

Verseny az ügyfelekért: ügyféligény- megfelelés, illetve bank- és termékválasztás indokai a lakossági bankpiacon

Bankindex tanulmány

2010. szeptember



TARTALOMJEGYZÉK

A BANKINDEX™ KUTATÁS HÁTTERE ÉS CÉLJA	4
HÁTTÉR	4
A KUTATÁS CÉLJA	4
A TANULMÁNY CÉLJA	4
ÖSSZEFOGLALÁS	6
BANKVÁLASZTÁS	6
ELÉGEDETTSÉG	6
ISMERTSÉG ÉS CSATORNA HASZNÁLAT	7
TERMÉKVÁLASZTÁS	7
TERMÉKHASZNÁLAT	8
MÓDSZERTAN	9
ADATFELVÉTEL	9
MINTA MÉRETE, MINTAVÉTEL MÓDJA	9
AZ ELEMZÉS MÓDSZERTAN	9
EREDMÉNYEK	11
DEMOGRÁFIAI ÖSSZETÉTEL	11
BANKVÁLASZTÁS MOZGATÓRUGÓI	13
ÜGYFÉL ELÉGEDETTSÉG	19
ISMERTSÉG ÉS INFORMÁCIÓS CSATORNA HASZNÁLAT	23
TERMÉKVÁLASZTÁS	27
TERMÉKHASZNÁLAT	31

A BANKINDEX™ KUTATÁS HÁTTERE ÉS CÉLJA

HÁTTÉR

A Scale Research Kft. kifejlesztett egy olyan kutatási módszert („Bankindex™”), amely a kereskedelmi bankok és ügyfelek közötti kapcsolat minőségét több szinten méri fel. Az ügyfelek tapasztalatait az ügyfélkapcsolat következő szintjein vizsgáljuk: információszerezés, bankválasztás, igénybevétel, illetve termékhasználat. Jelen dokumentum a Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra Központ támogatásával készült el.

A KUTATÁS CÉLJA

Az elvégzett projekt összefoglaló célja, hogy megismerjük a magyar banki kapcsolattal rendelkező lakosság bankpiaccal szembeni igényeit, a bankpiaci szereplők teljesítményét ezen igények kielégítésében, valamint a bank- és termékválasztás kapcsolatos fogyasztói döntések mozgatórugóit. A banki ügyfelek percepcióinak és valós tapasztalatainak feltérképezése céljából, a Scale Research Kft. 2008 májusában útjára indította a Bankindex™ elnevezésű, ismétlődő fogyasztói kutatását.

A kutatási program célja, hogy Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra Központja (továbbiakban VKK) figyelemmel tudja követni a magyarországi bankpiacon az ügyfél-igény megfelelés mértékét, illetve annak alakulását. Az eredmények ismeretében a VKK rámutathat, illetve további vizsgálatokat kezdeményezhet azokon a területeken, ahol az eredmények szerint legkevésbé felelnek meg a kereskedelmi bankok ügyfelek igényeiknek.

Ezen túlmenően a VKK folyamatosan nyomon követheti a termék igénybevétel során észlelt fogyasztói nehézségeket, esetleges panaszokat, illetve azok banki kezelését

A TANULMÁNY CÉLJA

Jelen tanulmányban bemutatjuk a banki kapcsolattal rendelkező lakosság bankhasználati szokásait, jellemzőit. Ennek során öt fontos témát érintünk, melyből következtetni lehet a banki ügyfelek tapasztalataira, benyomásaira.

- ▶ Bankválasztás
 - ▶ Feltérképezzük, hogy az ügyfelek milyen mértékben érzékelik a bankpiaci versenyt, milyen elvárásokat támasztanak a bankokkal szemben.
 - ▶ Választ kapunk, hogy milyen tényezők befolyásolják a bankválasztást, valamint a több bankkapcsolat okát.
- ▶ Elégedettség
 - ▶ Részletesen megvizsgáljuk a bankhasználatot, úgy, mint ügyintézés, termékválasztékkal és szolgáltatás minőséggel való elégedettséget.
 - ▶ Egy-egy lényeges banki szolgáltatást kiemelve vizsgáljuk az ügyfelek tapasztalatait
 - ▶ Elemezzük a bankkal való összeelégedettséget milyen tényezők befolyásolják leginkább
- ▶ Bankismeret és információs csatorna használat
 - ▶ Vizsgáljuk, hogy a válaszadók mennyire emlékeznek a bankokra valamint a banki reklámokra
 - ▶ Megfigyeljük az aktív információs csatornák tájékoztatási jogosultságát, melyek azok a tájékoztatási eszközök, amiket leginkább igénybe vesznek az ügyfelek.
 - ▶ Ügyféloldalról közelítjük meg a bankaktivitást, elemezzük az átlagos tranzakciók számát.

- ▶ Termékválasztás
 - ▶ Különböző, bankhasználati és termékhasználati csoportok képzésével részletesen vizsgáljuk a banki termékek igénybevételének nagyságát, gyakoriságát.
 - ▶ Bemutatjuk négy termékcsoporthon – folyószámla, megtakarítások, személyi kölcsön, hitelkártya, jelzáloghitelek – keresztül az ügyfelek termékválasztási döntési folyamatát.
- ▶ Termékhasználat
 - ▶ Az ügyfelek tájékoztatásával kapcsolatos tapasztalatait, valamint tájékoztatói aktivitásukat vizsgálva elemezzük benyomásaikat.
 - ▶ Összegezve a banki költségekkel és díjakkal, valamint a jelzáloghitelek esetén a törlesztési kötelezettséggel kapcsolatos tapasztalatokat, megvizsgáljuk, hogy az egyes termékek mennyire felelnek meg az ügyfelek igényeinek.

A tanulmányban részletesen körülírjuk a banki kapcsolattal rendelkezők demográfiai jellemzőit, azaz

- ▶ Életkorukat
- ▶ Iskolai végzettségüket
- ▶ Foglalkozásukat
- ▶ Területi fellelhetőségüket
- ▶ Jövedelmüket

ÖSSZEFOGLALÁS

BANKVÁLASZTÁS

A bankválasztás és bankváltás adatit vizsgálva kiderül, hogy az ügyfelek körében alacsony a bankváltási hajlandóság, az utóbbi egy évben csupán 6%-uk szakította meg bankjával a kapcsolatot. Jellemzően a nagyvárosban élő ügyfelek körében fordult elő a bankváltás az elmúlt egy évben. .

A fő bank szerepét általában az ügyfél rendszeres jövedelmét kézben tartó, folyószámlát vezető bank határozza meg.

Amennyiben az ügyfél a már meglévő banki kapcsolata mellett egy másik pénzügyi intézet szolgáltatását is igénybe veszi, a legfőbb ok általában a hitelfelvétel. Bár az egyszerre több banki kapcsolat oka a hitelfelvétel, mégsem kerül a hitelt nyújtó bank az elsődleges bank pozíciójába.

- ▶ A megkérdezettek csupán egytizede vallja fő bankjának a hitelt nyújtó pénzügyi intézetet

A banki kapcsolattal rendelkezők számára lényeges a választott pénzügyi intézet pénzügyi és működési biztonsága, továbbá fontos számukra a szolgáltatásnyújtás megfelelő minősége, azaz az ügyintézők felkészültsége, gyorsasága, valamint a személyre szabott pénzügyi megoldások ajánlása.

Az ügyfelek általában fontosnak tartják a bankok jelenlétét a modern pénzügyi és gazdasági életben, azonban úgy gondolják, hogy a bankok kevésbé kezelik partnerként ügyfeleiket, valamint arányaiban magas díjakat, költségeket számítanak fel.

ELÉGEDETTSÉG

Az banki kapcsolattal rendelkezők közel egynegyede érez csak meghatározó különbséget a bankok kínálata és ügyfélkezelése között.

Az ügyfelek leginkább az ügyfélkezeléssel, – kiszolgálással a legelégedettebbek.

- ▶ Általában barátságosnak és szakmailag jól felkészültnek tartják az ügyintézőket, valamint az ügyintézési időt is gyorsnak tartják.

A bankok által nyújtott termékek és szolgáltatások portfóliója és minősége általában megfelel az ügyfeleknek, azonban kevésbé elégedettek a hitelek és befektetések után megállapított kamatokkal.

Megállapítható, hogy a bankok elérhetősége jó, ugyanis az ügyfelek megfelelőnek tartják a bankfiókok és a bank automaták számát.

A bankokat megbízhatónak ítélik meg és összességében elégedettek a választott bankjukkal, míg az is elmondható, hogy a banki kapcsolattal rendelkezők szubjektív elégedettség érzése is magas:

- ▶ Egyrészt fontos ügyfélnek érzik magukat, másrészt ajánlanák bankjukat másoknak, valamint újraválasztanák a fő bankjukat.
- ▶ Leginkább a megtakarítással rendelkezők, illetve az alaptermékesek – folyószámlát és bankkártyát használók - elégedettsége a legmagasabb.

A banki kiszolgálással és ügyintézéssel kapcsolatos elégedettség is magas:

- ▶ A bankfiókot személyesen felkeresők számára megfelelő minőségű a kiszolgálás, a környezet, valamint úgy érzik, hogy az ajánlatok is testre szabottak.
- ▶ A Call Center szolgáltatás és az Internetbank szolgáltatás is általában elérhető.

A főiskolai, egyetemi végzettségű ügyfelek, valamint a vezető beosztásban lévők körében a legmagasabb az elégedettség, mind a bankfióki ügyintézés, mind a Call Center, illetve az Internetbank használat esetében.

ISMERTSÉG ÉS CSATORNA HASZNÁLAT

Általában elmondható, hogy magas a bankok ismertsége, a megkérdezettek fele tizenegy vagy ennél több bankot ismer.

A banki kapcsolattal rendelkezők átlagosan hat bankot ismernek spontán, segítség nélkül.

A banki reklám ismeret valamivel alacsonyabb, mint az ismertség, átlagosan két bank reklámjára emlékeznek a megkérdezettek.

- ▶ Az ügyfelek közel egynegyede semelyik bank reklámját nem látta, illetve nem emlékeznek a bankok reklámjaira.
- ▶ A budapesti fiatalok, valamint érettségivel rendelkezők ismerik leginkább a bankpiacot.

A bankról szóló információkat a legtöbben direkt csatornán keresztül – a számlavezető banktól, bankfiókon keresztül - szerzik be.

A válaszadók több mint negyede tájékozódik a televízióból, valamint interneten keresztül.

- ▶ A magas végzettségűek körében gyakoribb az interneten keresztüli, illetve a szakajtóból való tájékozódás, valamint a pénzügyi tanácsadó megkérdezése.

Tranzakciók számát tanulmányozva elmondható, hogy a bankkártya és a hitelkártya használók leggyakrabban kártyás fizetésre használják kártyájukat, havonta átlagosan hatszor fizetnek bank- illetve hitelkártyával.

A hitelkártyások havonta átlagosan kétszer vesznek fel készpénzt hitelkártyájukról.

A folyószámlával rendelkezők havonta két-két bankon belüli, illetve bankon kívüli átutalást bonyolítanak le, valamint két csoportos beszedési megbízást adnak bankjuknak.

Az internet banki szolgáltatást igénybevevők átlagosan két szolgáltatást használnak, mely a legtöbb esetben a számlaegyenleg ellenőrzés, valamint az egyszeri átutalás.

- ▶ A hitelkártyával leginkább a középkorúak vásárolnak.
- ▶ A bankkártyát a magas végzettségűek és a nagyobb városokban élők használják vásárláskor a leggyakrabban.
- ▶ Átutalással, illetve csoportos beszedési megbízáson keresztül a magasan képzett, városi lakosok intézik kifizetéseiket.

TERMÉKVÁLASZTÁS

A banki kapcsolattal rendelkezők között kevesen vannak azok, akik nem rendelkeznek folyószámlával, illetve bankkártyával

A folyószámlához kapcsolódó szolgáltatások közül:

- ▶ Az internet bankot leginkább a több bankkapcsolattal rendelkező, a fedezetlen hitelek, valamint a megtakarítók használják
- ▶ A Mobil/SMS, - valamint a telebankot szintén a valamilyen fedezetlen hitelt igénylő ügyfelek közül veszik igénybe a legtöbben

A megtakarítási termékek közül a lekötött betét, valamint a megtakarítási számla a legkedveltebb forma:

Gyakori a deviza alapú hitelfelvétel is, a fedezett hitelek közel fele rendelkezik valamilyen deviza lakás,- vagy szabad felhasználású hitellel.

A fedezetlen hitelek közül az autóhitel mellett, hitelkártyával és személyi kölcsönrel rendelkeznek a legtöbben.

A vizsgált termékcsoporthoz elemzése alapján elmondható, hogy a legtöbben a bankfiókban, illetve rokonoktól, barátoktól hallanak először a banki termékekről.

- ▶ A megtakarítások esetében többen banki levélből kaptak információt a termékekről, illetve személyi kölcsön esetén a reklámokból, hirdetésekben tájékozódtak.

A végső döntés meghozatalakor az ügyfelek általában saját bankjuk ajánlatait veszik figyelembe, illetve elfogadják a bankjuk által kínált terméket, szolgáltatást.

Csak ritkán – főként a hitel termékek esetében - fordul elő, hogy több bank ajánlatát is számításba veszik, majd a legjobb kondíció alapján döntenek.

TERMÉKHASZNÁLAT

A termékek igénybevétele előtt általában teljes körű tájékoztatást kaptak az ügyfelek, azonban a hiteltermékek esetében figyelhető meg, hogy több fontos információ csak a termék igénybevétele után derült ki az ügyfelek számára.

Az ügyfelek részéről a tájékozódás általában a szerződés alapos átolvasásával történik.

- ▶ További információt az ügyfelek kevesebb mint fele igényel a bankfióki ügyintézés során, jellemzően a személyi hitelek kérdezik ki az ügyintézőt a igénylési feltételekről.

Ügyfélszolgálati problémáról többnyire nem számoltak be a megkérdezettek, általában a személyi kölcsön valamint a jelzálog-/lakás-/szabad felhasználású hitel esetén fordult elő valamilyen nehézség a termék igénybevételekor.

- ▶ Előfordult, hogy rosszul tájékoztatták az ügyfelet a díjakról, költségekről, illetve többször kellett a bankfiókba bemenni az adatok hiánypótlása miatt.

A hitelek igénybe vevők átlagosan 42 ezer Ft törlesztést fizetnek a bankoknak, valamint az ügyfelek több mint a fele törlesztő részletének emelkedéséről számolt be.

- ▶ Az esetek többségében 10% alatti arányban növekedett a hiteltörlesztés nagysága.

A folyószámlával és hitelkártyával rendelkezők a felszámított díjakat és költségeket a legtöbb esetben ezer Ft-nál kevesebbre becsülik meg, a hitelkártyások közel egynegyede egyáltalán nincs tisztában azal, milyenek díjakkal jár együtt a kártyahasználat.

A termékhasználat során főként a személyi hitelt és a jelzálog, - lakás, -szabad felhasználású hitelt igénylők számára okoz csalódást a tényleges banki költségek alakulása, közel negyedük számolt be arról, hogy a vártnál magasabb költségekkel jár a termékhasználat.

Az átfutási idők jellemzően a jelzálog-/lakás-/szabad felhasználású hitel esetén nyúlik el, az igényléstől a hitelfolyósításig átlagosan egy hónap is eltelhet.

Összességében elmondható, hogy a vizsgált termékek esetében magas az elégedettség, általában megfelel a termék az ügyfeleknek, azonban a személyi kölcsön és a hitelek esetében nagyobb arányban fordul elő elégedetlen ügyfél.

MÓDSZERTAN

ADATFELVÉTEL

Az adatfelvétel módja személyes megkérdezés a válaszadók otthonában. A megkérdezéseket minden esetben számítógéppel támogatott módon, azaz CAPI módszerrel (Computer Assisted Personal Interview) végeztük. A módszer lényege, hogy a kérdezőbiztos egy laptop segítségével dolgozik, melyre egy célszoftver segítségével kerülnek a kérdőívek leprogramozásra. A soron következő kérdések a laptop képernyőjén jelennek meg, így biztosítható, hogy a kérdezőbiztos a kérdéseket megfelelő módon, megfelelő sorrendben tegye fel, illetve mindig a megfelelő válaszokat rögzítse. A kérdezői hibák száma ezzel a módszerrel minimálisra csökkenthető.

A kérdőív összeállításakor, törekedtünk arra, hogy bankpiaci szereplőket minél jobban lefedjük, ezért a kutatásban szereplő bankokat a mérlegfőösszegük tanulmányozása alapján választottuk ki.

Az adatfelvétel félévente ismétlődő – havi három hullámban - történik.

MINTA MÉRETE, MINTAVÉTEL MÓDJA

A kutatás mintanagysága egységesen ezer fő hullámonként, tehát 2010. I. félévében összesen három ezer fő. Az alapsokaság a 15-69 év közötti magyar lakosság, azonban a további részletes vizsgálatban a 18-65 év közötti banki kapcsolattal rendelkező lakosság szokásait elemezzük, amely kétezer-háromszáz fő.

A mintavétel módja kétlépcsős rétegzett mintavétel. A mintakeretet a (Közigazgatási és Elektronikus Közszolgáltatások Központi Hivatalának) adatbázisa jelenti. A minta nem, kor, településnagyság és régiók szerint arányos a magyar lakosságra vonatkozóan.

A kérdezőbiztosok a megadott konkrét név és cím alapján keresik a célszemélyeket a háztartásban. Választagadás, vagy egyéb okból meghíúsuló interjú esetén, a kérdezők a véletlen séta módszerével keresnek a főcímmel megegyező nemű és korú válaszadót.

Az adatfelvételi folyamat során, a mintán esett kisebb torzításokat többdimenziós súlyozással állítjuk helyre oly módon, hogy ennek eredményeképpen az adatbázis súlyozott jellemzői híven tükrözzék a társadalom valós differenciálódását a legfontosabb szociodemográfiai jellemzők mentén.

A vizsgálat hibahatára a teljes populáció adatainak elemzésekor dichotóm (például igen / nem) változók esetén nem haladja meg a 3,2%-ot.

AZ ELEMZÉS MÓDSZERTAN

Az elemzés során – a szükséges adattranszformációk elvégzése után – a következő statisztikai módszereket alkalmaztuk:

- ▶ **Gyakoriság:** az egyes adatok előfordulásának számát gyakoriságnak nevezzük. Esetünkben például, megvizsgáljuk, hogy a mintában szereplő banki kapcsolattal rendelkező ügyfelek hány százaléka szakította meg a kapcsolatát a bankjával az elmúlt 12 hónapban.
- ▶ **Keresztábra:** két kategorikus (nominális vagy ordinális mérési szintű) változó (pl. nem, életkor, bankkapcsolat) értékei együttes eloszlásának ábrázolása egy közös táblában. Az egyik változó sorváltozó, a másik oszlopváltozó, így számadatokkal jellemezhető, hogy van-e „sűrűsödés” a cellák egyes részein, vagy minden cellába nagyjából ugyanannyi elem jut.
- ▶ **Korreláció:** két változó közötti kapcsolat szorosságát mutatja. A korrelációs együttható abszolút értéke 0 és 1 közötti szám. Minél szorosabb összefüggés van két változó között, annál közelebb áll a korrelációs együttható értéke az 1-hez, minél lazább az összefüggés két változó között, annál közelebb van a korrelációs együttható értéke a 0-hoz. Korrelációval vizsgálhatjuk meg például azt, hogy az ügyintézők gyorsasága és barátságossága befolyásolja –e a bankkal való összelégedettséget.

- ▶ **Átlag:** a gyakorisági eloszlások középértékét adja meg. Esetünkben átlagot fogunk használni az összes olyan kérdésnél, ahol a válaszokat egy ötfokú skála segítségével adjuk meg, (például: mennyire érzi magát fontos ügyfélnek a bankja számára? Itt az 1 azt jelenti, hogy nagyon fontosnak érzem magam, míg az 5 egyáltalán nem érzem fontosnak magam.)
- ▶ **Lineáris, regresszió:** a regressziós modellek azt írják le, hogyan függ az egyik változó a másiktól: egy függő változó –esetünkben, hogy a bankkal való összeelégedettséget milyen tényező befolyásolja leginkább, –viselkedését független háttérváltozókkal – azaz egyes banki ügyintézésel és termékkel, szolgáltatásokkal való elégedettséget mérő állítások– magyarázzuk. Keressük azokat a változókat, melyek magyarázó ereje –a függő változókra nézve– erős és szignifikáns (A szignifikancia vizsgálat eredményeképpen megtudhatjuk, hogy mekkora szerepe lehet a véletlennek, szemben a vizsgálni kívánt változóval. Statisztikailag szignifikánsnak tekintünk egy kapcsolatot, ha a hozzá tartozó $p < 0,05$ (a p értéke minél kisebb, annál jobb), azaz 5%-nál kisebb annak a valószínűsége, hogy a talált összefüggés nem valóságos, csupán a véletlen eredménye).

DEMOGRÁFIAI ÖSSZETÉTEL

A kapott eredmények alapján jól definiálható a banki kapcsolattal rendelkező 18 és 65 év közötti lakosság demográfiája.

▶ **Területi eloszlás**

A lakosság nagy része kisebb városban vagy községekben lakik, valamint a banki kapcsolattal nem rendelkező is jellemzően községekben élnek. A banki kapcsolattal rendelkezők többnyire városokban élnek, 14% - 14% -uk él Budapesten illetve valamelyik magyarországi községben. Egyharmaduk él öt ezer vagy ennél kisebb lélekszámú településen, valamint az ügyfelek fele ötven ezer vagy ennél nagyobb városban lakik.

▶ **Életkor**

A banki kapcsolattal rendelkezők jellemzően a középkorú lakosságot reprezentálják, ugyanis életkoruk átlagosan 42 év. A fiatal, 18 és 35 év közöttiek közt gyakoribb a bankhasználó, mint az 50 év feletti korosztályban, de jellemzően kiegyenlített a három kategória – a 18 és 35 év közöttiek, a 36 és 49 év közöttiek és az 50 és 65 év közöttiek – eloszlása.

A banki kapcsolattal nem rendelkezők főként a 35 év alatti korosztály képviselik.

▶ **Iskolai végzettség**

A banki ügyfelek jellemzően középfokú végzettséggel rendelkeznek, ezen belül is nagyjából fele-fele arányban vannak azok, akik szakmunkás, vagy szakiskolában végezték el tanulmányaikat, illetve érettségivel rendelkeznek.

A bankhasználók több mint egytizede fejezte be tanulmányait valamilyen egyetemen, vagy főiskolán.

Az alacsony, jellemzően 8 általános végzettségű lakosságnak nincs semmilyen kapcsolata a bankokkal.

▶ **Családi állapot**

A válaszadók többsége családban él. Legtöbben (63%) vallotta azt, hogy jelenleg házastársi vagy élettársi viszonyban van, 37%-uk pedig egyedül él, ezen belül többen vannak (21% nőtlen, hajadon) azok, akik még nem éltek párkapcsolatban.

Az egyedülálló, - hajadon, nőtlen - megkérdezettek jellemző leginkább, hogy nem használnak banki termékeket, szolgáltatásokat

1. táblázat A banki kapcsolattal rendelkezők demográfiája I. (%)

	Banki kapcsolattal rendelkezők	Banki kapcsolattal nem rendelkezők	Lakosság
Település nagyság			
1.000 lakos	7%	11%	7%
2.000 lakos	9%	11%	9%
5.000 lakos	14%	18%	15%
10.000 lakos	9%	9%	9%
20.000 lakos	12%	11%	11%
50.000 lakos	12%	13%	12%
50.000 lakos felett	20%	14%	19%
Budapest	18%	14%	17%
Település típus			
község	29%	36%	30%
város	30%	35%	31%
megyeszékhely	23%	16%	21%
Budapest	18%	14%	17%

Életkor				
18-35 év között	37%	51%	39%	
36-49 év között	30%	19%	28%	
50-65 év között	33%	31%	33%	
Iskolai végzettség				
8 általános vagy kevesebb	12%	54%	21%	
Szaktanulmányok, középfokú szakiskola	36%	31%	34%	
Gimnáziumi, szakközépiskolai érettségi	37%	14%	32%	
Befejezett egyetem, főiskola	15%	2%	13%	
Családi állapot				
Nőtlen, hajadon	21%	53%	27%	
Házassági viszonyban	63%	32%	56%	
Elvált, különélő	12%	7%	11%	
Özvegy	4%	8%	6%	

► Foglalkozás

A teljes munkaidőben foglalkoztatottak aránya 61 %, rész munkaidőben a megkérdezettek 3%-a dolgozik, továbbá több mint egyharmaduk jelenleg nem áll alkalmazásban. Ezek a számok azt tükrözik, hogy a bankkapcsolattal rendelkezők a teljes lakosság aktivitási rátájához képest nagyobb arányban végeznek kereső tevékenységet.

Foglalkozásukat tekintve többségük valamilyen szakmunkás illetve segéd, betanított munkás, azonban a banki kapcsolattal rendelkezők egyharmada végez valamilyen szellemi munkát.

A banki termékeket, szolgáltatásokat nem használók között magasabb a szakmunkát, illetve a betanított segédmunkát végzők, mint a banki kapcsolattal rendelkezők között.

2. táblázat banki kapcsolattal rendelkezők demográfiája II. (%)

	Banki kapcsolattal rendelkezők	Banki kapcsolattal nem rendelkezők	Lakosság
Foglalkozás jellege			
Teljes foglalkoztatott	61%	17%	50%
Rész munkaidős	3%	2%	3%
Munkanélküli	8%	17%	9%
Nyugdíjas, özvegyi nyugdíjas	16%	23%	20%
GyES, GyED, főállású anya	5%	2%	4%
Háztartásbeli	1%	2%	1%
Diák, tanuló, egyetemi-főiskolai hallgató	6%	37%	12%
Foglalkozás			
Vállalkozó, cégtulajdonos	8%	4%	7%
Szellemi szabadfoglalkozású	1%	-	1%
Mezőgazdasági dolgozó	1%	3%	2%
Alkalmazásban lévő diplomás	10%	1%	8%
Vezető beosztású	3%	1%	3%
Alkalmazásban lévő egyéb szellemi	21%	5%	19%
Segéd- és betanított munkás	21%	37%	23%
Szakmunkás	34%	36%	34%
Soha nem dolgozott	1%	13%	3%

► Jövedelem

A banki kapcsolattal rendelkezők többnyire 150 ezer alatti havi nettó jövedelemmel rendelkeznek, háztartásuk jövedelme jellemzően 110 és 200 ezer között van.

A banki kapcsolattal nem rendelkezők jellemzően alacsony jövedelműek, köztük arányaiban magasabban vannak azok, akik nem rendelkeznek semmilyen pénzügyi bevétellel.

3. táblázat banki kapcsolattal rendelkezők demográfiája III. (%)

	Banki kapcsolattal rendelkezők	Banki kapcsolattal nem rendelkezők	Lakosság
A megkérdezett Havi nettó jövedelme			
50 ezer alatt vagy alatt	12%	18%	13%
50 ezer felett de 100 ezer alatt	30%	23%	29%
100 ezer felett de 150 ezer alatt	20%	7%	17%
150 ezer és 250 ezer között	12%	1%	10%
250 ezer felett	1%	-	1%
nincs jövedelme	6%	39%	13%
nem válaszolt	20%	11%	18%
A háztartás havi nettó jövedelme			
110 ezer vagy alatt	19%	31%	22%
110 ezer 200 ezer között	40%	46%	41%
200 ezer felett de 300 ezer alatt	27%	17%	25%
300 ezer és 380 ezer között	10%	5%	9%
380 ezer felett	4%	2%	4%

BANKVÁLASZTÁS MOZGATÓRUGÓI

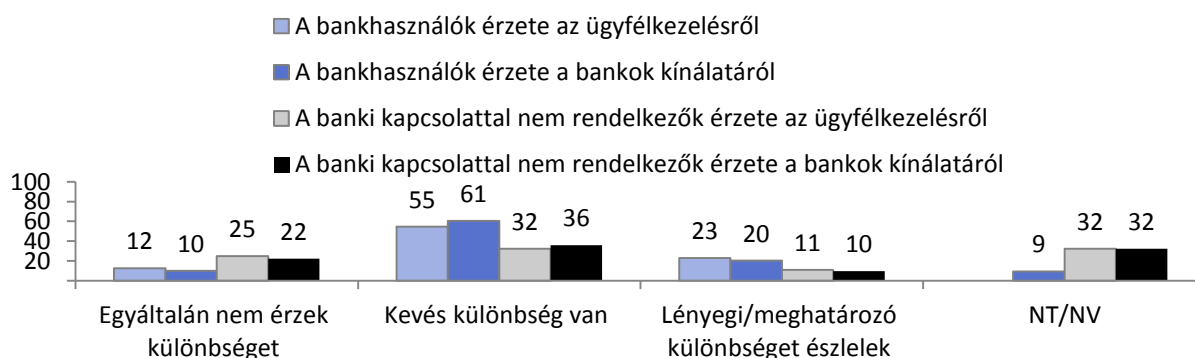
Az eredmények feldolgozásával körüljárjuk az ügyfelek bankokkal szemben támasztott igényeit, valamint a gyakoriságok elemzésével, megvizsgáljuk, hogy a banki ügyfelek mennyire érzékelik a bankpiaci versenyt, mennyire tudnak eligazodni a bankok ajánlatai, kínálata között.

A kérdőívben szereplő, bankokra és ügyfél image-re vonatkozó állítások elemzésével, körülírható egyfajta bankpiaci minőség-kép, azaz feltérképezzük az ügyfelek bankokról szerzett valós tapasztalatai és percepciókon alapuló véleményét.

Az ügyfelek közel egynegyede több banknál is igénybe vesz valamilyen terméket, azaz több bank kapcsolattal rendelkezik. Ebben az alfejezetben vizsgálni fogjuk, hogy általában milyen okok vezetnek ahhoz, hogy az ügyfelek több banknál is rendelkezzenek valamilyen termékkel, szolgáltatással.

Feltételezésünk szerint az ügyfelek jelentős része nem észlel lényegi különbséget a bankok ajánlatai közt, így az esetleges többes bankkapcsolatnak, vagy akár a bankváltásnak kevés várható előnye van az ügyfél számára. A gyakoriságok elemzésével megállapítható, hogy az ügyfelek egyáltalán nem, vagy csak kevés különbséget éreznek a bankok által kínált termékek és szolgáltatások, valamint az ügyfélkezelésük között míg a banki termékeket nem használók nem igazán éreznek különbséget a bankok között.

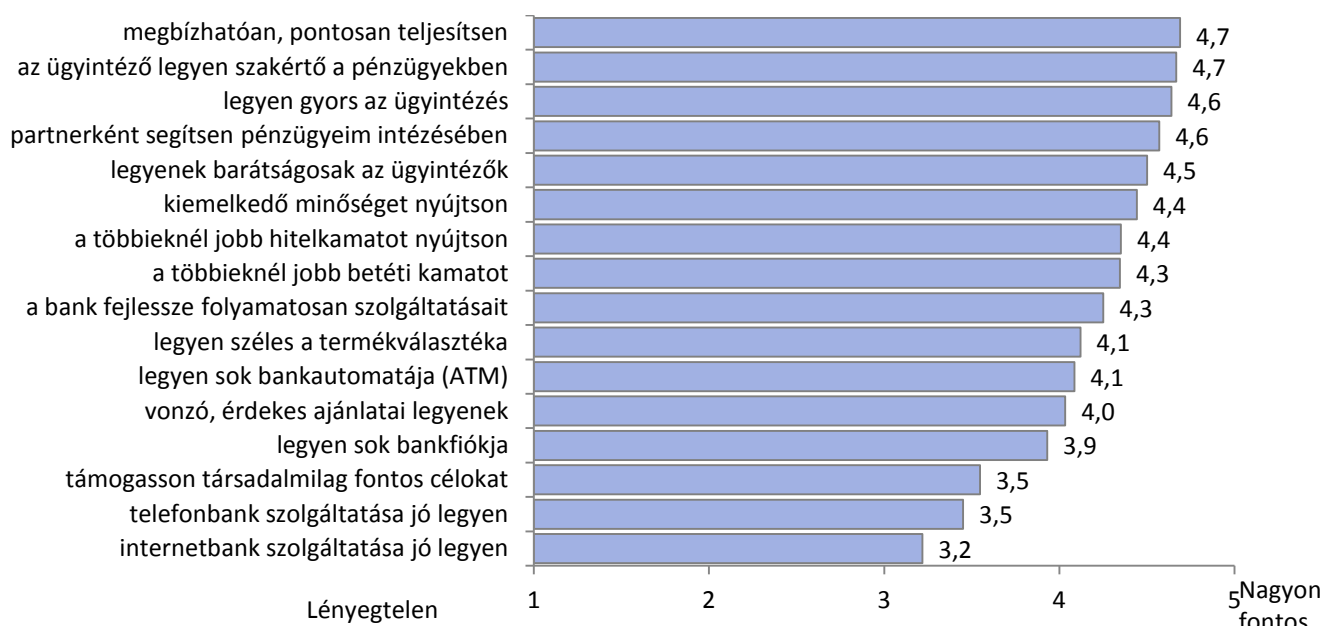
1. ábra Mekkora különbséget éreznek a bankok ügyfélkezelése és ajánlata, kínálata között? (%)



Egy ötfokú skálán mértük fel az egyes pénzügyekkel kapcsolatos jellemzők fontosságát az ügyfelek szempontjából. Az egyes állításokra adott válaszok értékét átlagolva értékeltük az ügyfelek számára legfontosabb banki jellemzőket. A jellemzők fontosságának sorrendbe állításával választ kapunk a banki kapcsolattal rendelkezők, bankokkal szembeni elvárásaira.

Az értékelés alapján elmondható, hogy a kliensek számára a bankok ügyviteli és az ügyintézés minőségével kapcsolatos igények a leglényegesebbek. A megbízható, pontos teljesítés és az ügyintéző szakmai felkészültsége kiemelt elvárás. További lényeges szempontok a gyors ügyintézés és az ügyfél pénzügyeinek legmegfelelőbb, korrekt elintézése. A banki kínálat, termék, - és szolgáltatásválaszték, valamint a kamatok alakulása mind a hitelnyújtás, mind a betétgyűjtés területén egyaránt fontos tényező a bankok jó megítélésben. A négyes átlag alatt, azaz közepes fontossággal csak kevés jellemző bír. Ezek közül a telefonbank illetve az internetbank jó minőségi szolgáltatását már kevésbé tartják fontosnak a megkérdezettek, ugyanakkor a bankok társadalmi felelőssége még nem erősen artikulált ügyféligény.

2. ábra Mennyire fontosak az alábbi jellemzők a banki kapcsolattal rendelkezők számára (átlag 1-5-ös skálán)



Szintén egytől ötig terjedő skálán mértük fel, hogy a megkérdezettek mennyire értenek egyet bizonyos bankpiaccal kapcsolatos általános megállapításokkal. A válaszok értékeit átlagolva, eredményül kaptuk, hogy általában a bankokat a modernizáció egyik fontos eszközeként tartják számon, valamint általános vélemény az, hogy a bankok időszerű termékeket és szolgáltatásokat nyújtanak. Ugyan általában lényegesnek tartják a bankok jelenlétét a mai gazdasági életben, érezhető az, hogy a banki szolgáltatásnyújtás minősége nem kompenzálja a bankok által felszámított díjakat, költségeket.

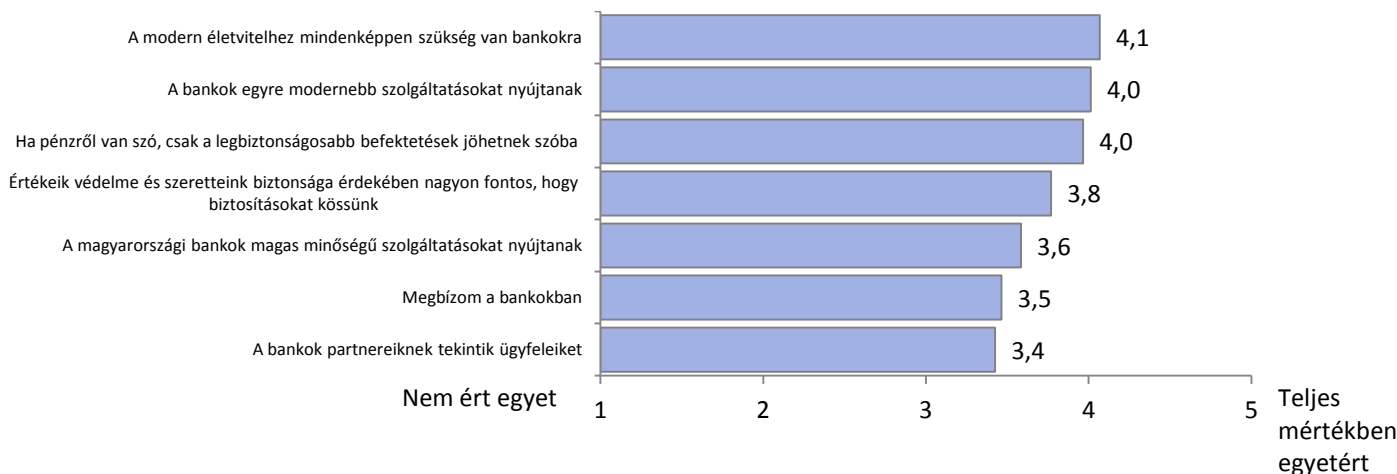
Az ügyfélkezelés ügyfelek által érzékelt szintje, valamint a pénzügyi termékekkel kapcsolatos információk aszimmetria okozhatja azt, hogy az ügyfelek legalacsonyabb értéket arra az állításra adták mely szerint mennyire tekintik a bankok ügyfeleiket partnernek.

Az értékelésben fény derül arra, az ügyfelek számára fontos, pénzüg, és megtakarításaikbiztonságban tartása és erre a bankokat, mint intézményt alkalmasnak tartják.

A bizalom fontos az ügyfélnek, azonban némi bizonytalanság érezhető a banki kapcsolattal rendelkezőkben, hiszen viszonylag sokan gondolják úgy, hogy manapság sok a visszaélés a bankkártyákkal, valamint úgy vélik, hogy egy bankcsőd miatt az emberek elveszíthetik a megtakarításaikat. A kapott eredmények alátámasztják az ügyfelek korlátozott pénzügyi ismereteiről, valamint a kommunikáción keresztül sugallt kép meggyőződéssé alakulásáról szóló hipotézisünket: a bankcsőd esetén megtakarítások túlnyomó része az OBA (Országos Betétbiztosítási Alap) hatókörébe tartozik, azonban az ügyfelek döntő része ennek ellenére gondolja úgy, hogy bankcsőd esetén sokan elveszthetik megtakarításaikat. A bankkártyával való visszaélés pedig túlnyomórészt nem saját tapasztalaton, hanem másodkézből szerzett információkon alapul.

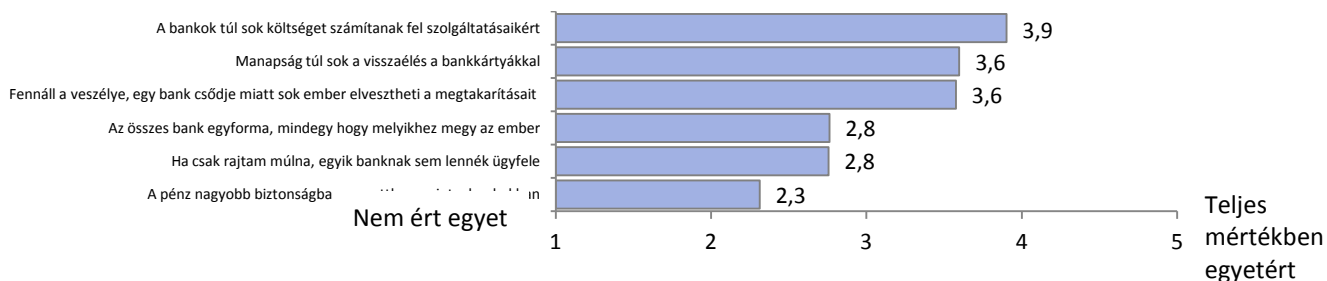
3. ábra Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal a banki kapcsolattal rendelkező (átlag 1-5-ös skálán)

Banktámogató image állítások



4. ábra Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal a banki kapcsolattal rendelkező (átlag 1-5-ös skálán)

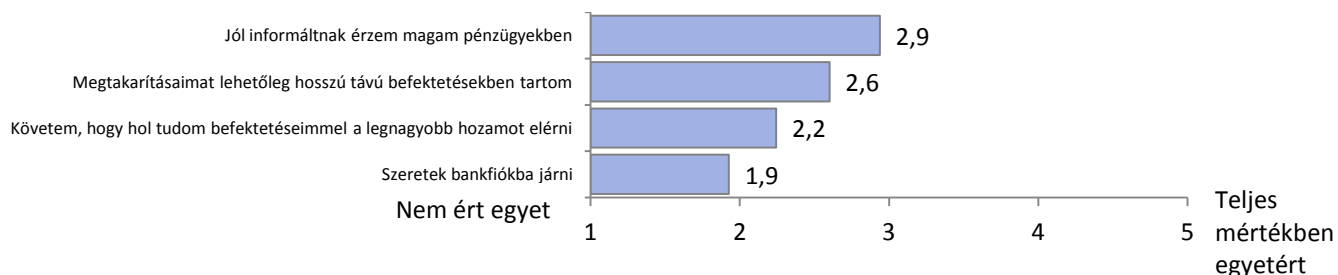
Bankellenes image állítások



Az ügyfél pénzügyekkel kapcsolatos attitűdjeinek vizsgálatával látható, hogy bár az ügyfelek számára kiemelkedő fontosságú a személyes banki kapcsolattartás. Ebből következik, hogy a legfontosabb elvárások is a személyes banki kapcsolattartáshoz kötődik: az ügyintézők legyenek felkészültek és gyorsak. Az ügyfelek saját magukkal szemben megfogalmazott kritikája jogos és helyénvaló: azaz nem tartják elég felkészültnek magukat a pénzügyi világban. Ugyanakkor érdemes megjegyezni, hogy korábban bemutattuk, az ügyfelek nem érzik azt, hogy a bankok partnernek tekintik őket, amiből azt a következtetést vonhatjuk le, hogy pénzügyekkel kapcsolatos információszerzésben kevésbé támaszkodnak autentikus banki forrásokra. Ebben a helyzetben a szabályozó hatóságoknak fontos szerep jut a pénzügyi tudatosság, illetve ügyfelek pénzügyi ismereteinek szélesítésében.

5. ábra Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal a banki kapcsolattal rendelkező (átlag 1-5-ös skálán)

Ügyfél image állítások



► Bankkapcsolatok

A magyar bankhasználók jellemzően egy bankkal állnak kapcsolatban. A több bankkapcsolattal rendelkező ügyfelek száma közel egymillió háromszázharminc ezer fő. A kettő vagy több bank kínálatát igénybe vevők aránya közel 5 %, ez körülbelül háromszáz-ötvenezer ügyfelet jelent.

4. táblázat A bankhasználók bankkapcsolatai (%)

	Gyakoriság	Százalék	Százalék	Kumulált százalék
Egy bankkapcsolat	1868	81,1	81,1	81,1
Két bankkal áll kapcsolatba	339	14,7	14,7	95,8
Három bankkal áll kapcsolatba	76	3,3	3,3	99,1
Négy bankkal áll kapcsolatba	16	,7	,7	99,8
Öt bankkal áll kapcsolatba	1	,0	,0	99,9
Hat bankkal áll kapcsolatba	2	,1	,1	100,0
Hét bankkal áll kapcsolatba	1	,0	,0	100,0
Total	2300	100,0	100,0	

SPSS frequency paranccsal futtatott eredmények

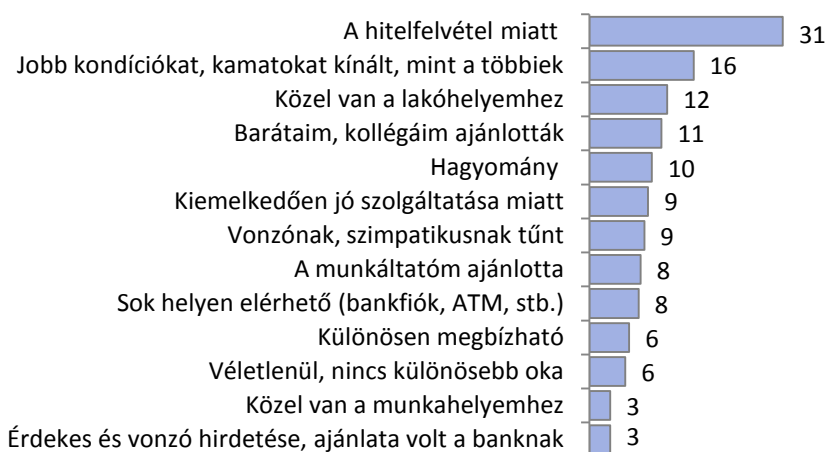
A kutatás során két kérdéssel is vizsgáljuk, mi az oka annak, hogy az ügyfelek az úgynevezett fő bankon kívül más pénzügyi intézet ajánlatát is elfogadják. Az elsődleges bank szerepét az aktív folyószámla és bankkártya használata határozza meg, míg az ügyfelek csupán egytizede vallja, hogy a legnagyobb hitelt nyújtó pénzügyi intézet jelenti számára a fő bankot.

Azt később is látni fogjuk, hogy a banki termékek közül a jelzálog alapú hitelek esetében, a minél jobb termékválasztás elérése érdekében, az ügyfelek több bank ajánlatát is összehasonlítják. Megállapítható, hogy a számukra legmegfelelőbb hitel felvétele miatt az ügyfelek hajlandóak a meglévő bankkapcsolat mellé másik bankot is választani. A család és a barátok, rokonok jó ajánlása, véleménye a második leginkább befolyásoló tényező a bankválasztásnál, azonban az ügyfelek saját bevallása szerint a hirdetések és reklámok hatása jelentéktelen szerepet játszik abban, hogy az ügyfél több bank szolgáltatását is használja.

6. ábra Mi határozza meg a fő bank státuszát? (%)



7. ábra Milyen okból veszik igénybe a főbankon kívüli bank szolgáltatását is (%)



Vizsgáltuk, hogy az elmúlt tizenkét hónapban hányan szakították meg kapcsolatukat a bankjukkal valamint azt is, hogy hányan lettek új ügyfelek egy pénzügyintézetnél. A gyakoriságok elemzésének segítségével elmondható, hogy a magyar banki ügyfelek bankváltási hajlandósága kicsi, nehezen változtatnak meglévő bankhasználati szokásaikon.

Kétdimenziós keresztábra alkalmazásával vizsgáltuk az új ügyfelek és a bankelhagyók demográfiai jellemzőit, ahol az oszlop változóként az elmúlt tizenkét hónapban új ügyfélként megjelenő, valamint a kapcsolatát megszakító ügyfelek szerepelnek.

A kutatás során összes vizsgált bankkal kapcsolatban kérdeztük az ügyfélvándorlás vizsgálatára vonatkozó két kérdést, ami pontosan megfogalmazva így hangzott el: „Azok közül a pénzügyintézetek közül, melyekkel említette, hogy kapcsolatban áll, van olyan, melynek az elmúlt 12 hónapban lett ügyfele? Ha igen, melyek azok?“, a másik kérdés „Van olyan pénzügyintézet, mellyel az elmúlt 12 hónapban szakította meg a kapcsolatát? Ha igen, melyek ezek?“ Mielőtt a keresztábrát alkalmaztuk volna a két kérdés válaszait diochtom változókká alakítottuk, - azaz 1. új ügyfél, 0. nem új ügyfél, illetve 1. bankelhagyó, 0. nem bankelhagyó - így a bankpiacon versenyző bankok összességére nézve elemezhető a vándorló ügyfelek demográfiája.

Az elmúlt tizenkét hónapban új bankot választó ügyfelek jellemzése:

- ▶ Városban élők, egynegyedük ötezer vagy ez alatti településen lakik.
- ▶ Főként 50 év alattiak, valamint a 35 év alattiak aránya magasabb, mint általában a bankhasználók között.
- ▶ Középfokú végzettségűek, árnyalatnyival többen vannak azok, akik érettségivel nem rendelkeznek.
- ▶ Az egy havi nettó kerestük többnyire százezer forint alatt van.

Az elmúlt tizenkét hónapban meglévő bankkapcsolatukat megszakító ügyfelek jellemzése:

- ▶ Egyharmaduk községekben él, valamint arányaiban többen élnek kistelepülésen, mint a banki kapcsolattal rendelkezők.
- ▶ Fiatal 35 év alatti korosztályba tartoznak.
- ▶ Többségében szakmunkásképző, vagy szakiskolában fejezték be tanulmányaikat, azonban köztük több a felsőfokú végzettségű, mint a bankhasználóknál általában.
- ▶ Az egy havi nettó jövedelmük jellemzően százezer forint alatt van.

5. táblázat Az elmúlt 12 hónapban vándorló ügyfelek demográfiája (%)

	Az elmúlt 12 hónapban lett ügyfele valamelyik banknak	Az elmúlt 12 hónapban szakította meg a kapcsolatát valamelyik bankkal	Banki kapcsolattal rendelkezők
Település nagyság			
1.000 lakos	4%	8%	7%
2.000 lakos	11%	13%	9%
5.000 lakos	10%	15%	14%
10.000 lakos	11%	9%	9%
20.000 lakos	12%	10%	12%
50.000 lakos	11%	12%	12%
50.000 lakos felett	24%	20%	20%
Budapest	17%	14%	18%
Település típus			
község	27%	35%	29%
város	31%	29%	30%
megyeszékhely	25%	23%	23%
Budapest	17%	14%	18%
Életkor			
18-35 év között	46%	36%	37%
36-49 év között	27%	37%	30%
50-65 év között	27%	26%	33%
Iskolai végzettség			
8 általános vagy kevesebb	14%	11%	12%
Szakkunaképző, középfokú szakiskola	37%	40%	36%
Gimnáziumi, szakközépiskolai érettségi	35%	33%	37%
Befejezett egyetem, főiskola	14%	17%	15%
A megkérdezett havi nettó jövedelme			
50 ezer alatt vagy alatt	21%	21%	12%
50 ezer felett de 100 ezer alatt	40%	37%	30%
100 ezer felett de 150 ezer alatt	27%	28%	20%
150 ezer és 250 ezer között	8%	8%	12%
250 ezer felett	3%	6%	1%
A háztartás havi nettó jövedelme			
110 ezer vagy alatt	21%	21%	19%
110 ezer 200 ezer között	40%	37%	40%
200 ezer felett de 300 ezer alatt	27%	28%	27%
300 ezer és 380 ezer között	8%	8%	10%
380 ezer felett	3%	6%	4%

ÜGYFÉL ELÉGEDETTSÉG

Az ügyfelek elégedettségét több szempontból vizsgáltuk. Egyrészt ötös skálán néztük, hogy mennyire elégedettek a banki ügyintézéshez kötődő tényezőkkel, a banki termékekkel és szolgáltatásokkal általában, továbbá elemeztük, hogy az egyes banki ügyintézéshez kapcsolódó szolgáltatások használói, mennyire elégedettek, az adott bankügyintézési csatornával.

Az ügyfél elégedettséget más szemszögből is meg lehet közelíteni. Abban az esetben, ha az ügyfél újraválasztaná, és ajánlaná bankját másoknak is, nagy valószínűséggel elégedettnek mondható. A szubjektív elégedettséget több ügyfélcsoporton belül is vizsgáltuk, azaz termékhasználat alapján öt csoportot képeztünk:

- ▶ Fedezetlen hitelek: rendelkezik N= 387
 - ▶ forint vagy deviza alapú hitelkártyával vagy,
 - ▶ nem jelzálog alapú lakáshitellel vagy,
 - ▶ áruvásárlási kölcsönrel/áruhitellel vagy,
 - ▶ folyószámla hitelkerettel vagy,
 - ▶ személyi kölcsönrel vagy,
 - ▶ gyorskölcsönrel vagy,
 - ▶ diákhittel
- ▶ Fedezett hitelek: rendelkezik N= 375
 - ▶ forint vagy deviza alapú szabad-felhasználású jelzáloghitellel vagy,
 - ▶ forint vagy deviza alapú lakáshitellel
- ▶ Megtakarítók azok, akik rendelkeznek valamilyen megtakarítási termékkel a következők közül: N= 427
 - ▶ megtakarítási számla
 - ▶ forint vagy deviza lekötött betét
 - ▶ lakás elő takarékoság/ lakáskassza
 - ▶ takarékbetétkönyv
 - ▶ részvény
 - ▶ kötvény
 - ▶ befektetési alap, befektetési jegy
 - ▶ állampapír, kincstárjegy, takarékjegy
- ▶ Alaptermékek, akik rendelkeznek: N=2181
 - ▶ Forint vagy deviza alapú folyószámla vagy,
 - ▶ Forint vagy deviza bankkártya vagy,
 - ▶ internetbank szolgáltatás vagy,
 - ▶ mobil bank/ SMS bank szolgáltatás vagy,
 - ▶ tele bank szolgáltatás

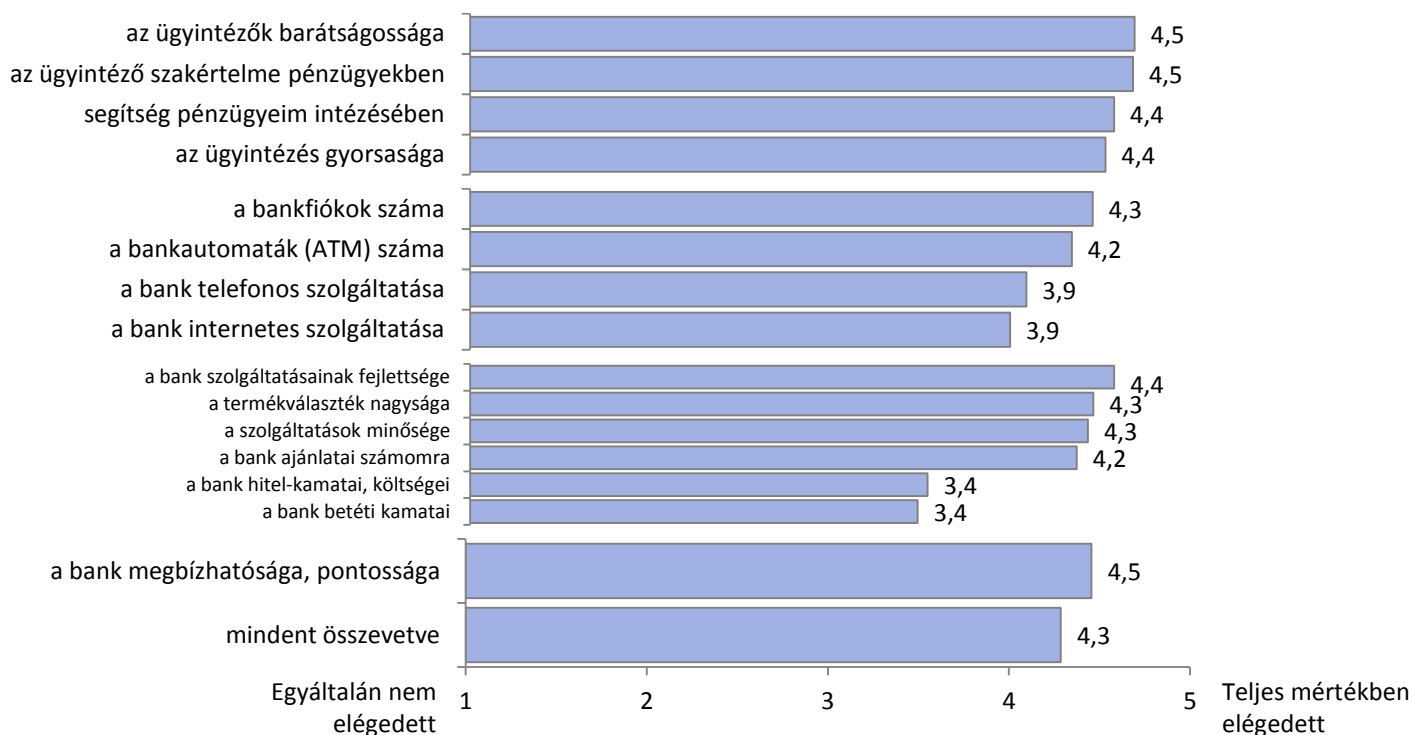
Különböző témakörökben vizsgáltuk az ügyfelek elégedettségét. Általában elmondható, hogy leginkább a banki kiszolgálás, azaz az ügyintézők ügyfélszolgálatosa, szakértelme, segítőkészsége és az ügyintézés gyorsasága a legmegfelelőbb. Az eredmény alapján érdekes következtetéseket tudunk levonni: a bankokról szóló általános értékelés során a fióki ügyintézésrel kapcsolatos állítások nem kaptak kimagasló értéket ezzel szemben, amikor konkrétan az ügyfél bankját, illetve az ott dolgozó ügyintézőket értékeljük, akkor már jóval kedvezőbb képet kapunk. Ez az eltérés két okra vezethető vissza. Egyfelől az ügyfél konkrét banki ügyintézése jobb színvonalú, mint a bankokról alkotott általános kép, másrésztől azt is jelentheti, hogy az ügyfelek rendelkeznek olyan nem artikulált igényekkel melyeket a bankok ügyfélkezelési gyakorlata jelenleg nem tud kielégíteni.

A bankok elérhetőségét is pozitívan értékelték a válaszadók, úgy érzik, mind a bankfiókok, mind a bank automaták száma elegendő, valamint az internetes és telefonos csatornák értékelése összességében pozitív.

A banki termékek és szolgáltatások területén már érzékelhető némi ügyfél elégedetlenség. A bankok által nyújtott kínálat, termék paletta minősége, színvonala megfelelő, azonban a szolgáltatásokért fizetett díjakkal és költségekkel, valamint a betétek kamataival kisebb az ügyfelek elégedettsége.

Összességében elmondható, hogy amikor konkrét banki kapcsolatokról kérdezzük az ügyfeleket, akkor inkább pozitív értékelést adnak.

8. ábra Mennyire elégedett az ügyfél (átlag 1-5-ös skálán)



Tovább elemezve az ügyfél elégedettséget, megvizsgáltuk a különböző ügyintézési csatornát használó ügyfelek értékelését, valamint analizáltuk azt iskolai végzettség és foglalkozásuk szerint annak érdekében, hogy megtudjuk mennyire eltérő az egyes csoportokba tartozó válaszadók véleménye.

A bankfióki ügyfélkiszolgálással és az ott található tájékoztató anyagok információtartalmával elégedettek azok az ügyfelek, akik személyesen intézik banki ügyleteiket. A magasan kvalifikált ügyfelek benyomása a leginkább pozitív, valamint ők a legelégedettebbek a Call Center és az Internetbank szolgáltatással is.

A megkérdezettek foglalkozását vizsgálva, általában a szellemi foglalkozásúak számára, főként a vezető beosztásban lévők számára felel meg legjobban a bankfióki kiszolgálás, valamint az elektronikus ügyintézés minősége is.

6. táblázat Az elégedettség vizsgálata iskolai végzettség szerint (átlag 1-5-ös skálán)

		Banki kapcsolattal rendelkezők	8 általános vagy kevesebb	Szaktunaképző, középfokú szakiskola	Gimnáziumi, szakközépiskolai érettségi	Befejezett egyetem, főiskola
Bankfiók	Az ügyintéző hozzáértése	4,5	4,5	4,5	4,5	4,6
	A fiók elrendezése	4,5	4,4	4,4	4,5	4,6
	A tájékoztató anyagok, prospektusok, információk hasznossága	4,2	4,1	4,2	4,2	4,3
	Személyes ajánlatok	4,2	4,0	4,1	4,2	4,4
	Kiszolgálás minősége	4,4	4,4	4,5	4,4	4,5
Call Center	Könnyen elérhető	4,1	4,3	3,6	4,2	4,4
	Elégedett a kiszolgálással	4,3	4,0	3,9	4,3	4,6
Net bank	Mindig elérhető	4,8	-	4,7	4,7	4,8
	Könnyen kezelhető	4,7	-	4,8	4,7	4,7

7. táblázat Az elégedettség vizsgálata foglalkozási kategóriák szerint (átlag 1-5-ös skálán)

		Vállalkozó, cégtulajdonos	Szellemi szabadfoglalkozású	Mezőgazdasági dolgozó	Alkalmazásban lévő diplomás	Vezető beosztású	Alkalmazásban lévő egyéb szellemi	Segéd-és betanított munkás	Szaktunyas	Soha nem dolgozott
Bankfiók	Az ügyintéző hozzáértése	4,7	4,3	4,5	4,6	4,8	4,5	4,4	4,5	4,1
	A fiók elrendezése	4,6	4,3	4,5	4,6	4,8	4,6	4,4	4,4	4,3
	A tájékoztató anyagok, prospektusok, információk hasznossága	4,3	4,1	4,5	4,3	4,6	4,2	4,1	4,2	3,9
	Személyes ajánlatok	4,3	4,3	4,2	4,3	4,6	4,2	4,0	4,1	3,4
	Kiszolgálás minősége	4,6	4,3	4,5	4,5	4,7	4,5	4,3	4,4	4,4
Call Center	Könnyen elérhető	4,5	3,5	-	4,4	4,7	4,3	3,4	3,8	-
	Elégedett a kiszolgálással	4,6	4,0	-	4,6	4,7	4,5	3,4	4,0	-
Net bank	Mindig elérhető	4,8	-	-	4,8	4,8	4,7	4,8	4,7	-
	Könnyen kezelhető	4,9	-	-	4,6	4,8	4,9	4,9	4,7	-

Több szempontból is megvizsgálva az elégedettséget, megállapítható, hogy az ügyfelek általában fontosnak érzik magukat a bankjuk számára, valamint a pozitív benyomásukat igazolja az is, hogy másoknak is ajánlanák bankjukat.

A különböző termékhasználók szerinti csoportbontások vizsgálatával következtetni lehet arra, hogy a megtakarítási termékkel rendelkező ügyfeleket kisebb előfordulással éri valamilyen csalódás, kellemtelenség, mint a hitellel rendelkezőket.

8. táblázat Szubjektív elégedettség vizsgálata (átlag)

	Fedezetlen hitelek	Fedezett hitelek	Megtakarítók	Alaptermékek	Banki kapcsolattal rendelkezők
Mennyire érzi az ügyfél magát fontosnak a bankja számára (1-5-ös skálán)	3,7	3,7	3,9	3,8	3,8
Mennyire valószínű, hogy újra a fő bankját választaná? (1-5-ös skálán)	3,9	3,9	4,1	4,1	4,3
Mennyire szívesen ajánlaná bankját az ügyfél másoknak? (1-10-es skálán)	7,3	7,3	7,8	7,6	6,9

A bankkal való összelégedettséget befolyásoló tényezőket lineáris regresszió, valamint korrelációs számítások segítségével vizsgáljuk meg részletesen, ahol a függő változó a bankkal való összelégedettség, a független változók pedig a banki ügyintézással, szolgáltatásokkal kapcsolatos ügyfélértékelések.

A regressziós modellünk magyarázó ereje 60%. Az ügyfelek elégedettségét szignifikánsan befolyásolja az ügyintézőkkel, valamint az ügyintézés gyorsaságával való elégedettség, valamint termék oldalról fontos tényező a bankok által kialakított betéti és hitel kamatok, valamint a szolgáltatások színvonala. A bankkal való elégedettséget leginkább a bank testre szabott ajánlataival összefüggő elégedettség befolyásolja.

A korrelációs együtthatók vizsgálatával megállapítható, hogy főként a banki szolgáltatások minősége, a banki kínálat színvonala és a bank megbízhatóságával kapcsolatos ügyfél tapasztalatok vannak leginkább hatással az ügyfél elégedettségre.

9. táblázat A bankkal való összelégedettség vizsgálata Person féle korrelációs együtthatóval

		Bankkal való összelégedettség
Bankkal való összelégedettség	Person féle korreláció	1
	szignifikancia	
az ügyintézők barátságossága	Person féle korreláció	,595
	szignifikancia	,000
az ügyintézés gyorsasága	Person féle korreláció	,596
	szignifikancia	,000
segítség pénzügyeim intézésében	Person féle korreláció	,634
	szignifikancia	,000
az ügyintéző szakértelme pénzügyekben	Person féle korreláció	,612
	szignifikancia	,000
a bank szolgáltatásainak fejlettsége	Person féle korreláció	,605
	szignifikancia	,000
a bank ajánlatai számomra	Person féle korreláció	,668
	szignifikancia	,000
a bank hitel-kamatok, költségei	Person féle korreláció	,553
	szignifikancia	,000
a bank betéti kamatai	Person féle korreláció	,527
	szignifikancia	,000
a szolgáltatások minősége	Person féle korreláció	,668
	szignifikancia	,000
a termékválaszték nagysága	Person féle korreláció	,595
	szignifikancia	,000
a bank telefonos szolgáltatása	Person féle korreláció	,512
	szignifikancia	,000
a bank internetes szolgáltatása	Person féle korreláció	,400
	szignifikancia	,000
a bankfiókok száma	Person féle korreláció	,455
	szignifikancia	,000
a bankautomaták (ATM) száma	Person féle korreláció	,414
	szignifikancia	,000
a bank megbízhatósága, pontossága	Person féle korreláció	,645
	szignifikancia	,000

SPSS Corralate paranccsal futtatott eredmények

ISMERTSÉG ÉS INFORMÁCIÓS CSATORNA HASZNÁLAT

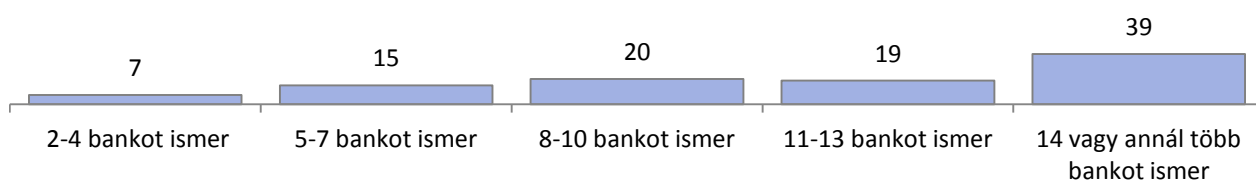
► Ismertség

A spontán és a segített ismertség válaszait összeadva, kategorikus változót képeztünk a bankismeretre vonatkozólag, majd a gyakoriságok vizsgálatával értelmeztük a bankismeretre vonatkozó eredményeket. Elmondható, hogy a bankhasználók, elég nagy ismerettel rendelkeznek a bankpiacon versenyző bankokról, jellemzően ismerik a nagyobb pénzintézeteket. A tizennégyenél is több bankot ismerők főként a városi, 50 év alatti lakosok, köztük többen rendelkeznek főiskolai vagy egyetemi végzettséggel. Érdekes összefüggés, hogy a fiatal, 35 év alattiak a kevésbé informáltak a pénzintézetekről, kettő-négy bank nevére emlékező válaszadók 41%-a 18 és 35 év közötti korosztályba tartozik.

Az összes bankra adott válaszokat összeadva, megnéztük, hogy átlagosan hány bankot ismernek az ügyfelek. Külön vizsgáltuk azt, hogy a válaszadók hány bankra tudnak visszaemlékezni spontán, segítség nélkül, valamint hány pénzintézet neve ismerős számukra, ha megnézik a banklistát. A spontán és segített bankismeret alapján egyaránt, átlagosan közel hat bankot ismernek a bankhasználók, együttesen pedig – a spontán és a segített bankismeret átlagolva – tizenegy bank nevére emlékeztek.

Ezek alapján megállapíthatjuk, hogy szélesebb bankhasználat, illetve a bankváltás korlátozója nem a banki ajánlatok hiányos ismerete, hanem az ügyfél számára kézzelfogható előnyök vélt alacsony szintje.

9. ábra Bankismeret (%)

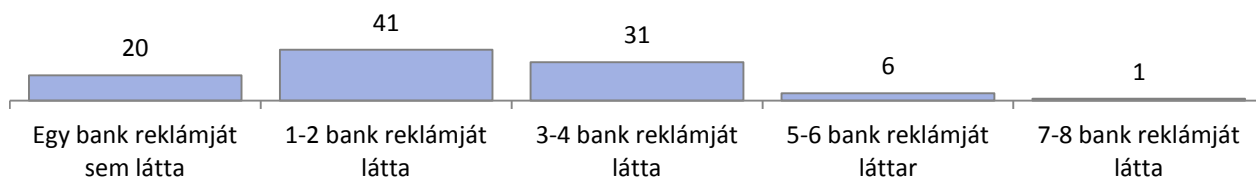


10. táblázat A bankismeret demográfiai vizsgálata (%)

	2-4 bankot ismer	5-7 bankot ismer	8-10 bankot ismer	11-13 bankot ismer	14 vagy annál több bankot ismer
Település nagyság					
1.000 lakos	1%	6%	9%	11%	6%
2.000 lakos	9%	8%	8%	9%	8%
5.000 lakos	14%	18%	11%	15%	14%
10.000 lakos	10%	13%	14%	10%	6%
20.000 lakos	17%	14%	13%	17%	6%
50.000 lakos	9%	11%	11%	12%	13%
50.000 lakos felett	24%	16%	22%	14%	23%
Budapest	17%	13%	12%	13%	24%
Életkor					
18-35 év között	41%	35%	30%	38%	38%
36-49 év között	26%	29%	28%	31%	33%
50-65 év között	33%	36%	42%	31%	29%
Iskolai végzettség					
8 általános vagy kevesebb	23%	23%	16%	11%	10%
Szakmunkásképző, középfokú szakiskola	36%	38%	37%	44%	31%
Gimnáziumi, szakközépiskolai érettségi	29%	30%	32%	36%	41%
Befejezett egyetem, főiskola	12%	9%	15%	9%	17%

A spontán és a segített reklámra adott válaszokat is összegeztük és kategorikus változóvá alakítva értelmeztük az így kapott eloszlásokat. A bankokról szóló reklámokra kevésbé emlékeznek a banki ügyfelek. Többségük egy-két bank reklámját tudta megjegyezni, valamint közel egynegyedük egyetlen egy banki hirdetést sem tudna visszamondani. Legkevésbé az idősebb korosztály nem emlékszik a banki reklámokra, leginkább pedig a fiatal, magasan képzett ügyfelek tudnának banki hirdetéseket visszamondani.

10. ábra Reklámismeret (%)



11. táblázat A reklámismeret demográfiai vizsgálata (%)

	Egy bank reklámját sem látta	1-2 bank reklámját látta	3-4 bank reklámját látta	5-6 bank reklámját látta	7-8 bank reklámját látta
Település nagyság					
1.000 lakos	2%	6%	9%	13%	15%
2.000 lakos	10%	9%	7%	5%	14%
5.000 lakos	10%	17%	14%	12%	13%
10.000 lakos	12%	10%	7%	11%	7%
20.000 lakos	14%	11%	12%	6%	11%
50.000 lakos	14%	13%	11%	3%	7%
50.000 lakos felett	16%	20%	22%	25%	18%
Budapest	22%	15%	17%	24%	14%
Életkor					
18-35 év között	28%	35%	41%	45%	46%
36-49 év között	29%	33%	30%	28%	25%
50-65 év között	44%	32%	29%	27%	29%
Iskolai végzettség					
8 általános vagy kevesebb	18%	16%	11%	11%	4%
Szakközépiskola, középiskola	38%	37%	35%	27%	22%
Gimnáziumi, szakközépiskolai érettségi	29%	35%	39%	43%	56%
Befejezett egyetem, főiskola	15%	12%	14%	20%	17%

► Információs csatornák

Megkérdeztük az ügyfeleket arról, hogy honnan szerzik a bankokról szóló információkat általában. A kérdésre adott válaszok alapján arra lehet következtetni, hogy az emberek szeretnek személyesen tájékozódni, fontos számukra a bankjukkal kialakított személyes kapcsolat. Másodsorban jellemzően a televízióból és interneten keresztül szerzik be az információkat a bankpiacról, illetve egynegyedük a banki számlakivonatot is megbízható információs csatornának tartja.

Az iskolai végzettség és az információs eszközök keresztmetszete elemelve, arra lehet következtetni, hogy a televíziós reklámokból leginkább a középfokú és az alacsony végzettséggel rendelkezők szerzik be a szükséges információkat, a főiskolai és az egyetemi tanulmányokat végzők közt magasabb arányban vannak azok, akik kihasználják az internet adta tájékozási lehetőségeket.

Pénzügyi tanácsadó szakértelmét az alacsony iskolai végzettségűek egyáltalán nem veszik igénybe, valamint köztük arányaiban magasabb azok száma, akik egyáltalán nem is tudakoloznak a bankpiaci helyzetről.

11. ábra Honnan informálódik az ügyfél leginkább (%)



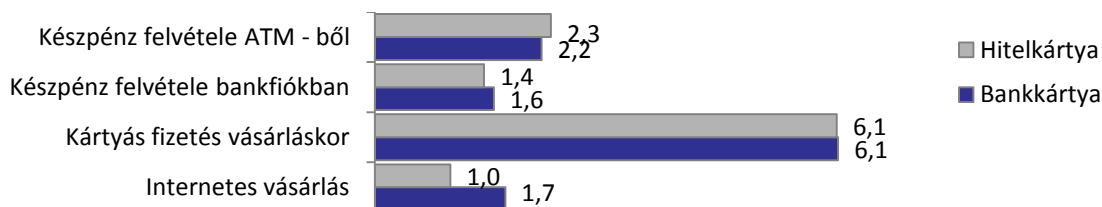
12. táblázat A információs csatorna használat demográfiai vizsgálata (%)

Információs forrás	8 általános vagy kevesebb	Szakmunkásképző, középfokú szakiskola	Gimnáziumi, szakközépiskolai érettségi	Befejezett egyetem, főiskola
számlavezető banktól, bankfiókból	40%	50%	49%	50%
TV reklámból	36%	32%	29%	18%
interneten böngészve	13%	17%	37%	47%
bankom számlakivonatából	19%	27%	25%	28%
barátoktól, ismerősoktól	26%	20%	19%	18%
nyomtatott sajtóhirdetésből	7%	8%	7%	7%
független pénzügyi tanácsadótól	-	3%	5%	6%
óriásplakátokról	4%	4%	2%	3%
szaksajtóból	-	1%	1%	5%
rádióreklámból	2%	1%	1%	1%
nem szoktam tájékozódni	19%	9%	10%	9%

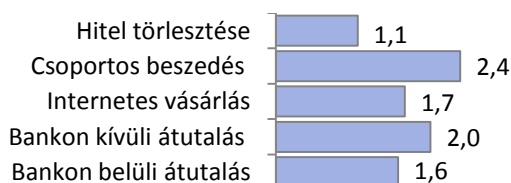
► Banki tranzakciók

A kutatás során vizsgáltuk, hogy a fő banknál és a másodlagos banknál igényelt hitelkártyát és bankkártyát, valamint a folyószámlát milyen aktivitással használják az ügyfelek. A vizsgált bankokhoz tartozó válaszokat átlagolva elmondható, hogy egy hónapban két alkalommal is használják bankkártyájukat és hitelkártyájukat bank automatánál készpénz felvételére, valamint hetente legalább kétszer fizetnek vásárláskor kártyájukkal. A hitelkártya használatra érdemes külön figyelmet fordítani, mivel a készpénzfelvétel gyakorisága nagyon magas. Érdekes módon a magasan kvalifikált idősebb korosztály között gyakoribb a hitelkártyáról való készpénz-felvétel. Az igényelt folyószámla esetén, az ügyfelek havonta két megbízást adnak csoportos beszédre és bankon belüli átutalásra, valamint legalább havi gyakorisággal fordul elő, hogy interneten keresztül vásárlásokat bonyolítnak le.

12. ábra A hitelkártyával és a bankkártyával folytatott tranzakciók száma egy hónapban (átlag)



13. ábra A folyószámlával folytatott tranzakciók száma egy hónapban (átlag)



Scale Research

H-1065 Budapest, Nagymező utca 54-56. ► Tel.: (+36 1) 354 1142/ Fax: (+36 1) 354 1143

www.scale.hu

Az internetbank szolgáltatását használók között megkérdeztük, hogy mely funkciókat használja egy hónapban leginkább. Átlagosan kettő-három funkciót használnak, melyek közül leggyakrabban csupán a folyószámlájuk egyenlegét ellenőrzik, valamint egyszeri forint átutalást bonyolítanak le. Az internetbanki csatorna használatának értékelésekor megállapítható, hogy a technikailag megvalósított, illetve megvalósítható fejlődés jóval a tömeges ügyféligények előtt jár.

14. ábra Az internetbank funkcióinak kihasználtsága (%)



TERMÉKVÁLASZTÁS

A termékválasztás eredményeinek feldolgozásakor több ügyfélcsoportot képeztünk a bankhasználat, valamint a hitel, megtakarítási, folyószámla és kapcsolódó termékek, szolgáltatások igénybevételének kategorizálásával. Az újonnan alkotott csoportok alapján kereszt táblák segítségével értelmeztük a gyakoriságok eredményeit.

Összesen hat kategóriát képeztünk, melyek:

- ▶ Több bankkapcsolattal rendelkezők N= 433
- ▶ Egy bankkapcsolattal rendelkezők N= 1867
- ▶ Fedezetlen hitelek: rendelkezik N= 387
 - ▶ forint vagy deviza alapú hitelkártyával vagy,
 - ▶ nem jelzálog alapú lakáshitellel vagy,
 - ▶ áruvásárlási kölcsönrel/áruhitellel vagy,
 - ▶ folyószámla hitelkerettel vagy,
 - ▶ személyi kölcsönrel vagy,
 - ▶ gyorskölcsönrel vagy,
 - ▶ diákhittel
- ▶ Fedezett hitelek: rendelkezik N= 375
 - ▶ forint vagy deviza alapú szabad-felhasználású jelzáloghitellel vagy,
 - ▶ forint vagy deviza alapú lakáshitellel
- ▶ Megtakarítók azok, akik rendelkeznek valamilyen megtakarítási termékkel a következők közül: N= 427
 - ▶ megtakarítási számla
 - ▶ forint vagy deviza lekötött betét
 - ▶ lakás elő takarékoság/ lakáskassza
 - ▶ takarékbetétkönyv
 - ▶ részvény
 - ▶ kötvény
 - ▶ befektetési alap, befektetési jegy
 - ▶ állampapír, kincstárjegy, takarékjegy
- ▶ Alaptermékek, akik rendelkeznek: N=2181
 - ▶ Forint vagy deviza alapú folyószámla vagy,
 - ▶ Forint vagy deviza bankkártya vagy,
 - ▶ internetbank szolgáltatás vagy,
 - ▶ mobil bank/ SMS bank szolgáltatás vagy,
 - ▶ tele bank szolgáltatás
- ▶ Az ügyfélcsoportok demográfiai jellemzése

A több bankkapcsolattal rendelkezők jellemzően 36 év feletti, főként középfokú végzettséggel rendelkeznek, azonban a bankpiaci átlagnál nagyobb arányban vannak, akik felsőfokú, egyetemi vagy főiskolai tudást is szereztek. A magasan kvalifikált bankhasználók egynegyede kettő-három bankkal is kapcsolatban áll. Egy főre jutó jövedelmük kissé magasabb, mint az egy bankkal kapcsolatban állóknak.

A fedezetlen hitellel rendelkezők életkora hasonló a bankpiaci átlagéhoz, főként érettségivel rendelkeznek és jövedelmük kicsit alacsonyabb, mint az átlag, jellemzően ötven és százötven ezer forint között.

Általában a 36 és 49 év közötti korosztály törleszt valamilyen fedezett hitelt a bankoknak, köztük az átlagnál kevesebben vannak a nagyon alacsony jövedelemmel rendelkezők, amely azt mutatja, hogy a növekvő törlesztési nehézségek ellenére összességében a bankok hitelezési politikája a válság kirobbanását megelőzően döntően konzervatív volt.

A keresztábra elemzésével jól látható, hogy a megtakarító korosztály főként az idősebb, 50 év feletti emberek, az átlagnál gyakoribb köztük a magas iskolai végzettségű, egy főre jutó havi nettó jövedelmük magasabb, mint százezer forint.

13. táblázat Demográfia

	Több bankkapcsolat a van	Egy bankkapcsolat a van	Fedezetlen hitelek	Fedezett hitelek	Megtakarítók	Alaptermékek	A banki kapcsolattal rendelkezők
Életkor							
18-35 év között	28%	39%	33%	38%	33%	38%	37%
36-49 év között	36%	29%	34%	40%	25%	31%	30%
50-65 év között	35%	32%	33%	22%	42%	32%	33%
Iskolai végzettség							
8 általános vagy kevesebb	7%	13%	9%	8%	6%	12%	12%
Szakmunkásképző, középfokú szakiskola	32%	37%	37%	38%	28%	36%	36%
Gimnáziumi, szakközépiskolai érettségi	38%	36%	41%	36%	40%	37%	37%
Befejezett egyetem, főiskola	23%	14%	13%	18%	26%	16%	15%
A megkérdezett havi nettó jövedelme							
50 ezer alatt vagy alatt	10%	12%	6%	7%	4%	11%	12%
50 ezer felett de 100 ezer alatt	28%	30%	35%	34%	29%	29%	30%
100 ezer felett de 150 ezer alatt	17%	20%	25%	21%	20%	20%	20%
150 ezer és 250 ezer között	18%	10%	9%	15%	15%	12%	12%
250 ezer felett	1%	1%	2%	3%	1%	1%	1%
nincs jövedelme	3%	7%	7%	1%	7%	6%	6%
nem válaszolt	23%	19%	18%	19%	25%	20%	20%

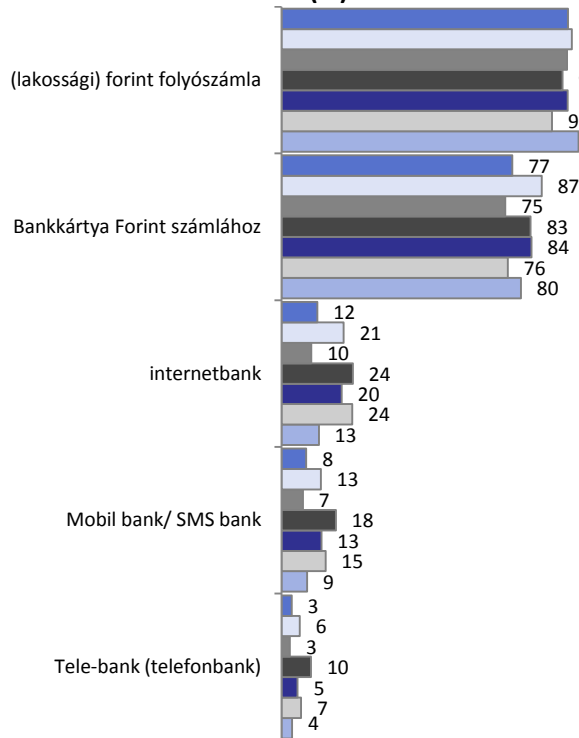
► **A termékhasználat eloszlása**

Az alaptermékek közül a folyószámla és a kapcsolódó bankkártya a leginkább használt termék. Az elektronikus szolgáltatások közül az internet bank a legkedveltebb formája a pénzügyek intézésre, a banki ügyfelek egytizede ezzel az opcióval. A fedezetlen hitelek, valamint a megtakarítással rendelkező ügyfelek közt magasabb az internetbank szolgáltatás használata, de általában a hitellel rendelkező és a megtakarító ügyfelek közül többen használják az elektronikus banki szolgáltatásokat.

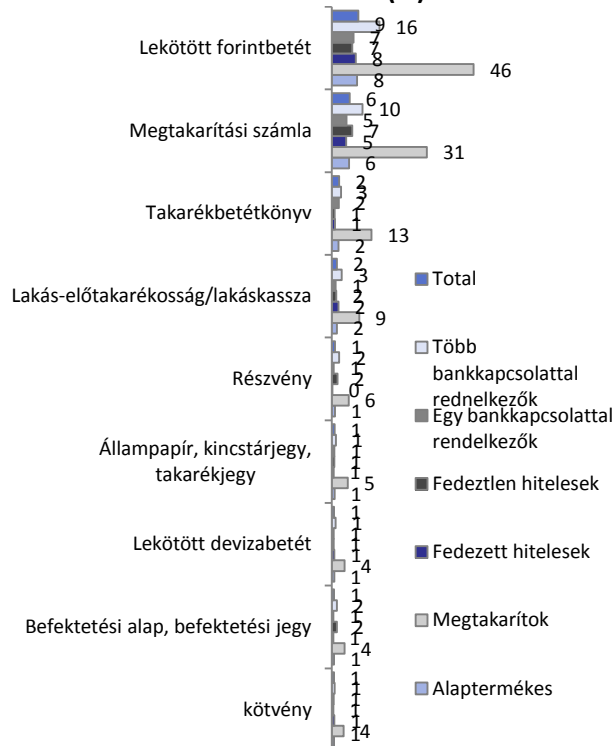
A megtakarítási portfólió összetétele, jellemzően forint alapú lekötött betétből áll, valamint a megtakarítási számla is kedvelt banki termék a megtakarítások között. A megtakarítók közül is csak mérsékelt arányban vannak azok, akik valamilyen értékpapírba fektették pénzüket, összesen 23% rendelkezik valamilyen értékpapírral.

A hitellel rendelkezők esetében kevesen vannak azok, akik a törlesztés mellett tudnak félre tenni havi jövedelmükből, a fedezetlen hiteles ügyfelek 8%-a, a fedezett hitelek. A több banki kapcsolattal rendelkezők közel egytizede rendelkezik valamilyen megtakarítással, ezen belül leggyakrabban forintbetéttel vagy megtakarítási számlával.

15. ábra Az alaptermékek igénybevételének eloszlása (%)



16. ábra A megtakarítási termékek igénybevételének eloszlása (%)



A banki kapcsolattal rendelkezők egytizede rendelkezik fedezetlen hitellel, ezen belül 5% valamilyen külföldi pénznemben vette fel hitelét. A több bankkapcsolattal rendelkezők 8%-nak van fedeztetten hitele, ez is igazolja, hogy leginkább a kedvező kondíciójú hitelfelvétel miatt választanak több bankot is egyszerre a bankhasználók.

A lakosság hitelállománya leginkább valamilyen devizában van, ami abból következtethető, hogy a fedezett hiteles ügyfelek közt 33%-a deviza alapú lakáshitellel, valamint 9%- deviza szabad felhasználású jelzáloghitellel rendelkezik.

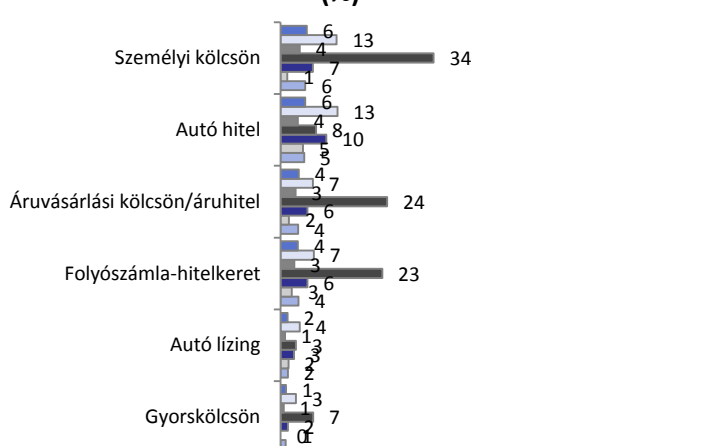
A bankhasználók közel 10%-a, valamint a fedezetlen hitellel rendelkezők 34%-a igényelnek valamelyik banktól személyi kölcsönt. A fedezetlen hitelt igénylők közt többen vannak, akik áruhitellel, valamint folyószámla hitelkerettel rendelkeznek.

A több bankkapcsolattal rendelkezők 13-13%-a rendelkezik személyi kölcsönrel illetve autóhitellel.

17. ábra A fedezett hitelek igénybevételének eloszlása (%)



18. ábra A fedezetlen hitelek igénybevételének eloszlása (%)



► Termékválasztás folyamata

A kutatás során négy féle terméket vizsgáltunk részletesen, annak érdekében, hogy megismerjük a terméktájékoztatástól a termék igénybevételig lezajló folyamattal kapcsolatos ügyfél tapasztalatokat. A termék kiválasztásával kapcsolatban elemezzük a termék megismerésének aktív információs csatornáit, a végső döntés meghozatalának befolyásoló tényezőit, azaz megvizsgáljuk, hogy a vizsgált termékek esetében mennyire valószínűsíthető a bankok közötti verseny.

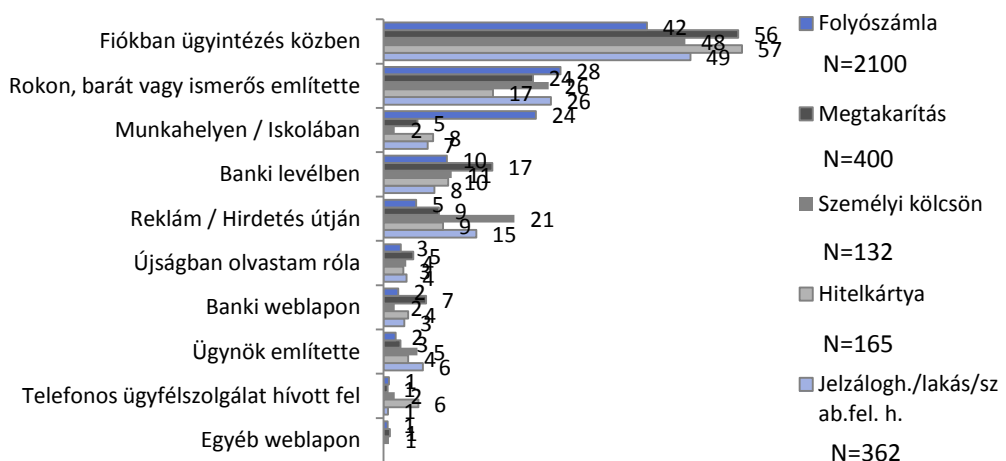
Az eredmények vizsgálatával megállapítható, hogy a bankfiókon keresztüli tájékoztatás a legaktívabb az ügyfelek informálására. Főként a megtakarítási termékek és a hitelkártya esetén jellemző, hogy a bankfióki látogatáskor az ügyintézők keresztértékesítik az említett termékeket.

A következő jelentős információs csatorna az elégedett ügyfél, hiszen jellemzően magas azok aránya, akik rokonoktól, baráttól vagy ismerőstől hallott először az adott banki termékről.

A folyószámla esetén fordul elő legtöbbször, hogy a munkahelyen vagy az iskolában hallanak először a termékről, közel a folyószámlások egynegyede kapott tájékoztatást ilyen módon.

A banki levél főként a megtakarítási termék esetén jelentős információs eszköz, a megtakarítási termékkel rendelkezők 17%-a banki levélen keresztül találkozott először a befektetési lehetőségekkel. A személyi kölcsön esetében a reklámok és a hirdetésekre jobban felfigyeltek az ügyfelek, mint a többi vizsgált termék esetében, ugyanis a személyi kölcsönrel rendelkezők 21%-a említette reklámokat.

19. ábra Honnan hallott az ügyfél a termékről? (%)

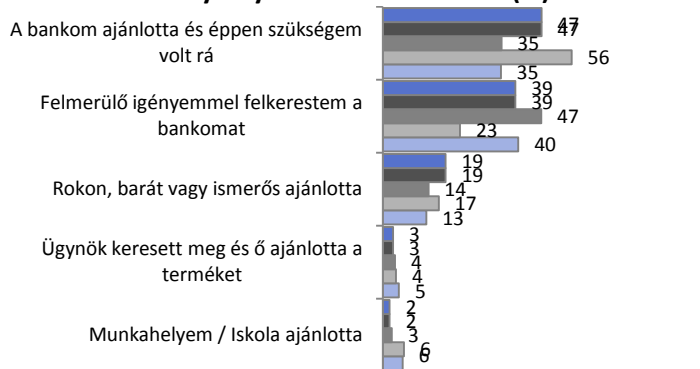


A termék kiválasztásának módjainak elemzésén keresztül következtethetünk arra, hogy mekkora a verseny a bankpiacon szereplő bankok között az egyes vizsgált termékek esetén. Az egyes válaszok elemzésével elmondható, hogy leginkább a jelzáloghitelek és a személyi kölcsön esetében beszélhetünk versenyhelyezetről, ugyanis e két termék esetében jellemző leginkább, hogy az igénybevétel előtt az ügyfelek több bank ajánlatát is megtekintik, összehasonlítják, majd - vélt vagy valós indokok előnyök alapján – a számukra legjobb ajánlat választásával hozzák meg döntésüket. A hitelkártya és a folyószámla azok a tipikus termékek, amiket az ügyfél jellemzően a meglévő bankkapcsolat kezdeményezésére, jó időben adott ajánlata alapján fogad el.

Összességében elmondható, hogy a már meglévő bankkapcsolat jelenléte, egyfajta bizalmi kapcsolat kialakítása az elsődleges befolyásoló tényező a termékválasztáskor, ezért fontos jelen gazdasági helyzetben a bankok meglévő ügyfeleinek elsődleges ügyféllé való konvertálása.

Az adatok elemzésével látható, hogy főként a hitelkártyánál fordul elő, hogy az ügyfél elfogadja a bank által kiajánlott terméket. A személyi kölcsön és a jelzáloghitelek esetében éppen fordítva történik a választás, az ügyfél felmerülő igénye alapján keresi fel a saját bankját, azonban van olyan banki ügyfél, aki alaposan körbejárja a bankpiai lehetőségeket, több pénzügyi ajánlatát is megtekintti és a legjobb kondíció alapján dönt.

20. ábra A termék választás módja- amikor nincs versenyhelyzet a bankok között (%)



21. ábra A termék választás módja- amikor versenyhelyzet van a bankok között (%)



TERMÉKHASZNÁLAT

Az öt termék csoport elemzésével, megvizsgáltuk az ügyfelek tapasztalatait a termék igénybevétel folyamatáról, többek közt vizsgáltuk az átfutási idők átlagos hosszát, valamint szemügyre vettük termék használata során szerzett benyomásokat például a banki költségek, díjak alakulásáról.

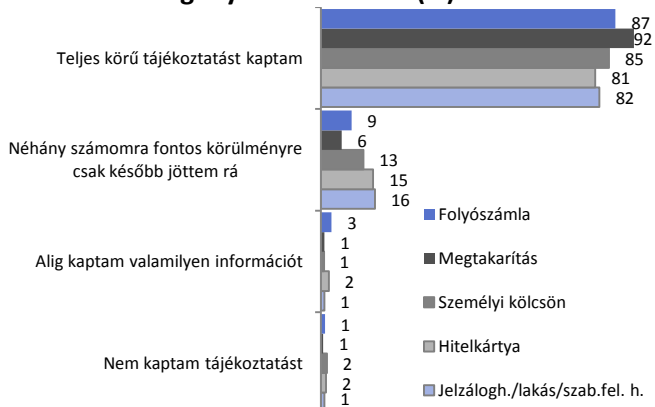
► Tájékoztatás és ügyfélszolgálat

Általában elmondható, hogy a banki tájékoztatás megfelelő minőségben történik, az ügyfelek többsége úgy gondolja, hogy teljes körű tájékoztatást kapott, mielőtt megkötötte a szerződést a bankkal. A megtakarítással rendelkezők tájékoztatása tűnik a legjobbnak, hiszen köztük csak kis arányban vannak azok, akik már a termékhasználat alatt döbbsentek rá néhány fontos, a termékkel kapcsolatos részletre.

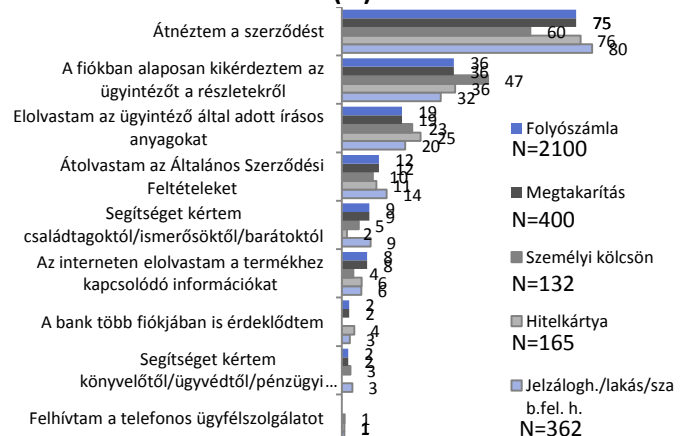
A kutatás eredményei alapján a hitelkártyás és a jelzáloghiteles ügyfeleknél érezhető némi csalódás a tájékoztatással kapcsolatban, egytizedük úgy gondolja, hogy csak később derült fény néhány fontos körülményre.

A teljes körű információszerzés másik fontos tényezője az ügyfél motiváltsága, ezért azt is vizsgáljuk, vajon az ügyfél maga mennyire tájékozódik az adott termékről. A gyakoriságok elemzésével arra lehet következtetni, hogy a banki kapcsolattal rendelkezők többsége, közel 80 %-a az igényléskor kapott szerződést nézi át, közel 40%-uk az ügyintézőt is megkérdezi. Összességébe nézve az ügyfelek csupán egy, maximum kettő információs lehetőséget használnak ki arra vonatkozólag, hogy minden ismeretet megszerezzenek az igénybevétel feltételeiről, valamint a kondíciókról, amely leggyakrabban a szerződés átolvasása és személyesen, az ügyintézőtől való tájékozódás.

22. ábra A tájékoztatás minősége a termék igénybevétele előtt (%)

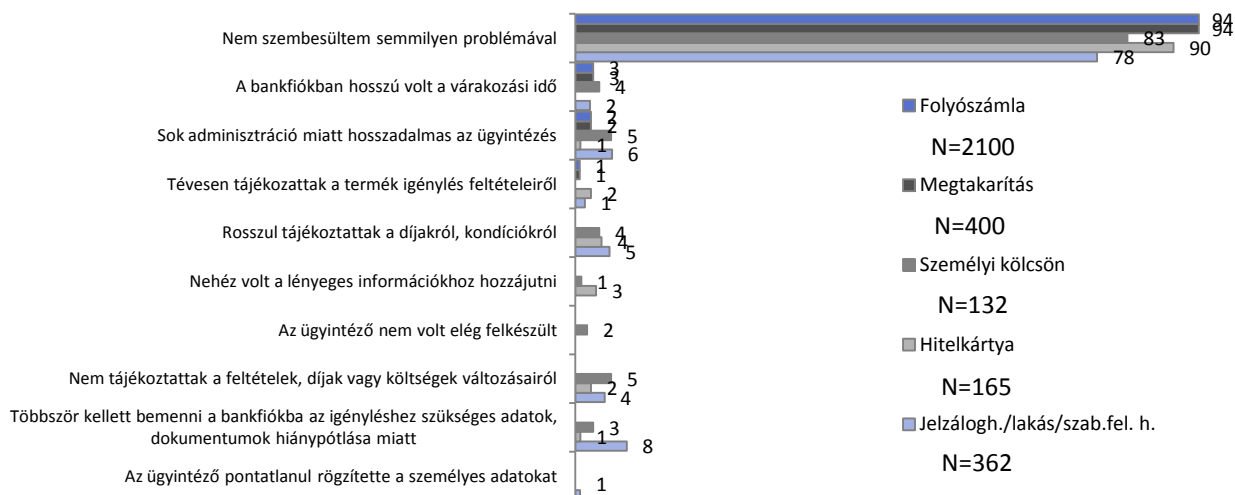


23. ábra Mennyire tájékozódik az ügyfél a szerződéskötés előtt? (%)



Tovább vizsgálva az ügyfelek benyomásait a termék igénybevétel folyamatával kapcsolatban, elmondható hogy többségében nem tapasztalnak semmilyen ügyfélszolgálati problémát. A részletesen vizsgált termékek közül jellemzően a személyi kölcsön és a jelzáloghitelek esetében tapasztalható némi ügyfél elégedetlenség. Néhány esetben előfordul, hogy az ügyintézési idő hosszúra nyúlik az adminisztrációs teendők miatt, vagy a költségekről, díjakról szóló tájékoztatás hiányosnak bizonyul. A jelzáloghiteles ügyfelek elmondása alapján előfordul, hogy a hitelügyintézés több napot is igénybe vesz, többször kell a bankfiókba menni, mire a szerződéskötés megtörténik.

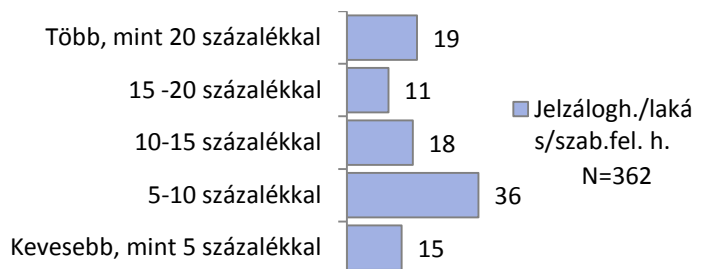
24. ábra Milyen ügyfélszolgálati problémák jelentkeztek a termék igénybevételkor? (%)



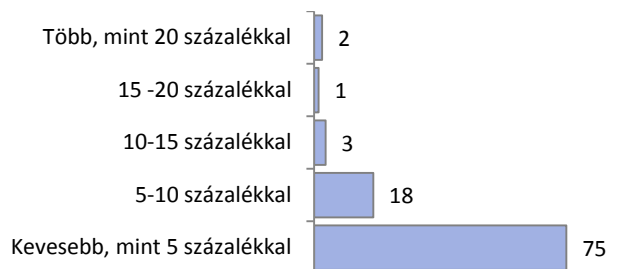
► **Hiteltörlesztés**

A jelzáloghitellel rendelkezők havonta átlagosan negyvenhárom ezer forintot törlesztést fizetnek a bankoknak, többségük a törlesztő részlet növekedését tapasztalta az elmúlt félévben. A gyakoriságok vizsgálatával látható, hogy többnyire 10% alatti törlesztőrészlet növekedésről van szó, azonban az ügyfelek többsége maximum további 5 % növekedést tudna még elviselni a jövőben.

25. ábra Mennyivel növekedett az elmúlt fél évben a havi törlesztési kötelezettség? (%)



26. ábra Mekkora törlesztő részlet növekedést tud még kigazdálkodni a jövedelméből? (%)



Az elmúlt félévben történő növekedések ellenére, az ügyfelek egyharmada nem számol azzal a veszéllyel, hogy nem tudja majd fizetni a bankkal szemben fennálló tartozását, elsőként a bankkal próbálnának megegyezni, a futamidő növekedéséről, csak egytizedük mondana le nagyobb kiadásairól.

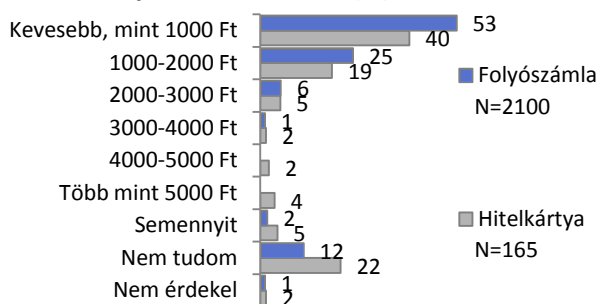
27. ábra Milyen intézkedéseket tesz, ha már nem tudja fizetni a havi törlesztési kötelezettséget a bank felé? (%)



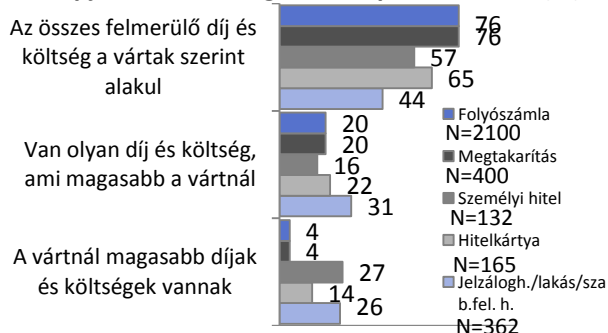
► Díjak költségek

Vizgáltuk az ügyfelek díjakról szóló információ tudását, napra készségét, valamint az ezzel kapcsolatos benyomásait is. A hitelkártyás és a folyószámlával rendelkező ügyfelek egyaránt kétezer forint alatti összegre becsülik a bankoknak fizetendő havi költségeket. A hitelkártyával rendelkező ügyfelek közel negyede nincs tudatában mennyit vonnak le a bankok havonta díjak és jutalékok címén. Az költségekkel kapcsolatos ügyfél tapasztalatok vizsgálatában megállapítható, hogy főként a hites ügyfelek érznek némi csalódást, jellemzően a jelzáloghitellel és a személyi kölcsönrel rendelkezők találkoztak nem várt költséggel a hitelfelvétel után.

28. ábra Átlagosan mennyit vonnak le a bankok díjak és jutalékok címén? (%)



29. ábra Milyen benyomás alakult ki a tájékoztatás alapján várt költségekkel kapcsolatban? (%)



▶ Átfutási idők

Bővebben vizsgáltuk a négy termékcsoporthoz, hogy milyen gyors az ügyintézés a bankoknál, azaz hány napot vesz igénybe a kártyák megérkezése illetve a hitelek folyósítása.

Az ügyfél tapasztalatok azt mutatják, hogy a bankkártyák illetve a hitelkártyák körülbelül két héten belül érkeznek meg az igényléstől számítva. Személyi kölcsön esetén is összességében két hét is eltelhet az első kapcsolatfelvételtől a hitel folyósításáig. A ügyintézési idő és a kérelem beadásától a folyósításig eltelt idő a jelzálog hitelek esetében már hosszabb a többi termékhez képest. Általában egy hónapot is igénybe vesz az ügyintézés és a banki oldalról történő jóváhagyás majd hitelfolyósítás.

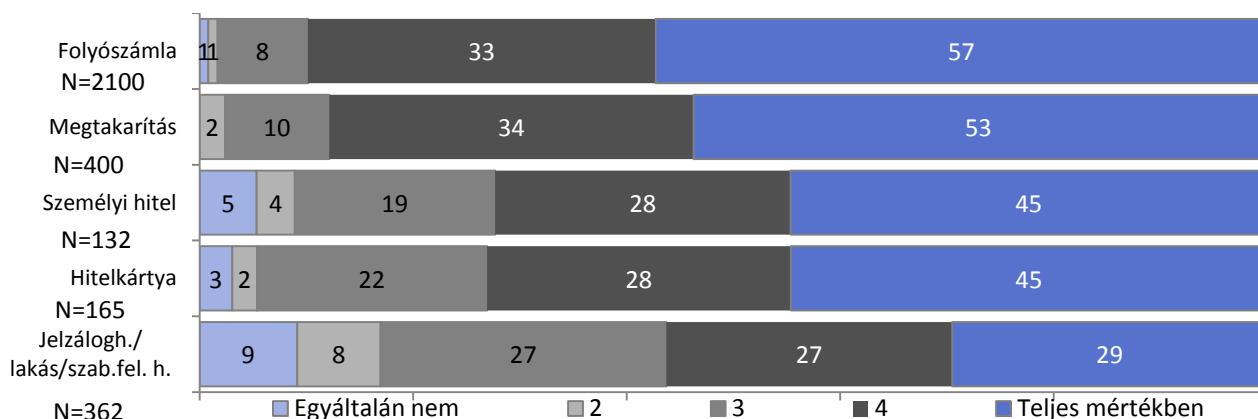
14. táblázat Az átlagos átfutási idők a kutatás során vizsgált termékek esetében

	Folyószámla	Hitelkártya	Személyi kölcsön	Jelzáloghitel /szabad. felhasz. h./lakáshitel
Mennyi idő telt el a kártyaigénylés beadásától a kártyakézhezvételéig? (nap, átlag)	13			
Mennyi idő telt el a kártyaigénylés beadásától a kártyakézhezvételéig? (nap,átlag)		14		
Mennyi idő telt el a kapcsolatfelvételtől (ügynök/a bankfiók felkeresése) a hitel kérelem beadásáig? (átlag)			7	
Mennyi idő telt el hitel kérelem beadásától a hitel folyósításáig? (nap, átlag)			11	
Mennyi volt a bankkal történő első kapcsolatfelvételtől a hitel kérelem beadásáig eltelt idő? (nap,átlag)				19
Mennyi idő telt el hitel kérelem beadásától a hitel folyósításáig? (nap,átlag)				33

▶ Termékelégedettség

A vizsgált termékek kontextusában ötös skálán vizsgáltuk azt, hogy az igénybe vett termék mennyire felel meg az ügyfelek igényeinek. A folyószámlával és valamilyen megtakarítással rendelkező ügyfelek elégedettsége a legmagasabb, valamint a fedezetlen hitelesek, azaz a személyi kölcsönrel rendelkező, illetve a hitelkártyás ügyfelek sem találnak sok kivetni valót a vizsgált termékben.

30. ábra Mennyire elégedett a termékkel összességben? (%)



15. táblázat Az átlagos elégedettség (1-5-ös skálán)

	Átlag 1-5-ös skálán
Folyószámla	4,5
Megtakarítások	4,4
Hitelkártya	4,3
Személyi hitel	4,2
Jelzáloghitel /szabad. felhasz. h./lakáshitel	3,6