



www.590powodow.pl

Kryteria wyboru banków oraz usług finansowych

*Raport z badań stowarzyszenia PEMI
Warszawa 2018*

Wstęp

Szanowni Państwo,

Stowarzyszenie PEMI już od 2012 roku prowadzi badania i publikuje raporty na temat patriotyzmu ekonomicznego. W tym roku postanowiliśmy pochylić się nad tematem usług finansowych, pochodzeniem kapitału finansującego banki oraz trendom związanym z wykorzystywaniem poszczególnych usług.

W październiku br. przeprowadziliśmy badania wśród odbiorców usług finansowych. Sprawdziliśmy w ogólnym zarysie ich zachowania konsumenckie. Zapytaliśmy także o kryteria, jakimi kierują się przy wyborze zarówno banków, jak i usług. Przedstawione przez nas wyniki są uzupełnieniem raportów, które opublikowaliśmy w latach ubiegłych.

Badanie zostało przeprowadzone przez Stowarzyszenie PEMI między 1 a 31 października wśród grupy 1167 konsumentów w wieku powyżej 20 lat. Ankietowani odpowiadali na pytania drogą elektroniczną, a także za pośrednictwem rozmowy telefonicznej.

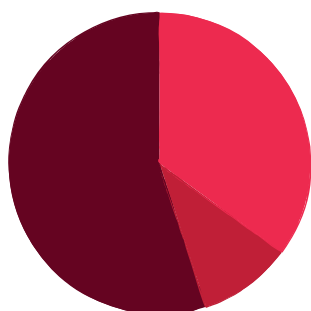
O tym, jakiego rodzaju pytania zadaliśmy, a także jakie odpowiedzi uzyskaliśmy, przeczytacie Państwo w poniższym raporcie.

Zapraszamy do lektury!
Stowarzyszenie PEMI

1. Czy wybierając Bank

kierujesz się kryterium udziału polskiego/zagranicznego kapitału finansującego?

Jak wynika z uzyskanych odpowiedzi, kraj pochodzenia kapitału nie jest czynnikiem wiodącym przy wyborze banku. Ciekawym zagadnieniem wydaje się natomiast stanowisko aż 10% respondentów, związane z kategorycznym oświadczeniem, że instytucja finansowa musi być finansowana przez kapitał zagraniczny. W kolejnych badaniach postaramy się doprecyzować, czy taki wynik podyktowany jest przekonaniem, że kapitał zagraniczny gwarantuje płynność instytucjom, czy może decydują o tym inne czynniki.



35% *Tak, chcę, żeby był to kapitał polski*

10% *Tak, chcę, żeby był to kapitał zagraniczny*

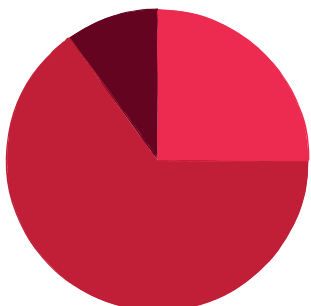
55% *Jest mi to obojętne*

2. Czy wybierając Bank

kierujesz się kryterium wysokości podatku opłacanego w Polsce?

Ten wynik jest dla nas bardzo miłym zaskoczeniem. Postawa badanych konsumentów utwierdza nas w przekonaniu, że Polacy coraz świadomiej podchodzą do wyboru produktów i usług. Jest to również jasny sygnał dla banków, że informacje związane z regulacją danin publicznoprawnych interesują konsumentów i powinny być komunikowane w przejrzysty sposób, umożliwiając powszechny do nich dostęp.

Zestawienie odpowiedzi uzyskanych na dwa pierwsze pytania pozwala wyciągnąć wniosek, że przy wyborze banku większą uwagę przywiązujemy do przejrzystości rozliczania zobowiązań podatkowych niż do kraju pochodzenia kapitału finansującego poszczególne instytucje.



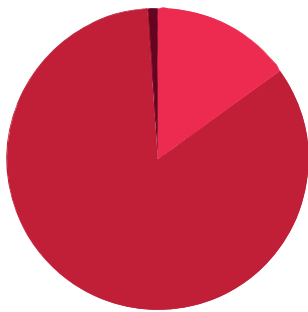
25% *Tak, nie korzystam z usług banków, które nie płacą/unikają płacenia w Polsce podatków*

65% *Tak, chciałbym/chciałabym, ale nie wiem, jak to sprawdzić*

10% *Nie, jest mi to obojętne*

3. Czy wybierając Bank kierujesz się kryterium ilości oddziałów w Twojej okolicy?

Przewaga odpowiedzi wskazujących na minimalizowanie konieczności bezpośredniego kontaktu z placówkami bankowymi nie jest zaskoczeniem, a jedynie potwierdzeniem trendów związanych z migracją klientów do usług elektronicznych, realizowanych przez smartfon lub stronę internetową. Nie spodziewaliśmy się jednak aż takiej dysproporcji pomiędzy poszczególnymi odpowiedziami. Powyższe obserwacje mogą być interesujące dla nowo tworzących się banków, gdyż istnieje prawdopodobieństwo, że inwestowanie w 1000 kolejnych oddziałów nie jest kluczowym kryterium dla pozyskania nowych klientów.



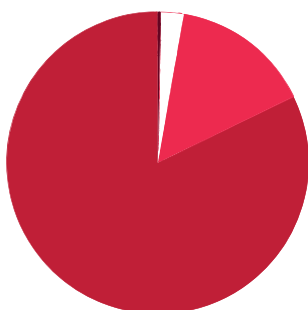
15% *Tak*

84% *Nie*

1% *Jest mi to obojętne*

4. Kiedy ostatni raz byłeś/byłaś w oddziale swojego banku?

Powyższe zestawienie odpowiedzi wymaga postawienia jednoznacznego pytania – w jakim celu banki utrzymują bardzo liczne oddziały, skoro tylko niewielki procent konsumentów z nich korzysta, a każda z placówek generuje wysokie koszty utrzymania? Czy to oznacza, że przyszłe, nowoczesne banki w Polsce będą posiadały tylko jeden oddział – centralę?



0,5% *W ciągu ostatniego tygodnia*

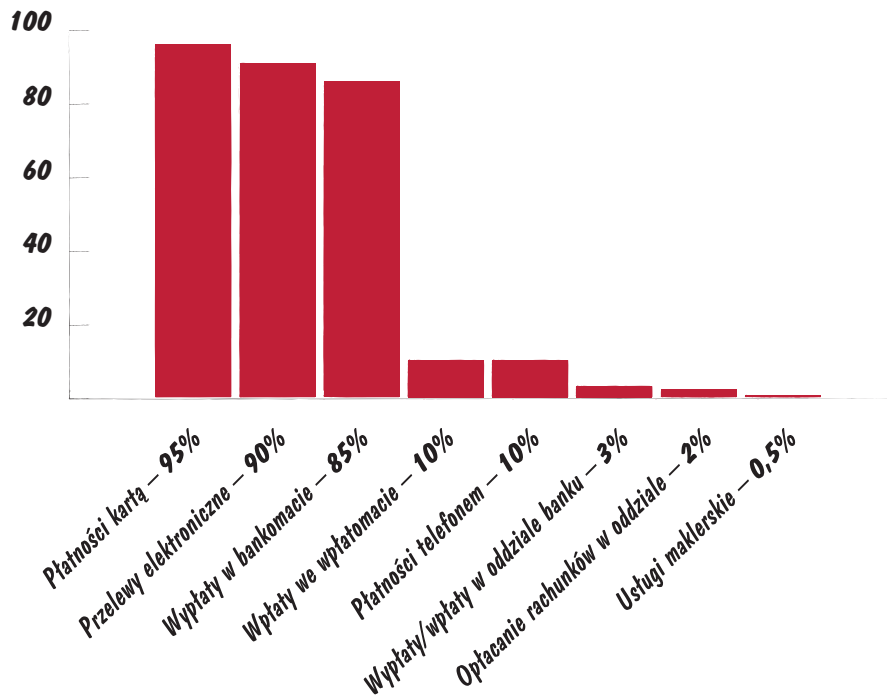
2,5% *W ciągu ostatniego miesiąca*

15% *W ciągu ostatniego roku*

82% *Tak dawno temu, że nie pamiętam*

5. Z jakich usług bankowych korzystasz?

Odpowiedzi uzyskane na ostatnie pytanie jasno wskazują, że bankowość w tradycyjnym wydaniu powoli odchodzi do lamusa. Potrzeba korzystania z usług finansowych bezpośrednio w placówce bankowej to już marginalny, a nie znaczący obszar, bez którego bank nie może funkcjonować.



6. Wnioski

Polacy z coraz większą świadomością podejmują decyzje zakupowe, zwłaszcza dotyczące wyboru konkretnych usług. Z przeprowadzonych badań wynika, że konsumenci w naszym kraju przejawiają postawy patriotyzmu ekonomicznego. Nawyki zakupowe Polaków są bardziej przemyślane niż zakładaliśmy przed badaniem.

Nasze wnioski z pewnością stanowią interesujący materiał dla banków i innych instytucji świadczących usługi finansowe. Przedsiębiorcy w sposób bardziej zdecydowany i jawny powinni podkreślać polskie pochodzenie kapitału oraz wysokość płaconych podatków. Jest to również silna przesłanka marketingowa – skuteczność przekazu reklamowego stanie się tym wyższa, im bardziej wiarygodna, transparentna będzie działalność podatkowa instytucji finansowej. Zapewnienie konsumenta o odprowadzaniu podatków w miejscu działalności może okazać się skuteczniejsze niż kolejna promocja „*0% na wszystko”.

Krótką konkluzją dla nowych podmiotów gospodarczych. Receptą na sukces w branży finansowej jest nie tylko korzystanie z polskiego kapitału, ale przede wszystkim ograniczenie liczby oddziałów do koniecznego minimum oraz przejrzystość podatkowa, którą można pochwalić się przed nowymi, potencjalnymi klientami. Nie należy także zapominać o mobilności świadczonych usług, gdyż bez tego nie może być mowy o nowoczesnej bankowości.

Zespół stowarzyszenia PEMI

***Informacje i dane zawarte w raporcie
mogą być wykorzystywane tylko i wyłącznie po podaniu źródła.
Dane mogą być wykorzystywane w dowolny sposób.***