

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**VPLIV FINANČNOTEHNOLOŠKIH PODJETIJ NA BANČNE  
INSTITUCIJE IN NJIHOVE KOMITENTE V SLOVENIJI**

Ljubljana, julij 2022

ANJA BRATKOVIČ

## IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Anja Bratkovič, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Vpliv finančnotehnoloških podjetij na bančne institucije in njihove komitente v Sloveniji, pripravljene v sodelovanju s svetovalcem doc. dr. Antonom Manfredo in sosvetovalcem prof. dr. Markom Košakom

### IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne \_\_\_\_\_

Podpis študentke: \_\_\_\_\_

# KAZALO

<b>UVOD</b> .....	<b>1</b>
<b>1 RAZVOJ BANČNE PANOGE</b> .....	<b>4</b>
<b>1.1 Ponudniki bančnih storitev</b> .....	<b>4</b>
1.1.1 Tradicionalne banke .....	4
1.1.2 Neobanke .....	6
1.1.3 Finteh podjetja .....	7
<b>1.2 Digitalizacija procesov v bančni panogi</b> .....	<b>8</b>
1.2.1 Finančno posredništvo .....	10
1.2.2 Obdelava plačil .....	10
1.2.3 Odobritve posojil .....	11
1.2.4 Investicijsko svetovanje .....	11
<b>1.3 Trendi v bančni panogi</b> .....	<b>11</b>
1.3.1 Spletno in mobilno bančništvo .....	12
1.3.2 Avtomatiziran sprejem novih komitentov .....	13
1.3.3 Poudarjen pomen uporabniške izkušnje.....	13
1.3.4 Storitve svetovanja.....	13
1.3.5 Anonimizacija podatkov .....	13
1.3.6 Odprto bančništvo .....	14
1.3.7 Storitve v oblaku.....	14
1.3.8 Umetna inteligenca .....	14
1.3.9 Spletni pogovor.....	15
1.3.10 Tehnologija veriženja podatkovnih blokov .....	15
1.3.11 Masovni podatki.....	15
1.3.12 Avtomatizacija procesov.....	16
<b>1.4 Sodelovanje med tradicionalnimi bankami in finteh podjetji</b> .....	<b>16</b>
<b>2 FINTEH PODJETJA</b> .....	<b>17</b>
<b>2.1 Pomen finteh podjetij</b> .....	<b>17</b>
<b>2.2 Razvoj finteh podjetij</b> .....	<b>19</b>
<b>2.3 Področja delovanja finteh podjetij</b> .....	<b>20</b>
2.3.1 Osebne finance.....	21

2.3.2	Izvrševanje transakcij .....	22
2.3.3	Posojila .....	22
2.3.4	Upravljanje regulatornih procesov .....	23
2.3.5	Zavarovanje .....	23
2.3.6	Trg kapitala.....	23
2.3.7	Upravljanje premoženja.....	24
<b>2.4</b>	<b>Primeri finteh podjetij v Sloveniji.....</b>	<b>24</b>
<b>2.5</b>	<b>Privzemanje storitev finteh podjetij .....</b>	<b>25</b>
<b>3</b>	<b>PRIMERJAVA TRADICIONALNIH BANK IN FINTEH PODJETIJ .....</b>	<b>28</b>
3.1	Način poslovanja.....	29
3.2	Tehnološki vidik.....	29
3.3	Regulatorni predpisi.....	29
3.4	Možnost širitve poslovanja .....	30
3.5	Dejavniki tveganja.....	30
<b>4</b>	<b>VPLIV FINTEH PODJETIJ NA TRADICIONALNE BANKE TER NA NJIHOVE KOMITENTE V SLOVENIJI.....</b>	<b>31</b>
4.1	Metodologija raziskave .....	31
4.2	Predstavitev vzorca .....	33
4.3	Analiza rezultatov raziskave .....	34
4.3.1	Bančne storitve .....	34
4.3.2	Uporaba digitalnih storitev .....	36
4.3.3	Izbira finančnotehnološkega podjetja .....	38
4.3.4	Primerjava privzemanja tehnologij med skupinami uporabnikov .....	41
<b>5</b>	<b>UGOTOVITVE RAZISKAVE IN PRIPOROČILA ZA PRIHODNJI RAZVOJ BANČNE PANOGE .....</b>	<b>47</b>
5.1	Vpliv finteh podjetij na bančne institucije .....	47
5.2	Vpliv finteh podjetij na komitente bančnih institucij .....	50
5.3	Priporočila za prihodnji razvoj bančne panoge .....	53
5.4	Omejitve raziskave .....	55
	<b>SKLEP.....</b>	<b>56</b>
	<b>LITERATURA IN VIRI.....</b>	<b>59</b>
	<b>PRILOGA .....</b>	<b>69</b>

## KAZALO TABEL

Tabela 1: Demografska struktura anketirancev .....	33
Tabela 2: Izvedba plačil preko digitalnih kanalov.....	37
Tabela 3: Preference anketirancev glede načina opravljanja finančnih storitev .....	38
Tabela 4: Motivi za menjavo finančne institucije .....	39
Tabela 5: Motivacijski dejavniki pri uporabi storitev finteh podjetij .....	40
Tabela 6: Delež uporabnikov pri bankah ter hkrati pri finteh podjetjih .....	42
Tabela 7: Delež uporabnikov izključno pri finteh podjetjih.....	43
Tabela 8: Uporaba storitev pri bankah ter hkrati pri finteh podjetjih glede na izobrazbo...	44
Tabela 9: Uporaba storitev pri finteh podjetjih glede na izobrazbo .....	44
Tabela 10: Stopnja zadovoljstva z bančnimi storitvami med uporabniki bančnih storitev in finteh storitev .....	45
Tabela 11: Stopnja zadovoljstva z bančnimi storitvami med uporabniki finteh storitev ....	45
Tabela 12: Zadovoljstvo s ceno bančnega paketa glede na uporabo storitev finteh podjetij .....	46

## KAZALO SLIK

Slika 1: Razvoj fintehov .....	19
Slika 2: Izkušnje komitentov pri uporabi bančnih storitev .....	35
Slika 3: Vpliv dejavnikov na poslovanje komitentov z izbrano bančno institucijo .....	36
Slika 4: Razlogi za neuporabo storitev finteh podjetij .....	41

## KAZALO PRILOG

Priloga 1: Anketni vprašalnik .....	1
-------------------------------------	---

## SEZNAM KRATIC

angl. – angleško

**AML**D – (angl. Anti-money laundering directive); Direktiva o preprečevanju pranja denarja in financiranju terorizma

**API** – (angl. Application Programming Interface); vmesnik za programiranje aplikacij

**BaaS** – (angl. Banking-as-a-Service); bančništvo kot storitev

**CRM** – (angl. Customer Relationship Management); upravljanje odnosov s strankami

**EMV** – Europay, MasterCard® and Visa®

**GDPR** – (angl. General Data Protection Regulation); Splošna uredba o varstvu podatkov

**KYC** – (angl. Know Your Customer); pregled stranke (preverjanje osebne identitete ter izvor sredstev)

**MIFID II** – (angl. Markets in Financial instruments directive); Direktiva o trgih finančnih instrumentov II

**mPOS** – (angl. mobile point of sale); mobilno prodajno mesto

**NFC** – (angl. Near Field Communication); tehnologija, ki omogoča prenos podatkov, ki so oddaljene nekaj centimetrov

**P2P posojila** – (angl. Peer-to-Peer Lending); posojilne platforme, ki omogočajo posamezniku pridobiti posojilo neposredno od drugih posameznikov, pri čemer se izključuje finančno institucijo kot posrednika

**POS** – (angl. point of sale); prodajno mesto

**PSD2** – (angl. Payment services directive); Direktiva o plačilnih storitvah

**RPA** – (angl. Robotic Process Automation); avtomatizacija procesov

**TAM** – (angl. Technology acceptance model); model sprejemanja tehnologije

**TIPS** – (angl. Target Instant Payment Settlement); infrastruktura za poravnavo takojšnjih plačil

**UTAUT** – (angl. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology); model za privzemanje in uporabo tehnologij

**ZPlaSSIED** – Zakon o plačilnih storitvah, storitvah izdajanja elektronskega denarja in plačilnih sistemi

## UVOD

Leta 2008 je v ZDA izbruhnila huda finančna kriza, katere vpliv je bilo mogoče čutiti tudi v preostalih državah sveta. Zaradi nezaupanja v bančne institucije so se na trgu začela pojavljati manjša tehnološka podjetja (angl. fintech), ki so začela spreminjati tradicionalne poslovne modele (Liu & Wang, 2020). Pojem finteh zajema podjetja, ki se ukvarjajo s finančno tehnologijo, s katero dosegajo večjo učinkovitost poslovanja in nižanje stroškov. Večinoma gre za manjša podjetja (zagonsko oz. katero koli novo podjetje), ki lahko izzovejo že ustaljena podjetja. Finančnotehnološka podjetja (v nadaljevanju finteh podjetja) se ukvarjajo z raznovrstnimi storitvami oz. produkti, kot so brezgotovinska plačila, posojilne platforme (angl. Peer-to-Peer Lending, v nadaljevanju P2P posojila), mednarodni transfer denarja, zavarovanja, orodja za upravljanje z osebnimi financami, prodaja, analize ter infrastruktura za finančne institucije idr. (Messy, 2017). Ta dinamični in hitro rastoči sektor vzbuja vse večje zanimanje. Skupna vrednost naložb v finteh podjetja po vsem svetu se je med letoma 2010 in 2019 močno povečala, ko je dosegla 215,4 milijarde ameriških dolarjev. Leta 2020 so naložbe v finteh podjetja sicer padle za več kot tretjino, zaradi pandemije in posledično negotovosti v gospodarstvu. V prvi polovici leta 2021 se je ta trend ponovno obrnil navzgor in vrednost naložb je dosegla 91,5 milijarde dolarjev (Norrestad, 2022).

Večina finteh inovacij je nastala zunaj tradicionalnega bančnega okvirja. Ti nebančni subjekti so lahko implementirali številne novosti v do zdaj razmeroma ohlapno reguliranem okolju. Njihove dejavnosti se dotikajo novih, bodisi izboljšanih finančnih storitev. Inovacije finteh podjetij postopoma rušijo zidove, ki že dolgo obdajajo tradicionalni finančni in bančni sistem in tako povzročajo korenit premik poslovnih modelov in tržnega pozicioniranja. Nove tehnologije vplivajo na tekmovalni odnos med organizacijami, v boju za pripadnost strank ter rast prihodkov (Thomson Reuters, brez datuma), hkrati se spreminjajo pričakovanja vseh vključenih deležnikov (strank, zaposlenih in drugih partnerjev). Tovrstne tehnologije ponujajo številne priložnosti za ustvarjanje dodane vrednosti za stranke, saj omogočajo boljše razumevanje njihovih potreb in oblikovanje prilagojenih produktov ter storitev. Analitična orodja, ki zbirajo strukturirane in nestrukturirane podatke, so zdaj na voljo za podporo optimizaciji procesov, obvladovanju tveganj in strateškemu odločanju (Milanesi, brez datuma). Finteh podjetja so zato neposredno povezana s številnimi priložnostmi, od zagotavljanja učinkovitosti finančnih sistemov, izboljšanja konkurenčnosti na trgu, do opolnomočenja prebivalstva na ruralnih območjih in tako omogočiti finančne storitve širšemu krogu ljudi. Po drugi strani predstavljajo potencialno tveganje za potrošnike in vlagatelje, hkrati lahko zamajejo finančno stabilnost in integriteto (The World Bank, 2020).

Tako kot gospodarske, geopolitične, demografske ali okoljske spremembe, tudi zgoraj omenjeni trendi vplivajo na širšo družbo, gospodarstvo ter posledično tudi na bančno industrijo. Bančništvo bi moralo postati bolj odprto, pregledno, transakcije procesirane v realnem času, prilagojeno, neposredno vključeno v življenje potrošnikov, tako fizičnih oseb kot tudi korporativnih entitet. Čeprav se način bančništva spreminja, se vloga bank verjetno

ne bo. Kljub pojavu novih trendov bi banke morale ostati zveste svoji osnovni vlogi kot finančni posredniki: uskladiti povpraševanje s ponudbo kapitala (Srinivas, Ramsay, Schoeps, Wadhvani & Hazuria, 2019). Tudi tradicionalne institucije v finančnem sektorju so se počasi le začele zavedati pomena in prednosti tehnologije (Brandl & Hornuf, 2020).

V magistrskem delu proučujem, v kolikšni meri finteh podjetja vplivajo na bančne institucije v segmentu prebivalstva (kartično poslovanje, osebni računi, varčevanje, digitalno bančništvo idr.) ter hkrati na njihove komitente. Na podlagi teoretičnih dejstev bom osvetlila delovanje finteh podjetij ter izpostavila trende, ki predstavljajo gonilno silo za nadaljnje razvoje. S primerjalno analizo bom ob bok finteh podjetjem postavila bančne institucije, ki so v nenehnem boju za ohranitev že obstoječih in pridobivanje novih komitentov. Na podlagi empirične raziskave bom analizirala, v kolikšni meri smo odjemalci bančnih storitev (fizične osebe) v Sloveniji naklonjeni novim trendom ter kakšni so razlogi, da zaupamo svoja denarna sredstva tudi drugim finančnim institucijam. Analiza temelji na podatkih, ki so bili v letu 2021 zbrani s pomočjo anketnega vprašalnika.

Namen magistrskega dela je s pomočjo literature ter lastnega raziskovanja proučiti odnos med finteh podjetji ter tradicionalnimi bančnimi institucijami ter indicirati, ali bodo v prihodnosti v Sloveniji prevladala finteh podjetja bodisi lahko pričakujemo zgolj povezovanje med njimi in bančnimi institucijami, hkrati je namen s pomočjo empirične analize ugotoviti, ali smo odjemalci bančnih storitev v Sloveniji naklonjeni novim trendom ter privzemanju izboljšanih tehnologij.

Znotraj obravnavane tematike bom zasledovala naslednje cilje:

- Osvetliti bistvene razlike med finteh podjetji ter bankami in hkrati nakazati smernice za njihovo prihodnje poslovanje.
- Izpostaviti aktualne trende, ki vplivajo na razvoj finteh podjetij in spodbujajo banke k privzemanju novih tehnologij.
- Analizirati, kolikšen delež obravnavanega vzorca je naklonjen izboljšanim finančnim storitvam ter ugotovitve povezati z demografskimi značilnostmi.
- Na podlagi rezultatov analize nakazati, katere vrste finančnih institucij lahko v prihodnosti pričakujejo več odjemalcev in kateri so bistveni dejavniki, ki vplivajo na to.

Magistrsko delo odgovarja na raziskovalno vprašanje, ali so komitenti bank v Sloveniji naklonjeni novim oz. izboljšanim finančnim storitvam, ki jih ponujajo finteh podjetja in ali bodo v prihodnosti v Sloveniji prevladala tovrstna podjetja, bodisi lahko pričakujemo zgolj sodelovalni odnos med njimi in bančnimi institucijami. Zastavljena vprašanja nakazujejo smernice za nadaljnje proučevanje vpliva finteh podjetij na bančne institucije in njihove komitente, v segmentu prebivalstva, v Sloveniji.

Magistrsko delo dopolnjujeta tako teoretična podlaga kot tudi empirična raziskava. Z deskriptivno metodo bom zajela osnovne značilnosti finteh podjetij, bančnih institucij ter



njihovih komitentov. S komparativno metodo bom primerjala finte podjetja z bančnimi institucijami, medtem ko bodo z metodo kompilacije povzeta bistvena dognanja ter stališča izbranih avtorjev. Teoretični del bo temeljil na osnovi domačih ter tujih sekundarnih podatkov, ki bodo povzeti iz znanstvenih člankov, iz baz podatkov, kot sta Proquest ter Science Direct. Hkrati bodo v delu uporabljeni strokovni članki iz spletnih mest ter druge raziskave, ki govorijo o obravnavani tematiki.

V prvem poglavju je predstavljena bančna panoga ter glavni subjekti, ki ponujajo širok nabor finančnih storitev ter tako skušajo prisluhniti komitentom in ustreči njihovim zahtevam. V nadaljevanju sem se osredotočila na razvoj bančne panoge. Opisan je postopen prehod od razvoja komunikacijske tehnologije do zahtevnih inovacij ter implementacij, ki so olajšali poslovanje ter vplivali na razvoj novih finančnih podjetij. Poslovanje bank, ki so ga poznali v zgodovini, je bilo namreč čez leta izpostavljeno številnim spremembam. Predstavljeni so trendi, ki omogočajo bankam, da sledijo finančnim konkurentom na trgu in na ta način izboljšajo svoje poslovanje ter se približajo komitentom. Ob tem prvo poglavje zajema uvod v delovanje finte podjetij, saj ta bankam omogočajo tehnološki preboj, zagotavljajo jim nove funkcionalnosti ter tehnološko dovršene produkte. Bančne institucije so že spoznale, da morajo nove tehnologije uporabljati kot svojo konkurenčno prednost.

Drugo poglavje opisuje nastanek ter razvoj finte podjetij, ki so s svojo prisotnostjo vplivala na razvoj tehnologije v bančni panogi, prav tako pa so pritegnila pozornost nemalo katerega komitenta z novimi poslovnimi modeli, aplikacijami ali produkti. Finte podjetja pokrivajo veliko vrzeli na finančnem trgu, ki izboljšajo poslovanje, uporabniško izkušnjo, zmanjšajo fiksne stroške in pohitrijo delovni proces. Tako so v drugem poglavju opisana področja, na katerih delujejo finte podjetja, hkrati pa so predstavljena finte podjetja tudi v Sloveniji.

V tretjem poglavju sem primerjala finte podjetja ter bančne institucije. Tradicionalne banke skrbijo za širšo množico, medtem ko se finte podjetja nišno usmerijo, kar vpliva tudi na spremembe v tradicionalnem bančništvu. Glavni namen finte podjetij je izkoriščanje tehnologije, da bi zadostili finančnim potrebam strank in zagotovili dobro uporabniško izkušnjo.

V četrto poglavje so vključeni dejavniki, ki vplivajo na privzemanje novih tehnologij. Stranke bodo uporabljale izdelek ali storitev, če so njihove koristi večje od tveganj. Poglavje je podkrepjeno s študijami tujih avtorjev, ki opisujejo dejavnike, zaradi katerih bi se stranke morda odločile za uporabo storitev finte podjetij.

Peto poglavje zajema empirično analizo, ki je osrednji del magistrskega dela in razkriva, ali je slovenska populacija naklonjena novim bančnim trendom bodisi poslovanje raje zaupamo že obstoječim bančnim institucijam. Iz raziskave je razvidno, kateri dejavniki predstavljajo prebivalstvu, komitentom bank, dodano vrednost ter kako se ti odzivajo na produkte, ki jih trenutno ponujajo finte podjetja. Rezultati kažejo, kakšne navade so razvili uporabniki

finančnih storitev v času pandemije ter kateri demografski skupini je mogoče pripisati večjo naklonjenost finteht storitvam.

V zadnjem poglavju je predstavljen vpliv finteht podjetij na bančne institucije ter njihove komitente. Povzetek ugotovitev nakazuje, ali lahko bančne institucije v prihodnje pričakujejo drastičen upad komitentov, bodisi bodo ti v prihodnje še zmeraj zaupali bančnim institucijam. Zadnje poglavje razkriva, ali se obeta konkurenčni odnos med tradicionalnimi bančnimi institucijami ter finteht podjetji oz. ali bo prevladalo povezovanje med njimi.

## **1 RAZVOJ BANČNE PANOGE**

Bančništvo je ena starejših panog, ki ima svoje zametke že okoli leta 2000 pr. n. št. Vse se je začelo s trgovci, ki so med prevozom blaga med mesti posojali žito kmetom in drugim trgovcem. Od takrat do danes se je bančništvo razvilo iz poenostavljenega menjalnega sistema v sodoben, zapleten, globaliziran, s tehnologijo podprt model e-bančništva (Technofunc, 2012).

### **1.1 Ponudniki bančnih storitev**

Angleški izraz »bank« se uporablja v kontekstu komercialne banke. Beseda je germanskega izvora, čeprav se posamezniki nagibajo k izvorni različici francoske besede »Banqui« in italijanske besede »Banca«. Opisuje raznovrstne dejavnosti, kot so hranjenje, posojanje ter menjava papirnatega denarja ali kovancev na trgu (Chand, brez datuma).

Danes je bančništvo panoga, ki presega hranjenje, posojila ter menjavo denarja, ukvarja se namreč z raznovrstnimi finančnimi storitvami. Ključne dejavnosti, ki ustvarjajo dodano vrednost v obravnavanem sektorju, so še vedno zagotavljanje posojil, možnosti varčevanja, hkrati pa nemotena obdelava plačilnih storitev, poslovanje s finančnimi instrumenti, menjava tujih valut, finančno svetovanje, bančne garancije, kartično poslovanje, zagotavljanje delovanja bankomatov, digitalno bančništvo, zasebno bančništvo, medtem ko panoga finančnih storitev vključuje tudi naložbe, zavarovanja, prerazporeditev tveganja in druge finančne dejavnosti.

Glede na način opravljanja bančnih storitev ločujemo med različnimi poslovnimi modeli.

#### **1.1.1 Tradicionalne banke**

Bančništvo sestoji iz več segmentov - bančništvo s storitvami, namenjeno prebivalstvu, poslovno bančništvo in investicijsko bančništvo. Potrošniško ali osebno bančništvo služi fizičnim potrošnikom. Tovrstne banke ponujajo finančne storitve, prilagojene posameznikom, vključno z varčevalnimi računi, hipotekami, posojili in kreditnimi karticami ter nekatere investicijske storitve. Korporativno ali poslovno bančništvo se ukvarja z malimi

podjetji in velikimi korporacijami. Komitentom je na voljo odprtje računov, kreditni produkti, ki so prilagojeni specifičnim potrebam podjetij, izmenjava sporočil med strankami in bankami ter prenos transakcij. Investicijska banka je družba za finančne storitve ali oddelek za podjetja, ki v imenu posameznikov, družb in vlad sodeluje pri finančnih transakcijah s storitvami svetovanja. Takšna banka je tradicionalno povezana s korporacijskimi financami in lahko pomaga pri zbiranju finančnega kapitala s sklenitvijo pogodbe ali deluje kot agent stranke pri izdaji vrednostnih papirjev. Investicijska banka lahko tudi pomaga podjetjem, ki sodelujejo pri združitvah in prevzemih, hkrati nudi pomožne storitve, kot so trženje, trgovanje z izvedenimi finančnimi instrumenti in lastniškimi vrednostnimi papirji ter instrumente s fiksnim donosom idr. Te banke zagotavljajo dostop do kapitalskih trgov, ponujajo davčno svetovanje ter svetujejo pri nakupu, bodisi prodaji delnic in obveznic. To nišo zasedajo tudi finančni svetovalci in borznoposredniške družbe (Investopedia, 2020).

Prva asociacija ob omembi bančništva še vedno predstavlja interakcijo med fizičnimi osebami ter njihovimi izbranimi bančnimi podružnicami (potrošniško bančništvo, osebno bančništvo) (The Motley Fool, 2019). Tudi če se danes večina interakcij odvija po spletnih kanalih, še vedno govorimo o komunikaciji z izbrano banko. Bančne storitve za prebivalstvo nudijo učinkovito izvajanje vsakodnevnih finančnih dejavnosti in so namenjene zadovoljevanju potreb po meri posameznika. Te storitve vključujejo izbiro bančnega paketa, dnevne vloge in dvige, varčevalne račune, posojila (osnovna posojila, potrošniški krediti, stanovanjski krediti), kreditne kartice, spletno bančništvo ipd. Poslovanje s prebivalstvom je namenjeno vsakodnevnim potrebam povprečnega potrošnika (Pritchard, 2021). Banke ves čas širijo paleto produktov in storitev za fizične osebe. Tudi internetno bančništvo je omogočilo nove razsežnosti storitev, ki so strankam na voljo brez obiska poslovalnic (Majaski, 2021).

Cilj tradicionalnih maloprodajnih bank je pridobivanje novih in ohranjanje obstoječih strank, optimizirati poslovanje in ne nazadnje povečati dobiček. Porast udeležencev, ki se ukvarjajo z bančnimi storitvami, je potrošnikom omogočil veliko stopnjo neodvisnosti. Kot rezultat tega, banke od svojih strokovnjakov zahtevajo, da so sposobni informacije, ki jih pridobijo od strank, usmeriti ter uporabiti na način, ki bo najbolj donosen za stranko, na podlagi preučevanja njihovih zahtev. Na ta način ustvarjajo ter pospešijo prodajo. Strokovnjaki pri poslovanju s prebivalstvom lahko v nasprotju s popolnoma digitalnimi ponudbami najdejo rešitev, ki v veliki meri ustreza potrebam stranke. Dolgoročni uspeh poslovanja s prebivalstvom je odvisen od izpolnjenih strankinih pričakovanj, čeprav so ta višja kot kadar koli prej. Dovršena storitev tako predstavlja konkurenčno prednost, hkrati morajo zagotoviti, da se stranka počuti cenjeno, razumljeno ter pomembno (Richardson Sales Performance, 2019).

Bančne institucije, ki delujejo v segmentu prebivalstva, se trudijo ohraniti svoj tržni delež in izboljšati operativne procese. V večkanalnem okolju, kjer komitenti sami izvajajo operacije

z majhno vrednostjo, se lokalne podružnice ponovno posvečajo svetovanju in prodaji z visoko vrednostjo (BearingPoint, brez datuma). Zaposleni imajo še vedno bistveno vlogo pri bolj zapletenih prodajah, storitvah in svetovanju, spreminja pa se tudi način interakcije s strankami. Vse pogosteje komunicirajo kar s pomočjo spletnega pogovora ali video posnetka. Nizozemska banka ABN Amro na primer svetuje in obdeluje hipoteke s pomočjo spletne kamere, tako da strankam ni treba fizično predati dokumentov v poslovalnici. Tako na preprost način povečujejo prodajo in storilnost, da dosežejo več strank in zmanjšajo zahtevne birokratske procese in fizične dokumente (Toit & Burns, 2015). Banke so neprenehoma izpostavljene novim trendom, kar jih spodbuja, da ponovno preučijo svoje dejavnosti in postavijo storitve za stranke v središče svojih strategij ter tako prispevajo k ponovni vzpostavitvi zaupanja. Hkrati se soočajo s številnimi izzivi, kot so spreminjajoče se vedenje strank, vpliv novih tehnologij, pa tudi pojav novih konkurentov in bančnih modelov iz držav v razvoju (BearingPoint, brez datuma).

Poleg tradicionalnih bank, ki ponujajo spletne storitve, se je na trgu pojavilo veliko novih tehnoloških podjetij, ki ponujajo zelo podobne storitve bančnim, in tako predstavljajo resno grožnjo obstoječim deležnikom na trgu, namreč z veliko strokovnega znanja in spletnega poslovanja poslujejo z nižjimi stroški in tako konkurirajo že uveljavljenim bančnim institucijam (Majaski, 2021).

### 1.1.2 Neobanke

Najbližja druga izbira bančnim institucijam so tako imenovane neobanke, ki bodisi same posedujejo bančno licenco, bodisi sodelujejo s finančnim podjetjem, ki poseduje tovrstno licenco. Hkrati pa poslujejo izključno digitalno, brez fizičnih poslovalnic. Neobanke so nastale kot mlada zagonska podjetja, katerih poslovanje temelji na novih tehnoloških rešitvah, zato jih uvrščamo v podkategorijo finančnotehnoloških podjetij (Walden & Strohm, 2021). Obravnavana banka predstavlja idealno zasnovo za mlade in tehnološko podkovane ljudi, ki potrebujejo preproste bančne zahteve, hkrati je primerna za cenovno občutljive posameznike (Sedej & Korber, 2021).

Ponujajo veliko storitev (kartično poslovanje, plačilne storitve, posojila), kot jih že ponujajo bančne institucije v segmentu prebivalstva, vendar so te na voljo z uporabo naprednejših orodij ter funkcionalnosti in boljše uporabniško izkušnjo. Čeprav so storitve, ki jih ponujajo neobanke, precej podobne storitvam, ki jih ponujajo tradicionalne banke, te navdušujejo uporabnike s funkcijami, kot so analitika v realnem času in napovedi denarnih tokov. Neobanke so nišno usmerjene, ponujajo samo posamezne storitve, hkrati omogočajo poslovanje uporabnikov z najnižjimi stroški, saj je paket zasnovan na podlagi povprečja storitev, ki jih posameznik potrebuje (Shettar, 2020). Neobanke že nekaj časa delujejo na mednarodnem trgu, kot sta ZDA in Evropa, zanimive pa so tudi za ljudi, ki živijo v manj razvitih delih sveta in nimajo dostopa do bančnih poslovalnic. Nov slog bančništva zagotovo ni privlačen za vse. V primeru težav pri opravljanju bančnih storitev ni mogoče vzpostaviti

fizičnega stika s svetovalci kot pri tradicionalnih bančnih institucijah. Osebni pogovor s svetovalcem gradi raven odnosa in zaupanja, ki bi ju sicer težko dosegli. Prav tako so neobanke nekoliko manj regulirane, kot tradicionalne banke. Odgovornost stranke je, da se prepriča in izbere banko, ki ponuja jamstvo za vloge (Howat, 2020).

Številne neobanke so v zadnjih nekaj letih zabeležile porast števila strank, po mnenju Business Insiderja (Green, 2021) številne od teh bank na ključnih svetovnih trgih dajejo prednost obsegu v primerjavi z dobičkonosnostjo. Njihove ustvarjene marže na stranko ostajajo nizke, večinoma zaradi nastalih operativnih stroškov in brezplačne ponudbe transakcijskih računov, čeprav številne že ponujajo premium transakcijske račune z dodanimi storitvami, za katere je treba odšteti večji znesek. Srečujejo pa se tudi z izzivi, kot je privabljanje strank, dolgoročno zagotavljanje denarnih tokov ter skrb za varnost (Shettar, 2020). Primeri neobank: Monzo, Vivid Money, Wise, Revolut, N26.

Ker so neobanke podkategorija finteh podjetij (Bradford, 2020), se bom v nadaljevanju osredotočila na finančnotehnološka podjetja.

### 1.1.3 Finteh podjetja

Razvoj tehnologij je služil kot motor za preobrazbo makro okolja. Ključni dejavnik v razvoju finančnih trgov je postalo uvajanje novih finančnih tehnologij, ki se pojavljajo kot posledica konservativnega finančnega upravljanja pri uporabi digitalnih tehnologij (PWC, brez datuma). Odkar je postala tehnologija prevladujoča v skoraj vseh gospodarskih sektorjih, številna finteh zagonska podjetja ponujajo maloprodajne storitve uporabnikom na mobilnih aplikacijah, ali na drugih spletnih mestih (Shah, 2020). Finteh podjetja, ki delujejo na področju bančništva, so s pojavom nove tehnologije (biometrični senzorji (prstni odtis, prepoznavanje oči), brezstične kartice, umetna inteligenca, roboti, elektronska denarnica itn.) vplivali na številne aplikacije in spremenili način dostopa potrošnikov do svojih financ (Gundaniyah, brez datuma).

To ni le velika tehnološka sprememba, ampak temeljita prenova celotnega modela bančništva na področju segmenta prebivalstva, saj se bo spremenila celotna struktura trga. Robotsko-svetovalne platforme so vse bolj v uporabi. Za namene pridobivanja informacij o strankah ter njihovo segmentacijo, so potrebni masovni podatki (angl. Big Data) in dodatne analitične zmogljivosti. Ti dejavniki bistveno vplivajo na razvoj nove programske opreme in dodatnih zmogljivosti, ki bodo vplivale na celoten finančni sektor. Banke in druga finteh podjetja se lahko odločijo za širitev, ne z univerzalnim bančnim modelom, temveč z izbiro najučinkovitejših in racionaliziranih storitev (Ferrari, 2016). Novi ponudniki bančnih storitev vidijo priložnost v razčlenjevanju komponent tradicionalnega bančništva in ponujanju ciljno usmerjene rešitve z izboljšanimi storitvami, tako za fizične uporabnike kot za podjetja. Finteh podjetja lahko bistveno vplivajo na tržni delež v bančnem sektorju, marže, informacijsko varnost ter na pripadnost strank (Nazariy, 2021).

V vseh maloprodajnih podjetjih, vključno z bančnimi institucijami, stranke pričakujejo, da bodo interakcije preproste, intuitivne in nemoteno povezane na fizičnih in digitalnih stičnih točkah. Banke vlagajo v izpolnitev teh pričakovanj, hkrati se trudijo slediti najnovejšim trendom. Poslovanje s prebivalstvom je na prelomni točki in pričakuje se, da se bo hitrost sprememb v naslednjih treh do petih letih znatno povečala. Uspeh bo zahteval jasno postavljene cilje, hitrost ter agilnost pri sami izvedbi. Banke, ki bodo izkoristile trenutne premike na trgu, se bodo lahko ponašale z zmagovalnim položajem na trgu (Gujral, Malik & Taraporevala, 2019).

## **1.2 Digitalizacija procesov v bančni panogi**

V današnjem času je na voljo veliko več načinov razpolaganja s sredstvi kot samo poslovanje na področju depozitov ter posojil. Portfelj bančnih produktov se je neprimerljivo razširil, kar pomeni, da je dostopnost storitev na voljo širšemu krogu ljudi. Ker se število produktov veča in so zahteve strank vedno bolj specifične, tudi bančništvo predstavlja vedno širši pojem. Razvoj na področju informacijsko-komunikacijske tehnologije bistveno spreminja poslovni model bank. Te se vse bolj uveljavljajo in vplivajo na razvoj digitalnih produktov. Slednje predstavlja številne priložnosti kot tudi nevarnosti. Med drugim velja omeniti velik prihranek časa in denarja, tako na strani banke kot tudi na strani komitentov (Svoljšak, 1999). Stranke venomer stremijo k rešitvam za lažje in boljše upravljanje s financami.

Preprosto poslovanje bank, ki so ga poznali v zgodovini, je bilo čez leta izpostavljeno številnim spremembam. Eno izmed zanimivih dejstev predstavlja vzpostavitev komunikacijskega kanala med Evropo in Ameriko. Sčasoma se je ta začel uporabljati za prenos ekonomskih informacij. Finančne storitve so prvič v zgodovini začele uporabljati digitalne kanale za komuniciranje, kljub temu je večina finančnih storitev ostala analogna (Acar & Çıtak, 2019). Konkretno spremembo, ki so predstavljale premik v bančni industriji, sežejo v začetek 20. stoletja (1918), ko je bil vzpostavljen prvi elektronski sistem za poravnavo med dvanajstimi ameriškimi bankami (Vidmar, 2016).

Prvo različico kreditnih kartic so izdale naftne družbe in veleblagovnice. Uporabljali so jih z namenom ohranjanja strank in izboljšanja njihovih storitev. Prvo bančno kartico je leta 1946 uvedla newyorška banka, imenovana Biggins Bank. Banka je na ta način trgovcu povrnila stroške in šele nato od stranke prejela plačilo. Kreditne kartice so se pojavile leta 1966, ko so se banke združile v medbančno združenje MasterCard in Visa. Ta tehnologija je bistveno vplivala na bančno industrijo, saj strankam ni bilo treba več obiskovati banke za osnovne finančne transakcije (Kenyan WallStreet, 2017).

Obdobje med 1866 in 1967 je opredeljeno kot prehod finančnih storitev iz analogne v digitalno obliko. Razvoj komunikacijske tehnologije in procesnih tehnologij za finančne storitve je spremenil dožemanje tradicionalnih institucij (Acar & Çıtak, 2019). Naslednja revolucionarna ideja je bila uvedba bankomatov, ki jih je med prvimi uvedla angleška Barclays banka (Nikkel, 2020). V osemdesetih letih so banke začele uporabljati dovršene

računalnike za izračun zahtevnih metod, analize podatkov in vodenje evidenc o transakcijah (Acar & Çıtak, 2019). Z razvojem interneta leta 1990 so banke uvedle tudi spletne bančne portale za stranke (Nikkel, 2020). Hkrati so takrat začeli potekati elektronski prenosi sredstev in internetno bančništvo. Spletno bančništvo so banke uradno uvedle leta 1994. Prvi uporabniki so hitro spoznali koristi in lahkotnost uporabe elektronskega bančništva, vendar so številni še vedno oklevali, ker niso zaupali varnostnim pogojem. Okoli leta 2000 je spletno bančništvo postalo splošno priznan trend, zahvaljujoč e-poslovanju (Kenyan WallStreet, 2017).

Bračun (1997, str. 150) ugotavlja, da je pri razvoju elektronskega bančništva treba nasloviti zahteve strank. Te bi želele uporabljati bančne storitve kjer koli in kadar koli, brez obiska poslovalnic. Banka je dolžna pri tem zagotoviti najvišjo možno stopnjo varnosti in tako ohranjati strankino zaupanje na dolgi rok. Po drugi strani je treba upoštevati tehnološke zmogljivosti; analizirati obstoječo infrastrukturo ter razumeti učinke elektronskega bančništva na poslovanje. Od začetka 21. stoletja do danes se je poslovanje bank in interakcija s komitenti začela v celoti digitalizirati (Acar & Çıtak, 2019), vendar je pri tem procesu treba upoštevati štiri principe, ki spremljajo razvoj: učinkovitost, finančna stabilnost, zaščita strank ter integriteta (BBVA, brez datuma).

Glavna skrb sta zadrževanje in zvestoba komitentov, zato so banke razvile spletno bančništvo, da se odzovejo na novo vedenje svojih strank. Že zgodaj so zaznali priložnost, kjer stranka sama pregleduje transakcije, poizveduje o stanju ali opravlja plačilne prenose. Spletne banke, ki so del znanih tradicionalnih skupin bank, imajo dolgoletno bančno zgodovino in strokovno znanje v bančnem sektorju, zato uživajo zaupanje strank v blagovno znamko in gradijo dobre odnose (BearingPoint, brez datuma).

Sprejemanje novih tehnologij bo bankam omogočilo, da bodo izboljšale lastne poslovne modele tako, da bodo podatke spreminjale v praktična dognanja. Tako bodo banke, ki se bodo spoprijele z digitalnim izzivom, pridobile na vseh področjih. Okrepile bodo odnos z obstoječimi strankami, nadgradile operativen nadzor, znižale stroške, zmanjšale tveganja in navsezadnje izboljšale poslovne rezultate. Tehnologija, ki bo učinkovito implementirana, orodja, ki bodo uspešno testirana, bo za stranko predstavljalo čudovito izkušnjo na vseh ravneh interakcije (Forest & Rose, 2015). Poleg tega je tehnologija vplivala na način manipuliranja z denarjem. Kovanci, papirni računi, kreditne in debetne kartice ter zdaj kriptovalute dokazujejo, kako je bančni sektor absorbiral tehnologijo čez čas. Čeprav so vsa osnovna načela bančništva ostala enaka, so se metode, ki jih uporabljamo za njihovo izvajanje, bistveno spremenile. Zaradi teh sprememb je bančništvo bolj organizirano, varnejše in veliko bolj učinkovito (Joshi, 2019).

Dandanes ljudje izberejo bančne ustanove glede na njihovo percepcijo, torej kako se finančna institucija predstavlja v okolju, kaj ponuja svojim potencialnim strankam ter kako bogati njihove izkušnje. Ljudje smo izredno vodljivi ter pod vplivom družbenih medijev, raznovrstnih spletnih mest ter oglasov. Če so banke zmožne pripraviti dobro marketinško

strategijo, lahko s tem znatno pripomorejo k pridobivanju pozornosti novih strank. Danes je pot pridobivanja novih strank cenejša in preprostejša, kajti internetne storitve ponujajo neposreden dostop do potencialnih potrošnikov že na njihovih napravah. Digitalna preobrazba finančnim institucijam omogoča, da že vnaprej predvidijo, kakšne so želje ter potrebe ljudi. Svoje finančne storitve in ponudbe lahko tako predhodno oblikujejo glede na zahteve strank (Rieker, 2018). Tehnologija pa je vplivala tudi na številna druga področja poslovanja.

### 1.2.1 Finančno posredništvo

Finančne institucije uporabljajo tehnologije, ki zahtevajo večplastno preverjanje avtentikacije in varnostne protokole. Z mobilnimi aplikacijami in spletnimi mesti je dostop do sredstev lažji in varnejši. Dvig sredstev zahteva izpolnitev določenih standardov, kar pomeni, da je uporabnik dolžan za dostop do lastnega računa poslati avtentikacijske podatke, kot so vnaprej določena gesla, varnostna vprašanja ali mobilna enkratna gesla (angl. one time password). O vsaki transakciji na računu je imetnik računa obveščen s pomočjo orodij za obveščanje, bodisi po elektronski pošti ali obvestila znotraj aplikacij na osebnih napravah. Vsaka prijava ima omejeno število zaporednih poskusov; na ta način se skušajo izogniti zlorabam. Nekatere banke za preprečevanje goljufij uporabljajo prstne odtise, prepoznavanje obrazov in glasu ter druge biometrične tehnike. Vsi ti ukrepi zagotavljajo, da je denar v bankah tako rekoč zaščiten pred kakršnimi koli fizičnimi ali kibernetskimi grožnjami (Joshi, 2019).

### 1.2.2 Obdelava plačil

Veliko spremembo v razvoju bančništva predstavlja obdelava plačil. Nove tehnične rešitve so omogočile, da obdelava plačil dandanes temelji na avtorizaciji, medtem ko je izpolnjevanje obrazcev drugotnega pomena. Bančne operacije so v nenehnem boju s tehnologijo z namenom zmanjšanja obsega fizičnih dokumentov. Bankomati so zmožni izdajati gotovino brez človeških posrednikov. Po drugi strani so omogočeni avtomatizirani pologi ter plačevanje položnic. Plačilni prenosi so bili del nadgradenj. Na trgu se je pojavil nov standard - EMV tehnologija, ki zahteva prisotnost čipa na plačilnih karticah. Tovrsten čip je procesor podatkov, ki deluje na podlagi kriptografije in postane aktiven zgolj, ko se poveže s prodajnim terminalom (angl. point of sale, v nadaljevanju POS terminal). Nova tehnologija je zmanjšala število kartičnih goljufij, namreč čip je razmeroma težko ponarediti (Sumup, 2020). Nov trend na trgu predstavljajo tudi mobilna prodajna mesta oz. terminali (angl. mobile point of sale - mPos), tehnologija, ki omogoča prenos podatkov iz bližnjih naprav (angl. Near Field Communication - NFC tehnologija) za opravljanje brezstičnih plačil ipd. Velik preboj, ki je vplival na plačilni sistem, je bil avtomatiziran vnos bremenitev/dobroimetij v centralizirano glavno knjigo, pozneje tudi elektronska plačila. Plačilni posel je odvisen od obvladovanja elektronske obdelave podatkov z bremenitvijo in



dobroimetjem na računih. Na tem področju bankam konkurirajo številni novi udeleženci, npr. PayPal, ApplePay ter Alipay (Navaretti, Giacomo & Pozzolo, 2017).

### 1.2.3 Odobritve posojil

Postopek odobritve posojil je zdaj bistveno hitrejši s pomočjo tehnologije. Prej so banke potrebovale določen čas za odobritev posojilnih vlog, kajti načini preverjanja prosilčevega finančnega ozadja niso bili vzpostavljeni. Prisotnost novih tehnologij ter številnih orodij je omogočil preverjanje strank v zelo kratkem časovnem obdobju. Banke zbirajo tudi podatke z različnih spletnih mest, da bi ugotovile plačilne sposobnosti posojilojemalca, tako s pomočjo algoritmov hitreje pridobijo oceno kreditnih tveganj. Pred leti bi bila ustna komunikacija ter pisna dokumentacija zadosten dokaz, da bi bil posojilojemalec zmožen vrniti znesek posojila, zdaj se pogoji odobritve zaostrejejo.

### 1.2.4 Investicijsko svetovanje

Tehnologija pomaga graditi boljše odnose s strankami in svetovalci. Večje obdelave podatkov in analitika pomagajo tako svetovalcem kot strankam, da razumejo trende na trgu in jim tako omogočijo boljši vpogled v gospodarstvo. Poleg tega so razpoložljivi podatki o strankah bankam dale več dostopa in moči, da kar najboljše izkoristijo tržne razmere (Joshi, 2019). Tradicionalno so banke rastle s povečevanjem tržnega deleža in ponujanjem dodatnih storitev z namenom privabljanja potrošnikov. Na podlagi tega scenarija so se banke soočale s tveganjem, da bodo postale povprečne v svoji ponudbi. Na ta način jih bodo premagali konkurenti, ki so osredotočeni na določen segment produktov oz. storitev. Danes banke ponovno premišlujejo o svojem trenutnem položaju na trgu, da bi ugotovile, kje lahko dodajo vrednost in bolje izpolnijo pričakovanja strank.

Ko govorimo o digitalnih spremembah, ki spreminjajo izkušnjo strank, morajo banke okrepiti infrastrukturo in obogatiti storitve, da bodo bolje konkurirale na trgu. Treba se je osredotočiti na nove strategije, analizirati obstoječe procese ter z agilnim pristopom stopiti naproti novim tehnologijam ter inovacijam. Na tej poti bo potrebna nadgradnja zastarelih sistemov, prerazporeditev virov, razvoj orodij za upravljanje uspešnosti in temeljit pregled vseh vidikov poslovanja (Mastropietro, 2019).

## 1.3 Trendi v bančni panogi

Že nekaj let smo priča številnim trendom, ki so bistveno spremenili strategije bančnih institucij in njihove modele poslovanja. Na udaru je bilo predvsem leto 2008, v času globalne finančne krize ter nato ponovno 2020/21, ko smo bili priča krizi, ki je nastala zaradi bolezni covid-19. Ker se je gospodarstvo začelo zapirati, je bilo marsikatero podjetje precej

oškodovano. Bančnim ter drugim finančnim institucijam se je uspelo hitro prilagoditi na nastalo situacijo in začele so se še bolj pomikati v digitalno smer.

Številni komitenti danes raje opravijo svoje finančne obveznosti kar na spletu, ne da bi morali obiskati fizično poslovalnico. To še posebej velja za milenijce (oz. generacijo Y, rojeni med 1981 in 1995) ter mlajše predstavnike generacije Z (rojenih med letoma 1996 in 2021), ki so začeli prevladovati med delovno silo. Ta digitalna preobrazba je privedla do povečane konkurence tehnoloških zagonskih podjetij, pa tudi do konsolidacije manjših bank in zagonskih podjetij (Meola, 2021).

Danes se zbira ogromno osebnih podatkov, ki so kasneje del obsežnih analiz. Velike baze podatkov o strankah in njihovo preteklo vedenje omogoča napovedovanje preferenc, potreb in trendov ter ponujanje ustreznih finančnih produktov v pravem trenutku in s primerno ceno. Masovni podatki in strojno učenje sta dve ključni sestavini, ki bistveno spreminjata finančne storitve. Učinki na industrijo se hitro širijo, od presojanja, kateri so potencialni posojilojemalci do določanja cenovnega tveganja na ravni posameznika, npr. Amazon Store Cards lahko sprejme odločitev v 15 sekundah za določitev kreditnega tveganja (Navaretti, Calzolari & Pozzolo, 2017).

V nadaljevanju bom navedla aktualne razvojne trende, ki vplivajo na spremembe ter razvoj bančnih institucij.

### 1.3.1 Spletno in mobilno bančništvo

Zadnja kriza je pomembno vplivala na življenjski slog ljudi in oblikovala nove vzorce vedenja. Z zmanjšanjem števila fizičnih interakcij v vsakdanjem življenju se ljudje odločajo za digitalne načine plačevanja. Nekateri države pričakujejo celo popolno ukinitve gotovine in prehod na izključno digitalne finančne transakcije. Po drugi strani pa bo tak prehod bank v brezgotovinsko družbo zmanjšal stroške, povezane z manipuliranjem s fizičnim denarjem. Banke bodo veliko lažje analizirale digitalne transakcije in dobile vpogled v potrošniške vzorce svojih strank (Intellectsoft, 2021).

Spletno ter mobilno bančništvo se je v zadnjih letih zelo razširilo, saj je izredno priročno upravljati svoj transakcijski račun od doma. Številne bančne institucije so spomladi 2020 doživele 200-odstotno rast registracij mobilnih aplikacij. Posledično se je zmanjšalo število obiskov poslovalnic, saj digitalni dostop strankam omogoča, da številna dejanja opravijo kar sami. Treba je omeniti, da povpraševanje po razširjeni paleti funkcij mobilnega bančništva skokovito narašča. Uporabniki pričakujejo, da bodo svoje kartice nadomestili z mobilno aplikacijo in jo uporabili pri dvigovanju gotovine na bankomatih, imeli možnost začasno deaktivirati kartico, uporabiti prepoznavanje obrazov ali skenirati prstne odtise pri vstopu v aplikacijo, si ogledati statistiko porabe, preklicati plačilo naročnine na storitve itn. Ključnega pomena je razumeti in zadovoljiti te potrebe pri zadrževanju obstoječih strank in privabljanju novih (Intellectsoft, 2021).

### 1.3.2 Avtomatiziran sprejem novih komitentov

Kakovostna izkušnja strank je odvisna od dobrega prvega vtisa; pri večini komitentov se prvi vtis zgodi med prvo interakcijo s svetovalcem. Tradicionalno vključevanje novih strank vključuje izpolnjevanje in podpisovanje svežnjev papirja, kar predstavlja administrativno breme in povečuje tveganja za ozka grla v postopku ter preizkuša potrpljenje strank. Z omogočanjem spletne izkušnje banke svojim strankam olajšajo celoten proces vključevanja in omogočijo zagotavljanje bistvenih informacij kar od doma. Tako lahko stranke veliko hitreje odprejo svoje račune in tako še izboljšajo začetno uporabniško izkušnjo (Dudovicz, brez datuma).

### 1.3.3 Poudarjen pomen uporabniške izkušnje

Dizajn programske opreme je bil v zadnjem desetletju močno povezan s tehnologijo. Zagonska podjetja so z novim pristopom, ki temelji na človeku prijaznemu oblikovanju, prisilili banke, da sprejmejo nove metodologije oblikovanja in razmišljanja. Banke se zdaj bolj zavedajo, da ni dovolj ustvariti uporabnih vmesnikov pri zagotavljanju svojih bančnih storitev. Začenjajo razumeti, kakšno izkušnjo želijo zagotoviti svojim uporabnikom na vseh ravneh digitalne interakcije (Kognitiv, 2020).

### 1.3.4 Storitve svetovanja

Veliko bančnih komitentov išče načine za rast naložbenih donosov, vendar niso prepričani, kje pridobiti zanesljive informacije. Tistim, ki se po smernice obrnejo na splet, se bodo nasveti na finančnih spletnih straneh verjetno zdeli informativni, vendar preširoki, da bi bili resnično koristni. To daje bankam odlično priložnost, da izboljšajo finančne storitve tako, da stranke povežejo s svojimi finančnimi svetovalci, ki lahko nudijo nasvete, prilagojene potrebam vsake stranke. S tehnologijo upravljanja odnosov s strankami (angl. Customer Relationship Management - CRM) lahko bančne institucije zbirajo in analizirajo podatke ter ustvarjajo podrobne profile strank, ki jih bančni svetovalci nato uporabijo za popoln pregled stranke in njene edinstvene situacije. Svetovalcem omogoča, da strankam ponudijo prilagojene nasvete na vsaki stopnji njihove finančne poti, vzpostavijo boljše odnose z njimi in si zagotovijo njihovo zvestobo (Dudovicz, brez datuma).

### 1.3.5 Anonimizacija podatkov

Anonimizacija podatkov se nanaša na način ohranjanja zasebnih ali zaupnih informacij z brisanjem ali kodiranjem identifikatorjev, ki posameznike povezujejo z obstoječimi podatki v bazah. Narejena je z namenom zaščite zasebne dejavnosti posameznika ali družbe, hkrati pa ohranja verodostojnost zbranih in izmenjanih podatkov. Anonimizacija podatkov je ena od tehnik, s katerimi organizacije jasno upoštevajo stroge predpise o zasebnosti podatkov, ki zahtevajo varnost osebnih podatkov, npr. ime in priimek, naslov (CFI, brez datuma).

### 1.3.6 Odprto bančništvo

Vmesnik za programiranje aplikacij (angl. Application Programming Interface, v nadaljevanju API) pomaga povezati različne sisteme in ločene organizacije ter omogoča skupno rabo podatkov in analitiko. API omogoča razvoj računalniških programov, kot so orodja za osebno finančno upravljanje, ki dostopajo do različnih finančnih računov. So bistvenega pomena za odprto bančništvo, saj olajšajo varno izmenjavo osebnih podatkov in podatkov o produktih med finančnimi institucijami (The World Bank Group, 2019). Direktiva Evropske unije o plačilnih storitvah (angl. Payment services directive, v nadaljevanju PSD2) je eden najpomembnejših predpisov, katerega cilj je spodbujati inovacije, konkurenco in izmenjavo podatkov na načine, ki bolje služijo strankam (Business Technology Research, brez datuma). Ta tehnologija bo strankam omogočila preprosto konsolidacijo in dostop do svojih finančnih podatkov iz več institucij in organizacij s pomočjo API-jev za nemoteno in brezhibno izkušnjo. API omogoča zunanjim ponudnikom (angl. Third-Party Service Providers) dostop do finančnih podatkov strank, ampak šele po njihovem soglasju (Intellectsoft, 2021).

Del tega širokega koncepta predstavlja tudi bančništvo kot storitev (angl. Banking-as-a-service, v nadaljevanju BaaS). BaaS opisuje model, s katerim banke z dovoljenjem integrirajo svoje digitalne bančne storitve neposredno v produkte drugih nebančnih podjetij. Tako lahko nebančno podjetje, kot je letalski prevoznik, svojim strankam ponudi digitalne bančne storitve, kot so mobilni bančni računi, debetne kartice, posojila in plačilne storitve, ne da bi morali sami pridobiti bančno licenco (Bessenbach, 2021).

### 1.3.7 Storitve v oblaku

Računalništvo v oblaku lahko poveča učinkovitost digitalne infrastrukture, ki podpira finančne storitve. Ponudniki storitev v oblaku skrbijo za obdelavo in shranjevanje podatkov, kar zmanjša stroške gostovanja, infrastrukture in programske opreme za podjetja ter pomaga racionalizirati izdatke za informacijsko tehnologijo. Hkrati zagotavlja večjo uspešnost ter prilagodljivost. Podjetja, ki oddajajo dejavnosti ponudnikom storitev v oblaku, morajo izpolnjevati vse zakonske zahteve, npr. glede ustreznega obvladovanja tveganj, varstva podatkov in ustreznega nadzora nad sistemom (European Commission, 2018). Storitve v oblaku omogočajo shranjevanje in obdelavo velikih količin podatkov, kar omogoča visoka stopnja računalniške zmogljivosti, brez velikih fiksnih stroškov. Internet omogoča ogromen prenos podatkov, brez potrebe po dragih namenskih omrežjih.

### 1.3.8 Umetna inteligenca

Programi za umetno inteligenco (angl. Artificial Intelligence) lahko izvajajo naloge, kot so reševanje težav, prepoznavanje govora, prepoznavanje vzorcev, zaznavanje vida in odločanje ter zagotavljanje strokovnih nasvetov brez človekovega poseganja. Osrednja

tehnologija, na kateri temelji umetna inteligenca, je strojno učenje (angl. Machine Learning). Z računalništvom v oblaku je tehnologija umetne inteligence podprla pojav posojilnih platform (Meola, 2021). Poleg številnih prednosti obstajajo nove vrste tveganj, ki se pojavijo z uporabo napredne tehnologije in zapletenih algoritmov finančnih podjetij, saj velikokrat manjka popolno razumevanje lastnih poslovnih odločitev. Kompleksni modeli umetne inteligence, zlasti globoko učenje (angl. Deep Learning), na splošno presegajo tradicionalne postopke, na primer pri napovedovanju tveganja neplačila posojilojemalcev. S pomočjo algoritmov so finančna podjetja povečala hitrost obdelave podatkov, zmanjšala človeške napake, zmanjšala stroške dela (zahteva manj osebja), racionalizirala procese in izboljšala izkušnjo strank (Jagtiani & Kose, 2018).

### 1.3.9 Spletni pogovor

Spletni pogovor (v nadaljevanju chatbot) omogočajo roboti, bazirani na umetni inteligenci, ki posnemajo človeške interakcije. Ti so zasnovani tako, da zagotovijo določene informacije glede na zastavljeno vprašanje. Do leta 2023 naj bi banke prihranile približno 826 milijonov ur z uporabo lastnih chatbotov (The World Bank Group, 2019).

### 1.3.10 Tehnologija veriženja podatkovnih blokov

Tehnologija veriženja podatkovnih blokov (angl. blockchain) učinkovito in trajno beleži transakcije med obema strankama. Blockchain je sestavljen iz posameznih blokov podatkov, ki vključujejo vrsto povezanih transakcij, povezanih skupaj v določenem vrstnem redu. Vse vpletene stranke si lahko delijo digitalno glavno knjigo v računalniškem omrežju, ne da bi za to potrebovali centraliziran sistem ali posrednike. Zato je obdelava transakcij preko verige blokov hitrejša. Verižni bloki omogočajo optimizacijo delovnih procesov, racionalizirane in avtomatizirane postopke. Javna veriga blokov je decentralizirana in je nobena entiteta ne more imeti v lasti. Zato takšna tehnologija predstavlja več kot le trgovanje s kriptovalutami, kot sta Bitcoin ali Ethereum – omogoča tudi hitrejša plačila, kliring in poravnave, nakup in prodajo, zbiranje sredstev, kredite in posojila, trgovinsko financiranje, veriga blokov v bančništvu kot digitalno preverjanje identitete, hkrati je tovrsten sistem primeren za računovodstvo in revizijo, medsebojno posojanje itn. (Kkozyra, 2020).

### 1.3.11 Masovni podatki

Medtem ko digitalno bančništvo uporablja skoraj polovica odrasle populacije na svetu, imajo finančne institucije na voljo dovolj podatkov, da lahko premislijo o svojem delovanju, postanejo učinkovitejše, bolj usmerjene k strankam in posledično donosnejše. Masovni podatki omogočajo popoln vpogled v podjetje: od vzorcev vedenja strank do učinkovitosti notranjih procesov in celo širših tržnih trendov. To pomeni, da omogoča sprejemanje informiranih odločitev na podlagi podatkov in posledično doseganje poslovnih rezultatov.

Analitika masovnih podatkov v bančništvu vpliva tudi na zmanjšanje poslovnih tveganj (Chalimov, 2019).

### 1.3.12 Avtomatizacija procesov

Avtomatizacija procesov (angl. Robotic Process Automation, v nadaljevanju RPA) je močno poenostavila najrazličnejše zaledne procese, ki so jih nekoč opravljali bančni delavci. S prenosom večine teh ročnih nalog s človeka na stroj so banke lahko bistveno zmanjšale potrebo po človeški vpletenosti, kar je imelo neposreden vpliv na veliko dejavnikov, od uspešnosti in učinkovitosti do zmanjšanja kadrovske težave in stroškov.

V zadnjih letih so največje japonske banke objavile novice o uvajanju robotske avtomatizacije procesov, da bi prihranili stroške dela in dosegli operativno učinkovitost. Bančni instituciji, kot sta Axis Bank in Deutsche bank, sta prav tako objavili novice o izvajanju RPA za avtomatizacijo poslovnih procesov. Banke po vsem svetu razmišljajo o RPA, da bi zmanjšale ročno obdelavo ogromnih podatkov, z namenom, da bi se izognile napakam. Ročna obdelava podatkov je tudi zamudno opravilo. Preprosta potrditev informacij o strankah iz dveh sistemov lahko pri robotih traja nekaj sekund namesto minut. Uvedba robotov za takšne ročne procese lahko zmanjša stroške obdelave od 30 % do 70 %. Številne procese v bankah je mogoče avtomatizirati, tako se lahko zaposleni posvetijo bolj kritičnim nalogam (AutomationEdge, brez datuma).

## 1.4 Sodelovanje med tradicionalnimi bankami in finteh podjetji

Starejši sistemi bančnih institucij so njihova največja ovira za rast in tehnološke inovacije. Posledično številne banke sodelujejo s finteh podjetji in tako gradijo svoje digitalne rešitve. Sprva so finteh podjetja videli kot konkurente, ki izkoriščajo praznino, ki jo je ustvarila nezmožnost industrije finančnih storitev, da bi sledila tehnološkemu preboju. Danes pa so partnerstva med bankami in finteh podjetji vedno bolj običajna, saj ta zagotavljajo trženje, upravljanje, vzdrževanje ali druge storitve, ki bankam omogočajo, da ponujajo tehnološko dovršene produkte, funkcije in ugodnosti (Intellectsoft, 2021). Tradicionalne banke si lahko na ta način zagotovijo konkurenčno prednost pri sodelovanju s finteh podjetji, ki razvijajo boljši način zagotavljanja finančnih storitev. Razvoj digitalnih storitev vpliva na izgled finančnih produktov ter na njihovo uporabnost. Bančne institucije včasih ne zmorejo same razvijati novih digitalnih storitev zaradi nezadostnih kapacitet in okorne organizacijske strukture. Bančne institucije so že spoznale, da se morajo naučiti, kako finteh tehnologijo uporabljati kot svojo konkurenčno prednost, in to se bo še stopnjevalo v prihodnjih letih (Panton, brez datuma). Medtem ko lahko finteh podjetja skozi zaveznitvo z uveljavljenim podjetjem v finančni industriji pridobijo dostop do širše baze strank, pridobijo dostop do znanja o načinu ravnanja s finančnimi predpisi ter izboljšajo lastno blagovno znamko ter ugled.

Številne banke upravljajo zastareli informacijski sistem, čeprav jih ponudniki storitev ter revizorji spodbujajo k prenovi sistemov z namenom, da zagotovijo ustrezno zmogljivost ter varnostne ovire. Vztrajanje pri zastarelih sistemih ne povzroča le visokih stroškov, ampak jim onemogoča večje ter zahtevnejše integracije in druge prilagoditve. Bančne institucije so zato v slabšem položaju v primerjavi z drugimi konkurenti, ki niso vezani na zastarelo informacijsko tehnologijo, ampak so to popolnoma preoblikovali (Emprechtinger, 2018).

Čeprav je jasno, da je večja raba tehnologije edina prava pot za bančne institucije, ostaja več negotovosti glede implementacije. Da bi bile banke in druge finančne institucije učinkovitejše, bi morale ubrati popolnoma novo strategijo ter nastopiti kot agilna tehnološka podjetja v panogi finančnih storitev. Tako bodo morali preučiti temeljne procese, na katerih temeljijo njihove osnovne dejavnosti, saj se spreminjajo želje strank, demografija in življenjski slog. Hitrost in agilnost določata zmagovalce in poražence v tej tehnološko napredni družbi (WNS, brez datuma). V prihodnjih letih bodo uspele banke, ki bodo učinkovite v svojih poslovnih modelih, prilagodljive in znale bodo izkoristiti moč digitalnega bančništva, medtem ko bodo morale izkoristiti prednosti personalizacije, odnosov in osebnih izkušenj, ki jih digitalna samopostrežba ne more zagotoviti (Nasscom Community, 2021).

## **2 FINTEH PODJETJA**

Finteh lahko opredelimo kot dinamični segment na stičišču finančnih in tehnoloških dejavnosti, kjer tehnološko usmerjena zagonska podjetja in novi ponudniki na trgu, na podlagi izboljšanih, bodisi popolnoma novih modelov, produktov in storitev, ki so trenutno na voljo obstoječemu trgu, konkurirajo tradicionalnim finančnim institucijam (Acar & Çıtak, 2019).

### **2.1 Pomen finteh podjetij**

Odbor za finančno stabilnost opredeljuje finteh kot finančnotehnološke inovacije, ki so na podlagi kompleksnih odločitev privedli do novih poslovnih modelov, aplikacij, procesov ali produktov in tako vplivali na finančne trge ter institucije. Področja, kjer se nova tehnologija uveljavlja, so predvsem izvajanje transakcij (prenos plačil, uskladitev in poravnava), upravljanje sredstev (depoziti, posojila, zbiranje kapitala in upravljanje naložb) ter zavarovanja (Navaretti, Calzolari & Pozzolo, 2017). Spletne tehnologije predstavljajo zapleteno in integrirano operacijsko okolje, ki ga tvorijo spletne transakcije, sledenje podatkom, storitve v realnem času, zagotavljanje kakovostne komunikacije, tržne napovedi in podpora pri odločanju (Gai, Qui & Sun, 2018). Sem spadajo aplikacije, ki se uporabljajo za sprejemanje mobilnih plačil, množično financiranje, kot je Kickstarter, kriptovalute, algoritmi, ki se uporabljajo za trgovanje in svetovanje pri vlaganju, ter aplikacije, ki jih potrošniki uporabljajo za sledenje potrošniškim navadam in nadzor nad svojimi osebnimi financami (Thomson Reuters, brez datuma).

Tako kot v drugih panogah je razvoj informacijske in komunikacijske tehnologije izboljšal možnosti za vstop finteh podjetij v finančni sektor. Te spremembe vplivajo na tri komponente (Navaretti, Calzolari & Pozzolo, 2017):

- shranjevanje in obdelavo podatkov,
- prenos podatkov in
- razpoložljivost podatkov.

Inovacije finteh podjetij pogosto ponujajo boljše potrošniške izkušnje in si konkurirajo tako med seboj kot tudi z obstoječimi bančnimi institucijami. Ker so številna podjetja finteh po navadi specializirana in se pogosto osredotočajo na en izdelek ali storitev, lahko ustvarijo zelo usmerjene namenske rešitve, ki so zasnovane tako, da nudijo izboljšano izkušnjo strank. Poleg tega so finteh podjetja bolj spretna in hitrejša od tradicionalnih bančnih institucij, tako izkoristijo digitalno tehnologijo in razvijajo finančne produkte, ki so uporabniku prijazni, stroškovno bolj ugodni in digitalni kanali optimizirani (Messy, 2017).

Sodobne inovativne tehnologije imajo velik potencial za preoblikovanje finančnega trga in izboljšanje kakovosti storitev finančnih institucij. Obstajajo različne domneve, da bodo finteh podjetja sčasoma lahko konkurirala klasičnim bankam, saj temeljijo na napredni tehnologiji. Hkrati so zelo inovativna, dostopna širšemu krogu ljudi, sposobna se hitro prilagajati tržnim nihanjem, ter aktivno nastopajo na družbenih omrežjih (Krasnyuk, Tkalenko & Krasniuk, 2021), medtem ko so prednosti klasičnih bank poznavanje komitentov, izpolnjevanje zahtev, zaupanje, varnost in izkušnje tovrstnih institucij. Številna finteh podjetja so že vstopila na trg in delujejo kot zagonska podjetja (The World Bank, 2020). Agilni pristop in prevzem tehnologije je ključna prednost, ki razlikuje fintehe od tradicionalnih bank, vendar številne večje tradicionalne banke že sprejemajo finteh rešitve in vlagajo v finančne inovacije. V nekaterih primerih sklenejo partnerstva ali celo prevzamejo finteh podjetja. Fintehi omogočajo tudi prost pretok kapitala, spodbujajo spremembe in zagotavljajo finančne storitve, ki so dostopnejše širši množici, bolje zadovoljujejo vsakodnevne potrebe ljudi, hkrati so dostopni novi generaciji vlagateljev (Krasnyuk, Tkalenko & Krasniuk, 2021).

Ključno vprašanje je, ali bodo finteh podjetja nadomestila banke in druge veljavne finančne institucije. Bodo s svojo prisotnostjo spodbudili zdrav konkurenčni odnos oziroma ali bodo morebiti povzročili negotovost in finančno nestabilnost. V večini primerov so finteh podjetja učinkovitejša pri optimizaciji že obstoječih procesov. Vendar so tudi banke v položaju, da sprejmejo tehnološke novosti ter se, bodisi same lotijo razvojev bodisi v sodelovanju s finteh podjetji (Navaretti, Calzolari & Pozzolo, 2017).



## 2.2 Razvoj finteh podjetij

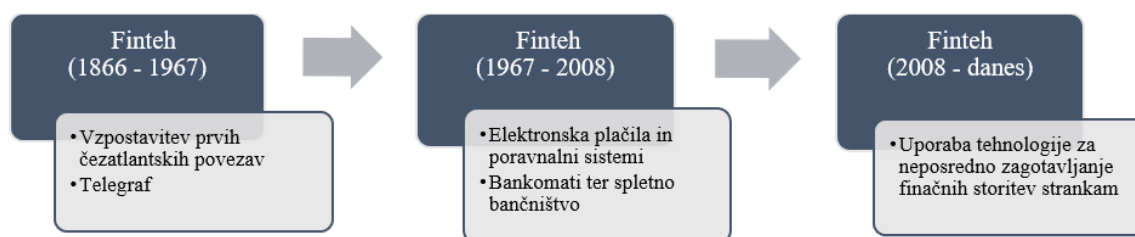
Razvoj finteh podjetij sega že v leto 1866, ko so z vzpostavitvijo mednarodnih povezav dosegli hiter prenos finančnih transakcij. Tehnologijo so kmalu privzele tradicionalne institucije, ki so postopoma začele izboljševati produkte ter storitve. Uničujoči učinki svetovne gospodarske krize leta 2008 so postavili resna vprašanja o etični legitimnosti finančnih storitev. Tudi krčenje obsega kreditov v letih 2007/2008 je vplivalo na zmanjšanje bančnih investicij, kar je bila odločilna poteza, da so se mlada zagonska podjetja usmerila v ta razvoj (Vidmar, 2016).

Velika finančna kriza leta 2008 danes velja za eno daljših in pomembnejših gospodarskih kriz (Bordo & Haubrich, 2017), ki je v veliki meri povzročila spremembe v poslovnem okolju. Številni dejavniki so prispevali k pojavi finančne krize, zlasti povečanje dolga zaradi uvedbe novih finančnih instrumentov, pojavu stanovanjskega (hipotekarnega) mehurčka ter neodgovornega ravnanja in prevelikega tveganja (Hausman & Johnston, 2014). Glavni učinki krize so bili zmanjšanje ali počasnejša gospodarska rast v industrijskih državah, vztrajno visoka brezposelnost, veliki primanjkljaji v javnem sektorju in dolgovi, veliko večji vpliv politike na gospodarstvo, znatno znižanje inflacije, zelo nizke obrestne mere ter pospešena migracija rasti in bogastva v države v razvoju (El-Erian, 2014). Schumpeter (1942) v svoji teoriji poslovnih ciklov to finančno krizo opredeli kot značilno obliko kapitalističnega razvoja. Vendar pa je Schumpeter (1934) prav tako menil, da je inovacija motor gospodarskega okrevanja in blaginje v kapitalističnih sistemih. Inovacije imajo vodilno vlogo pri okrevanju gospodarstev in zagotavljanju novih koristi za svetovno prebivalstvo (Kim & Huarng, 2011).

Krizno okolje in nizko zaupanje javnosti v velika podjetja, so odprli vrata novim vrstam finančnih institucij, ki so se poskušali strankam približati na drugačen način (Acar & Çıtak, 2019).

Na sliki 1 je orisan potek razvoja finteh podjetij.

*Slika 1: Razvoj fintehov*



*Vir: Thakor (2020).*

Treba je opozoriti, da je del uspeha fintehov do neke mere posledica precej šibke regulacije znotraj panoge, saj njihovo delovanje ni tako striktno omejeno, tako imajo možnost

hitrejšega prilagajanja storitev oz. produktov, medtem ko za tradicionalne bančne institucije velja jasno upoštevanje regulatorjev. Posledično imajo finteh podjetja nekaj prednosti, vendar takšen način delovanja spodkopava zaupanje strank. Toda tudi finteh industrija bo v bližnji prihodnosti podvržena strožji ureditvi, kar bi lahko vplivalo na prihodnje možnosti nekaterih udeležencev na trgu in njihovo sposobnost razvoja v hitro rastoči industriji. Finteh podjetja so med pandemijo covid-19 še naprej širila dostop do finančnih storitev – zlasti na razvijajočih se trgih (The World Bank, 2020).

Obstaja več razlogov, zakaj so finteh podjetja v zadnjih letih postala izredno iskana. Eden izmed teh je veliko povpraševanje kupcev po tehnološko podprtih finančnih rešitvah. Tehnologija pametnih telefonov je strankam omogočila, da zgolj na poti upravljajo veliko število vsakodnevnih opravil. Danes stranke pričakujejo, da bodo njihove banke ponujale storitve, ki olajšajo upravljanje njihovih financ. Hkrati finteh podjetja strankam omogočajo, da pridobijo več storitev za manj stroškov, saj tehnologija podjetjem pogosto omogoča izboljšane storitve in nižje stroške vzdrževanja, npr. platforme robotskega svetovanja, kot sta Wealthfront in Betterment, omogočajo strankam, da z učinkovitejšimi algoritmi trgujejo in vlagajo po nižjih stroških, kar odpira nove možnosti za novo skupino strank, ki jih prej niso mogli doseči zaradi visokih stroškov ali dodatnega tveganja (Thomson Reuters, brez datuma).

V vseh teh segmentih poslovanja lahko torej finteh podjetja znižujejo stroške ter hkrati omogočijo dostop do finančnih sredstev tudi prebivalstvu v manj razvitih delih sveta. Dostop do cenovno dostopnih finančnih storitev je ključnega pomena za zmanjšanje revščine in gospodarsko rast. Za revne ljudi, zlasti ženske, lahko dostop do osnovnih finančnih storitev in uporaba osnovnih finančnih storitev poveča prihodke in izboljša kakovost njihovega življenja. Finteh inovacije tako omogočajo njihov doseg večjemu obsegu ljudi in zmanjšujejo potrebe po fizičnih interakcijah (The World Bank, 2020).

Spet druga finteh podjetja se osredotočajo na zahtevne stranke, ki želijo kakovostne storitve. Tovrstnim strankam posvetijo še posebej veliko pozornosti glede na njihove potrebe glede dostopnosti, prilagodljivosti storitev in hitrosti. Na podlagi zbiranja in obdelave velikih količin osebnih podatkov so zmožni hitrega prilagajanja ter sprejemanja ustreznih odločitev (Navaretti, Calzolari & Pozzolo, 2017).

### **2.3 Področja delovanja finteh podjetij**

Finteh torej opisuje tehnologijo, ki obsega raznovrstna področja in orodja (mobilne aplikacije, programska opremo, storitve v oblaku) v okviru finančnih storitev ter vključuje tako podjetja kot končne potrošnike. Sprva so se finteh podjetja sklicevala na tehnologijo, ki je bila uporabljena v zalednih sistemih bank ali drugih finančnih institucij, kasneje so se vendarle s številnimi tehnološkimi posegi usmerili tudi k potrošnikom (Sraders, 2019).

Vključene so različne finančne dejavnosti, kot so denarna nakazila, izogib fizičnim poslovalnicam pri pridobivanju kreditov, zbiranje sredstev za zagon podjetja ali upravljanje naložb brez intervencije fizičnih oseb. Orodja, ki jih ponujajo fintehi, spreminjajo način, kako potrošniki spremljajo, upravljajo in si olajšajo razumevanje ter dostop do financ (Kagan, 2020).

Naslednji korak pri umeščanju finteh podjetij na trg, so regulatorne zahteve, ki bodo preprečevale neželena tveganja in škodljiva dejanja. Manjša finteh podjetja imajo precej drugačen profil tveganja v primerjavi z večjimi finančnimi institucijami. Pojavlja se potreba po novih pravilih, ki zajemajo tehnologije, kajti hitro spreminjajoči trendi postavljajo nova vprašanja in definirajo uspešnost poslovanja. Podjetje je lahko uspešno le, če so regulatorna pravila tehnološko nevtralna in temeljijo na načelih, ki ne bi ogrozila možnosti uporabe finteh tehnologij (Mora, 2019).

V nadaljevanju so predstavljena posamezna področja, ki jih pokrivajo finteh podjetja.

### 2.3.1 Osebne finance

Področje osebnih financ je zadnja leta veliko bolj dostopno uporabnikom, hkrati je denarne tokove lažje nadzorovati, saj obstajajo orodja za administracijo in upravljanje transakcijskih računov. Tovrstna orodja so osredotočena na svetovanje uporabniku, kako bolje izkoristiti razpoložljiva sredstva. Diagnosticirajo finančno stanje in ponujajo možnosti za poplačilo dolgov, izboljšanje prihrankov, predloge za storitve, kot so zavarovanje, posojila ali investicije, torej delujejo kot virtualni finančni svetovalec. Preden se posameznik odloči za nakup ali koriščenje storitev, je treba sprejeti določene previdnostne ukrepe kot pri vseh digitalnih produktih. Na splošno finteh podjetja izstopajo s hitrostjo poslovanja, nižjimi stroški in dostopom, ki ni omejen na regijo ali na urnik poslovanja (Medrano, 2020). Programska oprema na področju upravljanja z osebnimi financami obstaja že več kot trideset let, vendar je bila takrat zasnovana za omejeno število uporabnikov osebnih računalnikov. Rešitve na področju upravljanja osebnih financ beležijo transakcije in združujejo informacije, tako ima potrošnik celoten vpogled na trenutne finance. Druge funkcije vključujejo avtomatizirano varčevanje, klasifikacijo transakcij in sledenje proračunu. Glavna prednost je združevanje transakcij in njihova kategorizacija, v večini primerov tudi v realnem času. Preprostost integracije trenutne programske opreme z oblaknimi storitvami je omogočila tudi avtomatizacijo večine procesov. Zdaj je mogoče videti celotno finančno stanje v realnem času, poenostavljeno bilanco stanja, denarne tokove, upravljanje dolga in napredek pri doseganju finančnih ciljev. Prenos denarnega upravljanja s svetovalcev in ustanov na posameznike je vplival na večjo stopnjo finančne pismenosti. Ker so te rešitve upravljanja financ na voljo tudi na pametnih telefonih, je zdaj mogoče sproti sprejemati utemeljene finančne odločitve. Orodje za upravljanje osebnih financ združuje vsakodnevne transakcije in upravljanje premoženja s strojnim učenjem tudi za napovedovanje finančnega

stanja v bližnji prihodnosti (Matchi, brez datuma). Primer dobre prakse: Planto, Wealthsimple, iPYGG.

### 2.3.2 Izvrševanje transakcij

Mobilna tehnologija je prestavila mejnik pri plačevanju. Viden je napredek na področju obdelave plačil, razvoja kartic in aplikacij za pregled računov. Uporabniki imajo možnost, da storitve in izdelke plačujejo z mobilno napravo in ne z gotovino ali kreditnimi karticami. To je še posebej priljubljeno v Afriki in na Bližnjem vzhodu, saj je zdaj nebančni trg dobil dostop do finančnih storitev. Uporabnik bo imel odprt račun pri podjetju na spletu in lahko položi, črpa ter pošilja in prejema sredstva, ne da bi imel transakcijski račun odprt pri tradicionalni banki (Kenyan WallStreet, 2017). V letu 2020 je tudi brezstično plačevanje pridobilo pomembno vlogo. Brezstično plačilo omogoča strankam, da preprosto pomaknejo pametni telefon k čitalcu kode. Ta način je hitrejši in bolj priročen kot vstavljanje kartice. Brezstična plačila so tudi hitrejša in varnejša, saj šifrirane podatke takoj prenese na prodajno mesto. Številna podjetja, kot so Samsung, Apple in Google, že imajo svoj sistem brezstičnega plačevanja Samsung Pay, Apple Pay in Google Pay (Gundaniya, 2020).

### 2.3.3 Posojila

P2P posojila ali tako imenovana tržna posojila predstavljajo izmenjavo sredstev posameznikom ali podjetjem s pomočjo spletnih orodij, ki posojilodajalce neposredno povezujejo s posojilojemalci, ne da bi za to morala posredovati bančna institucija (Thakor, 2020). Platforme za financiranje delujejo kot posrednik in blažilec tveganja med obema stranema pri opravljanju finančnih transakcij. Posojilojemalci morajo na P2P platformi dokazati svojo kreditno sposobnost, preden lahko dostopajo do posojil. Ko se posojilodajalec strinja s kreditno sposobnostjo posojilojemalca, se vloga za financiranje prepošlje posojilodajalcem na platformi. Posojilodajalci ponudijo svoja sredstva in določijo obrestno mero, ki bi jo želeli v zameno. Nato prejema fiksna mesečna odplačila, zmanjšana za provizijo platforme, s preverjenega bančnega računa posojilojemalca (Shumsky, 2019).

P2P posojila povezujejo podjetja in potrošnike, ki si želijo izposoditi denar ter vlagatelje, ki želijo zaslužiti višje donose z obrestmi. Gre za alternativne platforme, kjer si lahko osebe oz. podjetja posojajo sredstva brez fizičnih posrednikov (Jagtiani & Kose, 2018). Platforma P2P anonimno povezuje kupce in posojilodajalce z uporabo naprednih računalniških algoritmov. Temelj predstavljajo oblačne storitve, kar omogoča, da je sistem prilagodljiv in pripravljen na stalen razvoj. Vse večje število tovrstnih platform vključuje tudi umetno in strojno učenje za izboljšanje sistemov sklepanja pogodb in odkrivanje prevar. Vključitev tehnologije veriženja podatkovnih blokov in pametnih pogodb obljublja tudi izboljšanje varnosti, preglednosti in izboljšanje hitrosti procesa posojanja (Shumsky, 2019). Primeri dobrih praks: P2PForce, Antier Solutions, Velmie.

#### 2.3.4 Upravljanje regulatornih procesov

Regulativna tehnologija (angl. RegTech) podjetjem omogoča, da se prilagodijo zahtevam regulativnega poročanja na področju revizije, tveganja ter skladnosti poslovanja. Osredotoča se na tehnologije, ki olajšajo ter poenostavijo izvajanje regulativnih zahtev učinkoviteje in uspešneje. Vse bolj zapleteno regulativno okolje je povzročilo povečanje stroškov na področju skladnosti. Zaradi tega podjetja iščejo rešitve, ki jim pomagajo zmanjšati tveganje in neskladnosti. Vsaka nova uredba daje tovrstnim podjetjem priložnost, da delajo z novo tehnologijo in jo ponudijo bankam, finančnim institucijam ter finteht podjetjem (Bhanarkar, 2021). Izraz RegTech se je leta 2015 prvič pojavil s strani britanskega organa za finančno poslovanje (angl. Financial Conduct Authority). Regulativna tehnologija uporablja številne najsodobnejše tehnologije, kot so umetna inteligenca, masovni podatki, računalništvo v oblaku, strojno učenje, ki podjetjem zagotavljajo večjo učinkovitost pri doseganju skladnosti z zakonodajo. Poleg tega je tovrstna tehnologija z avtomatizacijo postopkov pomagala zmanjšati tveganje za človeške napake (Homann, 2020). Primer dobre prakse: BehavioSec, Forter, Cappitech.

#### 2.3.5 Zavarovanje

Podjetja prodajajo zavarovanja digitalno - brez fizičnih posrednikov ali za podaljšanje obstoječih zavarovanj. Obstoj finteht podjetij, ki se ukvarjajo z zavarovanji (angl. InsurTech), temelji na množici povezanih naprav (telefoni, ure, računalniki itn.), v domovih, avtomobilih, drugje na poti. Naprave zbirajo in nosijo ogromno osebnih podatkov o posameznikih. Na podlagi velikih količin osebnih podatkov lahko podjetja natančneje izračunajo tveganje. Potrošniki se lahko odločijo za uporabo senzorjev in sledilcev, ki jih ponujajo zavarovalnice. Na podlagi tovrstnih podatkov določajo cene produktov, po drugi strani pa pomagajo pri oblikovanju politik, ki nagrajujejo nekatere vrste vedenja z majhnim tveganjem. Avtomobilsko in zdravstveno zavarovanje sta dva pomembna segmenta, kjer se finteht podjetja uveljavljajo (Thakor, 2020).

#### 2.3.6 Trg kapitala

Napredek je tudi na področju prodaje in trgovanja, s programsko opremo za analizo podatkov, namenjeno finančnim institucijam. Finteht podjetja bodo tudi bistveno spremenila način trgovanja in način upravljanja z denarjem, vključno z zagotavljanjem finančnega svetovanja. Tudi trgovanje podlega pritiskom zmanjševanja stroškov, zlasti v podjetjih, kjer so stopnje dobička majhne. Poleg tega regulativni pritisk povečuje potrebo po preglednosti. Finteht organizacije zdaj ponujajo številne platforme za izvajanje trgovanja kot storitev. Ta ponudba zagotavlja jasno razporeditev stroškov trgovanja, ponuja sofisticirano obvladovanje tveganj po nižjih stroških kot obstoječe rešitve, ponuja raven preglednosti, ki je skladna z direktivo o trgih finančnih instrumentov II (angl. Markets in Financial Instruments Directive, v nadaljevanju MIFID II) in drugimi algoritemskimi pravili trgovanja.

Udeleženci kapitalskih trgov se bolj osredotočajo na analitiko zajema pred trgovanjem. Ključni inovacijski trendi, ki jih opažamo na tem področju, vključujejo večjo uporabo napovedne analitike za modeliranje vpliva kapitala, bilance stanja in davkov pred trgovanjem, analizo trgovanja, položaja in marže v realnem času, poenostavitev procesov pogajanj za končni sporazum ter skladnost na področju kotiranja finančnih instrumentov, kot zahteva MIFID II regulacija (EY, 2016). Primeri dobrih praks: eToro, Magna, Robinhood.

### 2.3.7 Upravljanje premoženja

Tudi nepremičninski sektor je izpostavljen tehnološkim spremembam. Pridobivanje nepremičnin je v veliki meri odvisno od tradicionalnega hipotekarnega trga, ki pogosto zahteva dolg in zapleten postopek za tiste, ki želijo postati lastniki stanovanj. Finteh zagonska podjetja spreminjajo pot do lastništva stanovanj z novimi modeli financiranja. Nove platforme ustvarjajo nove priložnosti, ki potrošnikom olajšajo pot do lastništva stanovanj ter tako do končnega cilja pridejo lažje, hitreje in z bolj prilagojeno izkušnjo (BBVA, 2021). V nekaterih primerih tržna struktura in predpisi preprečujejo, da bi inovacije v celoti izkoristile svoj potencial. Kljub temu obstajajo številne priložnosti, ki bodo služile potrošnikom, kot je olajšan dostop do posojil, izboljššan proces odobravanja hipoteke in zagotavljanje boljše ravni storitev (Choi, Kaul & Goodman, 2019). Krajši čas poplačila hipotek, večja inovativnost in prilagodljivost ter bolj ciljno usmerjena ponudba so cilji, za katere si bodo morali prizadevati tradicionalni posojilodajalci, da bi ostali konkurenčni (NCFCA, 2020). Primeri dobrih praks: Zillow Group, Fair Isaac Corporation, Fiserv.

V zadnjih nekaj letih se je pojav finteh podjetij izkazal za izjemno dragocenega, kajti preplet vseh deležnikov in njihov interes, da delijo svoje znanje, zgodbe o uspehu in izzivih, oceno tveganj in priložnosti, so vplivali na številna uspešna podjetja. Finančne institucije v sodelovanju s strokovnjaki, vlagatelji, raziskovalci, bankami, potrošniki in regulatorji izboljšujejo procese ter tako olajšajo implementacijo novih praks. Res je, da v številnih gospodarstvih v razvoju, infrastruktura, institucije in informacijska tehnologija, ki jo omogočajo fintehi, niso najbolj napredne, hkrati finteh ne predstavlja nadomestila za neučinkovitost trga. Dejstvo pa je, da lahko finteh pokrije veliko teh vrzeli, ki izboljšajo poslovanje, uporabniške izkušnje, zmanjšajo fiksne stroške in pohitrijo delovni proces (Mora, 2019).

## 2.4 Primeri finteh podjetij v Sloveniji

Razvoj finteh podjetij je mogoče zaslediti tudi v Sloveniji. Med podjetji, ki se pojavljajo v javnosti, je npr. MoneyRebel, slovensko finteh zagonsko podjetje, ki je zasnovalo finančno platformo, kjer želi na enem mestu zbrati finančne svetovalce, ki poznajo delovanje kriptovalut, medtem ko njihovo verodostojnost preverjajo s pomočjo tehnologije verižnih blokov (Lokar, 2018). Daleč največ se v zadnjem času omenja mBills, mlado finteh podjetje,

ki uporabnikom ponuja možnost mobilnega plačevanja, ki pa ni vezano na bančni račun ali operacijski sistem naprave. Lastno plačilno kartico mBills Mastercard so predstavili že leta 2020. Hkrati so omogočili plačevanje s pametnimi urami Garmin in Fitbit (Petrol, 2020), njihovo kartico Mastercard pa so vključili v sistem Apple Pay. Na ta način si lahko uporabniki Applovih naprav Mastercard kartico dodajo v omenjeno platformo in tako z njo plačujejo na spletu s tablico ali računalnikom, medtem ko lahko v trgovinah plačujejo s telefonom ali ročno uro (Ropret, 2020).

Ob zgoraj naštetih velja omeniti še plačevanje z Moneto oz. sedaj Valu. Naslednjo inovacijo predstavlja spletni pogovor za opravljanje bančnih storitev v aplikaciji Viber podjetja Comtrade ter pa marsikomu poznan Bitstamp, kot prva platforma za trgovanje s kriptovalutami (Steinman, 2017). Kmalu zatem se je razvilo Slovensko startup podjetje, Cashila, ki je razvilo platformo za plačevanje računov iz bitcoin denarnice na kateri koli bančni račun v Evropi. Cashila omogoča izvršitev transakcije bitcoinov na bančni račun ali polnjenje predplačniških kartic. Pravzaprav so prvo podjetje, ki se ukvarja s tovrstnimi dejavnostmi, registrirano kot finančna ustanova (STA, 2022). Sledilo jim je tudi podjetje Bitnik, ki je razvilo storitev LoCoins, ta omogoča menjavo kriptovalut v fiat valuto (evro) in obratno. Hkrati so v večjih mestih v Sloveniji postavili bankomate, kjer lahko posameznik opravi nakup kriptovalute bitcoin (Honzak, 2018).

V Sloveniji pa je mogoče zaslediti uporabo tudi naslednjih finteh podjetij npr. Curve, Wise, Revolut, N26, Vivid Money, Monese itn., ki imajo ustrezna dovoljenja za njihovo delovanje, tako v Sloveniji kot tudi v drugih državah.

## **2.5 Privzemanje storitev finteh podjetij**

Finteh podjetja širijo obseg poslovanja. Osredotočajo se predvsem na razvoj mobilnih aplikacij (npr. mobilne transakcije). Tradicionalni sistem spletnega bančništva, ki ga zagotavljajo tradicionalne finančne institucije, se odraža v inovativnih in diferenciranih finančnih storitvah, ki jih ponujajo številni novi finančni ponudniki.

Medtem ko so finteh podjetja pritegnila veliko pozornosti, je stalna uporaba finteh storitev še vedno vprašljiva. Veliko potencialnih uporabnikov je še zmeraj skeptičnih zaradi možnega tveganja, namreč želijo določiti pričakovano vrednost uporabe finteh storitev ob upoštevanju koristi in tveganj. Stranke bodo uporabljale izdelek ali storitev, če so njihove koristi večje od tveganj. Finteh podjetja so tako izzvana, da povečajo potencialne koristi, hkrati pa omejijo možna tveganja (Chan, 2015). Ryu (2018) v svoji študiji opredeljuje tri glavne dejavnike, ki vplivajo na porast njihove uporabe: ekonomska korist (nižji stroški), nemotene transakcije (brez posredovanja tretje osebe) in priročnost (hitrost, dostopnost, preprostost uporabe). Prikazani so bili štirje glavni dejavniki zaznanega tveganja: finančno tveganje (finančne izgube pri uporabi), pravno tveganje (negotovost pri uporabi zaradi regulatorjev), varnostno tveganje (finančna zloraba) in operativno tveganje (počasni odziv pri reševanju nastale težave). V študiji razlikuje med različnimi tipi uporabnikov fintehov

(tj. zgodnji uporabniki – angl. early adopters in pozni uporabniki – angl. late adopters), ki pričakujejo različne stopnje koristi in tveganja. Med dejavniki zaznanih koristi je bila priročnost najbolj izrazit dejavnik. Rezultati so pokazali, da uporabniki finteh storitev tovrstne storitve dojemajo predvsem kot uporabna pridobitev, ki omogoča mobilnost pri opravljanju finančnih transakcij in prilagodljiv dostop.

Rezultati raziskave so skladni z rezultati prejšnjih študij (Kuo-Chuen & Teo, 2015; Okazaki & Mendez, 2013). Fintehi zagotavljajo večje udobje z zmanjšanjem truda in časa, ki ga uporabniki morajo vložiti v izvajanje finančnih transakcij. Tudi nemoteno in hitro izvedene transakcije govorijo finteh podjetjem v prid. Med glavnimi dejavniki tveganja je bilo pravno tveganje prevladujoč dejavnik. Sledila so varnostna, operativna in finančna tveganja. Uporabniki finteh storitev so zaskrbljeni predvsem zaradi regulacije in varnostnih ovir, ki bi lahko povzročile morebitno škodo in onemogočile nadaljnje poslovanje (Ryu, 2018).

Tudi Jünger in Mietzner (2020) sta v svoji študiji ugotavljala, da trenutno tudi Nemčija zaostaja za svojimi svetovnimi že razvitimi državami na področju privzemanja novih tehnologij, zaostaja pa tudi za številnimi državami v razvoju. Presenetljiv primer je trg mobilnih plačil, namreč mobilno plačevanje uporablja le 14 % Nemcev, dve tretjini prebivalstva pa trdita, da v prihodnosti ne razmišljata o uporabi finteh storitev (Schierneck, 2018). Nasprotno pa so države, vključno s Švedsko, Dansko in Združenim kraljestvom, v veliki meri nadomestile gotovinska plačila s karticami in mobilnimi plačili in so celo razmišljale o digitalni alternativi gotovine, npr. e-Krona na Švedskem (Sveriges Riksbank, 2017).

Po Davisovem modelu (1989) sprejemanja tehnologije (angl. Technology acceptance model, v nadaljevanju TAM) je namen uporabnika, da sprejme novo tehnologijo, določen z njeno zaznano uporabnostjo in enostavnostjo uporabe. Na podlagi številnih raziskav, ki so temeljile na TAM modelu, se je pojavila zahteva po vključitvi dodatnih komponent. Tako je bil TAM model posodobljen in nadomestil ga je model za privzemanje in uporabo tehnologij (angl. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, v nadaljevanju UTAUT). UTAUT identificira štiri ključne dejavnike (tj. pričakovana uspešnost, pričakovan napor, družbeni vpliv ter podporni dejavniki, kot sta organizacijska ter tehnična infrastruktura). V UTAUT modelu pa se pojavljajo še dodatne komponente, ki pojasnjujejo privzemanje ter uporabo tehnologij, to so starost, spol, izkušnje in prostovoljnost (Venkatesh, Morris, Davis & Davis, 2003). Številne raziskave uporabljajo tovrstne modele za napovedovanje sprejetja finteh inovacij, kot so mobilna plačila na Tajvanu (Wu & Wang, 2005), plačila s kriptovalutami na Nizozemskem (Jonker, 2019) itn. Obstajajo številne študije, kot so npr. Mangin in drugi (2014), ki trdijo, da samo udobje potrošnikov ne more v celoti pojasniti naraščajoče priljubljenosti novih tehnologij in storitev v finančni industriji. Kažejo, da predvsem osebne, kognitivne in vedenjske razsežnosti potrošnikov vplivajo na sprejemanje produktov, ki jih razvijejo finteh podjetja. Tako se zdi, da je rast uporabe finančnih produktov bolj zapleten proces in pripravljenost potrošnikov, da sprejmejo nove tehnologije, presega komponento bolj ugodnih cen ali privlačnejša orodja za uporabo.



Pomanjkanje zaupanja in nezadovoljstvo sta na splošno glavna razloga, zakaj se individualni komitenti odločijo za zamenjavo finančnih institucij. Finteh podjetje lahko ustvari višjo raven zadovoljstva strank z bolj smotrnimi storitvami, ki so tudi bolj prijazne za uporabnika, npr. nižje cene, hitrejši, bolj pregledni postopki itn. (Maier, 2016).

Veliko pozornosti se namenja tudi uporabniški izkušnji, ki ima velik doprinos pri uporabi novih tehnologij. Uporabniška izkušnja se nanaša na dožemanje, ki ga imajo uporabniki pri uporabi izdelka, aplikacije, sistema ali storitve. To je širok izraz, ki zajema številna področja, od tega, kako dobro lahko uporabnik krmari po izdelku, kako preprost je za uporabo, kako pomembna je prikazana vsebina itn. Ne glede na to, ali so različni vidiki izkušnje povezani zgolj s samim produktom, bodisi je vključena interakcija še z ostalimi deležniki, pomembna je celotna izkušnja, ki jo uporabnik doživlja. Vsaka stična točka med stranko in podjetjem je del celotne uporabniške izkušnje (ProductPlan, brez datuma).

Smiselna, pozitivna in dobra uporabniška izkušnja pomaga uporabnikom, da se hitro prilagodijo novemu produktu in vzpostavijo zaupanje (Schmidt, 2010). Tako iz uporabniškega kot poslovnega vidika, imajo uporabniške izkušnje in uporabnost velik pomen pri načrtovanju in razvoju informacijskih sistemov (McNamara & Kirakowski, 2006). Obstaja širok spekter ocenjevalnih metod tako za uporabniško izkušnjo kot za uporabnost informacijskih sistemov. Glede na to, da se je veliko dejavnosti potrošnikov preselilo na splet, je izrednega pomena, kako dojemajo posamezno spletno mesto. Vsak njihov obisk spletne strani, spletni nakup ter druge mikro-konverzije vplivajo na realizacijo poslovnih ciljev. Podjetja, ki se tega zavedajo, dosegajo večjo rast ter višjo profitabilnost. Uspeh spletnega nastopa zato merijo s stopnjo konverzije, kot je razvidno iz enačbe (1). Konverzija namreč predstavlja želeno dejanje uporabnikov na spletni strani, npr. koliko časa uporabnik preživi na spletni strani, prenos datotek, nakup ipd., in se izračuna na naslednji način (Gorišek, brez datuma):

$$(\text{število doseženih ciljev} / \text{število unikatnih obiskovalcev}) * 100 \% = \% \text{ konverzije} \quad (1)$$

Najboljše prakse, vezane na uporabniško izkušnjo, spodbujajo izboljšanje kakovosti interakcije in dožemanja izdelkov in povezanih storitev s strani uporabnikov. Analiza izkušenj uporabnikov lahko postane zelo učinkovito orodje za podjetja. Ključno je, da podjetja natančno analizirajo prejete povratne informacije (Met, 2018). Testiranje uporabniške izkušnje se osredotoča na globoko razumevanje tega, kaj uporabniki potrebujejo, kaj predstavlja dodano vrednost, njihove sposobnosti in tudi omejitve. Nanaša se na vprašanje, kako zagotoviti pozitivno izkušnjo, občutek sprejetosti ter pomembnosti.

Z namenom, da se podjetja približajo svojim potencialnim in obstoječim strankam, skušajo zagotoviti strankam prijazne storitve, kot je preglednost spletnega mesta, ki je preprosto za uporabo, možnost vzpostavitve stika na različnih komunikacijskih kanalih, ocenjevanje produktov, dosegljivost klicnega centra tudi pozno popoldan in ob koncih tedna, brezplačna

telefonska številka ipd. Te dejavnosti sodijo v celotno izkušnjo potrošnika (Časnik finance, 2018).

### **3 PRIMERJAVA TRADICIONALNIH BANK IN FINTEH PODJETIJ**

Finteh podjetja in tradicionalne banke se v več pogledih razlikujejo, vendar je najpomembnejša razlika v njihovem načinu poslovanja, zanje veljajo različni predpisi, razlikujejo se v obvladovanju tveganj itn. (Spangenberg, 2021). Fintehi veljajo za največje konkurente tradicionalnih bank. Finančni sistem, ki ga danes uporabljamo, je sestavljen iz nekaterih zelo starih, tradicionalnih postopkov in praks, ki niso le dotrajani, ampak tudi slabše zasnovani. Zaradi stabilnega položaja bank na trgu jim primanjkuje inovacij in napredka. To prednost znajo s pridom izkoristiti finteh podjetja (Finwintech, 2020).

Tradicionalne banke so institucije, ki skrbijo za širšo množico, medtem ko finteh podjetja zapolnjujejo določene vrzeli na trgu, se nišno usmerjajo. Glavni namen teh podjetij in njihov zagon k inovacijam je izkoriščanje tehnologije, da bi zadostili finančnim potrebam strank in zagotovili izkušnje, ki jih ni mogoče najti drugje. Taka podjetja se bolj osredotočajo na mobilne funkcije, masovne podatke, agilni pristop, dostopnost ter udobje za uporabnike. Finteh podjetja omogočajo opravljanje raznolikih finančnih storitev na mobilnih napravah, kar se vedno bolj uveljavlja tudi pri bančnih institucijah. Marsikatero tradicionalno banko v tem segmentu še zaostajajo, saj njihovim strankam zagotavljajo le brezhibno interakcijo, ne pa tudi personalizirane uporabniške izkušnje.

Banke so visoko regulirane ustanove, ki prek togega poslovnega modela zagotavljajo stabilne in zaupanja vredne storitve. Njihova prisotnost vpliva na gospodarsko rast in pravilno delovanje številnih sodobnih družb. Njihova glavna skrb je obvladovanje tveganj. Finteh industrija se le redko odloči, da bo konkurirala na tem področju, zato se odloča za rešitve, ki bi povečale zadovoljstvo pri uporabi storitev.

Fintehi zagotavljajo podobne storitve kot banke, bolj učinkovite zaradi tehnologij, vendar na drugačen in nepovezan način, npr. platforme za množično financiranje, s katerimi prihranke pretvorijo v posojila in naložbe. Vendar informacije, ki jih uporabljajo, temeljijo na masovnih podatkih in ne na dolgoročnih odnosih, analiza tveganj se ne izvaja, posojilodajalci in posojilojemalci ali vlagatelji in naložbene možnosti se neposredno povežejo v roku nekaj sekund. Vendar imajo te, med seboj ločene dejavnosti, omejen obseg. Npr. platforme svojim strankam težko ponudijo raznolike naložbene priložnosti. Druge funkcije, ki jih omogočajo storitve finteh podjetij, so npr. plačilni sistemi (npr. Apple Pay namesto kreditnih kartic, vendar te banke še vedno podpirajo) (Navaretti, Calzolari & Pozzolo, 2017).

Banke izgubljajo del svojih marž, vendar skušajo slediti trendom ter z izboljšanimi strategijami razširiti obseg in kakovost svojih dejavnosti. Vrednostna veriga bank vključuje

številne povezane storitve in dejavnosti, medtem ko fintehi običajno eno ali nekaj teh dejavnosti izvajajo ločeno. V nadaljevanju so naštetih dejavniki, pri katerih prihaja do razhajanj med obema vrstama finančnih institucij.

### **3.1 Način poslovanja**

Tradicionalne banke so bile zaostale, regulirane institucije, ki zagotavljajo kredite, regulirajo gospodarsko rast in imajo zelo tog poslovni model, ki se bolj osredotoča na zaupanje in varnost, zagotavljanje sredstev in brezbržnost strank. Finteh podjetja se običajno osredotočajo na mobilne funkcije, masovne podatke, dostopnost, agilnost, računalništvo v oblaku, personalizacijo in udobje (Sarmah, 2019).

Vse storitve, ki jih finteh podjetja ponujajo, so na voljo izključno virtualno, kar pomeni, da komitentom ni treba biti fizično navzoč, da bi opravili kakršno koli transakcijo ali uporabili katero koli finančno storitev. Registracijo omogočajo v mobilni aplikaciji ali neposredno na njihovem spletnem mestu. Medtem ko tradicionalne banke še vedno v veliki večini zahtevajo fizično prisotnost za npr. odprtje računa ali posojilo. Se pa banke počasi zavedajo, da morajo narediti korak v digitalno smer, tako že danes posamezne omogočajo, da se storitve opravijo kar na spletu (Finwintech, 2020).

### **3.2 Tehnološki vidik**

Banke so bolj usmerjene v ustaljene procese. Zastarela infrastruktura in regulativni okvir omeujeta njihovo sposobnost, da izkoristijo nove tehnologije in uvedejo nove produkte in storitve, ki bi zadovoljile povpraševanja strank. Medtem ko so finteh podjetja nova agilna podjetja, ki se ukvarjajo s podatki, so bolj usmerjena k strankam in imajo vitke (angl. lean) poslovne modele, hkrati imajo manj regulatornih omejitev. To jim omogoča, da izkoristijo nove tehnologije, kot so oblačne rešitve in umetna inteligenca, da ponudijo edinstveno izkušnjo strank, osredotočeno na personalizacijo, hitrost, ustreznost in brezhibno delovanje. Fintehi poenostavljajo zapletene finančne procese, s čimer so dostopnejši uporabnikom (Sarmah, 2019).

### **3.3 Regulatorni predpisi**

Banke v Sloveniji nadzira centralna banka - Banka Slovenije, ki sledi regulativam, predpisane s strani Evropske centralne banke (angl. European Central Bank), ta pa tesno sodeluje z Evropskim bančnim organom (angl. European Banking Authority). Tako so dolžne poročati finančne podatke o kapitalu banke, o izkazanih dobičkih in izgubah, tržnem tveganju, kreditnem tveganju itn. Medtem ko ne obstaja agencija za izdajo dovoljenj ali regulatorna agencija, ki bi nadzorovala finteh podjetja. Lokalni ali državni regulatorji jih lahko licencirajo ali nadzorujejo, odvisno od njihovih dejavnosti. Izdajanje dovoljenj se običajno opravlja na državni ravni za storitve, kot so posojanje, prenos denarja in

zavarovanja. Npr. PayPal, eno najstarejših finteh podjetij, ima dovoljenja za prenos denarja v kar 50 državah in je reguliran v vsaki državi, kjer posluje. Toda v nekaterih državah organi finančnega ravnanja že urejajo in pripravljajo ustrezno zakonodajo za poslovanje fintehov (White, 2019).

Trenutno so v veljavi predvsem naslednje direktive, ki so relevantne za obe vrsti finančnih podjetij: PSD2, MIFID II, Direktiva o preprečevanju pranja denarja in financiranju terorizma (angl. Anti-money laundering directive – AMLD), pregled stranke (angl. Know Your Customer – KYC), Splošna uredba o varstvu podatkov (angl. General Data Protection Regulation – GDPR) idr. (Marsh, 2018).

Z razvojem finteh ekosistema se hitro razvijajo tudi novi bančni in drugi finančni regulativni režimi. Finančni regulatorji redno dopolnjujejo obstoječa pravila in razmišljajo o sprejetju uredb, ki bi bolje obravnavale priložnosti in izzive, ki jih predstavljajo novi trendi – masovni podatki, umetna inteligenca, roboti idr. (McCain, 2020). Tako so nove politike in pravila postavljena bistveno bolj premišljeno ter hkrati strateško usmerjeno. Regulatorni nadzor je kritičen dejavnik za rast finančnotehnološkega ekosistema in lahko bistveno vpliva na obseg in hitrost njegovega prihodnjega razvoja.

### **3.4 Možnost širitve poslovanja**

Rast je zelo pomemben dejavnik pri primerjavi različnih deležnikov na trgu. Vsako finančno podjetje raste po svojih zmožnostih, kar je odvisno od temeljnih dejavnikov (zakonski predpisi, sprejemanje tveganja, tehnologija, ciljna skupina). Finteh podjetja so zelo atraktivna in imajo velik potencial za prihodnjo rast (okrog 24,8 % letne rasti). Tradicionalne banke za zdaj še ohranjajo tržni delež v svojih državah. Z agresivnim nastopom fintehov tudi tradicionalne banke prilagajajo tehnološke funkcije, kot so takojšnja mobilna plačila, digitalna varnost, P2P posojila in množično financiranje (Finwintech, 2020). Tržna distribucija fintehov je večja zaradi boljših zmožnosti povezljivosti mobilnih telefonov v primerjavi z naraščanjem bančnih poslovalnic (kvečjemu se te zapirajo). V Indiji prodor mobilne telefonije znaša 80 odstotkov v primerjavi s 35-odstotnim naraščanjem bančnega deleža, kar daje finteh podjetjem precejšnjo prednost pred bankami (Sarmah, 2019).

### **3.5 Dejavniki tveganja**

Čeprav so finteh podjetja v nekaterih primerih povezana z več tveganji zaradi ohlapne zakonodaje, njihove koristi v veliki meri te odtehtajo, saj ponujajo hitrejšo, cenejšo, bolj inovativno in uporabniku prijazno izkušnjo, hkrati tudi dodane funkcije, ki jih ni mogoče najti pri storitvah tradicionalnih bank. V nasprotju strožji predpisi tradicionalnih bank vodijo k bistveno manjšemu tveganju, kar pa otežuje hitro prilagajanje na trgu in tako zmanjšujejo konkurenčnost (Monei, 2021). Poglobljeno poznavanje bančnih procesov bankam omogoča dostop do informacij in znanja, ki jih fintehi ne posedujejo in nimajo dostopa do vseh

tovrstnih informacij. Na podlagi tega znanja lahko banke sprejemajo učinkovite in uspešne odločitve, ko se odločajo za nove rešitve (Spangenberg, 2021).

V tujini bančne institucije vodijo ali sodelujejo v partnerskih pobudah, inkubatorjih in programih usposabljanja za zgodnji dostop do tehnologije in talentov. Za finteht podjetja takšne ureditve omogočajo preprost dostop do virov podatkov, financiranja, prostora in priložnosti za mreženje ter za preizkušanje in predstavitev njihovih prototipov. Banke že iščejo finteht podjetja za spodbujanje inovacij. Prej, ko se inovacije sprejmejo na vseh ravneh organizacije, hitreje bo to vplivalo na trajnostne spremembe. Banke bi morale skrbno oceniti različne modele sodelovanja in izbrati kombinacijo, ki podpira njihov inovacijski model in dolgoročno strategijo rasti (EY, brez datuma). Nekatere banke že sklepajo partnerstva s finteht za izboljšanje svojih storitev, npr. BNP Paribas, HSBC, UBS in Deutsche Bank so vlagale v finteht podjetja, ki ponujajo rešitve na področju osebnih financ, upravljanja premoženja, posojil, izvrševanje plačil, analize podatkov in drugo regulativno tehnologijo (Martin, 2018). Čeprav je v zadnjih letih prišlo do nekaterih prevzemov finteht podjetij s strani bank, večina finteht zagonskih podjetij še vedno deluje neodvisno od bank in tako ostajajo odprti za naložbene interese.

Skratka, na razvoj bančništva je bistveno vplivala tehnologija. Vsi vidiki bančništva, komunikacija, izmenjava podatkov, obdelava podatkov in napovedi, se lahko izboljšajo s pomočjo tehnologije. Zavedajoč se, da finteht podjetja prinašajo veliko potenciala v organizacijo, lahko bančni sektor na ta način ustvarja dodano digitalno vrednost, tako sebi kot svojim strankam (Joshi, 2019).

## **4 VPLIV FINTEHT PODJETIJ NA TRADICIONALNE BANKE TER NA NJIHOVE KOMITENTE V SLOVENIJI**

### **4.1 Metodologija raziskave**

Empirična kvantitativna raziskava temelji na primarnih podatkih, hkrati so vključene tudi raziskave tujih avtorjev. S statistično metodo zbiranja podatkov sem naključno izbranemu vzorcu oseb podelila spletne vprašalnike. Vsi anketiranci so bodisi komitenti bančnih institucij ali uporabniki finančnih storitev pri drugih finančnih institucijah. Z zbranimi podatki in njihovo statistično analizo sem ugotavljala naklonjenost slovenske populacije do produktov, ki jih ponujajo finteht podjetja in v kolikšni meri jih ta uporablja. Na podlagi zbranih podatkov sem želela preveriti, ali smo se Slovenci pripravljene odreči varnosti, ki nam jo ponujajo bančne institucije, bodisi prispevajo storitve fintehtov samo dopolnilno k večjemu zadovoljstvu uporabnikov. Posledično sem lahko sklepala, ali lahko bančne institucije v prihodnosti pričakujejo upad komitentov v segmentu prebivalstva in s tem zmanjšan vir prihodkov. Ugotovitve raziskave sem podkrepila z izsledki tujih avtorjev.

Anketni vprašalnik je razdeljen po vsebinskih sklopih. Na začetku so bili vključeni demografski podatki, kjer so se anketiranci opredelili glede na spol, starost, stopnjo izobrazbe, status ter območje bivanja. V nadaljevanju so anketiranci poročali o vrstah bančnih storitev, ki jih uporabljajo, ter o zadovoljstvu pri uporabi teh. Naslednji sklop vprašanj zajema uporabo digitalnih storitev. Raziskovala sem, ali obstajajo razlike pri uporabi mobilne ter spletne banke ter katere druge digitalne storitve so zaželeni pri komitentih bank. Na ta način sem dobila prve povratne informacije o tem, ali so digitalne storitve že dovolj zrele, da se Slovenci odločamo za nove tehnologije in posledično nove ponudnike, ki takšne storitve omogočajo. Naslednji sklop vprašanj je zajemal pregled dejavnikov, ki vplivajo na izbiro finteh podjetja. Anketiranci so se opredelili, čemu ostajajo pri obstoječi finančni instituciji in kaj bi bili potencialni razlogi, da bi odprli, bodisi dodaten transakcijski račun pri drugi finančni instituciji bodisi bi predstavili celotno finančno poslovanje k drugemu finančnemu podjetju, ki je lahko bančna institucija ali drugo finteh podjetje. Ne nazadnje sem preverjala njihovo mnenje o prihodnosti bančnih institucij in privzemanju novih tehnologij.

Vprašanja v anketnem vprašalniku so bila v večji meri zasnovana kot kombinacija lastnih spoznanj, pridobljena s teoretičnimi ugotovitvami, prav tako pa so mi bila v pomoč pri oblikovanju posameznih sklopov tudi dela tujih avtorjev, ki so proučevali UTAUT model (Puspitasary, Firdus, Haris & Setyadi, 2019). Omenjen model je vplival na oblikovanje sklopa, ki sprašuje anketirance o njihovi izkušnji pri uporabi bančnih storitev, hkrati pa tudi pri sklopu o uporabniški izkušnji pri uporabi digitalnih kanalov. V pomoč pri oblikovanju spremenljivk znotraj omenjenih dveh sklopov mi je bila tudi analiza avtorjev Siek in Sutanto (2019). V pogled v vsebino znanstvenega članka avtorjev Attuquayefio in Addo (2014) je vplivalo na oblikovanje začetnega dela anketnega vprašalnika, kjer so navedeni demografski podatki, hkrati je članek predstavljal pobudo za vključitev spremenljivk, ki so vezane na digitalne kanale. Ključne dejavnike, ki vplivajo na izbiro finteh podjetij oz. bi potencialno lahko pritegnili komitente k uporabi finteh storitev, sem povzela iz uradnih strani ponudnikov N26 (N26, brez datuma) ter Revolut (Revolut, brez datuma).

Končno verzijo anketnega vprašalnika sem najprej testirala sama. Po manjših popravkih (spremenjen vrstni red vprašanj, dodajanje postavk, popravki slovničnih napak) sem ga distribuirala do testne skupine, v katero je bilo vključenih sedem testerjev. Po začetni analizi s testno skupino je bil vprašalnik dopolnjen še z ostalimi smiselnimi popravki. Spremenjen je bil tip odgovorov (kombinirana vprašanja je nadomestila 5-stopenjska Likertova lestvica), vključeni so bili dodatni popravki v spremnem besedilu, prav tako pa so bili vključeni dodatni pogoji pri prikazu vprašanj.

Najprej sem povezavo do anketnega vprašalnika po elektronski pošti posredovala dvema podjetjema, kasneje sem vprašalnik razdelila še ostalim prijateljem ter znancem. Povezavo do vprašalnika sem hkrati delila še na družbenem omrežju Facebook. Po devetnajstih dneh je bil anketni vprašalnik deaktiviran. Odzvalo se je 232 anketirancev, ki so delno ali v celoti

izpolnili anketo. Za izpolnjevanje ankete so v povprečju porabili devet minut. Rezultati so bili iz orodja Ika izvoženi v SPSS, kjer so bile neustrezne ankete izločene, preostanek anket sem statistično obdelala s pomočjo deskriptivnih statistik. V zadnjem delu analize sem uporabila tudi metodo preizkušanja domnev. V analizo sem vključila anketne vprašalnike, ki so bili v celoti izpolnjeni, delno izpolnjeni in so zajemali več kot polovico odgovorov. Izločeni so bili testni vprašalniki, delno izpolnjeni vprašalniki, ki so zajemali več kot polovico neodgovorjenih vprašanj ter vprašalniki, na katere je anketiranec kliknil in ni nadaljeval z izpolnjevanjem.

#### 4.2 Predstavitev vzorca

V zbranem vzorcu je bilo 232 vprašalnikov deloma ustreznih, od tega je bilo 23 testnih. Po končanem pregledu in izločitvi vseh neveljavnih vprašalnikov je preostalo 177 veljavnih anketnih vprašalnikov, v katerih ni bilo več kot 10 % manjkajočih vrednosti. V tabeli 1 je predstavljena demografska struktura anketirancev, ki se ločijo po spolu, starosti, stopnji izobrazbe, zaposlitvenem statusu ter glede na vrsto bivalnega okolja.

*Tabela 1: Demografska struktura anketirancev*

		<b>Frekvenca</b>	<b>Odstotek (%)</b>
<b>Spol</b>	Moški	76	42,9
	Ženske	101	57,1
<b>Starostne skupine</b>	Od 15 do 24 let	6	3,4
	Od 25 do 44 let	109	61,9
	Od 45 do 55 let	48	27,3
	Nad 55 let	13	7,4
<b>Stopnja izobrazbe</b>	Brez končane izobrazbe	1	0,6
	Srednješolska izobrazba	53	30,1
	Visokošolska oz. univerzitetna izobrazba	122	69,3
<b>Zaposlitveni status</b>	Dijak	1	0,6
	Študent	10	5,7
	Nezaposlen	3	1,7
	Samozaposlen	4	2,3
	Zaposlen	158	89,8
<b>Bivalno okolje</b>	Mestno (urbano) območje	86	48,6
	Podeželsko (ruralno) območje	91	51,4

*Vir: lastno delo.*

V izbranem vzorcu so prevladale osebe ženskega spola, medtem ko so osebe moškega spola sodelovale v manjšini. Večina anketirancev je v srednjem starostnem razredu, od 25 do 44 let, kar predstavlja približno 61 % vseh anketirancev, kar ni presenetljivo, saj so bili anketni vprašalniki razdeljeni med dve podjetji, kjer nastopa delovno aktivna populacija, pretežno v srednjem starostnem razredu. Skoraj tretjina oseb se je odzvala na anketni vprašalnik v starostnem razredu od 45 do 55 let, manj je bilo starejše populacije, kar je bilo pričakovano glede na to, da starejše osebe velikokrat nimajo dostopa do spleta. Mlajša populacija je vključevala le majhen odstotek udeležencev, katerim bančna institucija v večini omogoči brezplačno uporabo transakcijskega računa, saj uporabljajo le osnovne transakcije (prejem štipendije, prihodki od študentskega dela, plačevanje v trgovini ipd.)

V vzorcu so sodelovali visoko izobraženi anketiranci, saj ima kar več kot dve tretjini anketirancev visokošolsko oz. univerzitetno izobrazbo, medtem ko ima preostanek anketirancev srednješolsko izobrazbo ter samo ena oseba ni imela končane izobrazbe. Približno 90 % anketirancev se je opredelilo s statusom zaposlen, vsi ostali so v manjšini kot študenti, samozaposleni ter nezaposleni. Anketiranci bivajo tako na mestnem območju kot na podeželju in so dokaj enakomerno razporejeni.

V primerjavi z uradnimi podatki Statističnega urada Republike Slovenije (Razpotnik, 2021) lahko trdim, da izbran vzorec ni reprezentativen, kajti v letu 2021 je v Republiki Sloveniji nekoliko prevladala moška populacija, medtem ko je anketni vprašalnik izpolnila večina oseb ženskega spola. Temu pripisujem dejstvo, da je večji delež zaposlenih v bančnem sektorju oseb ženskega spola. Hkrati je ženska populacija bolj odzivna na družbenih omrežjih. Poleg odstopanja glede na spol je mogoče opaziti razlike pri starostnih razredih, namreč v Republiki Sloveniji je leta 2021 živelo 26,5 % prebivalcev, ki so dosegali starost od 25 do 44 let, medtem ko jih je v vzorcu več kot 60 % v tem starostnem razredu. Ta starostna skupina je precej izpostavljena novim zahtevam družbe, saj gre za delovno aktivno prebivalstvo, ki se mora opredeliti, komu bodo zaupali denarna sredstva, bodo lahko na preprost način opravljali finančne transakcije, koliko stroškov bo nastalo pri finančnem upravljanju ipd.

Odstopanja pa so opazna tudi pri stopnji izobrazbe, namreč skoraj 70 % anketirancev v vzorcu ima visokošolsko oz. univerzitetno izobrazbo, medtem ko je samo 25 % prebivalcev Republike Slovenije leta 2021 imelo tovrstno izobrazbo, saj še vedno prevladuje srednješolska izobrazba.

## **4.3 Analiza rezultatov raziskave**

### **4.3.1 Bančne storitve**

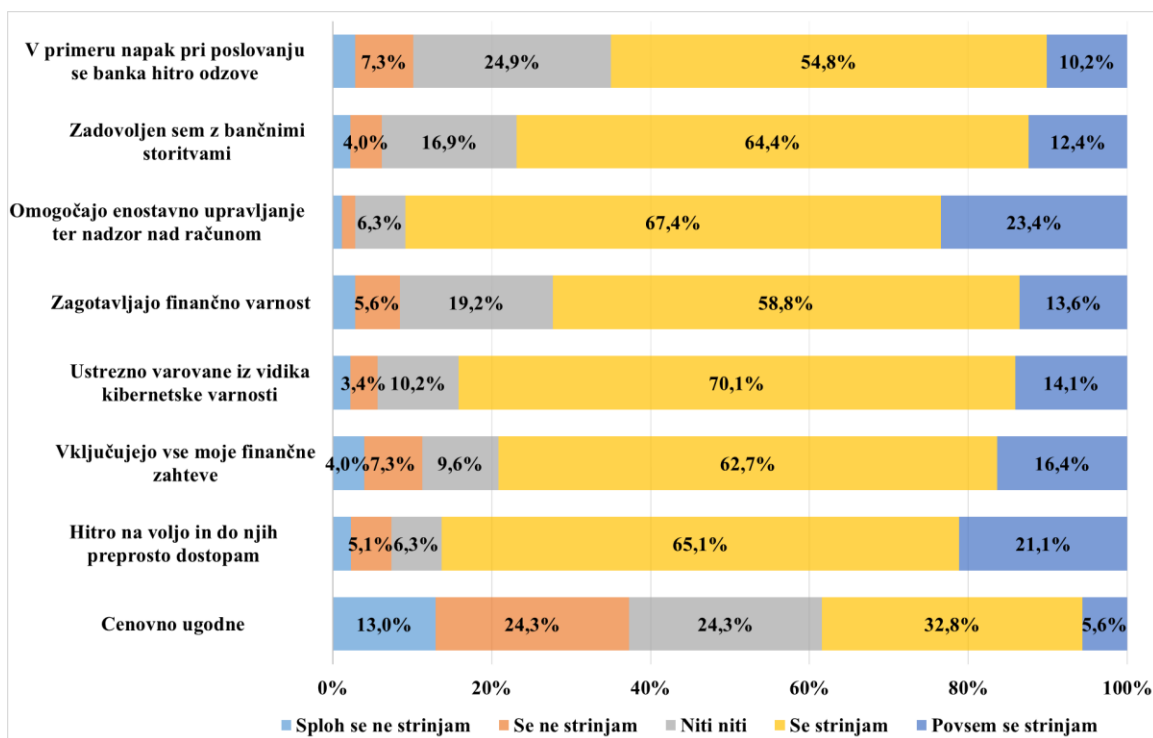
Več kot polovica anketirancev uporablja bančne storitve, kot so pregled transakcijskega ter varčevalnega računa, mobilno ter spletno banko, debetne ter kreditne kartice, dvigovanje



gotovine na bankomatu in direktne bremenitve oz. trajnik. Omenjene storitve so standardne storitve, ki jih bančne institucije ponujajo že desetletja. Nihče od anketirancev ni izpostavil, da pri bančnih institucijah uporablja, npr. mobilne denarnice, hitra plačila, ki jih je večina slovenskih bank uvedla v letu 2021 (aplikacija Flik), hkrati pa to storitev ponujajo tudi finteh podjetja.

Anketiranci so relativno zadovoljni s storitvami, ki jih ponujajo bančne institucije. Kot prikazuje slika 2, se več kot 80 % strinja oz. popolnoma strinja, da bančne storitve omogočajo preprosto upravljanje ter nadzor nad transakcijskimi računi, da so zelo dostopne ter varovane z vidika kibernetске varnosti. Približno 80 % vprašanih se tudi strinja oz. popolnoma strinja s trditvijo, da so zadovoljni z bančnimi storitvami in prav toliko se strinja oz. popolnoma strinja, da bančne institucije zajemajo vse finančne zahteve, ki jih imajo anketiranci.

Slika 2: Izkušnje komitentov pri uporabi bančnih storitev

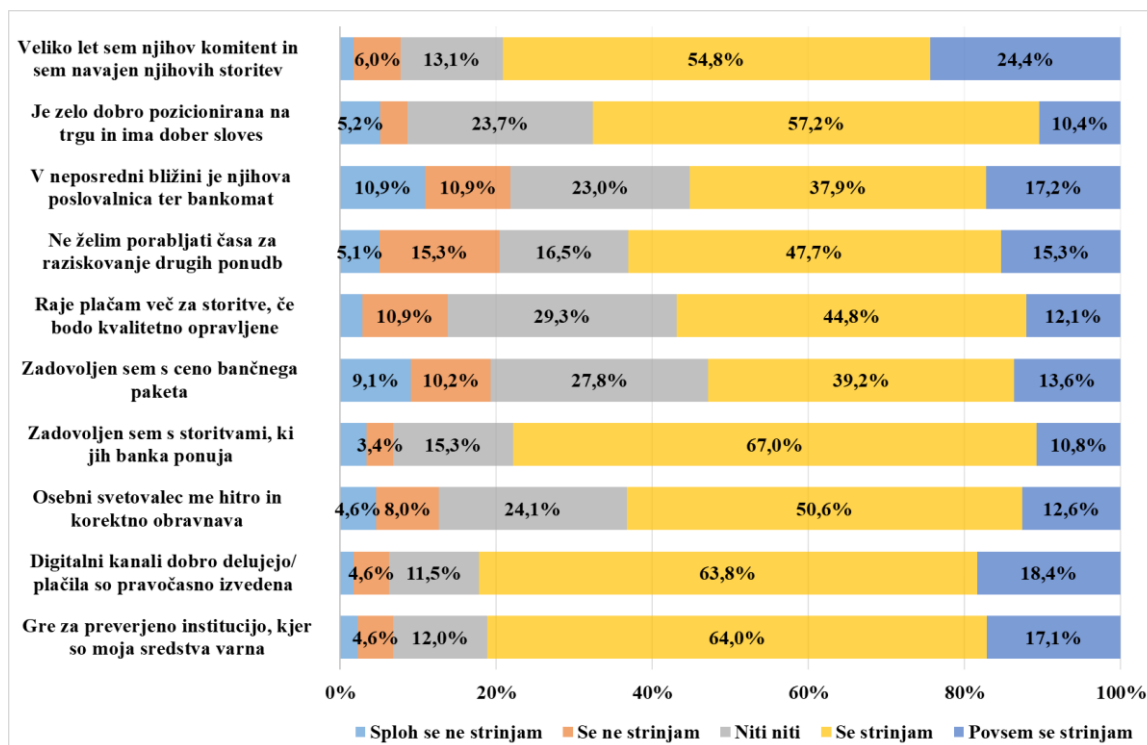


Vir: lastno delo.

V nadaljevanju me je zanimalo, kaj botruje temu, da komitenti bank ostajajo pri izbrani bančni instituciji in ne poiščejo bolj atraktivne alternative, bodisi zgolj zaradi cenovnega vidika, uporabniške izkušnje ali osebnega zadovoljstva pri uporabi storitev. Kot prikazuje slika 3, se največ komitentov strinja ali povsem strinja s trditvijo, da ne želijo menjati bančne institucije zaradi dobrega delovanja digitalnih kanalov hkrati so plačila pravočasna izvedena. Približno 80 % anketirancev se strinja oz. zelo strinja, da je izbrana finančna institucija preverjena institucija, kjer bodo njihova sredstva ali naložbe varne. Prav toliko anketirancev

se je strinjalo oz. povsem strinjalo, da so že veliko let komitenti izbrane finančne institucije in so navajeni njihovih storitev, zato ostajajo pri trenutni finančni instituciji. Medtem ko se manj kot tretjina anketirancev ne strinja oz. se sploh ne strinja s trditvami, da na izbiro trenutne finančne institucije vpliva bližina poslovalnice ter bankomat, hkrati se je samo okrog 20 % anketirancev opredelilo, da niso zadovoljni s ceno bančnega paketa. Več kot polovica vprašanih uporablja transakcijske račune še vedno izključno pri bančnih institucijah.

Slika 3: Vpliv dejavnikov na poslovanje komitentov z izbrano bančno institucijo



Vir: lastno delo.

#### 4.3.2 Uporaba digitalnih storitev

Vse več ljudi se odloča, da nakupe oz. plačila položnic opravi na spletnih mestih. Bodisi s pomočjo mobilne ali spletne banke. Mobilna banka je zelo priročna, saj lahko anketiranci opravijo plačilo kjer koli in kadar koli. Edini predpogoj je internetni dostop. K mobilnim bankam pa so usmerjena tudi finteh podjetja, ki ustvarjajo celovite, uporabnikom prijazne rešitve. Več kot 80 % anketirancev, ki uporabljajo mobilno banko, se strinja, da je mobilna banka preprosto dostopna. Približno 70 % anketirancev se je opredelilo, da je mobilna banka dobro delujoča in preprosta za uporabo, kar je tudi glavni razlog, zakaj se je prav toliko vprašanih opredelilo, da raje uporabljajo mobilno kot spletno banko za opravljanje transakcij. Ne zaostaja pa tudi dejstvo, da tako kot za opravljanje plačil, ima skoraj 70 % uporabnikov mobilno banko raje tudi pri pregledu transakcijskega računa. Čeprav je večini

anketirancev mobilna banka preferenčni kanal, pa še kljub temu občasno uporabljajo spletno banko. Ta po mnenju skoraj 80 % anketirancev omogoča celovit pregled ter nadzor nad financami. Hkrati pa več kot 60 % anketirancev meni, da je tudi spletna banka preprosto dostopna ter preprosta za uporabo. Samo 13 % vseh vprašanih se je opredelilo, da raje uporabljajo spletno banko za pregled transakcij ter okrog 12 % anketirancev, da za plačevanje položnic raje uporabijo spletno kot mobilno banko.

Od leta 2020, odkar so razglasili pandemijo v Sloveniji ter v tujini, smo se srečevali z zaprtjem številnih fizičnih trgovin. Iz tega razloga se je nakupovanje v veliki meri preselilo na splet. Od vseh anketirancev, ki so odgovorili na sklop vprašanj, kot prikazuje tabela 2, se jih je skoraj 80 % opredelilo, da so v letu 2020 več nakupov opravili kar na spletu, kar nakazuje, da lahko tudi v prihodnje pričakujemo več spletnih interakcij kot obiskov fizičnih trgovin, saj spletni nakup omogoča prihranek časa in več udobja. Več kot polovici anketirancev je pomembno, da je plačilo izvedeno v nekaj sekundah, niso pa še pripravljene fizične plačilne kartice zamenjati z mobilnimi denarnicami, namreč samo dobra tretjina anketirancev se je opredelila, da bi želeli na prodajnih mestih plačevati z mobilnim telefonom, medtem ko samo približno 20 % ljudi iz vzorca že aktivno uporablja mobilne denarnice namesto tradicionalnih plačilnih kartic. Za ta sklop vprašanj so bila zastavljena vprašanja z več možnimi odgovori.

*Tabela 2: Izvedba plačil preko digitalnih kanalov*

	<b>Frekvenca</b>	<b>Odstotek (%)</b>
Odkar je bila razglašena pandemija, sem več nakupov opravil na spletu.	136	79,53
Pri nakupih na spletu raje plačujem na platformah, kjer je moja kreditna kartica že predhodno registrirana (npr. PayPal), tako mi ni treba vsakič znova ročno vpisovati podatkov kreditnih kartic.	62	36,26
Mobilne denarnice so mi poznane in jih pogosto uporabljam pri plačevanju.	34	19,88
Na prodajnih mestih (v trgovinah, na pošti, na banki) bi si želel plačevati z mobilnim telefonom namesto s fizičnimi plačilnimi karticami.	59	34,50
Želel bi si, da je plačilo izvedeno v nekaj sekundah.	90	52,63

*Vir: lastno delo.*

Ker so se digitalni kanali precej uveljavili zadnja desetletja in predstavljajo standarden način plačevanja, me je v nadaljevanju zanimalo, kakšnemu načinu opravljanja finančnih storitev anketiranci dajejo prednost. Tabela 3 prikazuje, da se je skoraj tri tretjine sodelujočih opredelilo, da položnice raje plačujejo od doma in tako jim ni treba po nepotrebnem obiskovati fizičnih poslovalnic. Vendar pa v primeru težav pri opravljanju storitev večina vprašanih - skoraj 70 % še vedno pričakuje fizični stik osebe, ki bo odgovorila na zastavljena

vprašanja z verodostojnimi odgovori. Spletni pogovor oz. chatbot je funkcionalnost, ki je Slovenci še nismo prevzeli in ji trenutno še ne zaupamo, namreč veliko chatbotov je šele v razvoju in ne zagotavljajo ustreznih rezultatov. Tudi ko se želi anketiranec lotiti bolj zahtevnih opravil (npr. odprtje računa, zahteva za posojilo), trenutno še ne obstajajo bistvene razlike pri opredelitvi, ali tovrstna opravila raje opravijo na spletu ali neposredno v poslovalnici, saj je samo slaba polovica vseh vprašanih pripravljena bolj kompleksne storitve opraviti kar na spletu. Tabela 3 prikazuje vprašanja, kjer je anketiranec lahko izbral med več možnimi odgovori.

*Tabela 3: Preference anketirancev glede načina opravljanja finančnih storitev*

	<b>Frekvenca</b>	<b>Odstotek (%)</b>
Položnice raje plačujem z uporabo mobilne/spletne banke in ne na drugih fizičnih kanalih (pošta, banka, trgovina).	165	93,2 %
Raje imam spletne storitve (odprtje računa na spletu, zahteva za posojilo na spletu) kot obisk poslovalnice.	83	46,9 %
V primeru težav pri opravljanju finančnih storitev bi želel stik s fizično osebo.	118	66,7 %
V primeru težav pri opravljanju finančnih storitev bi bil zadovoljen tudi s spletnimi pogovori z robotom, če bi na ta način hitreje prišel do rešitve.	42	23,7 %

*Vir: lastno delo.*

#### 4.3.3 Izbira finančnotehnološkega podjetja

Kadar se odločamo o izbiri novega ponudnika finančnih storitev, pretehtamo veliko dejavnikov, preden sprejmemo končno odločitev. Veliko dijakov oz. študentov odpre transakcijske račune pri bančnih institucijah, kjer so že predhodno njihovi starši. V kasnejših obdobjih, ko vse bolj uporabljajo bančne storitve, se tudi mlajše osebe začnejo zavedati prednosti ter pomanjkljivosti izbrane finančne institucije. V primeru, da so komitenti relativno zadovoljni s svetovalcem, ponujenimi storitvami in s kakovostjo njihovega opravljanja, se posameznik le redko odloči za menjavo finančne institucije.

Pridobljeni podatki iz tabele 4 pričajo, da bi se anketiranci v povprečju največkrat odločili za menjavo finančne institucije, če bi jim ta zagotavljala boljše uporabniško izkušnjo. Na drugem mestu velja omeniti, da bi se anketiranci odločili za drugo bančno institucijo v Sloveniji, če bi jim ta ponudila cenovno ugodnejše poslovanje. Za anketirance predstavljajo oviro tudi zahtevni birokratski podatki, ki bi se jim želeli izogniti. Najmanj pomembna dejavnika, ki bi potencialno vplivala na menjavo finančnega podjetja, predstavljata zanimanje za novo tehnologijo ter ponudba finančnega podjetja iz tujine, bi ponudilo opravljanje transakcij brez stroškov ter cenejše vodenje računov. Rezultati torej kažejo, da

naključno izbran vzorec anketirancev ni preveč naklonjen novim tehnologijam, ki bi jim potencialno olajšalo finančno poslovanje.

*Tabela 4: Motivi za menjavo finančne institucije*

	<b>Skupaj</b>	<b>Povprečje</b>	<b>Standardni odklon</b>
Če bi mi zagotavljalo boljše uporabniško izkušnjo.	175	3,73	0,97
Druga bančna institucija v Sloveniji bi ponudila cenovno ugodnejše poslovanje.	176	3,51	1,13
Če bi finančno podjetje zahtevalo manj birokratskih postopkov.	174	3,46	1,09
Drugo finančno podjetje, ki ni bančna institucija in je v Sloveniji, bi ponudilo plačevanje brez stroškov ter cenejše vodenje računov.	176	3,29	1,21
Če bi mi ga priporočil dober prijatelj/sorodnik/sodelavec.	175	2,98	0,97
Da bom v koraku z najnovejšimi trendi, bom preizkusil storitve od finteh ponudnikov za izvedbo plačil in spremljanje financ.	174	2,92	1,16
Drugo finančno podjetje, ki je v tujini, bi ponudilo plačevanje brez stroškov ter cenejše vodenje računov.	175	2,82	1,23

*Vir: lastno delo.*

Danes je na trgu veliko finteh podjetij, ki ponujajo storitve za prebivalstvo (npr. kartično poslovanje, upravljanje s transakcijskimi računi, takojšnjo izvršitev plačil ipd.). Tržna niša ponuja širok spekter priložnosti za razvoj produktov ter storitev in veliko podjetij je videlo potencial v tovrstni panogi. Ker je storitev na pretek, me je v nadaljevanju zanimalo, kakšni so razlogi, da se anketiranci odločijo za posamezne finteh ponudnike. Tabela 5 je sestavljena iz vrste vprašanj, kjer so lahko anketiranci izbirali med več možnimi odgovori. Na vprašanja so odgovarjali izključno anketiranci, ki so aktivni uporabniki fintehov. Pri analizi podatkov sem prišla do ugotovitev, da se anketiranci, ki so že aktivni uporabniki storitev finteh podjetij, v povprečju največkrat odločijo za storitve finteh podjetij zaradi cenovno ugodnih pogojev plačevanja doma in v tujino, saj za opravljene transakcije pogosto v zameno ne zahtevajo provizije. V času anketiranja je bilo anketirancem pomembno, da je nakazila možno izvesti v nekaj sekundah in tudi ob koncu tedna, čeprav danes v veliki meri to funkcionalnost omogočajo številne banke. Hkrati se anketiranci strinjajo, da je pomemben motiv za uporabo finteh storitev tudi možnost takojšnje blokade računa z aplikacijo v primeru izgube kartice, kajti pri bankah je lahko prišlo do nekaj dnevnega zamika, še posebno, če je bila kartica izgubljena med nedelovnimi dnevi. Veliko prednost jim predstavlja preprosta uporaba digitalnih kanalov, saj so aplikacije zasnovane na način, da je

uporabniku čim lažje upravljati različne funkcionalnosti. Aplikacije finteh podjetij upoštevajo dobro uporabniško izkušnjo, saj se finteh podjetja zavedajo pomembnosti enostavne, hitre in personalizirane interakcije, ki omogoča, da uporabnik brez zastojev in učinkoviteje doseže zastavljen cilj. Hkrati bi se anketiranci v veliki meri odločili za storitve finteh podjetij zaradi samostojnega prilagajanja limita, ki ga lahko spremenijo kadar koli, saj imajo možnost nastaviti ustrezen limit kar v aplikaciji in pa brez dodatnih stroškov. V povprečju se anketiranci najredkeje odločijo za storitve finteh podjetij zaradi personaliziranih plačilnih kartic, skupinskega varčevanja ali možnosti posedovanja več transakcijskih računov v različnih valutah.

*Tabela 5: Motivacijski dejavniki pri uporabi storitev finteh podjetij*

	<b>Skupaj</b>	<b>Povprečje</b>	<b>Standardni odklon</b>
Cenovno ugodni pogoji plačevanja doma in v tujino.	39	4,38	0,85
Takojšnja plačila (plačilo izvedeno v nekaj sekundah).	39	4,26	1,12
Možnost takojšnje blokade računa v aplikaciji v primeru izgube kartice.	39	4,21	1,11
Preprosta uporaba digitalnih kanalov.	39	4,15	0,96
Izvrševanje plačil 24/7 (tudi ob koncih tedna ter praznikih).	22	4,09	1,23
Uporaba brezplačne plačilne kartice, ki jo uporabljam na potovanjih/plačilih na spletu.	39	4,03	1,16
Možnost samostojnega prilagajanja limita, ki ga lahko spremenim kadar koli in brez dodatnih stroškov.	38	3,89	1,13
Možnost takojšnje asistencije v primeru težav.	39	3,85	1,29
Virtualna plačilna kartica.	39	3,74	1,23
Polnjenje Visa/Mastercard kartice ali Google Pay/ Apple Pay.	39	3,51	1,37
Uporabne statistike porabe.	39	3,41	1,33
Možnosti trgovanja (s kriptovalutami, delnicami) znotraj iste platforme.	39	3,13	1,61
Vračilo manjše vsote denarja ob nakupih (angl. Cash back).	39	3,13	1,42
Možnost vključenega zavarovanja (v primeru potovanja, mobilnih aparatov, v primeru nesreče pri športnih aktivnosti ipd.)	39	3,03	1,18
Povezovanje z zunanjimi transakcijskimi računi.	39	3,03	1,42
Personalizirane plačilne kartice.	39	2,9	1,45
Možnost namenskega varčevanja, morda skupinskega varčevanja.	39	2,77	1,22
Več transakcijskih računov v različnih valutah.	39	2,72	1,19

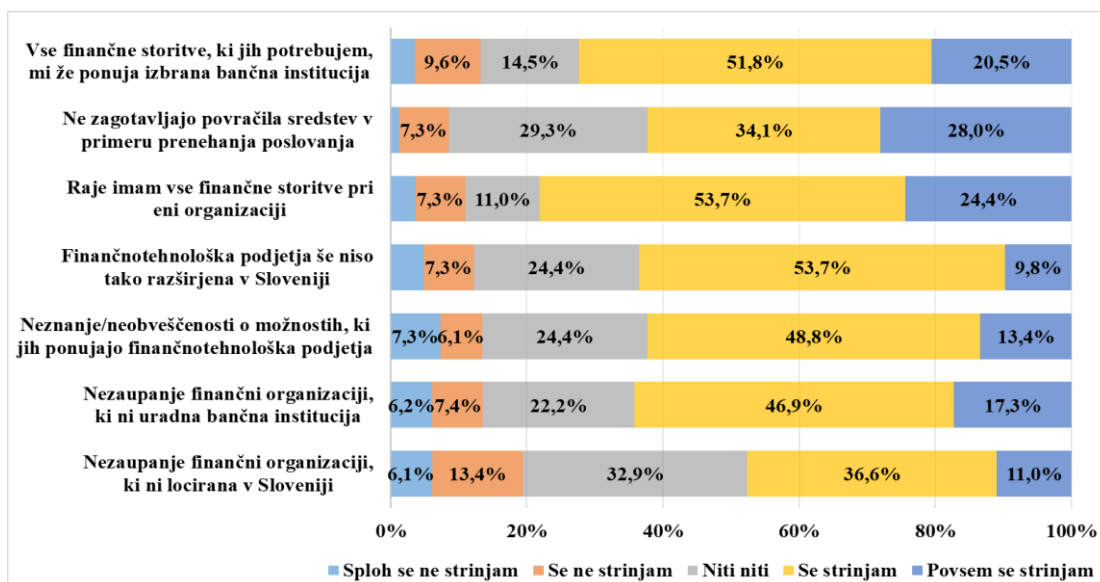
*Vir: lastno delo.*

Vprašanje je bilo pogojno na voljo tudi anketirancem, ki pa še ne uporabljajo storitev finteh podjetij. Motivacija za morebitno uporabo tovrstnih storitev je relativno podobna, noben dejavnik bistveno ne izstopa.

Čeprav obstaja na trgu veliko finančnih produktov oz. storitev, ki bi lahko bili potencialno zanimivi tudi za komitente bank, bodisi je ponujena uporabniška izkušnja precej boljša kot pri tradicionalnih bankah, možnost takojšnje asistencije ter cenovno zelo ugodni paketi, se veliko ljudi še zmeraj zanaša na tradicionalne ponudnike finančnih storitev. Zato sem v nadaljevanju raziskovala, kaj so morebitni dejavniki, ki vplivajo na to, da se anketiranci ne odločijo za storitve finteh podjetij. Kot prikazuje slika 4, se anketiranci najbolj strinjajo s trditvijo, da želijo imeti zbrane vse storitve pri eni organizaciji, zato jim ločeno poslovanje, čeprav ob ugodnejših pogojih ne predstavlja dodane vrednosti.

Preverjala sem, kako so anketiranci seznanjeni z delovanjem finteh podjetij. Veliko anketirancev se je tako strinjalo s trditvijo, da ne želijo pristopiti k finteh ponudnikom, ker ti ne zagotavljajo povračila sredstev v primeru prenehanja poslovanja, kar v resnici ne drži, saj se vedno več ponudnikov zaveda teže tega dejavnika in v svojo strategijo vpeljujejo tudi možnost povračila sredstev. Veliko težo pa ima tudi dejavnik, ki govori o tem, da izbrana bančna institucija že ponuja vse pglavitne storitve, ki jih anketiranci potrebujejo, tako ne vidijo potrebe po novih storitvah oz. produktih.

Slika 4: Razlogi za neuporabo storitev finteh podjetij



Vir: lastno delo.

#### 4.3.4 Primerjava privzemanja tehnologij med skupinami uporabnikov

Pri analizi kolikšen del izbranega vzorca se pogosteje odloča za nove ponudnike na trgu ter kakšne so njihove demografske značilnosti, sem se osredotočila na spol ter izobrazbo

anketirancev. S testom neodvisnosti sem preverila, ali se komitenti bank, ki so generalno manj zadovoljni z bančnimi storitvami, pogosteje odločajo za storitve finteh podjetij. Hkrati sem analizirala, ali stroški, ki nastanejo pri uporabi bančnih storitev vplivajo na odločitev za spremembo izbrane finančne institucije.

V statistično analizo so vključeni tako anketiranci, ki uporabljajo finteh storitve (v nadaljevanju uporabniki finteh storitev), kot tudi anketiranci, ki ne uporabljajo finteh storitev, torej uporabljajo izključno storitve pri bančnih institucijah (v nadaljevanju neuporabniki finteh storitev).

#### *Vpliv spola na privzemanje tehnologij*

Povezanost dveh nominalnih spremenljivk sem preverjala s Pearsonovim hi-kvadrat ( $\chi^2$ ) testom. Ker sem preverjala podatke za 2x2 tabelo, sem upoštevala popravek za zveznost (angl. Continuity Correction).

#### Uporaba storitev pri bankah ter hkrati pri finteh podjetjih

Izmed vseh anketirancev samo 36 oseb uporablja bančne storitve ter hkrati storitve finteh podjetij, kar predstavlja 20,8 %. Kot prikazuje tabela 6, je bilo med moškimi približno 30 % uporabnikov storitev, tako pri bančnih institucijah ter hkrati pri finteh podjetjih in okrog 70 % neuporabnikov, medtem ko je bilo med ženskami nekaj več kot 10 % uporabnic storitev pri bančnih institucijah ter hkrati pri finteh podjetjih in približno 90 % neuporabnic. Na podlagi rezultatov mi je uspelo dokazati statistično značilno razliko, iz česar sklepam, da obstaja povezanost med spolom in uporabo storitev bank ter finteh podjetji.

Iz statistične analize je razvidno, da se moški v izbranem vzorcu pogosteje odločajo za uporabo storitev pri različnih finančnih ponudnikih, kar pomeni, da so bolj pripravljeni tvegati ter preizkusiti nove storitve, hkrati še vedno sodelujejo z bančno institucijo. Sklepam, da je glavnina sredstev še vedno na transakcijskih računih pri bankah, medtem ko nove dodatne storitve uporabljajo pri nakupih na spletu ter na potovanjih.

*Tabela 6: Delež uporabnikov pri bankah ter hkrati pri finteh podjetjih*

	Ženska		Moški		$\chi^2$	p
	Frekvenca	Odstotek (%)	Frekvenca	Odstotek (%)		
<b>Uporabniki finteh storitev</b>	13	13,3	23	30,7	6,787	0,009
<b>Neuporabniki finteh storitev</b>	85	86,7	52	69,3		
<b>Skupaj</b>	98	100	75	100		

*Vir: lastno delo.*



## Uporaba storitev izključno pri finteh podjetjih

Zaradi majhnega števila uporabnikov storitev izključno finteh podjetij, je več kot 20 % pričakovanih frekvenc manjših od števila 5, zato sem v tem primeru uporabila Fisherjev eksaktni test. Iz tabele 7 je razvidno, da je relativno malo število anketirancev izkazalo zanimanje izključno za storitve finteh podjetij. Namreč od 173 anketirancev se je manj kot 5 % anketirancev opredelilo, da uporabljajo samo finančne storitve finteh podjetij, od tega so 4 predstavniki moškega spola, kar predstavlja približno 5 % uporabnikov v vzorcu. Medtem ko so v vzorcu samo 4 predstavnice ženskega spola, kar tudi predstavlja manj kot 5 % žensk, ki aktivno uporabljajo storitve izključno finteh podjetij. Glede na pridobljene rezultate mi ni uspelo dokazati statistično značilnih razlik, zato sklepam, da ne obstaja povezanost med spolom in uporabo storitev izključno finteh podjetij.

Tabela 7: Delež uporabnikov izključno pri finteh podjetjih

	Ženska		Moški		P
	Frekvenca	Odstotek (%)	Frekvenca	Odstotek (%)	
<b>Uporabniki finteh storitev</b>	4	4,1	4	5,3	0,728
<b>Neuporabniki finteh storitev</b>	94	95,9	71	94,7	
<b>Skupaj</b>	98	100	75	100	

Vir: lastno delo.

## Vpliv izobrazbe na privzemanje tehnologij

### Uporaba storitev pri bankah ter hkrati pri finteh podjetjih

S Pearsonovim hi-kvadrat testom sem analizirala, ali komitenti z visokošolsko oz. univerzitetno izobrazbo v večji meri uporabljajo storitve finteh podjetij kot tisti z nižjo stopnjo izobrazbe. V vzorcu je sodelovalo 30,2 % anketirancev s srednješolsko izobrazbo ali nižjo in pa 69,8 % z visokošolsko oz. univerzitetno. Iz tabele 8 je razvidno, da je bilo med osebami z višjo izobrazbo okrog 20 % anketirancev, ki uporabljajo bančne ter hkrati storitve finteh podjetij ter več kot 75 % tistih, ki uporabljajo samo storitve bančnih institucij, medtem ko je bilo med anketiranci s srednješolsko ali nižjo izobrazbo manj kot 20 % takih anketirancev, ki uporabljajo storitve tako bančnih kot finteh podjetij ter okrog 80 % neuporabnikov storitev finteh podjetij, kar pomeni, da ni bistvenih odstopanj med obema skupinama anketirancev.

Tudi hi kvadrat nakazuje, da v izbranem vzorcu ne obstaja korelacija med anketiranci z višjo oz. nižjo stopnjo izobrazbe, saj ni statistično značilen ( $p = 0,572$ ).

Tabela 8: Uporaba storitev pri bankah ter hkrati pri finteh podjetjih glede na izobrazbo

	Srednješolska izobrazba ali manj		Visokošolska oz. univerzitetna izobrazba		$\chi^2$	p
	Frekvenca	Odstotek (%)	Frekvenca	Odstotek (%)		
<b>Uporabniki finteh storitev</b>	9	17,3	27	22,5	0,319	0,572
<b>Neuporabniki finteh storitev</b>	43	82,7	93	77,5		
<b>Skupaj</b>	52	100,0	120	100,0		

Vir: lastno delo.

Uporaba storitev izključno pri finteh podjetjih

Iz analize uporabnikov z različnimi stopnjami izobrazbe je razvidno, da je v vzorcu zgolj peščica anketirancev, ki uporabljajo samo storitve finteh podjetij. Uporabila sem Fisherjev eksaktni test zaradi majhnega števila uporabnikov storitev izključno finteh podjetij. Namreč več kot 20 % pričakovanih frekvenc je manjših od števila 5. Tabela 9 prikazuje, da je bilo med osebami z višjo izobrazbo samo 5 % takih, ki uporabljajo izključno storitve fintehov in več kot 90 % tistih, ki uporabljajo samo bančne storitve, medtem ko je bilo med anketiranci z nižjo stopnjo izobrazbe uporabnikov storitev finteh podjetij približno 4 %. Z dobljenimi rezultati mi ni uspelo dokazati statistično značilnih razlik in povezanosti med izobrazbo in uporabo storitev izključno finteh podjetij, saj je  $p = 1,000$ .

Tabela 9: Uporaba storitev pri finteh podjetjih glede na izobrazbo

	Srednješolska izobrazba ali manj		Visokošolska oz. univerzitetna izobrazba		p
	Frekvenca	Odstotek (%)	Frekvenca	Odstotek (%)	
<b>Uporabniki finteh storitev</b>	2	3,8	6	5,0	1,000
<b>Neuporabniki finteh storitev</b>	50	96,2	114	95,0	
<b>Skupaj</b>	52	100,0	120	100,0	

Vir: lastno delo.

Vpliv zadovoljstva z bančnimi storitvami na privzemanje storitev fintehov

Uporaba storitev pri bankah ter hkrati pri finteh podjetjih

S Kolmogorov-Smirnovim testom sem preverjala normalno porazdelitev spremenljivk, za uporabnike ter neuporabnike finteh storitev. Ker te niso statistično značilne, sem se odločila za Mann-Whitneyev test, ki ne zahteva normalne porazdelitve spremenljivk. Preverjala sem povezanost zadovoljstva z bančnimi storitvami med anketiranci, ki so hkrati uporabniki

bančnih storitev in hkrati pri finteh podjetjih. Kot je razvidno iz tabele 10, ugotavljam, da obstaja statistična razlika med obema skupinama ( $p = 0,028$ ), kar pomeni, da so neuporabniki finteh storitev v povprečju bolj zadovoljni s storitvami, ki jih ponujajo bančne institucije. V vzorcu so tudi posamezniki, ki so zadovoljni z bančnimi storitvami, pa so se kljub temu odločili za uporabo storitev finteh podjetij, kar pomeni, da je njihov motiv za uporabo neodvisen od bančne institucije. Bodisi jih zanima nova tehnologija, nova programska oprema ter funkcionalnosti ali pa so se za te storitve odločili iz stroškovnega vidika (uporaba kreditne kartice za plačevanje na spletu ali na potovanjih).

*Tabela 10: Stopnja zadovoljstva z bančnimi storitvami med uporabniki bančnih storitev in finteh storitev*

		Število	Odstotek (%)	Povprečje	p
Zadovoljstvo pri uporabi bančnih storitev	<b>Uporabniki finteh storitev</b>	36	20,8	73,06	0,028
	<b>Neuporabniki finteh storitev</b>	137	79,2	90,66	
	<b>Skupaj</b>	173	100		

*Vir: lastno delo.*

Uporaba storitev izključno pri finteh podjetjih

Tudi pri tej analizi sem z Mann-Whitneyevim testom želela preveriti, ali se anketiranci, ki trenutno uporabljajo samo storitve finteh podjetij, tudi v povprečju manj zadovoljni s storitvami bančnih institucij. Kot nakazujejo podatki iz tabele 11, so neuporabniki bančnih storitev v povprečju veliko bolj zadovoljni z bančnimi storitvami, kar potrjuje tudi statistična značilnost, ki znaša 0,025. Čeprav so bili nekoč uporabniki izključno finteh storitev zadovoljni z bančnimi storitvami, so se vendarle odločili, da bodo svoje finančno poslovanje prenesli k finteh podjetjem.

*Tabela 11: Stopnja zadovoljstva z bančnimi storitvami med uporabniki finteh storitev*

		Število	Odstotek (%)	Povprečje	p
Zadovoljstvo pri uporabi bančnih storitev	<b>Uporabnik finteh storitev</b>	8	4,6	53,81	0,025
	<b>Neuporabnik finteh storitev</b>	165	95,4	88,61	
	<b>Skupaj</b>	173	100		

*Vir: lastno delo.*

*Vpliv stroškov na privzemanje novih tehnologij*

V nadaljevanju me je zanimalo, ali se komitenti, ki so se opredelili, da so manj zadovoljni s ceno bančnih storitev, v večjem obsegu uporabljajo storitve finteh podjetij. V tem primeru sem analizirala tri ordinalne spremenljivke, zato sem povezanost spremenljivk preverjala s

Spearmanovim korelacijskim koeficientom. Izbrala sem enostranski test, ker sem predvidevala, da obstaja negativna povezanost. Kot prikazujejo rezultati v tabeli 12, gre za negativno korelacijo (-0,161 za ponudnike nebančnih storitev v Sloveniji), ki je sicer šibka, vendar statistično značilna ( $p = 0,016$ ), kar pomeni, da se anketiranec, ki je manj zadovoljen s ceno bančnega paketa, bolj verjetno odloči za storitve nebančnih institucij, ki ponujajo ugodnejše pakete. Enak vzorec ugotavljamo v primeru anketirancev, ki zaradi visokih stroškov bančnih storitev bolj verjetno posegajo po storitvah nebančnih ponudnikov, ki so v tujini. Tudi v tem primeru opazimo šibko negativno korelacijo (-0,126), ki je statistično značilna ( $p = 0,048$ ). Statistična analiza nam hkrati postreže s podatkom, ali bi se v primeru nezadovoljstva s ceno bančnih storitev, anketiranec raje odločil za storitve nebančnih ponudnikov, ki ponujajo ugodnejše poslovanje v Sloveniji ali v tujini. V tem primeru gre za pozitivno korelacijo (0,542) pri verjetnosti manj kot 0,001, kar pomeni, če bi se anketiranec odločil za drugega finančnega ponudnika, zaradi nezadovoljstva s ceno obstoječega bančnega paketa, bi ta finančni ponudnik storitev lahko bil, bodisi v Sloveniji bodisi v tujini. Tako je lokacija postranskega pomena pri odločitvi.

Tabela 12: Zadovoljstvo s ceno bančnega paketa glede na uporabo storitev finteh podjetij

		Zadovoljstvo s ceno bančnega paketa	Nebančna institucija v Sloveniji ponudi plačevanje brez stroškov ter cenejše vodenje računov	Nebančna institucija v tujini ponudi plačevanje brez stroškov ter cenejše vodenje računov
Zadovoljstvo s ceno bančnega paketa	Korelacijski koeficient	1,0	- 0,161*	- 0,126*
	p		0,016	0,048
	Število	176	176	175
Nebančna institucija v Sloveniji ponudi plačevanje brez stroškov ter cenejše vodenje računov	Korelacijski koeficient	- 0,161*	1,0	0,542**
	p	0,016		0,0
	Število	176	176	175
Nebančna institucija v tujini ponudi plačevanje brez stroškov ter cenejše vodenje računov	Korelacijski koeficient	- 0,126*	0,542**	1,00
	p	0,048	0,0	
	Število	175	175	175

\*. Povezanost je značilna pri 0,05 (1-stranska).

\*\*. Povezanost je značilna pri 0,01 (1-stranska).

Vir: lastno delo.

## **5 UGOTOVITVE RAZISKAVE IN PRIPOROČILA ZA PRIHODNJI RAZVOJ BANČNE PANOGE**

Pojem finteh zajema podjetja, ki se ukvarjajo s finančno tehnologijo, s katero dosegajo večjo učinkovitost pri poslovanju. Finteh podjetja se ukvarjajo z raznovrstnimi storitvami oz. produkti, kot so brezgotovinska plačila, posojilne platforme, mednarodni prenos denarja, zavarovanja, orodja za upravljanje z osebnimi financami, prodaja, analize ter infrastruktura za finančne institucije, virtualne valute idr. Njihove dejavnosti se dotikajo izboljšanih finančnih storitev, tako inovacije finteh podjetij povzročajo korenit premik že ustaljenih poslovnih modelov. Številne novosti so bile implementirane v do zdaj razmeroma ohlapno reguliranem okolju. Inovacije finteh podjetij pogosto ponujajo boljše potrošniške izkušnje in si konkurirajo tako med seboj kot tudi z obstoječimi bančnimi institucijami. Ker so številna finteh podjetja po navadi specializirana in se pogosto osredotočajo na eno skupino produktov ali storitev, lahko ustvarijo zelo usmerjene namenske rešitve, ki so zasnovane tako, da nudijo izboljšano izkušnjo strank. Poleg tega so finteh podjetja bolj spretna in hitrejša od tradicionalnih bank. Na ta način izkoriščajo digitalno tehnologijo in razvijajo finančne produkte, ki so uporabniku prijazni, stroškovno bolj ugodni in digitalni kanali optimizirani.

Finteh podjetje omogoča dostop do finančnih sredstev tudi prebivalstvu v manj razvitih delih sveta. Dostop do cenovno dostopnih finančnih storitev je ključnega pomena za zmanjšanje revščine in gospodarsko rast. Za revne ljudi, zlasti ženske, lahko dostop do osnovnih finančnih storitev poveča dohodke in izboljša kakovost njihovega življenja. Finteh inovacije pomagajo zmanjšati stroške zagotavljanja finančnih storitev, omogočajo njihov doseg večjemu številu ljudi in zmanjšajo potrebe po fizičnih interakcijah.

Nove tehnologije vplivajo na tekmovalni odnos med organizacijami, tako se borijo za pripadnost strank ter rast prihodkov. Tovrstne tehnologije ponujajo številne priložnosti za ustvarjanje dodane vrednosti za stranke, saj omogočajo boljše razumevanje njihovih potreb in oblikovanje prilagojenih produktov ter storitev. Nova orodja, ki zbirajo in analizirajo strukturirane in nestrukturirane podatke, so zdaj na voljo za podporo optimizaciji procesov, obvladovanju tveganj in strateškemu odločanju.

### **5.1 Vpliv finteh podjetij na bančne institucije**

Vse večja razširjenost tehnoloških podjetij, ki ponujajo finančne storitve, je povzročila velik pritisk na tradicionalne banke. Tako so tradicionalne institucije primorane posodobiti svoje osnovne dejavnosti. Veliko bank se sooča z izzivi digitalizacije, v veliki meri v sodelovanju z zagonskimi podjetji, ki ponujajo dovršene finančne storitve.

Digitalne inovacije v veliki meri vplivajo na preoblikovanje nekaterih poslovnih dejavnosti tradicionalnih bank, bodisi jih lahko te celo nadomestijo. Zaradi tega so digitalizacija in finteh podjetja prisilile banke, da ponovno premislijo o svojih korporativnih omejitvah ter

postanejo bolj dovzetne za tržne interakcije (Kohtamäki, Parida, Oghazi, Gebauer & Baines, 2019). Da bi se soočile z grožnjo podjetij, ki temeljijo na tehnologiji, so številne tradicionalne banke sklenile strateška zaveznitva z novimi organizacijami (Borah & Tellis, 2014). Kot sklepajo Hornuf, Klus, Lohwasser in Schwiendacher (2020) je pri bankah veliko verjetnejše, da bodo sklenile zaveznitvo s finteh podjetji, ki zasledujejo dobro opredeljeno digitalno strategijo. Ugotavljajo, da banke pogosteje vlagajo v majhna finteh podjetja, medtem ko sodelovanje pogosto vzpostavijo z večjimi finteh podjetji. Večje banke drugod po Evropi so na primer vzpostavile finteh inkubatorje, ki omogočajo inovacije, hkrati pa ohranjajo nadzor z manjšinskim deležem v tovrstnih podjetjih. Nižja stopnja organizacijske kompleksnosti finteh podjetjem pogosto omogoča, da so bolj fleksibilna, hitreje inovirajo in so bolj radikalna v svojem pristopu k inovacijam. Nasprotno pa se tradicionalne banke težje prilagajajo nekaterim novim tehnološkim razvojem, ker morajo izpolnjevati obsežne regulativne zahteve. Banke za povečanje donosnosti vpeljujejo ter razvijajo finančne inovacije (Hornuf, Klus, Lohwasser & Schwiendacher, 2020). Beck, Chen, Lin in Song (2016) ugotavljajo, da so finančne inovacije pozitivno povezane z rastjo bank, kar pomeni, da tovrstna zaveznitva izboljšujejo tržno vrednost tako fintehov kot bank. Finteh podjetja lahko sodelujejo z bankami iz več razlogov. Z zaveznitvom z uveljavljenim ponudnikom v finančni industriji lahko finteh podjetja pridobijo dostop do širše baze strank, pridobijo dostop do obsežnega znanja o ravnanju s finančnimi predpisi in izboljšajo svojo blagovno znamko. Nasprotno pa si lahko banke zagotovijo konkurenčno prednost s sodelovanjem s fintehi, ki razvijajo boljši način zagotavljanja finančnih storitev.

Kljub okornosti bančnega sistema in strogih regulatornih zahtev se tudi v Sloveniji odvijajo premiki in prevzemanje novitet, kot jih je mogoče najti tudi v drugih tehnološko pomembnih državah. V letu 2021 je večina slovenskih bank ponudila rešitev Flik, ki omogoča prenos sredstev vsak dan v tednu, tudi ob delovnih dneh in v času neuradnih ur. Določene banke so tako ponudile ločeno aplikacijo, ki so si jo komitenti prenesli na svoje mobilne naprave ter na podlagi telefonske številke v imeniku ali elektronskega naslova izbrali prejemnika sredstev. Predpogoj je ta, da ima prejemnik tudi registrirano uporabniško ime v aplikaciji Flik. Spet druge banke so šle korak dlje in so integrirale mobilno denarnico neposredno v svoje kanale. Pri implementaciji je sodelovalo podjetje Bankart, ki ga je ustanovilo 22 slovenskih bank, za procesiranje sodobnih plačilnih instrumentov. Družba poleg procesiranja bankomatskega in kartičnega poslovanja skrbi še za poslovanje s POS napravami (NLB, 1997).

Na finančnem trgu obstajajo novitete, ki jih bančne institucije lahko izbirno implementirajo, vendar ko za specifičen trend veliko držav prepozna potencial, takrat se tudi Evropska centralna banka opredeli, da tovrsten trend postane obveza za vse vključene države. Seveda imajo banke dovolj časa za implementacijo novih tehnologij - npr. uvedba infrastrukture za poravnavo takojšnjih plačil (angl. Target Instant Payment Settlement, v nadaljevanju TIPS) je nova storitev, ki jo je Eurosystem uvedel novembra 2018. Ponudnikom plačilnih storitev omogoča, da svojim strankam ponujajo nakazila sredstev v realnem času in 24 ur na dan,

vse dni v letu, v valuti evro. Kar pomeni, da lahko zahvaljujoč TIPS-u posamezniki in podjetja med seboj prenašajo denar v nekaj sekundah, ne glede na delovni čas njihove lokalne banke (European Central Bank, brez datuma).

Tako kot se Bankart povezuje s finteh podjetji (npr. partnerstvo s Fin4Green na področju digitalnega poslovanja. Rešitev storitve eRačunov, nonprintZ, omogoča, da trgovske verige poslujejo popolnoma brez računa v fizični obliki, saj stranke prejmejo račun v elektronski obliki v spletno aplikacijo nonprintZ (Bankart, 2020)), se tudi banke na območju Slovenije odločajo za sodelovanje z mladimi zagonskimi podjetji. Tako velja izpostaviti partnerstvo med Sberbank in fintehom mBills. Z uvedbo PSD2 in Zakona o plačilnih storitvah, storitvah izdajanja elektronskega denarja in plačilnih sistemih (ZPlaSSIED), Ur. l. RS, št. 003-02-1/2018-11, je mogoče pričakovati še več podobnih sodelovanj v prihodnosti. Hitro razvijajoče se podjetje mBills širi mrežo prodajnih mest, kjer je mogoče plačevati z mobilnim telefonom. Tako se je podjetje mBills začelo povezovati s Sberbank banko. Banka Sberbank je poskrbela za svoje komitente ter jim olajšala plačevanje. Zdaj lahko mobilno denarnico povežejo s svojim bančnim računom pri Sberbank ter za plačevanje z mBills porabljajo sredstva, ki jih imajo na svojem bančnem računu. Tovrstno sodelovanje je primer prvega povezovanja med slovenskim finteh podjetjem in banko na območju Slovenije (Stromboli, 2018).

Naslednje partnerstvo, ki bi ga bilo smiselno izpostaviti, je sodelovanje Nove KBM s podjetjem EqualEyes, s katerim so v letu 2017 lansirali posodobljeno mobilno banko mBank@Net, sodelujejo pa še naprej, predvsem na področju razvoja in tehnične podpore za mobilno in spletno banke ter pri razvoju spletne strani. Hkrati pa vedno znova iščejo nove povezave z drugimi zagonskimi podjetji v sklopu različnih dogodkov, npr. hackathon. Banka na ta način v sklopu tovrstnih dogodkov preizkuša različne koncepte, med katerimi velja omeniti tehnologijo veriženja blokov, brezstično plačevanje, uporabo podatkov in podatkovne analitike za izboljšanje uporabniške izkušnje v spletni in mobilni banki. Tehnologijo veriženja blokov so že preizkusili v sodelovanju s Pošto Slovenije, kjer je rešitev plačila paketa po prevzemu zasnovana na tehnologiji veriženja blokov, vendar pri tem ne uporabljajo virtualnih valut (Vabšek, 2018).

Poleg njih pa se je tudi NLB odločila za drug pristop in uporabo novih tehnologij. S svojimi inovativnimi digitalnimi rešitvami in arhitekturo se je lahko postavila ob bok najboljšim svetovnim ponudnikom IT rešitev in podatkovne analitike s področja financ. Nova podatkovna arhitektura je zgrajena na zasebnem analitičnem oblaku (IBM Watson studio), ki omogoča napredne analitične rešitve. Te skupaj s centraliziranimi izračuni profitabilnosti in pametnim izračunom obresti omogočajo, da strankam pripravijo prilagojene ponudbe. Poleg tega so pohitrili proces sprejemanja odločitev pri pripravi kreditov, medtem ko se je delež komitentov, ki uporabljajo digitalne storitve, povečal za 11 odstotkov (NLB, 2021).

Navsezadnje tudi Banka Slovenije nudi podporo pri vstopu finteh podjetij na trg. Omogočili so stičišče za finteh inovacije, ki omogoča izmenjavo informacij, povezanih z inovativnimi poslovnimi modeli, hkrati nudijo pomoč pri razumevanju regulativnih zahtev na področjih, ki so v pristojnosti Banke Slovenije. Namenjeno je vsem tržnim subjektom, ki razvijajo inovativne rešitve na področju finančne tehnologije ter tudi tistim tehnološkim podjetjem, ki pri razvoju sodelujejo s finančnimi institucijami tako v Sloveniji kot tudi širše znotraj Evropskega prostora (Banka Slovenije, brez datuma).

Banke so visoko regulirane ustanove, ki s togim poslovnim modelom zagotavljajo stabilne in zaupanja vredne storitve. Njihova prisotnost vpliva na gospodarsko rast in pravilno delovanje številnih sodobnih družb. Njihova pomembna naloga je obvladovanje tveganj. Finteh industrija se le redko odloči, da bo konkurirala na tem področju, zato se odloča za rešitve, ki bi povečale zadovoljstvo pri uporabi storitev. Starejši sistemi bank so njihova največja ovira za rast in tehnološke inovacije. Posledično številne banke sodelujejo s finteh podjetji in tako gradijo svoje digitalne rešitve. Sprva so finteh podjetja videli kot konkurente, ki izkoriščajo vrzel, ki je nastala zaradi omejitev industrije finančnih storitev. Danes pa so partnerstva med bankami in finteh podjetji vedno bolj običajna, saj ta zagotavljajo trženje, upravljanje, vzdrževanje ali druge storitve, ki bankam omogočajo, da ponujajo tehnološko dovršene produkte. Dovršena storitev tako predstavlja konkurenčno prednost, hkrati morajo zagotoviti, da se stranka počuti cenjeno, razumljeno ter pomembno.

Iz analize podatkov je razvidno, da finteh podjetja, bodisi vztrajajo v tekmovalnem odnosu z bančnimi institucijami, na ta način so bančne institucije prisiljene slediti trendom, ali pa se med njimi razvije partnerstvo, kjer imata oba ponudnika finančnih storitev veliko možnosti izkoriščanja prednosti tovrstnega sodelovanja.

## **5.2 Vpliv finteh podjetij na komitente bančnih institucij**

Finteh podjetja so gonilna sila razvoja in določajo smernice prihodnjega razvoja. Sledijo uporabnikom in z analizami pridobljenih podatkov se jim želijo čim bolj približati. Zaradi pomembnih razlik med uporabniki zaznavamo različne potrebe in pričakovanja za sprejetje in uporabo inovacij. Jahanmir in Lages (2016) trdita, da bi strokovnjaki morali naslavljati tako zgodnje uporabnike, ki so pripravljeni tvegati in preizkusiti novitete na trgu kot tudi kasnejše uporabnike, ki preizkusijo tehnologije, ko jih je večina že prevzela.

Ker so finteh podjetja privlačna z vidika uporabniške izkušnje in cenejšega poslovanja z njimi, so zanimivi za uporabnike do te mere, da kar nekaj anketirancev razmišlja o možnostih prenosa svojih finančnih storitev k finteh podjetjem. Še vedno pa se zelo majhen delež uporabnikov odloča za uporabo storitev izključno fintehov. Anketiranci, ki so se opredelili, da so aktivni uporabniki finteh storitev, se odločajo zgolj za štiri najbolj znane ponudnike finančnih storitev (N26, Revolut, Mbills, Valu). Zgodnji uporabniki so tako vplivali na večinsko uporabo storitev pri omenjenih ponudnikih ter na njihovo priljubljenost v Sloveniji.



Ker se je več kot 70 % anketirancev opredelilo, da pri finančnem poslovanju raje uporabljajo mobilne aplikacije, je to jasen kazalnik, da se tudi finte podjetja tega zelo dobro zavedajo in večji del razvoja tako temelji na razvoju mobilnih aplikacij, saj so te dostopne povsod, kjer je na voljo spletna povezava. Uporabniki si želijo čim bolj poenostavljene procese, s čim manj birokracije in čim manj vloženega truda. Pandemija je še dodatno vplivala na ljudi in jih spodbudila k še večji uporabi spletnih storitev. Na ta način želijo imeti storitve na voljo kjer koli in kadar koli, zato stremijo k finančnim ponudnikom, ki jim olajšajo finančno poslovanje.

V magistrskem delu je bilo ugotovljeno, da so anketiranci relativno zadovoljni s storitvami, ki jih ponujajo bančne institucije. Več kot 70 % se strinja, da bančne storitve omogočajo preprosto upravljanje ter nadzor nad transakcijskimi računi, da so zelo dostopne ter varovane iz vidika kibernetne varnosti. Večina komitentov je tako zadovoljnih z bančnimi storitvami hkrati se strinjajo, da bančne institucije pokrivajo večino finančnih zahtev, ki jih imajo anketiranci. Največ komitentov se strinja s trditvijo, da ne želijo menjati bančne institucije zaradi dobrega delovanja digitalnih kanalov, hkrati so plačila pravočasna izvedena. Anketiranci se tudi strinjajo, da je izbrana finančna institucija preverjena institucija, kjer bodo njihova sredstva bodisi naložbe varne. Hkrati anketiranci trdijo, da so že veliko let komitenti pri izbrani finančni instituciji in so navajeni njihovih storitev, zato ostajajo pri trenutni finančni instituciji. Stroškovni vidik ne predstavlja poglobitnega dejavnika za menjavo bančne institucije. Iz tega vidika bodo banke v Sloveniji v prihodnosti še vedno uživale visoko stopnjo zaupanja komitentov.

V zadnjih letih se vse več ljudi odloča, da nakupe oz. plačilo položnic opravijo na spletu. Bodisi se odločijo za uporabo mobilne ali spletne banke. Mobilna banka je zelo priročna, saj lahko anketiranci opravijo plačilo kjer koli in kadar koli. K mobilnim bankam pa so usmerjena tudi finte podjetja, ki ustvarjajo celovite rešitve, ki so uporabnikom prijazne. Več kot 70 % anketirancev, ki uporabljajo mobilno banko, se strinja, da je mobilna banka preprosto dostopna, dobro delujoča in preprosta za uporabo, kar je tudi glavni razlog, zakaj se je kar več kot 70 % vprašanih opredelilo, da raje uporabljajo mobilno kot spletno banko za opravljanje transakcij. Bančne institucije sledijo fintehom in skušajo v svoje mobilne banke vključiti elemente, ki izboljšajo uporabniško izkušnjo (npr. grafični prikaz mesečne porabe, finančni cilji, namenska varčevanja, dodatni grafični elementi, ki so uporabnikom bolj privlačni).

Prednost za uporabnike storitev finte podjetij predstavljajo cenovno ugodni pogoji plačevanja doma in v tujino, saj za opravljene transakcije finte podjetja pogosto ne zahtevajo provizije od uporabnikov. V času anketiranja je bilo anketirancem pomembno, da je nakazila možno izvesti v nekaj sekundah in tudi ob koncu tedna, čeprav danes v veliki meri to funkcionalnost omogočajo številne banke. Hkrati se anketiranci strinjajo, da je pomemben motiv za uporabo finte storitev tudi možnost takojšnje blokade računa z aplikacijo, v primeru izgube kartice, ter preprosta uporaba digitalnih kanalov, saj so aplikacije zasnovane na način, da lahko uporabnik preprosto upravlja številne

funkcionalnosti in na enostaven način izvede vse finančne zahteve. Aplikacije finteh podjetij upoštevajo dobro uporabniško izkušnjo, saj se finteh podjetja zavedajo pomembnosti preproste, hitre in personalizirane interakcije, ki omogoča, da uporabnik hitro in učinkoviteje doseže zastavljen cilj. Hkrati so se anketiranci v veliki meri odločili za storitve finteh podjetij zaradi samostojnega prilagajanja limita, ki ga lahko spremenijo kadar koli.

Iz statistične analize podatkov je razvidno, da se moški iz vzorca pogosteje odločajo za uporabo storitev pri različnih finančnih ponudnikih, kar pomeni, da so bolj pripravljeni tvegati ter preizkusiti nove storitve, vendar hkrati še vedno ostajajo pri izbrani bančni instituciji, medtem ko vpliva izobrazba na privzemanje tehnologij nisem uspela dokazati. Iz rezultatov je razvidno, da so neuporabniki finteh storitev v povprečju bolj zadovoljni z bančnimi storitvami, kot uporabniki finteh storitev. V nadaljevanju je bila opravljena analiza, kjer smo proučevali, ali stroški bančnih storitev vplivajo na privzemanje storitev fintehov. Rezultati kažejo, da obstaja šibka negativna korelacija, kar pomeni, da se anketiranec, ki je manj zadovoljen s ceno bančnega paketa, bolj verjetno odloči za storitve nebančnih institucij, ki ponujajo bolj ugodno poslovanje, še vedno pa strošek bančnih storitev ni dovolj močan argument, da bi se anketiranci zgolj zaradi tega razloga odločili za storitve fintehov.

Ugotovitve sem primerjala s študijo, ki je bila izvedena med oktobrom in novembrom 2017 v Nemčiji. Spletna anketa je bila namenjena nemškimi gospodinjstvom, kjer so pridobili 324 uporabnih izpolnjenih vprašalnikov (povprečna starost anketirancev je bila 31 let). Njihovi rezultati kažejo, da tri primarne dimenzije, zaupanje, preglednost in finančno strokovno znanje, pomembno vplivajo na odločitev gospodinjstev, da ostanejo pri tradicionalnih ponudnikih bančnih storitev ali preidejo na novo finančno tehnologijo. 31 % anketirancev v njihovi anketi bi si lahko predstavljalo umik od tradicionalnega ponudnika k finteh podjetjem, kar nakazuje, da so novi ponudniki sposobni prevzeti pomemben tržni delež od uveljavljenih tradicionalnih bank. Rezultati, ki sta jih pridobila Jünger in Mietzner (2020) kažejo, da je nagnjenost k prehodu na finteh podjetja odvisna od stopnje zaupanja gospodinjstev novim tehnologijam, finančne pismenosti in splošne preglednosti. Nasprotno pa se zdi, da zaznavanje cen gospodinjstev bistveno ne vpliva na verjetnost zamenjave, kar je razvidno tudi iz analize, ki je bila opravljena v okviru magistrske naloge. Zaupanje in transparentnost ponujenih finančnih storitev tako ostajata ključna konkurenčna prednost za bančne institucije.

Medtem ko so finteh podjetja pritegnila veliko pozornosti, je stalna uporaba finteh storitev še vedno vprašljiva. Iz statistične analize v magistrskem delu je razvidno, da manj kot 5 % anketirancev trenutno uporablja izključno storitve finteh podjetij. Veliko potencialnih uporabnikov je še vedno skeptičnih zaradi možnega tveganja, namreč želijo določiti pričakovano vrednost uporabe finteh storitev ob upoštevanju koristi in tveganj. Stranke bodo uporabljale izdelek ali storitev, če so njihove koristi večje od tveganj. Samo udobje potrošnikov ne more v celoti pojasniti naraščajoče priljubljenosti novih tehnologij in storitev v finančni industriji. Kot je razvidno, predvsem osebne, kognitivne in vedenjske

razsežnosti potrošnikov vplivajo na sprejemanje produktov, ki jih razvijejo finte podjetja. Tako se zdi, da je rast uporabe finančnih produktov bolj zapleten proces in pripravljenost potrošnikov, da sprejmejo nove tehnologije, presega komponente bolj ugodnih cen ali privlačnejših orodij za uporabo.

Veliko pozornosti se namenja tudi uporabniški izkušnji, ki ima velik prispevek pri uporabi novih tehnologij. Uporabniška izkušnja se nanaša na dožemanje, ki ga imajo uporabniki pri uporabi izdelka, aplikacije, sistema ali storitve. To je širok izraz, ki zajema številna področja, od tega, kako dobro lahko uporabnik krmari po izdelku, kako preprost je za uporabo, kako pomembna je prikazana vsebina itn. Smiselna, pozitivna in dobra uporabniška izkušnja pomaga uporabnikom, da se hitro prilagodijo novemu produktu in vzpostavijo zaupanje.

Ker bančne institucije sledijo trendom na trgu, so tudi anketiranci, kot kaže empirična raziskava, v večini zadovoljni z bančnimi storitvami in ponujenimi digitalnimi kanali. Več kot polovica vprašanih se strinja s trditvijo, da bodo komitenti v prihodnje obdržali vsaj primaren račun pri bankah, medtem ko bodo hkrati uporabljali dodatno storitev pri finte podjetjih. Zadovoljstvo in zaupanje odtehtajo morebitne napake pri poslovanju, tako večina komitentov ostaja pri bančnih institucijah. Bančne institucije po mnenju anketirancev pokrivajo večino finančnih zahtev, ki bi jih posameznik želel, so zaupanja vredne institucije, ki zagotavljajo kibernetsko ter finančno varnost, tako večji del vprašanih ne vidi potrebe po tem, da bi poslovanje prenesli izključno k finte podjetjem, čeprav so ti cenovno bolj ugodni.

### **5.3 Priporočila za prihodnji razvoj bančne panoge**

Portfelj bančnih produktov se je v zadnjih desetletjih zelo razširil, kar pomeni, da so ti na voljo širšemu krogu ljudi. Po drugi strani pa je vsaka skupina produktov (posojila, plačilni promet, kartično poslovanje, zavarovanja, spletno bančništvo itn.) povezana z novimi tehnologijami in izbojšanimi procesi. Razvoj na področju informacijsko-komunikacijske tehnologije spreminja poslovni model bank. Spreminja se tako poslovna strategija, dizajn programske opreme, dejavniki zagotavljanja kakovosti kot tudi infrastruktura (implementacija računalništva v oblaku, zagotavljanje spletne varnosti, povečanje zmogljivosti strežnikov ter prostora za shranjevanje itn.). Nova zagonska podjetja so z novim pristopom, ki temelji na človeku prijaznih orodjih, prisilili banke, da sprejmejo nove metodologije tako pri razvoju, pri implementaciji, kot tudi pri uporabnosti orodij. Bančne institucije se morajo zavedati, da ni dovolj ustvariti uporabnih vmesnikov pri zagotavljanju svojih bančnih storitev, ampak ustvariti personalizirano izkušnjo za uporabnika, ki se bo z veseljem vračal na mobilno oz. spletno mesto.

Tako kot je zadnja finančna kriza pomembno vplivala na življenjski slog ljudi, je tudi pandemija v letu 2020/2021 oblikovala nove vzorce vedenja. Številni komitenti danes raje opravijo svoje finančne obveznosti kar na spletu, ne da bi morali obiskati fizično poslovalnico. Pogosteje se odločajo za spletne transakcije in digitalne načine plačevanja. To še posebej velja za generacijo Y (rojeni med 1981 in 1995) ter predstavnike generacije Z

(rojenih med letoma 1996 in 2021), ki so začeli prevladovati med delovno silo. V pomoč tovrstnim dejavnostim je vključitev spletnega pogovora, ki temelji na umetni inteligenci. Na ta način je lahko veliko osnovnih vprašanj razrešenih s pomočjo robota, ne da bi se morali vključevati svetovalci. Za kompleksnejša vprašanja so še vedno na voljo svetovalci.

Kakovostna izkušnja strank je odvisna že od prve interakcije; pri večini komitentov se prvi vtis zgodi že med prvo interakcijo s svetovalcem. Tradicionalno vključevanje novih strank vključuje izpolnjevanje in podpisovanje svežnjev papirja, kar predstavlja administrativno breme in povečuje tveganje za ozka grla v postopkih. Danes se morajo banke zavedati pomembnosti prihranka časa za uporabnika in tovrstne storitve preseliti na spletno mesto - bodisi omogočiti odprtje računa na spletu ali s pomočjo videoklica. Z omogočanjem spletne izkušnje banke svojim strankam olajšajo celoten proces vključevanja in omogočijo zagotavljanje bistvenih informacij kar od doma. Tako lahko stranke veliko hitreje odprejo svoje račune in tako še izboljšajo začetno uporabniško izkušnjo. Uporabniki nenehno stremijo k rešitvam za lažje in boljše upravljanje s financami. Pričakujejo, da bodo interakcije preproste, intuitivne in nemoteno povezane prek fizičnih in digitalnih stičnih točk. Banke se morajo truditi za izpolnitev teh pričakovanj, hkrati morajo slediti najnovejšim trendom.

Bančne institucije imajo na razpolago orodja za upravljanja odnosov s strankami. Z zbiranjem in analizo podatkov so zmožne ustvariti podrobne profile strank, ki jih bančni svetovalci nato lahko uporabijo za popoln pregled stranke in njene edinstvene situacije. Svetovalcem omogoča, da strankam ponudijo prilagojene nasvete na vsaki stopnji njihove finančne poti, vzpostavijo boljše odnose z njimi in si zagotovijo njihovo zvestobo. Danes se tako zbira ogromno osebnih podatkov, ki so kasneje del obsežnih analiz. Velike baze podatkov o strankah in njihovo preteklo vedenje omogoča napovedovanje preferenc, potreb in trendov ter ponujanje ustreznih finančnih produktov v pravem trenutku in s primerno ceno. Masovni podatki in strojno učenje sta dve ključni sestavini, ki bistveno spreminjata finančne storitve. Učinki na industrijo se hitro širijo, od presojanja, kdo so potencialni posojilojemalci do določanja cenovnega tveganja na ravni posameznika. Hkrati pa baze podatkov omogočajo tudi popoln vpogled v podjetje, saj je z analizami mogoče določiti učinkovitost notranjih procesov in celo širših tržnih trendov. To pomeni, da omogoča sprejemanje informiranih odločitev na podlagi podatkov in posledično doseganje poslovnih rezultatov. Analitika masovnih podatkov v bančništvu posledično vpliva na zmanjšanje poslovnih tveganj.

Ker bančne institucije razpolagajo z veliko količino podatkov, je za bančne institucije zelo smiselna uvedba umetne inteligence. Namreč z algoritmi lahko povečajo hitrost obdelave podatkov, zmanjšajo človeške napake, hkrati zmanjšajo stroške dela, racionalizirajo procese in izboljšajo izkušnjo strank. Za tovrstno obdelavo podatkov je z vidika uporabnosti, boljše zmogljivosti in operativnosti, računalništvo v oblaku prepoznano kot tehnologija, ki podpira umetno inteligenco. Poveča namreč učinkovitost digitalne infrastrukture, ki podpira finančne storitve. Storitve v oblaku omogočajo shranjevanje in obdelavo velikih količin

podatkov, kar omogoča visoka stopnja računalniške zmogljivosti, brez večjih fiksnih stroškov.

Poleg tega je v bančnih institucijah izjemno priporočljivo avtomatizirati procese. Na ta način je mogoče poenostaviti najrazličnejše zaledne procese, ki so jih nekoč opravljali bančni delavci. S prenosom ročnih nalog s človeka na stroj lahko banke bistveno zmanjšajo potrebo po človeški vpletenosti, kar vpliva na uspešnost in učinkovitost ter na zmanjšanje stroškov. Ročna obdelava podatkov je tudi zamudno opravilo. Preprosta potrditev informacij o strankah iz dveh sistemov lahko pri robotih traja nekaj sekund namesto minut. Številne procese v bankah je mogoče avtomatizirati, tako se lahko zaposleni posvetijo bolj kritičnim nalogam.

Finteh podjetja skušajo osnovne dejavnosti bančnih institucij približati uporabniku, jih oblikovno izboljšati ter poenostaviti njihovo uporabo. Tem trendom sledijo tudi slovenske banke, ki so z vsakim dnem bližje finteh rešitvam. Na ta način tudi opravičijo svojo digitalno zrelost. Bančne institucije v Sloveniji vpeljujejo digitalne storitve v svoj portfelj (npr. odprtje računa na spletu, možnost posojila na spletu), posodabljaajo svoje digitalne kanale z možnostjo analitike porabe, izboljšujejo uporabniške vmesnike, nadgrajujejo digitalne kanale z mobilnimi denarnicami, omogočajo prejem digitalnega računa namesto papirnatega, uvajanje hitrih plačil itn., hkrati skušajo prilagoditi svoje kanale zahtevam zadnjih regulativ.

Sprejemanje novih tehnologij bo bankam omogočilo, da bodo izboljšale lastne poslovne modele tako, da bodo podatke spreminjale v praktična dognanja. Tako bodo banke, ki se bodo spoprijele z digitalnim izzivom, pridobile na vseh področjih. Okrepile bodo odnos z obstoječimi strankami, nadgradile operativen nadzor, znižale stroške, zmanjšale tveganja in navsezadnje izboljšale poslovne rezultate.

#### **5.4 Omejitve raziskave**

Največ anketnih vprašalnikov je bilo izpolnjenih s strani anketirancev, ki delajo v energetskem ter v bančnem sektorju, zato lahko prihaja do izkrivljenih rezultatov.

Poleg tega je bil vprašalnik poslan samo v spletni obliki, tudi zaradi strogih omejitev, ki so nastopile v času pandemije, kar pomeni, da je bila anketa na voljo samo anketirancem z dostopom do spleta. Anketiranci, ki ne uporabljajo spleta, imajo omejen dostop do informacij, zato predpostavljam, da ti komitenti opravljajo finančne storitve zgolj pri bančnih institucijah. V to skupino anketirancev sodijo predvsem starejše generacije, ki imajo manj stika s tehnologijo. Finteh podjetja se namreč promovirajo na spletnih mestih, saj ciljajo na skupino uporabnikov, ki so večji osnovne uporabe mobilnih in spletnih aplikacij.

Hkrati je treba upoštevati, da sem se posluževala neverjetnostnega vzorčenja. Pridobljene podatke sem primerjala z zbranimi podatki iz statističnega urada Republike Slovenije. Pri

tem sem upoštevala ljudi, starejše od 15 let. Sklepala sem, da ima vsak starejši od 15 let svoj transakcijski račun (bodisi za prejemke od staršev ali prejemanje štipendije). Na podlagi tega ugotavljam, da vzorec ni reprezentativen, kar pomeni, da rezultatov ne morem posplošiti na celotno populacijo.

Da bi lahko rezultate raziskave bolje razumeli in aplicirali na celotno populacijo Slovenije, bi moral vzorec biti reprezentativen.

## **SKLEP**

Izraz finteh zajema podjetja, ki se ukvarjajo s finančno tehnologijo, s katero dosegajo večjo učinkovitost poslovanja, so nišno usmerjena podjetja ter so osredotočena na finančne zahteve uporabnikov. Finteh podjetja veljajo za največje konkurente tradicionalnih bank. Finančni sistem, ki ga danes uporabljamo, je sestavljen iz nekaterih zelo starih, tradicionalnih praks, ki niso le dotrajani, ampak tudi slabše zasnovani. Ker svet postaja vse hitrejši, ljudje potrebujejo finančni sistem, ki ustreza njihovim potrebam. Zaradi stabilnega položaja bank na trgu jim primanjkuje inovacij in napredka. To prednost znajo s pridom izkoristiti finteh podjetja. Majhen delež zastarele infrastrukture in sorazmerno nizka raven organizacijske kompleksnosti pogosto omogočata finteh podjetjem, da so bolj agilna, hitrejša in bolj radikalna pri svojem pristopu k inovacijam. Nasprotno pa se tradicionalne banke težje prilagajajo nekaterim novim tehnološkim razvojem, ker morajo izpolnjevati obsežnejše regulativne zahteve.

Tradicionalne banke so institucije, ki skrbijo za širšo množico, medtem ko finteh podjetja zapolnjujejo določene vrzeli na trgu. Finteh podjetja omogočajo opravljanje vseh storitev na mobilnih napravah, kar se vedno bolj uveljavlja tudi pri bančnih institucijah. Marsikatera tradicionalne banke v tem segmentu še zaostajajo, saj njihovim strankam zagotavljajo le brezhibno interakcijo, ne pa tudi personalizirane uporabniške izkušnje. Banke so visoko regulirane ustanove, ki s togim poslovnim modelom zagotavljajo stabilne in zaupanja vredne storitve. Njihova prisotnost vpliva na gospodarsko rast in pravilno delovanje številnih sodobnih družb. Njihova glavna skrb je obvladovanje tveganj. Finteh industrija se le redko odloči, da bo konkurirala na tem področju, zato se odloča za rešitve, ki bi povečale zadovoljstvo pri uporabi storitev.

Finteh podjetja in tradicionalne banke se v več pogledih razlikujejo, predvsem v načinu poslovanja, kajti storitve, ki jih finteh podjetja ponujajo, so na voljo izključno virtualno, kar pomeni, da komitentom ni potrebno biti fizično navzoč, da bi opravili kakršno koli transakcijo ali koristili katero koli drugo finančno storitev. Zanje veljajo različni predpisi, posledično se razlikujejo v obvladovanju tveganj, npr. bančne institucije v Sloveniji nadzira centralna banka - Banka Slovenije, ki sledi regulativam, predpisane s strani Evropske centralne banke. Medtem ko na področju delovanja finteh podjetij ne obstaja agencija za izdajo dovoljenj ali regulatorna agencija, ki bi jih nadzorovala. Čeprav so finteh podjetja v

nekaterih primerih povezana z več tveganji zaradi ohlapne zakonodaje, njihove koristi v veliki meri te odtehtajo, saj ponujajo hitrejšo, ugodnejšo, bolj inovativno in uporabniku prijazno izkušnjo, hkrati nudijo dodatne funkcionalnosti, ki jih ni mogoče najti pri storitvah tradicionalnih bank. Zastarela infrastruktura in regulativni okvir omejujeta njihovo sposobnost, da v največji meri izkoristijo nove tehnologije in uvedejo nove produkte ter storitve, ki bi zadovoljile povpraševanja strank. Medtem ko so finteh podjetja agilna podjetja, ki s pridom izkoriščajo najnovejše tehnologije (npr. tehnologijo veriženja podatkovnih blokov, API, strojno učenje, umetno inteligenco, masovne podatke, storitve v oblaku itn.), so bolj usmerjena k strankam in imajo vitke poslovne modele. Ker poslujejo izključno digitalno, imajo tudi več potenciala za širitev poslovanja. Tako je tržna distribucija finteh podjetij večja zaradi boljših možnosti povezljivosti mobilnih telefonov v primerjavi z naraščanjem bančnih poslovalnic.

Kljub okornosti bančnega sistema in strogih regulatornih zahtev se tudi v Sloveniji odvijajo premiki in prevzemanje novitet, kot jih je mogoče najti tudi v drugih tehnološko pomembnih državah. V letu 2021 je večina slovenskih bank ponudila rešitev Flik, ki omogoča prenos sredstev vsak dan v tednu, tudi na nedelovne dni in v času neuradnih ur. Tudi banke na območju Slovenije se odločajo za sodelovanje z mladimi zagonskimi podjetji, hkrati uvajajo uporabniku prijazne digitalne rešitve, ki sledijo trendom na trgu. Ugotovljeno je bilo, da se določeni trendi bank in finteh podjetij prepletajo, kar nakazuje, da banke vneto zasledujejo trende, kolikor jim dopušča robustni sistem.

Fintehi sodelujejo z bančnimi institucijami iz več razlogov. Skozi zavezništvo z uveljavljenim podjetjem v finančni industriji lahko fintehi pridobijo dostop do širše baze strank, pridobijo dostop do znanja o tem, kako ravnati s finančnimi predpisi ter izboljšajo lastno blagovno znamko in ugled. Nasprotno pa si banke lahko zagotovijo konkurenčno prednost v sodelovanju s finteh podjetji, ki razvijajo boljši način zagotavljanja finančnih storitev. Razvoj digitalnih storitev vpliva na izgled finančnih produktov ter na njihovo uporabnost. Bančne institucije včasih ne zmorejo same razvijati novih digitalnih storitev zaradi nezadostnih kapacitet in okorne organizacijske strukture. Novi produkti jim omogočajo, da razširijo svoj portfelj in pridobijo nove stranke. Ker veliko fintehov ponuja programske rešitve, ki morajo biti prilagojene potrebam končnega uporabnika in zahtevajo redne posodobitve, je sklepanje sodelovanja s fintehi za banko tvegano. Po drugi strani zavezništva predstavljajo bolj prilagodljive rešitve, ki so še posebej primerne, kadar govorimo o inovacijah.

V magistrskem delu sem proučevala, v kolikšni meri finteh podjetja vplivajo na bančne institucije v segmentu prebivalstva ter hkrati na njihove komitente. Teoretični del prikazuje številne priložnosti, ki jih ponujajo finteh podjetja, medtem ko empirična dognanja kažejo, da so komitenti bank v Sloveniji še vedno naklonjeni bančnim institucijam in ne zaznavajo toliko dodatnih koristi, da bi svoje finančno poslovanje prenesli k finteh podjetjem. Ker bančne institucije vztrajno zasledujejo finteh podjetja, tako v Sloveniji kot v tujini, so tudi

anketiranci, kot kaže raziskava, v večini zadovoljni z bančnimi storitvami in ponujenimi digitalnimi kanali. Bančne institucije po mnenju anketirancev pokrivajo večino finančnih zahtev, ki bi jih posameznik želel, so zaupanja vredne institucije, ki zagotavljajo kibernetsko ter finančno varnost, tako večji del vprašanih ne vidi potrebe po tem, da bi poslovanje prenesli izključno k finteh podjetjem, čeprav so ti cenovno bolj ugodni.

Več kot polovica anketirancev ne želi pristopiti k finteh ponudnikom, ker ne zaupajo finančni organizaciji, ki ni uradna bančna institucija, hkrati niso obveščeni o možnostih, ki jih ponujajo novi ponudniki finančnih storitev, kar nakazuje, da se finteh podjetja v Sloveniji premalo promovirajo. Poleg tega so anketiranci zadržani pri odločitvi, da bi finančno poslovanje prenesli k finteh podjetjem, ker tovrstni finančni ponudniki še niso tako razširjeni v Sloveniji. Veliko komitentov pa se strinja, da izbrana bančna institucija že ponuja vse poglobitve storitve, ki jih anketiranci potrebujejo, tako ne vidijo potrebe po novih storitvah oz. produktih. Več kot 60 % anketirancev se strinja, da bodo komitenti v prihodnje obdržali vsaj primarni račun pri bankah, medtem ko bodo hkrati uporabljali dodatno storitev pri finteh ponudnikih. Samo tretjina anketiranih se je opredelila, da bodo bančne institucije sledile trendom na trgu in se skušale prilagoditi, tako bo večina komitentov ostala pri bančnih institucijah. Iz tega je ponovno razvidno, da anketiranci ne razmišljajo, da bi svoje osnovno finančno poslovanje prenesli k finteh podjetjem. Le za manj kot 5 % anketiranih predstavljajo tovrstna podjetja primarno finančno podjetje.

Uporabniki si želijo čim bolj poenostavljene procese, s čim manj birokracije in čim manj vloženega truda. Pandemija je še dodatno vplivala na ljudi in jih spodbudila k še večji uporabi spletnih storitev. Na ta način želijo imeti storitve na razpolago kjer koli in kadar koli, zato tudi stremijo k finančnim ponudnikom, ki jim olajšajo finančno poslovanje. Na podlagi ugotovitev menim, da bo v Sloveniji prevladal predvsem sodelovalni odnos med fintehi in bančnimi institucijami, kajti komitenti so v veliki meri še vedno naklonjeni bankam, jim zaupajo njihovo finančno poslovanje in verjamejo, da bodo poskrbeli za večino njihovih finančnih zahtev.

V teoretični del ter empirično raziskavo so bili vključeni vsi primarno opredeljeni cilji. Pri empiričnem delu moramo vzeti v ozir, da gre za neverjetnostno vzorčenje. Pridobljene podatke sem primerjala z zbranimi podatki iz statističnega urada Republike Slovenije. Na podlagi tega ugotavljam, da vzorec ni reprezentativen, kar pomeni, da rezultatov ne morem posplošiti na celotno populacijo. V vzorec je bila v največji meri vključena srednja generacija (od 25 do 44 let), ki je precej izpostavljena spremembam, zato bi pričakovala, da se ravno ti pogosteje odločajo za uporabo storitev fintehov, vendar rezultati kažejo, da je le majhen delež vzorca naklonjen storitvam fintehov.

Empirična raziskava vključuje elemente, ki lahko služijo kot osnova za nadaljnje proučevanje odnosa komitentov do novih ponudnikov finančnih storitev na trgu ter na njihovo privzemanje tehnologij, hkrati se lahko posredno oceni vpliv finteh podjetij na tradicionalne bančne institucije. V empiričnem delu sem zajela odnos komitentov do bančnih



storitev, uporabo digitalnih kanalov, način opravljanja finančnih storitev, motive za izbiro finančne institucije ter kaj potencialno vpliva na izbiro finteh podjetja. Bančne institucije v Sloveniji se morajo zavedati svojih prednosti, in še naprej kakovostno zagotavljati osnovne bančne storitve, če želijo obdržati komitente, hkrati je zaželeno, da sledijo trendom na trgu in tako venomer stremijo k izboljšavam. Medtem ko bodo finteh podjetja svojo konkurenčno prednost s pridom izkoristila v sodelovanju z bančnimi institucijami, kajti trenutno komitenti ne vidijo dodane vrednosti v tolikšni meri, da bi celotno finančno poslovanje prenesli k finteh podjetjem.

## LITERATURA IN VIRI

1. Acar, O. & Çitak, Y. E. (2019). Fintech Integration Process Suggestion for Banks. *Procedia Computer Science* 158, 971–978.
2. Attuquayefio, S. N. & Addo, H. (2014). Using the UTAUT model to analyze students' ICT adoption. *International Journal of Education and Development using Information and Communication Technology*, 10(3), 75-86.
3. AutomationEdge. (brez datuma). *Robotic Process Automation (RPA) in Banking Industry* [objava na blogu]. Pridobljeno 8. julija 2021 iz <https://automationedge.com/blogs/robotic-process-automation-rpa-in-banking-industry/>
4. Banka Slovenije. (brez datuma). *Stičišče Banke Slovenije za finteh inovacije*. Pridobljeno 23. novembra 2021 iz <https://www.bsi.si/o-nas/sticisce-banke-slovenije-za-finteh-inovacije>
5. Bankart. (2020). *Partnerstvo s Fin4Green*. Pridobljeno 22. novembra 2021 iz <https://www.bankart.si/partnerstvo-fin4green>
6. BBVA. (2021). *The fintech startups who are reinventing the world of mortgages and rent*. Pridobljeno 11. julij 2021 iz <https://www.bbva.com/en/the-fintech-startups-who-are-reinventing-the-world-of-mortgages-and-rent/>
7. BBVA. (brez datuma). *Fintech: key regulatory challenges*. Pridobljeno 2. maja 2020 iz <https://www.bbva.com/wp-content/uploads/2017/11/SFL-Panel-FinTech-LACEA.pdf>
8. BearingPoint. (brez datuma). *Retail Banking: regaining customers' confidence – How to remain a trusted partner in a commoditised banking world*. Pridobljeno 5. julija 2021 iz <https://www.bearingpoint.com/files/POV-RetailBanking-web.pdf>
9. Beck, T., Chen, T., Lin, C. & Song, F. M. (2016). Financial Innovation: The Bright and the Dark Sides. *Journal of Banking and Finance*, 72, 25–51.
10. Bessenbach, J. (2021). *What the hell is Banking as a Service? And what is it not?* [objava na blogu]. Pridobljeno 8. marca 2021 iz <https://www.finextra.com/blogposting/20099/what-the-hell-is-banking-as-a-service-and-what-is-it-not>
11. Bhanarkar, O. (brez datuma). *Regtech Vs Suptech what are the differences?* *RegtechTimes*. Pridobljeno 18. maja 2021 iz <https://www.regtechtimes.com/regtech-vs-suptech-what-are-the-differences/>

12. Borah, A. & Tellis, G. J. (2014). Make, Buy, or Ally? Choice of and Payoff from Announcements of Alternate Strategies for Innovations. *Marketing Science*, 33, 114–133.
13. Bordo, M. D. & Haubrich, J. G. (2017). Deep recessions, fast recoveries, and financial crises: Evidence from the American record. *Economic Inquiry*, 55(1), 527–541.
14. Bračun, F. (1997). Praktične izkušnje pri uvajanju elektronskega bančništva. V N. Borak (ur.). *Banke in tveganja* (str. 149-154). Ljubljana: Zveza ekonomistov Slovenije.
15. Bradford, T. (2020). *Neobanks: Banks by Any Other Name?* Pridobljeno 20. marca 2022 iz <https://www.kansascityfed.org/documents/7600/psrb20bradford0812.pdf>
16. Brandl, B. & Hornuf, L. (2020). Where Did FinTechs Come from, and where Do they Go? The Transformation of the Financial Industry in Germany after Digitalization. *Frontiers in Artificial Intelligence* 3(8).
17. Business Technology Research. (brez datuma). *Digital Transformation Trends in Banking and Financial Services in 2020*. Pridobljeno 6. maja 2020 iz <https://insights.btrhub.com/digital-transformation-trends-in-banking-and-financial-services-in-2020>
18. CFI. (brez datuma). *Data Anonymization*. Pridobljeno 8. julija 2021 iz <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/other/data-anonymization/>
19. Chalimov, A. (2019). *Big Data in the Banking Industry: The Main Challenges and Use Cases* [objava na blogu]. Pridobljeno 9. julija 2021 iz <https://easternpeak.com/blog/big-data-in-the-banking-industry-the-main-challenges-and-use-cases/>
20. Chan, R. (2015). Asian Regulator Seek FinTech Balance. *FinanceAsia*. Pridobljeno 10. novembra 2021 iz <http://www.financeasia.com/News/401588,asian-regulators-seek-fintech-balance.aspx>
21. Chand, S. (brez datuma). *Banking: The Evolution, Origin and Growth of Banking*. Pridobljeno 2. septembra 2020 iz <https://www.yourarticlelibrary.com/banking/banking-the-evolution-origin-and-growth-of-banking/10998>
22. Choi, J., Kaul, K. & Goodman, L. (2019). *FinTech Innovation in the Home Purchase and Financing Market*. Washington: Urban Institute.
23. Časnik finance, d. o. o. (2018). Uporabniška izkušnja kot konkurenčna prednost – ali slabost. *FinancePro*. Pridobljeno 5. junija 2021 iz <https://pro.finance.si/ODMEV/8938994/Uporabniska-izkusnja-kot-konkurencna-prednost-ali-slabost>
24. Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–339.
25. Dudovicz, P. (brez datuma). *10 Banking Customer Experience Trends to Watch in 2021* [objava na blogu]. Pridobljeno 8. julija 2021 iz <https://global.hitachi-solutions.com/blog/banking-customer-experience-trends>
26. El-Erian, M. (2014). The new normal' has been devastating for America. *BusinessInsider*. Pridobljeno, 21. maja 2021 iz <http://www.businessinsider.com/el-erian-state-of-the-new-normal-2014>

27. Emprehtinger, F. (2018). *Why banks are particularly challenged by digitization* [objava na blogu]. Pridobljeno 8. julija 2021 iz <https://www.lead-innovation.com/english-blog/banks-digitization>
28. European Central Bank (brez datuma). *What is TARGET Instant Payment Settlement (TIPS)?* Pridobljeno 22. novembra 2021 iz <https://www.ecb.europa.eu/paym/target/tips/html/index.en.html>
29. European Commission (2018). *FinTech Action plan: For a more competitive and innovative European financial sector*. Pridobljeno 8. julija 2021 iz [https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:6793c578-22e6-11e8-ac731aa75ed71a1.0001.02/DOC\\_1&format=PDF](https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:6793c578-22e6-11e8-ac731aa75ed71a1.0001.02/DOC_1&format=PDF)
30. EY. (2016). *Capital Markets: innovation and the FinTech landscape*. Pridobljeno 3. julija 2021 iz <https://www.coursehero.com/file/40686939/EY-capital-markets-innovation-and-the-fintech-landscapepdf/>
31. EY. (brez datuma). *Unleashing the potential of FinTech in banking*. Pridobljeno 6. maja 2020 iz [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-unleashing-the-potential-of-fin-tech-in-banking/\\$File/ey-unleashing-the-potential-of-fin-tech-in-banking.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-unleashing-the-potential-of-fin-tech-in-banking/$File/ey-unleashing-the-potential-of-fin-tech-in-banking.pdf)
32. Ferrari, R. (2016). *FinTech Impact on Retail Banking - From a Universal Banking Model to Banking Verticalization. The FinTech Book*, 248–252.
33. Finwintech. (2020). *Fintech vs Traditional Banks: Cooperation or Competition?* Pridobljeno 25. maja 2021 iz <https://medium.com/finwintech/fintech-vs-traditional-banks-cooperation-or-competition-93852e6a7d31>
34. Forest, H. & Rose, D. (2015). *Digitalisation and the Future of Commercial Banking*. Pridobljeno 3. septembra 2020 iz [https://cib.db.com/docs\\_new/GTB\\_Digitalisation\\_Whitepaper\\_\(DB0388\)\\_v2.pdf](https://cib.db.com/docs_new/GTB_Digitalisation_Whitepaper_(DB0388)_v2.pdf)
35. Gai, K., Qui, M. & Sun, X. (2018). A survey on FinTech. *Journal of Network and Computer Applications*, 103, 262–273.
36. Gorišek, S. N. (brez datuma). *Vloga spletne uporabniške izkušnje pri doseganju poslovnih ciljev* [objava na blogu]. Pridobljeno 1. junija 2021 iz <https://madwise.si/blog/vloga-spletne-uporabniske-izkusnje-pri-doseganju-poslovnih-ciljev/>
37. Green, R. (2021). THE GLOBAL NEOBANKS REPORT: How 26 global companies are winning banking customers and pivoting from growth to profitability in a \$27 billion market. *BusinessInsider*. Pridobljeno 21. marca 2022 iz <https://www.businessinsider.com/global-neobanks-report?r=US&IR=T>
38. Gujral, V., Malik, N. & Taraporevala Z. (2019). *Rewriting the rules in retail banking. McKinsey & Company*. Pridobljeno 5. julija 2021 iz <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/rewriting-the-rules-in-retail-banking>
39. Gundaniya, N. (2020). Top 8 digital payment trends for 2020. *Fintech News*. Pridobljeno 25. maja 2021 iz <https://www.fintechnews.org/top-8-digital-payment-trends-for-2020/>
40. Gundaniyah, G. (brez datuma). *What is FinTech and how it has impacted banking?* [objava na blogu]. Pridobljeno 5. julija 2021 iz <https://www.digipay.guru/blog/the-impact-of-fintech-on-banks-and-financial-services/>

41. Hausman, A. & Johnston, W. J. (2014). Timeline of a financial crisis: Introduction to the special issue. *Journal of Business Research*, 67(1), 2667–2670.
42. Homann, M. (2020). *Why are Regulatory Technologies (RegTech) gaining prominence?* [objava na blogu]. Pridobljeno 20. maj 2021 iz <https://www.eqs.com/compliance-blog/what-is-regtech/>
43. Honzak, U. (2018). Bitnik – od bitcoin bankomatov do lokalne menjave kriptovalut. *Mladi podjetnik*. Pridobljeno 18. februarja 2022 iz <https://mladipodjetnik.si/novice-in-dogodki/novice/bitnik-od-bitcoin-bankomatov-do-lokalne-menjave-kriptovalut>
44. Hornuf, L., Klus, M. F., Lohwasser, T. S. & Schvienbacher, A. (2020). How Do Banks Interact with Fintech Startups? *Munich Society for the Promotion of Economic Research*, 7170.
45. Howat, E. (2020). What is a Neobank? *Fintech Magazine*. Pridobljeno 21. marca 2022 iz <https://fintechmagazine.com/banking/what-neobank>
46. Intellectsoft. (2021). *Banking Industry Trends to Keep an Eye On: 2021 Edition* [objava na blogu]. Pridobljeno 8. julija 2021 iz <https://www.intellectsoft.net/blog/banking-industry-trends/#>
47. Investopedia. (2020). *Financial Services Sector*. Pridobljeno 10. oktobra 2020 iz <https://www.investopedia.com/ask/answers/030315/what-financial-services-sector.asp>
48. Jagtiani J. & Kose J. (2018). Fintech: The Impact on Consumers and Regulatory Responses. *Journal of Economics and Business*, 100, 1–6.
49. Jahanmir, S. F. & Lages, L. F. (2016). The late-adopter scale: A measure of late adopters of technological innovations. *Journal of Business Research*, 69(5), 1701-1706.
50. Jonker, N. (2019). What drives the adoption of crypto-payments by online retailers? *Electronic Commerce Research and Applications*, 35, 100848.
51. Joshi, N. (2019). The evolution of banking. *BBN Times*. Pridobljeno 3. septembra 2020 iz <https://www.bbntimes.com/technology/the-evolution-of-banking>
52. Jünger, M. & Mietzner, M. (2020). Banking goes digital: The adoption of FinTech services by German households. *Finance Research Letters*, 34, 101260.
53. Kagan, J. (2020). Financial Technology – Fintech. *Investopedia*. Pridobljeno 11. maja 2021 iz <https://www.investopedia.com/terms/f/fintech.asp>
54. Kenyan WallStreet. (2017). *The evolution of banking*. Pridobljeno 4. septembra 2020 iz <https://kenyanwallstreet.com/the-evolution-of-banking/>
55. Kim, S. H. & Huarng, K. H. (2011). Winning strategies for innovation and high technology products management. *Journal of Business Research*, 64(11), 1147–1150.
56. Kkozyra. (2020). 10 Use Cases of Blockchain in Banking. *Concise Software*. Pridobljeno 10. julija 2021 iz <https://concisesoftware.com/10-use-cases-of-blockchain-in-banking/>
57. Kognitiv. (2020). *The Top 6 Financial Services Industry Trends* [objava na blogu]. Pridobljeno 8. julija 2021 iz <https://kognitiv.com/blog/the-top-6-financial-services-industry-trends/>

58. Kohtamäki, M., Parida, V., Oghazi, P., Gebauer, H. & Baines, T. (2019). Digital Servitization Business Models in Ecosystems: A Theory of the Firm. *Journal of Business Research*, 104, 380–392.
59. Krasnyuk, M., Tkalenko, A. & Krasniuk, S. (2021). Development of the fintech industry and fintech technologies under Covid-19. ГРААЛІБ НАУКИ: № 4: I CISP Conference «*Globalization of Scientific Knowledge: International Cooperation and Integration of Sciences*».
60. Kuo-Chuen, D. L. & Teo, E. G. (2015). *Emergence of FinTech and the LASIC principles*. *Journal of Financial Perspectives*, 3(3), 24-36.
61. Liu, J., Li, X. & Wang, S. (2020). What have we learnt from 10 years of fintech research? a scientometric analysis. *Technological Forecasting & Social Change*, 155.
62. Lokar, S. (2018). MoneyRebel se je pri ICO prodaji pošteno opekel. *Dnevnik*. Pridobljeno 1. decembra 2021 iz <https://www.dnevnik.si/1042822118>
63. Maier, E. (2016). Supply and demand on crowdlending platforms: connecting small and medium-sized enterprise borrowers and consumer investors. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Elsevier, 33(C), 143-153.
64. Majaski, C. (2021). Retail Banking. *Investopedia*. Pridobljeno 6. maja 2021 iz <https://www.investopedia.com/terms/r/retailbanking.asp>
65. Mangin, J. P., Bourgault, N., Calvo-Porrall, C., Mesly, O., Telahigue, I. & Trudel, M. (2014). The moderating role of risk, security and trust applied to the tam model in the offer of banking financial services in Canada. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 19(2), 2–21.
66. Marsh. (2018). *The Bank of Tomorrow*. Pridobljeno 7. julija 2021 iz <https://www.marsh.com/content/dam/marsh/Documents/PDF/UKen/The%20Bank%20of%20Tomorrow.pdf>
67. Martin, F. R. (2018). FinTech Vs Banking: Decoding The Difference Between Banks & New Market Entrants. *Analytics India Magazine*. Pridobljeno 6. julija 2021 iz <https://analyticsindiamag.com/fintech-vs-banking-the-difference-between-banks-new-entrants/>
68. Mastropietro, F. (2019). Three steps to becoming a digitally-focused bank. *EY*. Pridobljeno 10. oktobra 2020 iz [https://www.ey.com/en\\_gl/banking-capital-markets/three-steps-to-becoming-a-digitally-focused-bank](https://www.ey.com/en_gl/banking-capital-markets/three-steps-to-becoming-a-digitally-focused-bank)
69. Matchi. (brez datuma). KPMG Services Proprietary Limited . *Fintech innovations on Personal Financial Management (PFM)*. Pridobljeno 25. maja 2021 iz <https://matchi.biz/news/808-fintech-innovations-on-personal-financial-management-pfm>
70. McCain, P. (2020). Fintech Trends Everyone Should Look For in 2020. *Payments journal*. Pridobljeno 5. maja 2020 iz <https://www.paymentsjournal.com/fintech-trends-everyone-should-look-for-in-2020/>
71. McNamara, N. & Kirakowski, J. (2006). Functionality, usability, and user experience: Three areas of concern. *Interactions*, 13(6), 26–28.

72. Medrano, S. (2020). How Fintechs Are Transforming Personal Finance. *Entrepreneur*. Pridobljeno 25. maja 2021 iz <https://www.entrepreneur.com/article/359473>
73. Meola, A. (2021). The digital trends disrupting the banking industry in 2021. *BusinessInsider*. Pridobljeno 2. julija 2021 iz <https://www.businessinsider.com/banking-industry-trends>
74. Messy, A. F. (2017). *FinTech Developments & Their Consequences for the Financial Industry & Regulators in Asia & Beyond*. Pridobljeno 27. maja 2020 iz [https://www.jef.or.jp/journal/pdf/215th\\_Special\\_Article.pdf](https://www.jef.or.jp/journal/pdf/215th_Special_Article.pdf)
75. Met, I. (2018). User experience analysis method for creating new banking services: how to turn your employee feed back to disruptive Gain/Ziraat bank model. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 23, 3.
76. Milanese, D. (brez datuma). Stanford Law School. *The Rise of Financial Technology (Fintech) Innovation and the Future of the Banking and Financial System. A Comparative Analysis of the Fintech Legislative and Regulatory Frameworks in the United States, Europe, and the United Kingdom*. Pridobljeno 27. maja 2020 iz <https://law.stanford.edu/projects/the-rise-of-financial-technology-fintech-innovation-and-the-future-of-the-banking-and-financial-system-a-comparative-analysis-of-the-fintech-legislative-and-regulatory-frameworks-in-the-united-stat/>
77. Monei. (2021). *Fintech vs Traditional Banks: Competition or Collaboration?* [objava na blogu]. Pridobljeno 1. junija 2021 iz <https://monei.com/blog/fintech-vs-traditional-banks/>
78. Mora, G. A. (2019). *Fintech and capital markets: What next?* [objava na blogu]. Pridobljeno 4. julija 2021 iz <https://blogs.worldbank.org/voices/fintech-and-capital-markets-what-next>
79. N26. (brez datuma). *Find a plan for you*. Pridobljeno 26. maja 2021 iz [https://n26.com/en-eu/plans?device=c&gclid=CjwKCAjw4qCKBhAVeiwAkTYsPPdkwBgOEvxGua36lcWieIjYsaZd5yl6sJE4puqtn2ymnYn2qK3oKhoCiU0QAvD\\_BwE&loc\\_physical\\_ms=9075877&matchtype=e&utm\\_campaign=1449256016&utm\\_content=68720687478&utm\\_medium=br&utm\\_source=google&utm\\_term=n26](https://n26.com/en-eu/plans?device=c&gclid=CjwKCAjw4qCKBhAVeiwAkTYsPPdkwBgOEvxGua36lcWieIjYsaZd5yl6sJE4puqtn2ymnYn2qK3oKhoCiU0QAvD_BwE&loc_physical_ms=9075877&matchtype=e&utm_campaign=1449256016&utm_content=68720687478&utm_medium=br&utm_source=google&utm_term=n26)
80. Nasscom Community. (2021). Banking Industry Trends To Watch Out For In 2021. *Wire19*. Pridobljeno 8. julija 2021 iz <https://wire19.com/banking-industry-trends-to-watch-out-for-in-2021/>
81. Navaretti, G. B., Calzolari, G. & Pozzolo, F. A. (2017). *Fintech and Banking. Friends or Foes?* (2. izd.). Rim: Europeye srl.
82. Nazariy, H. (2021). *The Impact of Fintech on the Future of Banks and Financial Services* [objava na blogu]. Pridobljeno 18. marca 2022 iz <https://geniusee.com/single-blog/fintechs-impact-on-the-future-of-banking-and-financial-services>
83. NCFCA. (2020). *How Fintech is Changing the Mortgage Industry*. Pridobljeno 5. julija 2021 iz <https://ncfacanada.org/how-fintech-is-changing-the-mortgage-industry/>
84. Nikkel, B. (2020). Fintech forensics: Criminal investigation and digital evidence in financial technologies. *Forensic Science International: Digital Investigation* [v tisku].

85. NLB. (1997). *Bankomatsko in kartično poslovanje*. Pridobljeno 22. novembra 2021 iz <https://www.nlb.si/ustanovljen-bankart>
86. NLB. (2021). *Stopili smo ob bok vodilnim svetovnim ponudnikom inovativnih rešitev za finančne storitve*. Pridobljeno 23. novembra 2021 iz <https://www.nlb.si/sporocilo-zajavnost-14-10-2021>
87. Norrestad, F. (2022). Total value of investments into fintech companies worldwide from 2010 to 1st half 2021. *Statista*. Pridobljeno 5. marca 2022 iz <https://www.statista.com/statistics/719385/investments-into-fintech-companies-globally/>
88. Okazaki, S. & Mendez, F. (2013). Exploring convenience in mobile commerce: Moderating effects of gender. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 1234-1242.
89. Panton, A. (brez datuma). 2021 Trends: Technology continues to transform financial services. *Expleo*. Pridobljeno 8. julija 2021 iz <https://expleogroup.com/2021-financial-trends/>
90. Petrol. (2020). *MBILLS kot prvi slovenski izdajatelj svoji kartici mBills Mastercard omogočil plačevanje prek Fitbit Pay in Garmin Pay*. Pridobljeno 1. decembra 2021 iz <https://www.petrol.eu/sl/aktualno/2020/09/mbills-kot-prvi-slovenski-izdajatelj-svoji-kartici-mbills-mastercard-omogocil-placevanje-prek-fitbit-pay-in-garmin-pay.html>
91. Pritchard, J. (2021). What Is Retail Banking? *The Balance*. Pridobljeno 5. maja 2021 iz <https://www.thebalance.com/what-is-a-retail-bank-315209>
92. ProductPlan. (brez datuma). *User Experience*. Pridobljeno 1. junija 2021 iz <https://www.productplan.com/glossary/user-experience/>
93. Puspitasary, N., Firdus, M. B., Haris, C.A. & Setyadi, H. J. (2019). An Application of the UTAUT Model for Analysis of Adoption of Integrated License Service Information System. *Procedia Computer Science*, 161, 57–65.
94. PWC. (brez datuma). *Customers in the spotlight: How FinTech is reshaping banking*. Pridobljeno 21. marca 2022 iz <https://www.pwc.com/gx/en/industries/financial-services/publications/fintech-is-reshaping-banking.html>
95. Razpotnik, B. (2021). Socioekonomske značilnosti prebivalstva, Slovenija, 1. januar 2021. *Statistični urad Republike Slovenije*. Pridobljeno 11. decembra 2021 iz <https://www.stat.si/StatWeb/News/Index/10011>
96. Revolut. (brez datuma). *Choose your plan*. Pridobljeno 26. maja 2021 iz <https://www.revolut.com/en-SI/our-pricing-plans>
97. Richardson Sales Performance. (2019). *How Retail Banks Are Meeting a Wider Scope of Customer Needs* [objava na blogu]. Pridobljeno 6. maja 2021 iz <https://www.richardson.com/blog/retail-banking-customer-service/>
98. Rieker, F. (2018). Embracing Digital Transformation: The Future Of Banking. *SAP*. Pridobljeno 11. oktobra 2020 iz <https://www.digitalistmag.com/customer-experience/2018/02/21/embracing-digital-transformation-future-of-banking-05880240/>
99. Ropret, M. (2020). N26 in mBills kažeta, da se fintech počasi spreminja v klasične banke. *Tehnozvezdje*. Pridobljeno 11. februarja 2022 iz <https://tehnozvezdje.si/n26-in-mbills-kazeta-da-se-fintech-pocasi-spreminja-v-klasicne-banke/>

100. Ryu, H.S. (2018). What makes users willing or hesitant to use Fintech? The moderating effect of user type. *Industrial Management & Data Systems*, 118(3), 541-569.
101. Sarmah, H. (2019). Deep Dive: How Simpl Is Redeeming Non-Transacting Users With The Power Of Data. *Analytics India Magazine*. Pridobljeno 26. maja 2021 iz <https://analyticsindiamag.com/deep-dive-how-simpl-is-redeeming-non-transacting-users-with-the-power-of-data/>
102. Schiereck, D. (2018). *Vor Der Bargeldzahlung Zur Digitalen Transaktion - Zur Zukunft Des Bezahlers und Der Zahlungsverkehrspartner*. Stuttgart: Deutscher Sparkassenverlag GmbH.
103. Schmidt, A. (2010). The user experience. *Library Journal*, 135(1) 28–29.
104. Schumpeter, J. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Cambridge: Harvard University Press.
105. Schumpeter, J. (1942). *Capitalism, socialism and democracy*. London: Routledge.
106. Sedej, K. & Korber, S. (2021). Pregled ponudbe: Kako lahko neobanke in fintech podjetja koristijo vaši denarnici? *Moje finance*. Pridobljeno 01.03.2022 iz <https://mojefinance.finance.si/8977203/Pregled-ponudbe-Kako-lahko-neobanke-in-fintech-podjetja-koristijo-vasi-denarnici>
107. Shah, R. (2020). How is FinTech Disrupting the Retail Banking Space? *LinkedIn*. Pridobljeno 4. julija 2021 iz <https://www.linkedin.com/pulse/how-fintech-disrupting-retail-banking-space-ronal-shah-mba/?articleId=6664098478370635777>
108. Shettar, R M. (2020). Neo bank: A New Landscape. *Journal of Xi'an University of Architecture & Technology*, 12(3), 3847 – 3843.
109. Shumsky, P. (2019, 10. september). *P2P Lending Market Outlook 2020* [objava na blogu]. Pridobljeno 3. julija 2021 iz <https://www.finextra.com/blogposting/18485/p2p-lending-market-outlook-2020>
110. Siek, M. & Sutanto, A. (2019). *Impact Analysis of Fintech on Banking Industry*. International Conference on Information Management and Technology.
111. Spangenberg, M. (2021). *Why the future belongs to banks, and not Fintechs* [objava na blogu]. Pridobljeno 8. julija 2021 iz <https://www.finextra.com/blogposting/20083/why-the-future-belongs-to-banks-and-not-fintechs>
112. Sraders, A. (2019). What Is Fintech? Uses and Examples in 2020. *TheStreet*. Pridobljeno 18. maja 2021 iz <https://www.thestreet.com/technology/what-is-fintech-14885154>
113. Srinivas, V., Ramsay, T., Schoeps, J. T., Wadhvani, R. & Hazuria, S. (2019). 2020 banking and capital markets outlook. *Deloitte*. Pridobljeno 27. maja 2020 iz <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/financial-services/financial-services-industry-outlooks/banking-industry-outlook.html>
114. STA. (2022). *Slovenska Cashila prvo bitcoin podjetje, registrirano kot finančna ustanova*. Pridobljeno 18. februarja 2022 iz <http://znanost.sta.si/2235360/slovenska-cashila-prvo-bitcoin-podjetje-registrirano-kot-financna-ustanova>
115. Steinman, S. (2017). Ali Slovenija sploh potrebuje FinTech? *Finance*. Pridobljeno 1. decembra 2021 iz <https://posel2030.finance.si/8855837/Ali-Slovenija-sploh-potrebuje-FinTech>



116. Stromboli, d. o. o. (2018). *Sodelovanje med banko Sberbank in fintechom MBILLS*. Pridobljeno 22. novembra 2021 iz <https://racunalniske-novice.com/sodelovanje-med-banko-sberbank-in-fintechom-mbills/>
117. Sumup. (2020). *Pameten POS terminal narejen za brezgotovinski svet*. Pridobljeno 10. oktobra 2020 iz <https://sumup.si/pos-terminal/>
118. Sveriges Riksbank. (2017). *The Riksbank's e-krona project*. Stockholm: Sveriges Riksbank.
119. Svolfjšak, I. M. (1999). E-črka, ki spreminja svet. *Bančnik*, 4, str. 4-7.
120. Technofunc. (2012). *History of Banking: Evolution of Banking as an Industry*. Pridobljeno 2. septembra 2020 iz <https://www.technofunc.com/index.php/domain-knowledge/item/history-of-banking>
121. Thakor, V. A. (2020). Fintech and banking: What do we know? *Journal of Financial Intermediation*, 41.
122. The Motley Fool. (2019). *What Is Retail Banking?* Pridobljeno 5. maja 2021 iz <https://www.fool.com/knowledge-center/what-is-retail-banking.aspx>
123. The World Bank Group. (2019). *Prudential Regulatory and Supervisory Practices for Fintech: Payment, Credits and Deposits*. Washington: The World Bank Group
124. The World Bank. (2020). *Fintech Market Reports Rapid Growth During COVID-19 Pandemic*. Pridobljeno 12. decembra 2021 iz <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2020/12/03/fintech-market-reports-rapid-growth-during-covid-19-pandemic>
125. Thomson Reuters. (brez datuma). *Are banks prepared for the demand of fintech regulation?* Pridobljeno 2. maja 2020 iz <https://legal.thomsonreuters.com/en/insights/articles/are-banks-prepared-for-the-demand-of-fintech-regulation>
126. Toit, G. & Burns, M. (2015). Bain & Company. *Customer Behavior, Experience and Loyalty in Retail Banking*. Pridobljeno 5. julija 2021 iz <https://www.bain.com/insights/customer-loyalty-in-retail-banking-2015-global/>
127. Vabšek, S. (2018). *Nova KBM želi v sodelovanju s start-upi razvijati rešitve za hitrejše, cenejše in bolj priročne denarne transakcije!* Pridobljeno 23. novembra 2021 iz <https://www.startup.si/sl-si/novica/nova-kbm-zeli-v-sodelovanju-s-start-upi-razvijati-resitve-za-hitrejse-cenejse-in-bolj-prirocne-denarne-transakcije->
128. Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B. & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
129. Vidmar, M. (2016). Kakšna je prihodnost fintecha v Sloveniji. *Finance*. Pridobljeno 16. maja 2021 iz <https://posel2030.finance.si/8849069/Kaksna-je-prihodnost-fintecha-v-Sloveniji>
130. Walden, S. & Strohm, M. (2021). What Is A Neobank? *Forbes*. Pridobljeno 1. marca 2022 iz <https://www.forbes.com/advisor/banking/what-is-a-neobank/>
131. White, C. (2019). *Regulating Fintech: One Size Does Not Fit All*. Pridobljeno 26. maja 2021 iz <https://www.stlouisfed.org/on-the-economy/2021/february/regulating-fintech-one-size-does-not-fit-all>

132. WNS. (brez datuma). *Top Trends in Banking & Financial Services*. Pridobljeno 9. julija 2021 iz <https://www.wns.com/insights/articles/articledetail/547/top-trends-in-banking-and-financial-services>
133. Wu, J. H. & Wang, S. C. (2005). What drives mobile commerce? An empirical evaluation of the revised technology acceptance model. *Information & Management*, 42, 719–729.

## **PRILOGA**



## **Priloga 1: Anketni vprašalnik**

### Demografski podatki

#### 1. Spol

- Moški
- Ženska

#### 2. Starost

- Do 15 let
- Od 15 do 24 let
- Od 25 do 44 let
- Od 45 do 55 let
- Nad 55 let

#### 3. Stopnja izobrazbe

- Brez končane izobrazbe
- Osnovnošolska izobrazba
- Srednješolska izobrazba
- Visokošolska oz. univerzitetna izobrazba

#### 4. Vaš trenutni status

- Dijak
- Študent
- Nezaposlen
- Samozaposlen
- Zaposlen
- Upokojenec

#### 5. Bivanje

- Mestno (urbano) območje
- Podeželsko (ruralno) območje

### **Bančne storitve**

#### 6. Katerih storitev, ki jih ponuja bančna institucija, se poslužujete? Iz nabora storitev prosim izberite tiste, ki jih uporabljate:

(možnih je več odgovorov)

- Pregled transakcijskega računa
- Pregled varčevalnega računa
- Debetne kartice (npr. Maestro, Visa)
- Kreditne kartice (npr. Mastercard)
- Menjalniško poslovanje (konverzija valut)
- Mobilna banka
- Spletna banka
- Posojilo
- Limiti
- Direktne bremenitve, trajnik

- Polaganje depozitov na bankomatu
- Dvigovanje gotovine na bankomatu
- Plačevanje položnic na bankomatu
- Opravljanje storitev pri bančnem svetovalcu
- Drugo \_\_\_\_\_

### **Izkušnje komitentov pri uporabi bančnih storitev**

Prosim opredelite se do spodnjih trditvev, ki opisujejo vaše dožemanje bančnih storitev. Lestvica: od 1 (sploh se ne strinjam) do 5 (zelo se strinjam).

Storitve, ki jih ponuja banka:

- So cenovno ugodne (stroški vodenja računa, provizije, spletne banke ter kartice, limiti)
- So hitro na voljo in do njih preprosto dostopam
- Vključujejo vse moje finančne zahteve
- So ustrezno varovane iz vidika kibernetске varnosti
- Mi zagotavljajo finančno varnost
- Omogočajo enostavno upravljanje ter nadzor nad računom
- Zadovoljen sem z bančnimi storitvami
- V primeru napak pri poslovanju (neuspešno plačilo, zamuda pri odtegljajih, izguba kartice, ipd.), se banka hitro odzove na reklamacijo/povpraševanje

### **Uporabniška izkušnja pri uporabi digitalnih kanalov (mobilna/spletna banka), ki jih ponuja bančna institucija**

Mobilna ter spletna banka nam ponujata zelo podobne funkcionalnosti, vendar kljub temu določeni komitenti raje uporabljajo eno izmed njih. Ker so mnenja zelo deljena, bi prosila še za vaše mnenje. Prosim izberite trditve, s katerimi se strinjate:

(možnih je več odgovorov)

<b>Mobilna banka</b> (uporaba preko mobilnega telefona) je:	<b>Spletna banka</b> (uporaba preko računalnika) je:
• Preprosto dostopna	• Preprosto dostopna
• Hitro dosegljiva, dobro delujoča, odzivna	• Hitro dosegljiva, dobro delujoča, odzivna
• Preprosta za uporabo	• Preprosta za uporabo
• Omogoča mi celovit pregled ter nadzor nad financami	• Mi omogoča celovit pregled ter nadzor nad financami

Se nadaljuje

• Ima moderen uporabniški vmesnik	• Ima moderen uporabniški vmesnik
• Že pri začetni uporabi mobilne banke mi je bilo kmalu jasno, kako se aplikacija odziva in kaj se od mene zahteva pri posameznem polju	• Že pri začetni uporabi spletne banke mi je bilo kmalu jasno, kako se aplikacija odziva in kaj se od mene zahteva pri posameznem polju
• Za pregled transakcij raje uporabljam mobilno banko kot spletno banko	• Za pregled raje uporabljam spletno banko kot mobilno banko
• Za plačevanje raje uporabljam mobilno banko kot spletno banko	• Za plačevanje raje uporabljam spletno banko kot mobilno banko

### **Izvedba plačil preko digitalnih kanalov**

Zadnja leta se finančna podjetja trudijo izboljšati hitrost ter izvedbo plačil. Ker obstaja veliko možnosti, kje in na kakšen način se izvršujejo plačila, bi želela izvedeti, česa se vi poslužujete. Prosim izberite trditve, ki veljajo v vašem primeru.

(možnih je več odgovorov)

- Odkar je bila razglašena pandemija, sem več nakupov opravil preko spleta
- Pri nakupih preko spleta raje plačujem preko platform, kjer je moja kreditna kartica že predhodno registrirana (npr. PayPal), tako ne rabim vsakič znova ročno vpisovati podatke kreditnih kartic
- Mobilne denarnice so mi poznane in jih pogosto uporabljam pri plačevanju
- Na prodajnih mestih (v trgovinah, na pošti, na banki) bi si želel plačevati z mobilnim telefonom namesto s fizičnimi plačilnimi karticami
- Želel bi si, da je vsako plačilo izvršeno v roku par sekund

### **Način opravljanja finančnih storitev**

Prosim izberite trditve, ki opisujejo vašo izkušnjo pri uporabi finančnih storitev.

(možnih je več odgovorov)

- Položnice raje plačujem z uporabo mobilne/spletne banke in ne preko drugih fizičnih kanalov (pošta, banka, trgovina)
- Raje imam spletne storitve (odprtje računa preko spleta, zahteva za posojilo preko spleta) kot obisk poslovalnice
- V primeru težav pri opravljanju finančnih storitev
  - a) bi želel kontakt fizične osebe
  - b) bil zadovoljen tudi s spletnimi pogovori z robotom, če bi lahko na ta način hitreje prišel do rešitve

## Poslovanje s finančnimi ponudniki

Nekateri komitenti imajo izključno en transakcijski račun in uporabljajo osnovno debetno ter dodatno kreditno kartico, medtem ko se drugi odločijo še za dodaten transakcijski račun pri drugem ponudniku, ki ga uporabljajo bodisi samo za potovanja, nakupe preko spleta, ipd. Prosim izberite trditve, ki so relevantne v vašem primeru. Uporabljam: (možnih je več odgovorov)

- samo en transakcijski račun, ampak razmišljam o dodatnem transakcijskem računu
- več transakcijskih računov pri različnih finančnih institucijah
- storitve (vodenje računa, spletna banka ter kartice, limiti) samo pri **bančnih institucijah**
- samo storitve pri **finteh podjetjih** (npr. pri Revolut, N26, Wise, Vivid Money, MBills, Valu)
- storitve pri **bankah ter hkrati pri finteh podjetjih**

Če ste se pri prejšnjem vprašanju opredelili, da uporabljate storitve finteh podjetij, prosim navedite, kateri ponudniki to so:

---

## Izbira finančne institucije

Komitenti bank se različno odzivajo na dejavnike oz. spremembe, ki se pojavljajo pri poslovanju s finančnimi institucijami. Določeni dejavniki vplivajo na to, da komitent sklene poslovanje z drugo finančno institucijo. Prosim, ocenite vaše strinjanje s spodnjimi trditvami. Lestvica: od 1 (sploh se ne strinjam) do 5 (zelo se strinjam).

Ostajam pri izbrani bančni instituciji, ker:

- Vem, da gre za preverjeno institucijo, kjer bodo moja sredstva/naložbe varne
- Digitalni kanali dobro delujejo in plačila so pravočasna izvedena
- Je v neposredni bližini njihova poslovalnica ter bankomat
- Me osebni svetovalec hitro in korektno obravnava
- Sem zadovoljen s storitvami, ki jih banka ponuja
- Je zelo dobro situirana na trgu in ima dober sloves
- Sem že veliko let komitent in sem navajen njihovih storitev
- Ne želim porabljati časa za raziskovanje, kaj ponujajo druge finančne institucije
- Raje plačam več za storitve, če vem, da bodo te kvalitetno opravljene
- Drugo



Finančno poslovanje bi prestavil k drugemu finančnemu podjetju:

- Če bi mi druga bančna institucija v Sloveniji ponudila cenovno ugodnejše poslovanje (nižji stroški za bančni paket, nižji stroški za debetne kartice, ipd.)
- Če bi mi drugo finančno podjetje, ki ni bančna institucija in se nahaja v Sloveniji, ponudilo plačevanje brez stroškov ter cenejše vodenje računov
- Če bi mi drugo finančno podjetje, ki se nahaja v tujini, ponudilo plačevanje brez stroškov ter cenejše vodenje računov
- Če bi lahko izbral finančno podjetje, ki zahteva manj birokratskih postopkov
- Če bi mi ga priporočil dober prijatelj/ sorodnik/sodelavec
- Da bom v koraku z najnovejšimi trendi, bom preizkusil storitve od finteh ponudnikov za izvedbo plačil in spremljanje financ (npr. Revolut, N26, Wise, Vivid Money, MBills, Valu, ipd.)
- Če bi lahko izbral finančno podjetje, ki zahteva manj birokratskih postopkov
- Če bi mi zagotavljalo boljšo uporabniško izkušnjo

### **Dejavniki, ki vplivajo na izbiro finteh podjetij**

Danes je na trgu precej finteh podjetij, ki ponujajo storitve kartičnega poslovanja, upravljanje s transakcijskimi računi, takojšnjo izvršitev plačil, ipd. Prosim, opredelite se do dejavnikov, ki so vplivali na vašo odločitev pri izbiri alternativnih finančnih ponudnikov. Lestvica: od 1 (sploh se ne strinjam) do 5 (zelo se strinjam).

Za storitve finteh podjetij (npr. Revolut, N26, Wise, Vivid Money, MBills, Valu, ipd.) sem se odločil zaradi:

- Uporabe brezplačne plačilne kartice, ki jo uporabljam na potovanjih/plačilih preko spleta
- Personalizirane plačilne kartice
- Virtualne plačilne kartice
- Preproste uporabe digitalnih kanalov
- Takojšnjih plačil (plačilo izvršeno v roku par sekund)
- Izvrševanje plačil 24/7 (tudi med vikendi ter prazniki)
- Cenovno ugodnih pogojev plačevanja doma in v tujino
- Uporabne statistike porabe
- Možnosti vključenega zavarovanja (v primeru potovanj, mobilnih aparatov, v primeru nesreče pri športnih aktivnosti, ipd.)
- Namenskega varčevanja, morebiti skupinskega varčevanja
- Omogočenih večih transakcijskih računov v različnih valutah
- Povezovanje zunanjih transakcijskih računov
- Možnost takojšnje blokade računa preko aplikacije v primeru izgube kartice
- Takojšnje asistence v primeru težav
- Možnosti trgovanja (s kriptovalutami, delnicami) znotraj iste platforme
- Vračilo manjše vsote denarja ob nakupih

- Polnjenje Visa/Mastercard kartice ali Google Pay/Apple Pay
- Samostojnega prilagajanja limita, ki ga lahko spremenim kadarkoli in brez dodatnih stroškov

ali

Danes je na trgu precej alternativnih ponudnikov, ki ponujajo storitve kartičnega poslovanja, upravljanje s transakcijskimi računi, takojšnjo izvršitev plačil, ipd. Prosim, opredelite se do dejavnikov, ki bi lahko vplivali na vašo odločitev pri izbiri finteh podjetij. Lestvica: od 1 (sploh se ne strinjam) do 5 (zelo se strinjam).

Za alternativne ponudnike finančnih storitev (npr. Revolut, N26, Wise, Vivid Money, MBills, Valu, ipd.) bi se morda odločil zaradi:

- Uporabe brezplačne plačilne kartice, ki jo uporabljam na potovanjih/plačilih preko spleta
- Personalizirane plačilne kartice
- Virtualne plačilne kartice
- Preproste uporabe digitalnih kanalov
- Takojšnjih plačil (plačilo izvršeno v roku par sekund)
- Izvrševanje plačil 24/7 (tudi med vikendi ter prazniki)
- Cenovno ugodnih pogojev plačevanja doma in v tujino
- Uporabne statistike porabe
- Možnosti vključenega zavarovanja (v primeru potovanj, mobilnih aparatov, v primeru nesreče pri športnih aktivnosti, ipd.)
- Namenskega varčevanja, morebiti skupinskega varčevanja
- Omogočenih večih transakcijskih računov v različnih valutah
- Povezovanja zunanjih transakcijskih računov
- Možnost takojšnje blokade računa preko aplikacije v primeru izgube kartice
- Takojšnje asistencije v primeru težav
- Možnosti trgovanja (s kriptovalutami, delnicami) znotraj iste platforme
- Vračilo manjše vsote denarja ob nakupih
- Polnjenje Visa/Mastercard kartice ali Google Pay/Apple Pay
- Samostojnega prilagajanja limita, ki ga lahko spremenim kadarkoli in brez dodatnih stroškov

Za storitve finteh podjetij (npr. Revolut, N26, Wise, Vivid Money, ipd.) se zagotovo ne bi odločil zaradi spodnjih dejavnikov. Lestvica strinjanja: od 1 (sploh se ne strinjam) do 5 (zelo se strinjam).

- Nezaupanja finančni organizaciji, ki
  - a) ni locirana v Sloveniji
- Nezaupanja finančni organizaciji, ki
  - b) ni uradna bančna institucija
- Neznanja/neobveščenosti o možnostih, ki jih ponujajo finančnotehnološka podjetja
- Ker finančnotehnološka podjetja še niso tako razširjeni v Sloveniji

- Raje imam vse finančne storitve pri eni organizaciji
- Ker mi ne zagotavljajo povračila sredstev v primeru prenehanja poslovanja
- Vse finančne storitve, ki jih potrebujem, mi že ponuja izbrana bančna institucija

### **Prihodnost bančnih institucij**

Bančne institucije privzemajo nove tehnologije ter skušajo slediti najnovejšim trendom na trgu. Kakšno je vaše mnenje? Izberite eno izmed navedenih trditev.

Menim, da:

- Bodo bančne institucije sledile trendom na trgu in se skušale prilagoditi, tako bo večina komitentov ostala pri bančnih institucijah
- Bo vse več komitentov uporabljalo izključno produkte pri finančnotehnoloških podjetjih
- Bodo komitenti v bodoče obdržali vsaj primaren račun pri bankah, medtem ko bodo hkrati uporabljali dodatno storitev pri finančnotehnoloških podjetjih.