

Депозиты в кризис

Пресс-релиз

На основе данных, полученных в ходе регулярного исследования агентства Profi Online Research «Мониторинг розничного рынка. Банки»¹, эксперты компании изучили поведение клиентов банков в отношении депозитов: их заинтересованность и мотивацию открывать вклады в условиях финансового кризиса. В данном исследовании сравниваются 2 периода: 4-ый квартал 2008 года и 2-ой квартал 2009 года. Менялось ли поведение вкладчиков с течением кризиса, как это повлияло на банковские структуры и т.д.

Как видно из рисунка №1, в 4 квартале 2008 года людей, планировавших открыть депозит в ближайшее время было несколько меньше, чем во 2 квартале 2009 года. Если зимой прошлого года люди, напуганные финансовым кризисом, начали забирать деньги из банков и относить их, либо в более надежные банки, либо домой (об открытии новых депозитов не задумывались), то теперь напряжение в обществе постепенно спадает. Как видно из графика, более 40% россиян в конце 2-го квартала текущего года уже подумывали об открытии нового вклада. Это говорит, во-первых, о том, что у людей есть накопления, во-вторых, что наши соотечественники вполне доверяют банковской системе России, и предпочитают открывать вклады, нежели чем позволять деньгам лежать «мертвым грузом», к примеру, дома. Однако, как отмечает директор по развитию Profi Online Research Елена Смирнова, клиенты, в связи с кризисом, стали более внимательно относиться к выбору банка, в котором

¹ В ежеквартальном синдикативном исследовании Profi Online Research «Мониторинг розничного рынка. Банки» регулярно участвуют 7 100 российских граждан в возрасте от 21 до 55 лет, принимающих финансовые решения или оказывающих влияние на принятие решений в семье.

Исследование проводится методом анкетного опроса респондентов On-line панели компании. В нем принимают участие жители 13 крупнейших городов (Москва, Санкт-Петербург, Казань, Челябинск, Новосибирск, Ростов-на-Дону, Нижний Новгород, Уфа, Екатеринбург, Самар, Омск, Пермь, Волгоград).

Опрос включает 3 тематических блока:

1. Brand&Tracking:

- Знание банков
- Лояльность к банкам
- Капитал марок

2. Пользование продуктами и услугами и портрет потребителя:

- Пользование продуктами и услугами
- Планирование пользования продуктами и услугами
- Сегментация пользователей по продуктам (портрет)

3. Оценка эффективности банковской рекламы:

- Знание и восприятие рекламы банковских продуктов
- Влияние рекламы на мотивацию к покупке
- Отношение к рекламе

они планируют открыть сберегательный счет. «Сейчас главным критерием, обеспечивающим высокую степень доверия к банку является факт его подрезки государством» - говорит директор по развитию.

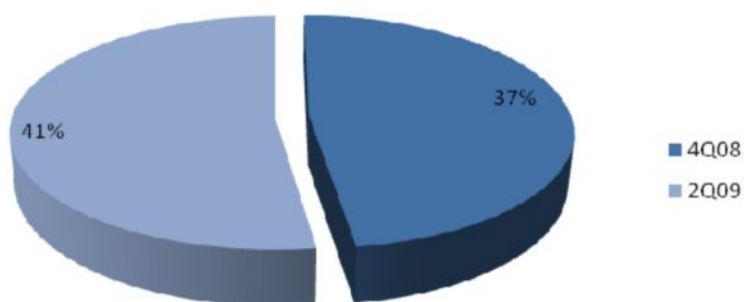


Рис.№1: Планируемое пользование депозитами в ближайшие 6 месяцев

Слова Елены Смирновой подтверждают и цифры, полученные в ходе исследования. Так, 67% опрошенных в 4-ом квартале 2008 года и 63% во 2-ом квартале, отмечали, что при выборе обслуживающего банка, учитывают степень его надежности и стабильности положения на рынке. Среди факторов, которым уделяется немалое внимание при выборе банка для открытия вклада, оказались также такие характеристики как: привлекательность процентных ставок (не менее 70% респондентов обращают внимание на это); возможности досрочно забрать деньги (не менее 60% отметили, что это является для них важным), пополнить (65%) и застраховать вклад (более 56%) (см. рис.№2).

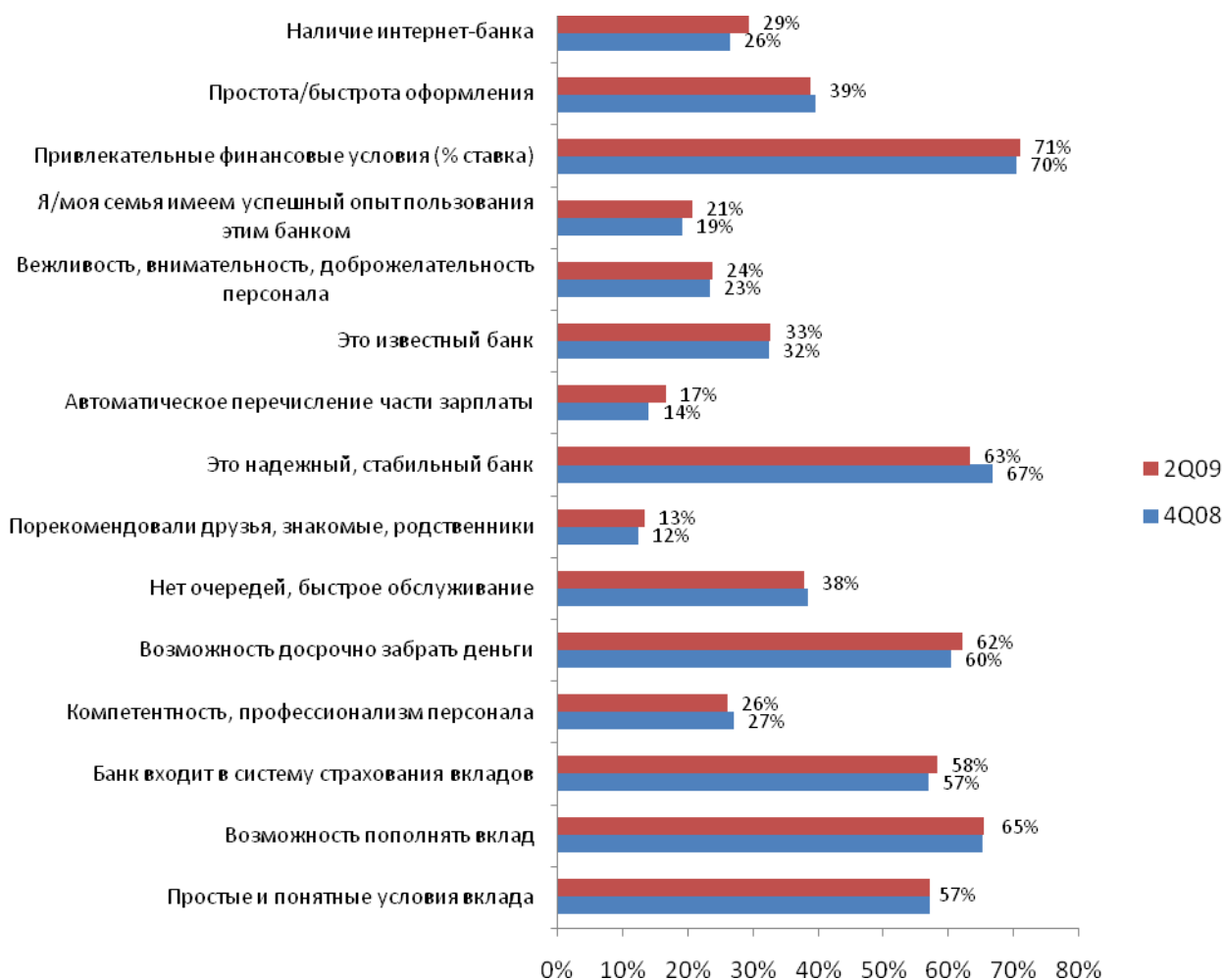
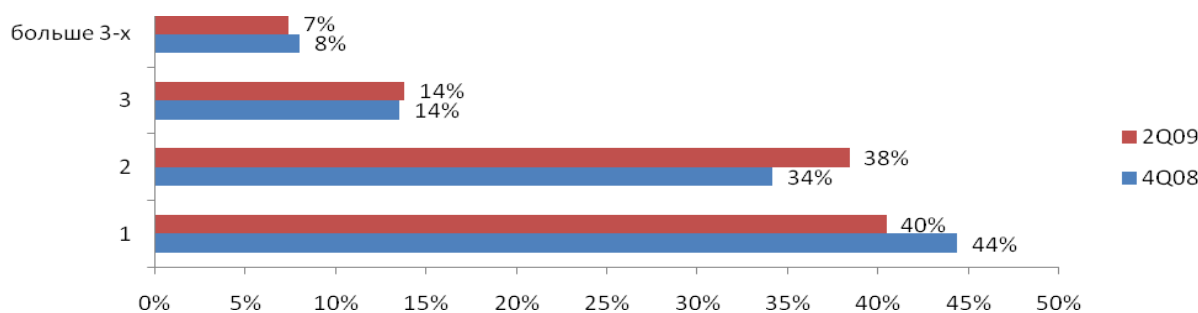


Рис. №2: Если Вы решите открыть депозит (вклад) (учитывайте любой вклад, который Вам интересен), какие основные параметры Вы будете учитывать при выборе банка?

Исследование показало, что большая часть респондентов имеют на сегодняшний день по 1-2 вклада. Причем, число тех, у кого одновременно открыты несколько сберегательных счетов ко 2-му кварталу 2009 года увеличилось и составило 38% (по итогам 4 квартала 2008 года доля таких вкладчиков составляла 34%). На столько же сократилось к этому времени и число вкладчиков, имеющих только 1 депозит (см. рис.№3). Дабы не попасть впросак в столь неустойчивый для российской экономики период, люди в начале кризиса активно скупали иностранную валюту, которая в нашей стране имеет имидж более надежной и стабильной (к примеру, доллары или евро), нежели чем российский рубль. В результате, на сегодняшний день, у них оказались открыты сразу несколько вкладов, к примеру, рублевый и валютный.



Исходя из полученных в ходе исследования данных, можно сделать вывод, что большинство россиян предпочитают такие вклады, которые, при наличии возможности, можно пополнять, капитализация процентов также играет немаловажную роль в выборе наших соотечественников. Этими 2-мя показателями могут быть охарактеризованы депозиты более чем половины респондентов. Еще около 1/3 участников исследования отметили, что имеют сберегательные счета, активами которых могут пользоваться в течение всего времени, на которое открыт вклад (см. рис. №4). Видимо, эти люди либо не уверены в стабильности своего финансового положения, предполагая, что в любой момент у них может возникнуть необходимость воспользоваться отложенными деньгами, либо они не доверяют государственной системе, поэтому готовы вкладывать свои деньги под меньшие проценты, но зато с возможностью их изъятия из банка в любой опасный момент.

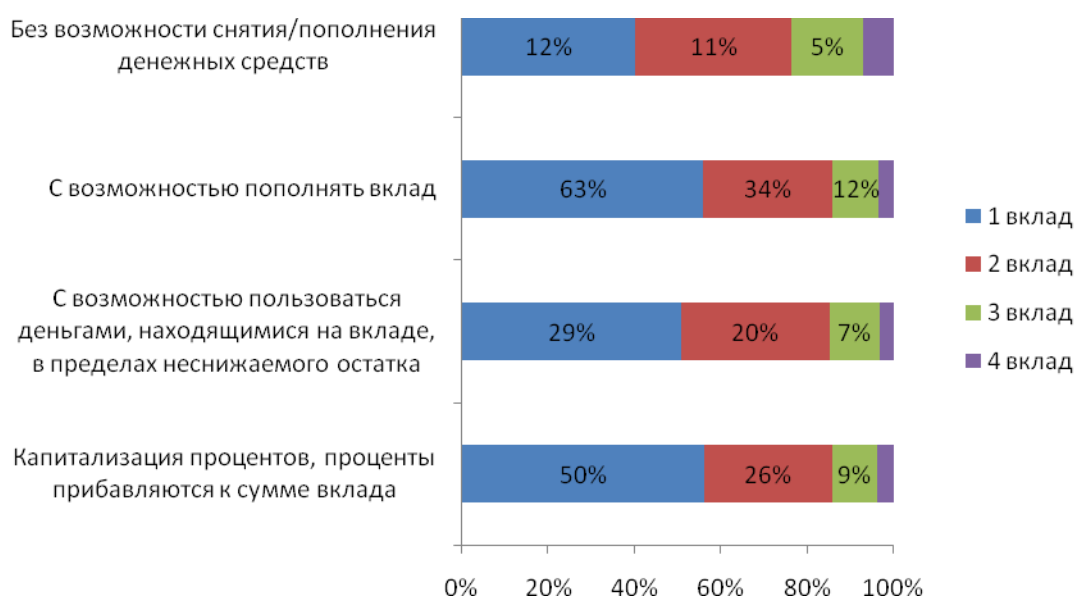


Рис. №4. На каких условиях у Вас открыт вклад (вклады)? По результатам 2Q09.

Информация о компании:

Компания *Profi Online Research* специализируется на проведении маркетинговых исследований, основанных на передовых технологиях. На данный момент онлайн панель компании насчитывает более 82 000 респондентов. www.profiresearch.ru

По вопросам информационного сотрудничества и за дополнительной информацией обращайтесь к **Валерии Ериной** – тел. (495) 930 06 93, valeria@profiresearch.ru