



CMI – Center za metodologijo in informatiko
FDV – Fakulteta za družbene vede, Univerza v Ljubljani
[http:// www.ris.org](http://www.ris.org), email: info@ris.org

RIS2000

e - bančništvo

Ljubljana, november, 2000

KAZALO

<u>1.OSNOVNE UGOTOVITVE.....</u>	<u>3</u>
<u>2.METODOLOGIJA.....</u>	<u>4</u>
<u>3.OBSEG E-BANČNIŠTVA.....</u>	<u>5</u>
<u>4.ZADOVOLJSTVO Z ELEKTRONSKIM BANČNIŠTVOM.....</u>	<u>7</u>
<u>5.SPLETNE STRANI SLOVENSКИH BANK.....</u>	<u>7</u>
<u>6.NAMERE ELEKTRONSKEGA BANČNIŠTVA.....</u>	<u>9</u>

1. OSNOVNE UGOTOVITVE

1. V raziskavi RIS iz leta 1999 smo ugotovili, da je bančno poslovanje preko interneta uporabljalo 7% mesečnih uporabnikov, pri čemer je prednjačila SKB banka. V letu 2000 se je delež uporabnikov e-bančništva v grobem podvojil. Tako je delež uporabnikov e-bančništva presegel delež uporabnikov interneta, ki preko interneta opravljajo nakupe, kar je vsekakor nenavadno, pa tudi simptomatično za slovenske razmere.
2. Večina uporabnikov elektronskega bančništva ga uporablja pri Novi Ljubljanski banki (NLB), katere delež med uporabniki že presega polovico, izstopata še deleža SKB banke ter Nove kreditne banke Maribor (NKBM).
3. Delež NLB je po nekaj letnem zaostajanju v drugi polovici leta narasel na dobro polovico uporabnikov e-bančništva, tako je NLB na področju e-bančništva presegla delež, ki ga ima ta banka tudi sicer med uporabniki interneta.
4. Zadovoljstvo z bančnim poslovanjem se je v drugi polovici leta povečalo in so ga anketiranci v povprečju ocenili s 4,00 na lestvici od 1 (povsem nezadovoljen) do 5 (zelo zadovoljen), v prvi polovici leta pa z 3,91. Zadovoljstvo se je zvišalo predvsem zaradi večjega zadovoljstva uporabnikov internet storitev NLB.
5. Uporabniki interneta, ki obiskujejo tudi strani slovenskih bank so z vsebino in kvaliteto spletnih strani vodilnih bank v povprečju zelo zadovoljni (ocena 4,00) zadovoljstvo pa je malo nižje glede izgleda in oblikovanja teh spletnih strani, ocena (3,74).
6. Namere o bodoči uporabi bančnega poslovanja med mesečnimi uporabniki interneta so bile v prvi polovici leta izredno visoke, v drugi polovici pa so se rahlo znižale na račun tistih, ki so svoje namere uresničili. Skoraj nedotaknjeno je ostalo jedro približno polovice uporabnikov interneta, ki še ne razmišljajo o uporabi e-bančništva. Tako se je delež uporabnikov elektronskega bančništva v drugi polovici leta povečal na račun tistih, ki so v prvi polovici leta o tem še razmišljali.

2. METODOLOGIJA

V pričujočem poročilu predstavljamo analize o uporabi elektronskega bančništva po internetu med uporabniki interneta v Sloveniji. Gre za verjetnostni vzorec iz registriranih telefonskih naročnikov.

Zaradi relativno majhnega deleža uporabnikov interneta v Sloveniji, med katerimi predstavljajo uporabniki e-bančništva dobro šestino, je ciljna populacija v tem primeru v grobem le 2-3% aktivne populacije, to je 30-45,000 oseb. Da bi jih v anketo vključili v zadostnem številu, so bila potrebna obsežna pregledovanja (screening) več kot tisoč oseb.

Podatke prvega polletja smo že predstavili v prejšnjih poročilih in so v tem poročilu navedeni za primerjavo. Novo poročilo pa temelji na jesenskem delu raziskav med aktivnimi uporabniki interneta, v okviru katere smo oktobra anketirali 1800 oseb, pri čemer smo zajeli 365 mesečnih ali pogostejših uporabnikov interneta. Poročilo se nanaša na subjektivno percepcijo e-bančništva (»Ali uporabljate bančno poslovanje preko interneta«), tako da v določenih primerih morda ne gre za tipično e-bančništvo.

Ugotovitve o uporabnikih v poročilu temeljijo na podatkih, zbranih s telefonskimi anketami, v času od 25. januarja do 6. marca 2000 (v nadaljevanju bomo ta vir označevali Marec 2000), v maju 2000 (vir bomo označevali Maj 2000) ter v oktobru 2000 (vir bomo označevali Oktober 2000). V prvi polovici leta smo do marca anketirali 3,900 oseb, pri čemer smo zajeli 529 mesečnih ali pogostejših uporabnikov interneta, maja 1,491 oseb, od katerih je 244 mesečnih ali pogostejših uporabnikov interneta.

Vse analize so bile torej opravljene na mesečnih uporabnikih interneta, ki jih je bilo v tem obdobju v Sloveniji okrog 20% aktivne populacije. V toku celotne analize se tako ukvarjamo z okoli 250.000-300.000 aktivnimi uporabniki interneta, kolikor jih je bilo leta 2000.

Opomba

Pri podrobnejših analizah gre pogosto za majhno število enot, zato so v tabelah vpeljane naslednje oznake, ki jih velja upoštevati tudi, kadar niso eksplicitno zapisane:

- - nesprejemljivo nenatančna ocena, navedena zgolj v ilustracijo (manj kot 10 enot)
- (()) - zelo nenatančna ocena (med 10 in 20 enot)
- () - nenatančna ocena (med 20 in 30 enot)

Podrobnosti o interpretacijah v primeru majhnega števila podatkov so na predstavitveni strani <http://www.ris.org/topwww/metodologija.html>, kjer je podrobneje obravnavana tudi metodologija.

3. OBSEG E-BANČNIŠTVA

V drugi polovici leta 2000 je dobra šestina mesečnih uporabnikov interneta izjavila, da uporablja bančno poslovanje preko interneta. Več kot polovica uporabnikov ga uporablja pri Novi Ljubljanski banki (NLB), izstopata še deleža SKB banke ter Nove kreditne banke Maribor (NKBM). V raziskavi iz leta 1999 je 7% mesečnih uporabnikov interneta uporabljalo bančno poslovanje preko interneta, večina pri SKB banki in A banki. Upoštevati je seveda potrebno tudi cca 30 – 40 % letno rast števila uporabnikov elektronskega bančništva.

Tabela 1: Uporaba bančnega poslovanja preko interneta med mesečnimi uporabniki interneta

Ali uporabljate bančno poslovanje preko interneta?	Junij 1999		Marec 2000		Maj 2000		Oktober 2000		Skupaj 2000
	Delež	Frekvenca	Delež	Frekvenca	Delež	Frekvenca	Delež	Frekvenca	Delež
Da	7	57	11	(28)	(12)	63	17	148	13
Ne	93	472	89	216	88	302	23	990	87

Graf 1: Uporaba e-bančništva med mesečnimi uporabniki interneta

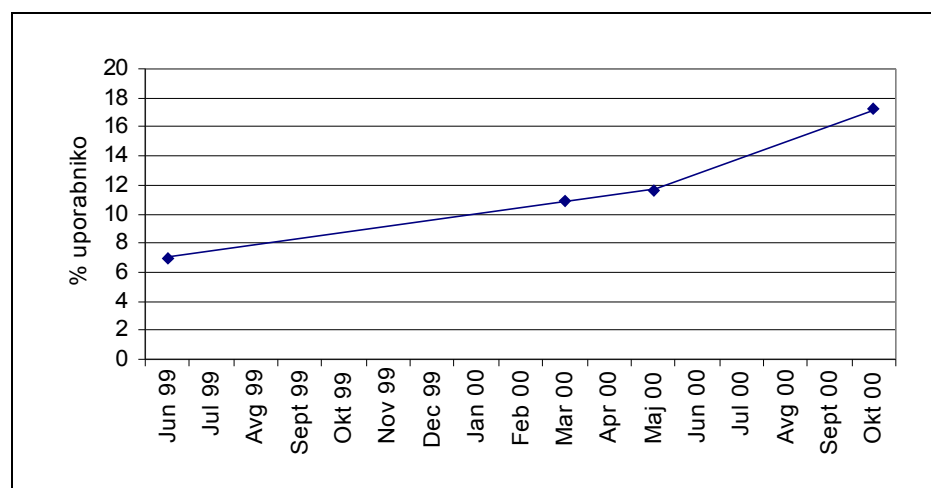
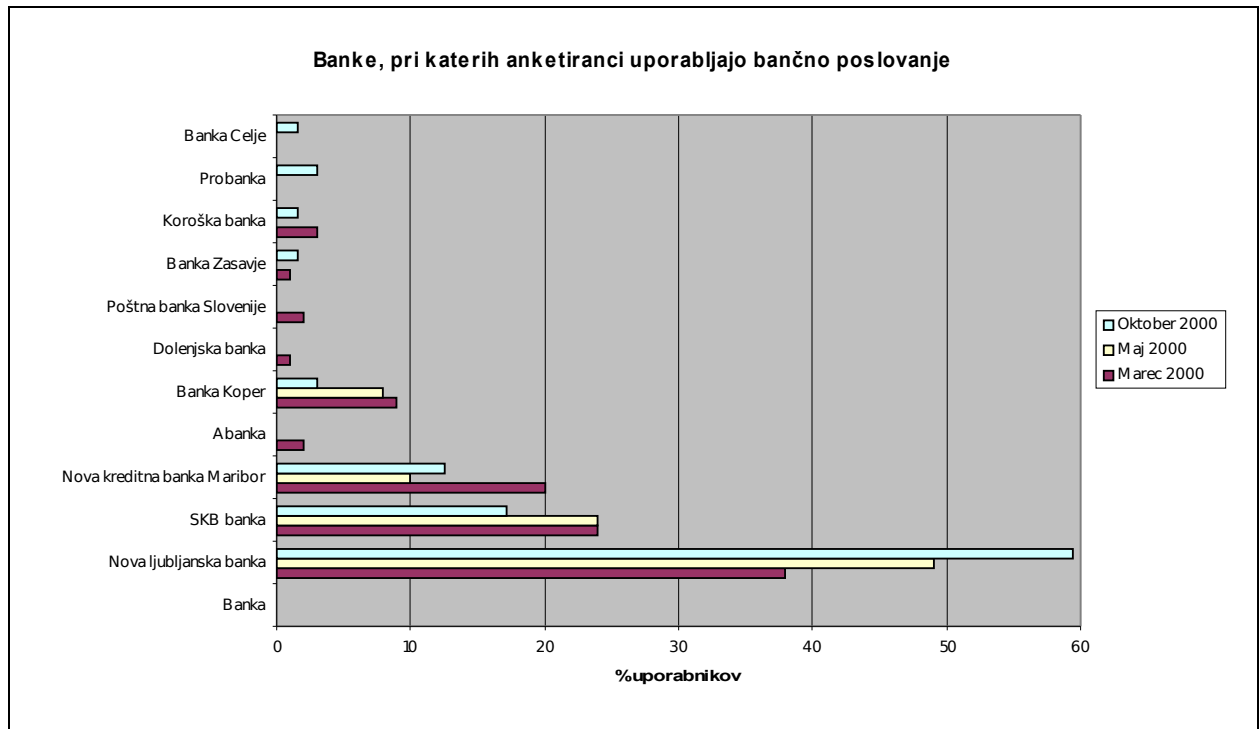


Tabela 2: Banka, preko katere anketiranci uporabljajo bančno poslovanje preko interneta

Banka	Junij 1999		Marec 2000		Maj 2000		Oktober 2000	
	Delež	Frekvenca	Delež	Frekvenca	Delež	Frekvenca	Delež	Frekvenca
Nova ljubljanska banka	8	(21)	(38)	(14)	(49)	38	58	
SKB banka	14	((13))	((24))	•7	•24	((10))	((16))	
Nova kreditna banka Maribor	6	(11)	(20)	•3	•10	•8	•13	
Abanka	13	•1	•2	--	--	--	--	
Banka Koper	8	•1	•9	•2	•8	•2	•3	
Dolenjska banka	--	•1	•1	--	--	--	--	
Poštna banka Slovenije	--	•1	•2	--	--	--	--	
Banka Zasavje	--	•1	•1	--	--	•1	•1	
Koroška banka	--	•2	•3	--	--	•1	•1	
Probanka	--	--	--	--	--	•2	•3	
Banka Celje	8	--	--	--	--	•1	•1	

Interval zaupanja pri oceni v oktobru 2000 za NLB je $(58 \pm 5) \%$.

Graf 2: Banka, preko katere anketiranci uporabljajo bančno poslovanje preko interneta (marec 2000, n=57; maj 2000, n=26; oktober 2000, n=63)



Očitno so z vse večjo uporabo interneta začeli komitenti NLB, tako da delež uporabnikov NLB strmo narašča in predstavlja več kot polovico uporabnikov elektronskega bančništva.

4. ZADOVOLJSTVO Z ELEKTRONSKIM BANČNIŠTVOM

Zadovoljstvo z elektronskim bančništvom se je v drugi polovici leta povečalo. Anketirani so z bančnim poslovanjem preko interneta v večini zelo zadovoljni, kar je tudi siceršnja značilnost za to storitev.

Graf 3: Ocena zadovoljstva z bančnim poslovanjem (marec 2000, n=57; maj 2000, n=26; oktober 2000, n=63)

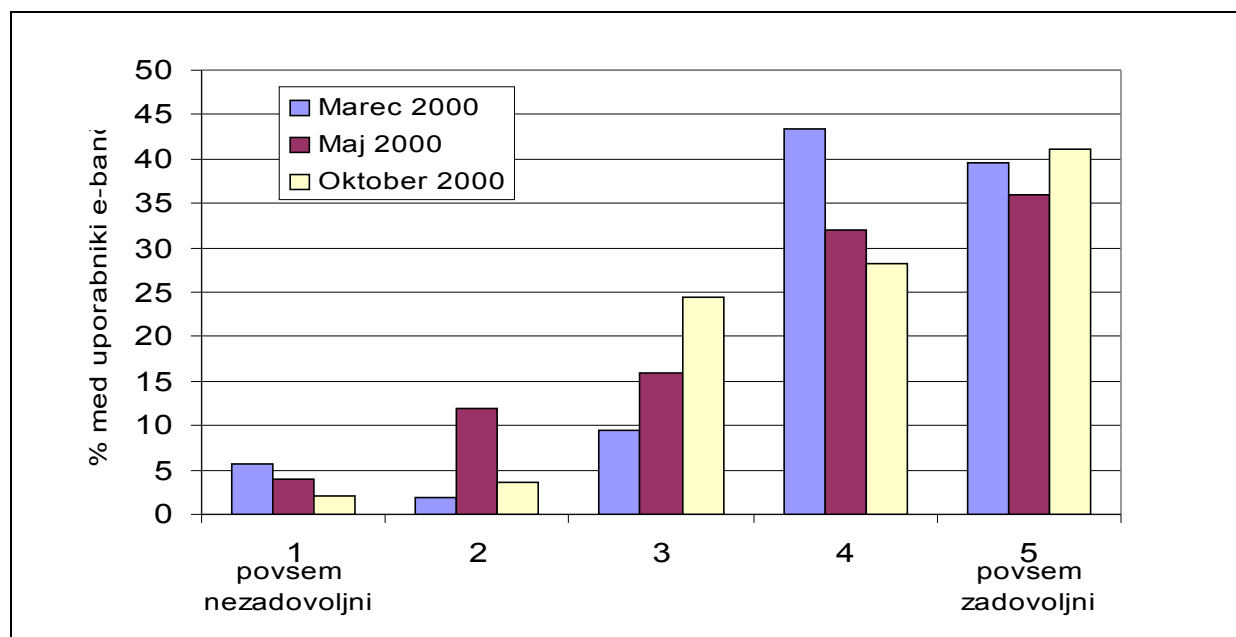


Tabela 3: Zadovoljstvo z bančnim poslovanjem preko interneta glede na posamezno banko (marec 2000, n = 57; maj 2000, n=24; oktober 2000, n=63).

Banka	Marec 2000		Maj 2000		Oktober 2000		Skupaj leto 2000	
	Aritm. sredina	n	Aritm. sredina	n	Aritm. sredina	n	Aritm. sredina	n
Nova ljubljanska banka	((3,76))	(18)	((3,38))	((12))	4.06	37	3.75	66
SKB banka	((4,58))	((12))	•4,18	•7	•4.04	•9	(4.25)	(28)
Nova Kreditna banka Maribor	((3,89))	((11))	•4,24	•3	•3.62	•8	(3.90)	(23)
Abanka	•5,00	•1	--	--	--	--	--	1
Banka Koper	•4,28	•5	•3,39	•2	•4.00	•2	•3.89	•9
Dolenjska banka	•4,00	•1	--	--			--	1
Poštna banka Slovenije	•3,00	•1	--	--			--	1
Koroška banka	•4,64	•2	--	--	•2.00	•1	--	3
Probanka	--	--	--	--	•5.00	•2	--	2
Skupaj	4,10	51	(3,72)	(24)	4.03	61	3,95	133

Interval zaupanja je za letno oceno NLB ($3,75 \pm 0,36$), za letno oceno SKB pa ($4,25 \pm 0,59$).

V prvi polovici leta 2000 so bili z elektronskim bančnim poslovanjem najbolj zadovoljni člani banke SKB, Banke Koper, NKBM, najmanj pa člani NLB, vendar je njihovo zadovoljstvo v drugi polovici leta naraslo. Čeprav razlika ni statistično značilna, nedvomno nakazuje večjo verjetnost za povečanje zadovoljstva uporabnikov e-bančništva pri NLB.

5. SPLETNE STRANI SLOVENSКИH BANK

Z uvedbo elektronskega bančništva raste tudi obisk spletnih strani bank. Spletne strani petih slovenskih bank dosegajo vsaj pet odstotni delež med mesečnimi uporabniki interneta.

Tabela 4: Obiskovanje spletnih strani bank med uporabniki interneta (Oktober 2000)

Banke	ne poznam	vsaj slišal	obiskal vsaj enkrat	občasno ali več	mesečno ali več	tedensko ali več	dnevno ali več
Abanka	46%	54%	11%	8%	5%	3%	0%
Banka Slovenije	45%	55%	16%	13%	5%	4%	1%
NLB	35%	65%	28%	22%	10%	7%	2%
Nova KBM	46%	54%	16%	13%	7%	6%	4%
SKB banka	41%	59%	16%	11%	5%	2%	1%

Uporabniki interneta, ki obiskujejo tudi spletne strani bank, so z vsebino in kvaliteto informacij v povprečju zelo zadovoljni, zadovoljstvo pa je malo nižje z izgledom in oblikovanjem spletnih strani.

Tabela 5: Zadovoljstvo uporabnikov interneta z vsebino in kvaliteto informacij ter z izgledom in oblikovanjem strani posamezne banke (oktober 2000)

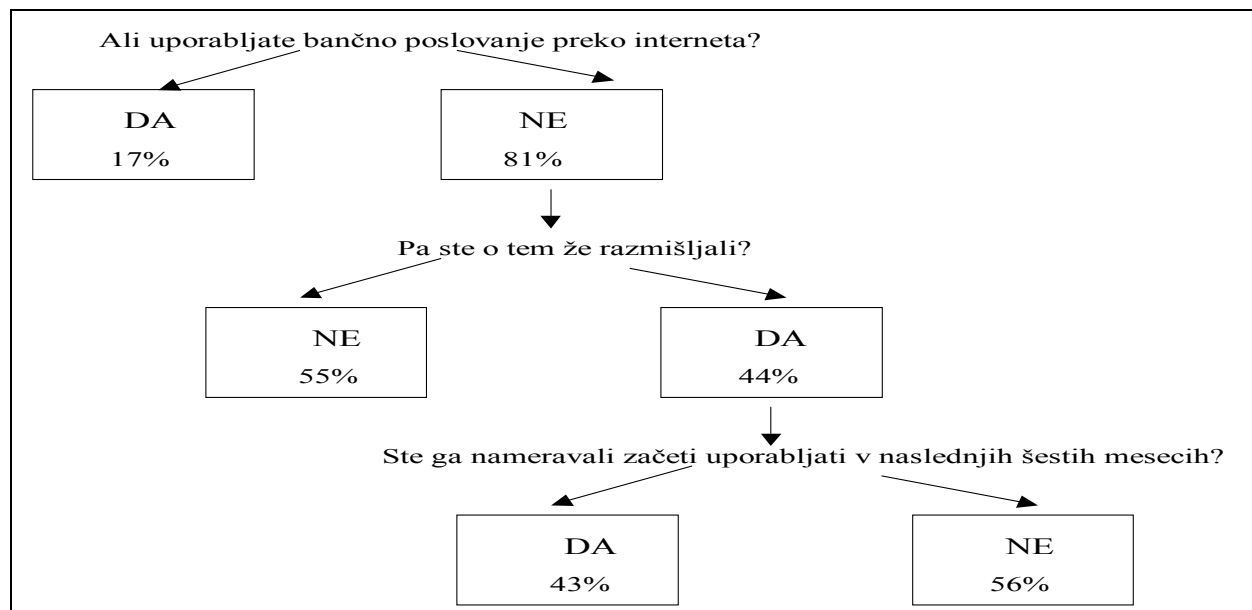
Banka	Vsebina in kvaliteta informacij			Izgled in oblikovanje spletnih strani		
	Aritm. sredina	n	2 se	Aritm. sredina	n	2 se
Abanka	4.11	17	± 0.40	3.74	17	± 0.30
Nova Kreditna banka Maribor	3.82	26	± 0.34	3.57	26	± 0.25
Nova ljubljanska banka	4.02	36	± 0.26	3.66	36	± 0.27
SKB banka	4.03	20	± 0.40	3.81	20	± 0.40
Skupaj	3.99	98		3.70	98	

Kot kažejo intervali zaupanja, razlike večinoma niso statistično značilne, kljub temu pa nakazujejo določene zakonitosti. Seveda pa je zadovoljstvo s stranjo in njenim izgledom lahko odvisno tudi od specifičnih karakteristik uporabnikov in ne samo od spletne strani, česar pa na tem mestu podrobneje ne obravnavamo.

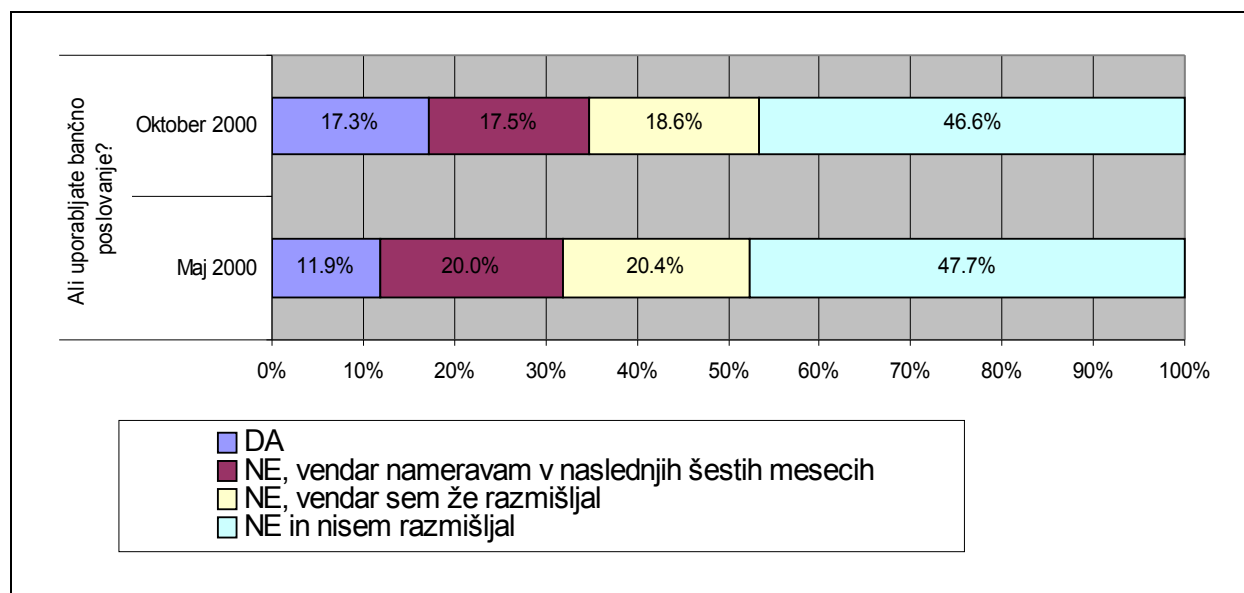
6. NAMERE ELEKTRONSKEGA BANČNIŠTVA

V prvi polovici leta 2000 je odstotek anketirancev, ki ne uporabljajo bančnega poslovanja preko interneta, in o tem ne razmišljali, znašal 47% in je v drugi polovici leta ostal skoraj enak. Delež uporabnikov elektronskega bančništva pa se je v drugi polovici leta z dobre desetine mesečnih uporabnikov interneta dvignil na dobro šestino mesečnih uporabnikov interneta, zmanjšal pa se je delež tistih, ki so v prvi polovici leta o uporabi elektronskega bančništva že razmišljali.

Graf 4a: Nameni uporabe elektronskega bančništva (oktober 2000, n=365)

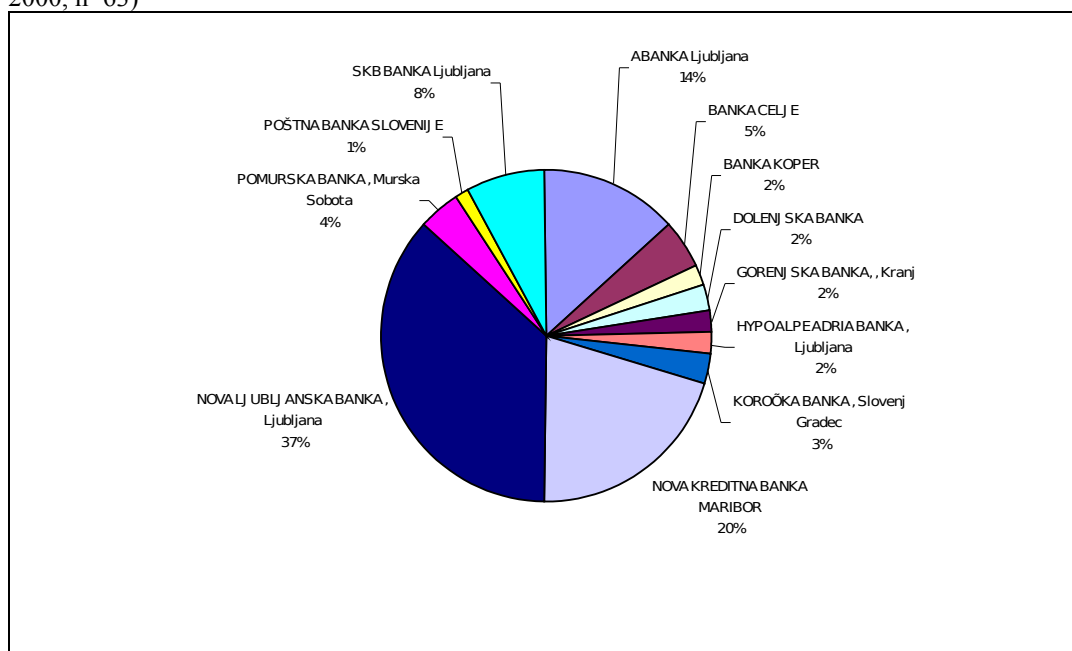


Graf4b: Uporaba in nameni uporabe elektronskega bančništva (maj 2000, n=235; oktober 200, n=365)



Elektronsko bančništvo so v drugi polovici leta pričeli uporabljati predvsem tisti, ki so o tem razmišljali v prvi polovici leta.

Graf 5: Delež bank, pri katerih anketiranci nameravajo uporabljati bančno poslovanje preko interneta (oktober 2000, n=63)



Anketiranci nameravajo uporabljati bančno poslovanje najpogosteje preko NLB, sledita pa NKBM in ABANKA. Nihče od anketiranih ni odgovoril »ne vem«, kar nakazuje resne namere in informiranost o elektronskem bančništvu.

Izkazalo se je, da so uporabniki elektronskega bančništva svojim bankam vse bolj lojalni, saj jih je 40% na vprašanje »Ocenite kako verjetno bi zamenjali svojo banko v primeru da bi imela konkurenčna banka boljšo ponudbo bancnega poslovanja po Internetu?« odgovorilo, da zagotovo ne bi zamenjali banke. V letih 1998 in 1999 so bili ti odstotki bistveno manjši.

Graf 6: Lojalnost uporabnikov elektronskega bančništva do svoje sedanje banke (Oktober 2000)

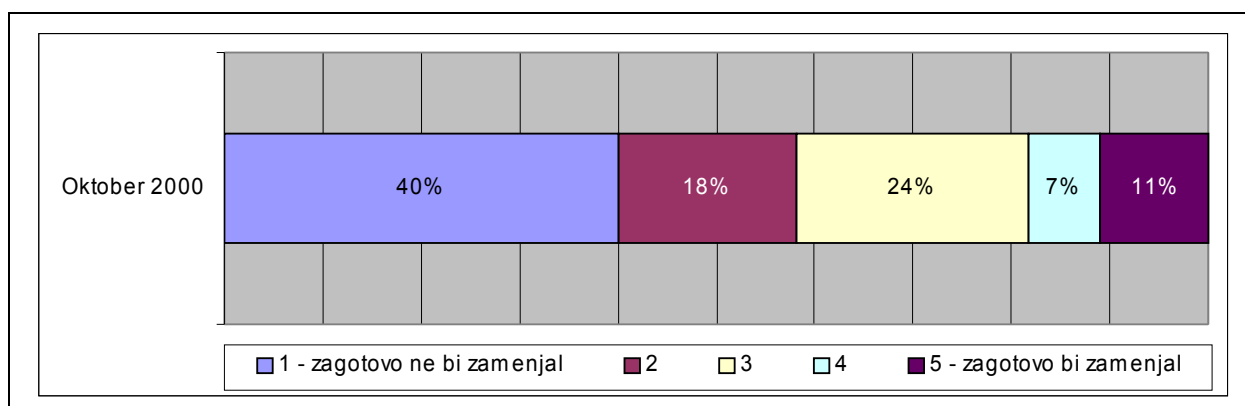


Tabela 6: Lojalnost uporabnikov elektronskega bančništva do svoje sedanje banke (Oktober 2000)

Banka	Povprečje lestvice	1 - zagotovo ne bi zamenjal			2		3		4		5 - zagotovo bi zamenjal	
		n	n	delež	n	delež	n	delež	n	delež	n	delež
Banka Koper	4.04	2	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%
Koroška banka	2.00	1	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%
NKB Maribor	2.19	7	3	43%	3	43%	0	0%	0	0%	1	14%
NLB	2.24	34	13	38%	5	15%	12	35%	3	9%	1	3%
Probanka	1.00	2	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
SKB	2.94	10	4	40%	1	10%	1	10%	1	10%	3	30%
Skupaj	2.06	55	22	40%	10	18%	13	24%	4	7%	6	11%

Ocene so zgolj informativne, saj je interval zaupanja zaupanja za NLB 2.24 ± 0.40 .