

mBank i Homo Homini: dla Polaka bank w komórce jeszcze nie istnieje

Jak wynika z badania Instytutu Homo Homini dla mBanku, tylko 3,5 proc. Polaków-klientów banków korzysta z rachunku przez komórkę. Za to ponad połowa z nich nie wie, czym jest bankowość mobilna. Wśród amatorów tej formy bankowości przeważają osoby młode, lepiej zarabiające, zamieszkujące duże miasta. Czy to kolejny podział na polskiej, społecznej mapie?

WPROWADZENIE

Instytut Homo Homini wspólnie z internetowym mBankiem zapytał Polaków o nowoczesne sposoby komunikowania się z bankami przy wykorzystaniu urządzeń mobilnych, takich jak telefony komórkowe. Pytanie warto było postawić, biorąc pod uwagę sytuację, jaką można obserwować na rynku nowych technologii, na których smartphoney i tablety odgrywają coraz ważniejszą rolę.

Ankieterzy instytutu badawczego zatelefonowali do przeszło 30 tys. gospodarstw domowych, aby na tej podstawie dobrać dwie reprezentatywne dla ogółu Polaków 1000-osobowe próby klientów polskich banków. W jednej grupie znaleźli się respondenci nie korzystający z banku przez komórkę, w drugiej klienci, którzy usługę znają i mieli już z nią styczność.

Mimo że obecnie z bankowości internetowej według szacunków mBanku korzysta ok. 10 mln osób, to użytkowników bankowości mobilnej w milionach liczyć nie można. Jak oszacował Instytut Homo Homini, obecnie z banku w komórce korzysta zaledwie 3,5 proc. wszystkich klientów banków, czyli ok. 850 tys. osób. W 100 proc. są to użytkownicy bankowości elektronicznej.

Z reguły z bankiem za pośrednictwem urządzeń mobilnych łączą się ludzie młodszy, lepiej wykształceni, niezłe zarabiający, wydający pieniądze w dużych miastach. Tego typu klienci często pełnią rolę trendsetterów, a więc osób, które z nowości korzystają głównie jako pierwsi.

Zdecydowana większość klientów polskich banków, pytana o to, do czego bankowość w komórce wykorzystuje lub chciałaby wykorzystywać, odpowiada podobnie – największym powodzeniem cieszy się sprawdzanie stanu rachunku i jego historii, możliwość realizacji przelewów oraz doładowywanie telefonów.

Respondenci odpowiadali na pytania zadawane drogą telefoniczną (wywiad typu CATI). Badanie zostało przeprowadzone na przełomie maja i czerwca 2011 r. na zlecenie mBanku.

WYBRANE INFORMACJE Z BADANIA

Ponad połowa klientów banków nie słyszała o bankowości przez komórkę

Analiza Instytutu Homo Homini na zlecenie mBanku dowodzi, że ponad połowa Polaków-klientów banków (54,3 proc.) nigdy nie słyszała o bankowości mobilnej. Co czwarty pytany (25,4 proc.) słyszał o takim rozwiązaniu, jednak nie posiadał na ten temat konkretnej wiedzy. Swojego zdania nie chciało wyrazić 2,6 proc. respondentów. W sumie dało to ponad 80 proc. badanych, którzy nie posiadają żadnych lub posiadają jedynie pobieżne informacje na temat tego typu usług. W badaniu zleconym przez mBank, znajomość bankowości mobilnej zadeklarowało jedynie 17,7 proc. ankietowanych klientów polskich banków.

[Pytanie: czy respondenci słyszeli o bankowości mobilnej i wiedzą, czym jest?]

	n	%
Nie, nie słyszałem o bankowości mobilnej	589	54,3%
Tak, ale nie wiem dokładnie co to jest	275	25,4%
Tak, wiem co to jest	192	17,7%
Nie wiem / trudno powiedzieć	28	2,6%
RAZEM	1084	100,0%

Liczba respondentów którzy odpowiedzieli na to pytanie: 1084

Klienci znający bankowość mobilną rzadko z niej korzystają i nie znają oferty banków

Spośród osób, które w badaniu Homo Homini dla mBanku potwierdziły, że wiedzą czym jest bankowość w komórce, ponad cztery piąte pytanym (80,2 proc.) nigdy z niej nie skorzystało. Doświadczenie w korzystaniu z banku za pośrednictwem urządzenia mobilnego zadeklarowała nieco mniej niż jedna piąta klientów (19,8 proc.).

[Pytanie: czy respondenci, którzy wiedzą czym jest bankowość mobilna, kiedykolwiek z niej korzystali?]

	n	%
Nie	154	80,2%
Tak	38	19,8%
RAZEM	192	100,0%

Liczba respondentów którzy odpowiedzieli na to pytanie: 192

Ponad 60 proc. rozumiejących czym jest bankowość mobilna stwierdziła, że wie, czy ich bank oferuje taką usługę. Wciąż jednak 1/3 klientów nie potrafi udzielić odpowiedzi na to pytanie. Zatem w ogólnej liczbie Polaków-klientów banków tylko 13 proc. respondentów ma świadomość, czy ich bank oferuje dostęp do swoich usług z poziomu urządzeń mobilnych.

Dla połowy korzystających z bankowości przez komórkę inne kanały dostępu do banku okazują się być wystarczające

Nie korzystający z bankowości w komórce klienci banków wskazali powody tego stanu rzeczy. Ankieterom mówili, że dostęp do banku za pośrednictwem innych niż np. telefon komórkowy kanałów wciąż jest dla nich wystarczający – odpowiedziało tak 53 proc. pytanym. Z kolei 19 proc. klientów wyraziło wątpliwości dotyczące bezpieczeństwa tego typu usług, a 15 proc. uznało, że o bankowości mobilnej wie zbyt mało lub zasygnalizowało, że jest ona dla nich skomplikowana.

Wątpliwości te nie są zaskakujące, biorąc pod uwagę fakt, że odpowiedzi pochodziły od osób nie korzystających z banku przez komórkę, często nie mających świadomości, czym jest usługa. Czyżby niewiedza rodziła strach?

Z bankowości mobilnej korzystają i propagują ją klienci-trendsetterzy

Analizując, czy i w jaki sposób polscy klienci banków korzystają z bankowości mobilnej, nie sposób nie zapytać o profil demograficzny. Wyniki badania nakreśliły bowiem wyraźny podział pomiędzy grupą użytkowników bankowości przez komórkę i tych, którzy z tego rozwiązania nie korzystają.

Wśród użytkowników usługi, prawie 60 proc. stanowią ludzie młodzi, do 35. roku życia, a 93 proc. to osoby do 45. roku życia. Zamieszkują oni przede wszystkim duże miasta powyżej 250. tys. mieszkańców (to 63 proc. badanych). Ten nieco stereotypowy profil „mieszczucha” potwierdzają również dane dotyczące zarobków tych klientów (dobrych – biorąc pod uwagę, że 47 proc. z nich zarabia powyżej 4. tys. zł netto miesięcznie) oraz ich wykształcenia (75 proc. to osoby po studiach wyższych).

Co ciekawe, ponad połowa klientów z tej grupy twierdzi, że wśród swoich znajomych często są pierwszymi osobami korzystającymi z nowinek technicznych, a 75 proc. z nich deklaruje, że lubi rozmawiać o nowych technologiach. Mamy więc do czynienia z klientami-trendsetterami, którzy w gronie użytkowników nowych rozwiązań technologicznych dzierżą palmę pierwszeństwa.

Po przeciwnej stronie znajdują się klienci polskich banków, którzy z banku w komórce nie korzystają. Co ważne, w tej grupie prawie 40 proc. osób z bankowości elektronicznej nie korzysta w ogóle. Odsetek odpowiedzi negatywnych wzrasta wraz z wiekiem respondentów. Wśród Polaków-klientów banków powyżej 55. lat, z banków drogą elektroniczną nie korzysta 60 proc. respondentów.

Klienci nie korzystający z bankowości mobilnej rzadko łączą się z internetem przez komórkę

W kontekście telefonów komórkowych warto też odnotować, że częściej niż siedmiu na dziesięciu pytanych (71,7 proc.) nie korzysta z internetu za pomocą komórki. Jako powód, ponad połowa respondentów podała brak takiej potrzeby, 15,2 proc. stwierdziła z kolei, że korzystanie z internetu przez komórkę jest drogie, a prawie co dziesiąty klient (9,6%) dodawał, że jest to także niewygodne. Na brak odpowiedniego telefonu, umożliwiającego łączenie się z siecią, wskazywało 12,6 proc. pytanych.

W gronie tych, którzy chociaż z bankowości mobilnej nie korzystają, to z internetem przez komórkę się łączą, przeważają mężczyźni (dwukrotnie więcej respondentów płci męskiej) i osoby młode do 25. roku życia, wśród których przeszło już ponad połowa (57,1 proc.) deklaruje korzystanie z sieci przez komórkę.

Klienci polskich banków nie mają wygórowanych potrzeb w zakresie funkcji dostępnych w ramach bankowości mobilnej

Chociaż osoby, które z bankowości mobilnej korzystają, zwracają uwagę na wady usługi (np. 26 proc. poddała w wątpliwość jej bezpieczeństwo), to jednak 44 proc. użytkowników nie była w stanie ich wskazać. Z kolei co dziesiąty uznał, że bankowość w komórce jest usługą bez wad.

Co warto podkreślić, w badaniach ujawnił się też 15-proc. odsetek osób, które stwierdziły, że zakres możliwych do wykonania operacji w ramach bankowości mobilnej jest zbyt mały. Inna analiza Homo Homini dla mBanku – przeprowadzona zarówno wśród osób korzystających, jak i nie korzystających z tego typu usług – pokazała jednak, że klienci ograniczają się (lub chcieliby ograniczyć się) do realizacji tych samych, podstawowych operacji i zleceń w ramach bankowości w komórce. Mowa o sprawdzaniu salda rachunku i jego historii, wykonywaniu przelewów i doładowywaniu telefonów.

[Pytanie: jakie operacje wykonywali respondenci za pośrednictwem bankowości mobilnej?]

	n	%
Sprawdzanie salda rachunku	939	85,3%
Wykonywanie przelewu	769	69,8%
Sprawdzanie historii operacji	355	32,2%
Doładowanie telefonu	228	20,7%
Obsługa rachunku maklerskiego - kupno/sprzedaż akcji	58	5,3%
Obsługa jednostek funduszy inwestycyjnych - kupno/sprzedaż jednostek	58	5,3%
Zakup ubezpieczenia	6	0,6%
Założenie/zerwanie lokaty bankowej	3	0,3%
Reklamacja transakcji kartą	3	0,3%
Dokonywanie opłat	2	0,2%

Liczba respondentów którzy odpowiedzieli na to pytanie: 1126

Mało tego, według deklaracji osób korzystających z bankowości mobilnej, w przyszłości za pośrednictwem komórki chciałoby one korzystać z tych samych możliwości w swoim banku.

[Pytanie: z jakich funkcji bankowości mobilnej chcieliby korzystać respondenci w przyszłości?]

	n	%
Sprawdzanie salda rachunku	602	58,7%
Wykonywanie przelewu	485	47,3%
Sprawdzanie historii operacji	368	35,9%
Doładowanie telefonu	243	23,7%
Założenie/zerwanie lokaty bankowej	193	18,9%
Zakup ubezpieczenia	125	12,2%
Obsługa rachunku maklerskiego - kupno/sprzedaż akcji	77	7,5%
Obsługa jednostek funduszy inwestycyjnych - kupno/sprzedaż jednostek	75	7,3%
Zaciągnięcie kredytu	13	1,3%
trudno powiedzieć	290	28,3%

Liczba respondentów którzy odpowiedzieli na to pytanie: 1126

Osoby korzystające z bankowości mobilnej twierdzą, że są z niej zadowolone

Wracając do cech bankowości mobilnej – tylko 11 proc. respondentów miało problem z wymienieniem zalet tej usługi. Prawie 70 proc. badanych po stronie plusów podawało z kolei mobilność tego rozwiązania i jego dostępność (z banku w komórce można korzystać w każdym miejscu), a 16 proc. wskazywało po prostu na wygodę. Być może dlatego dziewięciu na dziesięciu ankietowanych wyraziło zadowolenie z usług bankowości mobilnej, oferowanych przez ich bank – to bardzo dobra ocena.




Badanie Instytutu Homo Homini dla mBanku pokazało również, że ze względu na wygodę, z jaką wiąże się korzystanie z bankowości mobilnej, a także brak konieczności przemieszczania się do miejsca, gdzie stoi komputer, trzem na dziesięciu użytkownikom zdarza się logować do bankowości mobilnej mimo że w tym samym czasie mają dostęp do bankowości internetowej.

Zdania respondentów co do przyszłości bankowości mobilnej są podzielone

Czy powyższa deklaracja jest przełomem? Niekoniecznie, bowiem chociaż 48 proc. respondentów (korzystających z usług bankowości mobilnej) twierdzi, że w przyszłości tego typu rozwiązanie mogłoby zastąpić bankowość internetową, to jednak 42 proc. odpowiadających nie jest o tym przekonana.

Sceptycy zwracają uwagę, że obecnie bankowość internetowa jest wygodniejsza, np. dzięki większemu ekranowi komputera czy większym klawiszom – tak odpowiedziało 74 proc. pytanym. Biorąc pod uwagę dynamiczny rozwój technologiczny urządzeń mobilnych, spodziewamy się, że sytuacja może się w przyszłości zmienić.

[Pytanie: czy zdaniem respondentów bankowość mobilna w przyszłości będzie mogła zastąpić bankowość internetową?]

	n	%
Tak 	536	47,6
Nie 	469	41,6
Nie wiem / trudno powiedzieć 	122	10,8

Liczba respondentów którzy odpowiedzieli na to pytanie: 1126

Z PERSPEKTYWY BANKU

Bank w komórce to przyszłość, w bankowość elektroniczną też kiedyś wątpiono

– Wynik badania Instytutu Homo Homini, przeprowadzonego na zlecenie mBanku, nie jest dla nas zaskakujący ani nie odbieramy go pesymistycznie, bo podobną historię obserwowaliśmy 11 lat temu przy uruchamianiu mBanku. Wówczas sceptycy, w oparciu o podobne badania, zapowiadali, że będzie to porażka z uwagi na niskie, deklarowane zainteresowanie klientów. Okazało się wkrótce, że dostęp do banku on-line stał się dla Polaków absolutnym priorytetem. Podobnie będzie z bankowością mobilną, która choć nie stanowi rewolucji w usługach bankowych, to zmienia sposób, w jaki klienci wykorzystują zdalne kanały dostępu do platform internetowych. W naszym przekonaniu ten segment czeka bardzo dynamiczny wzrost w nadchodzących kwartałach, a rok 2012 będzie rokiem tabletów, a więc również rokiem bankowości mobilnej – powiedział w imieniu mBanku Paweł Kucharski, dyrektor banku ds. marketingu i rozwoju biznesu bankowości detalicznej BRE Banku.



Kontakt dla mediów:

Krzysztof Olszewski

Rzecznik Prasowy

mBank

tel: (42) 638 17 22

mobile: +48 607 35 45 43

faks: (42) 638 17 01

e-mail: Krzysztof.Olszewski@mBank.pl

al. Piłsudskiego 3

90-368 Łódź

<http://media.mBank.pl/>

<http://www.mBank.pl/>