

*Исследования финансовых
практик и «статистика»:
почему могут расходиться
цифры*

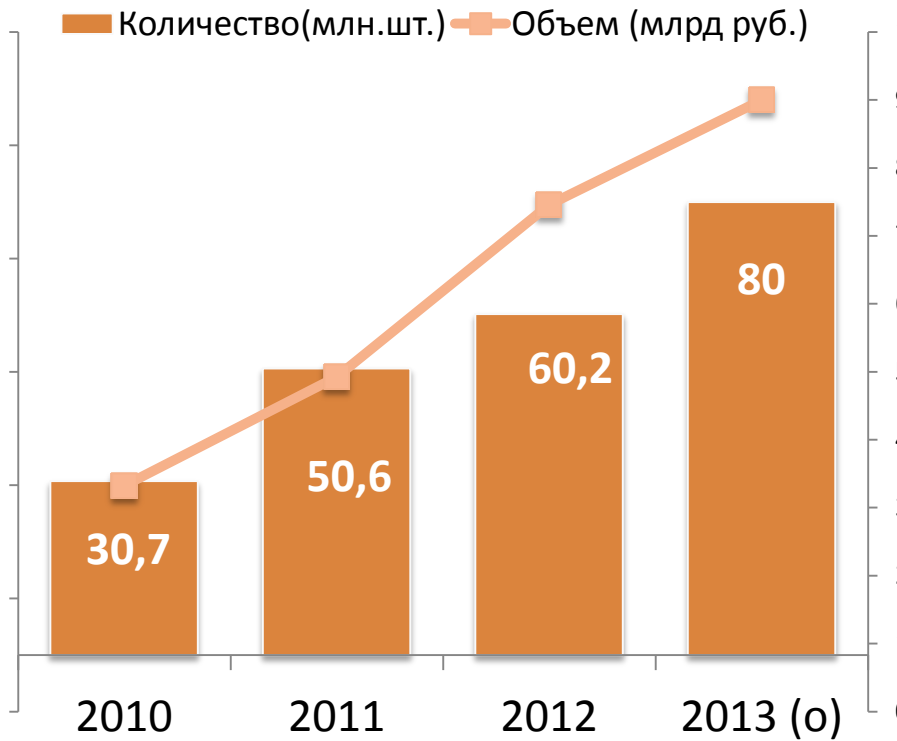
Григорий Микрюков

Что хотят знать практики

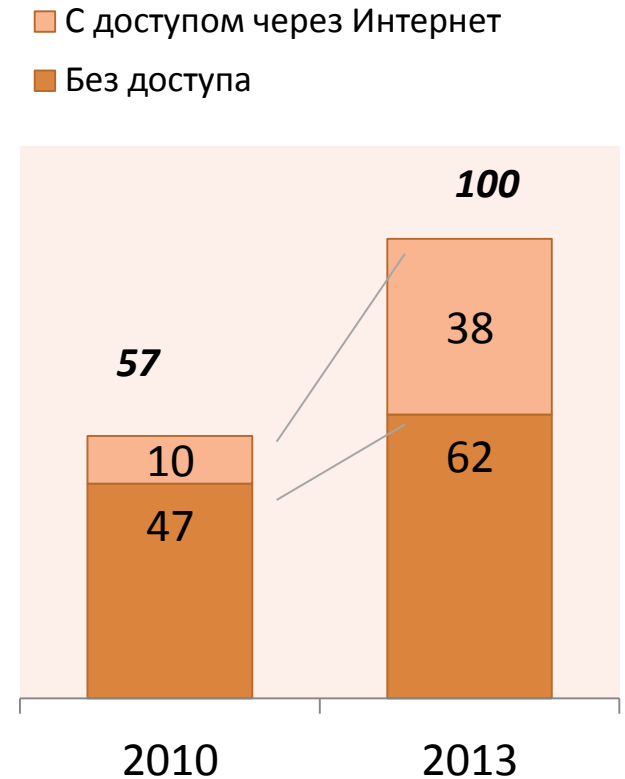
- Сколько клиентов уже используют Интернет-банк?
- Сколько потенциальных клиентов на рынке?
- Каковы факторы выбора и использования системы?
- Частота использования?
- Время и место использования?
- Типология клиентов/ основные модели поведения?
- Объем, количество и виды совершаемых операций?

Официальные цифры

Количество и объемы платежей и переводов физических лиц через Интернет



Количество банковских счетов открытых ФЛ, млн. шт.



Источник: ЦБ РФ

А в основе – поведение клиентов

«Скажите, пожалуйста, какими из перечисленных банковских услуг вы лично пользуетесь в настоящее время или пользовались в течение последних 6 месяцев?»*, % от респондентов.

	2011	2012	2013
Пластиковая карта для получения зарплаты/ пенсии	39	44	42
Регулярные платежи (оплата ЖКХ, телефона, штрафов)	38	42	39
Потребительский кредит	21	19	22
Текущий счет, вклад «до востребования»	11	15	13
Срочный вклад в банке	8	14	9
Оформленная лично Вами пластиковая дебетовая карта	4	9	8
Денежные переводы	8	11	6
Оформленная лично Вами кредитная карта	3	6	5
Автокредит	3	3	4
Ипотечный кредит	2	3	3
Интернет-банкинг (доступ и управление счетами через Интернет)	1	3	3
Банковские ячейки	0	1	0
Ничего из перечисленного	26	23	23
Затрудняюсь ответить	0	2	1



Результаты «первых» замеров

	Метод опроса	Время замера	Выборка	Генеральная совокупность (млн. чел)	Результат (доля пользователей)	Оценка рынка (млн. чел.)
ФОМ	Личный	01.2012	1600	100	1%	~ 1
ФОМ	Личный	03.2011	33 000	100	1%	~ 1
НАФИ (ВЦИОМ)*	Личный	03.2012	1600	100	1%	~ 1

По данным опросов на начало 2012 года пользователей Интернет-банкинга было порядка 1 млн. человек.

* <http://nacfin.ru/novosti-i-analitika/press/press/single/10554.html>

«Свежие» цифры

	Метод опроса	Время замера	Выборка	Генеральная совокупность (млн. чел)	Результат (доля пользовател ей)	Оценка рынка (млн. чел.)
ФОМ *	Личный	03.2012	1600	100	13%	13
ФОМ	Личный	02. 2014	1600	100	18%	18
НАФИ (ВЦИОМ)**	Личный	10.2012	1600	100	17%	17
Markswebb Rank&Report***	Онлайн	10.2013	3145	28,3	55%	15,4

**По данным опросов на конец 2013 года
пользователей Интернет-банкинга порядка 18 млн.
человек.**

*<http://fin.fom.ru/Finansy/10603>

***<http://www.interfax.ru/russia/news/343668>

** <http://nacfin.ru/novosti-i-analitika/press/press/single/10604.html>

Оценка рынка:

~ 17-18
млн.чел.

Данные банков

	Кол-во пользователей ИБ (млн.чел.)	Количество клиентов
Сбербанк России	8	65
ВТБ-24	1,3	10
Альфа-банк	2,6	9
Промсвязьбанк	1,2	1,5
Росбанк	0,9	3
МТС-банк	1	3,1
Райффайзенбанк	0,8	~ 2
Уралсиб	н.д.	6
ТКС - банк	н.д.	3,5
Другие банки	< 1,5	н.д.
Всего	16-18	~ 80

По данным Marksw Webb Rank&Report:

- $\frac{3}{4}$ пользователей используют Сбербанк Онлайн
- более 50% используют несколько систем

Оценка рынка:

~ 11
млн.чел.

В чем причины? Гипотезы:

1. Респонденты не всегда понимают о чем идет речь, что приводит к разнице в цифрах при различных формулировках и форматах вопросов
2. Существует смешение понятий – интернет-банкинг, sms-банкинг, мобильный банкинг
3. Есть социальный эффект – стыдно быть «лузером»
4. Степень вовлеченности клиентов в услугу имеет большой диапазон – от наличия пароля и просмотра состояния счета до регулярных платежей, что затрудняет замеры
5. Банки часто оперируют числом подключенных пользователей, а не числом реальных пользователей
6. При оценке банков имеет место двойной и тройной счет, так как продвинутые пользователи часто используют системы разных банков
7. Репрезентативность только по полу и возрасту не обеспечивает необходимой точности

И все же, выводы:

1. Точные и непротиворечивые оценки рынка по прежнему отсутствуют
2. Результаты опросов и статистика банков фиксируют разные аспекты поведения пользователей
3. Есть все основания считать, что за последние 2 года произошел рост числа пользователей
4. Безусловно, потенциал услуги – огромный
5. Формулировка и формат вопроса имеет большое значение, поэтому требуется разработка специальной и, желательно, единой методологии определения уровня проникновения
6. Важный фактор, который необходимо учитывать при исследованиях - концентрация активности в узкой группе населения