

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

DIPLOMSKO DELO

KRISTINA MAGDIČ

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

DIPLOMSKO DELO

**ANALIZA KAKOVOSTI BANČNIH STORITEV,
NAMENJENIM PREBIVALSTVU**

Ljubljana, september 2007

KRISTINA MAGDIČ

IZJAVA

Študent/ka **Kristina Magdič** izjavljam, da sem avtor/ica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom **prof. dr. Iče Rojšek**, in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 30.08.2007

Podpis:

KAZALO

1. UVOD	1
2. STRUKTURA IN STANJE BANČNEGA SEKTORJA V SLOVENIJI	2
3. BANČNE STORITVE	3
3.1 ZNAČILNOSTI BANČNIH STORITEV	4
4. RAZUMEVANJE KAKOVOSTI BANČNIH STORITEV	9
4.1 OPREDELITEV KAKOVOSTI	9
4.2 ZAZNANA KAKOVOST STORITEV	10
4.3 POVEZAVA MED ZAZNANO KAKOVOSTJO STORITEV IN ZADOVOLJSTVOM PORABNIKOV	11
4.4 DIMENZIJE KAKOVOSTI BANČNIH STORITEV	12
4.5 MODELI ZA PRESOJO KAKOVOSTI	14
4.5.1. <i>MODEL TEHNIČNE IN FUNKCIONALNE KAKOVOSTI (Grönroos)</i>	15
4.5.2. <i>MODEL VRZELI IN SERVQUAL LESTVICA</i>	16
5. RAZISKAVA KAKOVOSTI BANČNIH STORITEV, NAMENJENIM PREBIVALSTVU NA PRIMERU KONKRETNE BANKE	20
5.1 NAMEN IN CILJI RAZISKAVE	20
5.2 NAČRT RAZISKAVE	21
5.2.1 <i>PREISKOVALNA RAZISKAVA</i>	21
5.2.2 <i>RAZISKOVALNE HIPOTEZE</i>	22
5.2.3 <i>PREDSTAVITEV ANKETNEGA VPRAŠALNIKA</i>	24
5.2.4 <i>IZBIRA VZORCA</i>	27
5.3 REZULTATI RAZISKAVE	27
5.3.1 <i>SESTAVA VZORCA</i>	27
5.3.2 <i>REZULTATI UNIVARIATNE ANALIZE</i>	27
5.3.3 <i>PREVERJANJE RAZISKOVALNIH HIPOTEZ</i>	32
6. SKLEP	40
LITERATURA	43
VIRI	45

1. UVOD

Zahteva po kakovosti sodi med najpomembnejše prioritete dolgoročno uspešnih organizacij. To še posebej velja za banke kot finančne institucije, saj je večletna deregulacija področja oblikovala okolje, kjer postajajo bančni porabniki vse bolj zahtevni, spreminjajo se njihove vrednote in pričakovanja, postali so občutljivejši na vse elemente storitev in celostne kakovosti bančnega outputa. Okolje spodbuja porabnike k premišljenim odločitvam pri zadovoljevanju svojih potreb in želja, s tem pa narašča pomen kakovosti storitev. Bančne storitve se v svoji zasnovi le malo razlikujejo med seboj, zato je ključnega pomena za vsako banko, ki se želi vključiti ali obdržati na konkurenčnem regionalnem ali mednarodnem trgu, kakovost opravljene storitve. Danes je kakovostna bančna storitev tista, ki je čedalje bližje porabniku, njegovim potrebam in željam, saj nam kakovost bančne storitve potrdijo prav porabniki. Zato je pomembno, da vse aktivnosti usmerimo k porabnikom, odkrivanju njihovih želja in oblikovanju primernih bančnih storitev. Hkrati mora biti kakovost bančnih storitev utemeljena tudi s strani ponudnika samega, stremeti mora k učinkovitosti in dobičkonosnosti. Raziskava Tarpevega inštituta je pokazala, da tipična organizacija ne zazna 96% nezadovoljnih porabnikov. Pomembno je torej, da banka neprestano raziskuje trg, razvija nove bančne storitve, sledi stalnim spremembam, prisluhne porabnikom ter se jim prilagaja s svojo ponudbo.

V svojem diplomskem delu sem se odločila analizirati kakovost bančnih storitev konkretne slovenske banke, ki je pridobila z vstopom Slovenije v Evropsko unijo in odprtjem bančnega trga, številne konkurente. Na banki so izrazili željo, da banka v diplomskem delu ostane neimenovana, zato jo bom predstavila kot banko X. Temeljni cilj diplomskega dela je ugotoviti, kako porabniki preučevane banke zaznavajo kakovost njenih bančnih storitev, kateri so tisti bančni dejavniki kakovosti v očeh porabnikov, ki so ključnega pomena za ohranjanje njihovega zadovoljstva s storitvami preučevane banke in posledično lojalnosti (zvestobe, privrženosti). Osredotočila se bom na bančno poslovanje s fizičnimi porabniki, saj so kljub vrednostno manjšim poslom v primerjavi s pravnimi osebami, številčnejši. Nenazadnje je lažje pridobiti mnenje fizične osebe kakor pravne, sicer pa pravno osebo sestavlja eden ali več fizičnih oseb, zato se zadovoljstvo med njima prepleta.

Diplomsko delo bom razdelila na dva sklopa; teoretični del in praktični del. V teoretičnem delu bom opredelila problematiko in začrtala področje obravnave. Področje kakovosti je kljub navidezni preprostosti izraza precej zapleteno. Številni avtorji so kakovost storitev opredelili na različne načine in iz različnih zornih kotov. V nalogi bom skušala povzeti misli nekaj avtorjev in najti skupno točko, ki povezuje avtorje med seboj v njihovi utemeljitvi pojma kakovost. Posebno poglavje bo namenjeno tudi opisu dejavnikov kakovosti in modelom za presojo kakovosti, ki mi bodo v pomoč pri izpeljavi analize kakovosti storitev za konkretno banko. Drugi del, praktični del, pa bom namenila izvedbi analize kakovosti bančnih storitev namenjenim fizičnim osebami. Izpeljala bom globinski pogovor z vodjo službe marketinga na obravnavani banki, skupinski intervju s porabniki storitev

obravnavane banke in z vodji poslovnih enot banke. Sekundarni podatki ter opravljeni pogovori mi bodo v pomoč pri postavljanju raziskovalnih hipotez.

Naslednji korak bo izdelava anketnega vprašalnika in zbiranje podatkov, ki jim bo sledila analiza rezultatov in postavljanje glavnih ugotovitev z lastnimi komentarji in s priporočili, kako lahko banka izsledke analize uporabi za nadgradnjo kakovosti svojih storitev in posledično za povečanje zadovoljstva svojih porabnikov.

2. STRUKTURA IN STANJE BANČNEGA SEKTORJA V SLOVENIJI

Neodvisnost Slovenije je prinesla veliko sprememb tudi v bančnem sektorju. Leta 1991 se je Slovenija tudi denarno osamosvojila, ustanovila svojo nacionalno centralno banko in uvedla lastno valuto, tolar. Konec leta 1991 je v Sloveniji poslovalo 26 poslovnih bank, od tega je Ljubljanska banka – Združena banka s svojim 82% deležem v bilančni vsoti slovenskega bančnega sistema imela monopolni položaj, enajst regionalnih bank pa je imelo monopolni položaj v svoji regiji. Bančni sistem je zahteval temeljito sanacijo, ki je pričela s propadom Ljubljanske – Združene banke konec leta 1991. Leta 1994 je število poslovnih bank naraslo na največje število, in sicer 33 bank. Eden od razlogov za povečanje števila bank je želja po izboljšanju konkurenčnosti v bančnem sektorju, drugi pa višina obrestnih mer, ki je pritegnila številne nove banke na trg. Slednje se je kasneje izkazalo za popolnoma neučinkovito postopanje in pokazala se je potreba po dokapitalizaciji bank ter posledično konsolidaciji bančnega sektorja. Začelo se je prestrukturiranje sektorja, kar je pripeljalo do zmanjšanja števila poslovnih bank (prevzemi, pripojitve, likvidacije itd.). Konec leta 1999 je bila ustanovljena prva prava podružnica tuje banke v Sloveniji, kar je omogočal, februarja 1999 sprejet nov Zakon o bančništvu. Konec leta 2002 se je število bank zmanjšalo na 20, od tega pet hčerinskih bank tujih bank in ena podružnica tuje banke.

Danes posluje na območju Slovenije 19 poslovnih bank, tri podružnice tujih bank (Priloga 1) in tri hranilnice (Hranilnica in posojilnica Vipava d. d., Hranilnica LON d. d., Delavska hranilnica d. d.).

Kljub napredku v zadnjih letih, ki je posledica intenzivnega prestrukturiranja in vstopa v območje EU, je slovenski bančni sektor še vedno daleč od mednarodne konkurenčnosti. To potrjujejo podatki o obsegu poslov glede na število zaposlenih, kakor tudi podatki o raznovrstnosti ponujenih storitev s strani slovenskih bank. Bilančna vsota celotnega slovenskega bančnega sistema je v primerjavi z največjimi evropskimi bankami še vedno zanemarljivo majhna.

Banke poslujejo s previsokimi operativnimi stroški, veliko preglavic jim povzroča ekonomija obsega, vse večje breme predstavlja investiranje v informacijsko tehnologijo. Banke morajo upoštevati prav tako spremembe na strani povpraševanja po finančnih virih, ki so nastale z novim ekonomskim sistemom, sicer se bodo porabniki vedno bolj financirali iz tujine. Zavedati se moramo, da je na majhnem finančnem področju, kot je Slovenija,

preveč poslovnih bank s premajhno poslovno močjo. Potreba po nadaljnjem zmanjševanju števila bank preko prevzemov in združevanj je še zmeraj velika. Prav tako želja po preživetju na ogromnem evropskem trgu. Le-to bo možno z nenehnimi spremembami, s prilagajanjem in z zniževanjem stroškov, ki zadevajo osnovno poslanstvo bank; bančne storitve.

Banke navsezadnje ponujajo svojim porabnikom enake storitve, možnost ohranitve svojih porabnikov in preživetje same banke pa sta odvisna od načina, kako banka ponudi svoje storitve, od zaznane kakovosti in samih stroškov poslovanja. V nadaljevanju bom opisala, kaj storitve sploh so, kaj štejejo pod bančne storitve in kako razlikujemo in povezujemo med seboj pojme, kot so kakovost, zadovoljstvo in zvestoba.

3. BANČNE STORITVE

Storitveni sektor je postal prevladujoča panoga današnjega gospodarstva. S storitvami se tako rekoč srečujemo na vsakem koraku. Razvoj svetovnega gospodarstva gre predvsem v smeri razvoja in porasta storitvenih dejavnosti. Dokaz za to je podatek, da je v razvitih državah delež storitev v bruto domačem proizvodu nad 70 odstotki, v državah v razvoju pa približno 60 odstotkov.

Razumevanje pojma storitev in njihovih značilnosti je ključnega pomena za določitev samega koncepta in opredelitev kakovosti storitve. Kotler je opredelil storitev kot dejanje ali delovanje, ki ga lahko ena stran ponudi drugi, je po svoji naravi neotipljivo in ne pomeni posedovanja česar koli. Proizvodnja je lahko vezana ali tudi nevezana na fizični izdelek (Kotler, 2002, str. 200). Tavčar je o storitvah zapisal sledeče: »Storitve (iz latinske besede »servitium«) so dejavnosti, bodisi fizične ali umske, ki jih izvajalec (dobavitelj) opravi v korist porabnika (odjemalca): storitve lahko zadevajo uporabnika samega ali pa -v njegovo korist- razne predmete ali urejenost (strukture in procese), s katerimi ima opraviti. Uporabnik storitve dobavitelju praviloma plača, med njima je torej tržno razmerje« (Tavčar, 1997, str. 143). Bateson je mnenja, da za razumevanje storitev ni nujna njihova opredelitev. Pomembno je le razumeti, da so koristi od storitev ustvarjene z interakcijo, ki odjemalca vključuje v večji ali manjši meri (Bateson, 1999, str. 7). Potočnik opredeljuje storitev kot posebno dejanje ali delovanje, ki ga izvajalec storitev ponudi porabniku (Potočnik, 2004, str. 30). Storitve je proces, sestavljen iz vrste porabniku bolj ali manj nevidnih aktivnosti. Te aktivnosti običajno potekajo v interakciji med porabnikom in zaposlenimi in/ali fizičnimi sredstvi ali izdelki in/ali sistemi ponudnika storitve, ki so zagotovljeni kot rešitve za probleme porabnikov (Grönroos, 2000, str. 46). Pojem storitve je pomensko vezan na dejanja, akcije, obnašanje. Osnovna značilnost storitev je ta, da so storitve aktivnosti oziroma procesi (Snoj, 1998, str. 32). Bančne storitve se od ostalih storitev razlikujejo tudi oziroma predvsem po tem, da vključujejo višjo stopnjo tveganja in negotovosti, saj porabnik kupuje niz obljub, dokazilo o kakovosti storitve pa dobi šele po zaključku postopka, natančneje po sami uporabi storitve.

3.1 ZNAČILNOSTI BANČNIH STORITEV

Bistvene značilnosti bančništva so (Zineldin, 1995, str. 31):

- bančni delavec je zaupnik, bančno premoženje pripada varčevalcem;
- banke po zakonu služijo svojim varčevalcem kot hranilke denarnih sredstev in so obvezane ta sredstva gospodarno in vestno investirati;
- od bančnega delavca se pričakuje, da bo minimaliziral tveganja pred maksimalizacijo vrednosti sredstev;
- banke morajo biti pripravljene služiti svojim porabnikom, tako dobro v slabših gospodarskih razmerah, kot to počno v dobrih gospodarskih razmerah.

Tako bančništvo temelji na zaupanju in dobrih odnosih med banko in porabniki. Zaupanje in dobre odnose porabnik gradi na podlagi fizičnih dokazov o bančnih storitvah, tradiciji banke, na ugledu, velikosti banke, bančnem osebju, tehnologiji, prilagodljivosti, verodostojnosti, obzirnosti, nepodkupljivosti, tržni poziciji, bonitetni oceni (npr. agencija Fitch Ratings, Moody's, Standard & Poor's, Capital Intelligence). Sodobni življenjski ritem in tehnološki razmah izredno vplivata na razvoj bančnega poslovanja. Nenehna dostopnost raznolikih, prilagodljivih in cenovno konkurenčnih bančnih storitev z uporabo številnih tržnih poti so temelji današnjega bančništva.

Lastnosti storitev se razlikujejo od lastnosti fizičnih proizvodov. Potočnik (2004, str. 30) na splošno navaja osem značilnosti storitev:

a) Neopredmetenost:

Storitve so neotipljive, ne moremo jih videti, občutiti, vonjati,okusiti ali slišati, dokler jih ne kupimo, prav tako si rezultata storitve ne moremo ogledati, velikokrat ga ne moremo niti napovedati. Storitve so torej »fizično« in »umsko« neotipljive (Snoj, 1998, str. 37).

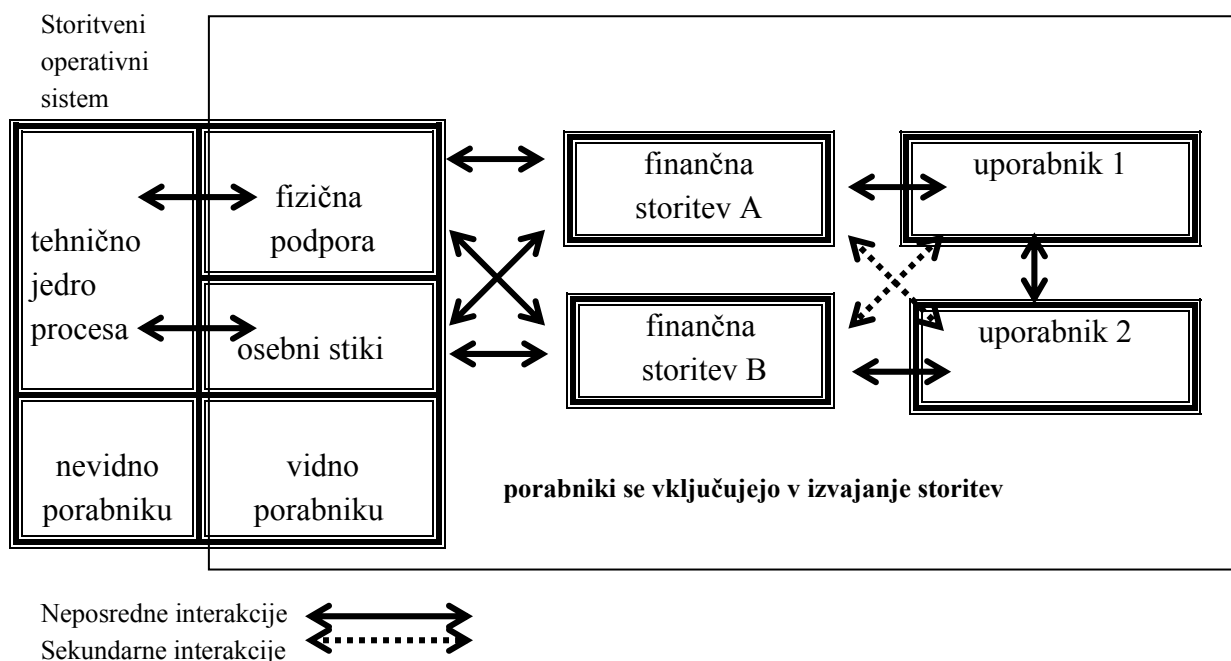
Zgoraj našteje lastnosti pri porabniku vzbujajo dobro mero negotovosti. Da bi le-to omilili, porabniki storitev iščejo dokazila v obliki fizičnih dokazov ali oprijemljivih sestavin, ki so jim v pomoč pri ocenjevanju storitev. Oceno postavijo na osnovi izvajalcev, prostora, opreme, komunikacijskega gradiva, simbolov in cene (Kotler, 2002, str. 201). Ne smemo pozabiti na osebno mnenje in priporočila družinskih članov, prijateljev in znancev, ki imajo pomembno vlogo pri posameznikovem ovrednotenju storitev. Bančna storitev je, kot je za vse storitve značilno, v nematerialni obliki, toda kljub temu so pri njenem kakovostnem oblikovanju in ponudbi potrebna visoko kakovostna tehnologija in visoko usposobljeni ljudje (Jauk, 1998, str. 8). Prav odsotnost fizične substance otežuje presojo in proces odločanja uporabnika bančnih storitev ter povečuje njegovo negotovost. Kot fizični dokaz lahko na primer omenimo pogodbo med uporabnikom in banko, ki je prav zaradi nematerialnosti storitev potreben (obvezen) dokaz (Končina, 1996, str. 32). Pri zagotavljanju kakovostnih bančnih storitev je zaradi neotipljivosti zelo pomembna njihova predstavitev porabniku, kajti le-ta velikokrat kakovost ocenjuje oziroma identificira s

prodajnim osebjem. Banke vlagajo velika sredstva v izobraževanje prodajnega osebja, ki na svojih delovnih mestih postaja tudi svetovalec za finančna vprašanja. Zaupanje je pri vsaki banki temelj, ki mora biti dosežen, šele nato lahko banka gradi svoje sodelovanje s porabniki (Jauk, 1998, str. 8).

b) Neločljivost:

Storitve praviloma ustvarimo in porabimo sočasno. Sočasni izvedbi in porabi storitev pravimo tudi simultanost storitev (Potočnik, 2004, str. 32). Neločljivost se nanaša na (Hoffman, Bateson, 1997, str. 28–31): fizično prisotnost izvajalca storitve pri izvedbi storitve, vključenost porabnika v proces izvedbe storitve in vključenost drugih porabnikov v proces izvajanja storitve. Slika 1 prikazuje, kako porabnik postane del storitvenega procesa.

Slika 1: Finančno-storitveni sistem



Vir: Končina, 1996, str. 33.

Ko porabnik pride v poslovalnico, je fizično prisoten in interakcija med njimi in ponudnikom storitve je posebnost trženja storitve. Oba, uporabnik in zaposleni, ki ponuja bančno storitev, vplivata na izid (Kotler, 2002, str. 201).

Nekateri deli sistema so za uporabnika nevidni, pri drugih pa je sam neposredno vključen v sam proces izvajanja. Pri skromnih stikih med porabnikom in banko poteka priprava in izvajanje storitev »v ozadju«. Posredovanje storitev je povezano z vprašanji: kje, kdaj in kako bodo le-te izvedene. V preteklosti so imele banke v glavnem neposredne stike s svojimi porabniki. Zaradi čedalje večje konkurence, ki jih sili v zniževanje stroškov in

povečanje produktivnosti, se danes vse več bank odloča za uvajanje samopostrežnih metod izvajanja storitev (npr. bančni avtomati, elektronsko bančništvo, avtomatski trajniki). Prehod z osebnega izvajanja storitev (high touch) na samopostrežno izvajanja storitev (high tech) je za porabnike pogosto ugodno, lahko pa jih tudi vznemiri in zmede. Ravno zato banka še vedno vsem porabnikom omogoča osebno opravljanje storitev v poslovalnicah (Potočnik, 2000, str. 43–44).

c) Minljivost:

Pojem minljivosti se nanaša na dejstvo, da storitve ne moremo shraniti. To pomeni, da ob pomanjkanju povpraševanja ne moremo ustvarjati zalog in jih koristiti ob presežku povpraševanja nad sprotno ponudbo storitev. Glede na to, da ob določenih dnevih v mesecu prihaja do izrazito povečanega povpraševanja po bančnih storitvah (izplačilo plač in pokojnin) napram sprotni ponudbi storitev in s tem do daljših čakalnih vrst v poslovalnicah, banke preusmerjajo določene storitve na sodobne tržne poti (bankomati, elektronsko bančništvo, avtomatski trajniki itd.). Ob presežkih ponudbe storitve je vrednost priprave storitve izgubljena. Mudie in Cottam (1993, str. 7) navajata, da so učinki storitev sicer dolgotrajni, storitve kot procesi pa neobstoje. Večina storitev nima garancije in jih ni mogoče vrniti ali zamenjati. Posel med banko in uporabnikom bančnih storitev je redkokdaj končan z eno samo transakcijo, večinoma poteka kot serija rednih dvosmernih transakcij. Za bančne storitve velja, da se odnos med banko in porabnikom ne prekine z nakupom storitve, temveč se takrat največkrat šele začne (Mayer, 1997, str. 23). Poleg tega porabniki načeloma opravljajo več različnih storitev pri svoji izbrani banki.

d) Spremenljivost:

Storitve so spremenljive. Kakovost storitev se spreminja, odvisno od tega, kdo, kje in kdaj jih izvaja (Potočnik, 2004, str. 33). Nihanja v kakovosti so lahko posledica neustreznih osebnostnih značilnosti, neustrezne izobrazbe izvajalcev storitev, pomanjkljivih informacij, komunikacije ali podpore zaposlenim (Mudie, Cottam, 1993, str. 10). Storitvena podjetja imajo tri možnosti za obvladovanje kakovosti storitev (Potočnik, 2004, str. 33):

- ustrezní izbor strokovnih izvajalcev storitev in njihovo usposabljanje,
- poenotenje izvedbe storitev (standardizacija storitev),
- spremljanje zadovoljstva porabnikov s pomočjo sistema predlogov in pritožb, anket in ponovnih nakupov, ki pomagajo odkriti in popraviti slabo storitev.

Kljub navedenim možnostim nadzorovanja spremenljivosti pa so storitve zelo občutljive na čas, kraj in izvajalce storitev. Nemogoče je konstantno zagotavljati najvišjo in nespremenjeno kakovost storitev.

Porabniki, ki so z banko imeli pozitivno izkušnjo enkrat, se vračajo v pričakovanju, da bodo zanje poskrbeli vsakokrat enako dobro ali boljše. Uporabniki pričakujejo kakovost v treh pogledih: ob vsakem obisku, v poslovalnicah na različnih lokacijah in od vsakega zaposlenega v banki (Horovitz, Jurgens, 1997, str. 19). Kakovost celotnega procesa finančnih storitev se izraža z doslednostjo, natančnostjo in s točnostjo postopkov. Notranji (bančni) del kakovosti mora biti zagotovljen v nevidnem »tehničnem jedru« banke, ki opravlja storitve. Ta del kakovosti sestavljajo organizacijski, informacijski in nadzorni sistemi, ki zagotavljajo nemoteno izvajanje finančnih storitev. Vse druge dejavnike kakovosti porabnik začuti v neposrednih ali posrednih stikih z osebjem banke v različnih fazah storitvenega procesa. V ospredju so občutenja subjektivne kakovosti storitev, ki pa mora presegati osebna pričakovanja porabnika (Končina, 1996, str. 33).

e) Težavnost ugotavljanja in nadziranja kakovosti:

Ker so storitve neopredmetene in neotipljive, je kot že prej omenjeno zelo težko ugotavljati in nadzirati njihovo kakovost. Storitve v večini primerov izvajajo ljudje, vendar ne tako, kot izdelujejo izdelke, saj ljudje niso stroji v proizvodnem procesu. Ocenjevanje vrednosti in kakovosti storitve je odvisno predvsem od mnenj, vrednot in pričakovanj obstoječih ter potencialnih porabnikov. Vsak porabnik doživlja kakovost bančnih storitev drugače, zato je njegova ocena popolnoma subjektivna, odvisna predvsem od predhodnega pričakovanja. Za porabnika je storitev kakovostna, če je dosegla ali preseгла njegova pričakovanja in nekakovostna, če njegovih pričakovanj ni izpolnila. Zato morajo banke v prvi vrsti oceniti, kaj porabniki storitev pričakujejo, in oblikovati takšne storitve, ki ustrezajo njihovim pričakovanjem ali le-te presežejo.

Vzamimo primer, ko porabnik banke želi zaprositi za kredit. Pričakuje, da bo ob njegovem prihodu na banko majhna čakalna vrsta ali je sploh ne bo. Prijazen in ustrezljiv bančni delavec mu bo navedel pogoje za odobritev kredita. Ker je porabnik že veliko let stranka banke, pričakuje, da mu bo ta navedel ugodnosti, ki jih lahko izkoristi (banka mu gre »na roko«). Prav tako si želi, da bo uslužbenec podrobno odgovarjal na vsa dodatna vprašanja, ki jih porabnik postavi za čim bolj ugodne pogoje kreditiranja. Če bo porabnik vsega tega tudi deležen, bo zadovoljen, če pa bo deležen površinske obravnave po dolgotrajnem čakanju v vrsti in bo za nameček odpravljen s hladnim »adijo«, ne bo zadovoljen in bo razočaran. Po drugi strani lahko njegova pričakovanja banka tudi preseže. V takem primeru bo navdušen in bo bančne usluge konkretne banke uporabljal tudi v prihodnosti.

f) Visoka stopnja tveganja:

Zaradi težavnosti ugotavljanja in nadziranja kakovosti ter občutljivosti za čas in kraj izvedbe ter izvajalce je nakup storitev (na primer izbira kirurga) bistveno bolj tvegano dejanje kot nakup izdelka. Porabniki zelo težko ugotavljajo kakovost in uspešnost opravljene storitve, saj imajo v tem primeru za to premalo medicinskega znanja. Zaradi

visoke stopnje tveganja je za uspeh storitvenega podjetja nujno, da si pridobi visoko stopnjo zaupanja. Za porabnika, ki bo ponudniku storitve in izvedbi storitve povsem zaupal, bo preusmeritev na novega ponudnika pomenila nepotrebno tveganje in se bo temu raje izognil.

Mnoga podjetja poskušajo tveganje zmanjšati z ustvarjanjem podobe organizacije (angl. image) in s prepoznavanjem blagovne znamke. Porabniki poskušajo tveganje zmanjšati z iskanjem dodatnih informacij, ocenjevanjem alternativ, s prilagoditvijo tveganju in z znižanjem ravni pričakovanja. Osebnostne vire uporabljajo kot vir informacij predvsem takrat, ko tveganje in negotovost v uradnih virih informacij nista dovolj nizka (Bateson, Hoffman, 1999, str. 72–73).

Za bančne storitve velja, da vsebujejo višjo stopnjo tveganja in negotovosti, kar izhaja iz nakupa obljub, ki jih banka daje porabnikom. Tveganost obljub je pri bančnih storitvah vključena v obrestnih merah, ki pa lahko ali ne zmanjšajo porabnikovo negotovost. Tveganje in negotovost v očeh porabnikov zmanjšuje predvsem dolgo in uspešno poslovanje banke.

g) Prilagajanje ponudbe posebnim zahtevam porabnikov:

Storitve izvajajo ljudje, zato jih ni mogoče v celoti poenotiti, kot lahko standardiziramo izdelke. Prav zaradi tega je možnost prilagajanja ponudbe in same izvedbe storitev željam in zahtevam porabnikov eno od meril kakovosti storitev. Za številne storitve lahko dosežemo visoko stopnjo standardizacije in poenotenja postopkov (na primer bančni avtomati), pri določenih pa standardizacija storitev ni mogoča (na primer frizerske in zdravstvene usluge). Pri slednjih je raven prilagodljivosti in izvedbe storitve po meri posameznega porabnika (ang.: customization) izjemno pomembna sestavina diferenciranja (ang.: differentiation) ponudbe storitev. Banke, ki znajo in želijo prisluhniti individualnim potrebam porabnikov, bodo na podlagi tega gradile pomembno konkurenčno prednost pred ostalimi bankami.

h) Ustvarjanje osebnih stikov med porabnikom in izvajalcem:

Storitve niso le prodajne transakcije, ampak proces, v katerem je znanje in strokovnost izvajalca ključnega pomena za rezultat, torej raven porabnikovega zadovoljstva. Zaupanje v izvajalca storitve pri porabniku zmanjšuje tveganje in negotovost ter večja zvestobo storitveni ustanovi. Dober primer sinergij med porabnikom in izvajalcem storitev je odnos, ki nastane med zdravnikom in bolnikom, banko in porabnikom, učiteljem in učencem itd. Sama kakovost storitve je odvisna od kakovosti osebnih stikov, ki v večini primerov temeljijo na zaupanju in spoštovanju.

V obdobju razvoja informacijske tehnologije doživlja bančništvo korenite spremembe. Banke so razvile mnogo sodobnih bančnih instrumentov, ki nam omogočajo preprosto poslovanje in zniževanje stroškov poslovanja brez prisotnosti bančnega uslužbenca. Le-to vodi v zmanjševanje osebnih stikov med porabnikom in izvajalcem bančne storitve. Med

take storitve sodobnega bančništva štejemo: plačilne kartice, bančne avtomate, samopostrežne kioske, telefonsko bančništvo, spletno bančništvo in mobilno bančništvo.

V bančnem sektorju kljub porastu sodobnih bančnih storitev ostajajo osebni stiki velikega pomena. V bankah še zdaleč ne želijo odpraviti klasičnega poslovanja, kjer porabnik neposredno, v stiku z bančnim uslužbencem opravlja svoje storitve. Znano je namreč, da nekaterih bančnih storitev ne moremo popolnoma sistematizirati in posledično odpraviti stika z banko. Pri določenih storitvah (najem kredita) je osebni stik med porabnikom in uslužbencem ključnega pomena. Nekaterim porabnikom sodobni načini poslovanja ne ustrezajo, nimajo zaupanja v nove tehnologije in se raje odločajo za klasične načine poslovanja. Zanimivo je, kako skušajo banke večino rutinskih storitev sistematizirati in njihovo izvedbo prepustiti samostojno svojim porabnikom, po drugi strani pa uvajajo nove storitve, kjer je stik med porabnikom in uslužbencem nujen (npr. osebno bančništvo).

4. RAZUMEVANJE KAKOVOSTI BANČNIH STORITEV

4.1 OPREDELITEV KAKOVOSTI

Bogata ponudba in ostra konkurenca vplivata na porabnike, da so zmeraj bolj zahtevni in občutljivi glede kakovosti, ki postaja čedalje bolj pomembna sestavina ponudbe. Porabniki so z leti postali veliko bolj izobraženi in zahtevni, ne zadovoljijo se s kakršnokoli kakovostjo, ampak točno opredelijo, kaj želijo in katere so meje sprejemljive kakovosti. Spoznanje, da v konkurenčnem boju za trg ni več odločilna cena, temveč kakovost ponujenega izdelka oziroma storitve, je prisililo mnoge ponudnike k drugačnemu razumevanju kakovosti. Kakovost je postala bistven element gospodarske učinkovitosti in osnovno načelo vseh uspešnih organizacij (Vujošević, 1996, str. 11). Kakovost storitev je težko opredeljiv pojem, ker je kakovost sama tako subjektiven pojem. Lahko pa izluščimo nekaj skupnih smernic iz opredelitev tega pojma, ki jih navajam v nadaljevanju. Ameriško združenje za nadzor kakovosti definira kakovost kot skupek lastnosti in značilnosti izdelka oziroma storitve, ki vplivata na njegovo sposobnost, da zadovolji izražene ali nakazane potrebe (Kotler, 2002, str. 56). Lovelock označuje kakovost kot nameravano hoteno stopnjo odličnosti in kot kontrolo spremenljivosti pri doseganju te odličnosti pri izpolnjevanju porabnikovih zahtev (Lovelock, 1992, str. 239). Meiden v svojem delu navaja, da je kakovost stvar presoje posameznika, ki je povezana z njegovimi pričakovanji in zaznana kakovostjo (Kokalj, 2003, str. 5). Če povzamem Levittov koncept ima izdelek ali storitev pet ravni (Taškar Beloglavec, 2007, str. 21), jedro storitve predstavlja osnovno korist, ki jo porabnik išče. Osnovna ali generična storitev je različica storitve, ki vsebuje sestavine, njihovo delovanje in rezultate, ki so potrebni, da storitev lahko obstane na trgu. Pričakovana storitev vsebuje lastnosti, ki jih kupec od storitev pričakuje. V primeru, da te lastnosti niso prisotne, bo porabnik nezadovoljen. Ta občutek nezadovoljstva bo porabnik v večini primerov posplošil na celotno storitev, na ponudnika, na tistega, ki mu je storitev priporočal. Razširjena storitev vsebuje poleg generične in pričakovane ravni storitve še vse tiste njene

sestavine, ki so nad pričakovanji porabnika. To so največkrat dodatne koristi, ki storitev razlikujejo od konkurence. Potencialna ali možna raven storitve opredeljuje možne spremembe, dopolnitve in izboljšave, ki bi jih storitev lahko vsebovala v prihodnosti. S prvimi tremi ravnmi storitve skuša podjetje zagotoviti zadovoljivo raven kakovosti. S četrto in peto ravno pa skuša podjetje pridobiti konkurenčne prednosti s ponujanjem nadstandardne kakovosti.

Nekateri avtorji opredeljujejo dva nivoja kakovosti; in sicer tehnično kakovost (ang. outcome quality) in t.i. funkcionalno kakovost (ang. process quality). Tehnična kakovost se nanaša na oceno vsebine storitev, na rezultat izvedbe storitve; kaj je porabnik prejel z izvedbo storitve oziroma kaj porabniku ostane, ko je proces storitve končan. Porabniki ponavadi tehnično kakovost ovrednotijo objektivno (Grönroos, 2000, str. 63-65). Funkcionalna kakovost pa je ocena načinov oziroma postopkov izvajanja storitve, natančneje kako je bila storitev ponujena in izvedena. Vključuje vedenje zaposlenih do porabnikov, notranje odnose v finančnih institucijah, dostopnost poslovalnic in podobno. V tem primeru so porabniki pri vrednotenju kakovosti zelo subjektivni.

Potočnik razlikuje iskano kakovost, izkustveno kakovost in kakovost zaupanja. Iskana kakovost zajema lastnosti, ki jih porabnik lahko ovrednoti pred samim nakupom izdelka ali storitve. Ta sestavina velja predvsem za izdelke in fizične storitve (barva, oblika, vonj), za neopredmetene storitve lahko med iskano kakovost uvrstimo ceno storitve. Izkustvena kakovost je zaznana med samo uporabo storitve ali po njenem nakupu, zajema značilnosti procesov oziroma njihove rezultate (npr. prijaznost osebja). Kakovost zaupanja se nanaša na značilnosti storitvenega procesa, ki jih težko ocenimo, ker nam primanjkuje strokovnega znanja (npr. kirurški posegi). Prevladuje pri storitvah, ki jih izvajajo strokovnjaki (Potočnik, 2004, str. 96).

4.2 ZAZNANA KAKOVOST STORITEV

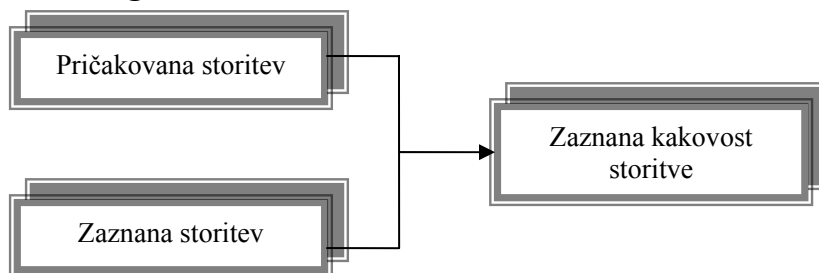
Zaznana kakovost storitev lahko opredelimo kot porabnikovo presojo kvalitete storitve, medtem ko je zaznana vrednost storitve celotna ocena o uporabnosti. Ta ocena temelji na zaznavi, kaj je porabnik prejel, glede na to, kakšen je bil njegov vložek.

Pojem zaznana kakovost storitve se pogosto uporablja kot spremenljivko samo zase, in ne kot funkcijo virov in aktivnosti podjetja. Za uspešno poslovanje bank sta potrebna dva pogoja (Grönroos, 2000, str. 36):

- opredelitev, kako kakovost storitev zaznajo porabniki,
- ugotovitev, kaj vpliva na kakovost storitev.

Kakovost storitve je rezultat primerjave pričakovanj porabnika glede določene storitve ter porabnikove zaznave izvedbe storitve. Primerjava zaznane storitve s pričakovano storitvijo je zaznana kakovost storitve (Slika 2). Govorimo lahko o presoji odličnosti storitve.

Slika 2: Vloga zaznav v storitvah



Vir: Zeithaml, Bitner, 1996, str. 103.

Zaznana kakovost storitve je podlaga za ugotavljanje porabnikovega zadovoljstva ali nezadovoljstva s samimi storitvami. Številni avtorji (Zhu; Jabnoun; Wang; Jun) so pri svojih analizah kakovosti bančnih storitev kot podlago za ugotavljanje kakovosti storitev uporabljali zaznano kakovost.

4.3 POVEZAVA MED ZAZNANO KAKOVOSTJO STORITEV IN ZADOVOLJSTVOM PORABNIKOV

Kotler je zapisal, da je zadovoljstvo stopnja porabnikovega počutja, ki je posledica primerjave med zaznano prejeto storitvijo in osebnimi pričakovanji (Kotler, 2002, str. 101). Zadovoljstvo porabnikov je emocionalna reakcija porabnikov na izkušnje v zvezi z določenimi storitvami, v primerjavi s pričakovanji v zvezi z njimi (Snoj, 1998, str. 158). Zadovoljstvo je relativno, odvisno je od vsakega posameznika, njegovih pričakovanj in subjektivno zaznane kakovosti storitve. Številni avtorji si še vedno niso enotni glede odnosa med kakovostjo storitve in zadovoljstvom s storitvijo. Izpostavljajo pa dejstvo, da je potrebno pojma razlikovati. Pojma sta med seboj tesno povezana. Kakovost storitve porabnik zazna racionalno, medtem ko je njegovo zadovoljstvo emocionalno, vsebuje čustveno komponento (Tabela 1).

Sledeče razlike med kakovostjo in zadovoljstvom s storitvijo so le ena od številnih ponazoritev, ki jih literatura navaja (Bloemer, de Ruyter, Peeters, 1998, str. 276):

- kakovost storitev se ocenjuje oziroma zazna razumsko, medtem ko je zadovoljstvo čustven odziv (veselje, presenečenje, užitek),
- zadovoljstvo lahko porabnik oceni le, če je storitev že preizkusil, medtem ko za opredelitev kakovosti ni potrebna izkustvena osnova,
- kvaliteto storitve lahko razumemo kot pomemben dejavnik za ocenjevanje zadovoljstva, ki se izraža v ponovnih nakupih storitve.

Tabela 1: Razlike med zadovoljstvom in kakovostjo

	Zadovoljstvo	Kakovost
Izkušnje	nujne	niso nujne
Pričakovanja	vrednote, potrebe, pričakovanja	ideali, odličnost
Spoznavna/Čustvena komponenta	spoznavna in čustvena	spoznavna
Časovna dimenzija	kratkoročna	dolgoročna

Vir: Kupljenik, 2006, str. 16.

Različna mnenja številnih avtorjev vodijo do spoznanja, da je zadovoljstvo s storitvijo logična posledica pozitivnega zaznavanja kakovosti storitve. Dolgoročno zadovoljstvo stranke s storitvami podjetja pripelje v večini primerov do zvestobe samemu podjetju.

Zadovoljstvo strank finančnih institucij je povezano tudi s samo ponudbo storitev. Na odločitev o banki vplivajo v veliki meri tudi lokacija oziroma dostopnost do banke ter konkurenčne obrestne mere. Večji razlog, zakaj porabniki menjajo banko, je reševanje pritožb strank. Na to, kako banka rešuje probleme porabnikov, se lahko porabniki odzivajo s tem, da gredo v drugo banko ali pa ostanejo pri isti banki. Ko se porabnik pritoži, daje banki veliko priložnost, da problem reši, da ga zadovolji in na ta način poveča zadovoljstvo in posledično tudi njegovo zvestobo. Nenazadnje je banki v interesu, da ga zadrži in s tem utrdi svoj tržni delež, kar pripomore k dobičkonosnosti (Levesque, McDougall, 1996, str. 13).

Zadovoljstvo porabnikov je mera, ki odraža vsesplošen odnos porabnika do banke in zajema kar nekaj mer: kakovost storitev, zadovoljevanje porabnikovih pričakovanj in zadovoljstvo porabnikov. Uporaba več mer skuša rešiti probleme samega merjenja zadovoljstva.

4.4 DIMENZIJE KAKOVOSTI BANČNIH STORITEV

Dimenzije kakovosti storitev so tiste značilnosti storitve ali njenega procesa uresničevanja, ki jih porabniki pričakujejo. Več dejavnikov ponudniki storitev vključijo v svojo ponudbo, zadovoljnejši bodo porabniki s kakovostjo storitve. Različni avtorji so v svojih raziskavah kakovosti bančnih storitev uporabljali različne dimenzije kakovosti glede na področje preučevanja. Najbolj znane in uporabljane dimenzije kakovosti so razvili avtorji Parasuraman, Zeithaml in Berry, ki so oblikovali lestvico za merjenje kakovosti storitev SERVQUAL¹. Lestvico so oblikovali na podlagi skupinskega pogovora, s pomočjo katerega so prišli do ugotovitev, da porabniki pri vrednotenju kakovosti storitev največkrat uporabljajo naslednje dimenzije (Jun, Cai, 2001, str. 277, 291):

- **zanesljivost**; sposobnost banke opraviti storitev na način, ki ga obljubi (tudi v dogovorjenem času),

¹ SERVQUAL (ang. service quality-kakovost storitve).

- **odzivnost**; pripravljenost pomagati porabnikom hitro in pravočasno (takojšnje ukrepanje),
- **strokovnost**; nanaša se na usposobljenost in strokovnost zaposlenih, da izvedejo storitev pravilno, natančno in v skladu s prakso,
- **vljudnost**; ki se nanaša na pozornost, skrb in prijaznost zaposlenih do porabnikov, spoštovanje porabnika, upoštevanje njegovih želj in zahtev,
- **komunikativnost**; zajema razumevanje sporočil in prenos informacij, ki jih porabniki potrebujejo na njim razumljiv način,
- **verodostojnost**; navezuje se na sposobnost banke ustvariti občutek zaupanja in iskrenosti, nanaša se na to, da porabnik verjame v odkritost banke (porabniki banki zaupajo svoje prihranke in pričakujejo, da bo z njimi gospodarno upravljala),
- **varnost**; nanaša se na odsotnost tveganj, nevarnosti in dvomov porabnikov, zagotavljanje varnosti pri opravljanju storitev (gotovinski depoziti, poslovanje preko spletne banke, bančne kartice, PIN-kode) kot zagotavljanju varnosti osebnih podatkov porabnikov (podatki o mesečnih prilivih, višini najetega kredita, prihodki iz vrednostnih papirjev niso javni podatek),
- **dostopnost**; zajema možnost dostopa do banke, enostaven stik med banko in porabnikom (bančni avtomati za invalide),
- **razumevanje porabnikov**; zajema trud, ki ga zaposleni vložijo v spoznavanje in razumevanje porabnikovih potreb in zahtev,
- **otipljivost**; zajema fizične, vidne dokaze s katerimi porabniki ocenjujejo kakovost storitev; videz fizičnega okolja, opreme, zaposlenih, komunikacijskega gradiva (urejeni bančni prostori, negovano osebje, sodobna tehnološka opremljenost) .

Sprva je lestvica vsebovala deset dejavnikov oziroma dimenzij kakovosti. Kasneje jih je Parasuraman s sodelavci zaradi medsebojne visoke korelacije med dimenzijami komunikativnosti, strokovnosti, vljudnosti, verodostojnosti in varnosti ter dimenzijami dostopnosti in razumevanja porabnikov združili v pet osnovnih dimenzij (Johnston, 1997, str. 111):

- **zanesljivost** (ang. reliability); sposobnost opraviti obljubljeni storitev zanesljivo, redno, točno in natančno; npr.: delujoči bančni avtomati, napake pri izvedbi storitev so minimalne ali jih sploh ni, pravočasno obveščanje o stanju na bančnem računu v primeru prekoračitve limita, dovolj veliko število delavcev na bančnih okencih, ki z zanimanjem in strokovnostjo opravljajo svoje delo; Johnston v svoji raziskavi ugotavlja, da je prav zanesljivost tista značilnost bančnih storitev, ki ji porabniki pripisujejo veliko pomembnost pri vrednotenju kakovosti bančnih storitev in največkrat povzroča porabnikovo nezadovoljstvo (Johnston, 1997, str. 114);
- **odzivnost** (ang. responsiveness); pripravljenost pomagati porabnikom in storitev hitro posredovati; npr. odzivanje na porabnikove zahteve in svetovanje najboljših rešitev, hitro posredovanje pritožb kompetentnim bančnim delavcem, hitra izvedba bančnih transakcij, hiter potek procesov preko spletnega bančništva;

- **vzbujanje zaupanja** (ang. assurance); znanje, poštenost in vljudnost zaposlenih in sposobnost vzbuditi zaupanje in zmanjšanje dvomov; npr. kompetentost in prijaznost bančnega osebja pri svetovanju porabniku glede najugodnejših pogojev kreditiranja ali investiranja prihrankov, individualni pristopi v posameznih situacijah in zagotavljanje popolne zaščite osebnih podatkov, varnost bančnih prostorov (način dostopanja do sefov, število varnostnikov itn.);
- **usmerjenost pozornosti k porabniku** (ang. empathy); skrb in nenehno prizadevanje za ugotavljanje porabnikovih potreb in želja, vživljanje v porabnikovo vlogo; npr.: delovni čas banke, ki je ugoden za porabnike, razumevanje porabnikovih individualnih potreb in problemov ter nudenje individualne pomoči ob zagotavljanju popolne obravnave (Newman, 2001, str. 131);
- **fizični dokazi** (ang. tangibles); videz fizičnega okolja, opreme, zaposlenih, komunikacijskega gradiva. Vse kar je vidno porabniku, ko stopi v stik z banko in njenimi storitvami; npr. profesionalen izgled bančnih delavcev, sodobnost opreme (računalniške opreme, pohištva), lahek dostop invalidnim bančnim porabnikom, dovolj veliko parkirišče v bližini banke, jasni in razumljivi mesečni bančni izpiski stanja na bančnem računu, nahajanje poslovalnic na strateških mestih, kratke čakalne vrste.

4.5 MODELI ZA PRESOJO KAKOVOSTI

Modelov za ugotavljanje in presojo kakovosti je veliko. Med seboj se razlikujejo tako po pristopu kot tudi po kriterijih presoje kakovosti. Ti kriteriji so največkrat dimenzije kakovosti, ki sem jih predstavila v predhodnem poglavju. Potočnik (2004, str. 99 –107) navaja pet najbolj poznanih in uporabljenih modelov, ki so:

- model kakovosti storitev 4Q;
- model tehnične in funkcionalne kakovosti (Grönroos);
- model vrzeli;
- model vzajemnega odnosa med izvajalcem in porabnikom storitve;
- model SERVQUAL.

V nadaljevanju se bom osredotočila in podrobneje opisala, model tehnične in funkcionalne kakovosti in model vrzeli v povezavi z SERVQUAL lestvico. Modeli so kljub določenim pomanjkljivostim najbolj praktični in zaradi tega tudi najpogosteje uporabljeni. Možno jih je prilagajati glede na potrebe in posebnosti preučevanega storitvenega področja.

odnos zaposlenih. Prav tako je v tem modelu veliko več poudarka na dostopnosti in fleksibilnosti kot pa pri SERVQUAL modelu. Dimenzija ravnanje ob problemih in pritožbah je vsebinsko podobna SERVQUAL dimenziji zanesljivost, ki se tudi nanaša na reševanje problemov in pritožb.

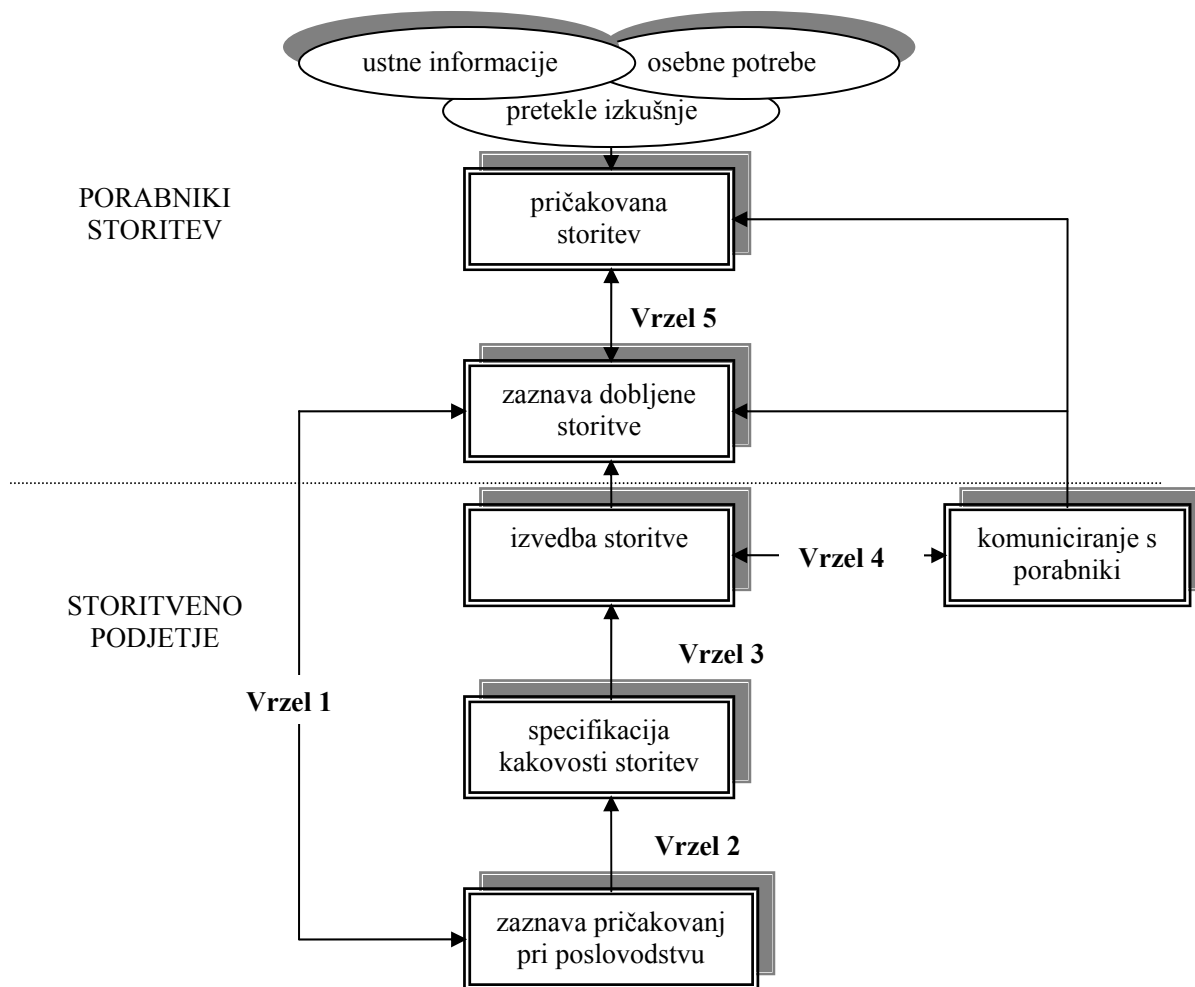
4.5.2. MODEL VRZELI IN SERVQUAL LESTVICA

Model vrzeli so razvili Parasuraman, Zeithaml in Berry. Ta model predpostavlja, da je raven kakovosti storitve opredeljena kot peta vrzel med pričakovanji porabnika in njegovim zaznavanjem dejansko prejete storitve. Če se ugotovi, da je zaznavanje prejete storitve s strani porabnika pod njegovimi pričakovanji, potem lahko rečemo, da porabnik zaznava storitev kot slabo. Ko banka ali drugo storitveno podjetje ugotovi obstoj pete vrzeli, mora začeti iskati vzroke zanjo.

Banka oziroma drugo storitveno podjetje mora ugotoviti specifične vzroke za nastanek posameznih vrzeli, nato mora poskrbeti, da te vrzeli zmanjša ali popolnoma odpravi. Da bi banka zmanjšala ali odpravila peto vrzel, mora zmanjšati druge vrzeli, ki prav tako nastajajo v storitveni organizaciji. V nadaljevanju bom opisala razloge nastanka in načine za odpravo vsake izmed petih vrzeli (Slika 4).

Prva vrzel predstavlja splošno vrzel, ki se pojavlja med banko in porabnikom, t.i. vrzel opredelitve. Nastane zaradi razlik med dejanskimi pričakovanji porabnikov in zaznavanjem pričakovanj s strani vodstva banke. Vodstvo banke pogosto ne ve, kakšna so pričakovanja porabnikov, niti na podlagi česa porabniki ustvarjajo svoja pričakovanja, zato jih ne razume. Do tega pride zaradi slabe komunikacije med nižjimi in višjimi nivoji organizacijske strukture. Strategije za zmanjšanje ali odpravo prve vrzeli so predvsem boljše poznavanje pričakovanj porabnikov. To lahko banka doseže s pridobivanjem informacij na podlagi tržnih raziskav ali z analizami pritožb in izboljšanjem komunikacije z bančnim osebjem (knjiga pritožb, klicni centri, obrazci za oddajo mnenj in želja po pošti). Veliko pozornosti je potrebno nameniti sodobnim oblikam bančništva, kjer se zaradi želje po zmanjšanju stroškov izgublja neposreden stik med banko in porabniki. Priporočljivo je vzpostaviti kontaktne centre, preko katerih banka komunicira s porabniki. Prav tako je potrebno zmanjševanje števila organizacijskih ravni banke, saj zapletena organizacijska struktura pripomore k nastanku prve vrzeli (Seth, Deshmukh, Vrat, 2005, str. 918).

Slika 4: Model vrzeli



Vir: Seth, Deshmukh, Vrat, 2005, str. 917.

Druga vrzel je t.i. vrzel specifikacije; nastane med zaznavanjem pričakovanj pri vodstvu in natančno opredelitvijo standardov kakovosti storitev. Vodstvo banke lahko pravilno zazna porabnikove želje, vendar ne določi natančno standardov izvedbe storitvenega procesa. Banka, ki želi odpraviti oziroma preprečiti nastanek druge vrzeli, mora postaviti jasne cilje in vzpostaviti ustrezne standarde kakovosti storitev in procesov. Banka mora konstantno spremljati novosti na področju bančnega poslovanja, finančnih storitev in tehnologije. Management banke lahko na tak način ustrezno vodi zaposlene v smeri zadovoljevanja porabnikovih pričakovanj. Banka mora postaviti cilje glede kakovosti in zagotoviti popolno razumevanje le-teh s strani zaposlenih, saj bo tako izvedba storitev v skladu s pričakovanji porabnikov. Pomembno je, da ponavljajoče delovne naloge standardizira, več pozornosti pa nameni tistim nalogam, ki zahtevajo več stikov z uporabniki njihovih storitev.

Tretja vrzel je vrzel med specifikacijo izvajanja storitve in samim izvajanjem. Do nastanka vrzeli pride, ko izvedba ne sledi opredelitvi. Povod za nastanek te vrzeli je predvsem človeški faktor in sicer spremenljivost v ravnanju kontaktnega osebja in izvajalcev storitev.

Prezapletenost standardov, pomanjkanje skupinskega dela, neustrezna izobrazba, nepoznavanje svoje funkcije, preobremenjenost in nepripravljenost zaposlenih za izpolnjevanje specifikacije pripeljejo do širjenja tretje vrzeli (Seth, Deshmukh, Vrat, 2005, str. 918). Banka mora poskrbeti, da zaposli ljudi z veseljem do takega dela in da le-te tudi obdrži. Pomembno je, da zaposlenim natančno opiše okvire njihovega delovanja, kaj se od njih pričakuje in kako potekajo procesi izvedbe storitev. Priporočljivo je sprotno usposabljanje in nadgrajevanje znanja. Pričakuje se, da bo zaposleni tudi pravično in pravočasno nagrajen za uspešno delo, kar povečuje motiviranost za pravilno izvajanje storitev. Zastarela in neustrezna tehnologija in druga oprema ima pomembno vlogo pri temu, da izvedba storitve ne sledi opredelitvi. Zato ni presenetljivo, da je danes delež sredstev, ki ga banke vložijo v posodabljanje tehnološke podpore poslovanju, zmeraj večji.

Četrta vrzel obstaja med izvajanjem storitev in zunanjim komuniciranjem. Banka lahko v okviru svojega tržnega komuniciranja porabnikom obljublja marsikaj, česar dejansko ne izvaja. Za preprečevanje nastanka te vrzeli ali njeno odpravo je potrebno paziti, da so obljube kasneje tudi dejansko izpolnjene, kar pomeni, da je potrebno v sporočilih poudarjati tiste storitve, ki jih dejansko lahko ponudijo porabnikom in tiste značilnosti storitev, ki so bančna konkurenčna prednost. Prav tako je pomembno, da se pri oglaševanju poudarja točne navedbe glede tistih značilnosti storitev, ki so za porabnike pri srečanju s storitvijo najpomembnejše. Nepopolna in zavajajoča sporočila bodo morda kratkoročno prepričala nekaj novih porabnikov, dolgoročno pa bo to pripeljalo do osipa, saj le-ti ne bodo zaupali svojega finančnega premoženja banki, ki je nezanesljiva.

Peta vrzel je vrzel med zaznано in pričakovano storitvijo in glavni razlog za nezadovoljstvo porabnikov bančnih storitev. Nastane takrat, kadar porabnik primerja izvedeno storitev s predhodnimi pričakovanim rezultatom in se primerjava ne ujema z želenim. Podlaga za merjenje omenjene vrzeli so v nadaljevanju opisane dimenzije kakovosti bančnih storitev. Odprava ali zmanjšanje te vrzeli je možna le posredno z zmanjšanjem ali s popolno odpravo predhodnih vrzeli.

Model ponuja splošno razumevanje in rešitve, ki so uporabne na različnih področjih delovanja. Model je v pomoč pri odkrivanju razlogov za probleme s kakovostjo storitev, ne odkriva pa specifičnih napak s kakovostjo storitev, ki se nanašajo na specifične storitvene organizacije. Vsaka storitvena organizacija mora pri nudenju kakovostne storitve sama razviti svoj način in strategije določanja in ohranjanja kakovosti storitev (Lovelock, 1996, str. 468 – 469).

Model vrzeli je osnova za oblikovanje lestvice *SERVQUAL* (glej poglavje 4.2, str.14), ki so jo razvili Parasuraman, Zeithaml in Berry. Meri kakovost storitev, kot jo zaznavajo bančni porabniki oziroma temelji na primerjavi pričakovanj in zaznavanj porabnikov in je osnova za ugotavljanje velikosti pete vrzeli. Model je sestavljen iz 22 trditev, razdeljenih v dva sklopa. Prvi sklop vprašanj meri pričakovanja porabnikov, kakšno storitev bi morala banka

ponuditi, drugi sklop pa zahteva odgovor, kakšno storitev banka dejansko ponuja (Jun, Cai, 2001, str. 277). Sedemstopenjska ocenjevalna lestvica, ki zajema odgovore od "sploh se ne strinjam" do "popolnoma se strinjam", se imenuje Likertova merilna lestvica in jo uporabljajo za vrednotenje odgovorov na 22 trditev. Porabniki si s pomočjo petih dimenzij ustvarijo mnenje o kakovosti storitev. Peta vrzel med pričakovano in zaznano storitvijo je merilo za kakovost storitve.

Model je kljub svoji uporabnosti naletel na številne kritike. Ena izmed glavnih kritik je ta, da se kakovost storitev v različnih storitvenih organizacijah ter panogah ne more meriti le na podlagi enega instrumenta, kot je opisan model (Jun, Cai, 2001, str. 278). Prav tako je veliko kritik poželo dejstvo, da se meri zaznano kakovost v določenem časovnem trenutku, poudarek na vzrokih, ki so do situacije pripeljali, pa zanemarija (Špenko, 2005, str. 17). Vsekakor bi bila potrebna primerjava pričakovanj porabnikov pred samim koriščenjem storitev in dejanska zaznava po uporabi le-te v različnih časovnih obdobjih. Kot alternativa modelu SERVQUAL sta Cronin in Taylor razvila model SERVPERF², ki meri le zaznano kakovost storitev oziroma le izkušnje porabnika z določeno storitvijo, zanemari pa sama pričakovanja. Avtorja namreč menita, da neposredno na kakovost storitev vpliva le zaznavanje izvedbe te storitve. Uporabljata petstopenjsko Likertovo ocenjevalno lestvico. Ugotovila sta, da s tem modelom pojasnijo več variance celotne kakovosti storitev kot z modelom SERVQUAL (Seth, Deshmukh, Vrat, 2005, str. 920).

Lassar (2000) je preučeval učinke kakovosti storitev na porabnikovo zadovoljstvo s pomočjo SERVQUAL lestvice na eni strani in koncepta tehnično in funkcionalne kakovosti (Grönroos) na drugi strani. Ugotovil je, da je model tehnično-funkcionalne kakovosti primernejši za ugotavljanje zadovoljstva na področju storitev, ki zahtevajo višjo vpletenost porabnika v sam proces dostave storitve in kadar so zahteve in pričakovanja porabnika zelo visoke (Lassar, Manolis, Winsor, 2000, str. 195). Njegove ugotovitve temeljijo na raziskavi privatnega bančništva, ko je porabnik visoko vpleten v sam proces izvedbe storitev, ni pa nujno, da veljajo za ostala področja bančnih storitev (Jun, Cai, 2001, str. 278). Nekateri avtorji so za merjenje kakovosti storitev uporabljali metodo kritičnih dogodkov. Tako je Johnston preučeval, kakšni so učinki dimenzij kakovosti storitev na porabnikovo zadovoljstvo oziroma nezadovoljstvo in kakšno pomembnost pripisujejo porabniki posameznim dimenzijam. V svoji raziskavi je definiral 18 dimenzij kakovosti, ki najbolj natančno in razumljivo opredeljujejo kakovost bančnih storitev. Dimenzije je razdelil na take, ki povzročajo samo zadovoljstvo, na tiste, ki povzročajo samo nezadovoljstvo, ter na dimenzije, ki povzročajo oboje. Ugotovitev njegove raziskave je bila ta, da povzročanje nezadovoljstva ni vedno nasprotni pol povzročanja zadovoljstva. Prav tako je ugotovil, katerim dimenzijam kakovosti porabniki pripisujejo večjo pomembnost in intenzivneje vplivajo na zadovoljstvo oziroma nezadovoljstvo (Johnston, 1997, str. 114). Raziskava, ki sta jo izvedla Jun in Cai (2001), prav tako temelji na podlagi kritičnih dogodkov, ki pri porabnikih povzročajo bodisi zadovoljstvo bodisi nezadovoljstvo. Avtorja sta raziskovala

² SERVPERF (ang. service performance-izvedba storitve).

zadovoljstvo s kakovostjo internetnih bančnih storitev. Ugotovila sta, da kakovost tega področja gradi 17 dimenzij kakovosti, ki sta jih razvrstila v tri obsežnejše kategorije; kakovost obravnave uporabnika, kakovost on-line sistema in kakovost ponudbe bančnih storitev (Jun, Cai, 2001, str. 277).

Namen diplomskega dela je analizirati, kako posamezne dimenzije kakovosti vplivajo na zadovoljstvo porabnikov konkretne banke, ki so namenjene fizičnim osebam. Oprla se bom na SERVPERF model, saj so številni avtorji v svojih raziskavah ugotovili, da je za merjenje kakovosti na področju bančništva najbolj primeren.

5. RAZISKAVA KAKOVOSTI BANČNIH STORITEV, NAMENJENIM PREBIVALSTVU NA PRIMERU KONKRETNE BANKE

Prva štiri poglavja diplomskega dela so namenjena teoretičnim osnovam in obravnavajo osnovne pojme, ki so ključnega pomena pri celoviti sestavi diplomskega dela. Sledi raziskovalni del, ki podrobneje obravnava analizo kakovosti bančnih storitev namenjenim prebivalstvu na primeru konkretne banke (zaradi anonimnosti banke bo v nadaljevanju opredeljena kot banka X).

5.1 NAMEN IN CILJI RAZISKAVE

Namen raziskave je na podlagi zadovoljstva porabnikov s posamezno dimenzijo kakovosti storitev namenjenim prebivalstvu ugotoviti, kakšno je njihovo vrednotenje storitev, ki jim jih banka ponuja. Pri raziskavi sem se osredotočila le na poslovanje banke X s prebivalstvom (s fizičnimi osebam), zaradi same kompleksnosti pridobivanja podatkov od pravnih oseb sem le-te pustila ob strani.

Cilji raziskave so izhajali iz samega namena diplomske naloge in jih navajam v nadaljevanju:

- glavni cilj raziskave je ugotoviti, kako porabniki ocenjujejo kakovost bančnih storitev konkretne banke;
- ugotoviti splošno oceno zadovoljstva s kakovostjo storitev konkretne banke;
- ugotoviti, kako močno vplivajo posamezne dimenzije kakovosti storitev na splošno oceno zadovoljstva;
- ugotoviti, v kolikšni meri posamezne dimenzije kakovosti vplivajo na zadovoljstvo porabnika z bančnimi storitvami, saj so številne raziskave (Jabnoun in Al-Tamimi, 2003; Johnston, 1997 in drugi) pokazale, da so določene dimenzije kakovosti storitev bolj pomembne pri ocenjevanju zadovoljstva od drugih.

5.2 NAČRT RAZISKAVE

Sprva bom s pomočjo preiskovalne (kvalitativne) raziskave postavila izhodišča, ki mi bodo v pomoč pri nadaljnjem raziskovanju. Preiskovalna raziskava zajema analizo sekundarnih podatkov, skupinski pogovor s porabniki banke X, globinski intervju z zaposlenim v banki X, ki je neposredno povezan s področjem, ki ga bom raziskovala ter posredovane informacije s strani vodji poslovnih enot banke X. Na podlagi podatkov, pridobljenih s preiskovalno raziskavo, bom postavila raziskovalne hipoteze in sestavila anketni vprašalnik. Sledi izbira vzorca ter samo anketiranje vzorčnih enot (porabnikov banke X). Statistično analizo zbranih podatkov bom izvedla s pomočjo statističnega računalniškega programa SPSS za Windowse, verzija 11.0.0.

5.2.1 PREISKOVALNA RAZISKAVA

Nepogrešljivi del za poglobljen vpogled v problematiko je bila izvedba skupinskega pogovora s porabniki banke X. Podroben opis poteka pogovora navajam v Prilogi 2. Pregledala sem tudi knjigo pohval in pritožb, ki jo vodijo pri banki X.

Ugotovila sem, da se je veliko porabnikov odločilo za banko X, ker je le-ta največja banka na tem območju z najdaljšo tradicijo skozi čas, kar jim daje občutek zaupanja in zanesljivosti. Kot veliko prednost banke X pred ostalimi so navedli število poslovalnic na tem območju in številne bančne avtomate. Večina je že veliko časa porabnik banke X in je s kakovostjo bančnih storitev na splošno zadovoljna. Vsi so si bili enotni, da je kakovostna bančna storitev predvsem zanesljiva; kot tako so navedli natančnost in točnost izvedbe brez prisotnosti napak. Večina je kot zelo pomemben dejavnik zaznavanja kakovosti bančnih storitev navedla odzivnost tj. hitrost izvedbe brez nepotrebnih zavlačevanj. Nekaj porabnikov je poudarilo, da so prijaznost kontaktnega osebja, razumevanje njihovih potreb in poslušanje njihovih želja prav tako pomembni dejavniki, ki vplivajo na njihovo zadovoljstvo oziroma nezadovoljstvo s storitvami. Starejši so omenjali, da so bančni uslužbenci banke X velikokrat neprijazni do njih, jim ne posredujejo potrebnih informacij, kar jih velikokrat zbega in vpliva na njihovo nezadovoljstvo. Kot pomemben dejavnik so navedli tudi dolge čakalne vrste pred bančnimi okenci in počasnost zaposlenih pri opravljanju storitev. Mlajši porabniki so prijaznost kontaktnega osebja opisali kot nekoliko manj pomembno sestavino kakovosti storitev, saj se večinoma odločajo za storitve, ki ne predvidevajo kontaktov z bančnim osebjem. Mlajši porabniki so najbolj zadovoljni z zanesljivostjo, hitrostjo in z enostavnostjo opravljanja storitev. Prav tako so zadovoljni z razpoložljivimi informacijami, ki jih pridobivajo predvsem preko spleta. Povedali so, da so natančne in izčrpne. V primeru, da informacije niso dostopne na spletni strani, jim jih bančni uslužbenci hitro posredujejo preko elektronske pošte ali telefona. Zasedla sem, da ni nihče omenil lokacije banke, širokega programa ponudbe storitev in notranjega izgleda bančnih prostorov kot dejavnikov kakovosti bančnih storitev. Večina ni imela večjih

problemov in sporov z banko X, ki bi jih izpostavili. Le ena gospa je povedala, da je imela manjšo težavo, ki je bila skupaj z bančnim osebjem hitro odpravljena.

Iz globinskega intervjuja z zaposlenim v banki X (Priloga 3) sem ugotovila, da se zavedajo, da sta zanesljivost in varnost bančnih storitev za porabnike najpomembnejša dejavnika kakovosti in jima zato posvečajo prav posebno pozornost. Pohvale in pritožbe zbirajo na različne načine (knjiga pohval in pritožb, preko kontaktnega osebja, po pošti preko obrazcev, po elektronski pošti) in na podlagi zbranih podatkov skušajo oblikovati uporabne informacije za izboljšavo svojega poslovanja. Drugačnih oblik načrtnega zbiranja mnenj porabnikov ne izvajajo. Periodično rešujejo večje pritožbe, ki potrebujejo globlji vpogled in obravnavo tudi na sestankih komisije za reševanje pritožb. Predsednik te komisije, ki je bil tudi moj sogovornik pravi, da takih pritožb ni veliko, rešujejo pa jih hitro in učinkovito. Informiranje porabnikov o obstoječih in novih storitvah je po mnenju zaposlenega učinkovito. Poudarek pa je predvsem na sodobnih bančnih storitvah in poslovanju z vzajemnimi skladi.

Vodjem poslovnih enot sem po elektronski pošti poslala tri vprašanja. Odgovore mi je, prav tako po elektronski pošti, posredovalo 5 vodij. Povedali so, da ne dobijo veliko pritožb (Priloga 4). Večina pritožb se navezuje na višino obrestnih mer in drugih bančnih tarif. Druge pritožbe so predvsem logistične narave; primanjkovalje parkirnih prostorov pred bančno poslovalnico, slaba pokritost z bančnimi avtomati v njihovih regijah in slaba organizacija čakalnih vrst pred bančnim okencem. S porabniki se skušajo zmeraj pogovoriti in odpraviti težave z lepo besedo. Informacije o težavah, ki jih imajo s svojimi porabniki, vedno posredujejo v centralno enoto banke X.

5.2.2 RAZISKOVALNE HIPOTEZE

Na podlagi sekundarnih podatkov, dognanj iz skupinskih pogovorov ter poglobljenih intervjujev sem postavila raziskovalne hipoteze, ki jih bom z raziskavo v nadaljevanju potrdila ali ovrgla.

1. **Hipoteza:** *Porabniki, ki so stranke banke X dlje časa, so z njenimi storitvami bolj zadovoljni kot ostali porabniki.*

Na podlagi skupinskega pogovora sem prišla do zaključka, da so porabniki, ki so dlje časa stranke določene banke, tudi bolj zadovoljni z njihovimi storitvami. Domnevam, da so pozitivne izkušnje, ki so jih pridobili, privedle k temu, da so ostali zvesti banki. S pomočjo te hipoteze želim preveriti, ali izkušnje porabnikov vplivajo na njihovo zadovoljstvo z bančnimi storitvami.

2. **Hipoteza:** *Na splošno zadovoljstvo porabnikov s storitvami preučevane banke najmočnejše vpliva zanesljivost kot dimenzija kakovosti storitve, takoj za njo pa odzivnost.*

Wang, Lo in Hui (2003, str. 79) so ugotovili, da na zadovoljstvo porabnikov z bančnimi storitvami najbolj vplivajo dimenzije vzbujanje zaupanja, nato odzivnost in na tretjem mestu fizični dokazi. Na podlagi skupinskega pogovora sem prišla do spoznanja, da se porabniki banke X nekoliko razlikujejo od navedenega in da na njihovo pozitivno ocenjevanje bančnih storitev najbolj vpliva zanesljivost, sledi pa odzivnost. Omenjena hipoteza predstavlja osnovni cilj raziskave, saj bom z njeno pomočjo prišla do analize posameznih dimenzij kakovosti in njihovega vpliva na zadovoljstvo.

3. Hipoteza: *Tehnična kakovost storitev (širina in globina sortimenta) manj vpliva na splošno oceno zadovoljstva s storitvami preučevane banke, kot pa funkcionalna kakovost.*

Vpliv tehnične in funkcionalne kakovosti na oceno zadovoljstva se razlikuje glede na vrsto storitvenega podjetja. Likewise, Higgins in Ferguson (v Lassar, Manolis, Winsor, 2000, str. 183) so ugotovili, da stranke računovodskega servisa pripisujejo veliko večjo težo funkcionalni kakovosti kot tehnični pri ocenjevanju zadovoljstva s storitvijo. Razlog prihaja iz dejstva, da porabnikom primanjkuje znanja na področju računovodstva, ki je pomemben faktor za ocenjevanje tehnične kakovosti storitve. Po drugi strani sta Richard in Allaway (v Lassar, Manolis, Winsor, 2000, str. 183) preučevala vpliv tehnične in funkcionalne kakovosti na oceno zadovoljstva s storitvijo dostave pic. Prišla sta do spoznanja, da je ocenjevanje tehnične kakovosti storitve v tem primeru veliko lažje, saj si porabniki predstavljajo, kaj želijo dobiti na koncu storitvenega procesa (okusno pico s sestavinami, ki so jih naročili) in ima vpliv tehnične kakovosti storitve na splošno oceno zadovoljstva s storitvijo veliko večjo težo. Seveda je pomembno tudi, kako je storitev opravljena (hitra dostava in prijazno osebje), vendar ima slednje samostojno veliko manjši vpliv na splošno zadovoljstvo kot v povezavi s tehnično kakovostjo. Banke pridobivajo konkurenčno prednost na podlagi funkcionalne kakovosti, saj je v osnovi tehnična kakovost (kaj porabnik dobi na koncu storitvenega procesa) med bankami v današnjih časih bolj ali manj enaka. Menim, da banke preveč izboljšujejo zgolj področja, ki vplivajo na tehnično kakovost storitev in se ne zavedajo pomembnosti, ki jo ima v njihovi panogi funkcionalna kakovost. Lastna preiskovalna raziskava je pokazala, da na porabnikovo oceno zadovoljstva z bančnimi storitvami v večji meri vplivajo dejavniki kakovosti kot so zanesljivost osebja in storitvenega procesa, zaupanje v bančno ustanovo in njene zaposlene, usmerjenost poslovanja k porabniku in odzivnost pri izpeljavi storitev. Nihče ni omenil širine in globine asortimenta bančnih storitev kot pomemben faktor pri splošni oceni zadovoljstva s storitvami. Večina porabnikov uporablja le nekaj bančnih storitev in jim v takih primerih velika paleta različnih bančnih storitev ne pomeni veliko pri ocenjevanju kakovosti in posledično zadovoljstva, pomembno pa jim je, da so storitve, ki jih uporabljajo opravljene zanesljivo, hitro in prijazno.

- 4. Hipoteza:** *Starejši porabniki slabše ocenjujejo usmerjenost pozornosti k porabniku v preučevani banki kot mlajši porabniki; čim slabše jo ocenjujejo, tem slabša je tudi njihova splošna ocena zadovoljstva s storitvami.*

Johnston (1997, str. 114) je odkril, da so uslužnost, predanost, pozornost, skrbnost, prijaznost bančnega kontaktnega osebja pomembni dejavniki, ki vplivajo na zadovoljstvo porabnikov z bančnimi storitvami. Z lastno preiskovalno raziskavo sem ugotovila, da porabniki banke X izpostavljajo usmerjenost pozornosti k porabnikom predvsem kot negativno ocenjen dejavnik, predvsem starejši porabniki bi ga izpostavili kot negativno stran kakovosti bančnih storitev konkretne banke (glej Prilogo 2).

- 5. Hipoteza:** *Pri porabnikih, ki uporabljajo spletno banko kot pot za dostavo bančnih storitev, dimenzija odzivnost močnejše vpliva na njihovo splošno stopnjo zadovoljstva kot pri drugih porabnikih.*

Na podlagi lastne preiskovalne raziskave sem prišla do ugotovitve, da se mlajši porabniki v večji meri odločajo za uporabo spletne banke kot poti za dostavo bančnih storitev, kot starejša populacija. Predstavlja jim alternativo klasičnim bančnim potem. Kot prednost so navedli izognitev gneči in čakanju v vrsti na banki, dostop do spletne banke je omogočen 24 ur na dan in informacije so dostopne na enem mestu. Kot pomemben dejavnik kakovosti bančnih storitev so omenjali odzivnost, ki v največji meri vpliva na njihovo zadovoljstvo (hitro opravljanje transakcij, pravočasna izvedba storitev s strani banke, informiranje o poteku transakcij, takojšnje ukrepanje pri prijavi napake, takojšnja pomoč pri težavah) z bančnimi storitvami konkretne banke. Starejši porabniki v večini primerov ne uporabljajo spletne banke in ne poznajo prednosti, ki jih ta prinaša. Prav tako so pri ocenjevanju splošnega zadovoljstva omenjali druge dimenzije kakovosti (zanesljivost, zaupanje in usmerjenost k porabniku). Hipoteza je postavljena z namenom ugotoviti, ali je dimenzija odzivnosti pri ocenjevanju splošnega zadovoljstva s storitvami konkretne banke bolj značilna za porabnike, ki uporabljajo spletno banko.

5.2.3 PREDSTAVITEV ANKETNEGA VPRAŠALNIKA

Anketni vprašalnik sem izbrala kot instrument zbiranja primarnih podatkov. Pri oblikovanju ankete sem se oprla na splošna pravila, ki veljajo na tem področju. Kot izhodišče sem upoštevala dimenzije kakovosti, ki sem jih opisala v poglavju 4.2. in osnove modela SERVQUAL in SERVPERF. Oprla sem se na avtorje, ki trdijo, da meri SERVPERF model kakovost bančnih storitev bolj natančno ter da se z uporabo tega modela poveča učinkovitost anketiranja porabnikov, saj se za polovico zmanjša število trditev. Prav tako je diplomska naloga zastavljena v smeri zbiranja mnenj porabnikov, ki že uporabljajo storitev banke X, zato bi bilo ocenjevanje pričakovano, ki so jih imeli pred samim pričetkom uporabe storitev, precej oteženo. Vsebina vprašalnika je odraz predhodne preiskovalne raziskave, na podlagi katere sem se odločila, katera vprašanja vključiti. Vprašalnik (Priloga

5) sem opremila z uvodnimi besedami, kjer sem se na kratko predstavila. Sledi tematika anketnega vprašalnika in čas, ki bi ga naj približno porabili za odgovarjanje na vprašanja. Pred vsakim vprašanjem so tudi kratka navodila, ki seznanijo anketiranca z načinom reševanja posameznih vprašanj. Sestavila sem osem strukturiranih vprašanj zaprtega tipa, ki sem jih vsebinsko ločila v dva sklopa. Prvi sklop vprašanj se nanaša na podatke o zadovoljstvu s storitvami konkretne banke, drugi pa na demografske podatke anketiranih porabnikov. Uporabljala sem razumljive izraze, izogibala sem se dvoumnim in zavajajočim trditvam ter zapletenim strokovnim izrazom.

Prvo in drugo vprašanje se nanašata na preverjanje prve hipoteze, pri kateri sem želela ugotoviti, ali obstaja pozitivna povezava med časom poslovanja z banko X in splošnim zadovoljstvom s kakovostjo storitev.

Tretje vprašanje je najobsežnejše, saj bom z njegovo pomočjo preverjala ostale štiri hipoteze. Vključuje 29 trditev, ki se navezujejo na pet osnovnih dimenzij kakovosti po SERVQUAL modelu. Dodala sem še dimenzijo *dostop*, saj se je v preiskovalni raziskavi izkazala za pomemben faktor pri oblikovanju zadovoljstva z bančnimi storitvami ter eno trditev, ki opisuje tehnično kakovost. Vse trditve so navedene v obliki Likertove lestvice.

Tabela 2: Razporeditev trditev po dimenzijah kakovosti storitev

Trditev	Dimenzija kakovosti
1. Banka opravlja storitve brez napak.	Zanesljivost
2. Bančne storitve so opravljene v obljubljenem časovnem roku.	Zanesljivost
3. Bančni uslužbenci pokažejo iskreno zanimanje za reševanje mojih problemov, povezanih z bančnim poslovanjem.	Zanesljivost
4. V banki izvedejo storitev pravilno že prvikrat.	Zanesljivost
5. V banki opravijo neko storitev točno tako, kot so obljubili.	Zanesljivost
6. Banka mi redno pošilja na dom mesečne izpiske o stanju na mojem računu.	Zanesljivost
7. Z bančnimi karticami te banke doslej nisem imel (-a) težav.	Zanesljivost
8. Bančni uslužbenci se hitro odzivajo na moje prošnje.	Odzivnost
9. Bančni uslužbenci so mi vedno pripravljene pomagati.	Odzivnost
10. Bančni uslužbenci hitro odpravijo morebitne napake.	Odzivnost
11. V tej banki pridem hitro na vrsto.	Odzivnost
12. Bančni uslužbenci mi točno povedo, kdaj bo neka storitev izvedena.	Odzivnost
13. Mesečni izpiski, ki jih prejmem na dom, so jasni in razumljivi	Vzbujanje zaupanja
14. Bančni uslužbenci mi vzbujajo zaupanje.	Vzbujanje zaupanja
15. Bančni uslužbenci so prijazni in vljudni.	Vzbujanje zaupanja

16. Bančni uslužbenci imajo dovolj znanja, da lahko zanesljivo odgovorijo na moja vprašanja.	Vzbujanje zaupanja
17. Informacije, ki mi jih posredujejo bančni uslužbenci, so jasne in razumljive.	Vzbujanje zaupanja
18. Počutim se varnega pri poslovanju s to banko.	Vzbujanje zaupanja
19. Delovni čas te banke ustreza mojim potrebam.	Dostop
20. Banka je dostopna brez težav (parkirišče, dvigala, dostop za invalide ...)	Dostop
21. Ta banka ima zame ugodno lokacijo (blizu doma, službe, trgovin ...)	Dostop
22. Bančni uslužbenci mi znajo svetovati, kaj bi bila zame najbolj ugodna storitev.	Vživljanje v položaj porabnika
23. Banka upošteva moje želje in potrebe.	Vživljanje v položaj porabnika
24. Bančni uslužbenci pokažejo razumevanje za moje specifične potrebe.	Vživljanje v položaj porabnika
25. Bančne poslovalnice so lepega videza.	Fizični dokazi
26. Banka ima sodobno tehnično opremo.	Fizični dokazi
27. Bančni uslužbenci so primerno oblečeni in urejeni glede na delo, ki ga opravljajo.	Fizični dokazi
28. Tiskani materiali (obrazci, brošure, mesečni izpiski, bančne kartice ipd.) so privlačnega videza.	Fizični dokazi
29. Obseg (oz. raznolikost) storitev, ki ji ponuja banka X, ustreza mojim potrebam.	Tehnična kakovost

Vir: Lastna raziskava, 2007.

Trditve sem v samem anketnem vprašalniku nekoliko pomešala in se tako izognila morebitnemu »halo učinku«³. Za merjenje zadovoljstva sem uporabila šeststopenjsko Likertovo lestvico, kjer so porabniki obkrožili enega od možnih odgovorov; od močno se ne strinjam (1) do močno se strinjam (6). Lestvica nima nevtralne točke, saj so vsi anketirani porabniki banke X, kar pomeni, da naj bi imeli izoblikovano bodisi pozitivno bodisi negativno mnenje glede navedenih trditvev. Četrto vprašanje se navezuje na uporabo spletne banke in mi bo v pomoč pri potrditvi ali zavrnitvi pete hipoteze.

Vprašanja, ki sledijo, so namenjena zbiranju demografskih podatkov (od petega do osmega vprašanja).

Anketni vprašalnik sem pred samo izvedbo anketiranja pilotsko testirala na 8 naključno izbranih porabnikih banke X, ki so na dan testiranja prišli v glavno poslovalnico. Nihče od pilotsko anketiranih ni imel pripomb glede razumljivosti vprašalnika ali kakšnih drugih komentarjev, ki bi nakazali na neprimernost vprašanj v anketnem vprašalniku. Sklepala sem, da je vprašalnik primeren za anketiranje, zato sem nadaljevala z vzorčenjem.

³ Halo učinek; pravimo, ko ocena ene lastnosti neupravičeno vpliva na oceno drugih lastnosti.

5.2.4 IZBIRA VZORCA

Ciljno populacijo so predstavljali vsi porabniki (fizične osebe), ki imajo odprt transakcijski račun pri banki X in so starejši od 18 let; zgornje starostne meje nisem postavila. Anketiranje je potekalo pred osmimi različnimi poslovalnicami banke X, šest poslovalnic se nahaja v primorski regiji, dve pa sta zajeli območje Notranjske. Porabnikom sem ponudila vprašalnik v izpolnjevanje, ko so v banko vstopali; rezultati anketiranja po opravljenih storitvah bi lahko bili bolj odraz trenutnega zadovoljstva, kot pa zaznane kakovosti storitev nasploh. Porabnikom sem vprašalnik ponudila v samostojno izpolnjevanje na mestu anketiranja. Po izpolnitvi vprašalnika so mi ga osebno vrnili. Izbira vzorca je bila naključna, šlo je za neverjetnostni priložnostni vzorec. Anketiranih je bilo 150 porabnikov banke X.

Anketiranje je potekalo od 10. maja do 2. junija 2007. Anketirala sem od ponedeljka do vključno sobote. Prav tako sem pazila, da sem anketirala tako v dopoldanskem kakor popoldanskem času in zajela različne vzorce porabnikov.

5.3 REZULTATI RAZISKAVE

5.3.1 SESTAVA VZORCA

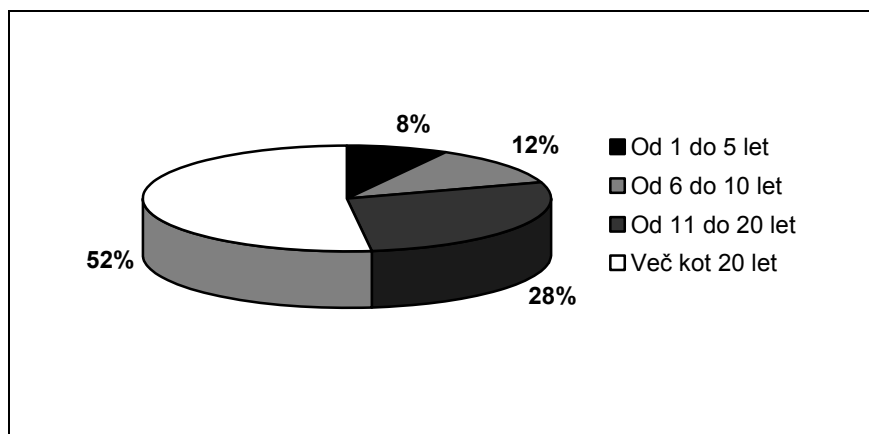
V vzorec je bilo zajetih 150 porabnikov banke X, od tega naključno 100 žensk in 50 moških. Največ anketiranih (25,3%) je bilo iz starostne skupine od 31 do 40 let, sledili so anketiranci (24,7%) iz starostne skupine od 21 do 30 let, nekaj manj (24,0%) je bilo anketirancev, ki se uvrščajo v skupino starejših od 50 let. Predstavnikov starostne skupine od 41 do 50 let je bilo 33, kar predstavlja 22 odstotni delež, starostna skupina mlajših od 20 let pa predstavlja 4 odstotke anketiranih porabnikov (glej Prilogo 6). Največ anketiranih porabnikov ima dokončano srednjo šolo, teh je 48,7%, univerzitetno izobrazbo si je pridobilo 26% anketiranih, 1,3% pa ima dokončan magistririj ali doktorat. Glede na mesečni neto dohodek je bilo največ anketirancev (30,7%) iz dohodkovnega razreda od 831 € do 1000 €, sledilo je 26% anketirancev, ki mesečno zaslužijo več kot 1000 €. Od 631 € do 830 € mesečnega neto dohodka je zaslužio 18,7% vprašanih porabnikov, 12,7% anketirancev spada v razred od 501 € do 630 €, nekoliko manj (12,0%) anketirancev zasluži mesečno do 500 € (glej Prilogo 6).

5.3.2 REZULTATI UNIVARIATNE ANALIZE

Rezultate, ki sem jih pridobila z raziskavo, sem s pomočjo osnovnih statističnih mer analizirala po posameznih vprašanjih. Prvo vprašanje se je nanašalo na to, koliko časa so anketiranci komitenti banke X. V nadaljevanju bom podatke potrebovala za preverjanje prve hipoteze o povezavi med časom uporabe bančnih storitev in splošnim zadovoljstvom s storitvami banke X. Na Sliki 5 je razvidno, da je med porabniki največ takih (52%), ki storitve banke X uporabljajo več kot 20 let, 8% je bilo takih, ki poslujejo z banko X od

enega do pet let. V vzorcu ni bilo zajetih porabnikov, ki bi bili porabniki banke X manj kot eno leto.

Slika 5: Zvestoba porabnikov banki X



Vir: Priloga 7, Tabela 3.

Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X sem preverjala z drugim vprašanjem. V Prilogi 7, Tab. 1 lahko vidimo, da so anketiranci v povprečju zadovoljni z bančnimi storitvami, saj znaša aritmetična sredina 4,45 (na lestvici od 1 do 6). Spodnja meja na intervalu zaupanja za omenjeno spremenljivko znaša 4,30, zgornja meja pa 4,60, pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$ (Priloga 10). Iz Priloge 7 Tab. 4 je tudi razvidno, da je kar 73 anketiranih porabnikov (48,7%) izrazilo, da so zadovoljni s storitvami banke X; 46 oziroma 30,7% anketiranih je takih, ki so bolj zadovoljni kot nezadovoljni. Le 11 anketirancev oziroma 7,3% pa je z bančnimi storitvami zelo zadovoljnih.

Tretje vprašanje je sestavljeno iz 29 trditvev v obliki šeststopenjske Likertove lestvice, kjer ena pomeni močno se ne strinjam s posamezno trditvijo, šest pa močno se strinjam z omenjeno trditvijo. Trditve se nanašajo na šest dimenzij kakovosti storitev, ena pa na tehnično kakovost (glej Tabela 2, str. 25).

Dimenzijo *zanesljivost* meri sedem trditvev (trditvev 3, 4, 5, 19, 22, 26 in 29, glej Prilogo 5). Kot lahko vidimo v Prilogi 7, Tab. 1, je aritmetična sredina za trditvev »Z bančnimi karticami te banke doslej nisem imel (-a) težav« precej visoka, znaša namreč 4,94, na intervalu zaupanja od 4,74 do 5,14 pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$ (glej Prilogo 10). Med anketiranimi porabniki je kar 40,7% takih, ki se s trditvijo močno strinjajo (glej Priloga 7, Tab. 5). Za trditvev »Banka opravlja storitve brez napak«, znaša aritmetična sredina 4,23 in predstavlja najnižjo aritmetično sredino med trditvami, ki se nanašajo na dimenzijo *zanesljivost* (na intervalu zaupanja od 4,04 do 4,42, pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$, glej Prilogo 10). Prav tako trditvev »Banka mi redno pošilja na dom mesečne izpiske o stanju na mojem računu«, ki se tudi nanaša na dimenzijo *zanesljivosti*, je pri anketiranih porabnikih naletela na pozitiven odziv, saj se je 68,7% porabnikov v povprečju močno strinjalo s trditvijo (Priloga 7, Tab. 6). Kot je razvidno iz Priloge 7, Tab. 1, znaša aritmetična sredina

5,57 (na intervalu zaupanja od 5,45 do 5,70, pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$, glej Prilogo 10). Ta trditev ima v primerjavi z ostalimi trditvami, ki se nanašajo na posamezne sestavine kakovosti, najvišjo aritmetično sredino, na kar kaže tudi močna asimetrija v desno na histogramu v Prilogi 7, Hist. 1. V Prilogi 7, Tab. 2, lahko vidimo, da aritmetična sredina za kompleksno spremenljivko *zanesljivost* znaša 4,6581 (na intervalu zaupanja od 4,5348 do 4,7814 pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$, glej Prilogo 11), modus znaša 5,14 (glej Prilogo 7, Tab. 2), iz česar lahko sklepam, da je mnenje porabnikov glede zanesljivosti banke X pozitivno. Iz Tabele 3 lahko razberemo vrednost alfa Cronbachovega koeficienta za vseh sedem trditev, ki se nanašajo na dimenzijo zanesljivost. Koeficient znaša 0,8329 (kar je več kot 0,6), kar kaže na zanesljivost lestvice merjenja in konsistentnost vseh sedmih trditev.

Dimenzijo *odzivnost* sem preverjala s pomočjo petih trditev (trditve 1, 7, 9, 24, 25, glej Priloga 5). Najvišjo aritmetično sredino je zaznati pri trditvi »Bančni uslužbenci se hitro odzivajo na moje prošnje«, ta znaša 4,47 na intervalu zaupanja od 4,30 do 4,63 pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$ (glej Prilogo 10). Najmanj pa se anketirani porabniki strinjajo s trditvijo »V tej banki pridem hitro na vrsto«, 17,3% anketiranih porabnikov se s trditvijo skoraj v celoti ni strinjalo (glej Prilogo 7, Tab. 7). Aritmetična sredina znaša 3,71 na intervalu zaupanja od 3,51 do 3,91 pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$ (glej Prilogo 10). Ta trditev ima v primerjavi z ostalimi trditvami, ki se nanašajo na posamezne sestavine kakovosti, najnižjo aritmetično sredino, opozorila pa bi na veliko odstopanje opazovanih vrednosti spremenljivk okoli aritmetične sredine, saj znaša standardi odklon 1,25 (glej Prilogo 7, Tab. 1), pojav je lepo viden na histogramu, kjer so vrednosti precej razpršene (Priloga 7, Hist. 2). Kot je razvidno iz Tabele 3, je vrednost alfa Cronbachovega koeficienta precej visoka, znaša namreč 0,8618, kar kaže na razmeroma visoko stopnjo konsistentnosti trditev in na visoko zanesljivost merskega instrumenta. Aritmetična sredina kompleksne spremenljivke *odzivnost* znaša 4,2173 (na intervalu zaupanja od 4,0695 do 4,3651 pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$, glej Prilogo 11). Kljub nekoliko nižji aritmetični sredini porabniki dimenzijo kakovosti *odzivnost* pozitivno ocenjujejo.

Tabela 3: Preverjanje notranje konsistentnosti posameznih kompleksnih spremenljivk

Kompleksne spremenljivke	Cronbach α
Zanesljivost	0,8329
Odzivnost	0,8618
Vzbujanje zaupanja	0,8713
Dostop	0,7607
Vživljanje v položaj porabnika	0,8565
Fizični dokazi	0,6084

Vir: Priloga 8, Tab.1–5.

Najvišja stopnja konsistentnosti se je pokazala pri trditvah, ki se nanašajo na dimenzijo kakovosti *vzbujanje zaupanja*, saj znaša Cronbach α kar 0,8713 (glej Tabela 3), kar kaže na precej visoko zanesljivost merskega instrumenta. Aritmetična sredina za omenjeno sestavljeno spremenljivko znaša 4,5133 (na intervalu zaupanja od 4,3788 do 4,6478 pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$, glej Prilogo 11) kar kaže na dobro mnenje porabnikov banke X glede vzbujanja zaupanja. Pri natančnejši obravnavi posameznih trditev, ki oblikujejo kompleksno spremenljivko *vzbujanje zaupanja*, zasledimo, da je najvišja aritmetična sredina ocenjena za trditev »Mesečni izpiski, ki jih prejmem na dom so jasni in razumljivi« in znaša 4,99 (na intervalu zaupanja od 4,83 do 5,15 pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$, glej Prilogo 10), sledi trditev »Počutim se varnega pri poslovanju s to banko« z aritmetično sredino 4,66 (na intervalu zaupanja od 4,47 do 4,85 pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$, glej Prilogo 10). Najmanj doprineseta k pozitivnemu mnenju trditvi »Bančni uslužbenci mi vzbujajo zaupanje« in »Bančni uslužbenci imajo dovolj znanja, da lahko zanesljivo odgovorijo na moja vprašanja«, kjer znaša aritmetična sredina 4,25 (na intervalu zaupanja od 4,08 do 4,42 pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$) in 4,31 (na intervalu zaupanja od 4,14 do 4,47 pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$), oboje je razvidno iz Priloge 10.

Ocenjena aritmetična sredina za kompleksno spremenljivko *dostop* znaša 4,3689 na intervalu zaupanja od 4,1901 do 4,5477 pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$ (glej Prilogo 11). Za trditev »Delovni čas te banke ustreza mojim potrebam« je aritmetična sredina 3,75 (na intervalu zaupanja od 3,52 do 3,98 pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$, glej Prilogo 10). Omeniti velja visoko odstopanje opazovanih vrednosti spremenljivk okoli aritmetične sredine (standardni odklon znaša 1,42, glej Prilogo 7, Tab. 1), ki je nazorno vidno na histogramu 3 v Prilogi 7. Kar 25,3% anketiranih se s trditvijo skoraj v celoti strinja, po drugi strani pa je 16,0% porabnikov, ki pravi, da se s trditvijo skoraj v celoti ne strinjajo (glej Priloga 7, Tab. 8). Zanimiva je vrednost aritmetične sredine spremenljivke *ugodna lokacija bančne poslovalnice*, ki znaša kar 4,99 na intervalu zaupanja od 4,83 do 5,15 pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$ (glej Prilogo 10) in modusom 6 (Priloga 7, Tab. 1), kar pomeni, da se večina anketiranih porabnikov močno strinja s to trditvijo. Zanimiva pa je zato, ker bi tudi v tem primeru pričakovali večjo razpršenost odgovorov, zaradi zelo različnih preferenc porabnikov. Zanesljivost merskega instrumenta potrjuje alfa Cronbach koeficient, ki znaša 0,7607 (glej Tabela 3, str. 30).

Ocenjena aritmetična sredina za kompleksno spremenljivko *vživljanje v položaj porabnika* znaša 4,0978 na intervalu zaupanja od 3,9311 do 4,2645 pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$ in je najnižja med aritmetičnimi sredinami kompleksnih spremenljivk (glej Prilogo 11). Za trditev »Bančni uslužbenci mi znajo svetovati, kaj bi bila zame najbolj ugodna storitev« je aritmetična sredina 4,22 (na intervalu zaupanja od 4,04 do 4,39 pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$, glej Prilogo 10). Trditev »Banka upošteva moje želje in potrebe« prikazuje najnižjo aritmetično sredino med trditvami, ki opisujejo to dimenzijo kakovosti bančnih storitev, natančneje 3,95 (na intervalu zaupanja od 3,74 do 4,15 pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$, glej

Prilogo 10). Alfa Cronbach koeficient potrjuje zanesljivost merskega instrumenta, saj znaša 0,8565 (glej Tabela 3, str. 30).

Zadnja dimenzija kakovosti je *fizični dokazi*, kot lahko vidimo v Tabeli 3 (glej str. 30), kaže Cronbach α precej nižjo stopnjo konsistentnosti od ostalih kompleksnih spremenljivk in sicer 0,6084, vendar je vrednost koeficienta višja od 0,6, zato lahko še vedno govorimo o sprejemljivi zanesljivosti (podrobnejši podatki so v Prilogi 8, Tab. 5). Aritmetična sredina kompleksne spremenljivke znaša 4,7200 na intervalu zaupanja od 4,6423 do 4,8277 pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$ (glej Prilogo 11). Nizko odstopanje od aritmetične sredine (glej Prilogo 7, Tab. 2) nam pove, da so si anketirani porabniki enotni in imajo pozitivno mnenje do obravnavane kompleksne spremenljivke.

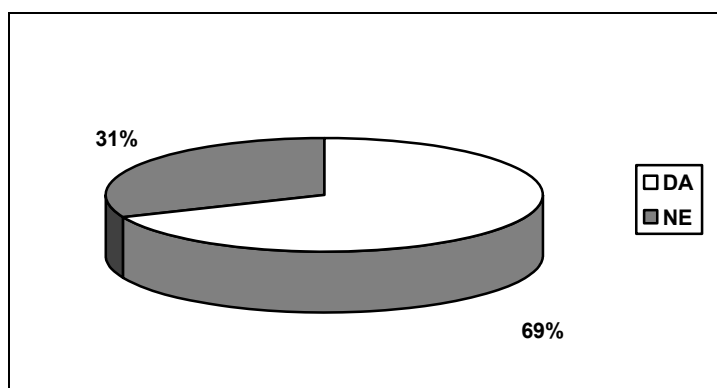
Nekoliko nižjo vrednost aritmetične sredine od ostalih spremenljivk izkazuje trditev »*Tiskani materiali (obrazci, brošure, mesečni izpiski, bančne kartice ipd.) so privlačnega videza*«, le-ta znaša 4,42 na intervalu zaupanja od 4,25 do 4,59 pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$ (glej Prilogo 10). Spremenljivka *lep videz bančnih poslovalnic* ima aritmetično sredino 4,88 (na intervalu zaupanja od 4,73 do 5,02 pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$, glej Prilogo 10), spremenljivka *sodobnost tehnične opreme* pa kar 4,98 (na intervalu zaupanja od 4,85 do 5,11 pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$, glej Prilogo 10). Sklepam lahko, da imajo porabniki pozitivno mnenje o dimenziji kakovosti *fizični dokazi*.

V okviru univariatne analize sem preverila, kakšna je konsistentnost vseh 28-ih trditev, ki se nanašajo na šest dimenzij kakovosti bančnih storitev. Alfa Cronbachov koeficient znaša 0,9512 (glej Prilogo 9), kar nam pove, da vse trditve, ki se nanašajo na kompleksne spremenljivke kakovosti bančnih storitev, dejansko merijo kakovost bančnih storitev in da med njimi obstaja visoka konsistentnost.

Trditev številka 14 (glej Prilogo 5), »*Obseg (oz. raznolikost) storitev, ki jih ponuja banka X, ustreza mojim potrebam*«, se nanaša na tehnično kakovost storitev in mi bo v pomoč pri preverjanju tretje hipoteze. Porabniki so se v povprečju strinjali, da banka ponuja dovolj storitev za njihove potrebe, saj znaša aritmetična sredina 4,50 (na intervalu zaupanja od 5,32 do 4,68 pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$, glej Prilogo 10).

Pri zadnjem vprašanju sem ugotavljala, koliko anketirancev uporablja spletno banko kot pot za dostavo bančnih storitev. Podatke bom uporabila pri analiziranju pete hipoteze (glej str. 24).

Slika 6: Uporaba spletne banke



Vir: Priloga 7, Tab. 9.

Kot lahko vidimo na Sliki 6, je od 150 anketiranih porabnikov 69% (103 porabniki) takih, ki uporabljajo spletno banko kot pot za dostavo bančnih storitev, 31% (47 porabnikov) pa je takih, ki te možnosti ne uporabljajo. Med uporabniki spletne banke je največ takih, ki spadajo v starostno skupino od 31 do 40 let, med neuporabniki pa največ anketiranih, ki spadajo v skupino, starejših od 50 let (glej Prilogo 7, Tab. 10).

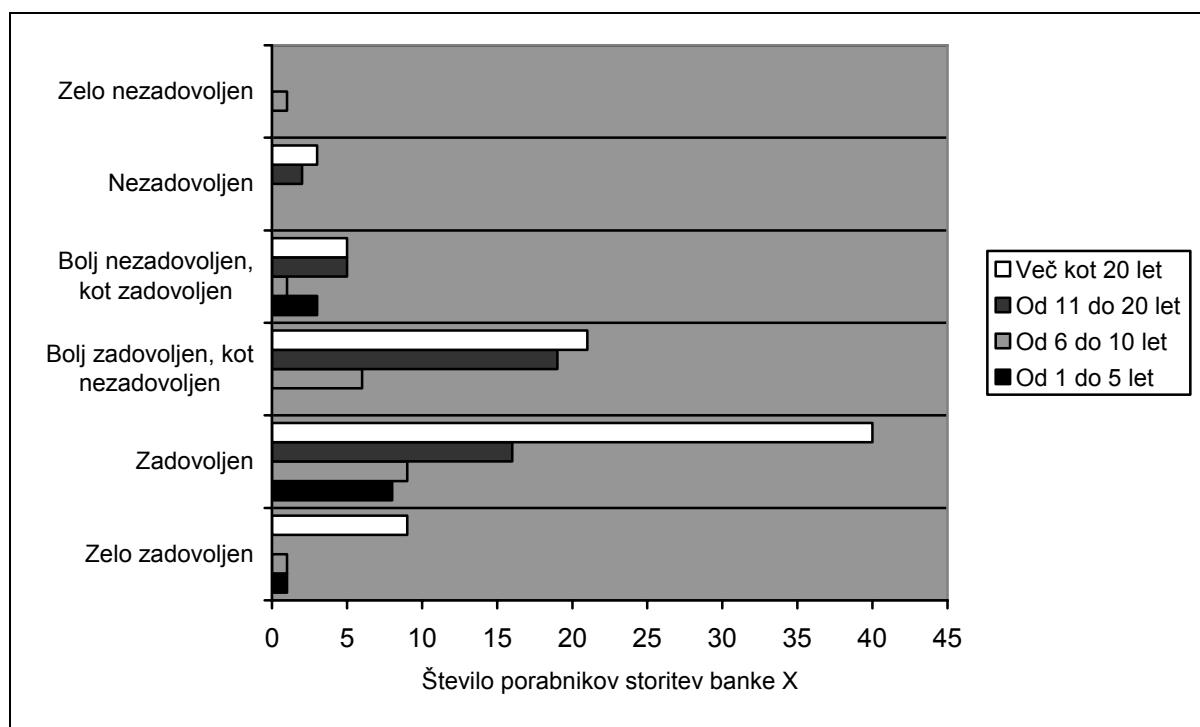
Za vsako posamezno trditev sem izvedla testno statistiko, ki se za posamezne spremenljivke nahaja v Prilogi 10, za kompleksne pa v Prilogi 11. Pri vseh trditvah je stopnja značilnosti manjša od $\alpha = 0,05$, zato lahko vse ocene aritmetičnih sredin za posamezne spremenljivke postavljamo pri stopnji značilnosti $P=0,000$.

5.3.3 PREVERJANJE RAZISKOVALNIH HIPOTEZ

1. Raziskovalna hipoteza: Porabniki, ki so stranke banke X dlje časa, so z njenimi storitvami bolj zadovoljni kot ostali porabniki.

Prva hipoteza je postavljena z namenom ugotoviti, ali obstaja povezava med časovno uporabo storitev banke X in splošnim zadovoljstvom s storitvami te banke. Menim namreč, da so si tisti porabniki, ki dlje časa uporabljajo storitve banke X, pridobili več izkušenj, kar posledično vodi k večjemu zadovoljstvu, saj so pri njih storitve kakovostno izvedene; imajo izkušnje s katerimi izoblikujejo trdnejše stališče o tem, kar pričakujejo in dejansko dobijo. Skleпам, da bi porabniki, ki ne bi bili zadovoljni s storitvami dolgoročno, zamenjali banko, tisti, ki pa so njeni porabniki dlje časa, so večinoma zadovoljni s kakovostjo njenih storitev. Navsezadnje me je zanimalo, ali obstaja sploh povezava med tema dvema spremenljivkama. S pomočjo kontingenčne tabele sem prišla do ugotovitev, ki jih navajam v grafikonu (Slika 7).

Slika 7: Zadovoljstvo s storitvami banke X v povezavi s časovno uporabo storitev



Vir: Priloga 12, Tab.1.

Kot je razvidno iz Slike 7, je kar 40 izmed 150 v vzorec zbranih porabnikov takšnih, ki storitve banke X uporabljajo več kot 20 let in hkrati izražajo zadovoljstvo z njimi. Naj omenim, da je med zelo zadovoljnimi porabniki 9 takih, ki storitve banke X uporabljajo več kot 20 let. Prav tako je 21 anketiranih porabnikov, ki so porabniki banke X več kot 20 let, bolj zadovoljnih kot nezadovoljnih. Vendar pa je med nezadovoljnimi porabniki največ takih, ki so porabniki banke X več kot 20 let. Med zelo nezadovoljnimi anketiranimi porabniki ni zaslediti tistih, ki so porabniki bančnih storitev omenjene banke več kot 20 let. Na podlagi omenjenih podatkov ne morem trditi, da obstaja povezava med splošnim zadovoljstvom s kakovostjo storitev in časom uporabe storitev banke X.

Časovna uporaba storitev banke X je numerična spremenljivka, zadovoljstvo z bančnimi storitvami pa intervalna, zato ne morem ugotavljati, ali obstaja odvisnost med njima, lahko pa ugotavljam, kakšna je povezanost med njima. Porabnike storitev banke X lahko razvrstim v neodvisne skupine, zato sem se odločila, da naredim preizkus domneve o razliki med več aritmetičnimi sredinami za neodvisne vzorce. Zato v ničelni domnevi predpostavljam, da so aritmetične sredine pri vseh skupinah porabnikov enake. V alternativni domnevi pa sklepam, da se aritmetične sredine razlikujejo, kar bi potrdilo hipotezo, da se zadovoljstvo s storitvami razlikuje glede na čas uporabe teh storitev.

H_0 : aritmetične sredine za neodvisne vzorce so enake ($\mu_1 = \mu_2 = \mu_3$)

H_1 : aritmetične sredine za neodvisne vzorce so različne ($\mu_1 \neq \mu_2 \neq \mu_3$)

V Prilogi 12, Tab. 2 lahko vidimo, da je stopnja značilnosti $P = 0,096$, kar je višje od stopnje značilnosti $\alpha = 0,05$. Zato na podlagi vzorčnih podatkov ne morem zavrniti ničelne domneve, da so aritmetične sredine med seboj enake in sklepati, da je zadovoljstvo s kakovostjo storitev odvisno od časa uporabe samih storitev.

Na podlagi navedenih rezultatov ne morem potrditi hipoteze o povezanosti zadovoljstva s storitvami ter časovno uporabo le-teh, saj sem ugotovila, da za anketirance, ki so dlje časa porabniki banke X, posledično ne velja, da so tudi bolj zadovoljni z njimi.

Razloge, zakaj ostajajo porabniki banke še naprej kljub temu, da niso popolnoma zadovoljni z njenimi bančnimi storitvami, lahko iščemo predvsem v prepričanju, da je pri vseh bankah enako "slabo" in da nima nikakršnega smisla da bi banko menjali. Menjava banke, zapiranje računa pri eni in odpiranje računa pri drugi banki prinese ničkoliko stroškov in potrošenega časa. Zato se porabniki prepričajo, da jim ni tako zelo slabo in se vsemu temu izognejo ter ostajajo kljub temu, da imajo kar nekaj pripomb. To pa ni signal banki, da ni potrebno na tem področju nič storiti, saj postajajo porabniki vse bolj informirani, občutljivejši in zahtevni, kar vodi v manjšo tolerantnost pri slabi kakovosti bančnih storitev oziroma pri pomankljivostih, ki se pokažejo pri katerikoli dimenziji kakovosti bančnih storitev.

2. Raziskovalna hipoteza: *Na splošno zadovoljstvo porabnikov s storitvami preučevane banke najmočneje vpliva zanesljivost kot dimenzija kakovosti storitve, takoj za njo pa odzivnost.*

Cilj moje diplomske naloge sestoji v ugotovitvi pomena posamezne sestavine kakovosti pri ustvarjanju zadovoljstva z bančnimi storitvami. V ta namen sem postavila drugo hipotezo, kjer ugotavljam vpliv posameznih dimenzij kakovosti bančnih storitev na zadovoljstvo z njimi. Na podlagi preiskovalne raziskave sem prišla do domneve, da na zadovoljstvo s storitvami izdatneje vplivata dimenziji zanesljivost in odzivnost. S pomočjo korelacijskih koeficientov sem ugotavljala, ali moji izsledki držijo ali ne.

V ničelni domnevi tako predpostavljam, da so kompleksne spremenljivke *vzbujanje zaupanja, dostop, vživljanje v položaj porabnika* in *fizični dokazi* najbolj povezane z zadovoljstvom z bančnimi storitvami. V alternativni domnevi pa, da sta dimenziji *zanesljivost* in *odzivnost* najbolj povezani z zadovoljstvom z bančnimi storitvami.

Tabela 4: Korelacijska matrika med spremenljivkami, ki določajo sestavine kakovosti storitev in zadovoljstvom z storitvami banke X.

Kompleksna spremenljivka	Pearsonov korelacijski koeficient	Stopnja značilnosti
ZANESLJIVOST	0,567	0,000
ODZIVNOST	0,611	0,000
VZBUJANJE ZAUPANJA	0,636	0,000
DOSTOP	0,453	0,000
VŽIVLJANJE V POLOŽAJ PORABNIKA	0,619	0,000
FIZIČNI DOKAZI	0,446	0,000
USTREZNOST OBSEGA STORITEV	0,475	0,000

Vir: Priloga 13, Tab. 1.

Iz zgornje tabele je razvidno, da zavzema korelacijski koeficient najvišjo vrednost pri dimenziji kakovosti *vzbujanje zaupanja*, natančneje 0,636, pri stopnji značilnosti $P = 0,000$. Skleпам torej, da je povezava med dimenzijo *vzbujanje zaupanja* in zadovoljstvom s storitvami banke X linearna, srednje močna in pozitivna. Podobne ugotovitve se pojavijo tudi pri dimenzijama *vživljanje v položaj porabnika* in *odzivnost*, kjer je korelacijski koeficient višji od 0,600. Nekoliko šibkejša povezanost z odvisno spremenljivko zadovoljstvo s storitvami banke X pa se je izkazala pri dimenziji *zanesljivost*, *dostop*, *fizični dokazi* in dimenziji *ustreznost obsega storitev*. Spremenljivki, ki sta vključeni v regresijski model, sta tako *vzbujanje zaupanja* in *odzivnost* (glej Prilogo 13, Tab. 2). Iz tega lahko sklepam, da sta dimenziji *vzbujanje zaupanja* in *odzivnost* kot sestavini kakovosti porabnikom najpomembnejši, zato je posledično tudi zadovoljstvo s storitvami banke X najbolj odvisno od njiju.

V nadaljevanju sem želela ugotoviti, v kolikšni meri je zadovoljstvo s storitvami banke X odvisno od posameznih dveh dimenzij kakovosti, saj sem sklepala, da ima posamična dimenzija drugačen vpliv na skupno zadovoljstvo. Regresijska analiza, kamor sem kot odvisno spremenljivko vključila zadovoljstvo, je pokazala, da je multipli korelacijski koeficient enak 0,660, kar pomeni, da je povezava med *zadovoljstvom s storitvami banke X* in neodvisnima spremenljivkama, *vzbujanje zaupanja* in *odzivnost*, linearna, močna in pozitivna. Izračunan multipli determinacijski koeficient znaša 0,436, ta nam pove, da 43,6% variabilnosti odvisne spremenljivke pojasnimo z lineranim vplivom neodvisnih spremenljivk, ki so bile vključene v model (glej Prilogo 13, Tab. 3). Enačba ocenjene multiple regresije se glasi:

$$\text{Zadovoljstvo z bančnimi storitvami} = 1,159 + 0,457 \text{ vzbujanje zaupanja} + 0,292 \text{ odzivnost}$$

Na podlagi vzorčnih podatkov ocenjujem, da znaša parcialni multipli regresijski koeficient za dimenzijo *vzbujanje zaupanja* 0,457, kar pomeni, da se splošno zadovoljstvo z bančnimi storitvami v povprečju zviša za 0,457 na lestvici od 1 do 6, če se dimenzija *vzbujanje*

zaupanja zviša za 1 enoto, prav tako na lestvici od 1 do 6, dimenzija *odzivnost* pa ostane nespremenjena. Parcialni multipli regresijski koeficient za dimenzijo *odzivnost* $\beta = 0,292$ nam pove, da se splošno zadovoljstvo z bančnimi storitvami v povprečju zviša za 0,292 na lestvici od 1 do 6, če se dimenzija *odzivnost* zviša za 1 enoto na lestvici od 1 do 6, dimenzija *vzbujanje zaupanja* pa ostane nespremenjena (glej Prilogo 13, Tab. 4).

Dimenzije kakovosti storitev *zanesljivost*, *dostop*, *vživljanje v položaj porabnika* in *fizični dokazi* program SPSS ni vključil v regresijski model (glej Prilogo 13, Tab. 5) iz tega lahko sklepam, da med njima in zadovoljstvom s storitvami banke X ni večje povezanosti.

Na podlagi rezultatov raziskave lahko zavrnem postavljeno hipotezo, da na zadovoljstvo s storitvami banke X najbolj vpliva *zanesljivost*, takoj za njo pa *odzivnost* in sklenem, da na splošno zadovoljstvo anketiranih porabnikov s storitvami banke X najbolj vpliva dimenzija *vzbujanje zaupanja*, nato pa dimenzija *odzivnost*.

Rezultati, ki sem jih dobila, so primerljivi s tistimi, ki so jih v svoji raziskavi dobili Wang, Lo in Hui (2003, str. 79). Prišli so do zaključka, da pri oblikovanju splošnega zadovoljstva z bančnimi storitvami porabniki pripisujejo najvišji pomen dimenziji *vzbujanje zaupanja*, nato sledi *odzivnost*, na tretjem mestu pa dimenzija *fizični dokazi*. Na podlagi rezultatov moje raziskave so porabniki na tretje mesto postavili dimenzijo *vživljanje v položaj porabnika*, *fizični dokazi* predstavljajo porabnikom banke X najmanj pomemben dejavnik pri oblikovanju splošnega zadovoljstva z bančnimi storitvami. Iz raziskave pa je razvidno, da so to dimenzijo najvišje ovrednotili (glej Prilogo 11). Nekoliko nižje je ocenjena dimenzija *odzivnost* in *vživljanje v položaj porabnika*, ki nosi veliko večjo težo pri oblikovanju zadovoljstva z bančnimi storitvami, zato bi bilo smiselno za banko, da nameni več pozornosti izpopolnjevanju tega področja, predvsem nekoliko večje prizadevanje za nenehno ugotavljanje porabnikovih potreb in želja (npr. pozornost bančnih uslužbencev do vsake stranke posebej, poznavanje specifičnih potreb posameznega porabnika itd.) ter odpravo dolgega odzivnega časa na morebitne pritožbe in zahteve. Pokazalo se je veliko nezadovoljstvo zaradi dolgih čakalnih vrst, kar bi lahko odpravili s sistemom, ki dodeljuje številke porabnikom, ko vstopajo v banko in dokler niso na vrsti, sedejo ali opravijo kakšno drugo storitev pri bančnih okencih, kjer ni čakalne vrste. Prav tako bi lahko v obdobjih, ko v banko prihaja večje število porabnikov (npr. obdobja izplačila plač, penzij, štipendij itd.) postavili na razpolago nekoliko več bančnih delavcev.

3. Raziskovalna hipoteza: *Tehnična kakovost storitev (širina in globina asortimenta) manj vpliva na splošno oceno zadovoljstva s storitvami preučevane banke, kot pa funkcionalna kakovost.*

Nosilec konkurenčne prednosti v bančništvu je funkcionalna kakovost, saj je v osnovi tehnična kakovost (kaj porabnik dobi na koncu storitvenega procesa) med bankami v današnjih časih večinoma enaka. S postavljeno hipotezo sem hotela dokazati, da tudi med

porabniki banke X tehnična kakovost ne vpliva na oblikovanje splošnega zadovoljstva v tolikšni meri kot funkcionalna kakovost (zanesljivost, vzbujanje zaupanja, odzivnost, vživljanje v položaj porabnika, dostop, fizični dokazi).

V ničelni domnevi tako predpostavljam, da na splošno zadovoljstvo bolj vpliva tehnična kakovost kot funkcionalna kakovost bančnih storitev. V alternativni pa v skladu s postavljeno hipotezo, da ima na splošno zadovoljstvo s kakovostjo bančnih storitev večji vpliv funkcionalna kakovost kot tehnična kakovost bančnih storitev.

Iz Priloge 14, Tab. 1 je razvidno, da je korelacijski koeficient za kompleksno spremenljivko *funkcionalna kakovost* linearen, srednje močen in pozitiven, znaša namreč 0,663, pri stopnji značilnosti $P=0,000$. Za spremenljivko *ustreznost obsega storitev banke X*, pa znaša korelacijski koeficient 0,475 pri stopnji značilnosti $P=0,000$. SPSS je v regresijski model vključil le kompleksno spremenljivko *funkcionalna kakovost* (glej Prilogo 14, Tab. 2).

Regresijska analiza, kamor sem kot odvisno spremenljivko vključila zadovoljstvo, je pokazala, da je multipli korelacijski koeficient enak 0,663, kar pomeni, da je povezava med *zadovoljstvom s storitvami banke X* in neodvisno spremenljivko *funkcionalna kakovost*, linearna, močna in pozitivna. Izračunan multipli determinacijski koeficient znaša 0,439, ta nam pove, da 43,9% variabilnosti odvisne spremenljivke pojasnimo z lineranim vplivom neodvisne spremenljivke, ki je bila vključena v model (glej Prilogo 14, Tab. 3). Enačba ocenjene multiple regresije se glasi:

$$\text{Zadovoljstvo z bančnimi storitvami} = 0,701 + 0,840 \text{ funkcionalna kakovost}$$

Na podlagi vzorčnih podatkov ocenjujem, da znaša parcialni multipli regresijski koeficient za dimenzijo *funkcionalna kakovost* 0,840 (glej Prilogo 14, Tab. 4), kar pomeni, da se splošno zadovoljstvo z bančnimi storitvami v povprečju zviša za 0,840 na lestvici od 1 do 6, če se dimenzija *funkcionalna kakovost* zviša za 1 enoto na lestvici od 1 do 6.

Na podlagi rezultatov raziskave ugotavljam, da med tehnično kakovostjo in splošnim zadovoljstvom s storitvami banke X ni močnejše povezanosti, kot to velja med funkcionalno kakovostjo in splošnim zadovoljstvom s storitvami banke X. Postavljeno hipotezo lahko potrdim in sprejem sklep, da obstaja močnejša povezanost med splošnim zadovoljstvom s storitvami banke X in dimenzijami, ki gradijo funkcionalno kakovost.

Ugotovitve niso presenetljive, saj so bančne storitve med bankami bolj ali manj enake in se tehnična kakovost med njimi ne razlikuje v taki meri, da bi ta močnejše vplivala na zadovoljstvo z bančnimi storitvami. Banka X mora za razvijanje zadovoljstva svojo pozornost nameniti predvsem dejavnikom funkcionalne kakovosti oziroma dimenzijam kakovosti *zanesljivost, odzivnost, zaupanje, dostop, vživljanje v položaj porabnika in fizični dokazi*.

4. Raziskovalna hipoteza: Starejši porabniki slabše ocenjujejo usmerjenost pozornosti k porabniku v preučevani banki kot mlajši porabniki; čim slabše jo ocenjujejo, tem slabša je tudi njihova splošna ocena zadovoljstva s storitvami.

Med preiskovalno raziskavo sem prišla do spoznanja, da na splošno zadovoljstvo s storitvami banke X negativno vpliva dimenzija kakovosti *usmerjenost pozornosti k porabniku*. Iz Priloge 7, Tab. 2 je moč razbrati, da je aritmetična sredina nekoliko nižja od nekaterih drugih dimenzij kakovosti. Na podlagi preiskovalne raziskave pa sem prišla do predpostavke, da so predvsem starejši porabniki banke X tisti, ki slabše ocenjujejo kompleksno spremenljivko *usmerjenost pozornosti k porabniku* oziroma *vživljanje v položaj porabnika*. Skleпам torej, da obstajajo razlike pri ocenjevanju dimenzije *usmerjenost pozornosti k porabniku* glede na starost porabnikov. S pomočjo kontingenčne tabele sem prišla do ugotovitev, ki jih navajam v nadaljevanju.

Iz Priloge 15, Tab. 1 lahko ugotovimo, da je večina starejših od 50 let ocenila dimenzijo kakovosti *vživljanje v položaj porabnika* v povprečju bolj pozitivno kakor negativno. Takih porabnikov je 29 od 36 anketiranih porabnikov starejših od 50. Le sedem porabnikov, starejših od 50 let, je dimenzijo *vživljanje v položaj porabnika* ocenilo negativno. Na podlagi omenjenih podatkov ne morem trditi, da obstaja povezava med spremenljivko *starost anketiranih porabnikov* in oceno dimenzije kakovosti *vživljanje v položaj porabnika*. *Starost anketiranih porabnikov* je numerična spremenljivka, ocena dimenzije *vživljanje v položaj porabnika* pa intervalna, zato ne morem ugotavljati ali obstaja odvisnost med njima, lahko pa ugotavljam, kakšna je povezanost med njima. Kot sem že omenila, pri analizi prve raziskovalne hipoteze, lahko porabnike, ki sem jih zajela v vzorec, razdelim v samostojne, neodvisne skupine in naredim preizkus domneve o razliki med aritmetičnimi sredinami za neodvisne vzorce. Zato v ničelni domnevi predpostavljam, da so aritmetične sredine pri vseh skupinah porabnikov enake. V alternativni domnevi pa sklepam, da se aritmetične sredine razlikujejo, kar bi potrdilo hipotezo, da se ocena kompleksne spremenljivke *vživljanje v položaj porabnika* razlikuje glede na starost anketiranih porabnikov.

H_0 : aritmetične sredine za neodvisne vzorce so enake ($\mu_1 = \mu_2 = \mu_3$)

H_1 : aritmetične sredine za neodvisne vzorce so različne ($\mu_1 \neq \mu_2 \neq \mu_3$)

V Prilogi 15, Tab. 2 lahko vidimo, da je stopnja značilnosti pri dvostranskem preizkusu $P=0,097$, kar je višje od stopnje značilnosti $\alpha = 0,05$. Zato na podlagi vzorčnih podatkov ne morem zavrniti ničelne domneve, da so aritmetične sredine med seboj enake in sklepati, da je ocena dimenzije kakovosti *usmerjenost pozornosti k porabniku* oziroma *vživljanje v položaj porabnika* odvisna od starosti porabnikov.

Na podlagi navedenih rezultatov ne morem potrditi hipoteze o povezanosti ocene dimenzije kakovosti *vživljanje v položaj porabnika* in spremenljivke *starost anketiranih porabnikov*, saj sem ugotovila, da anketiranci, ki so starejši od 50 let, ne ocenjuje slabše dimenzije *vživljanje v položaj porabnika*.

Drugi del hipoteze se navezuje na splošno zadovoljstvo s storitvami banke X. Preverimo lahko, ali na splošno velja, da slabša ocena dimenzije kakovosti *vživljanje v položaj porabnika* vpliva na splošno zadovoljstvo s storitvami. Iz Priloge 15, Tab. 4 lahko ugotovimo, da obstaja povezava med spremenljivko *splošno zadovoljstvo s kakovostjo storitev banke X* in oceno dimenzije *vživljanje v položaj porabnika*, saj znaša stopnja značilnosti pri preizkusu domnev o razliki med aritmetičnimi sredinami, $P = 0,000$, kar je nižje od stopnje značilnosti $\alpha = 0,05$. Iz Priloge 15, Tab. 3 je razvidno, da so tisti, ki so pozitivneje ocenjevali usmerjenost pozornosti k porabniku, v povprečju bolje ocenili tudi splošno zadovoljstvo z bančnimi storitvami banke X.

5. Raziskovalna hipoteza: *Pri porabnikih, ki uporabljajo spletno banko kot pot za dostavo bančnih storitev, obstaja tesnejša povezava med dimenzijo kakovosti odzivnost in njihovim splošnim zadovoljstvom z bančnimi storitvami, kot pri ostalih porabnikih.*

Na podlagi lastne preiskovalne raziskave sem prišla do ugotovitve, da se mlajši porabniki v večji meri odločajo za uporabo spletne banke kot poti za dostavo bančnih storitev, kot to počne starejša populacija. Slednje lahko na podlagi podatkov pridobljenih z analizo tudi potrdim (glej Prilogo 16, Tab. 1). Med 103 uporabniki spletne banke kot poti za dostavo storitev je 30 porabnikov starih od 31 do 40 let, kar 29 porabnikov pa od 21 do 30 let. S pomočjo preiskovalne raziskave sem prišla do ugotovitev, da porabniki kot prednosti spletne banke navajajo predvsem hitrost, enostavnost, razpoložljivost 24 ur na dan, potrebne informacije na enem mestu in izognitev gneči ter čakanju v poslovalnicah. Večina naštetih prednosti predstavlja dimenzijo kakovosti *odzivnost*, zato sem menila, da na splošno zadovoljstvo s storitvami pri teh porabnikih bančnih storitev bolj vpliva dimenzija *odzivnost* kakor za porabnike, ki spletne banke ne uporabljajo.

Na podlagi teh ugotovitev sem nato v ničelni domnevi predpostavila, da obstaja večja povezanost med splošnim zadovoljstvom z bančnimi storitvami ter dimenzijo kakovosti *odzivnost* pri tistih porabnikih, ki ne uporabljajo spletne banke, kakor pri porabnikih, ki to pot za dostavo storitev uporabljajo. V alternativni domnevi pa ravno obratno, sklepam, da obstaja močnejša povezanost med splošnim zadovoljstvom z bančnimi storitvami in dimenzijo kakovosti *odzivnost* med porabniki, ki uporabljajo spletno banko kot možno dostavo storitev. Iz Priloge 16, Tab. 2 je razvidno, da je Pearsonov korelacijski koeficient za dimenzijo kakovosti storitev *odzivnost*, za uporabnike spletne banke, linearen, pozitiven in srednje močen, znaša namreč 0,594, pri stopnji značilnosti $P = 0,000$. Pearsonov korelacijski koeficient pri tistih, ki ne uporabljajo spletne banke pa znaša 0,655, pri stopnji značilnosti $P = 0,000$ (glej Prilogo 16, Tab. 3).

Na podlagi rezultatov analize ugotavljam, da obstaja močnejša povezanost med splošnim zadovoljstvom z bančnimi storitvami in dimenzijo kakovosti *odzivnost* pri neuporabnikih spletne banke kot pri tistih porabnikih, ki se odločajo za spletno banko. Postavljeno hipotezo lahko zavrnem in sprejemem sklep, da ima dimenzija kakovosti bančnih storitev *odzivnost*

večji pomen pri oblikovanju splošnega zadovoljstva s storitvami pri porabnikih, ki ne uporabljajo spletne banke.

Razlog za tak rezultat lahko iščemo tudi v dejstvu, da trditve v vprašalniku, ki se nanašajo na dimenzijo kakovosti storitev *odzivnost*, zajemajo predvsem odzivnost bančnih delavcev v poslovalnicah in ne odzivnost, ki jo pričakujejo porabniki, ki opravljajo storitve preko spletne banke in z bančnimi delavci nimajo pogostih kontaktov. Dimenzija kakovosti *odzivnost*, ki se nanaša na delo v poslovalnicah, jim torej ne predstavlja pomembnejšega faktorja, ki vpliva na njihovo splošno zadovoljstvo. Menim, da bi se ugotovitve spremenile, če bi se trditve, ki opredeljujejo dimenzijo *odzivnost*, nanašale konkretno na odzivnost v spletnem bančništvu.

6. SKLEP

Kakovost storitev je glavna, tako primerjalna kot tudi konkurenčna prednost finančnih institucij. Porabniki so tisti, ki sodijo o kakovosti. V procesu ocenjevanja kakovosti storitve primerjajo svoje zaznavanje storitve s svojimi pričakovanji. Porabniki ocenjujejo tehnično kakovost – kaj so prejeli z izvedbo storitve in funkcionalno kakovost – način, kako je bila storitev izvedena. Kakovost je zadovoljiva, ko zaznavanje storitve ustreza pričakovanjem.

Ko so pričakovanja presežena, porabnik zazna storitev kot zelo kakovostno, ko pričakovanja niso izpolnjena, porabnik oceni storitev kot slabo. Zadovoljen porabnik bančnih storitev je generator ponovnih interakcij, banki predstavlja dolgoročno konkurenčno prednost in najcenejši ter najučinkovitejši vir tržnega komuniciranja. Vendar le redno in natančno spremljanje porabnikovih odzivov predstavlja banki pomemben informacijski vir, na podlagi katerega lahko izboljšuje svoje procese in istočasno ohranja položaj na trgu.

Namen diplomskega dela je bil celovito preučiti zadovoljstvo porabnikov z bančnimi storitvami konkretne banke. Preiskovalna raziskava mi je ponudila natančnejši vpogled v problematiko. Postavila sem pet hipotez, s katerimi sem želela doseči cilj naloge tj. ugotoviti, kako ocenjujejo porabniki te banke zadovoljstvo z njenimi storitvami.

Prva hipoteza je razkrila, da porabniki, ki so dlje časa porabniki banke X, niso nujno tudi bolj zadovoljni z njenimi bančnimi storitvami. Pomembno je vedeti, da je bančništvo posebno področje (kot zdravstvo, zavarovalništvo itd.), kjer so ljudje veliko bolj previdni in skeptični, saj rezultat ni možno opredmetiti. Težko se odločijo za menjavo ponudnika, čeprav niso v nekaterih pogledih popolnoma zadovoljni s ponujenimi storitvami. Velikokrat niso prepričani v to, da jim bo zamenjava prinesla večje zadovoljstvo. Tudi stroški zamenjave predstavljajo pomemben dejavnik pri odločitvi. Ker so ti nemalokrat previsoki, se jim porabniki raje izognejo in ostajajo pri obstoječem ponudniku. Banke pa se kljub temu morajo zavedati, da se ti trendi menjujejo, kajti bančni porabniki aktivneje pridobivajo informacije in samozavestneje izoblikujejo svoje želje in potrebe.

Na podlagi analize z anketo zbranih podatkov, se je izkazalo, da se porabniki preučevane slovenske banke bistveno ne razlikujejo od porabnikov tujih bank. Pri oblikovanju zadovoljstva z bančnimi storitvami pripisujejo največji pomen dimenziji kakovosti bančnih storitev *vzbujanje zaupanja*. Smiselnost pripisovanja velikega pomena tej dimenziji lahko iščemo v dejstvu, da je porabnik že od nekdaj prinašal svoje prihranke v banko, ki je svoj smoter gradila na temeljih zaupanja in varnosti. Tudi danes, se v osnovi pričakovanja glede vzbujanja zaupanja niso veliko spremenila. Porabniki pričakujejo, da bo banka z njihovimi prihranki, ki jim nudijo brezskrbno prihodnost, gospodarno ravnala. Drugo mesto je zasedla dimenzija kakovosti *odzivnost*. Porabniki pripisujejo velik pomen odzivanju na njihove potrebe in želje, pripravljenosti priskočiti na pomoč in hitri izvedbi bančnih storitev. Prav tako ima velik vpliv na njihovo zadovoljstvo reševanje pritožb v najkrajšem možnem času. Najmanj pripomore k oblikovanju zadovoljstva z bančnimi storitvami dimenzija *fizični dokazi*. Predvidevam, da pridobiva ta dimenzija večji pomen na področjih, ki imajo za cilj nekega procesa otipljiv, viden proizvod. V bančnem sektorju se fizični dokazi bolj kot na same rezultate procesov navezujejo na dejavnike, kot so bančni prostori, bančni uslužbenci, obličnost bančnih obrazcev itd. Na podlagi raziskave sem prišla do zaključka, da je doprinos teh dejavnikov k skupnemu zadovoljstvu z bančnimi storitvami manjši, ne upam pa si trditi, da je popolnoma nerelevanten dejavnik.

V povezavi z zgoraj navedenim sem dognala, da je tehnična kakovost manj pomemben dejavnik pri oblikovanju splošnega zadovoljstva z bančnimi storitvami kot funkcionalna kakovost, kar lahko utemeljim s tem, da porabniki samumevno pričakujejo primeren obseg bančnih storitev, saj se ta med bankami bistveno ne razlikuje. Dodano vrednost zaznavajo predvsem v načinih, kako jim je storitev posredovana in kakšen je celoten proces izvedbe storitev.

Zanimiva ugotovitev, ki izhaja iz raziskave, je ta, da starejši porabniki banke X v povprečju ne ocenjujejo slabše dimenzije kakovosti bančnih storitev *vživljanje v položaj porabnika* od mlajših porabnikov. Prvotno postavljeno hipotezo, ki je izhajala iz predhodne preiskovalne raziskave, sem zato zavrnila. V povprečju so, tako starejši kot mlajši porabniki, zadovoljni s to dimenzijo kakovosti, ki ji glede na rezultate pripisujejo velik pomen pri oblikovanju splošnega zadovoljstva.

Pri zadnji hipotezi se je izkazalo, da ni večje povezave med splošnim zadovoljstvom z bančnimi storitvami in dimenzijo kakovosti *odzivnost* pri tistih porabnikih, ki uporabljajo usluge spletne banke kot poti za dostavo storitev v primerjavi s tistimi porabniki, ki uporabljajo klasične poti. Dejstvo je, da so bile v anketni vprašalnik vključene trditve za ugotavljanje zadovoljstva z dimenzijo kakovosti odzivnost, ki se navezujejo predvsem na klasične načine bančnega poslovanja. Zanimivo bi bilo slediti ugotovitvam, če bi se trditve opirale predvsem na sodobne bančne storitve. Slednje lahko predstavlja motiv za morebitna sledeča raziskovanja.

Zaključim lahko, da so porabniki obravnavane banke v povprečju zadovoljni z njenimi bančnimi storitvami. Najbolj zadovoljni so z dimenzijo *fizični dokazi* in *zanesljivost* opravljanja bančnih storitev, vendar tema dvema dimenzijama ne pripisujejo večjega pomena pri oblikovanju splošnega zadovoljstva. Večji pomen pripisujejo *vzbujanju zaupanja*, *odzivnosti* in *vživljanju v položaj porabnika*, s katerimi pa so nekoliko manj zadovoljni. Banka mora torej z razpoložljivimi sredstvi (s tehnično podporo, z dodatnim šolanjem delavcev, CRM itd.) skušati zapreti ta razkorak. Pomembno je, da banka v tem obdobju, ko na slovenski finančni trg vstopajo tuje banke, navduši svoje porabnike in si tako zagotovi njihovo zvestobo.

Njena prizadevanja morajo izhajati iz dejstva, da se je potrebno potrošniku s ponudbo čim bolj prilagoditi ter jim dokazati svojo edinstvenost in kvaliteto. Prihodnost vsekakor zahteva nove usmeritve, pogum za drugačno mišljenje in realizacijo prepričljivih idej.

LITERATURA

1. Bateson John E. G., Hoffman Douglas K.: Managing services marketing. 4th edition. USA : The Dryden Press, 1999. 620 str.
2. Bloemer Josee, Ruyter de Ko, Peeters Pascal: Investigating drivers of bank loyalty: the complex relationship between image, service quality and satisfaction. *International Journal of Bank Marketing*, 16/7, 1998. 276 str.
3. Grönroos Christian: Service Management and Marketing. Chichester : John Wiley, 2000. 394 str.
4. Hoffman K. Douglas, Bateson John E. G.: Essentials of Services Marketing. Fort Worth (TX) : The Dryden Press, 1997. 505 str.
5. Horovitz Jacques, Jurgens Panak Michele: Za popolno kupčevo zadovoljstvo: nauki iz petdesetih podjetij z vrhunsko kakovostjo storitev. Ljubljana : GV založba, 1997. 264 str.
6. Jabnoun Naceur, Al-Tamimi Hussein A. Hassan: Measuring perceived service quality at UAE commercial banks. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 2003, 20/4, str. 455 – 472.
7. Jauk Matjaž: Trženje bančnih produktov in tržne strategije bank. *Bančni vestnik*, Ljubljana, 1998, 4, str. 8–11.
8. Johnston Robert: Identifying the critical determinants of service quality in retail banking: importance and effect. *International Journal of Bank Marketing*, 1997, 15/4, str. 111–116.
9. Jun Minjoon, Cai Shaohan: The key determinants of Internet banking service quality: a content analysis. *International Journal of Bank Marketing*, 2001, 19/7, str. 276–291.
10. Kang Gi-Du, James Jeffrey: Service quality dimensions: an examination of Grönroos's service quality model. *Managing Service Quality*, 2004, 14/4, str. 266–277.
11. Kokalj Simona: Ravnanje z odnosi do strank v banki, podprto s skladiščem podatkov. Magistrsko delo. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2003. 114 str.
12. Končina Miro: Tržne strategije in investicijsko bančništvo. *Bančni vestnik*, Ljubljana, 1996, 5, str. 32–35.
13. Kotler Philip: Marketing management. Millenium Edition. Custom Edition for University of Phoenix USA : Prentice - Hall Inc., 2002. 456 str.
14. Kupljenik Aleš: Ugotavljanje zadovoljstva komitentov NLB d.d.. Diplomsko delo. Maribor : Ekonomsko-poslovna fakulteta, 2006. 48 str.
15. Lassar Walfried M., Manolis Chris, Winsor Robert D.: Service quality perspectives and satisfactions in private banking. *International Journal of Bank Marketing*, 2000, 18/4, str. 181–199.
16. Lavesque Terrence, McDougall Gordon H. G.: Determinants of customer satisfaction in retail banking. *International Journal of Bank Marketing*, MVB University Press, 14 (1996), 7, str. 12–20.

(URL:<http://nukweb.nuk.unilj.si:2053/pqdweb?did=115719143&sid=1&Fmt=3&clientId=16601&RQT=309&VName=PQD>)

17. Lovelock Christopher H.: *Managing Services*. Englewood Cliffs : Prentice Hall, 1992. 472 str.
18. Lovelock Christopher H.: *Services Marketing*. Englewood Cliffs : Prentice Hall, 1996. 472 str.
19. Mayer Jelka: Konkurenčne prednosti so logična posledica navdušenih strank. *Bančni vestnik*, Ljubljana, 1997, 4, str. 22–24.
20. Mudie Peter, Cottam Angela: *The Management and Marketing of Services*. Oxford (UK) : Butterworth-Heinemann, 1993. 269 str.
21. Newman Karin: Interrogating SERVQUAL: a critical assessment of service quality measurement in a high street retail bank. *International Journal of Bank Marketing*, 2001, 19/3, str. 126–139.
22. Potočnik Vekoslav: *Trženje storitev*. Ljubljana : GV založba, 2000. 229 str.
23. Potočnik Vekoslav, Umek Alenka: *Trženje storitev s primeri iz prakse*. Ljubljana : GV Založba, 2004. 345 str.
24. Rovan Jože, Turk Tomaž: *Analiza podatkov s SPSS za Windowse*. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2001. 261 str.
25. Seth Nitin, Deshmukh S.G., Vrat Prem: Service Quality models: a review. *International Journal of Quality & Reliability Management*. 2005, 22/9, str. 913–949.
26. Snoj Boris: *Management storitev*. Koper : Visoka šola za management, 1998. 186 str.
27. Špenko Mateja: *Sestavine kakovosti storitev na področju internetnega bančništva*. Diplomsko delo. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2005. 44 str.
28. Taškar Beloglavec Sabina: *Bančna storitev ali bančni produkt-kaj pravzaprav prodajamo?* *Bančni vestnik*, Ljubljana, 2007, 1-2, str. 20–22.
29. Tavčar Mitja I., Ješovnik Peter: *Strategija trženja*. Koper : Visoka šola za management, 1997. 228 str.
30. Vujoševič Niko: *Vodilo za standarde kakovosti ISO 9000*. Ljubljana : GV založba, 1996. 316 str.
31. Zeithaml A. Valerie, Bitner Mary Jo: *Service marketing*. Singapore : McGraw, Hill companies, 1996. 700 str.
32. Zineldin Mosad: Bank-company interactions and relationships: some empirical evidence. *International Journal of Bank Marketing*, 1995, 13/2, str. 30–41.
33. Wang Yonggui, Lo Hing-P., Hui Yer V.: The antecedents of service quality and product quality and their influences on bank reputation: evidence from the banking industry in China. *Managing Service Quality*, 2003, 13/1, str. 72 – 83.

VIRI

1. Interno gradivo banke X, 2006–2007.
2. Komac Daša: Splošni angleško-slovenski in slovensko-angleški moderni slovar. Prva izdaja. Ljubljana : Cankarjeva založba, 2001.
3. Longman: Dictionary of contemporary English. Third Edition. England, GB : Longman Group Ltd., 1995.
4. Zakon o bančništvu (Zban) (Uradni list RS, št.7/99).
5. Združenje bank Slovenije.
[URL:http://www.zbs-giz.si/slo/bancni_sektor/total_assets.htm], 2005.

PRILOGE

KAZALO PRILOG

PRILOGA 1 : Bilančne vsote in tržni deleži bank v Sloveniji.....	1
PRILOGA 2 : Skupinski intervju s porabniki banke X.....	2
PRILOGA 3 : Globinski intrevju z vodjo službe marketinga	4
PRILOGA 4 : Odgovori na vprašanja s strani zaposlenih pri banki X	5
PRILOGA 5 : Anketni vprašalnik	8
PRILOGA 6 : Analiza anketirah porabnikov po sociodemografskih značilnostih	11
PRILOGA 7 : Univariatna analiza posameznih vprašanj.....	11
PRILOGA 8 : Analiza konsistentnosti posameznih kompleksnih spremenljivk.....	16
PRILOGA 9 : Analiza konsistentnosti za vse trditve, ki merijo kakovost bančnih storitev	20
PRILOGA 10 : Testna statistika za posamezne spremenljivke.....	21
PRILOGA 11 : Testna statistika za kompleksne spremenljivke	22
PRILOGA 12 : Rezultati preverjanja prve raziskovalne hipoteze	22
PRILOGA 13 : Rezultati preverjanja druge raziskovalne hipoteze	23
PRILOGA 14 : Rezultati preverjanja tretje raziskovalne hipozete	26
PRILOGA 15 : Rezultati preverjanja četrte raziskovalne hipoteze.....	28
PRILOGA 16 : Rezultati preverjanja pete raziskovalne hipoteze.....	30

PRILOGA 1: Bilančne vsote in tržni deleži bank v Sloveniji v letu 2005

	Bilančna vsota 31.12.2005 v mio SIT	Nominačna rast 2005/2004	Tržni delež 31.12.2005 v %
Nova Ljubljanska banka	2.197.268	17,83	31,5
Nova Kreditna banka Maribor	715.868	18,73	10,3
Abanka Vipa	598.259	24,16	8,6
SKB banka	463.545	19,68	6,6
Bank Austria Creditanstalt	451.276	50,72	6,5
Banka Koper	433.144	29,96	6,2
Banka Celje	409.524	13,34	5,9
Gorenjska banka	320.236	14,50	4,6
Raiffeisen Krekova banka	217.569	36,42	3,1
Hypo Alpe-Adria-Bank	202.735	49,36	2,9
Probanda	153.855	25,24	2,2
Poštna banka Slovenije	122.701	10,57	1,8
Deželna banka Slovenije	121.058	19,65	1,7
Kaertner Sparkasse	110.734	59,63	1,6
Volksbank-Ljudska banka	98.915	17,25	1,4
Banka Domžale	93.649	10,16	1,3
Factor banke	92.038	25,94	1,3
Koroška banka	78.572	10,13	1,1
Banka Zasavje	59.703	16,42	0,9
Bawag banka	26.743	0,00	0,4
BKS bank AG, podružnica	12.071	272,61	0,2
Zveza bank, podružnica	456	0,00	0,0
Vse banke skupaj	6.979.921	22,92	100,0

Vir: Združenje bank Slovenije (<http://www.zbs-giz.si>).

PRILOGA 2 : Skupinski intervju s porabniki banke X

Priprava na skupinski intervju:

Za uspešen skupinski intervju si je potrebno zadati nekaj ciljev, ki jih želiš doseči preko pogovora s skupino. V svojem primeru sem hotela od porabnikov banke X izvedeti splošno mnenje, ki ga imajo glede banke X. Katere storitve največkrat uporabljajo in katere jim predstavljajo kvalitetno bančno storitev ter katere ne. Prav tako sem hotela dobiti globlji vpogled v to, kaj opredeljujejo kot kvalitetno bančno storitev, se pravi kateri dejavniki kakovosti so porabnikom banke X najbolj pomembni. Pogovor sem skušala napeljati tudi na to, kaj bi spremenili, kaj dopolnili in kaj bi svetovali banki X za izboljšavo bančnih storitev. Pripravila sem si nekaj vprašanj, ki so mi služila za oblikovanje pogovora, predvsem pa temu, da ne zaidem iz okvira same tematike diplomskega dela.

Okvirna vprašanja:

1. Koliko let ste porabnik banke X?
2. Ste porabnik še katere druge banke? Zakaj?
3. Katere storitve banke X največkrat uporabljate?
4. S katerimi storitvami ste pri banki X najbolj zadovoljni? Zakaj? S katerimi niste zadovoljni? Zakaj?
5. Menite, da banka X ponuja kakovostne storitve? Zakaj da oziroma zakaj ne?
6. Kateri so po vašem mnenju glavni dejavniki kakovostne bančne storitev?
7. Kako bi ocenili zaposlene v banki X, s katerimi prihajate v stik?
8. Ste že imeli negativno izkušnjo z banko X? Kako ste rešili težavo?
9. Bi v bližnji prihodnosti zamenjali banko X za katero drugo banko? Kateri razlogi bi vas napeljali v tako odločitev?
10. Bi banko X priporočili kateremu od svojih sorodnikov, prijateljev, sodelavcev in znancev, ki še niso porabniki banke X?

Pogovor:

Opravila sem dva skupinska pogovora med porabniki banke X. Prvega sem opravila v ponedeljek, 29. januarja 2007, ob deseti uri pred eno od poslovalnic banke X. Zbrala sem štiri porabnike, tri ženske in enega moškega, starost vseh štirih porabnikov je bila nad 40 let (lastna presoja). Ker sem v tistem časovnem obdobju zajela le populacijo, starejšo od 40 let, sem se odločila, da opravi še en skupinski pogovor, kjer sem pazila, da zajamem mlajšo populacijo od 40 let in nekoliko več moških porabnikov. Drugi skupinski pogovor sem opravila v sredo 31. januarja 2007, ob 16. uri, pred drugo poslovalnico banke X. Tokrat je v pogovoru sodelovalo pet porabnikov, tri ženske in dva moška. Po preverjanju starosti so bili vsi mlajši od 40 let. Ugotovila sem, da se mnenja glede na starost večinoma

ne razlikujejo, po spolu porabnikov pa sploh ne. Rezultate in ugotovitve skupinskega pogovora navajam v nadaljevanju.

Večina porabnikov je stranka banke X že več kot 20 let. Le en porabnik je povedal, da je porabnik banke X postal šele pred štirimi leti. Razlog je bil v tem, da so na novem delovnem mestu tako zahtevali. Na vprašanje, če so porabniki še katere druge banke, so odgovarjali različno. Dva porabnika sta odgovorila, da sta. Pri prvemu je razlog ta, da je želel razpršiti svoje premoženje zaradi večje varnosti. Drugi porabnik pa je povedal, da je edini razlog ta, da so mu starši prvo hranilno knjižico odprli pri drugi banki in kasneje ni imel potrebe, da bi ta račun zaprl. Iz prvega skupinskega pogovora sem ugotovila, da porabniki največkrat uporabljajo storitve kartičnega poslovanja (bankomati, plačila preko POS terminalov), klasične storitve na bančnem okencu (dvig in polog gotovine, plačevanje položnic), en gospod je omenil, da se uči veččin poslovanja preko internetne strani. Ena gospa je omenila, da nima računalnika in ji je zato lažje plačevanje položnic preko trajnega naloga, s storitvijo je tudi zelo zadovoljna, ker jo tako banka razbremeni vodenja evidence o zapadlosti položnic. Porabniki druge skupine so bili vsi enotni in so, kot največkrat uporabljeno storitev banke X, omenili spletno bančništvo, s katerim so vsi zelo zadovoljni. Kot prednost te storitve so omenili, da lahko kadarkoli izvedejo želeno transakcijo, ni jim potrebno hoditi v poslovalnice ter čakati v vrsti in da spletna stran zmeraj deluje. Eden od porabnikov je povedal da sprva ni bil popolnoma zadovoljen s spletno banko, sedaj ko je urejeno nakazovanje denarja preko spletnega bančništva tudi v tujino, pa popolnoma izpolnjuje njegova pričakovanja. Omenjali so tudi storitve preko bankomatov in plačevanje s karticami (debetne in kreditne). Le ena porabnica se je pritožila, da se ji je večkrat zgodilo, da je bil med prazniki bankomat na strateško zelo prehodnih krajih prazen (ni bilo dovolj gotovine, niso dovolj hitro poskrbeli za odpravo težave), prav tako je povedala, da so bili v času novoletnih praznikov POS terminali v trgovinah precej zasedeni. Na vprašanje, s katerimi storitvami banke X niso zadovoljni in zakaj, so povedali naslednje; gospa (31 let) je povedala, da ni zadovoljna s konstantnim zviševanjem stroškov posameznih storitev in, da o tem ne obveščajo porabnikov (pisno), ko jih pa pokliče se izgovarjajo, da so povsod objavili zvišanja tarif. Fant, star 28 let, je omenil, da so storitve banke X ene dražjih (primerja lahko na podlagi lastnih izkušenj in izmenjavi mnenj s prijatelji). Starejša gospa je povedala, da se ji zdi nesmiselno plačati tako visoke stroške pri plačilu položnice, ker je pri večjem številu položnic za upokojence to zelo drago. Svetovala je, da bi bilo bolje, če bi obračunavali strošek v procentih od zneska položnice. Tako se ne bi zgodilo, da bi plačala več za stroške plačila položnice, kot je znesek položnice same. Ko je o tem govorila z bančno delavko, ji je ta odvrnila, da lahko plačuje položnice preko spletne banke, kjer je strošek bistveno nižji. Povedala je, da doma nima računalnika in posledično ne more uporabljati spletne banke. Sama sem ji omenila, da imajo v glavni poslovalnici računalnike na razpolago vsem porabnikom, ki želijo poslovati preko spletne banke, pa mi je odvrnila, da se v njenih letih, ko zelo slabo vidi in se zelo počasi uči sodobnih tehnik, to ne bi splačalo, ker bi porabila veliko več časa, kot ga porabi za čakanje v vrsti pred bančnim okencem. Mlajša porabnica mi je zaupala, da je zelo nezadovoljna s pogoji banke X pri najemanju kredita. Sama je imela slabo izkušnjo in trdi, da ni edina, ki ji niso stali ob strani v trenutku, ko je pričakovala, da ji bo banka odobrila

kredit. Zelo je razočarana nad banko X in načinom, ki ga imajo do mlajših porabnikov, ki se podajajo v nakup stanovanja, avtomobila, plačila študija ali zagona nove dejavnosti. Ker so bile izjave glede nezadovoljstva zelo raznolike, sem pogovor napeljala na to, kaj mislijo, kateri dejavniki so zanje najbolj pomembni za kakovostno bančno storitev. Večina je povedala, da je zanje kvalitetna bančna storitev točna, zanesljiva in hitra bančna storitev. V drugem skupinskem pogovoru je porabnica navedla, da je pomembna tudi prijaznost zaposlenih (Citiram: »Brez porabnikov tudi banke ne bi bilo. Tega se velikokrat pri banki X ne zavedajo.«), strokovnost in natančnost. Omenili so tudi to, da se kvaliteta bančnih storitev meri tudi v prilagodljivosti same storitve posamezniku (ne samo tistim, ki imajo boljše finančno stanje, ampak predvsem tistim, ki se šele prvič spopadajo s finančnimi problemi). Zaposlene pri banki X, s katerimi prihajajo v stik, so večinoma ocenili dobro. Le dve osebi sta zaposlene (na bančnem okencu in pri najemanju kreditov) opisali, kot premalo izobražene za delo s strankami. Ena stranka je omenila, da so ji na vprašanja zelo skopo odgovarjali. S slabimi izkušnjami z banko X večina še ni imela opravka. Le ena gospa je povedala, da je prišlo do težav pri plačevanju položnic preko spletne banke in ji problema niso rešili, čeprav se je pritožila in tudi večkrat prišla na banko. Vsi so povedali, da bi banko X menjali za drugo banko, če bi bili pogoji poslovanja pri kateri drugi banki ugodnejši in bi to zahtevalo prenos celotnega poslovanja drugam. Ena gospa je omenila, da bi banko menjala takoj, ampak je preveč lena. Razlog je predvsem v obnašanju zaposlenih do porabnikov. Pri banki X je iz navade in odobrava tudi kakšno dražjo storitev. Pogoj pa je tudi ta, da banka X zaračuna zaprtje TRR in ne želi imeti še dodatnih stroškov. Od devetih porabnikov banke X bi jih pet priporočilo banko X svojim sorodnikom, prijateljem, sodelavcem in znancem, ki še niso njihovi porabniki, štirje pa tega ne bi storili, ker menijo, da so manjše banke do porabnikov bolj prijazne in ustrezljive.

PRILOGA 3: Globinski intervju z vodjo službe marketinga

Katere storitve porabniki vaše banke najbolj uporabljajo?

Iz poročil sektorja poslovne mreže je razvidno, da so najbolj uporabljane storitve sledeče:

- gotovinski pologi in dvigi,
- elektronsko bančništvo,
- kartično poslovanje (bankomati, POS terminali),
- najem kreditov.

Manj pa poslovanje z vzajemnimi skladi, vendar je zaznati porast porabnikov, ki se odločajo za take storitve, kar pripisujemo dobremu obveščanju s takimi bančnimi storitvami.

Na kakšne načine seznanjate vaše porabnike o obstoječih in novih storitvah?

Porabnike obveščamo na več različnih načinov. Eden od teh je obveščanje preko mesečnih izpiskov stanja, po pošti. Priložimo obvestilo, kjer podrobno predstavimo nove oziroma dopolnjene obstoječe storitve. Obveščanje poteka prav tako preko tiskanih medijev, dnevnega časopisja in revij. V poslovalnicah naše banke imamo zmeraj tiskano gradivo, ki

si ga lahko porabniki brezplačno vzamejo in preberejo (knjižice, zgibanke, obrazce), tudi plakatov imamo veliko na vidnih mestih, kjer predstavljamo svoje storitve.

Za tiste, ki uporabljajo našo internetno stran, imajo vsa obvestila o novostih na naši spletni strani, kjer so tudi najbolj ažurna in popolna.

Koliko pritožb prejmete letno/mesečno v povezavi s kvaliteto storitev vaše banke?

Sam sem tudi predsednik komisije za reševanje pritožb. Sestajamo se vsake tri mesece in rešujemo pritožbe, za katere se ni našla rešitev v posameznih sektorjih banke, ki so pristojni za poslovanje s porabniki. V povprečju prejmemo eno pritožbo na dva meseca oziroma povprečno od tri do pet letno. Največkrat ne gre za pritožbe o sami kakovosti storitev, ampak pritožbe o nezakonitem dvigovanju gotovine (kraje bančnih kartic), kjer je potrebna temeljitejša obravnava. Do sedaj smo zmeraj rešili pritožbe na nivoju banke, nadaljnjih pritožb ni bilo.

Na kakšne načine pridobivate mnenja vaših strank o kakovosti vaših bančnih storitev (graje in pohvale)?

Naši porabniki lahko svoja mnenja, pohvale, graje in pritožbe sporočijo osebno našemu delavcu na bančnem okencu, preko telefona, elektronske pošte, knjige pohval in pritožb ter posebnih obrazcev, ki se nahajajo na vsakem bančnem okencu, izpolnjene lahko osebno oddajo v naših poslovalnicah ali jih pošljejo po pošti. Zaposleni redno pregledujejo vse zgoraj naštete vire in ažurno ukrepajo. Verjamemo, da je mnenje naših porabnikov pomemben vir informacij in si želimo, da bi v prihodnosti večkrat izražali svoje pozitivno ali negativno mnenje glede naših storitev, saj je poleg drugih način za izboljšavo obstoječega poslovanja.

PRILOGA 4: Odgovori na vprašanja s strani zaposlenih pri banki X

Kako so zaposleni, ki imajo neposreden stik s porabniki vključeni v izboljšavo kakovosti bančnih storitev?

Direktor sektorja poslovne mreže: Na operativnih (tedenskih) sestankih sodelavci podajo, poleg pregleda opravljenih nalog, tudi predloge oziroma zaznave potrebah porabnikov. Ti predlogi se mesečno posredujejo strokovnim službam, ki preučijo predloge in se opredelijo katere je smiselno upoštevati. Ob tem se (dvakrat letno) organizira tudi delovne sestanke v enotah. Namen teh sestankov je ravno pridobiti čim več pobud za izboljšave ali nove storitve. V pripravi je tudi tehnološka podpora za spremljavo odnosov s porabniki (CRM), katere namen je celovito spremljanje možnosti sodelovanja s porabniki na osnovi spremljave in obdelave podatkov o porabnikih.

Ali je z vedno večjim poudarkom na kartičnem in internetnem bančništvu raven kvalitete klasičnih storitev (fizična prisotnost bančnega uslužbenca) drugotnega pomena? Kako razvijate in ohranjate kakovost na teh področjih?

Direktor sektorja poslovne mreže: Nasprotno! Storitve internetnega bančništva so relativno enostavne, zato jih je možno opravljati brez prisotnosti bančnega delavca. Razvoj novih bančnih storitev pa gre v smeri vedno zahtevnejših poslov za katere je nujna visoka strokovnost ter izjemne prodajne sposobnosti bančnikov. Edini način ohranjanja in izboljšave kakovosti bančnih storitev je usposabljanje bančnih delavcev, to zajema usposabljanje doma in v tujini, tako praktično kot teoretično.

Pri izpeljavi obstoječih storitev oziroma pri vpeljavi novih; v kolikšni meri izhajate iz potreb in želja vaših porabnikov? Na kakšne načine pridobivate te informacije?

Zaposleni v sektorju poslovne mreže: Pri vpeljavi novih storitev so želje in potrebe porabnika zmeraj prisotne. Prav tako pri izboljšavah že obstoječih storitev. Njihove želje in potreb imajo veliko težo, saj navsezadnje delamo za porabnike. Poleg porabnikovih potreb in želja se naslanjamo tudi na ponudbo konkurence, trendov v svetu, lastnih in tujih raziskav in lastnega strokovnega znanja.

Katere nove storitve oblikujete za izboljšavo vaše ponudbe in za pridobitev novih porabnikov?

Zaposleni v sektorju poslovne mreže: Trenutno izpopolnjujemo že obstoječe storitve. Predvsem na področju skladov in kartičnega poslovanja. Veliko truda vlagamo v promocijo naših storitev, naj omenim nagradno igro » Moja aktiva z nakupi dobiva.«

Ali je pokritost z bankomati banke X dovolj dobra? Kako so se vaši porabniki odzvali na provizije pri dvigovanju na bankomatih drugih bank? Kako nameravate povečati prisotnost bankomatov banke X po Sloveniji?

Zaposleni v sektorju poslovne mreže: Banka X ima 80 bankomatov po Sloveniji, v večini pokrivajo primorsko regijo, drugod pa so povsod tam kjer smo prisotni bodisi s poslovno enoto naše banke ali agencijo. Tudi trend v prihodnje temelji na tem, da bodo bankomati postavljeni v tistih krajih kjer smo bomo prisotni s poslovnimi enotami ali agencijami, ker je tam tudi največ naših porabnikov. Seveda, če bodo potrebe po naših bankomatih zaznane tudi drugje, kjer nismo prisotni s poslovalnicami, bomo namestili bankomate tudi drugje.

Provizija na bankomatih je bila na začetku negativno sprejeta le v medijih, pri naših porabnikih ni bilo zaznati zmanjšanja števila dvigov na bančnih avtomatih drugih bank oziroma povečanja povprečnega zneska dviga za zmanjšanje stroškov.

Koliko pritožb prejmete v povprečju na mesec v zvezi s kakovostjo bančnih storitev?

Vodja PE Nova Gorica: Približno deset.

Vodja PE Kranj: V povprečju pet na mesec.

Vodja PE Sežana: Če zanemarimo posamezne pripombe - opombe (npr. kartica ni delala, POS terminal ni prebral kartice, nisem prejel pošte ipd.) lahko rečemo, da je v naši enoti pritožb zelo malo; tako lahko lažje govorimo o letnem in ne o mesečnem povprečju, teh pa je od šest do osem letno.

Vodja PE Piran: Od dve do pet pritožb.

Vodja PE Ljubljana: Pritožb nad kakovostjo bančnih storitev skoraj ni, več je pritožb nad ceno posamezne storitve. V preostalih agencijah je pritožb zelo malo. V povprečju ocenjujem, da se na dva meseca pojavi ena pritožba (približna ocena).

V zvezi s čim oziroma nad katero storitvijo se porabniki najpogosteje pritožujejo? Kako rešujete njihove pritožbe?

Vodja PE Nova Gorica: Porabniki se pritožujejo največkrat nad nedelovanjem aparatov (bankomat, dnevno-nočni trezor, spletna banka), včasih tudi nad vrstami pred blagajnami. Stranki se trudimo posredovati čim bolj argumentiran odgovor ter se opravičimo.

Vodja PE Kranj: Najpogosteje se porabniki pritožujejo zaradi previsokih bančnih tarif, nepokritosti z bankomati v gorenjski regiji, pomanjkanja parkirnih mest za porabnike naše banke. Porabnikom se največkrat opravičimo in pritožbe posredujemo naprej.

Vodja PE Sežana: Med pritožbami so najpogosteje cene (obresti, provizija, stroški opomina), nekaj pritožb dobimo tudi na račun obnašanja oziroma komuniciranja naših zaposlenih s strankami. Običajni način reševanja problemov je osebni zagovor s porabnikom, kjer se tudi opravičimo, če je potrebno oziroma poskušamo vedno s prijazno besedo najti najboljšo rešitev za svojo stranko. Pri tem nastopamo v imenu banke X in tudi, če je napaka storjena v kakšni drugi enoti banke X in se porabnik pritoži pri nas, se ne izgovarjamo na druge. Običajno uspevamo reševati pritožbe v duhu pregovora »Lepa beseda lepo mesto najde.«

Vodja PE Piran: Pritožbe so predvsem v zvezi z visokimi tarifami in obrestnimi merami. Veliko se jih pritožuje nad tem, da jim kot začetnikom ne stojimo ob stani (predvsem pri pridobivanju kreditov), kasneje ko postanejo uspešni (čez par let) pa jih snubimo, da pridejo k nam.

Vodja PE Ljubljana: Letos sta bili v naši poslovni enoti dve taki pritožbi. Ena stranka se je pritoževala nad spletno banko, zakaj ne omogoča prenos sredstev iz varčevalnega računa na TRR. Druga pritožba je zadevala otvoritve direktnih bremenitev oziroma, zakaj ni mogoče odpreti določene direktne bremenitve. V agenciji Trzin se je ena stranka pritožila nad ureditvijo čakalnih vrst v poslovalnici. V agencijah Dunajska in Kočevje stranke moti predolga doba od naročila do prevzema kartic v enoti in to, da kartic ne pošiljamo na dom.

Nekatere pritožbe so takoj rešljive, druge ne. Rešujemo jih v sodelovanju s službo podpore poslovanju (razvojem) in informatiko.

Imate podatek, koliko porabnikov je v letošnjem letu zamenjalo vašo banko za katero drugo? Ste seznanjeni z razlogi menjave banke?

Vodja PE Nova Gorica: Tega podatka nimamo. Ta podatek ni takoj očiten, saj stranka odpre le še en dodaten TRR na drugi banki. Razloge vidimo v boljših pogojih (tarife, obrestne mere itd.) druge banke, ne pa v kvaliteti storitev.

Vodja PE Kranj: Točnega podatka nimamo, lahko pa povem, da zelo malo. Ponavadi je razlog za zamenjavo naše banke za drugo najetje kredita pri drugi banki, ki zajema prenos celotnega poslovanja.

Vodja PE Sežana: Točnega podatka ni mogoče dobiti, saj nekateri obdržijo naš račun kljub temu, da so pri drugi banki odprli nov račun. V letošnjem letu vemo zagotovo samo za enega porabnika, ki je zaradi (trenutne) boljše ponudbe prenesel poslovanje na drugo banko. Redko je razlog osebna zamera zaradi nekorektnega odnosa ali kaj podobnega, glavni razlog je običajno boljša ponudba drugih bank. Zaradi nesolidnega poslovanja pa nekaterim tudi sami zapremo račune.

Vodja PE Piran: Točnega podatka nimamo, lahko bi rekli približno pet porabnikov. Nikoli ni bil razlog stroškovne narave, saj smo se uspeli s pooblastili približati konkurenčni ponudbi, razloge je treba iskati v sami neodobritvi kreditov (kreditna nesposobnost, premajhno zavarovanje itd.).

Vodja PE Ljubljana: Kolikor smo seznanjeni, je bila to le ena stranka, pri kateri je bil vzrok znan. Stranke se običajno odločajo za zamenjavo banke, če jim druge banke nudijo boljše pogoje kreditiranja, hkrati pa je to pogojeno s prenosom poslovanja k drugi banki.

PRILOGA 5: Anketni vprašalnik

Pozdravljeni!

Moje ime je Kristina Magdič in sem absolventka Ekonomske fakultete v Ljubljani. Pripravljam diplomsko delo na temo analiza kakovosti bančnih storitev namenjenim prebivalstvu. Pomemben del moje raziskave je tudi anketni vprašalnik, ki je pred Vami. Vprašalnik obsega 8 vprašanj in Vam bo vzel približno deset minut časa. Vaši odgovori so anonimni, uporabila jih bom zgolj v raziskovalne namene kot pripomoček pri izvedbi naloge.

Za sodelovanje se Vam iskreno zahvaljujem!

1. Koliko časa ste že komitent banke X? (Obkroži številko pod izbranim odgovorom.)

Manj kot 1 leto	Od 1 do 5 let	Od 6 do 10 let	Od 11 do 20 let	Več kot 20 let
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

2. V kolikšni meri ste, gledano v celoti, bodisi zadovoljni bodisi nezadovoljni s storitvami banke X? (Obkroži številko pod izbranim odgovorom.)

Zelo nezadovoljen	Nezadovoljen	Bolj nezadovoljen kot zadovoljen	Bolj zadovoljen kot nezadovoljen	Zadovoljen	Zelo zadovoljen
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)

3. Označite v kolikšni meri se bodisi strinjate bodisi ne strinjate z naslednjimi trditvami o kakovosti storitev banke X; v mislih imejte tisto njeno poslovalnico, s katero imate največ izkušenj. (Obkrožite številko v razponu od 1=močno se ne strinjam pa do 6=močno se strinjam, pod izbranim odgovorom.)

	1 Močno se ne strinjam	2 Skoraj v celoti se ne strinjam	3 Delno se ne strinjam	4 Delno se strinjam	5 Skoraj v celoti se strinjam	6 Močno se strinjam
Bančni uslužbenci se hitro odzivajo na moje prošnje.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Tiskani materiali (obrazci, brošure, mesečni izpiski, bančne kartice ipd.) so privlačnega videza	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Z bančnimi karticami te banke doslej nisem imel (-a) težav.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Banka opravlja storitve brez napak.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Bančni uslužbenci pokažejo iskreno zanimanje za reševanje mojim problemov, povezanih z bančnim poslovanjem.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Bančne poslovalnice so lepega videza.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Bančni uslužbenci so mi vedno pripravljene pomagati.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Bančni uslužbenci so primerno oblečeni in urejeni glede na delo, ki ga opravljajo.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
V tej banki pridem hitro na vrsto.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Banka upošteva moje želje in potrebe.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Delovni čas te banke ustreza mojim potrebam.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Bančni uslužbenci mi vzbujajo zaupanje.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Bančni uslužbenci imajo dovolj znanja, da lahko zanesljivo odgovorijo na moja vprašanja.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Obseg (oz. raznolikost) storitev, ki ji ponuja Banka Koper, ustreza mojim potrebam.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Bančni uslužbenci pokažejo razumevanje za moje specifične potrebe.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)

Informacije, ki mi jih posredujejo bančni uslužbenci, so jasne in razumljive.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Ta banka ima zame ugodno lokacijo (blizu doma, službe, trgovin ...)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Mesečni izpiski, ki jih prejmem na dom, so jasni in razumljivi	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Bančne storitve so opravljene v obljubljenem časovnem roku.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Banka ima sodobno tehnično opremo.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Bančni uslužbenci so prijazni in vljudni.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
V banki opravijo neko storitev točno tako, kot so obljubili.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Banka je dostopna brez težav (parkirišče, dvigala, dostop za invalide ...)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Bančni uslužbenci mi točno povedo, kdaj bo neka storitev izvedena.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Bančni uslužbenci hitro odpravijo morebitne napake.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
V banki izvedejo storitev pravilno že prvokrat.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Bančni uslužbenci mi znajo svetovati, kaj bi bila zame najbolj ugodna storitev.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Počutim se varnega pri poslovanju s to banko.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Banka mi redno pošilja na dom mesečne izpiske o stanju na mojem računu.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)

4. Ali uporabljate storitve spletne banke (I-net)?

- a) **Da**
b) **Ne**

5. Spol: a) **M**

b) **Ž**

6. Starost:

- a) Do 20 let.
b) Od 21 do 30 let.
c) Od 31 do 40 let.
d) Od 41 do 50 let
e) Od 50 let dalje.

7. Dokončana izobrazba:

- a) Osnovna šola ali manj.
b) Poklicna šola.
c) Srednja šola.
d) Višja izobrazba.
e) Univerzitetna izobrazba.
f) Magisterij, doktorat.

8. Vaš povprečni mesečni NETO dohodek:

- a) Do 500 €.
b) Od 501 € do 630 €.
c) Od 631 € do 830 €.
d) Od 831 € do 1000 €.
e) Nad 1000 €.

PRILOGA 6: Analiza anketiranih porabnikov po sociodemografskih značilnostih

Tabela 1: Sociodemografske značilnosti anketiranih uporabnikov

Sociodemografske značilnosti	Frekvenca	Odstotek
SPOL	150	100,0
<i>Moški</i>	50	33,3
<i>Ženske</i>	100	66,7
STAROST	150	100,0
<i>Do 20 let.</i>	6	4,0
<i>Od 21 do 30 let.</i>	37	24,7
<i>Od 31 do 40 let.</i>	38	25,3
<i>Od 41 do 50 let.</i>	33	22,0
<i>Od 50 let dalje.</i>	36	24,0
IZOBRAZBA	150	100,0
<i>Osnovna šola ali manj.</i>	4	2,7
<i>Poklicna šola.</i>	9	6,0
<i>Srednja šola.</i>	73	48,7
<i>Višja izobrazba.</i>	23	15,3
<i>Univerzitetna izobrazba.</i>	39	26,0
<i>Magisterij, doktorat.</i>	2	1,3
MESEČNI NETO DOHODEK	150	100,0
<i>Do 500 €</i>	18	12,0
<i>Od 501 € do 630 €</i>	19	12,7
<i>Od 631 € do 830 €</i>	28	18,7
<i>Od 831 € do 1000 €</i>	46	30,7
<i>Nad 1000 €</i>	39	26,0

Vir: Lastna raziskava, 2007.

PRILOGA 7: Univariatna analiza posameznih vprašanj

Tabela 1: Ocenjene srednje vrednosti in mere variabilnosti za posamezne spremenljivke

	SPREMENLJIVKA	ARITMETIČNA SREDINA	STANDARDNI ODKLON	MODUS	MIN	MAX
Vpr.2	Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X.	4,45	0,931	5	1	6
Trdit1	Hiter odziv uslužbencev na prošnje porabnikov.	4,47	1,027	5	1	6
Trdit2	Privlačen videz tiskanih materialov.	4,42	1,051	5	1	6
Trdit3	Odsotnost težav pri uporabi bančnih kartic.	4,94	1,227	6	1	6
Trdit4	Banka opravlja storitve brez napak.	4,23	1,177	5	1	6
Trdit5	Kazanje iskrenega zanimanja uslužbencev za reševanje porabnikovih problemov.	4,25	1,187	5	1	6
Trdit6	Lep videz bančnih poslovalnic.	4,88	0,897	5	2	6
Trdit7	Pripravljenost pomagati s strani uslužbencev.	4,45	1,103	5	1	6
Trdit8	Primerna urejenost bančnih uslužbencev.	4,60	1,147	5	1	6
Trdit9	Hiter prihod na vrsto.	3,71	1,255	4	1	6
Trdit10	Upoštevanje želja in potreb porabnikov.	3,95	1,268	4	1	6

	SPREMENLJIVKA	ARITMETIČNA SREDINA	STANDARDNI ODKLON	MODUS	MIN	MAX
Trdit11	Ustreznost delovnega časa banke X.	3,75	1,423	5	1	6
Trdit12	Vzbujanje zaupanja s strani bančnih uslužbencev.	4,25	1,050	4	1	6
Trdit13	Zanesljivost znanja bančnih uslužbencev.	4,31	1,016	5	1	6
Trdit14	Ustreznost obsega storitev banke X.	4,50	1,091	5	1	6
Trdit15	Razumevanje s strani bančnih uslužbencev.	4,13	1,154	4	1	6
Trdit16	Jasnost in razumljivost posredovanih informacij.	4,36	1,064	5	1	6
Trdit17	Ugodna lokacija bančne poslovalnice.	4,99	1,207	6	1	6
Trdit18	Jasnost in razumljivost mesečnih izpiskov.	4,99	0,999	5	1	6
Trdit19	Opravljenost storitev v obljubljenem časovnem roku.	4,84	1,010	5	1	6
Trdit20	Sodobnost tehnične opreme.	4,98	0,807	5	2	6
Trdit21	Vljudni in prijazni bančni uslužbenci.	4,51	1,085	5	1	6
Trdit22	Opravljanje storitev točno tako kot je obljubljeno.	4,47	0,994	5	1	6
Trdit23	Dostopnost banke brez težav	4,36	1,401	5	1	6
Trdit24	Navedba točnega časa kdaj bo storitev izvedena.	4,33	1,132	5	1	6
Trdit25	Hitra odprava morebitnih napak.	4,13	1,177	5	1	6
Trdit26	Izvedba pravilne storitve že prvokrat.	4,31	1,136	5	1	6
Trdit27	Svetovanje o najbolj ugodni storitvi.	4,22	1,086	5	1	6
Trdit28	Občutek varnosti pri poslovanju z banko X.	4,66	1,186	5	1	6
Trdit29	Redno pošiljanje mesečnih izpiskov na dom.	5,57	0,763	6	2	6

Vir: Lastna raziskava, 2007.

Tabela 2: Ocenjene srednje vrednosti in mere variabilnosti za kompleksne spremenljivke

KOMPLEKSNA SPREMENLJIVKA	ARITMETIČNA SREDINA	STANDARDNI ODKLON	MODUS	MIN	MAX
Zanesljivost	4,6581	0,764	5,14	2,29	6,00
Odzivnost	4,2173	0,916	4,40	1,40	6,00
Vzbujanje zaupanja	4,5133	0,834	4,33	1,67	6,00
Dostop	4,3689	1,108	5,00	1,00	6,00
Vživljanje v položaj porabnika	4,0978	1,033	5,00	1,00	6,00
Otopljivost/Vidnost	4,7200	0,667	4,75	2,50	6,00

Vir: Lastna raziskava, 2007.

Tabela 3: Frekvenčna porazdelitev za spremenljivko leta uporabe storitev banke X**Leta uporabe storitev banke X**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Od 1 do 5 let	12	8,0	8,0	8,0
Od 6 do 10 let	18	12,0	12,0	20,0
Od 11 do 20 let	42	28,0	28,0	48,0
Več kot 20 let	78	52,0	52,0	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Vir: Lastna raziskava, 2007.

Tabela 4: Frekvenčna porazdelitev za spremenljivko splošno zadovoljstvo s storitvami banke X**Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Zelo nezadovoljen	1	,7	,7	,7
Nezadovoljen	5	3,3	3,3	4,0
Bolj nezadovoljen, kot zadovoljen	14	9,3	9,3	13,3
Bolj zadovoljen, kot nezadovoljen	46	30,7	30,7	44,0
Zadovoljen	73	48,7	48,7	92,7
Zelo zadovoljen	11	7,3	7,3	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Vir: Lastna raziskava, 2007.

Tabela 5: Frekvenčna porazdelitev za spremenljivko odstotnost težav pri uporabi bančnih kartic**Odstotnost težav pri uporabi bančnih kartic**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Močno se ne strinjam	3	2,0	2,0	2,0
Skoraj v celoti se ne strinjam	6	4,0	4,0	6,0
Delno se ne strinjam	11	7,3	7,3	13,3
Delno se strinjam	18	12,0	12,0	25,3
Skoraj v celoti se strinjam	51	34,0	34,0	59,3
Močno se strinjam	61	40,7	40,7	100,0
Total	150	100,0	100,0	

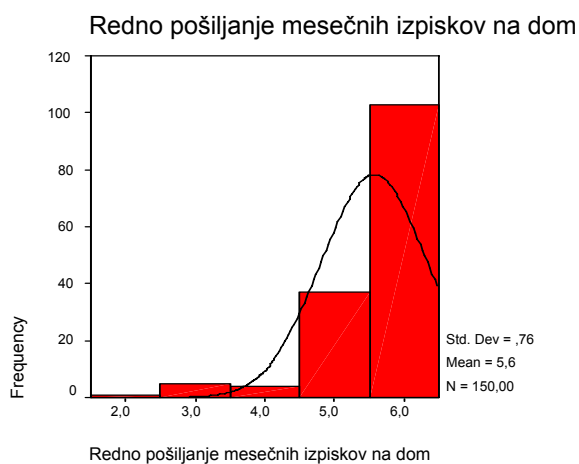
Vir: Lastna raziskava, 2007.

Tabela 6: Frekvenčna porazdelitev za spremenljivko redno pošiljanje mesečnih izpiskov na dom

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Skoraj v celoti se ne strinjam	1	,7	,7	,7
	Delno se ne strinjam	5	3,3	3,3	4,0
	Delno se strinjam	4	2,7	2,7	6,7
	Skoraj v celoti se strinjam	37	24,7	24,7	31,3
	Močno se strinjam	103	68,7	68,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Vir: Lastna raziskava, 2007.

Histogram 1: Frekvenčna porazdelitev za spremenljivko redno pošiljanje mesečnih izpiskov na dom



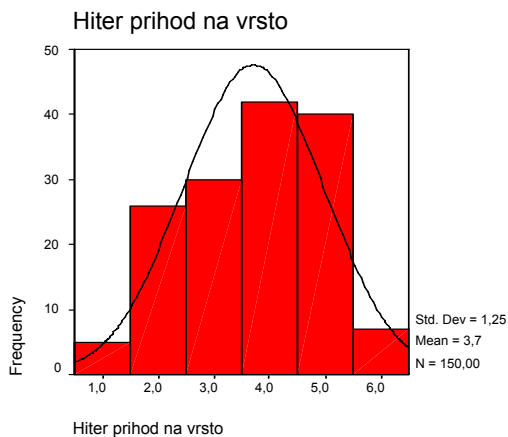
Vir: Lastna raziskava, 2007.

Tabela 7: Frekvenčna porazdelitev za spremenljivko hiter prihod na vrsto

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Močno se ne strinjam	5	3,3	3,3	3,3
	Skoraj v celoti se ne strinjam	26	17,3	17,3	20,7
	Delno se ne strinjam	30	20,0	20,0	40,7
	Delno se strinjam	42	28,0	28,0	68,7
	Skoraj v celoti se strinjam	40	26,7	26,7	95,3
	Močno se strinjam	7	4,7	4,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Vir: Lastna raziskava, 2007.

Histogram 2: Frekvenčna porazdelitev za spremenljivko hiter prihod na vrsto



Vir: Lastna raziskava, 2007.

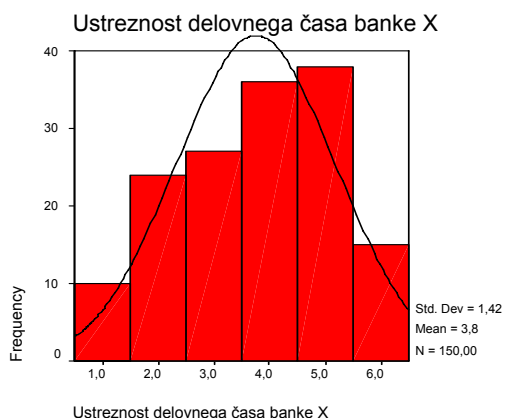
Tabela 8: Frekvenčna porazdelitev za spremenljivko ustreznost delovnega časa banke X

Ustreznost delovnega časa banke X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Močno se ne strinjam	10	6,7	6,7	6,7
Skoraj v celoti se ne strinjam	24	16,0	16,0	22,7
Delno se ne strinjam	27	18,0	18,0	40,7
Delno se strinjam	36	24,0	24,0	64,7
Skoraj v celoti se strinjam	38	25,3	25,3	90,0
Močno se strinjam	15	10,0	10,0	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Vir: Lastna raziskava, 2007.

Histogram 3: Frekvenčna porazdelitve za spremenljivko ustreznost delovnega časa banke X



Vir: Lastna raziskava, 2007.

Tabela 9: Frekvenčna porazdelitev za spremenljivko uporaba spletne banke**Uporaba spletne banke**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	103	68,7	68,7	68,7
	Ne	47	31,3	31,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Vir: Lastna raziskava, 2007.

Tabela 10: Kontingenčna tabela za spremenljivki uporaba spletne banke in starost porabnikov banke X**Uporaba spletne banke * Starost porabnikov banke X Crosstabulation**

Count		Starost porabnikov banke X					Total
		Do 20 let	Od 21 do 30 let	Od 31 do 40 let	Od 41 do 50 let	Od 50 let dalje	
Uporaba spletne banke	Da	2	29	30	21	21	103
	Ne	4	8	8	12	15	47
Total		6	37	38	33	36	150

Vir: Lastna raziskava, 2007.

PRILOGA 8 : Analiza konsistentnosti posameznih kompleksnih spremenljivk**Tabela 1:** Analiza zanesljivosti za trditve, ki se nanašajo na kompleksno spremenljivko zanesljivost

***** Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis *****

-

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

1.	TRDIT3	Odsotnost težav pri uporabi bančnih kart
2.	TRDIT4	Banka opravlja storitve brez napak
3.	TRDIT5	Kazanje iskrenega zanimanja uslužbencev
4.	TRDIT19	Opravljenost storitev v obljubljenem čas
5.	TRDIT22	Opravljanje storitev točno tako kot je o
6.	TRDIT26	Izvedba pravilne storitve že prvokrat
7.	TRDIT29	Redno pošiljanje mesečnih izpiskov na do

		Mean	Std Dev	Cases
1.	TRDIT3	4,9400	1,2274	150,0
2.	TRDIT4	4,2267	1,1767	150,0
3.	TRDIT5	4,2467	1,1868	150,0
4.	TRDIT19	4,8400	1,0105	150,0
5.	TRDIT22	4,4667	,9944	150,0
6.	TRDIT26	4,3133	1,1360	150,0
7.	TRDIT29	5,5733	,7628	150,0

N of Cases = 150,0

Item Means	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min	Variance
	4,6581	4,2267	5,5733	1,3467	1,3186	,2435

Inter-item Correlations	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min
Variance	,4188	,1393	,7371	,5979	
	5,2926	,0208			

Reliability Coefficients 7 items

Alpha = ,8329 Standardized item alpha = ,8346

Tabela 2: Analiza zanesljivosti za trditve, ki se nanašajo na kompleksno spremenljivko odzivnost

***** Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis *****

—

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

- | | | |
|----|---------|--|
| 1. | TRDIT1 | Hiter odziv uslužbencev na prošnje porab |
| 2. | TRDIT7 | Pripravljenost pomagati s strani uslužbe |
| 3. | TRDIT9 | Hiter prihod na vrsto |
| 4. | TRDIT24 | Navedba točnega časa kdaj bo storitev iz |
| 5. | TRDIT25 | Hitra odprava morebitnih napak |

	Mean	Std Dev	Cases
1. TRDIT1	4,4667	1,0276	150,0
2. TRDIT7	4,4533	1,1027	150,0
3. TRDIT9	3,7133	1,2550	150,0
4. TRDIT24	4,3267	1,1322	150,0
5. TRDIT25	4,1267	1,1775	150,0

N of Cases = 150,0

Item Means	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min
Variance	4,2173	3,7133	4,4667	,7533	
	1,2029	,0980			

Inter-item Correlations	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min
Variance	,5582	,4375	,6709	,2334	
	1,5334	,0063			

Reliability Coefficients 5 items

Alpha = ,8618 Standardized item alpha = ,8633

Tabela 3: Analiza zanesljivosti za trditve, ki se nanašajo na kompleksno spremenljivko vzbujanje zaupanja

***** Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis *****

—

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

1.	TRDIT12	Vzbujanje zaupanja s strani bančnih uslu
2.	TRDIT13	Zanesljivost znanja bančnih uslužbencev
3.	TRDIT16	Jasnost in razumljivost posredovanih inf
4.	TRDIT18	Jasnost in razumljivost mesečnih izpisko
5.	TRDIT21	Vljudni in prijazni bančni uslužbenci
6.	TRDIT28	Občutek varnosti pri poslovanju z banko

		Mean	Std Dev	Cases
1.	TRDIT12	4,2533	1,0503	150,0
2.	TRDIT13	4,3067	1,0163	150,0
3.	TRDIT16	4,3600	1,0636	150,0
4.	TRDIT18	4,9933	1,0000	150,0
5.	TRDIT21	4,5067	1,0853	150,0
6.	TRDIT28	4,6600	1,1862	150,0

N of Cases = 150,0

Item Means	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min
Variance	4,5133	4,2533	4,9933	,7400	
1,1740	,0772				

Inter-item	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min
Correlations	,5296	,2956	,6938	,3982	
Variance	2,3474	,0175			

Reliability Coefficients 6 items

Alpha = ,8713 Standardized item alpha = ,8710

Tabela 4: Analiza zanesljivosti za trditve, ki se nanašajo na kompleksno spremenljivko **dostop**

***** Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis *****

— R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

1.	TRDIT11	Ustreznost delovnega časa banke X
2.	TRDIT17	Ugodna lokacija bančne poslovalnice
3.	TRDIT23	Dostopnost banke brez težav

		Mean	Std Dev	Cases
1.	TRDIT11	3,7533	1,4234	150,0
2.	TRDIT17	4,9933	1,2068	150,0
3.	TRDIT23	4,3600	1,4012	150,0

N of Cases = 150,0

Item Means	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min	Variance
	4,3689	3,7533	4,9933	1,2400	1,3304	,3845

Inter-item	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min
Correlations	,5156	,4874	,5698	,0823	1,1689
Variance	,0018				

Reliability Coefficients 3 items

Alpha = ,7607

Standardized item alpha = ,7615

Tabela 5: Analiza zanesljivosti za trditve, ki se nanašajo na kompleksno spremenljivko vživljanje v položaj porabnika

***** Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

1. TRDIT10 Upoštevanje želja in potreb porabnikov
2. TRDIT15 Razumevanje s strani bančnih uslužbencev
3. TRDIT27 Svetovanje o najbolj ugodni storitvi

		Mean	Std Dev	Cases
1.	TRDIT10	3,9467	1,2680	150,0
2.	TRDIT15	4,1267	1,1545	150,0
3.	TRDIT27	4,2200	1,0860	150,0

N of Cases = 150,0

Item Means	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min
Variance	4,0978	3,9467	4,2200	,2733	1,0693
	,0193				

Inter-item	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min
Correlations	,6685	,6032	,7290	,1259	1,2087
Variance					
	,0032				

Reliability Coefficients 3 items

Alpha = ,8565

Standardized item alpha = ,8582

Tabela 6: Analiza zanesljivosti za trditve, ki se nanašajo na kompleksno spremenljivko fizični dokazi

***** Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

1. TRDIT2 Privlačen videz tiskanih materialov
2. TRDIT6 Lep videz bančnih poslovalnic
3. TRDIT8 Primerna urejenost bančnih uslužbencev
4. TRDIT20 Sodobnost tehnične opreme

		Mean	Std Dev	Cases
1.	TRDIT2	4,4200	1,0509	150,0
2.	TRDIT6	4,8800	,8968	150,0
3.	TRDIT8	4,6000	1,1469	150,0
4.	TRDIT20	4,9800	,8066	150,0

N of Cases = 150,0

Item Means	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min
Variance					

1,1267	4,7200 ,0659	4,4200	4,9800	,5600	
Inter-item Correlations Variance	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min
3,0940	,2947 ,0145	,1509	,4669	,3160	
Reliability Coefficients		4 items			
<u>Alpha = ,6084</u>		Standardized item alpha = ,6256			

Vir: Vse tabele v prilogi so pridobljene z lastno raziskavo, 2007.

PRILOGA 9: Analiza konsistentnosti za vse trditve, ki merijo kakovost bančnih storitev

```

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****
R E L I A B I L I T Y   A N A L Y S I S   -   S C A L E   ( A L P H A )
Reliability Coefficients
N of Cases =      150,0                N of Items = 28
Alpha = ,9512

```

Vir: Lastna raziskava, 2007.

PRILOGA 10: Testna statistika za posamezne spremenljivke

	SPREMENLJIVKA	ARITMETIČNA SREDINA	95 % INTERVAL ZAUPANJA		STOPNJA ZNAČILNOSTI
			Spodnja meja	Zgornja meja	
Vpr.2	Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X.	4,45	4,30	4,60	0,000
Trdit1	Hiter odziv uslužbencev na prošnje porabnikov.	4,47	4,30	4,63	0,000
Trdit2	Privlačen videz tiskanih materialov.	4,42	4,25	4,59	0,000
Trdit3	Odsotnost težav pri uporabi bančnih kartic.	4,94	4,74	5,14	0,000
Trdit4	Banka opravlja storitve brez napak.	4,23	4,04	4,42	0,000
Trdit5	Kazanje iskrenega zanimanja uslužbencev za reševanje porabnikovih problemov	4,25	4,06	4,44	0,000
Trdit6	Lep videz bančnih poslovalnic	4,88	4,73	5,02	0,000
Trdit7	Pripravljenost pomagati s strani uslužbencev	4,45	4,27	4,63	0,000
Trdit8	Primerna urejenost bančnih uslužbencev	4,60	4,41	4,78	0,000
Trdit9	Hiter prihod na vrsto	3,71	3,51	3,91	0,000
Trdit10	Upoštevanje želja in potreb porabnikov	3,95	3,74	4,15	0,000
Trdit11	Ustreznost delovnega časa banke X	3,75	3,52	3,98	0,000
Trdit12	Vzbujanje zaupanja s strani bančnih uslužbencev	4,25	4,08	4,42	0,000
Trdit13	Zanesljivost znanja bančnih uslužbencev	4,31	4,14	4,47	0,000
Trdit14	Ustreznost obsega storitev banke X	4,50	4,32	4,68	0,000
Trdit15	Razumevanje s strani bančnih uslužbencev	4,13	3,94	4,31	0,000
Trdit16	Jasnost in razumljivost posredovanih informacij	4,36	4,19	4,53	0,000
Trdit17	Ugodna lokacija bančne poslovalnice	4,99	4,80	5,19	0,000
Trdit18	Jasnost in razumljivost mesečnih izpiskov	4,99	4,83	5,15	0,000
Trdit19	Opravljenost storitev v obljubljenem časovnem roku	4,84	4,68	5,00	0,000
Trdit20	Sodobnost tehnične opreme	4,98	4,85	5,11	0,000
Trdit21	Vljudni in prijazni bančni uslužbenci	4,51	4,33	4,68	0,000
Trdit22	Opravljanje storitev točno tako kot je obljubljeno	4,47	4,31	4,63	0,000
Trdit23	Dostopnost banke brez težav	4,36	4,13	4,59	0,000
Trdit24	Navedba točnega časa kdaj bo storitev izvedena	4,33	4,14	4,51	0,000
Trdit25	Hitra odprava morebitnih napak	4,13	3,94	4,32	0,000
Trdit26	Izvedba pravilne storitve že prvikrat	4,31	4,13	4,50	0,000
Trdit27	Svetovanje o najbolj ugodni storitvi	4,22	4,04	4,39	0,000
Trdit28	Občutek varnosti pri poslovanju z banko X	4,66	4,47	4,85	0,000
Trdit29	Redno pošiljanje mesečnih izpiskov na dom	5,57	5,45	5,70	0,000

Vir: Lastna raziskava, 2007.

PRILOGA 11 : Testna statistika za kompleksne spremenljivke

KOMPLEKSNA SPREMENLJIVKA	ARITMETIČNA SREDINA	95 % INTERVAL ZAUPANJA		STOPNJA ZNAČILNOSTI
		Spodnja meja	Zgornja meja	
Zanesljivost	4,6581	4,5348	4,7814	0,000
Odzivnost	4,2173	4,0695	4,3651	0,000
Vzbujanje zaupanja	4,5133	4,3788	4,6478	0,000
Dostop	4,3689	4,1901	4,5477	0,000
Vživljanje v položaj porabnika	4,0978	3,9311	4,2645	0,000
Otipljivost/Vidnost	4,7200	4,6123	4,8277	0,000

Vir: Lastna raziskava, 2007.

PRILOGA 12: Rezultati preverjanja prve raziskovalne hipoteze: Porabniki, ki so stranke banke X dlje časa, so s kakovostjo bančnih storitev bolj zadovoljni kot ostali porabniki.

Tabela 1: Kontingenčna tabela za spremenljivki časovna uporaba storitev banke X in splošno zadovoljstvo s storitvami banke X

Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X * Leta uporabe storitev banke X Crosstabulation

Count		Leta uporabe storitev banke X				Total
		Od 1 do 5 let	Od 6 do 10 let	Od 11 do 20 let	Več kot 20 let	
Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X	Zelo nezadovoljen		1			1
	Nezadovoljen			2	3	5
	Bolj nezadovoljen, kot zadovoljen	3	1	5	5	14
	Bolj zadovoljen, kot nezadovoljen		6	19	21	46
	Zadovoljen	8	9	16	40	73
	Zelo zadovoljen	1	1		9	11
Total		12	18	42	78	150

Vir: Lastna raziskava, 2007.

Tabela 2: Preizkušanje domneve o razliki med več aritmetičnimi sredinami za neodvisne vzorce

H_0 : aritmetične sredine za neodvisne vzorce so enake ($\mu_1 = \mu_2 = \mu_3$)

H_1 : aritmetične sredine za neodvisne vzorce so različne ($\mu_1 \neq \mu_2 \neq \mu_3$)

ANOVA

Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	5,466	3	1,822	2,150	,096
Within Groups	123,707	146	,847		
Total	129,173	149			

Vir: Lastna raziskava, 2007.

PRILOGA 13: Rezultati preverjanja druge raziskovalne hipoteze: Na splošno zadovoljstvo porabnikov s storitvami preučevane banke najmočneje vpliva zanesljivost kot dimenzija kakovosti storitve, takoj za njo pa odzivnost.

Tabela 1: Korelacijska matrika za posamezne spremenljivke

		Correlations							
	Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X	ZANESLJIVOST	ODZIVNOST	VZBUJANJE ZAUPANJA	FIZIČNI DOKAZI	DOSTOP	ŽIVLJANJE V POLOŽAJ PORABNIKA	Ustreznost obsega storitev banke X	
Pearson Correlation	Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X	1,000	,567	,611	,636	,446	,453	,619	,475
	ZANESLJIVOST	,567	1,000	,832	,780	,645	,472	,742	,580
	ODZIVNOST	,611	,832	1,000	,791	,578	,536	,782	,562
	VZBUJANJE ZAUPANJA	,636	,780	,791	1,000	,617	,625	,830	,558
	FIZIČNI DOKAZI	,446	,645	,578	,617	1,000	,464	,517	,431
	DOSTOP	,453	,472	,536	,625	,464	1,000	,461	,464
	ŽIVLJANJE V POLOŽAJ PORABNIKA	,619	,742	,782	,830	,517	,461	1,000	,496
	Ustreznost obsega storitev banke X	,475	,580	,562	,558	,431	,464	,496	1,000
Sig. (1-tailed)	Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X	,	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	ZANESLJIVOST	,000	,	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	ODZIVNOST	,000	,000	,	,000	,000	,000	,000	,000
	VZBUJANJE ZAUPANJA	,000	,000	,000	,	,000	,000	,000	,000
	FIZIČNI DOKAZI	,000	,000	,000	,000	,	,000	,000	,000
	DOSTOP	,000	,000	,000	,000	,000	,	,000	,000
	ŽIVLJANJE V POLOŽAJ PORABNIKA	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,	,000
	Ustreznost obsega storitev banke X	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,
N	Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X	150	150	150	150	150	150	150	150
	ZANESLJIVOST	150	150	150	150	150	150	150	150
	ODZIVNOST	150	150	150	150	150	150	150	150
	VZBUJANJE ZAUPANJA	150	150	150	150	150	150	150	150
	FIZIČNI DOKAZI	150	150	150	150	150	150	150	150
	DOSTOP	150	150	150	150	150	150	150	150
	ŽIVLJANJE V POLOŽAJ PORABNIKA	150	150	150	150	150	150	150	150
	Ustreznost obsega storitev banke X	150	150	150	150	150	150	150	150

Vir: Lastna raziskava, 2007.

Tabela 2: Spremenljivke, ki so vključene v regresijski model

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	VZBUJANJE ZAUPANJA		Forward (Criterion: Probability-of-F-to-enter <= ,050)
2	ODZIVNOST		Forward (Criterion: Probability-of-F-to-enter <= ,050)

a. Dependent Variable: Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X

Vir: Lastna raziskava, 2007.

Tabela 3: Vrednosti multiplih korelacijskih koeficientov

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,636 ^a	,405	,401	,72064
2	,660 ^b	,436	,428	,70408

a. Predictors: (Constant), VZBUJANJE ZAUPANJA

b. Predictors: (Constant), VZBUJANJE ZAUPANJA, ODZIVNOST

c. Dependent Variable: Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X

Vir: Lastna raziskava, 2007.

Tabela 4: Prikaz multiplih regresijskih koeficientov**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,245	,325		3,831	,000
	VZBUJANJE ZAUPANJA	,711	,071	,636	10,037	,000
2	(Constant)	1,159	,319		3,633	,000
	VZBUJANJE ZAUPANJA	,457	,113	,409	4,046	,000
	ODZIVNOST	,292	,103	,287	2,836	,005

a. Dependent Variable: Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X

Vir: Lastna raziskava, 2007.

Tabela 5: Spremenljivke, ki niso vključene v regresijski model**Excluded Variables^c**

Model		Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics
						Tolerance
1	ZANESLJIVOST	,181 ^a	1,795	,075	,146	,392
	ODZIVNOST	,287 ^a	2,836	,005	,228	,375
	VŽIVLJANJE V POLOŽAJ PORABNIKA	,291 ^a	2,608	,010	,210	,311
	DOSTOP	,090 ^a	1,113	,268	,091	,610
	FIZIČNI DOKAZI	,086 ^a	1,075	,284	,088	,620
	Ustreznost obsega storitev banke X	,175 ^a	2,320	,022	,188	,688
2	ZANESLJIVOST	,033 ^b	,276	,783	,023	,268
	VŽIVLJANJE V POLOŽAJ PORABNIKA	,203 ^b	1,708	,090	,140	,269
	DOSTOP	,071 ^b	,893	,373	,074	,605
	FIZIČNI DOKAZI	,046 ^b	,577	,565	,048	,598
	Ustreznost obsega storitev banke X	,132 ^b	1,728	,086	,142	,650

a. Predictors in the Model: (Constant), VZBUJANJE ZAUPANJA

b. Predictors in the Model: (Constant), VZBUJANJE ZAUPANJA, ODZIVNOST

c. Dependent Variable: Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X

Vir: Lastna raziskava, 2007.

PRILOGA 14: Rezultati preverjanja tretje raziskovalne hipoteze: Tehnična kakovost storitev (širina in globina asortimenta) manj vpliva na splošno oceno zadovoljstva s storitvami preučevane banke, kot pa funkcionalna kakovost.

Tabela 1: Korelacijska tabela za kompleksno spremenljivko funkcionalna kakovost in spremenljivko ustreznost obsega storitev (tehnična kakovost)

Correlations				
		Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X	Ustreznost obsega storitev banke X	Funkcionalna kakovost
Pearson Correlation	Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X	1,000	,475	,663
	Ustreznost obsega storitev banke X	,475	1,000	,618
	Funkcionalna kakovost	,663	,618	1,000
Sig. (1-tailed)	Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X	,	,000	,000
	Ustreznost obsega storitev banke X	,000	,	,000
	Funkcionalna kakovost	,000	,000	,
N	Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X	150	150	150
	Ustreznost obsega storitev banke X	150	150	150
	Funkcionalna kakovost	150	150	150

Vir: Lastna raziskava, 2007.

Tabela 2: Spremenljivke, ki so vključene v regresijski model

Variables Entered/Removed^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Funkcionalna kakovost	,	Forward (Criterion: Probability-of-F-to-enter <= ,050)

a. Dependent Variable: Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X

Vir: Lastna raziskava, 2007.

Tabela 3: Vrednosti multiplih korelacijskih koeficientov**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,663 ^a	,439	,435	,69965

- a. Predictors: (Constant), Funkcionalna kakovost
 b. Dependent Variable: Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X

Vir: Lastna raziskava, 2007.

Tabela 4: Prikaz multiplih regresijskih koeficientov**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,701	,353		1,984	,049
	Funkcionalna kakovost	,840	,078	,663	10,765	,000

- a. Dependent Variable: Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X

Vir: Lastna raziskava, 2007.

PRILOGA 15: Rezultati preverjanja četrte raziskovalne hipoteze: Starejši porabniki slabše ocenjujejo usmerjenost pozornosti k porabniku v preučevani banki kot mlajši porabniki; čim slabše jih ocenjujejo, tem slabša je tudi njihova splošna ocena zadovoljstva s storitvami.

Tabela 1: Kontingenčna tabela za kompleksno spremenljivko vživljanje v položaj porabnika in spremenljivko starost porabnikov banke X

VŽIVLJANJE V POLOŽAJ PORABNIKA * Starost porabnikov banke X Crosstabulation

Count		Starost porabnikov banke X					Total
		Do 20 let	Od 21 do 30 let	Od 31 do 40 let	Od 41 do 50 let	Od 50 let dalje	
VŽIVLJANJE	1,00			1			1
V POLOŽAJ	1,67	1	1	1	1		4
PORABNIKA	2,00			2		1	3
	2,33		2	2	1	1	6
	2,67		1	4			5
	3,00		2	2	4	1	9
	3,33		2	1	1	2	6
	3,67	1	7	2	3	2	15
	4,00	1	4	7	8	5	25
	4,33	2	6	4	3	6	21
	4,67		4	3	2	7	16
	5,00		4	8	7	3	22
	5,33		2		1	3	6
	5,67		2		2	2	6
	6,00	1		1		3	5
Total		6	37	38	33	36	150

Vir: Lastna raziskava, 2007.

Tabela 2: Preizkušanje domneve o razliki med več aritmetičnimi sredinami za neodvisne vzorce

H_0 : aritmetične sredine za neodvisne vzorce so enake ($\mu_1 = \mu_2 = \mu_3$)

H_1 : aritmetične sredine za neodvisne vzorce so različne ($\mu_1 \neq \mu_2 \neq \mu_3$)

ANOVA

VŽIVLJANJE V POLOŽAJ PORABNIKA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	8,338	4	2,084	2,006	,097
Within Groups	150,673	145	1,039		
Total	159,010	149			

Vir: Lastna raziskava, 2007.

Tabela 3: Opisna statistika za spremenljivki splošno zadovoljstvo s storitvami banke X in kompleksno spremenljivko vživljanje v položaj porabnika

Descriptives

Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1,00	1	3,0000	,	,	,	,	3,00	3,00
1,67	4	2,7500	1,70783	,85391	,0325	5,4675	1,00	5,00
2,00	3	3,6667	,57735	,33333	2,2324	5,1009	3,00	4,00
2,33	6	3,1667	1,16905	,47726	1,9398	4,3935	2,00	5,00
2,67	5	4,0000	1,00000	,44721	2,7583	5,2417	3,00	5,00
3,00	9	3,8889	,92796	,30932	3,1756	4,6022	2,00	5,00
3,33	6	4,0000	,89443	,36515	3,0614	4,9386	3,00	5,00
3,67	15	4,1333	,91548	,23637	3,6264	4,6403	2,00	5,00
4,00	25	4,4400	,65064	,13013	4,1714	4,7086	3,00	6,00
4,33	21	4,7619	,62488	,13636	4,4775	5,0463	3,00	6,00
4,67	16	4,6250	,61914	,15478	4,2951	4,9549	4,00	6,00
5,00	22	4,8636	,35125	,07489	4,7079	5,0194	4,00	5,00
5,33	6	5,1667	,40825	,16667	4,7382	5,5951	5,00	6,00
5,67	6	5,1667	,98319	,40139	4,1349	6,1985	4,00	6,00
6,00	5	5,8000	,44721	,20000	5,2447	6,3553	5,00	6,00
Total	150	4,4533	,93109	,07602	4,3031	4,6036	1,00	6,00

Vir: Lastna raziskava, 2007.

Tabela 4: Preizkušanje domneve o razliki med več aritmetičnimi sredinami za neodvisne vzorce

H_0 : aritmetične sredine za neodvisne vzorce so enake ($\mu_1 = \mu_2 = \mu_3$)

H_1 : aritmetične sredine za neodvisne vzorce so različne ($\mu_1 \neq \mu_2 \neq \mu_3$)

ANOVA

Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	53,524	14	3,823	6,823	,000
Within Groups	75,649	135	,560		
Total	129,173	149			

Vir: Lastna raziskava, 2007.

PRILOGA 16: Rezultati preverjanja pete raziskovalne hipoteze: Pri porabnikih, ki uporabljajo spletno banko kot pot za dostavo bančnih storitev, dimenzija odzivnost močnejše vpliva na njihovo splošno stopnjo zadovoljstva kot pri drugih porabnikih.

Tabela 1: Kontingenčna tabela za spremenljivki uporaba spletne banke in starost porabnikov banke X

Uporaba spletne banke * Starost porabnikov banke X Crosstabulation

Count		Starost porabnikov banke X					Total
		Do 20 let	Od 21 do 30 let	Od 31 do 40 let	Od 41 do 50 let	Od 50 let dalje	
Uporaba spletne banke	Da	2	29	30	21	21	103
	Ne	4	8	8	12	15	47
Total		6	37	38	33	36	150

Vir: Lastna raziskava, 2007.

Tabela 2: Korelacijska tabela za kompleksno spremenljivko odzivnost in spremenljivko splošno zadovoljstvo s storitvami banke X (za uporabnike spletne banke)

Correlations^a

		ODZIVNOST	Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X
Pearson Correlation	ODZIVNOST	1,000	,594
	Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X	,594	1,000
Sig. (1-tailed)	ODZIVNOST	,	,000
	Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X	,000	,
N	ODZIVNOST	103	103
	Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X	103	103

a. Selecting only cases for which Uporaba spletne banke = Da

Vir: Lastna raziskava, 2007.

Tabela 3: Korelacijska tabela za kompleksno spremenljivko odzivnost in spremenljivko splošno zadovoljstvo s storitvami banke X (za ne uporabnike spletne banke)

Correlations^a

		ODZIVNOST	Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X
Pearson Correlation	ODZIVNOST	1,000	,655
	Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X	,655	1,000
Sig. (1-tailed)	ODZIVNOST	,	,000
	Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X	,000	,
N	ODZIVNOST	47	47
	Splošno zadovoljstvo s storitvami banke X	47	47

a. Selecting only cases for which Uporaba spletne banke = Ne

Vir: Lastna raziskava, 2007.