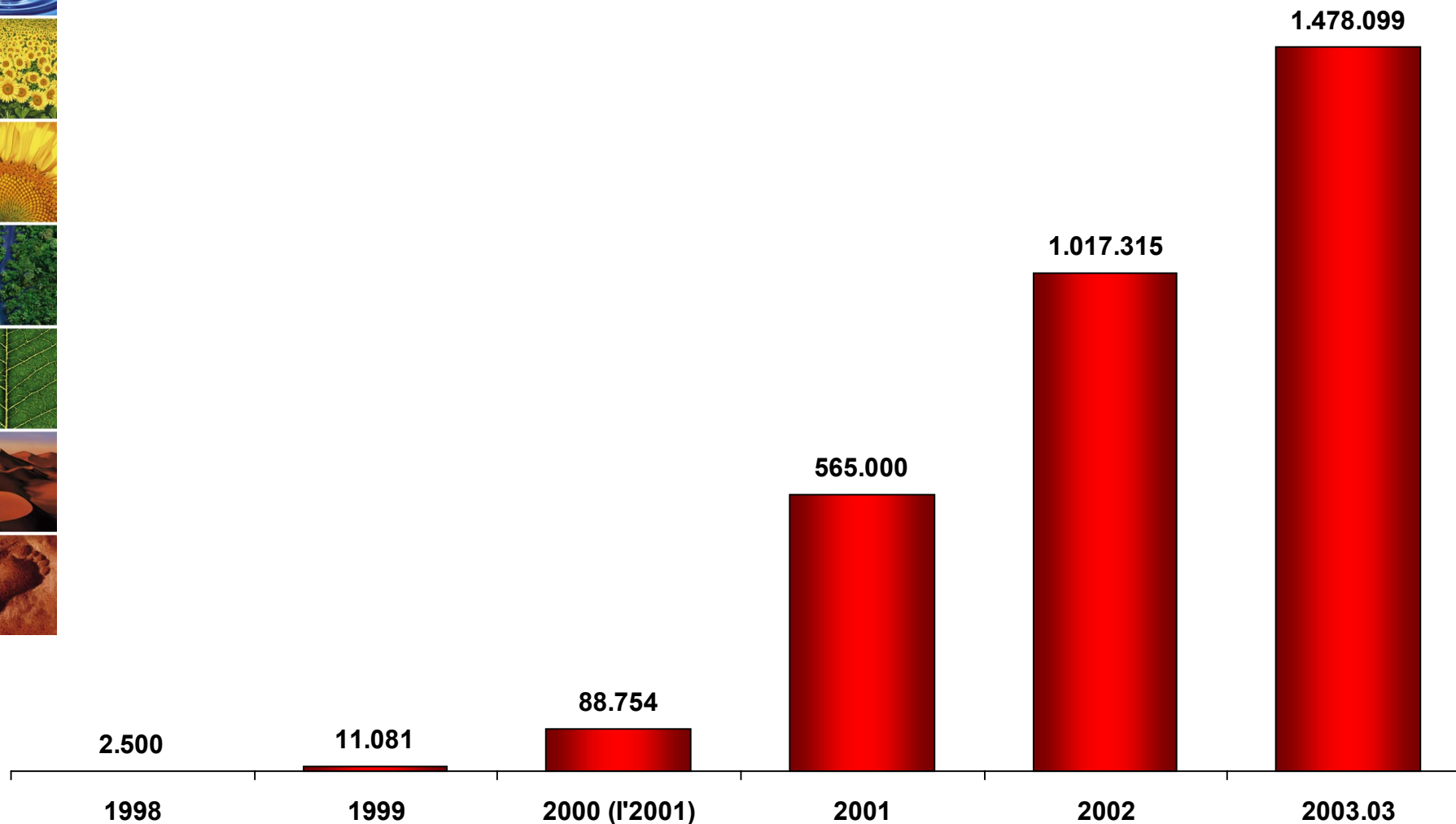
POLSKA

X'1998	PBG obecnie PEKAO SA	(Telepekao24/Eurokonto www)
IX'1999	BZ WBK	(BZWBK24internet)
XI'1999	BPH obecnie BPH PBK	(Sez@m)
I'2000	FORTIS Bank	(Pl@net/e-Pakiet)
III'2000	LUKAS Bank	(Lukas ebank)

26.XI.2000 mBank (BRE Bank) (eKonto, eMax)

XII'2000	PKO BP	(ePKO)
2001	ING, BSK, INTELIGO, VW Bank, Bank Handlowy, LG Petro, BGŻ, Nordea	
2002	KREDYT Bank, Deutsche Bank 24, Invest Bank	

LICZBA KLIENTÓW INDYWIDUALNYCH KORZYSTAJĄCYCH Z DOSTĘPU DO RACHUNKU BANKOWEGO PRZEZ INTERNET W POLSCE W LATACH 1998-2003



Źródło: RBE przy ZBP

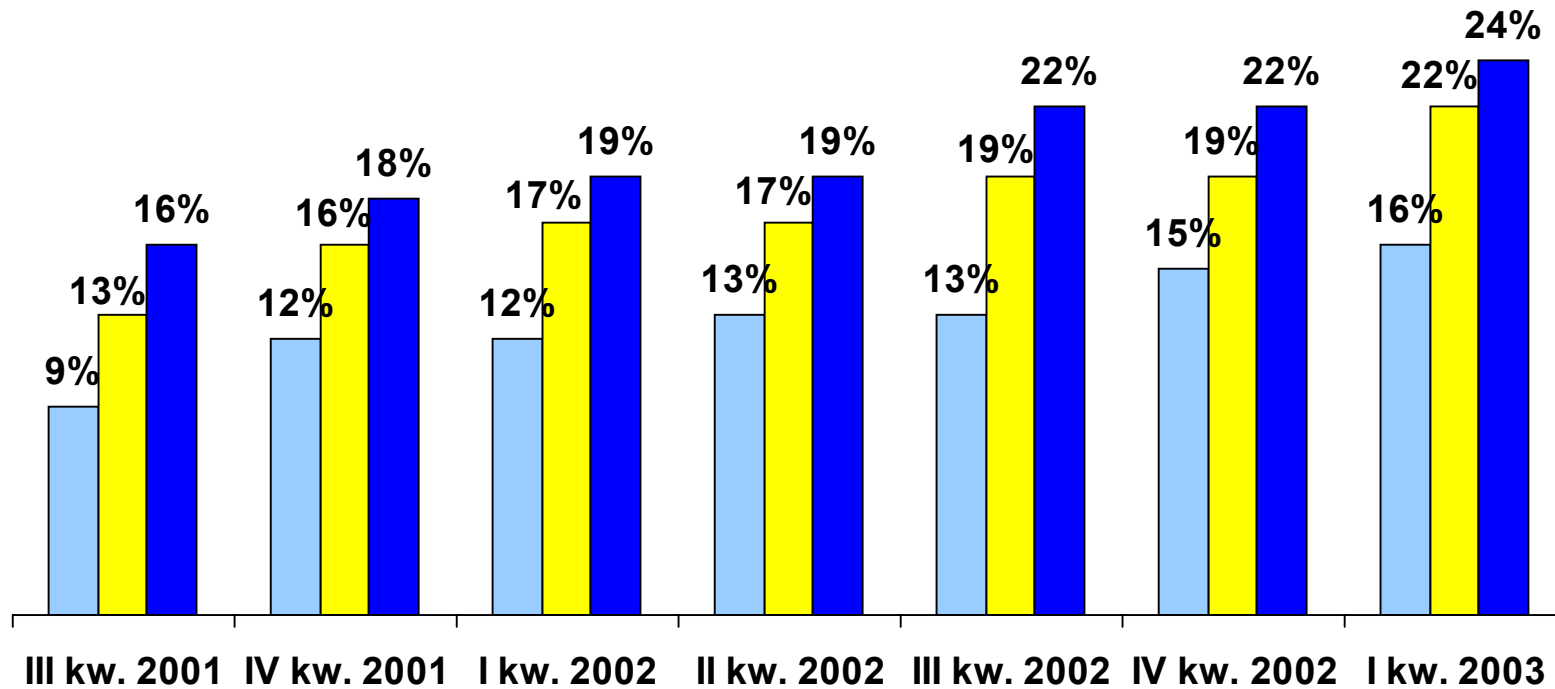
LICZBA KLIENTÓW INDYWIDUALNYCH KORZYSTAJĄCYCH Z DOSTĘPU DO RACHUNKU BANKOWEGO PRZEZ INTERNET [STAN NA 31.03.2003 R.]

wg Rzeczpospolitej wg RBE przy ZBP %

mBank	379.745	378.745	25,6
MultiBank	.	69.108*	4,7
PKO BP/ INTELIGO	261.000	259.058*	17,5
BZ WBK	236.599	192.209	13,0
Bank PEKAO SA	170.232	170.232	11,5
Citibank Handlowy	98.000	97.563	6,6
LUKAS Bank	89.500	89.500	6,0
BPH PBK	85.037	69.700	4,7
ING BSK	73.457	52.939	3,6
KREDYT Bank	39.467	37.866	2,6
Deutsche Bank 24	15.000	12.459*	0,8
Volkswagen Bank	13.500	2.785	0,2
BGŻ (Integrum)	12.850	12.850	0,9
LG Petro Bank	10.728	10.728	0,7
Bank Millennium	6.192	6.192	0,4
Nordea Bank	.	5.900*	0,4
Invest Bank	5.006	5.006	0,3
Fortis Bank	2.132	5.260	0,4
Razem:	1.498.445	1.478.099	100%

*Nota: * łącznie z działalnością gospodarczą i/ lub firmami*

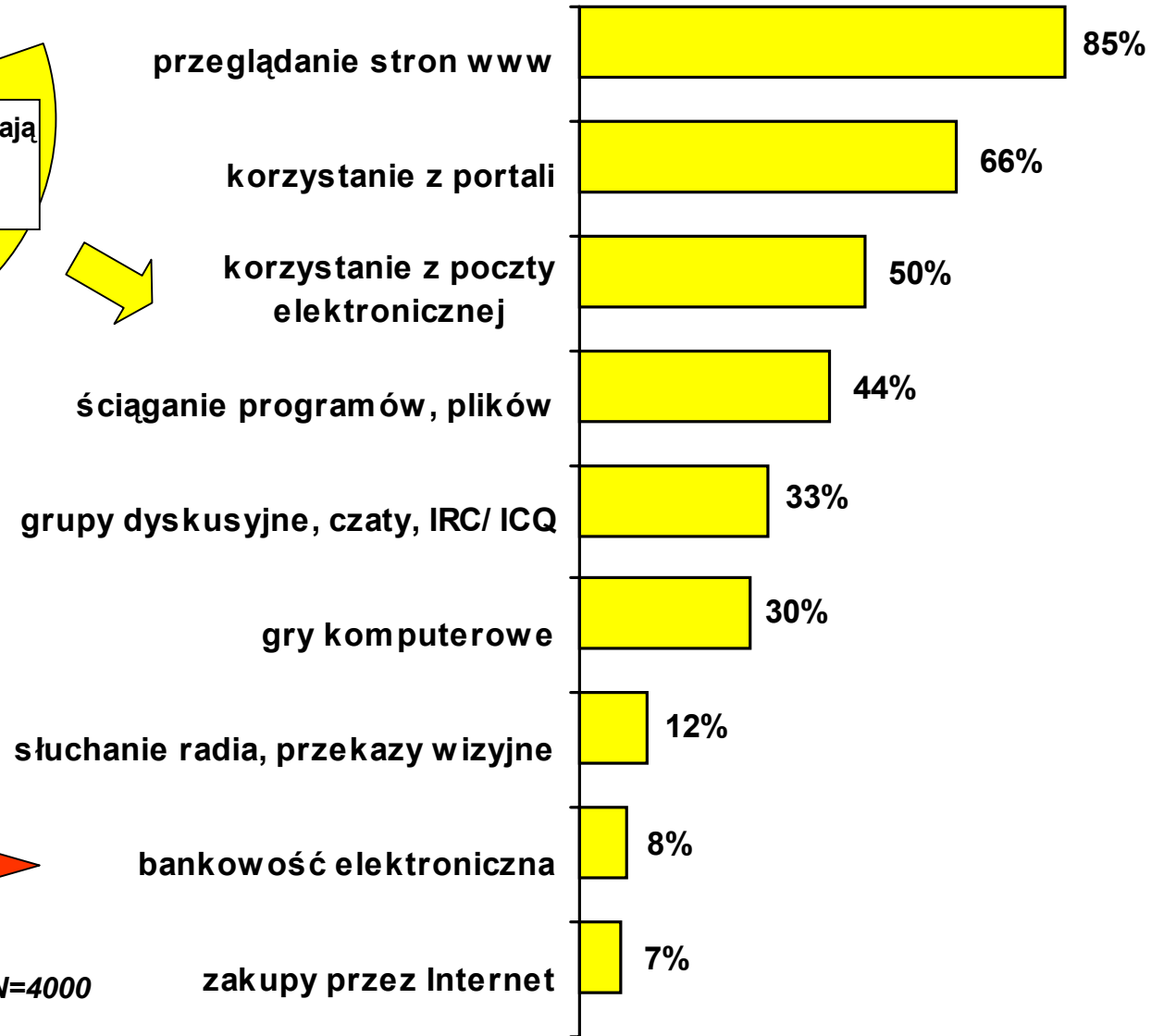
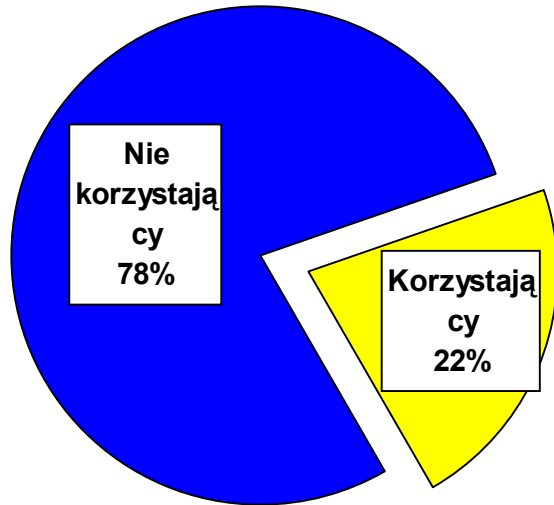
KORZYSTANIE OSÓB PRYWATNYCH Z INTERNETU W POLSCE



■ korzystający z internetu w ciągu ostatnich 7 dni
■ korzystający z internetu w ciągu ostatnich 30 dni
■ korzystający z internetu od czasu do czasu

Źródło: Pentor-Bus, 2001-2003
 Reprezentatywna próba ogólnopolska, N=37 000

CELE WYKORZYSTYWANIA INTERNETU



Źródło: Pentor-Bus, I kw. 2003
 Reprezentatywna próba ogólnopolska, N=4000



KANAŁY KONTAKTU Z BANKIEM

W jaki sposób w codziennej współpracy kontaktuje się Pan(i) z bankiem/ bankami, z usług którego/ których Pan(i) korzysta?





OSTATNI SPOSÓB KONTAKTOWANIA SIĘ Z BANKIEM DEKLAROWANY W AUDYCIE BANKOWOŚCI DETALICZNEJ

	I-III '2001	I-III '2002	I-III '2003
Wizyta w placówce	92,7	94,2	92,9
Rozmowa przez telefon	0,7	1,1	1,2
Przez internet	0,2	0,5	1,0
Listownie	0,9	0,8	0,6
SMS	0,1	0,1	0,3
	(N=1767)	(N=1661)	(N=1748)

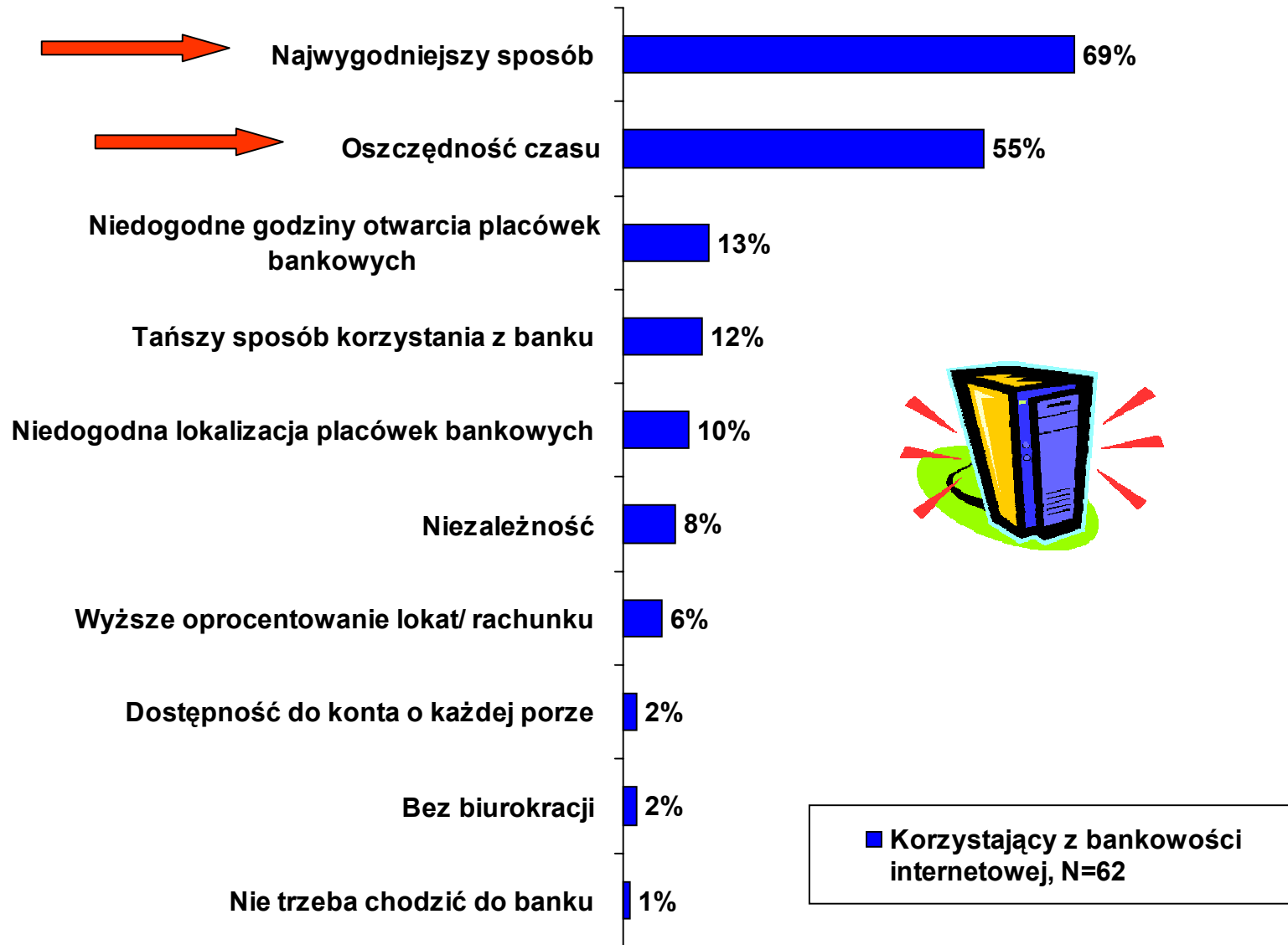
Deklarowane korzystanie z ROR poprzez internet

	0,5	1,1	2,5
	(N=1447)	(N=1459)	(N=1542)

Źródło: *Audyt Bankowości Detalicznej '2001-2003*

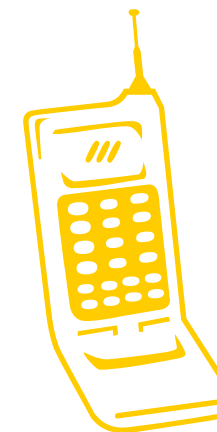
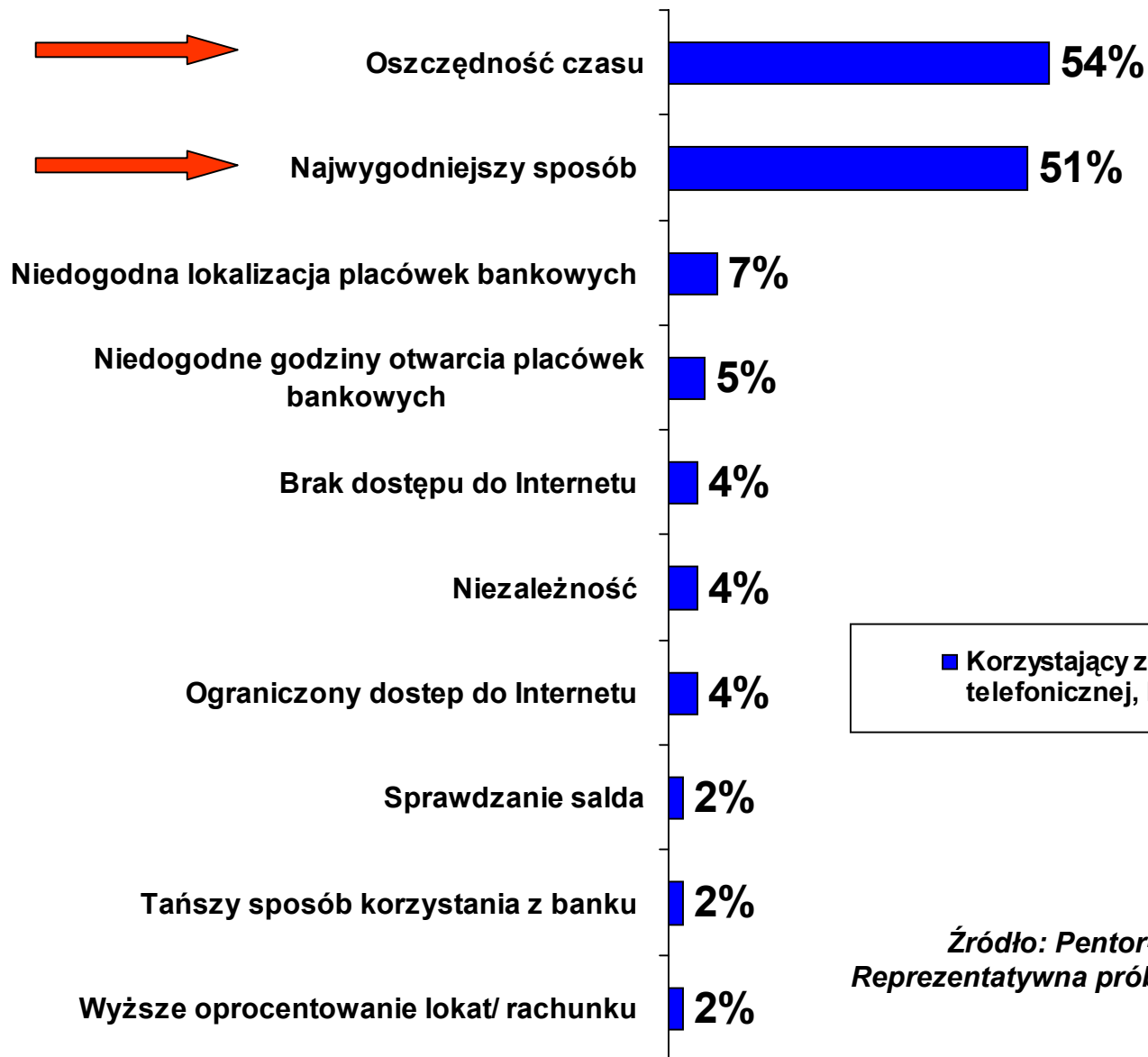


POWODY KORZYSTANIA Z BANKOWOŚCI INTERNETOWEJ



POWODY KORZYSTANIA Z BANKOWOŚCI TELEFONICZNEJ

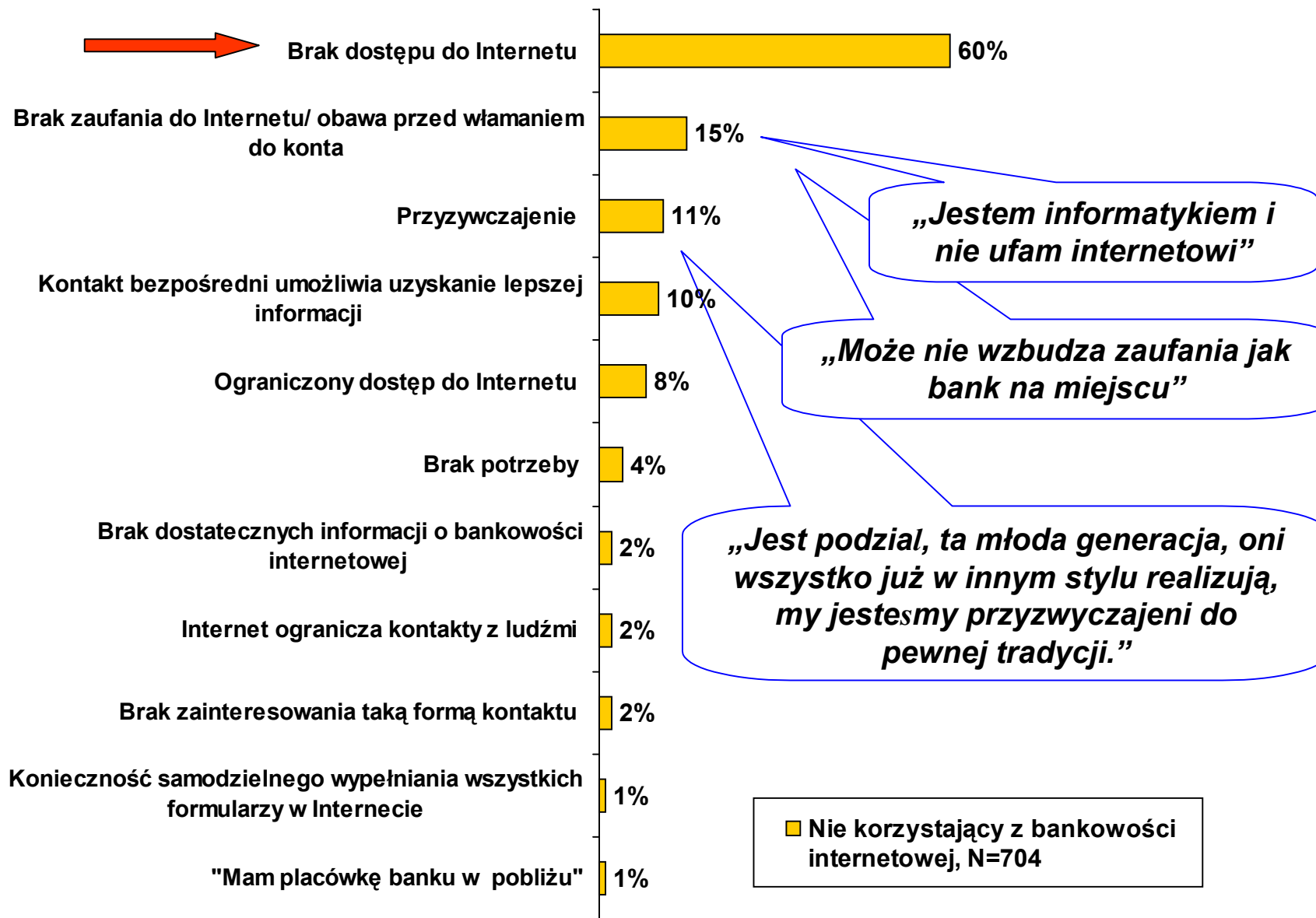
Telefon konkurentem Internetu



■ Korzystający z bankowości telefonicznej, N=144

Źródło: Pentor-Telebus, kwiecień 2003,
Reprezentatywna próba ogólnopolska, N=1600

POWODY ODRZUCANIA BANKOWOŚCI INTERNETOWEJ



CZYNNIKI PRZESZKADZAJĄCE W KORZYSTANIU Z BANKOWOŚCI INTERNETOWEJ



	Proc.
Brak możliwości dokonania fizycznego depozytu poza ATM	66
Brak kontaktu „twarzą w twarz” z przedstawicielem banku	61
Brak zaufania do internetowej transakcji	51
Większe zaufanie do fizycznie obecnego banku	46
Brak możliwości otwarcia rachunku w klasycznej, fizycznej lokalizacji	40

Źródło: S.Boss, D.McGranahan, A.Mehta: Wil the banks control on-line banking. „McKinseyQuarterly” 3/2000

INTERNAUCI O BANKOWOŚCI INTERNETOWEJ

„Miła” Pani w okienku mi powiedziała że nie przyjmują przelewów przez Internet, a czemu "bo mógł sobie Pan wydrukować ile chciał takich kopii, i nie ma żadnej pieczętki", no to pokazałem klauzulę, ale to nic nie dało, Pani z okienka za telefon i dzwoni do księgowości i co z tego wynikło, pieniądze odzyskam, ale dopiero jak wyślę prośbę z potwierdzeniem przelewu, a na egzamin i tak muszę raz jeszcze zapłacić w "normalnym " banku!!!! Czuję się jak z innej cywilizacji, że ja zapłaciłem przez Internet wielka sprawa...

Niektórym brak świadomości łatwości niepożądanego dostępu do kont internetowych. Ludzie zajmujący się bankami elektronicznymi nie mają zbyt pojęcia o zabezpieczeniach

Ale bezpośredni kontakt jest najlepszy. Bo zawsze podpowiedzą.

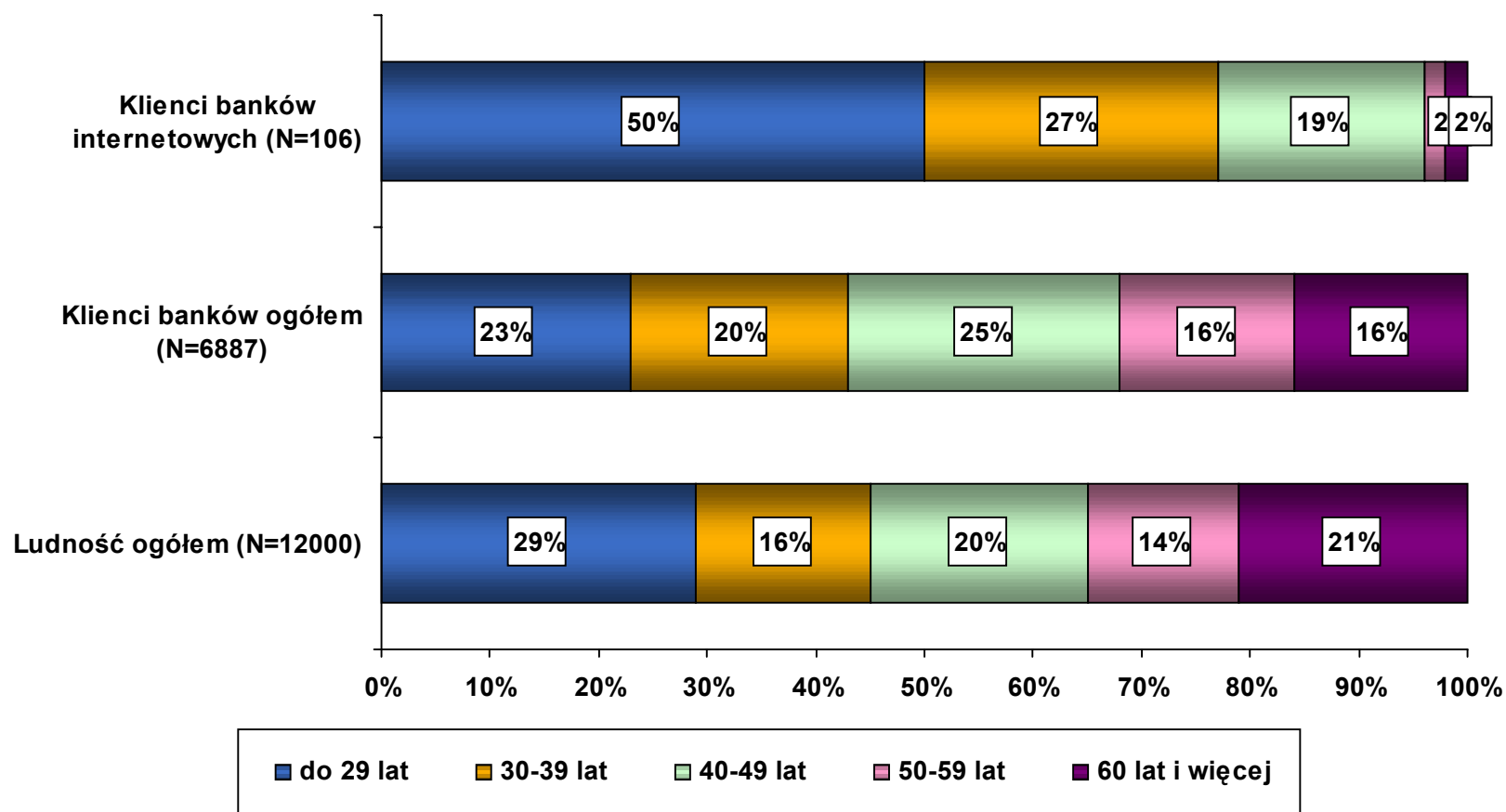


Zdecydowałem się zabrac głos, aby przestrzec użytkowników bankowości internetowej. Dlaczego? [...] WSZYSTKO, co jest podpięte do sieci i opiera się na protokole TCP/IP jest możliwe do złamania, podsłuchania i podszywania się pod prawdziwego użytkownika.



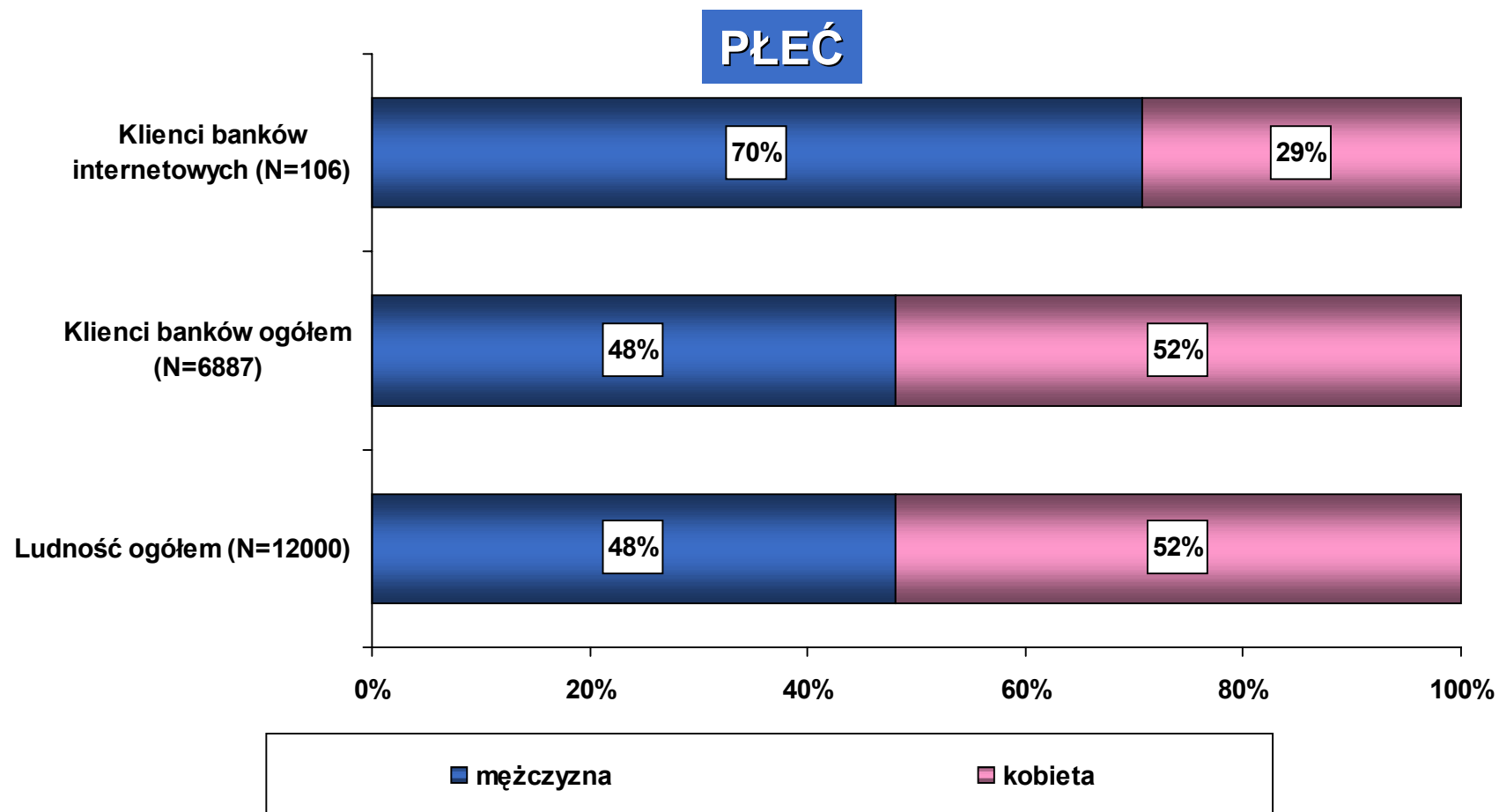
PORTRET KLIENTÓW BANKÓW KORZYSTAJĄCYCH Z DOSTĘPU INTERNETOWEGO DO ROR

WIEK





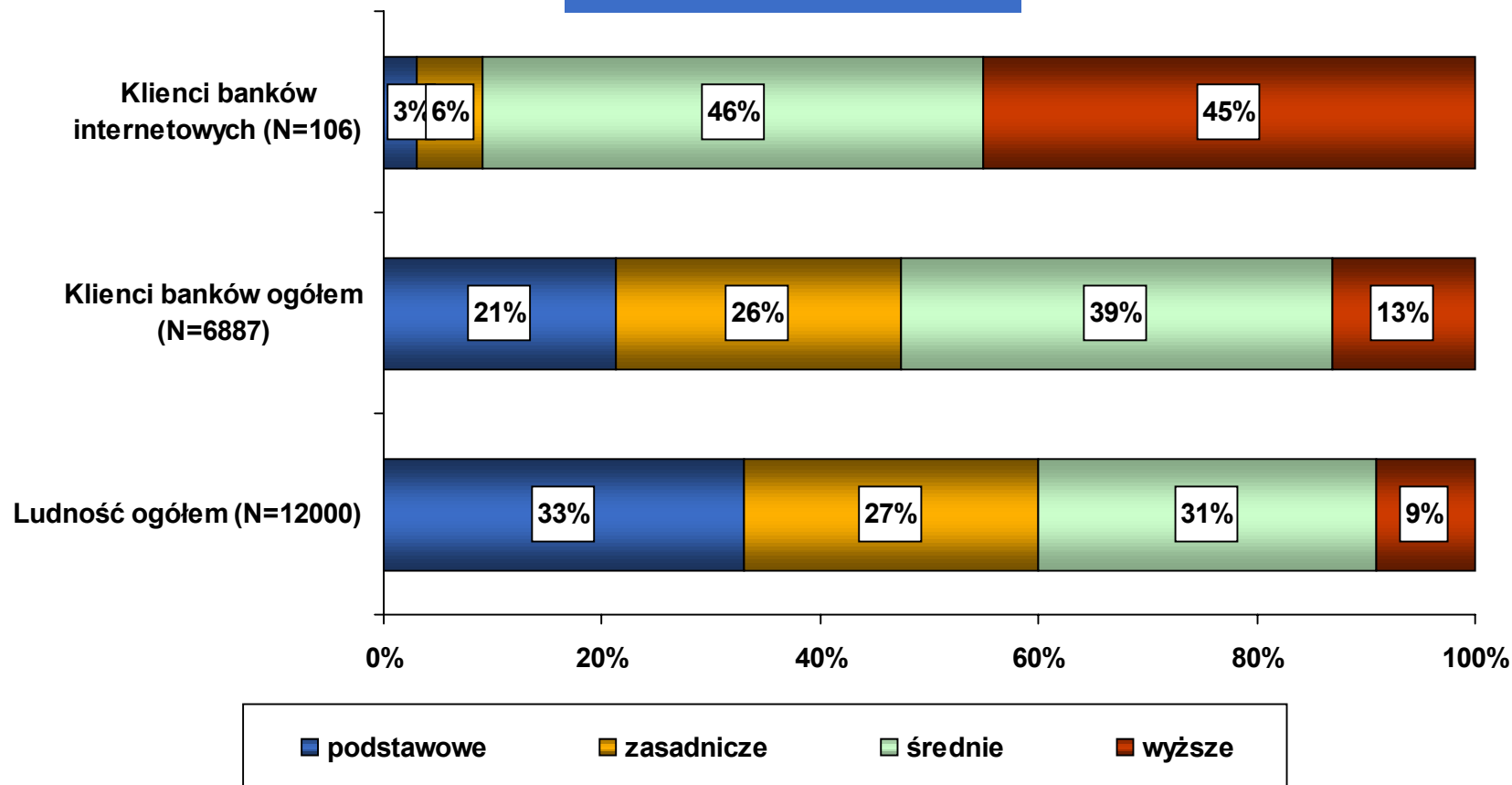
PORTRET KLIENTÓW BANKÓW KORZYSTAJĄCYCH Z DOSTĘPU INTERNETOWEGO DO ROR





PORTRET KLIENTÓW BANKÓW KORZYSTAJĄCYCH Z DOSTĘPU INTERNETOWEGO DO ROR

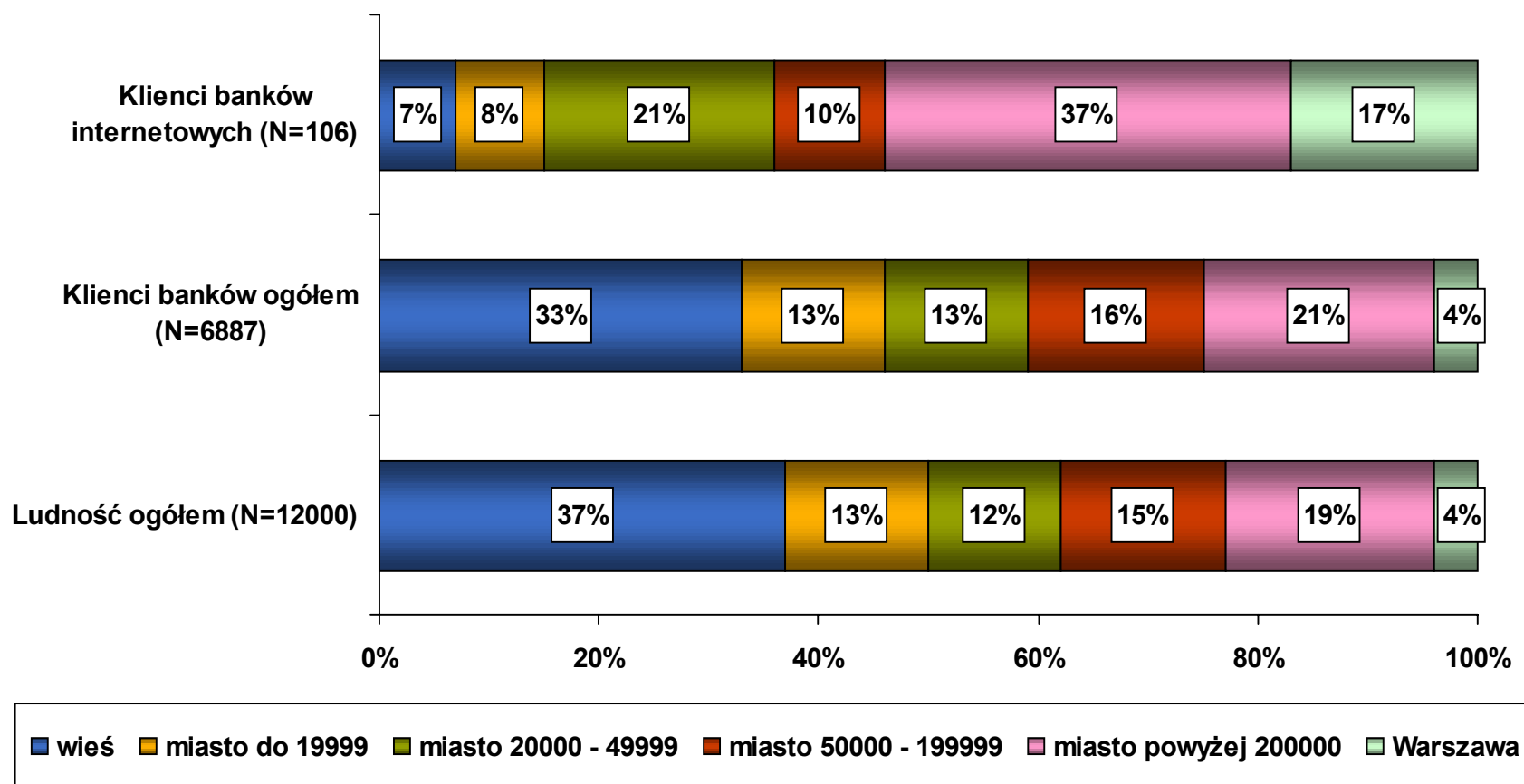
WYKSZTAŁCENIE





PORTRET KLIENTÓW BANKÓW KORZYSTAJĄCYCH Z DOSTĘPU INTERNETOWEGO DO ROR

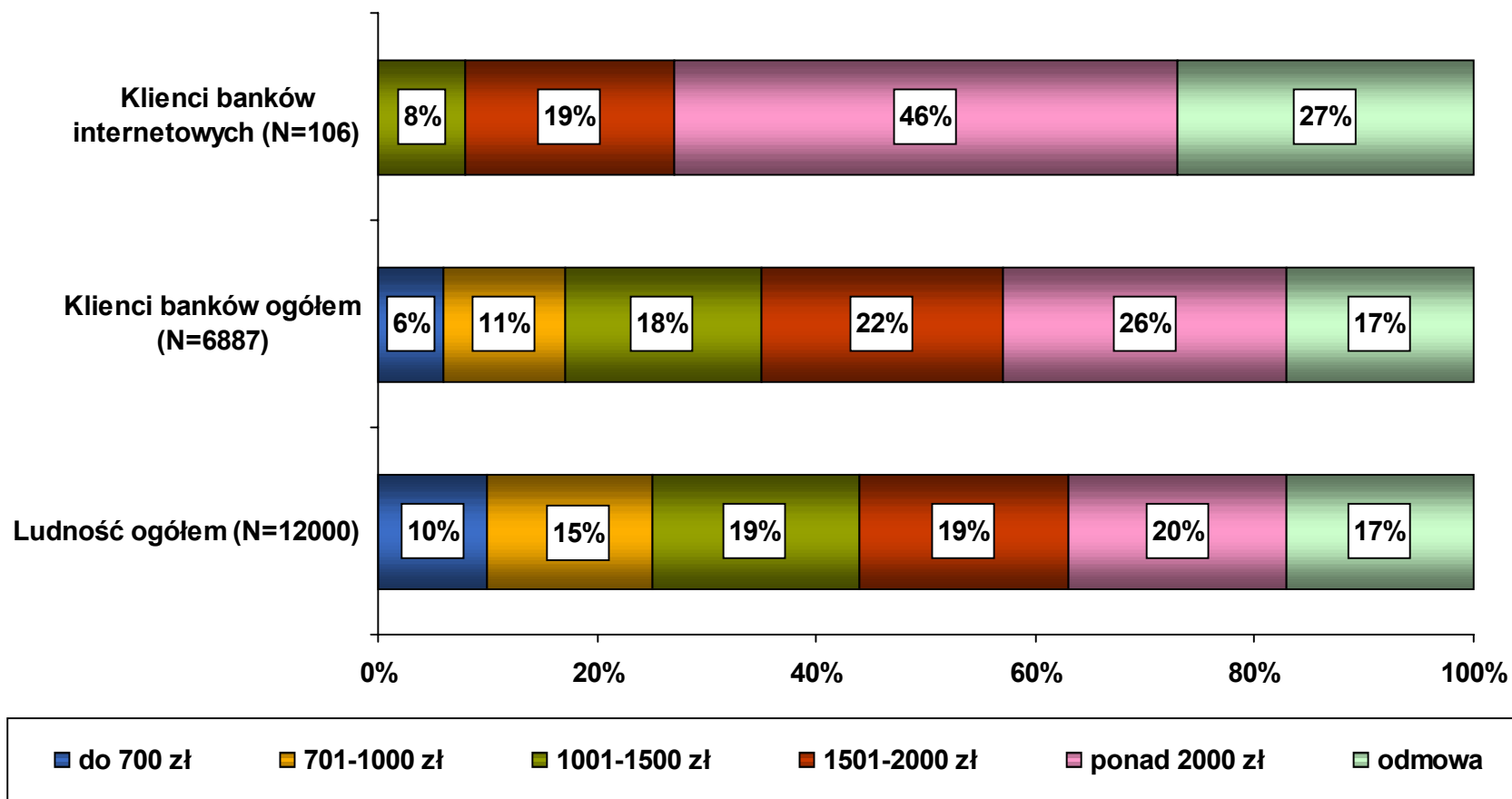
MIEJSCE ZAMIESZKANIA



PORTRET KLIENTÓW BANKÓW KORZYSTAJĄCYCH Z DOSTĘPU INTERNETOWEGO DO ROR



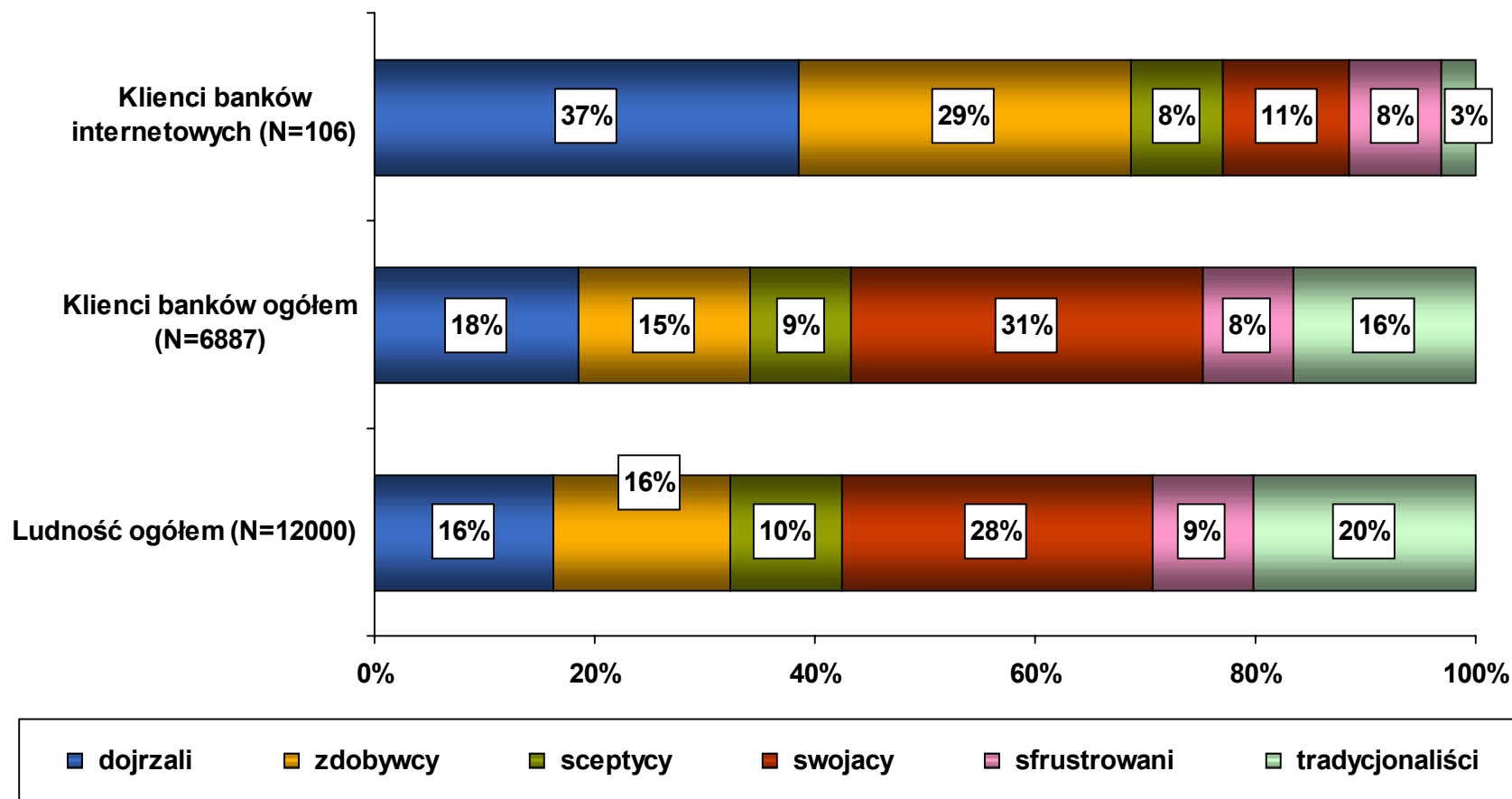
DOCHÓD





PORTRET KLIENTÓW BANKÓW KORZYSTAJĄCYCH Z DOSTĘPU INTERNETOWEGO DO ROR

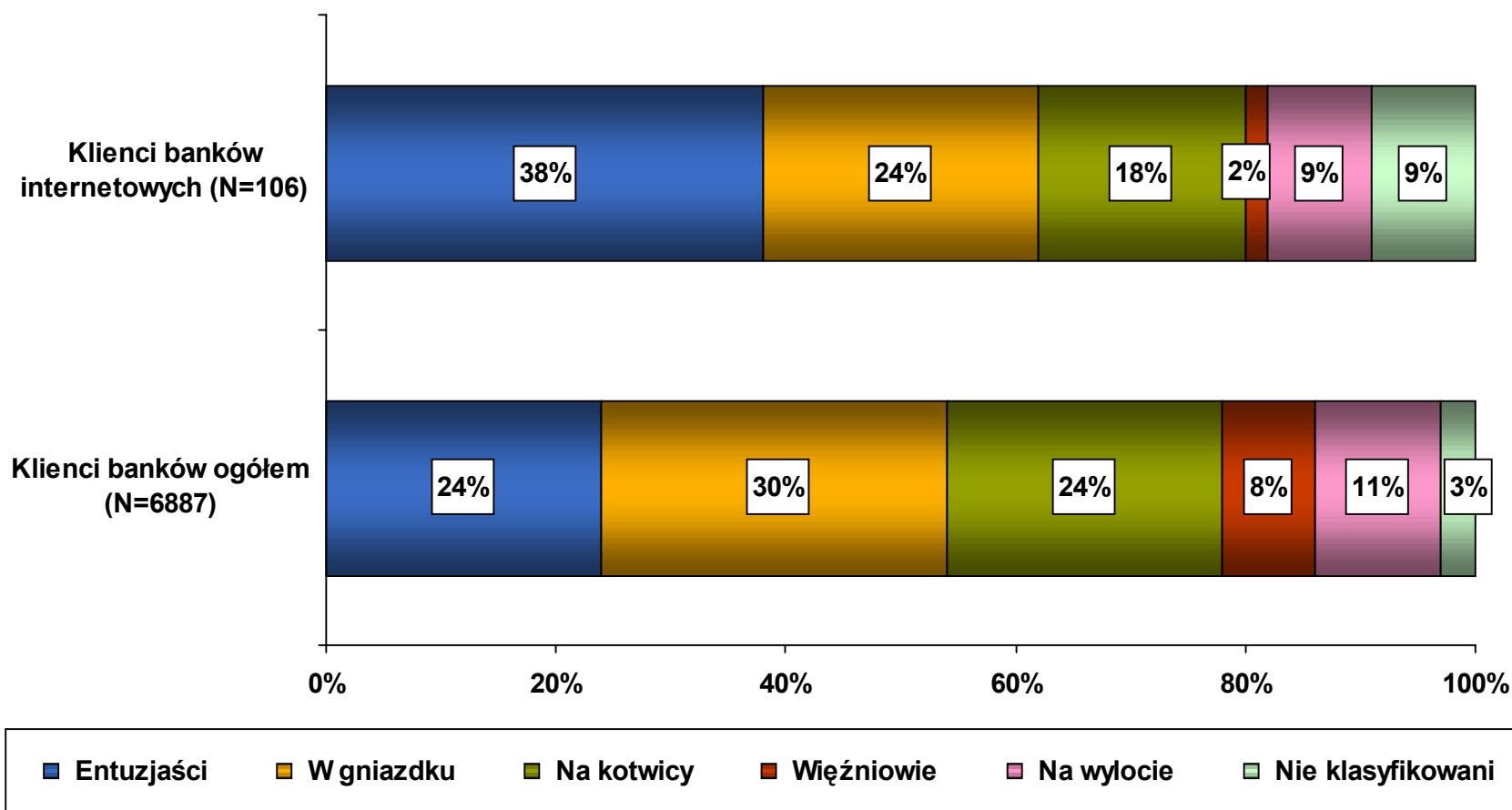
TYP PSYCHOGRAFICZNY





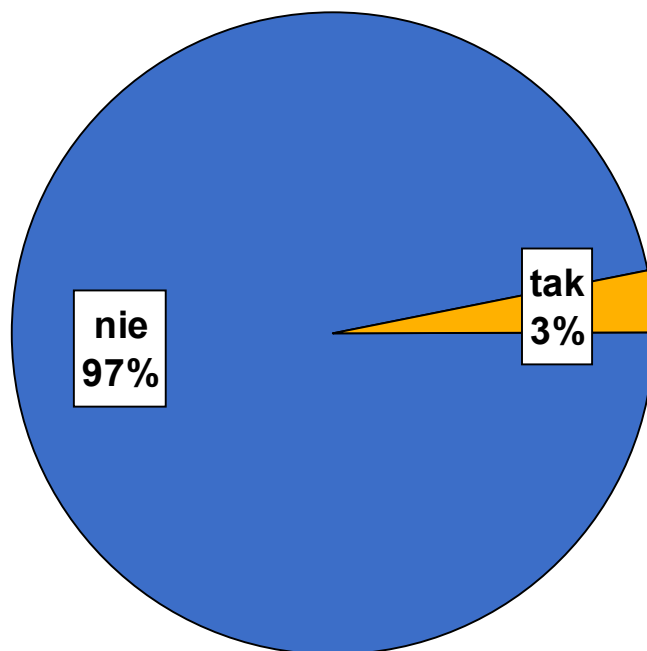
PORTRET KLIENTÓW BANKÓW KORZYSTAJĄCYCH Z DOSTĘPU INTERNETOWEGO DO ROR

POSTAWY LOJALNOŚCIOWE





KLIENCI ZAINTERESOWANI BANKOWOŚCIĄ INTERNETOWĄ



N=5978

- * mężczyźni (56 proc.);
- * osoby w wieku do 29 lat (49 proc.) i 30-39 lat (27 proc.);
- * legitymujący się wykształceniem średnim (52 proc.) i akademickim (34 proc.);
- * mieszkańcy miast o liczbie mieszkańców p.200 tys. (46 proc.);
- * pracownicy umysłowi (37 proc.), menedżerowie (24 proc.), studenci (19 proc.);
- * członkowie gospodarstw domowych o dochodach przekraczających 2000 zł (59 proc.);
- * reprezentanci klasy wyższej (39 proc.) i średniej (30 proc.);
- * reprezentanci typów psychograficznych - dojrzały (39 proc.), zdobywcy (22 proc.) i swojacy (19 proc.).



WNIOSKI I REFLEKSJE

◆ Lata 2001-2003 przynoszą lawinowy przyrost klientów banków korzystających z dostępu do rachunku poprzez internet. Podobna tendencja wystąpiła w krajach zachodnich pięć lat wcześniej!

◆ Istnieje spory rozróżnienie między podawaną przez banki liczbą klientów indywidualnych korzystających z dostępu do rachunku bankowego przez internet, a liczbą deklarujących korzystanie z ROR poprzez internet w sondażach konsumenckich. Nie jest to przypadek Polski, bowiem podobna sytuacja ma miejsce w Niemczech. Przed dwoma laty według danych Związku Banków Niemieckich liczba rachunków internetowych wynosiła 15 mln, natomiast według niezależnych firm badania rynku - 8 mln. Powodem tych różnic może być zarówno sposób rejestrowania (możliwość dostępu vs. aktywne korzystanie), posiadanie kilku rachunków przez jedną osobę, jak i traktowanie przez część klientów jako rachunku wspomagającego. Nie można też wykluczyć, że część banków ze względów PR nie „czyści” jeszcze kont internetowych, eliminując klientów nieaktywnych.

◆ Z internetowego kanału dostępu do rachunku korzystają przede wszystkim ludzie młodzi, mieszkańcy dużych aglomeracji miejskich, dobrze wykształceni, z zamożniejszych gospodarstw domowych, otwarci i aktywni życiowo. Podobnie jest w innych krajach!



WNIOSKI I REFLEKSJE

◆ Głównym motywem korzystania z dostępu internetowego jest wygoda i oszczędność czasu, ważnym - względy finansowe (koszty obsługi, wysokość oprocentowania).

◆ Największe bariery w rozwoju bankowości internetowej w Polsce to słaba infrastruktura teleinformatyczna, niski stopień wyposażenia gospodarstw domowych w PC, drogi dostęp do sieci, a także niski poziom wiedzy i praktycznych kwalifikacji posługiwania się komputerem oraz poczucie braku bezpieczeństwa łączności internetowej.

◆ Istnieje spory potencjał dla bankowości internetowej wynikający głównie z demograficznej struktury społeczeństwa i postępów w edukacji informatycznej.

◆ Z badań wynika, że 40 proc. klientów banków „czysto” wirtualnych chciałoby mieć również możliwość korzystania z usług w placówce bankowej. Oznacza to, że wielu klientów traktuje dostęp internetowy jako ważny, ale nie jedyny kanał kontaktowania się z bankiem. Równie ważnym jest także kontakt telefoniczny.

Kontakt

Eugeniusz Śmiłowski
e-mail: esmilowski@pentor.com.pl

