

Jak Polacy korzystają z kont bankowych?

Raport Money.pl

W jakich bankach? W jaki sposób? Kto korzysta z e-kont?
Jakie są plany na najbliższe miesiące?

Autor: Marta Smaga, Money.pl
m.smaga@money.pl

Wrocław, marzec 2007

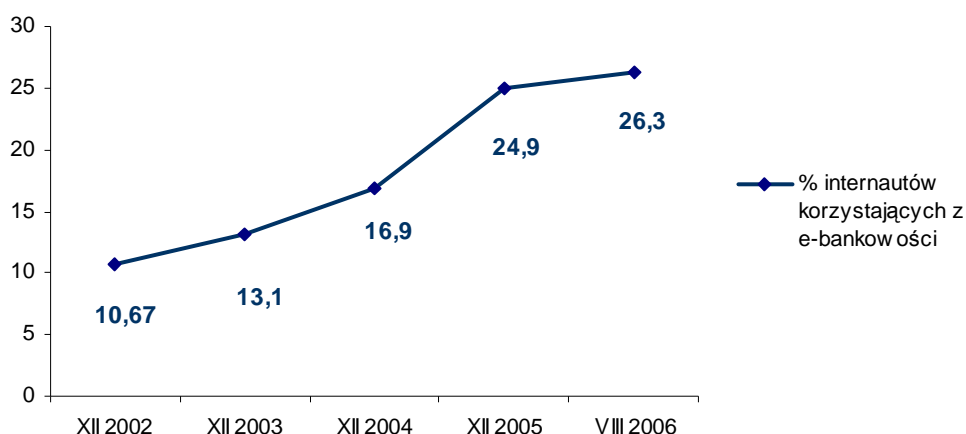
Jak wygląda rynek?

Liczba Polaków korzystających z internetu z roku na rok wyraźnie rośnie. W jeszcze szybszym tempie rośnie odsetek klientów e-bankowości, czyli tych internautów, którzy korzystają z produktów bankowych on-line. W 2006 roku z bankowości elektronicznej korzystał już co czwarty użytkownik sieci.

Najbardziej popularne produkty finansowe to oczywiście konta osobiste (rachunki ROR). Konto jest punktem wyjścia do korzystania z innych usług finansowych – przelewów, kart płatniczych i kredytowych, kredytów itd. Według TNS OBOP, posiadanie konta bankowego deklaruje 57 proc. Polaków powyżej 15 roku życia. Z kont bankowych przez internet korzysta 16 proc. klientów banków. Jeśli weźmiemy pod uwagę tylko tych posiadaczy kont, którzy mają dostęp do sieci – co trzeci korzystał z konta przez internet.

Patrząc z drugiej strony – w drugiej połowie 2006 roku z produktów bankowości elektronicznej korzystało ponad 26 proc. internautów.

Odsetek internautów korzystających z e-bankowości
(na podstawie: TNS OBOP, 2002-2006)



Duża dynamika wzrostu liczby klientów bankowości elektronicznej, to najlepszy miernik rozwoju rynku. Drugi wskaźnik to przyrost liczby kont w bankach wirtualnych. Tu – jak zawsze – liderem jest mBank, który w 2006 roku odnotował bardzo duży przyrost kont (wg eCard, październik 2006). W ubiegłym roku lawinowo rosła także liczba e-kont w bankach tradycyjnych – ale do tego wyniku trzeba podchodzić ostrożnie. Przykładowo, PKO BP – drugi po mBanku pod względem liczby obsługiwanych kont internetowych – zawyża statystyki w ten sposób, że przyznaje status konta internetowego każdemu uruchamianemu rachunkowi ROR, niezależnie od tego, czy internetowy kanał dostępu jest przez klienta faktycznie wykorzystywany.

16 procent klientów korzystających z konta przez internet to wynik całkiem niezły także dlatego, że internetowy kanał dostępu cieszy się popularnością porównywalną do innych. Z dostępu do konta przez infolinię korzysta 17 proc. posiadaczy kont bankowych, a z powiadomień SMS – tylko 11 proc. Tymczasem telefony, także komórkowe, są w Polsce dużo bardziej powszechne niż internet.

Z konta bankowego przez internet korzystają przede wszystkim ludzie młodzi, w wieku 20-39 lat, osoby z wykształceniem wyższym lub uczniowie/studenci, osoby na stanowiskach kierowniczych, specjaliści, przedsiębiorcy, o dochodach wyższych niż przeciętne. Co ciekawe, z dostępu

internetowego do konta częściej korzystają kobiety niż mężczyźni (odpowiednio 18 i 13 proc. posiadaczy kont).

Z usług których banków korzystamy najchętniej? Co wiemy o naszych kontach bankowych? Z jakich opcji do konta korzystamy? Co mamy w planach na najbliższe miesiące? Na te pytania odpowiadamy w raporcie „Jak Polacy korzystają z kont bankowych”.

Spis treści:

- I. W jakich bankach?
- II. Usługi mało popularne
- III. Kto korzysta z e-bankowości?
- IV. Karty popularne wśród młodych mężczyzn
- V. Plany zakupowe Polaków

I. W jakich bankach?

Najbardziej popularne są konta w bankach tradycyjnych. Na pytanie o bank, w którym ankietowany posiada konto główne, najczęściej wskazań otrzymały: PKO BP, Pekao SA, Bank Spółdzielczy (wyniki – patrz tabela). Banki typowo internetowe – Inteligo i mBank – w badaniu OBOP otrzymały po 1 proc. wskazań. Wydaje się, że to niewiele, jednak jest to rezultat lepszy niż wyniki ponad połowy banków. Poniżej 1 proc. wskazań miały: Bank Ochrony Środowiska, Bank Pocztowy, Deutsche Bank, EuroBank, Getin Bank, Multibank, Nordea Bank, Raiffeisen Bank Polska, Volkswagen Bank.

Banki obsługujące główne rachunki ROR respondentów

(na podstawie: TNS OBOP, 2006)

bank	
PKO BP	15%
Pekao S.A.	8%
Bank Spółdzielczy	8%
ING Bank Śląski	5%
Bank BPH	4%
Bank Gospodarki Żywnościowej	4%
Bank Zachodni WBK	4%
Lukas Bank	2%
Bank Handlowy / Citibank	1%
Bank Millenium	1%
Inteligo*	1%
Kredyt Bank	1%
mBank*	1%

Pozostałe banki – poniżej 1% wskazań.

* banki typowo internetowe.

Te same banki są najczęściej wymieniane jako „drugie”, czyli takie, z których usług ankietowany klient korzysta, ale w których nie utrzymuje swojego głównego rachunku ROR.

Banki obsługujące dodatkowe rachunki ROR respondentów

(na podstawie: TNS OBOP, 2006)

bank	
PKO BP	19%
Pekao S.A.	11%
Bank Spółdzielczy	9%
Lukas Bank	8%
ING Bank Śląski	7%
Bank BPH	6%
Bank Gospodarki Żywnościowej	5%
Bank Zachodni WBK	5%
Kredyt Bank	2%
mBank	2%
inny bank	2%
AI&G Bank	1%
Bank Handlowy / Citibank	1%
Bank Millenium	1%
Inteligo	1%

Pozostałe banki – poniżej 1% wskazań.

Czy ta wysoka popularność banków tradycyjnych oznacza, że kanał internetowy rozwija się powoli? Niekoniecznie.

Z konta bankowego korzystamy przez internet już nie tylko w bankach wirtualnych. W pełni funkcjonalny internetowy dostęp do rachunku jest usługą już powszechnie oferowaną przez banki tradycyjne. Wprawdzie najwięcej rachunków internetowych prowadzi mBank, ale drugi w kolejności jest PKO BP. Jego odłam, typowo internetowe Inteligo, znajduje się dopiero na piątym miejscu.

Liczba rachunków internetowych w bankach, w tys.

(na podstawie: eCard, 2005-2006)

bank	XII 2005	IX 2006
mBank	1 020	1 620
PKO BP	850	1 260
BZ WBK	450	650
Bank BPH	390	580
Inteligo	450	507
Multibank	90	110
Nordea	30	65

W ciągu roku wszystkie czołowe banki prowadzące rachunki internetowe zanotowały istotne wzrosty. To oznacza, że e-kont przybywa – i to dynamicznie. Ciągle jednak wielu internautów nie korzysta z opcji dostępu do konta przez internet – albo nawet nie wie, że ma taką możliwość.

II. Usługi mało popularne

Najlepiej znane klientom banków są tradycyjne usługi w ramach konta, takie jak: debet, kredyt, karta płatnicza, przelew, możliwość wypłaty gotówki z bankomatu. Tylko połowa posiadaczy rachunków wie o możliwości ubiegania się o kartę kredytową. Ale klienci są najgorzej poinformowani w kwestiach wygodnych metod dostępu do konta – przez internet, SMS, a nawet infolinię. Wie o nich mniej niż połowa posiadaczy kont.

Znajomość funkcjonalności konta przez posiadaczy rachunków (na podstawie: TNS OBOP, 2006)

funkcjonalność	mam	nie mam	trudno powiedzieć
dostęp do konta przez internet	48%	36%	16%
powiadomienia SMSem o transakcjach	33%	44%	22%
dostęp do konta przez infolinię	44%	37%	19%
debet w koncie	68%	26%	6%
kredyt	69%	27%	4%
karta płatnicza (Visa Electron, Maestro)	82%	14%	4%
karta kredytowa (Visa, Mastercard)	51%	38%	11%
zlecenia stałe	67%	29%	4%
przelewy	79%	18%	3%
wypłaty z oddziałów banku	85%	13%	2%
wypłaty z bankomatów	88%	10%	2%

Tylko 66 proc. posiadaczy kont korzysta z kart płatniczych, a 16 proc. – z kart kredytowych. I to szczególnie na rynku tych kart jest jeszcze sporo przestrzeni do zagospodarowania. Bo Polacy zaciągają sporo kredytów, choć przeważnie korzystają z najprostszych opcji.

Z kredytu odnawialnego w koncie korzysta 25 proc., z debetu – aż 34 proc. W ten sposób pożyczają się pieniądze na krótki okres, kilka czy kilkanaście dni, dla podratowania bieżącej płynności finansowej. W takich sytuacjach karty kredytowe sprawdzają się lepiej, bo ich klient ma tzw. grace period – okres nieoprocentowanego kredytu. Długość okresu zależy od banku, może to być nawet ponad pięćdziesiąt dni. Tymczasem debet czy kredyt odnawialny są oprocentowane stosunkowo wysoko – i to już od pierwszego dnia. Mimo to są to popularniejsze metody pożyczania pieniędzy niż karty kredytowe.

Popularność kredytów odnawialnych czy debetów wynika przede wszystkim z ich lepszej dostępności – banki przyznają je na podstawie historii konta, a nie dochodów. A po części także z niewiedzy klientów o tym, że jeśli systematycznie pożyczają się drobne sumy, to po prostu opłaca się zawrzeć umowę o kartę kredytową.

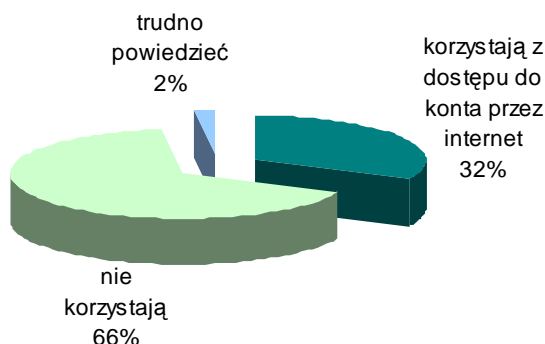
Korzystanie z opcji kont przez posiadaczy rachunków bankowych
(na podstawie: TNS OBOP, 2006)

korzystanie z opcji konta	tak	nie	trudno powiedzieć
wypłaty z bankomatów	73%	26%	0%
wypłaty z oddziałów banku	68%	31%	1%
karta płatnicza (Visa Electron, Maestro)	66%	33%	1%
przelewy	47%	53%	0%
debet w koncie	34%	66%	1%
kredyt	25%	75%	1%
zlecenia stałe	24%	75%	0%
dostęp do konta przez infolinię	17%	81%	2%
dostęp do konta przez internet	16%	83%	1%
karta kredytowa (Visa, Mastercard)	16%	83%	1%
powiadomienia SMSem o transakcjach	11%	88%	1%

Ciągle mało popularne jest korzystanie z dostępu do konta drogą elektroniczną, czyli tą najwygodniejszą. Prawie połowa posiadaczy kont bankowych wie, że posiada internetowy dostęp do konta, ale korzysta z tej możliwości tylko 16 proc. posiadaczy rachunków. To dlatego, że duża część posiadaczy kont nie korzysta z internetu w ogóle. Gdyby pod lupę wziąć samych internautów okaże się, że 1/3 korzysta z konta przez internet!

Spośród tych klientów banków, którzy korzystają z sieci, drogą elektroniczną z konta korzysta tylko 32 proc., czyli około 2,8 mln Polaków powyżej 15 roku życia. Pozostałe 5,9 mln klientów banków, którzy mają dostęp do internetu, ale nie korzystają z dostępu do konta przez internet.

Korzystanie z konta drogą elektroniczną przez klientów banków, którzy mają dostęp do internetu
(na podstawie: TNS OBOP, 2006)



III. Kto korzysta z e-bankowości?

Z kont bankowych przez internet korzystają przede wszystkim ludzie młodzi. Co trzecia osoba w wieku 20-39 lat korzysta z konta drogą elektroniczną. Są one najbardziej popularne wśród osób z wykształceniem wyższym, wśród uczniów/studentów, osób na stanowiskach kierowniczych, specjalistów, przedsiębiorców, o dochodach wyższych niż przeciętne.

Z dostępu internetowego korzysta najczęściej tych posiadaczy kont, którzy mają internet w domu – 35 proc. Ale nie tylko. Aż 22 proc. klientów, którzy z sieci korzystają nie w domu, ale w innych miejscach, również wykorzystuje internetowy kanał dostępu do konta.

Profil użytkowników kont bankowych – płeć

(na podstawie: TNS OBOP, 2006):

	tak	nie	trudno powiedzieć
kobiety	18%	81%	1%
mężczyźni	13%	86%	1%

Co ciekawe, z dostępu do konta przez internet korzystają częściej kobiety 18 proc. niż mężczyźni 13 proc. Warto zwrócić uwagę, że proporcje płci w grupie internautów są niemal równe – z drobną (około 1 proc.) przewagą mężczyzn.

Kobiety, które posiadają konto w banku oraz korzystają z dodatkowej opcji, jaką jest dostęp do konta przez Internet, to w większości osoby (*OBOP, 2006*):

- w wieku 20 – 39 lat (38%);
- z wyższym wykształceniem (59%);
- aktywne zawodowo (65%);
- zajmujące w pracy wyższe stanowiska (kierownicy/specjaliści) (37%);
- oceniające swoją sytuację materialną jako średnią (52%);
- z miast liczących powyżej 500 tys. mieszkańców (37%).

Profil użytkowników kont bankowych – wiek

(na podstawie: TNS OBOP, 2006):

	tak	nie	trudno powiedzieć
20-29	29%	71%	1%
30-39	30%	67%	3%
40-49	5%	95%	0%
50-59	7%	93%	0%
60 lat i więcej	2%	97%	2%

Największa grupa posiadaczy e-kont to osoby w wieku 20-39 lat. To zrozumiałe – najczęściej możliwości internetu wykorzystują ludzie młodzi. Dotyczy to szczególnie funkcji ekonomicznych sieci – zakupów przez internet, uczestnictwa w aukcjach, a także, jak się okazuje, korzystania z usług finansowych on-line.

Profil użytkowników kont bankowych – wykształcenie

(na podstawie: TNS OBOP, 2006):

	tak	nie	trudno powiedzieć
podstawowe	3%	95%	2%
zasadnicze zawodowe	3%	97%	0%
średnie i pomaturalne	15%	83%	2%
licencjat i wyższe	39%	61%	1%

Popularność kanału internetowego jest proporcjonalna do wykształcenia posiadacza konta. Z dostępu internetowego korzysta aż 39 proc. właścicieli kont, którzy mają wykształcenie wyższe lub licencjackie. W grupach najslabiej wykształconych popularność e-kont jest niska. To dość oczywiste, że z konta przez internet – podobnie jak z samego internetu – korzystają raczej ludzie lepiej wykształceni. Ale wydaje się, że dystans między tymi grupami w przypadku korzystania z e-kont jest bardzo duży.

Profil użytkowników kont bankowych – aktywność zawodowa

(na podstawie: TNS OBOP, 2006):

	tak	nie	trudno powiedzieć
pracuje zawodowo	18%	81%	1%
nie pracuje zawodowo	12%	87%	1%

Z kont bankowych przez internet korzysta więcej osób aktywnych zawodowo niż osób niepracujących. To także zrozumiałe – osoby pracujące znacznie częściej mają dostęp do sieci i korzystają z niej w sposób bardziej wszechstronny niż osoby niepracujące. Dziwi więc raczej stosunkowo niewielki dystans między tymi grupami.

Profil użytkowników kont bankowych – status zawodowy

(na podstawie: TNS OBOP, 2006):

	tak	nie	trudno powiedzieć
kierownicy/specjaliści	39%	60%	1%
prywatni przedsiębiorcy	25%	71%	3%
pracownicy administracji i usług	19%	79%	2%
robotnicy	2%	98%	0%
rolnicy	9%	91%	0%
gospodynie domowe / nie pracujący	13%	85%	2%
emeryci / renciści	2%	96%	1%
uczniowie i studenci	55%	45%	0%
bezrobotni	17%	83%	0%

Z internetowego dostępu do swoich kont korzystają przede wszystkim uczniowie i studenci – czyli ta grupa osób, które spędzają w sieci najwięcej czasu i korzystają z niej na wiele różnych sposobów. Wśród osób aktywnych zawodowo, z e-kont najczęściej korzystają pracownicy umysłowi – kadra zarządzająca, specjaliści, przedsiębiorcy.

Profil użytkowników kont bankowych – dochód miesięczny netto na osobę
(na podstawie: TNS OBOP, 2006):

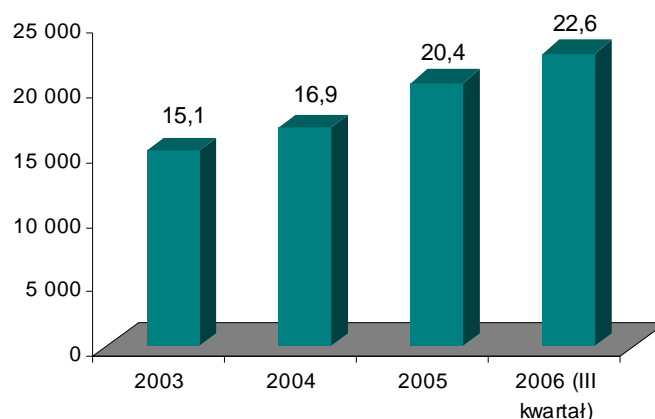
	tak	nie	trudno powiedzieć
poniżej 799 PLN	9%	81%	0%
800-1249 PLN	10%	88%	2%
1250-1999 PLN	17%	83%	1%
2000-2999 PLN	18%	82%	0%
3000 PLN i więcej	35%	65%	0%
brak odpowiedzi	18%	81%	1%

Popularność internetowego kanału dostępu do konta jest proporcjonalna także do dochodów klienta banku. Im wyższe są miesięczne dochody na osobę w jego rodzinie, tym większe prawdopodobieństwo wykonywania operacji bankowych w sieci.

IV. Karty popularne wśród młodych mężczyzn

Polacy mają w swoich portfelach coraz więcej kart płatniczych. W trzecim kwartale 2006 roku było na rynku ponad 22 miliony wszystkich kart (dane NBP, III kwartał 2006).

LICZBA KART PŁATNICZYCH NA POLSKIM RYNKU (W MLN)
(na podstawie danych NBP):



Jak wynika z badań TNS OBOP, kart płatniczych (Visa Electron, Maestro) używa 65 proc. kobiet i 67 proc. mężczyzn posiadających konto bankowe.

Podobnie jak konta internetowe, karty płatnicze są również najbardziej popularne wśród osób młodych (kart debetowych używa 75 proc. osób w wieku 20-29 lat i 81% w wieku 30-39 lat), lepiej wykształconych (80 proc. osób z wyższym wykształceniem), aktywnych zawodowo (70 proc.), prywatnych przedsiębiorców (87 proc.), o wyższych dochodach (95 proc. osób z dochodami powyżej 3 tys. zł netto na osobę).

Karty stały się już powszechnym instrumentem płatniczym. Używają ich nie tylko młodzi i wykształceni, ale także osoby:

- starsze – 62 proc. osób w wieku 50-59 lat i 44 proc. osób powyżej 60. roku życia;
- słabiej wykształcone – 43 proc. osób z wykształceniem podstawowym i 66 proc. z zasadniczym zawodowym;
- z niższymi dochodami – 61 proc. osób z dochodami netto poniżej 799 zł na osobę i 63 proc. z dochodami netto w przedziale 800-1249 zł na osobę.

Wśród kart płatniczych, najsilniejszą tendencję wzrostową wykazują karty kredytowe. W 2006 roku co czwarta karta płatnicza na rynku to była karta kredytowa, trzy lata wcześniej – zaledwie co dziesiąta. Wynika to z faktu, że rynek prostych kart płatniczych, czyli kart debetowych, jest już nasycony. A także z tego, że oferty banków są coraz lepsze – karty kredytowe są dużo łatwiej dostępne i dużo tańsze niż parę lat temu. (Więcej na temat rynku kart płatniczych w Polsce w raporcie Money.pl i eCard „Jak płacimy w internecie?”, luty 2007, dostępny na: www.money.pl).

Karty kredytowe są bardziej popularne wśród mężczyzn. Używa ich 18 proc. mężczyzn (spośród tych, którzy posiadają konto bankowe) i 13 proc. kobiet.

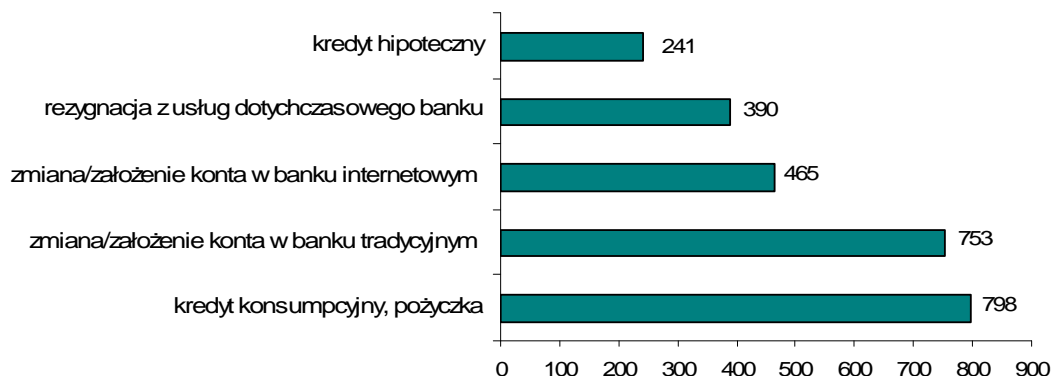
W grupie posiadaczy kont bankowych, karty kredytowe są najczęściej wykorzystywane przez osoby (OBOP, 2006):

- przed 40. rokiem życia – używa ich 21 proc. osób (posiadających konto bankowe) w wieku 30-39 lat i 17 proc. osób w wieku 20-29 lat, 16 proc. osób w wieku 40-49 lat i 15 proc. osób w wieku 50-59 lat;
- lepiej zarabiających – 48 proc. osób posiadających w swoim gospodarstwie domowym przychody powyżej 3 tys. zł netto na osobę;
- lepiej wykształconych – 22 proc. osób z wykształceniem wyższym i licencyjnym;
- pracujących na stanowiskach menedżerskich, specjalistycznych i administracyjnych: 20 proc. prywatnych przedsiębiorców, 21 proc. kierowników i specjalistów, 23 proc. pracowników administracji i usług;
- które korzystają z internetu – 22 proc. (wśród osób, które nie korzystają z sieci – tylko 10 proc.).

V. Plany zakupowe Polaków

We wrześniu 2006 r. OBOP zadał respondentom pytanie o to, jakie są ich plany odnośnie produktów finansowych na najbliższe 12 miesięcy. Oto, co planują Polacy.

Plany zakupowe Polaków na okres najbliższego roku - w tys.
(pytanie zadane respondentom przez TNS OBOP we wrześniu 2006 roku):



1,2 proc. klientów planuje zmienić bank, z którego usług korzysta. Dużym zainteresowaniem cieszą się banki internetowe – aż 465 tys. Polaków planuje otworzyć w nich konto. Nadal jednak znacznie bardziej popularne są banki tradycyjne – tu konto planuje założyć aż 735 tys. osób.

Należy pamiętać o tym, że dostęp do konta przez internet to już powszechna funkcjonalność oferowana przez banki tradycyjne. Usługi w bankach internetowych są jednak przeważnie sporo tańsze – nie dziwi więc duże zainteresowanie klientów ich usługami.

Komentarz Money.pl

Rynek produktów bankowych w Polsce, choć rozwija się dynamicznie, jest ciągle dużo słabszy niż w krajach zachodnich. Posiadanie konta osobistego deklaruje tylko 57 proc. Polaków powyżej 15. roku życia – to jeden z najsłabszych wyników w Europie!

Jeśli chodzi o korzystanie z produktów bankowych przez internet – wnioski są bardziej optymistyczne. Z internetowego dostępu do konta korzysta co czwarty internauta. To niezły rezultat, biorąc pod uwagę, że z internetu korzystają przede wszystkim ludzie młodzi, uczniowie i studenci, a to często są osoby bez własnych dochodów i bez potrzeby posiadania konta. Co więcej, korzystanie z bankowości elektronicznej jest bardziej popularne niż na przykład zakupy przez internet czy udział w aukcjach internetowych!



Możemy uznać, że Polacy dali się przekonać, że bankowość internetowa to dobre narzędzie. Świadczy o tym popularność banków wirtualnych, czyli takich, które obsługują rachunki klientów wyłącznie przez internet. Chociaż internetowy dostęp do konta jest już powszechnie oferowany przez banki tradycyjne, liderem rynku e-kont pozostaje – niezmiennie od wielu lat – typowo internetowy mBank. Dobrą pozycję zajmuje także Inteligo, niegdyś samodzielny bank, a obecnie internetowe ramię PKO BP.

Skąd tak duża popularność bankowości elektronicznej? Na pewno wynika to ze wzrostu umiejętności komputerowych Polaków, lepszej znajomości sieci i większej pewności co do tego, że transakcje w internecie są bezpieczne. Ale z internetowego dostępu do kont bankowych korzystamy częściej nie tylko dlatego, że jest to dużo wygodniejsze. Do sukcesu e-bankowości przyczyniły się także banki – swoją polityką cenową. Wykonywanie operacji w oddziałach banków jest kosztowne – polskie banki pobierają nieproporcjonalnie wysokie prowizje od wszelkich czynności załatwianych przy okienku. Tymczasem korzystanie z konta przez internet jest tanie, a w przypadku produktów niektórych banków – prawie darmowe.

Marta Smaga