

e-Finance User Index 2014

Исследование пользователей электронных финансовых и платежных сервисов в России

e-Finance User Index 2014

Введение

Дистанционные банковские сервисы, онлайн-платежи, электронные деньги, платежные системы – эти понятия, изначально далекие друг от друга, за последние годы необычайно сблизились и переплелись, насытив российских интернет-пользователей множеством сервисов, позволяющих получать, хранить, управлять и тратить деньги, не отходя от компьютера и не выпуская из рук мобильное устройство.

Вместе с тем до настоящего момента на рынке не было полноценных исследований, которые могли бы ответить на важные вопросы о пользователях электронных финансовых сервисов:

- сколько их,
- кто эти люди,
- чем они пользуются для работы с личными финансами,
- с какой целью пользуются (или почему не пользуются),
- за что и сколько платят в интернете,

- какие задачи, связанные с финансовыми и банковскими продуктами, решают через интернет,
 - как меняются их предпочтения,
- ...и многие другие вопросы, точные ответы на которые дают возможность предложить потребителям более эффективные финансовые интернет-продукты.

e-Finance User Index 2014 – первая волна масштабного ежегодного исследования пользователей электронных финансовых и платежных сервисов в России, проводимого агентством Marksw Webb Rank & Report.

В основе исследования лежит репрезентативный опрос более 3 тысяч респондентов.

Ключевые результаты

- 19,6 млн человек совершают хотя бы одну платежную операцию в интернете каждый месяц.
- 19,4 млн человек пользуются онлайн-, мобильным или SMS- банкингами.
- 15,4 млн человек используют интернет-банк. При этом почти 3/4 этих людей пользуются интернет-банком Сбербанк Онлайн.
- 11,7 млн человек совершают платежи через интернет-банк за месяц.
- 8,9 млн человек платят в интернете банковской картой.
- 7 млн человек совершают онлайн-платежи с помощью электронных кошельков.
- 6,6 млн человек совершают за месяц хотя бы один онлайн-платеж с мобильного устройства.

e-Finance User Index 2014

Дистанционное банковское обслуживание

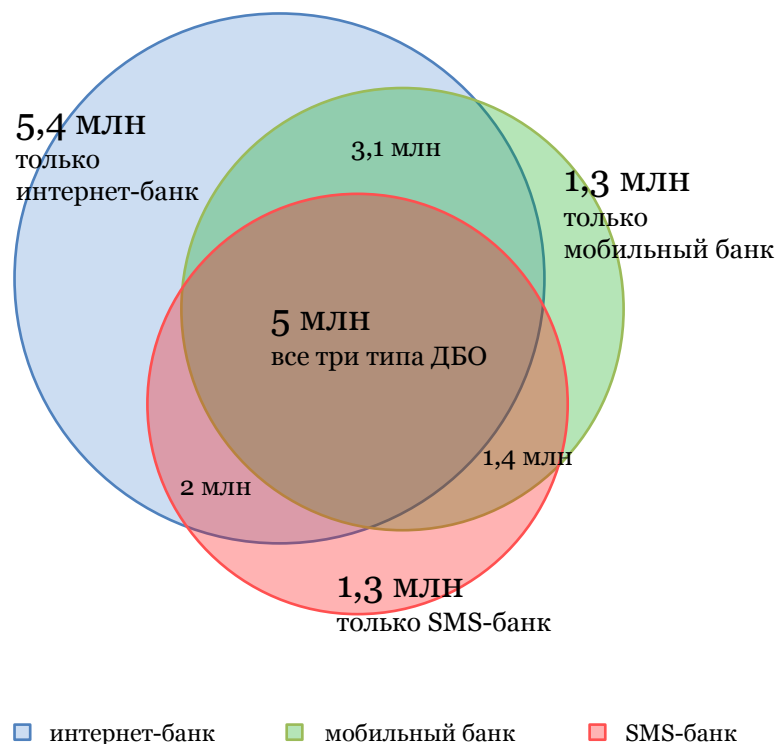
68,7% пользователей интернета в России отметили, что используют хотя бы один из сервисов дистанционного банковского обслуживания: интернет-банк, мобильный банк или SMS-банк – это 19,4 млн человек*.

Больше половины из этих людей отметили, что используют как минимум два разных типа сервисов ДБО (например, интернет-банк и мобильный банк). А каждый четвертый – сразу три разных типа сервисов ДБО.

Интернет-банком для физических лиц пользуется 54,6% российской интернет-аудитории или 15,4 млн человек, мобильным банком – 38% (10,8 млн человек), а SMS-банком 34,3% (9,7 млн человек).

* Из расчета 28,3 млн суточной аудитории интернета в России (подробнее см. методику исследования)

Пересечение групп пользователей разных сервисов дистанционного банковского обслуживания:



e-Finance User Index 2014

Интернет-банкинг

Топ-10 интернет-банков по количеству пользователей (% от аудитории интернета в России):

Банк	%
Сбербанк России	40,2%
Альфа-Банк	8,2%
ВТБ24	7,7%
Русский Стандарт	4,3%
ТКС Банк	3%
Связной Банк	2,3%
ХоумКредит Банк	2,2%
Райффайзенбанк	2,2%
Промсвязьбанк	1,7%
Банк Уралсиб	1,5%

Доля новых пользователей интернет-банков (% начавших пользоваться менее года назад):

Банк	%
Сбербанк России	20%
Альфа-Банк	23%
ВТБ24	22%
Русский Стандарт	22%
ТКС Банк	29%
Связной Банк	18%
ХоумКредит Банк	48%
Райффайзенбанк	20%
Промсвязьбанк	32%
Банк Уралсиб	18%

Доля активных пользователей интернет-банков (% пользующихся раз в неделю или чаще):

Банк	%
Сбербанк России	48%
Альфа-Банк	49%
ВТБ24	39%
Русский Стандарт	52%
ТКС Банк	42%
Связной Банк	50%
ХоумКредит Банк	14%
Райффайзенбанк	52%
Промсвязьбанк	30%
Банк Уралсиб	38%

e-Finance User Index 2014

Интернет-банкинг

Интернет-банкинг является наиболее популярным финансовым сервисом в российском интернете.

Наиболее популярная система интернет-банкинга в России – Сбербанк Онлайн – три четверти всех пользователей интернет-банков отметили, что используют интернет-банк Сбербанка.

Второе и третье место по популярности занимают, соответственно, системы Альфа-Клик Альфа-Банка и Телебанк ВТБ24, уступая аудитории Сбербанк Онлайн в пять раз.

Среди десяти наиболее популярных интернет-банков отсутствуют системы таких крупных розничных банков, как Росбанк, Банк Москвы, Россельхозбанк, Газпромбанк, что в целом может свидетельствовать как об особенностях клиентской базы соответствующих банков, так и о качестве их дистанционных сервисов.

Напротив, в десятке наиболее популярных интернет-банков оказались сервисы ТКС Банка и Связного Банка – банков, делающих большую ставку на онлайн-обслуживании розничных клиентов.

В среднем около 20% пользователей интернет-банков начали ими пользоваться в течение года – самые популярные интернет-банки (в том числе Сбербанк Онлайн) демонстрируют примерно одинаковую долю «новичков». Из общей картины выбиваются интернет-банки ТКС Банка и Промсвязьбанка, среди пользователей которых доля новичков составила около 30%, и интернет-банк ХоумКредит Банка, пользоваться которым за последний год начала почти половина существующей аудитории интернет-банка.

Около половины пользователей интернет-банков заходят в интернет-банк раз в неделю или чаще. От средней

частоты пользования заметно отличаются показатели интернет-банков ХоумКредит Банка и Промсвязьбанка – доля активных пользователей среди аудитории этих интернет-банков заметно ниже среднего.

e-Finance User Index 2014

Электронные кошельки

56,6% пользователей интернета в России указали, что пользуются хотя бы одним электронным кошельком. При этом 34,4% отметили, что пользуются кошельком WebMoney, 32,3% - Яндекс.Деньгами. QIWI Кошелек используют 24,6% российских интернет-пользователей, а 9,7% указали, что пользуются платежной системой PayPal – это около 2,7 млн человек.

Меньше половины пользователей электронных кошельков за месяц совершили хотя бы одну платежную операцию с помощью электронного кошелька: оплачивали покупку в интернет-магазине (в том числе за электронные товары, билеты), мобильную связь, доступ в интернет или другие абонентские услуги, оплачивали штрафы, налоги или иные платежи в бюджет РФ или совершали переводы через электронный кошелек.

Количество пользователей электронных кошельков и плательщиков через электронные кошельки (млн человек):



e-Finance User Index 2014

Платежи в интернете

19,6 МЛН

пользователей интернета совершали хотя бы одно платежное действие в интернете за последний месяц: оплатили товар или услугу, совершили денежную операцию одним из электронных способов (банковской картой онлайн, через интернет-банк, мобильный банк или электронный кошелек)

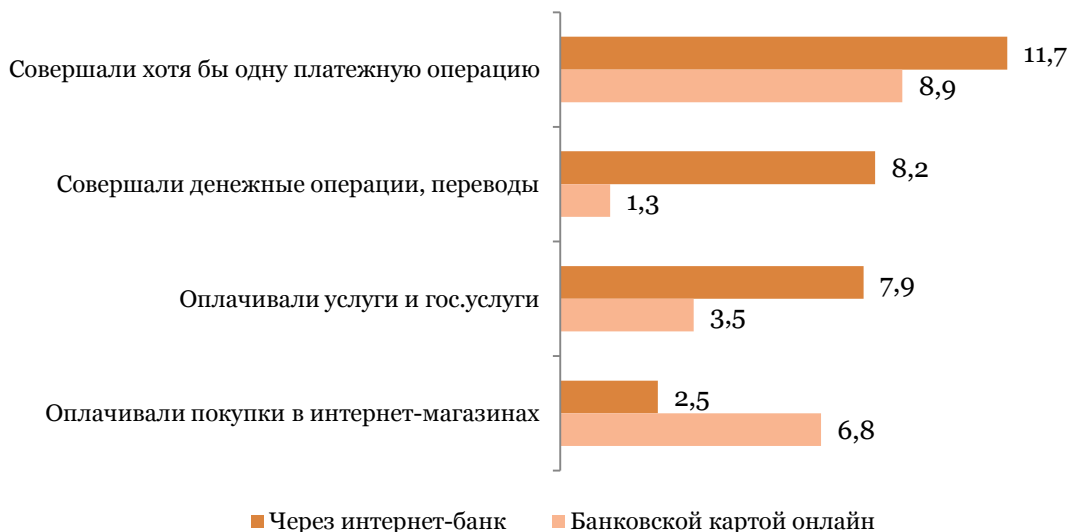
14,1 МЛН

пользователей интернета оплачивали коммерческие или государственные услуги через интернет за последний месяц

12,7 МЛН

пользователей интернета оплатили за месяц хотя бы одну покупку в интернет-магазинах электронным способом (это 62,8% тех людей, кто вообще совершал покупки в интернете)

Количество пользователей интернета, совершивших платежные операции через интернет-банк или банковской картой онлайн (млн человек, за месяц):



Интернет-банк – наиболее активно используемый платежный инструмент в российском интернете. 75,6% пользователей интернет-банка совершали через него хотя бы одну

платежную операцию за месяц. Среди пользователей электронных кошельков плательщиков только 43,6%, а среди пользователей мобильных банков – 34,5%.

e-Finance User Index 2014

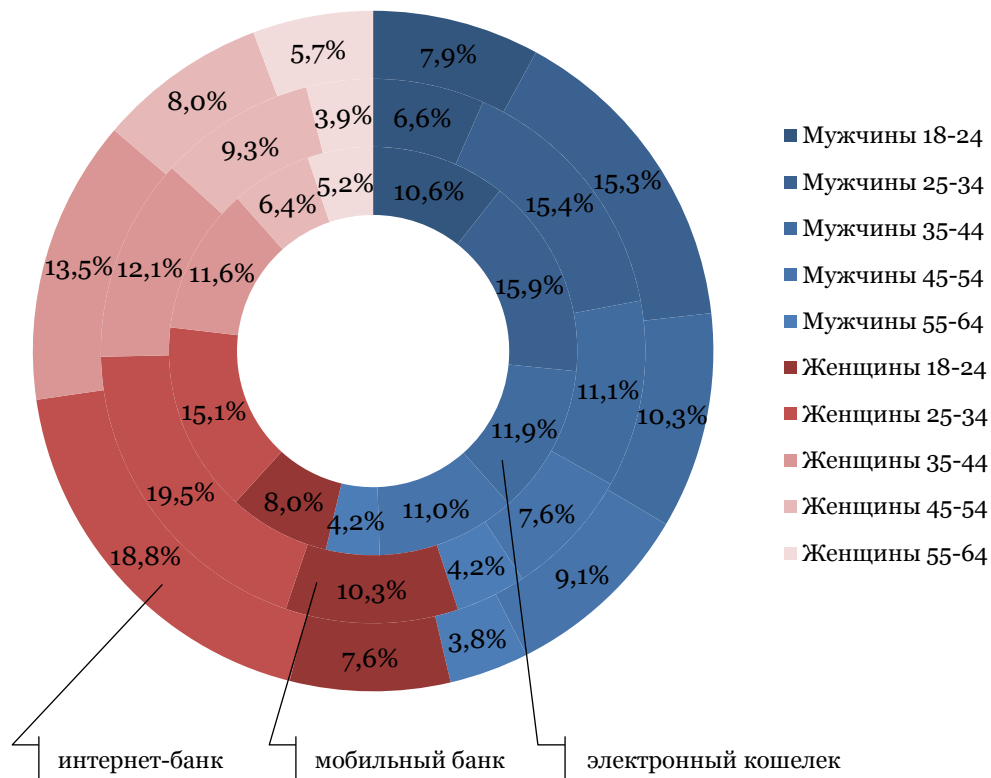
Структура аудитории онлайн-плательщиков: пол и возраст

Структура аудитории, совершающей платежи, переводы и иные денежные операции онлайн, в целом не сильно зависит от конкретного используемого инструмента.

Наиболее заметно выделяется аудитория плательщиков через электронные кошельки – доля мужчин среди них превышает долю женщин, в то время как распределение плательщиков, использующих интернет-банк или мобильный банк, практически повторяет распределение по полу всей интернет-аудитории с небольшим перевесом в пользу женщин.

По возрастному составу аудитория плательщиков через электронные кошельки похожа на аудиторию интернета в целом с небольшим перевесом в пользу людей в возрасте до 25 лет. Для аудитории плательщиков через интернет-банк и мобильный банк характерна более значительная доля людей в возрасте 25-34 года.

Распределение пользователей интернета, совершивших платежи через интернет-банк, мобильный банк и электронный кошелек по полу и возрасту:



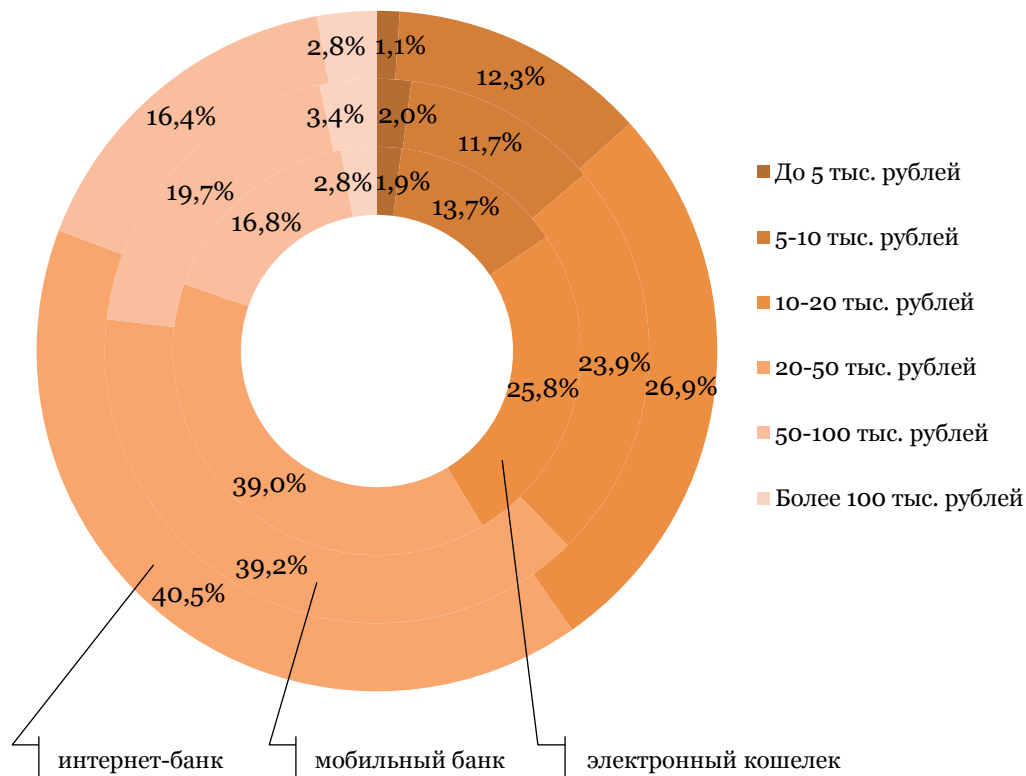
e-Finance User Index 2014

Структура аудитории онлайн-плательщиков: уровень дохода

Плательщики, использующие любые инструменты онлайн платежей, являются более состоятельными людьми, чем средний интернет-пользователь.

При этом структуры плательщиков через интернет-банк и электронный кошелек по доходу практически совпадают. А структура плательщиков, пользующихся мобильным банком, имеет заметный перекося в сторону наиболее состоятельных россиян – доля людей с доходом выше 50 тысяч рублей среди пользователей мобильных банков в полтора раза больше по сравнению с аналогичной долей среди всех интернет-пользователей.

Распределение пользователей интернета, совершивших платежи через интернет-банк, мобильный банк и электронный кошелек по доходу на одного человека в семье:



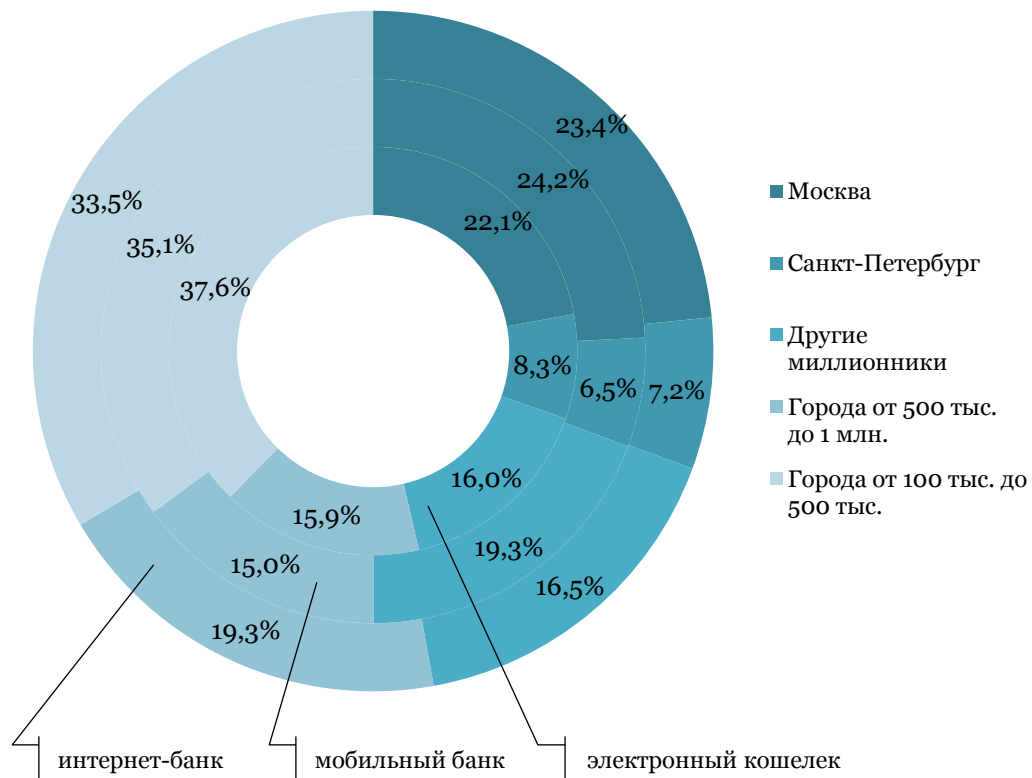
e-Finance User Index 2014

Структура аудитории онлайн-плательщиков: география

Общая структура онлайн-плательщиков по географии проживания характерна небольшим перекосом в пользу жителей Москвы за счет меньшей доли жителей небольших городов. При этом для пользователей, совершающих платежи через электронные кошельки, эти различия наименее заметны.

Наибольший перекокс в пользу крупных городов имеет аудитория плательщиков через мобильный банк – доля городов-миллионеров (включая Москву и Санкт-Петербург) среди них составляет ровно 50%, тогда как среди всех интернет-пользователей жители городов-миллионеров составляют менее 45%.

Распределение пользователей интернета, совершивших платежи через интернет-банк, мобильный банк и электронный кошелек по месту проживания (размер города):



e-Finance User Index 2014

Финансовые и платежные сервисы в мобильном пространстве

15,7 МЛН

россиян пользуются интернет-банком, мобильным банком, SMS-банком или электронным кошельком с мобильного устройства (мобильного телефона, смартфона или планшета). Из них 10,8 млн человек пользуются мобильным банком, SMS-банком – 9,7 млн человек, интернет-банком на мобильном устройстве – 5,9 млн человек, электронным кошельком на мобильном устройстве – 4,8 млн человек.

6,6 МЛН

человек совершают за месяц хотя бы одну платежную операцию онлайн с мобильного устройства – это 33,6% от общего числа онлайн-плательщиков.

Количество пользователей интернета, совершивших платежные операции с мобильных устройств онлайн (млн человек, за месяц):



e-Finance User Index 2014

Методика исследования

В основе исследования e-Finance User Index 2014 лежит репрезентативный онлайн-опрос, проведенный агентством Marksw Webb Rank & Report в октябре 2013 года.

Выборка

Размер выборки: 3145 респондентов.

Выборка репрезентует суточную интернет-аудиторию в возрасте от 18 до 64 лет, проживающую в российских городах с населением от 100 тысяч человек. Генеральная совокупность – 28,3 млн человек.

Для формирования репрезентативной выборки при наборе респондентов устанавливались квоты по полу, возрасту, уровню дохода и месту проживания (размер города и федеральный округ). Квоты определялись на основе публичных данных о структуре аудитории интернета в России из исследований компаний ФОМ и TNS.

Анкета

Анкета опроса включает в себя 88 вопросов, которые в совокупности дают более 2400 параметров по каждому респонденту.

Анкета включает в себя следующие блоки вопросов:

1. Социо-демографические характеристики
2. Пользование интернетом
3. Пользование банковскими продуктами
4. Знание и пользование ДБО и электронных денег: конкретные банки и платежные системы, давность пользования, частота пользования, причины отказа от использования
5. Покупки в интернет-магазинах: товарные категории, способы оплаты, суммы покупок, типы устройств доступа в интернет

6. Оплата услуг, платежи в бюджет РФ, денежные операции и переводы: виды платежей, способы оплаты, суммы платежей, типы устройств доступа в интернет
7. Банковские неплатежные операции
8. Управление личными финансами (PFM)

Погрешность измерения

Все представленные в отчете данные являются оценками реальных значений.

Для рассчитанной метрики в размере 50% от выборки погрешность измерения с 95% вероятностью составит +/-3,5%. То есть, реальное значение будет лежать в интервале от 48,3% до 51,7%.

Для метрики в размере 1% от выборки погрешность с 95% вероятностью составит +/-35%. Реальное значение будет лежать в пределах от 0,65% до 1,35%.

e-Finance User Index 2014

Полный отчет по результатам исследования

Данный документ – это краткий обзор исследования e-Finance User Index 2014, представляющий наиболее общие метрики по потребителям ДБО и онлайн-платежей.

Полный отчет по результатам исследования e-Finance User Index 2014 является «настойной» книгой всех менеджеров сервисов ДБО, менеджеров по маркетингу, руководителей направлений ДБО, маркетинга и электронного бизнеса в банках, а также менеджеров и руководителей электронных платежных систем, интернет-магазинов и интернет-сервисов, зарабатывающих на платежах от пользователей.

Полный отчет по результатам исследования дает исчерпывающие ответы на все основные вопросы, связанные с пониманием пользователей ДБО, электронных денег, онлайн- и мобильных платежей.

На коммерческой основе агентство Marksw Webb Rank & Report предлагает два варианта приобретения полного отчета:

1. Полный отчет

Отчет в виде многостраничного документа в электронном и печатном видах, содержащий подробный анализ потребителей интернет- и мобильных ДБО-сервисов, электронных денег, онлайн платежей и неплатежных банковских операциях онлайн.

Основное содержание отчета: диаграммы, таблицы и аналитические комментарии.

Объем отчета: более 200 страниц.

2. Полный отчет + база данных

В дополнение к полному отчету предоставляется база данных с исходными анкетами опроса.

База данных позволяет рассчитывать собственные метрики и проводить дополнительные исследования.

База предоставляется в электронном виде в форматах MS Excel и SPSS.

Содержание полного отчета, список диаграмм и таблиц, представленных в полном отчете, а также стоимость полного отчета и базы данных вы можете получить в агентстве Marksw Webb Rank & Report по телефону +7 (495) 796-04-80 и по электронной почте hello@marksw Webb.ru

e-Finance User Index 2014

Об агентстве Marksw Webb Rank & Report

Аналитическое агентство Marksw Webb Rank & Report специализируется на исследованиях, аудите и консалтинге в области развития эффективных интернет-продуктов.

Агентство основано в 2010 году. Управляющими партнерами агентства являются профессионалы с многолетним опытом работы на рынке интернет-маркетинга и в крупнейших интернет-компаниях России. Одним из базовых принципов работы агентства является полная независимость проводимых исследований и публикуемых рейтингов.

Агентство Marksw Webb Rank & Report имеет три ключевые аналитические практики:

1. e-Finance – исследования эффективности финансовых продуктов в интернете: интернет-банков, мобильных банков, электронных платежных систем, сайтов банков, страховых компаний, управляющих компаний.

2. e-Commerce – исследования эффективности интернет-магазинов.
3. e-Media – исследования эффективности электронных СМИ, информационных и коммуникационных интернет-сервисов.

Аналитика и консалтинг по банковским интернет-продуктам является одним из ключевых направлений деятельности агентства. Агентство Marksw Webb Rank & Report ежегодно проводит пять регулярных исследований для банковской индустрии:

1. Retail Bank Rank – исследование эффективности корпоративных сайтов банков
2. Internet Banking Rank – исследование эффективности интернет-банков для физ.лиц
3. Mobile Banking Rank – исследование эффективности мобильных банков для физ.лиц

4. Business Internet Banking Rank – исследование эффективности интернет-банков для юр.лиц
5. e-Finance User Index – исследование потребителей электронных финансовых и платежных сервисов

Клиентами агентства являются такие компании как Альфа-Банк, Бинбанк, ВТБ24, Промсвязьбанк, Райффайзенбанк, Сбербанк России, ТКС Банк, ФГ Лайф, Афиша-Рамблер, X5 Retail Group, Спортс.ру, Твигл Медиа и другие.

Подробная информация об агентстве: markswwebb.ru

Для связи:
+7 (495) 796-04-80
hello@markswwebb.ru