

A vevőelégedettség és a lojalitás kapcsolata a kereskedelmi bankok szférájában

1. rész

A vevőorientáció fontossága nem új keletű az üzleti életben, hiszen a marketingirodalom és -gyakorlat, illetve az egész vállalati működés alapkövének tekinthető. A vevőorientáltsághoz azonban nem elég az, hogy egy cég magát annak tekintse. Az elsődleges az, hogy az ügyfél maga érzékeli-e ezt, és az igénybevett szolgáltatásokkal elégedett-e. A kutatás végső célja a bankhasználati szokások, a pénzintézetekkel való elégedettség és ezen keresztül a bankváltás kérdéseinek vizsgálata a lakosság egy szegmensében, nevezetesen az Internetet használó 18–69 éves válaszadók körén belül. Jelen tanulmány a felmérés szociodemográfiai eredményeit mutatja be.

A vevőorientáltság egyik (nem teljes) mérési és elemzési eszköze a vevői elégedettség vizsgálata. Az elégedettség azonban nem jelent közvetlenül lojalitást, és az elégedetlenség sem jelenti egyértelműen az intézmény elhagyását.¹

A kutatás abból a hipotézisből indult ki, hogy a banki ügyfelek alacsony szintű elégedettsége nem feltétlenül determinálja a bankváltást. A bankváltás motivációja nem önmagában az elégedetlenségben gyökerezik, az elégedettség hiánya még nem enged arra következtetni, hogy az adott pénzintézeti ügyfél lecseréli szolgáltatóját egy másik bankra. Ennek hátterében több ok állhat, amelyek között fontos megemlíteni a kényelmi szempontokat (a bankfiókok, a bankautomaták elérhetősége), a bankváltás alternatív költségeit (az adminisztrációs teendők keltette nehézségek, az utánajárás generálta intézkedések), a kockázatkerülő magatartást (tartózkodás az ügyfélmúlt elvesztésétől). A szolgáltatások igénybe vétele és a termékvásárlás közötti egyiptő különbséget fogalmazza meg tehát a kiinduló feltételezés, miszerint a szolgáltató-szektorban egy szolgáltatótól való elpártolás kevésbé egyszerű folyamat, mint a kiskereskedelemben egy bolt helyett egy másiknak a kiválasztása.²

A KUTATÁS MÓDSZERTANA, AZ ADATFELVÉTEL ÉS A MINTA

Az adatfelvétel CAWI technikával (*Computer Aided Personal Interview*), vagyis online megkérdezéssel, önkitöltős kérdőívvel készült. Az adatfelvétel lebonyolításában az NRC Internet Marketing Tanácsadó és Piacutató Kft. és a BellResearch volt segítségemre. A lekérdezés 2006.

1 Bátor (2003): A kereskedelmi bankok ügyfélkörének döntéshozatala – 1. rész

2 Bátor A. – Józsa L. – Sasné G. A. (1999): Marketingtaktikai elemek a kiskereskedelemben. Egy empirikus vizsgálat tanulságai.

december elején történt. Az adatfelvétel során 530 válaszadó került megkérdezésre. A válaszadók a 18–69 éves felnőtt lakosság tagjaiból kerültek ki, akiknek közös jellemzője, hogy az Internetet legalább hetente egyszer használják. Ezen jellemzők képezték egyben a súlyozás alapját is.

A kérdőívben szereplő kérdéstípusok között az egyválaszos, a többválaszos kérdéslehetőségek mellett skálás (Likert-skála) kérdések szerepeltek döntő többségében. Ebből következik, hogy a kutatás során főként egyszerű alapstatisztikákat alkalmaztunk, nevezetesen az átlagok, gyakoriságok, megoszlások számítása. Az alapstatisztikák mellett sor került komplexebb statisztikai módszertan és modellek alkalmazására is, amelyek közül az alábbiakat érdemes megemlíteni:

- khi-négyzet próbán alapuló szignifikancia-vizsgálat;
- fontosság-elégedettség (RS) modell;
- diszkriminancia-analízis.

A válaszadók demozskópikus elemzéséből kiderült, hogy a megkérdezettek *demográfiai összetétele* jelentős különbségeket mutat a teljes hazai lakossághoz képest. Az összes válaszadó csupán 45,5%-a nő, ami a magyar lakossághoz képest arányeltolódást mutat, de visszaigazolja az internethasználók körében érzékelhető megoszlást.

A megkérdezettek korstruktúrája is a fentieket támasztja alá. A legtöbben, vagyis a válaszadók több mint ötöde (21%) a 21–25 éves korcsoportból kerültek ki, de közel ennyien voltak a 26–30 évesek is (19%). A 31–35 év közöttiek adták az összes megkérdezett 13%-át. Minden tizedik válaszadó a fiatal-középkorúak csoportjából került ki (36–40 évesek) és 9%-ot adtak a 41–45 éves emberek. A kutatás szempontjából „legidősebb” csoportok, vagyis a 45 év feletti válaszadók az összes megkérdezett 22%-át jelentették. A legkevesebben a legfiatalabban, azaz a 21 év alattiak voltak (6%).

Az iskolai végzettség szerinti megoszlás szerint a megkérdezettek 87%-a legalább érettségivel rendelkezik, ezen belül is a felsőfokú végzettséggel bírók aránya 38%. A fennmaradó mindössze 13%-nak nincs érettségije, ami ugyancsak azt a képet erősíti, hogy az internetezők demográfiája jelentős különbséget mutat a lakosság egészéhez képest.

Ha a megkérdezettek lakóhelyét, illetve annak településtípusát vizsgáljuk, szintén eltérést tapasztalunk a rendszeresen internetezők és a magyar lakosság között. Minden harmadik válaszadó a főváros-

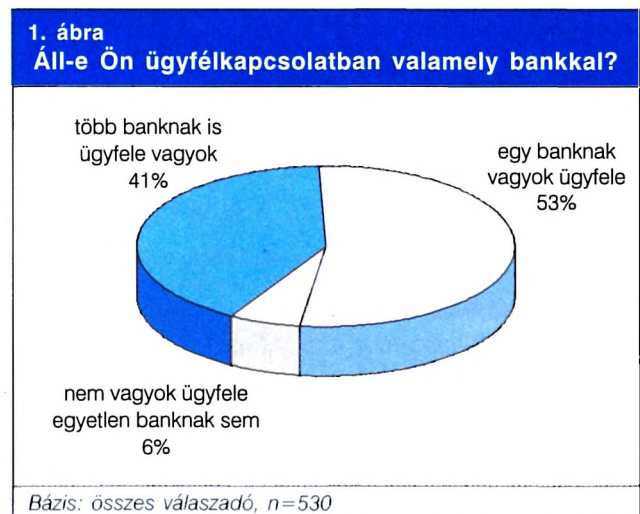
ban lakik, itt tölti ideje jelentős részét. Minden második megkérdezett szintén valamelyik város lakója: a megyeszékhelyeken a válaszadók 25, egyéb városban a megkérdezettek 24%-a lakik. Falvakban, községekben lakóknak a célszemélyek 18%-a vallotta magát a kérdőívek kitöltése során.

A válaszadók 84%-a naponta és 10%-uk hetente többször is internetezik. Az internethasználat helyeként legtöbbször az otthoni helyszínt jelölték meg (70%), amit a munkahelyi internetezés követ (45%). Oktatási intézményben a megkérdezettek 17%-a használja az Internetet, ismerősöknél, rokonoknál vagy éppen barátoknál a válaszadók 14%-a internetezik, 7%-ban a könyvtárak, teleházak szolgáltatásait (is) használják a Web eléréséhez. Az Internet kávézók, az eMagyarország pontok és egyéb helyek kevésbé népszerűek az Internetre való csatlakozáskor (rendre: 3%, 1%, 3%).

A BANKHASZNÁLAT

Az 530 válaszadóból kevesebb, mint 6% (30 fő) állította magáról, hogy nincsen semmilyen banki kapcsolata. A válaszadók több mint fele (63%-a) egy bankkal áll kapcsolatban, 41%-uk pedig több pénzintézet szolgáltatásait is igénybe veszi. (1. ábra)

Összevetve az egyes demográfiai jellemzőket a bankkapcsolatok meglétével, bizonyos esetekben szignifikáns különbségeket tapasztalhatunk. Egy-egy szegmens esetében jellemzőbb a több bankkal való kapcsolattartás, míg más szegmensekre az egy bankkal kötött szerződés jellemzőbb. Az alacsony minta-elemszám miatt a szignifikancia-analízisbe nem került bele az a szegmens, amelynek válaszadói nem



rendelkeznek bankkapcsolattal (30 fő). Ezt a réteget további alcsoportokra bontva néhol kimutatható alul- vagy felülreprezentáltság, de olyannyira kisméretűek ezek a csoportok, hogy azokat elemezve esetlegesen téves következtetések lennének levonhatók.

A férfiakra jellemzőbb, hogy több bankkal tartanak kapcsolatot, mint a nők: előbbieket majdnem fele több pénzintézet szolgáltatásait is igénybe veszi, míg utóbbiak hattizede csak egy bankkal kötött szerződést.

Az iskolai végzettség viszonylatában a több bankkapcsolattal is rendelkezők között felülreprezentáltak a felsőfokú végzettségűek (52%), az egy banki kapcsolatot magukénak tudók főleg a középfokú végzettségűek közül kerülnek ki (60%-uknak van egy bankkal kapcsolata).

Az életkort vizsgálva az látszik, hogy a középkorúak esetében a pénzügyi kérdésekre inkább érvényes a „több lábbon állás”, míg a fiatalabbaknál éppen ellenkező a helyzet: ők jellemzően csak egy bankkal intézik pénzügyeiket.

A fentiek összegzésként tehát elmondható, hogy több pénzintézeti kapcsolattal inkább

- a férfiak;
- a felsőfokú végzettségűek;

- a középkorúak rendelkeznek.

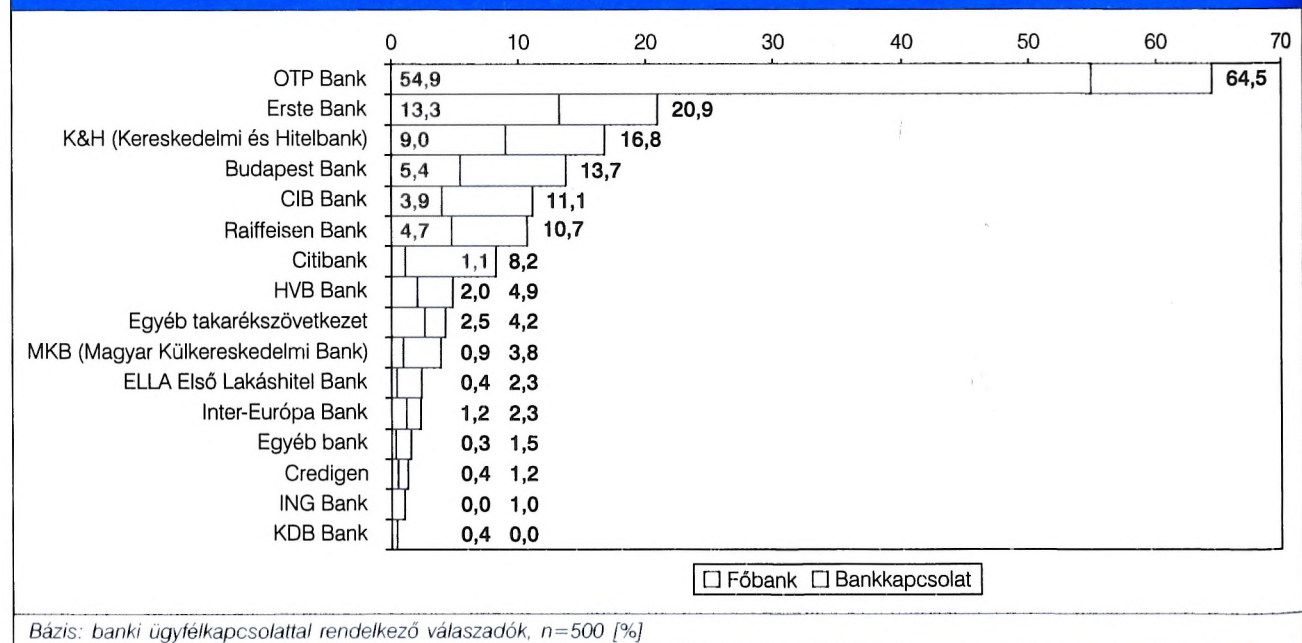
A következő táblázat és ábra a nevesített bankkapcsolatot vizsgálja¹. A bankkapcsolat kérdésére vonatkozó válaszok megoszlásának összessége természetesen több mint száz százalék, hiszen egy válaszadó több bankkal is állhat ügyfélkapcsolatban. A főbank esetében ez értelemszerűleg már nem igaz. (Főbanknak tekintjük azt a pénzintézetet, amely a megkérdezett véleménye szerint a legfontosabb szerepet játssza a napi pénzügyeinek intézésében, pl. az a bank, ahová a fizetését utalják, vagy amelyikhez először fordul, ha pénzügyi szolgáltatást akar igénybe venni).

Nem okoz meglepetést, hogy mind a bankkapcsolat, mind a főbank tekintetében a piacvezető OTP Bank kapta a legtöbb említést (65% és 55%). Az OTP után jóval lemaradva, de még mindig jelentős arányban az Erste Bank szerepel a második helyen: minden ötödik válaszadó valamilyen kapcsolatban van a pénzintézettel és a megkérdezettek 13%-a tekinti egyben főbankjának is.

A K&H Bankra 17% mondta, hogy valamilyen ügyfélkapcsolatban van a pénzintézettel és a válaszadók 9%-a főbankként kezeli azt. A Budapest Bankot 17%-ban nevezték meg a kérdőívet kitöltők és mind-

2. ábra

Melyik bankkal áll Ön kapcsolatban? Melyik az Ön főbankja?



1 A továbbiakban a „válaszadók”, „megkérdezettek” és ezekkel rokon fogalmak alatt azokat a kutatásban résztvevő személyek értendők, akik rendelkeznek bankkapcsolattal [n=500 fő].

össze öt százalékban mondták, hogy ez a pénzügyintézet a főbankjuk is. Említésre méltó még a CIB Bank és a Raiffeisen Bank, amelyek egyenként kicsivel több mint tíz százalékot tudhatnak magukénak a párhuzamos ügyfélkapcsolatokból. E két pénzügyintézet esetében azonban a főbankként történő említés nem éri el az öt százalékot. (2. ábra)

A további bankokat, mint főbankot a válaszadók igen csekély arányban neveztek meg jóllehet, a Citibank, a HVB Bank és az egyéb takarékszövetkezetek még négy százalék feletti említést kaptak, hogyha a többes bankkapcsolatokra nézzük.

A termékhasználat során a legfontosabb pénzügyi termékek közül a lakossági és céges folyószámlát, a lekötött betétet a hitelszerződést és egy összesítő egyéb kategóriát elemeztünk. (3. ábra)

A leggyakrabban igénybe vett pénzügyi szolgáltatás a lakossági folyószámla, amellyel szinte minden válaszadó rendelkezik (95%). Hitelszerződése a megkérdezettek 20%-ának van, és majdnem minden ötödik válaszadó rendelkezik lekötött betéttel (19%). Céges folyószámlája közel minden tizedik válaszadónak van, az egy csoportba sorolt egyéb pénzügyi szolgáltatások penetrációja pedig 14% a bankkapcsolattal rendelkezők között.

A bankhasználatot leíró általános kérdések közül az ügyintézés módja, a kapcsolattartás gyakorisága

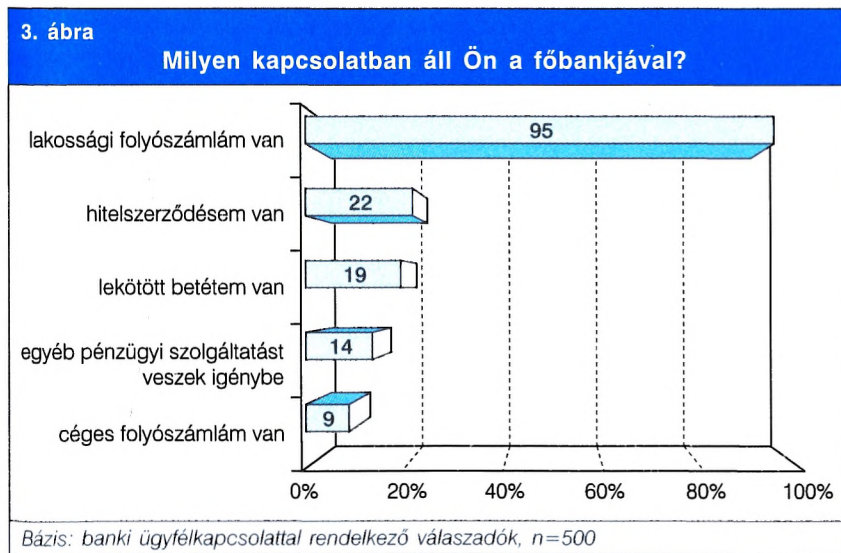
jellemzi még jól a lakosok pénzügyi edukációját. Ennek feltárásához a vizsgálat kitért arra, hogy a válaszadók milyen mértékben használják a legújabb technológiák adta lehetőségeket (pl. internetes bankolás), vagy mennyire ragaszkodnak a hagyományos

„A fő ügyintézési mód a hagyományos, személyes kapcsolaton nyugszik: a válaszadók 88% intézi ilyen módon banki ügyeit. Annak ellenére, hogy rendszeresen internetezők képezték a kutatás célcsoportját, a pénzügyek intézését csak a megkérdezettek fele (49%) bonyolítja a világhálón keresztül. Ez ugyan relatíve alacsony aránynak tekinthető, de ez a ráta mindenképpen magasabb, mintha a teljes lakosság körére készült volna el az elemzés, sőt, az internetalapú banki ügyintézés ezzel az említési gyakorisággal a második helyen szerepelt a felsoroltak között.”

módszerekhez (személyes ügyintézés). A következő szakaszok ezt a kérdéskört vizsgálják. (4. ábra)

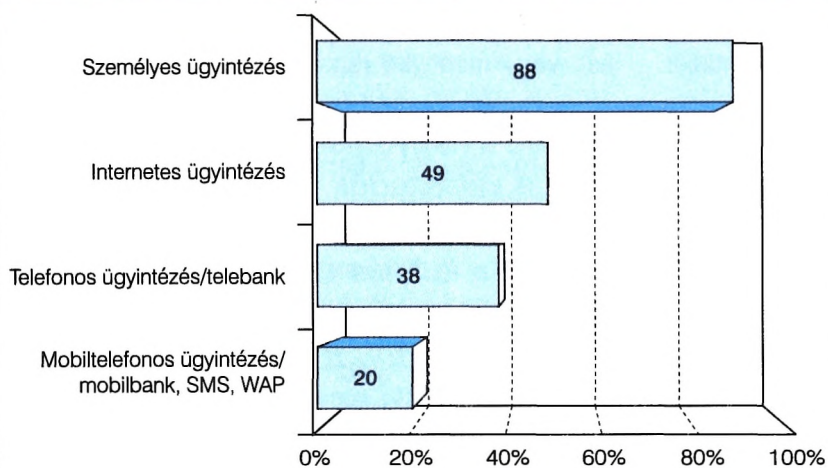
A banki ügyintézés egy többválaszos kérdés vizsgálta, amelynek eredményeként az látszik, hogy a fő ügyintézési mód a hagyományos, személyes kapcsolaton nyugszik: a válaszadók 88% intézi ilyen módon banki ügyeit. Annak ellenére, hogy rendszeresen internetezők képezték a kutatás célcsoportját, a pénzügyek intézését csak a megkérdezettek fele (49%) bonyolítja a világhálón keresztül. Ez ugyan relatíve alacsony aránynak tekinthető, de ez a ráta mindenképpen magasabb, mintha a teljes lakosság körére készült volna el az elemzés, sőt, az internetalapú banki ügyintézés ezzel az említési gyakorisággal a második helyen szerepelt a felsoroltak között. A vezetőkes telefon segítségével történő ügyintézés az esetek 38%-ában érzékelhető, míg a mobiltelefon-alapú ügyintézés minden ötödik válaszadóra jellemző.

A fenti gondolatsorból az látszik tehát, hogy a modern technológiák ugyan kiegészítik a hagyományos módszereket, de semmiképpen sem váltják ki azok alkalmazását. Ez természetesen nem okozhat nagy meglepetést, hiszen



4. ábra

Milyen módon szokta Ön banki ügyeit intézni?



Bázis: banki ügyfélkapcsolattal rendelkező válaszadók, n=500

vannak esetek, amikor a személyes banki kapcsolat gyakorlatilag elengedhetetlen akár az infrastruktúrát, akár az üzletmenet adminisztrációit tekintjük. Ilyen eset lehet például egy új pénzügyintézet kötött szerződés, talán éppen egy korábbi szerződés megszüntetését követően.

Ha arra vagyunk kíváncsiak, milyen gyakorisággal használják az egyes ügyintézési formákat a válaszadók, akkor a kép egy kicsit árnyaltabbá válik. (1. táblázat)

Az internetes ügyintézés leszámítva jellemzően havi vagy még ennél is ritkább az adott ügyintézési

„Az internetalapú bankolásnál az látható, hogy a szolgáltatást igénybe vevők héttizede havonta több alkalommal, vagy még ennél is sűrűbben alkalmazza ezt a lehetőséget. A mobilbank használatának intenzitása szintén elég magasnak mondható: a szolgáltatást igénybe vevő válaszadók közel fele (48%) gyakori felhasználónak tekinthető ebben a megközelítésben. (...) A személyes ügyintézés – annak magas penetrációja ellenére – meglehetősen ritkán veszik igénybe a megkérdezettek: a gyakori használók mindössze 19%-ot tesznek ki.”

tartozik a gyakori használók közé (havonta többször vagy gyakrabban használja az ügyintézési formát). A

1. táblázat

Milyen gyakorisággal intézi Ön ügyeit az alábbi módokon?

Segített, többválaszos kérdés

	minden nap		hetente többször		havonta többször		havonta vagy ritkábban		összesen	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Személyes ügyintézés	4	0,9	10	2,2	69	15,7	357	81,3	440	100,0
Telefonos ügyintézés/telebank	2	1,2	7	3,8	48	24,8	135	70,2	192	100,0
Milyen módon szokta Ön banki ügyeit intézni? / Mobiltelefonos ügyintézés/mobilbank, SMS, WAP	4	3,9	17	16,7	27	27,4	52	52,0	100	100,0
Internetes ügyintézés	20	8,3	62	25,5	90	36,9	72	29,3	245	100,0

Bázis: azok a válaszadók, akik intézik banki ügyeiket az adott módon

személyes ügyintézés – annak magas penetrációja ellenére – meglehetősen ritkán veszik igénybe a megkérdezettek: a gyakori használók mindössze 19%-ot tesznek ki.

Egy adott ügyintézési mód elterjedtsége, penetrációja és annak igénybevételi gyakorisága tehát nem adnak bijektív kapcsolatot, de látható, hogy a „kényelmes” megoldásokat nagyobb előszeretettel használják gyakrabban az emberek, mint a kötöttebb formákat.

Egy rövid gondolat erejéig kitérve a személyes ügyintézésre mint a legelterjedtebb, ámde arányaiiban a legritkábban használt módszerre, az alábbi táblázat megmutatja, hogy mely időpontok a legnépszerűbbek a személyes ügyfélkapcsolat lebonyolításakor. (2. táblázat)

2. táblázat A nap mely időszakában szokta Ön felkeresni a bankfiókot?		
Segített, többválaszos kérdés		
	n	%
10 óra előtt	110	24,9
10–12 óra között	147	33,5
12–14 óra között	109	24,9
14–16 óra között	160	36,3
16 óra után	109	24,7
Bázis: banki ügyeket személyesen [is] intézők, n=440		

A táblázat szerint viszonylag kiegyenlített az eloszlás a bankfiókok felkeresésének idejében, de az látszik, hogy a késő délelőtti és a munkaidő vége előtti időpontok népszerűbbek, mint a nyitást követő időintervallum, az ebédidő vagy éppen a munkaidő lejártát követő időszakok.

ELÉGEDETTSÉG A BANKOKKAL

A következő fejezet a bankhasználaton alapulva az elégedettség kérdéskörét taglalja. A kutatás egyik fő célja annak meghatározása volt, hogy a pénzintézettel szemben érzett elégedettség, illetve elégedetlenség gyakorol-e hatást a bankváltásra. Mivel ez az

egyik legfontosabb kérdéskör, ezért az elégedettség vizsgálatakor már érintőlegesen előkerül a bankváltók véleményének elemzése is. A bankváltással részleteiben a későbbi fejezetek foglalkoznak. Az alábbiakban bankváltó ügyfeleknek azokat a válaszadókat fogjuk tekinteni, akik a bankváltást – ha csak ötletszinten is – tervezik, függetlenül attól, hogy a korábbiakban váltottak-e már bankot vagy sem.

A következő táblák és értelmező bekezdések különböző szempontokon keresztül vizsgálják meg a bankválasztáskor fontos vagy kevésbé fontos jellemzőket. Ezeket összevetve az elégedettség szintjének értékelésével, egy fontosság-elégedettség diagramon ábrázolásra kerülnek azok az értékek, amelyek megmutatják, hogy az egyes pénzintézetek mely szempontok szerint mutatnak elmaradást, melyek azok, ahol az ügyfelek szerint éppen megfelelően teljesítenek és melyek azok, ahol olyan többletet nyújtanak, ami az ügyfelek igényeihez mérten talán túlzott erőfeszítés a részükről. (3. táblázat)

A fontosság és elégedettség kérdései egy ötfokú Likert-skála segítségével kerültek elemzésre, amely skálán az egyes érték jelölte az „egyáltalán nem fontos”, illetve a „nagyon rossz” ítéleteket, míg az ötös érték jelölte a „nagyon fontos”, és „kiváló” megítéléseket.

A fenti táblázat eredményeit tekintve gyakorlatilag elmondható, hogy a felsorolt szempontok összességében fontosak a válaszadók számára egy bank megítélésakor. Ezt jelzi a megkérdezettek teljes körére értelmezett válaszadói átlag (3,93), ami elhanyagolható különbséget mutat attól függően, hogy a válasz-

3. táblázat Az Ön számára mely tényezők játszanak fontos szerepet egy bank esetében?						
Átlagok [az összesen értékek csökkenő sorrendjében]						
	Összesen		Bankváltást tervezők		Bankváltást nem tervezők	
	n	átlag	n	átlag	n	átlag
Gyors ügyintézés	498	4,69	117	4,61	381	4,72
Barátságos, segítőkész ügyintézők	496	4,57	117	4,52	379	4,58
Szakértő ügyintézők	496	4,50	117	4,54	379	4,49
A banki szolgáltatások díjtételeinek mértéke	495	4,36	114	4,38	381	4,36
A kiszolgálás minősége, kényelme a bankfiókban	493	4,31	117	4,33	376	4,30
Személyes ügyfélszolgálat lehetősége	498	4,22	117	4,23	381	4,22
A bank imázsa (jóhíre)	493	4,18	117	4,13	375	4,19

3. táblázat

Az Ön számára mely tényezők játszanak fontos szerepet egy bank esetében?

Átlagok [az összesen értékek csökkenő sorrendjében]						
	Összesen		Bankváltást tervezők		Bankváltást nem tervezők	
	n	átlag	n	átlag	n	átlag
A betétek kamatai	492	4,17	117	4,18	375	4,17
ATM hálózat nagysága	490	4,11	116	4,35	373	4,04
A banki tájékoztatók, információk érthetősége, állathatósága	488	4,04	114	4,05	374	4,03
Pénzügyi szolgáltatások széles választéka	495	3,97	116	4,03	378	3,95
Fiókhálózat nagysága	493	3,74	116	3,75	376	3,74
Internet banki szolgáltatások megléte	494	3,62	116	3,50	378	3,65
Nemzetközi háttér	493	3,42	117	3,40	376	3,42
Innovatív banki szolgáltatások	492	3,41	117	3,51	374	3,37
Telebanki szolgáltatások megléte (telefonos ügyfélszolgálat)	493	3,40	117	3,32	376	3,43
Ismerősök barátok tapasztalatai, javaslatai	492	3,24	116	3,27	375	3,23
Mobilbanki (SMS-WAP) szolgáltatások megléte	493	2,85	116	2,83	376	2,85
Összesen	500	3,93	117	3,94	383	3,93

Bázis: banki ügyfélkapcsolattal rendelkező válaszadók, n=500; bankváltást tervezők, n=117; bankváltást nem tervezők, n=383

adók a bankváltást tervezők vagy nem tervezők csoportjába tartoznak (3,94 és 3,93 átlagok). Az egyes értékek az összes megkérdezett esetében a 2,85–4,69 intervallumban szóródnak.

A legmagasabb átlagos pontszámot a gyors ügyintézés fontossága kapta (4,69), amely attribútum mind a bankváltást tervezők, mind pedig a nem tervezők esetében az első helyen szerepelt. A következő legfontosabbnak ítélt szempont az ügyintézőkre vonatkozott: a barátságos, segítőkész ügyintézők (4,57) és a szakértő ügyintézők (4,50) megléte a nagyon fontos elemek közé sorolható egy bank esetében.

Habár azt várhatnánk a hazai lakosság árérzékenységének ismeretében, hogy a költségek a legfontosabbak egy szolgáltató megítélésékor, mégis az látjuk, hogy a banki szolgáltatások díjtételének mértéke csupán a negyedik legmagasabb átlagos pontértéket

kapta, sőt, még a 4,5-es átlagértéket sem érte el (4,36).

Ezt két újabb, az ügyfélkapcsolatra vonatkozó paraméter követi, nevezetesen a kiszolgálás minősége, kényelme a bankfiókban (4,31) és a személyes ügyfélszolgálat lehetősége (4,22).

Fontos szempontoknak, azaz 4-es átlag feletti értékeknek tekinthetők a bank imázsa (4,18), a betétek kamatai (4,17), az ATM hálózat nagysága (4,11) és a banki tájékoztatók, információk érthetősége, átláthatósága (4,04).

Inkább fontos, de a semlegeshez közelítő átlagpontokat tudhatunk magukénak az alábbi jellemzők: a pénzügyi szolgáltatások széles választéka (3,97), a fiókhálózat nagysága (3,74) és az internetbanki szolgáltatások megléte (3,62).

Közel semlegesnek értékelték a válaszadók a következő attribútumokat: nemzetközi háttér (3,42), innovatív banki szolgáltatások (3,41), a telebanki szolgáltatások megléte (3,4) és az ismerősök, barátok ta-

pasztalatai, javaslatai (3,24).

A mobilbanki szolgáltatások megléte kapta a legalacsonyabb átlagos pontértéket [2,85], amellyel a

„A legmagasabb átlagos pontszámot a gyors ügyintézés fontossága kapta (4,69), amely attribútum mind a bankváltást tervezők, mind pedig a nem tervezők esetében az első helyen szerepelt. A következő legfontosabbnak ítélt szempont az ügyintézőkre vonatkozott: a barátságos, segítőkész ügyintézők (4,57) és a szakértő ügyintézők (4,50) megléte a nagyon fontos elemek közé sorolható egy bank esetében.”

nem fontos jellemzők tartományába kerülve az utolsó helyre szorult.

Különböztetve a bankváltást tervezők és nem tervezők véleményét, nem látunk markáns különbségeket a válaszok többségében. A felsorolt tizenkilenc szempontból mindössze öt olyan jellemző volt, ahol a

4. táblázat

**Mennyire elégedett Ön a főbankkal
az alábbi szempontok szerint?**

Átlagok [az összesen értékek csökkenő sorrendjében]

	Összesen		Bankváltást tervezők		Bankváltást nem tervezők	
	n	átlag	n	átlag	n	átlag
Barátságos, segítőkész ügyintézők	497	4,12	116	3,65	381	4,27
Személyes ügyfélszolgálat lehetősége	499	4,07	117	3,83	382	4,15
Fiókhálózat nagysága	495	4,03	116	3,98	379	4,05
Internet banki szolgáltatások megléte	492	3,98	117	3,73	375	4,06
Szakértő ügyintézők	492	3,94	116	3,49	376	4,08
A kiszolgálás minősége, kényelme a bankiokban	496	3,88	117	3,35	379	4,04
ATM hálózat nagysága	492	3,87	117	4,02	375	3,83
Pénzügyi szolgáltatások széles választéka	494	3,85	117	3,45	377	3,97
Telebanki szolgáltatások megléte (telefonos ügyfélszolgálat)	488	3,80	115	3,60	373	3,87
A banki tájékoztatók, információk érthetősége, átláthatósága	494	3,77	117	3,47	377	3,87
Gyors ügyintézés	496	3,66	117	3,14	379	3,83
Mobilbanki (SMS-WAP) szolgáltatások megléte	484	3,60	116	3,40	368	3,66
Innovatív banki szolgáltatások	489	3,50	117	3,16	372	3,60
A banki szolgáltatások díjtételeinek mértéke	496	3,08	117	2,46	379	3,27
A betétek kamatai	495	3,06	117	2,50	378	3,23
Összesen	500	3,75	117	3,41	383	3,85

Bázis: banki ügyfélkapcsolattal rendelkező válaszadók, n=500; bankváltást tervezők, n=117; bankváltást nem tervezők, n=383

pontértékek átlagának különbsége meghaladta a 0,1 pontot. A legnagyobb különbség (0,31 pont) az ATM hálózat nagyságának megítélésére vonatkozott: míg a bankváltást tervezők 4,35 átlagponttal értékelték a kérdést, addig a bankváltást tervezők nem tartották ezt ennyire fontosnak; ők 4,04 pontot adtak átlagban. Ugyancsak a bankváltást tervezők tartották fontosabbnak az innovatív banki szolgáltatások meglétét (3,51 és 3,37 átlagpont).

A bankváltást nem tervezők a másik szegmenshez képest ezzel szemben fontosabbnak tartották az internetbanki szolgáltatásokat (3,65 vs. 3,5 pont), a gyors ügyintézés (4,72 vs. 4,61 pont) és a telebanki szolgáltatások meglétét (3,43 vs. 3,32 pont).

„Az elégedettség kérdéseinek elemzésekor az is kitűnik, hogy a bankváltást tervezők és a bankváltást nem tervezők véleménye között erőteljesebb különbségek érzékelhetők, mint a fontosságra vonatkozó kérdéseknél.”

Ugyanúgy négyes pontérték feletti eredménnyel végzett a fiókhálózat nagyságával való elégedettséget mérő kérdés (4,03) és az élmezőnyben szerepelt még az internetbank megléte (3,96), a szakértő ügy-

intézőkkel való elégedettség (3,94), a kiszolgálás kényelmével, minőségével szemben kinyilvánított elégedettség (3,88). Ez utóbbival szinte megegyező pontértéket tudhat magáénak az ATM hálózat nagyságára vonatkozó kérdés (3,87), és 3,8 pontot elérő

A fontosságra vonatkozó kérdések számát három kérdéssel csökkentve, tizenöt kérdésen keresztül mértük az elégedettségről alkotott véleményt. Az elégedettségi kérdések esetében a kérdések összességére vetített átlagos pontérték magasabb volt, mint a fontosságnál, sőt, az átlagpontok kisebb tartományban szóródtak, mint az előbbi témánál. Természetesen ez nem jelenti azt, hogy a válaszadók minden kérdésben magasabb elégedettséget mutatnának, mint az általuk elvárt fontosság. Az elégedettség kérdéseinek elemzésekor az is kitűnik, hogy a bankváltást tervezők és a bankváltást nem tervezők véleménye között erőteljesebb különbségek érzékelhetők, mint a fontosságra vonatkozó kérdéseknél. (4. táblázat)

Átlagban a legmagasabb pontértéket a barátságos, segítőkész ügyintézők megítélése kapta (4,12), amelyet a személyes ügyfélszolgálat lehetősége követett (4,07). Itt tehát visszaköszön a fentiekben tett megállapítás, miszerint az ügyfélszolgálat, a személyes ügyfélkapcsolat kiemelt hangsúlyt érdemel a pénzintézetknél.

átlagértékkel szerepelt a pénzügyi szolgáltatások széles választéka (3,85), valamint a telebanki szolgáltatások megléte (3,80).

Ezen átlagértékeknél alacsonyabb pontszámot kaptak a fennmaradó kérdések, mint a banki tájékoztatók, információk érthetősége, átláthatósága (3,77),

„A bankváltást nem tervezők – egy kérdést leszámítva – elégedettebbek a bankjukkal, mint a bankváltást tervező megkérdezettek. Ez a kérdés az ATM hálózat nagyságára vonatkozik (4,02 vs. 3,83 pont). A legnagyobb különbségek a költségek és kamatok esetében jelentkeznek, amely kérdések mellett megjelennek még az ügyfélszolgálat minőségére, az ügyintézők emberi magatartására és szakértelmére vonatkozó jellemzők is.”

az ügyintézés gyorsasága (3,66), a mobilbanki szolgáltatások megléte (3,60) és az innovatív banki szolgáltatásokkal való elégedettség (3,50).

Az elégedettség megítélésében már valamelyest igazolódik az árérzékenységről általánosságban érvényes hipotézis, ugyanis a költségek és hozamok megítélése a legalacsonyabb pontértékekkel az utolsó helyre szorult. E két kérdésről sem lehet azonban azt mondani, hogy a válaszadók összességében elégedetlenek lennének, inkább a semleges értékhez közelít álláspontjuk. Közel azonos pontszámot kapott a banki szolgáltatások díjtételével szemben való elégedettség (3,08) és a betétek kamatai irányában táplált elégedettség (3,06).

Ahogy a korábbiakban olvasható volt, a bankváltást tervezők és nem tervezők elégedettsége között már kicsit erősebb különbségek észlelhetők, mint a fontossági kérdésekben. Ebben a kérdéscsoportban már nem csupán százalodos, de tizedes különbségeket látunk a két szegmensben. Mindent egybevetve az is kitűnik az eredményekből, hogy a bankváltást nem tervezők – egy kérdést leszámítva – elégedettebbek a bankjukkal, mint a bankváltást tervező megkérdezettek. Ez a kérdés az ATM hálózat nagyságára vonatkozik (4,02 vs. 3,83 pont). A legnagyobb különbségek a költségek és kamatok esetében jelentkeznek, amely kérdések mellett megjelennek még az ügyfélszolgálat minőségére, az ügyintézők emberi magatartására és szakértelmére vonatkozó jellemzők is.

mítva – elégedettebbek a bankjukkal, mint a bankváltást tervező megkérdezettek. Ez a kérdés az ATM hálózat nagyságára vonatkozik (4,02 vs. 3,83 pont).

A legnagyobb különbségek a költségek és kamatok esetében jelentkeznek, amely kérdések mellett megjelennek még az ügyfélszolgálat minőségére, az ügyintézők emberi magatartására és szakértelmére vonatkozó jellemzők is. (5. táblázat)

A két szegmens véleménykülönbsége a legkevésbé a fiókhálózat és ATM hálózat között nyilvánul meg, de ezzel párhuzamosan relatíve csekély az elégedettség eltérése a mobilbank, a telebank, az internetbank és a személyes ügyfélszolgálat meglétének kérdésében.

A fontosság és elégedettség kérdéseit összegzi az alábbi táblázat, majd az azt követő ábra, mely egy koordináta-rendszerbe helyezi el e két szempontot. A táblázat csupán a fenti két tábla összesítését szolgálja, mintegy az ábra jelmagyará-

5. táblázat		
Fontosság-elégedettség (RS) modell		
Átlagok		
	Elégedettség	Fontosság
A betétek kamatai [A]	3,06	4,17
A kiszolgálás minősége, kényelme a bankfiókban [B]	3,88	4,31
Ügyintézés gyorsasága [C]	3,66	4,69
Barátságos, segítőkész ügyintézők [D]	4,12	4,57
Szakértő ügyintézők [E]	3,94	4,50
Innovatív banki szolgáltatások [F]	3,50	3,41
Személyes ügyfélszolgálat lehetősége [G]	4,07	4,22
Telebanki szolgáltatások megléte (telefonos ügyfélszolgálat) [H]	3,80	3,40
Mobilbanki (SMS-WAP) szolgáltatások megléte [I]	3,60	2,85
Internetbanki szolgáltatások megléte [J]	3,98	3,62
A banki szolgáltatások díjteteleinek mértéke [K]	3,08	4,36
Pénzügyi szolgáltatások széles választéka [L]	3,85	3,97
A banki tájékoztatók, információk érthetősége, átláthatósága [M]	3,77	4,04
ATM hálózat nagysága [N]	3,87	4,11
Fiókhálózat nagysága [O]	4,03	3,74
Összesen	3,75	3,93
Bázis: banki ügyfélkapcsolattal rendelkező válaszadók, n=500		

zatául szolgálva. E vizualizáló eszközök adatai a felderült kérdések sorrendjében szerepelnek (tehát nem a pontértékek csökkenő rangsorában), és a főátlagokat tartalmazzák, vagyis az összes, bankkapcsolattal rendelkező megkérdezett válaszainak átlagát, a szegmensenkénti bontás nélkül. A fontoság-elégedettség modellje, az *RS modell (Relevance-Satisfaction)* egy olyan kétdimenziós koordináta-rendszer, amelyben a vízszintes tengelyen az

„Az ügyintézés gyorsasága által támasztott kihívás ugyan nem kapott olyan alacsony elégedettségi értéket, mint a költségekre, kamatokra vonatkozó kérdések, fontosságában viszont a legelőkelőbb helyen szerepel, ezért a pénzügyintézeteknek feltétlenül nagy hangsúlyt kell fektetni az ügyintézés javítására.”

elégedettséget (S) tüntetjük fel, a függőleges tengelyen pedig a fontosságot (R) ábrázoljuk.

A diagram origója az összes kérdés átlagát mutatja a (3,75;3,93) pontokban, a tengelyek szélsőértékei pedig a legalacsonyabb és a legmagasabb értékeknek felelnek meg. Ily módon a vízszintes tengely a (3,06–4,12) tartományra, a függőleges tengely pedig a (2,85–4,69) tartományra terjed ki.

Az RS modell ábráját az origóból kiindulva négy negyedre oszthatjuk, ahol minden egyes negyednek eltérő jelentéstartalma van. Az ábra jobb felső negyedében tömörülő pontok azon jellemzők halmazát adják, amelyek viszonyában a bank megfelel az elvárásoknak. Ezt a negyedet nevezzük a *teljesített alapkövetelmények negyedének*.

A jobb alsó tér azon tulajdonságok halmaza, amelyek esetében a bank elégedettséget ért el, azonban a pénzügyintézet ügyfeleinek ezek kevésbé fontos szempontok. Emiatt hívjuk ezt a teret a *plusz teljesítmény negyedének*.

Az ábra bal oldalának térfele a prioritizálandó attribútumokat foglalja egybe. A bal felső tér a fontos, de az elégedettség terén javítandó területeknek felel meg, éppen ezért ez a negyed a *top prioritás* nevet kapta, míg a bal alsó negyed az elégedettség kérdésében elmaradást tükröző, ám nem is jelentős paraméterek halmaza. Ennek megfelelően ez utóbbi tér a *másodlagos prioritások negyede*. (5. ábra)

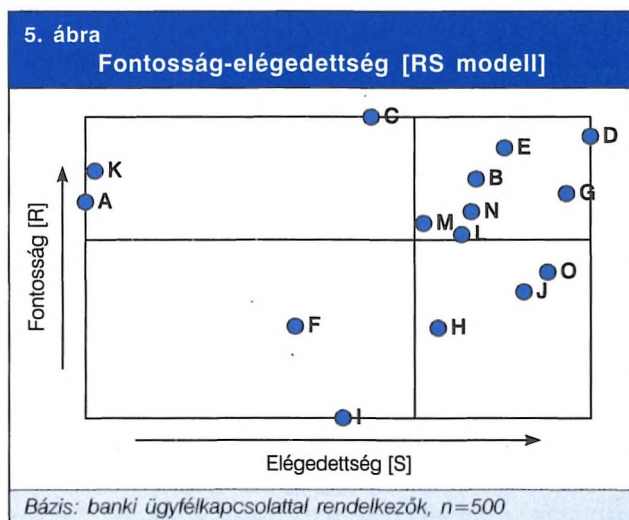
Ahogy az ábra jól szemlélteti, a kérdések többségében az egyes pénzügyintézetek éppen az *elvárt*

megfelelő szintet teljesítik. A *teljesített alapkövetelmények* a következők:

- a kiszolgálás minősége, kényelme a bankfiókban [B];
 - barátságos, segítőkész ügyintézők [D];
 - szakértő ügyintézők [E];
 - a személyes ügyfélszolgálat lehetősége [G];
 - a pénzügyi szolgáltatások széles választéka [L];
 - a banki tájékoztatók, információk érthetősége, átláthatósága [M];
 - az ATM hálózat nagysága [N].
- A plusz teljesítmények között található meg a
- a telebanki szolgáltatások megléte [H];
 - az Internet banki szolgáltatások megléte [J];
 - a fiókhálózat nagysága [O].

Másodlagos prioritásnak vehetjük a mobilbanki szolgáltatások meglétének [I], valamint az innovatív banki szolgáltatásoknak a kérdését [F], míg a legfontosabb területek, vagyis a *top prioritások* között a betétek kamatai [A], a banki szolgáltatások díjtételeinek mértéke [K], továbbá az ügyintézés gyorsaságának problematikája [C] kerül elő.

A fentieket értelmezve az érzékenységi kérdésére igen erőteljesen jelentkezik a negatívumok között. Ez tekinthető azonban egy olyan adottságnak is, amely korlátozottan javítható. Az ügyintézés gyorsasága által támasztott kihívás ugyan nem kapott olyan alacsony elégedettségi értéket, mint a költségekre, kamatokra vonatkozó kérdések, fontosságában viszont a legelőkelőbb helyen szerepel, ezért a pénzügyintéze-



teknek feltétlenül nagy hangsúlyt kell fektetni az ügyintézés javítására.

A másodlagos prioritásokban teendő előrelépések nem feltétlenül kell, hogy magasabb prioritást kapjanak, de egy erősen és ténylegesen versenyző pénzügyi piacon mindenképpen előnyhöz juttatja a pénzintézeteket, ha innovatív szolgáltatásokkal megy az ügyfél igények elé.

A legjobb teljesítmény az ügyfélszolgálatok esetében érzékelhető, akár az ügyintézők hozzáállása, szakértelme alapján határozzuk meg azt, akár csak a személyes ügyfélszolgálat lehetőségén vagy a ki-

„Olyan érzetünk támadhat, hogy a minta elemszáma és az elégedettség valamilyen összefüggésben állnak egymással, hiszen úgy tűnik, minél nagyobb ügyfélkört tudhat magáénak egy bank, annál alacsonyabb elégedettségi mutatókat produkál.”

szolgálat minőségén keresztül. A pénzintézetek nem teljesítenek kiemelkedően jól a szolgáltatások szortimentjében és a banki tájékoztatók átláthatóságának kérdésében, azonban a válaszadók számára ezek megfelelő szintet érnek el jöllehet, nem is tekintik a legfontosabb paramétereknek e két szempontot. Mindezzel együtt ezen kérdések még mindig a teljesített alapkövetelmények között szerepelnek.

Érdekes eredmény, hogy az ATM hálózat és a fiókhálózat nagyságának megítélése eltérő negyedben helyezkednek el. Mindkét szempont szerint megfelelően teljesítenek a bankok, azonban a fiókhálózat nagyságának alacsonyabb fontosságával szemben az ATM hálózatot már fontosabbnak tartják a megkérdezettek. Ez visszautal a korábbiakban már említett gondolatra, miszerint a személyes ügyintézés lehetőségét – habár fontosnak tartják a válaszadók – ritkábban veszik igénybe.

Hasonló képet mutat a nem hagyományos ügyfélszolgálatoknak a kérdésköre is. Amíg az internetes és a telebanki ügyfélkapcsolatokkal elégedettek a válaszadók, szemben a mobilbank lehetőségeivel, kevésbé tartják fontosnak ezeket a többlétszolgáltatásokat a bankkapcsolattal rendelkezők.

Az eddigiekben láttuk, hogy a kutatásban résztvevő válaszadók általában elégedettek a bankjukkal. Az előző szakaszok az elégedettséget azonban csak bizonyos kérdéseken keresztül vizsgálták, amit érde-

mes kiegészíteni még az általános elégedettség kérdésével. (6. táblázat)

Mindent egybevetve a korábbiakban is alkalmazott ötfokú skála mentén ugyanúgy az tűnik ki, hogy általában elégedettek a válaszadók a bankjukkal (3,88). Itt is visszaigazolódnak, hogy a bankváltást fontolgatók kevésbé elégedettek (3,30), míg a bankváltást nem tervezők elégedettségi szintje magasabb az átlagnál (4,06). Az általánosságban kért elégedettség szintje valamelyest magasabb értéket mutat, mint a konkrét kérdések megfogalmazásakor számított átlag (3,75).

A Raiffeisen Bank végzett az első helyen, 4,26 átlagpontos összélégedettséget elérve, amit a CIB Bank követett közel ugyanilyen pontszámmal (4,24). A fennmaradó négy pénzintézet egyike sem haladta meg a négy egészes átlagot, de közülük legjobban a K&H Bank teljesített (3,99).

Az Erste Bank 3,93 átlagpontos értékkel végzett, míg az utolsó két helyet a Budapest Bank (3,79) és az OTP Bank (3,77) foglalták el. Ha a teljes válaszadói körre vetítjük a fenti rangsort, az látható, hogy a Budapest Bank és az OTP Bank nem érték el az összes megkérdezésből számított átlagot, e két bank az átlagos elégedettség alatt teljesített.

Általánosságban olyan érzetünk támadhat, hogy a minta elemszáma és az elégedettség valamilyen összefüggésben állnak egymással, hiszen úgy tűnik, minél nagyobb ügyfélkört tudhat magáénak egy bank, annál alacsonyabb elégedettségi mutatókat produkál. Mivel a kutatás célkitűzése nem e kérdés megválaszolására irányult, ezért a minta nagysága és főként összetétele nem alkalmas ilyen összefüggések keresésére; e korrelációs hipotézis igazolása már túlmutatna a jelen kutatás keretein.

6. táblázat

Mindent összevetve mennyire elégedett Ön főbankjával?

Segített, egyválaszos kérdés		
	N	átlag
Bankváltást tervezők	117	3,30
Bankváltást nem tervezők	383	4,06
Összesen	500	3,88

Bázis: banki ügyfélkapcsolattal rendelkező válaszadók, n=500; bankváltást tervezők, n=117; bankváltást nem tervezők, n=383

TOVÁBBI IRODALOM

- BÁTOR A. (2003): A kereskedelmi bankok ügyfélkörének döntéshozatala – 1. rész (*Magyar Marketing Műhelyek IX. Konferenciája* kiadvány, Keszthely, 2003. 11–17 old.)
- BÁTOR A. (2003): A kereskedelmi bankok ügyfélkörének döntéshozatala – 2. rész (*MOK konferencia*, CD kiadvány Debrecen, 2003 szept. 4–5.)
- BÁTOR A. – JÓZSA L. – SASNÉ G. A. (1999): Marketingtaktikai elemek a kiskereskedelemben. Egy empirikus vizsgálat tanulságai.
- BOHNNÉ K. K. (2005): Ügyfél-elégedettség a gyakorlatban (*MOK konferencia*, CD kiadvány, Győr)
- ERCSEY I. (2004–2005): Postai elégedettség a reklamációk tükrében (*Marketing & Menedzsment* 6., 69–75. old.)
- FORNELL, CLAES. (1992): A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. (*Journal of Marketing* 56, 6–21. old.)
- HETESI E. – VERES Z. (2005): Az elégedettség és a lojalitás empirikus vizsgálata a B2B piacon (*MOK Konferencia*, CD kiadvány, Győr)
- KENESEI Zs. (2004): A kapcsolati marketing jelentősége a kereskedelmi banki tevékenységben (Akadémia Kiadó, Budapest)
- LUARN – LIN (2007): A Customer Loyalty Model for E-Service Context (*Interacting with Computers*, 43–56. old.)

- LÁNYI B. (2000): A kapcsolati marketing jelentősége a kereskedelmi bankok tevékenységében (*Marketing és Menedzsment* 6., 18–24. old.)
- OLIVER (1999): Whence consumer loyality (*Journal of Marketing* 63, 33–44. old.)
- REKETTYE G. – SZÚCS K. – HETESI E. (2002): A szolgáltatásminőség mérése – hallgatói elégedettség a Pécsi Tudományegyetemen (*JATEPress*, 152–167. old.)
- SZABÓ K. (2000): Az internet terjedése a hazai bankszektorban (*Bankszemle* 6. szám)
- SZÁNTÓ Sz. (2003): Fogyasztói elégedettség az elmélet és gyakorlat szempontjából (*Marketing és Menedzsment* 5, 26–40. old.)

VALAMINT

- www.bellresearch.hu
- www.hvg.hu
- www.index.hu
- www.origo.hu
- www.napi.hu
- www.nrc.hu

Bátor Attila
a Pannon Egyetem adjunktusa

Az M&M következő, július 10-én megjelenő számának tartalmából:

A vevőelégedettség és a lojalitás kapcsolata a kereskedelmi bankok szférájában – Bátor Attila írásának 2. része

Hedonisztikus vásárlás Magyarországon és külföldön – Deli-Gray Zsuzsa és nemzetközi kutatócsoportja eredményei

A szarvasgomba mint luxus (presztízs) termék fogyasztói magatartása – Lehota József és Komáromi Nándor kutatása

A termékinnovációk egy speciális esete: az új divattermékek – Kovács Kármén átfogó tanulmánya

Válogatás a II. KHEOPS Tudományos Konferencia marketing írásaiból

*Cseréljünk marketing tapasztalatot, teremtsünk tudást!
Az Ön írásait is várjuk az arpad@m-and-m.hu e-mail címen!*