

Критерии выбора банка при решении открыть кредитную карту (итоги 4Q09)

Пресс-релиз

В ходе регулярного исследования «Мониторинг розничного рынка. Банки»^{} компания Profi Online Research выявила основные факторы, оказывающие влияние на принятие решения наших соотечественников о выборе банка для открытия кредитной карты.*

Данные исследования продемонстрировали, что на конец 2009 года кредитными картами владело 19% из 7 100 опрошенных. Исследование также показало, что основные критерии, на которые обращают внимание респонденты при выборе банка, так или иначе связаны со стоимостью обслуживания и использования «кредитки». Такие факторы как процент по кредиту, тарифы на обслуживание, размер кредитного лимита и наличие льготного периода кредитования оказались значимы для 2/3 опрошенных.

Стоит отметить, что в московском регионе респонденты больше обращают внимание на такие факторы как число банкоматов и отделений для внесения денег (65% в Москве против 51% в регионах), льготный период кредитования (72% против 65%), возможность оформить карту без посещения отделения банка (28% против 22%), а также ее внешний вид (11% против 7%).

В регионах же, выбирая в каком банке завести «кредитку», люди склонны придавать большее значение размеру кредитного лимита (79% в регионах против 70% в Москве). Также чуть больше значимы для региональных клиентов банков % по кредиту и возможность досрочного их погашения (см. рис. №1).

^{*} Исследование «Мониторинг розничного рынка. Банки» проводится ежеквартально. В нем участвуют российские граждане в возрасте от 21 до 55 лет, принимающие финансовые решения или участвующие в принятии решений в семье. Общая выборка – 7 100. Исследование проводится методом интерактивного опроса среди респондентов Онлайн панели компании Profi Online Research, проживающих в 13 самых крупных российских городах (Москва, Санкт-Петербург, Казань, Челябинск, Новосибирск, Ростов-на-Дону, Нижний Новгород, Уфа, Екатеринбург, Самара, Омск, Пермь, Волгоград).

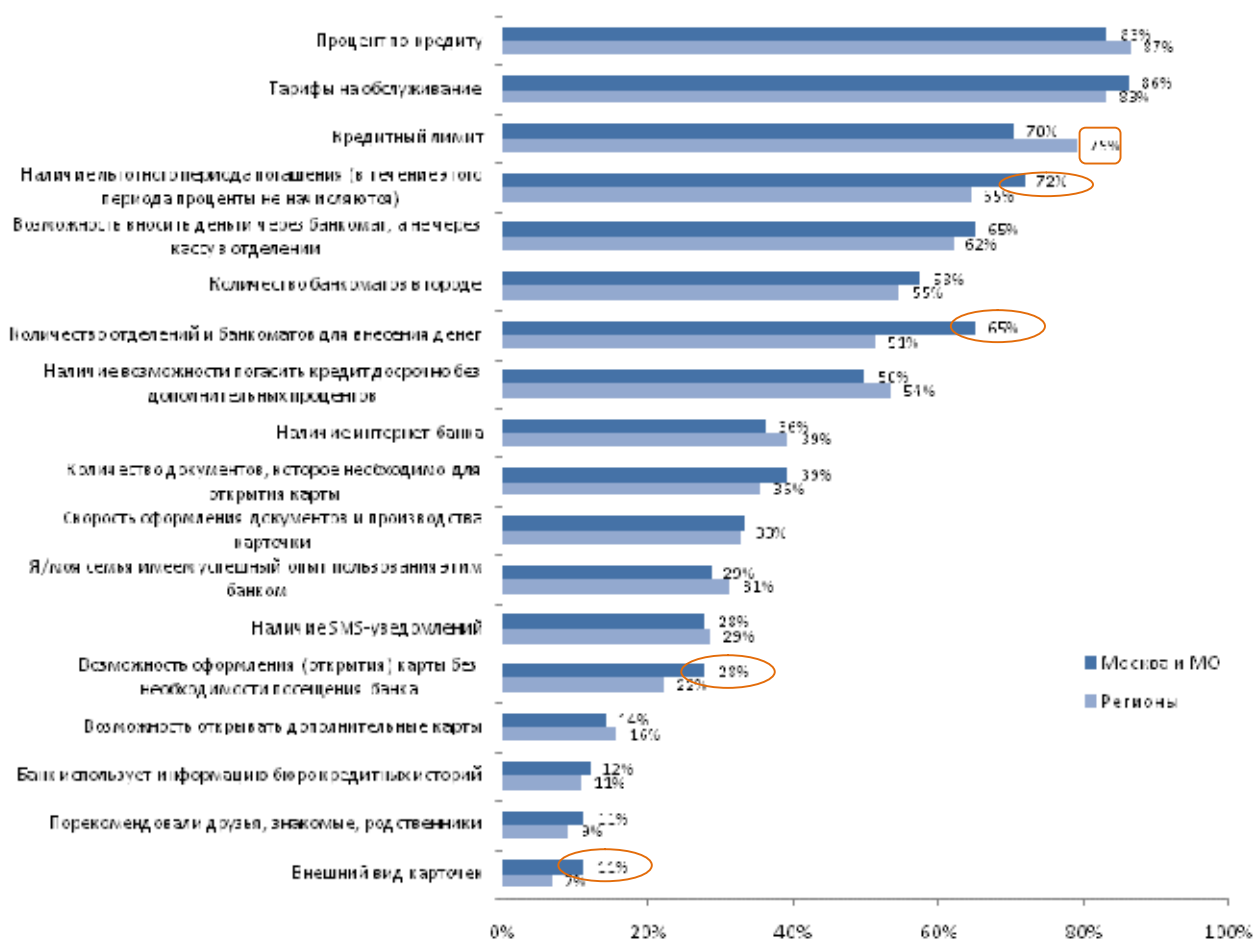


Рис. №1: Если Вы решите открыть кредитную карту, какие основные параметры Вы будете учитывать при выборе банка? Распределение в зависимости от места жительства респондентов

Анализ показал, что женщины более кропотливо относятся к выбору кредитора и рассматривают совокупность ряда факторов, играющих для них важную роль. Среди них, например, льготный период кредитования (72% у женщин против 63% у мужчин), возможность погашать кредитную задолженность через банкомат (71% против 58%), количество банкоматов в городе (61% против 52%), возможность досрочного погашения (61% против 48%), сложность оформления карты (45% против 38%). Стоит отметить, что для женской аудитории большее значение имеет наличие положительного опыта пользования услугами банка.

Для мужской аудитории более важны наличие Интернет-банкинга (42% против 33%) и внешний вид карты (11% против 4%) – см. рис. №1.1. Видимо, мужчины склонны относиться к «кредитке» как к своего рода «электронной игрушке», в то время как у женщин подход к этому продукту определяется практическими соображениями.

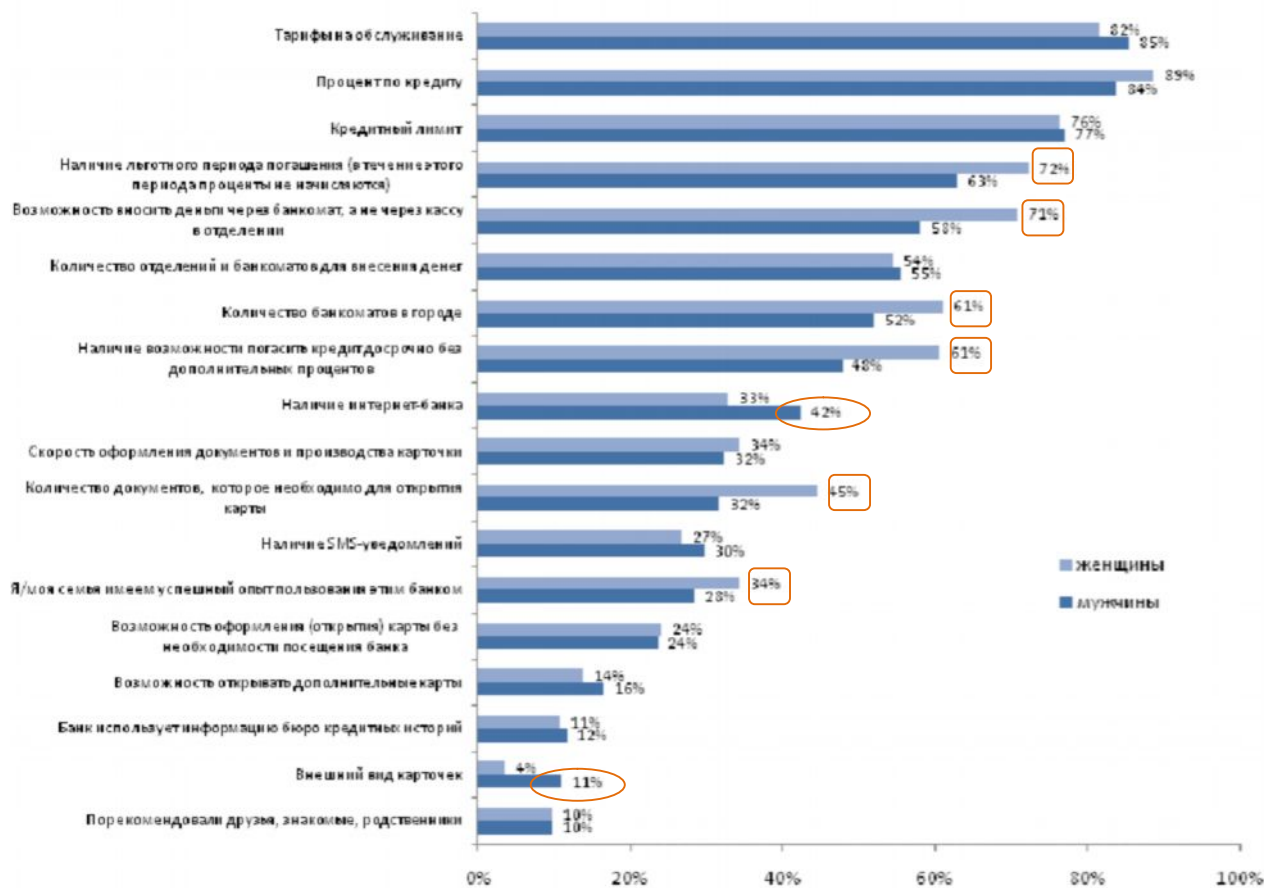


Рис. №1.1: Если Вы решите открыть кредитную карту, какие основные параметры Вы будете учитывать при выборе банка? Распределение в зависимости от половой принадлежности респондентов

Исследование показало, что критерии выбора банка для открытия кредитной карты в зависимости от принадлежности человека к той или иной возрастной группе, также разнятся. Так, например, для представителей молодой аудитории в возрасте от 21 до 30 лет, больше, чем для других, оказался ценен внешний вид самой карты (ему придает значение каждый десятый представитель этой группы). Одновременно такие немаловажные характеристики как размер кредитного лимита, и ряд других критериев, обеспечивающих удобство использования кредитки, для данной возрастной группы оказались важны меньше. Видимо, сам факт обладания кредитной картой играет в этом возрасте чаще не столько практическую, сколько имиджевую роль.

Представители средней возрастной группы (от 31 до 45 лет) при выборе банка для оформления кредитки склонны больше остальных обращать внимание на проценты по кредиту (90%), наличии опции досрочного погашения (58%), доступную опцию Интернет-банкинга (46%), положительный опыт сотрудничества с банком (33%).

Что касается старшей группы, возраст которой более 45-и лет, они, выбирая банк, ориентируются, в первую очередь, на факторы, делающие пользование кредиткой удобным и оперативным занятием. Для них важными оказались возможности быстрого оформления карты (44%), предоставление

минимума необходимых для этого документов (56%), дистанционное оформление карты (44%), погашение кредита через банкоматы (74%) - см. рис. 1.2.

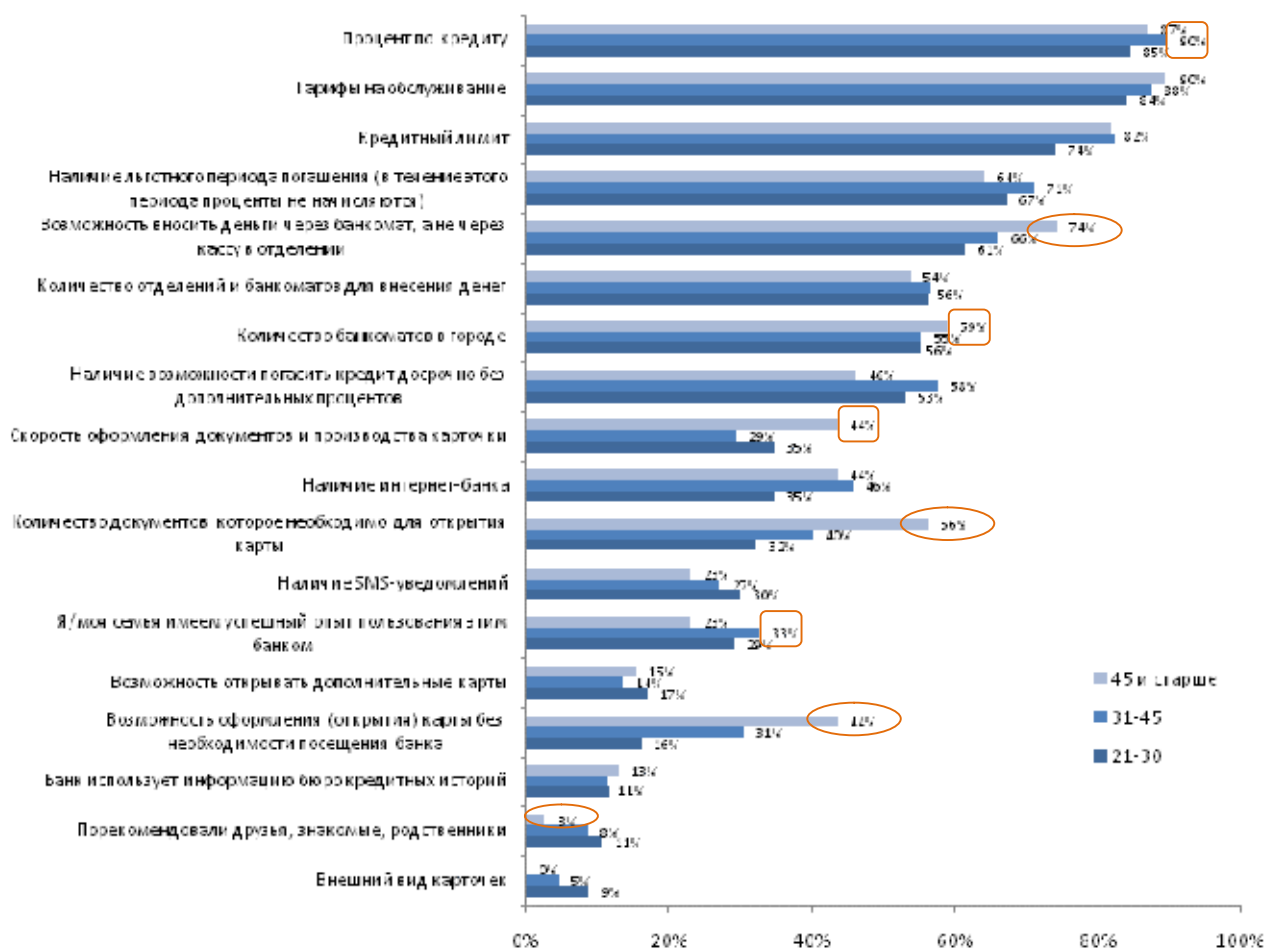


Рис. №1.2: Если Вы решите открыть кредитную карту, какие основные параметры Вы будете учитывать при выборе банка? Распределение в зависимости от возраста респондентов

Исследование показало, что доход респондентов коррелирует с их требованиями, предъявляемыми к банкам в отношении кредитных карт. Для аудитории с ежемесячным доходом свыше 25 000 рублей оказались важны тарифы на обслуживание карт, наличие льготного периода погашения кредита, возможность оформления карты дистанционно (без необходимости посещать банк). Добавим, что для высокодоходной аудитории (свыше 80 000 рублей в месяц) оказались больше, чем для остальных, значимы скорость оформления «кредитки» (43%), количество необходимых для этого документов (46%), а также возможность оформления карты без необходимости посещать отделение банка (35%). С другой стороны, таким клиентам менее чем остальным представляются установленный по карте кредитный лимит, возможность вносить деньги через банкоматы, Интернет-банкинг, SMS уведомления, внешний вид карточек и рекомендации знакомых (см. рис. №1.3). По всей видимости, ряд параметров, таких как банкомат с функцией приема денег, Интернет-

банкинг и SMS- уведомления для этой группы клиентов являются само собой разумеющимися услугами, на которых они не акцентируют внимание, выбирая банк.

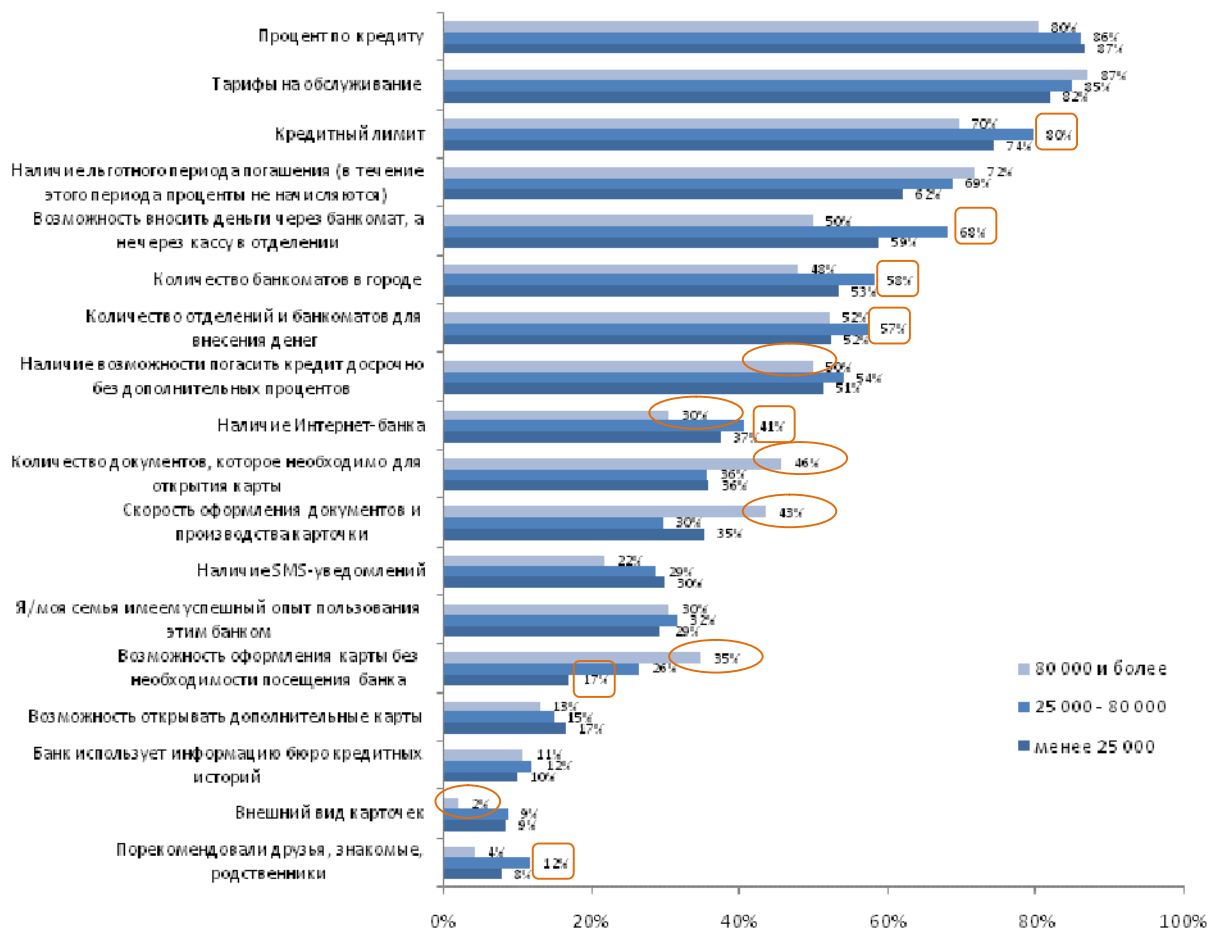


Рис. №1.3: Если Вы решите открыть кредитную карту, какие основные параметры Вы будете учитывать при выборе банка? Распределение в зависимости от дохода респондентов

Информация о компании:

Компания Profi Online Research работает с 2006 года, специализируется на проведении маркетинговых исследований, основанных на передовых Интернет-технологиях. На данный момент Online-панель компании насчитывает более 100 000 респондентов.

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