

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VISOKE POSLOVNE ŠOLE
**VPLIV DIGITALIZACIJE NA UPORABNIKE BANČNIH STORITEV
V SLOVENIJI**

Ljubljana, november 2022

LUKA ILERŠIČ

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisani Luka Ileršič, študent Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtor predloženega dela z naslovom Vpliv digitalizacije na uporabnike bančnih storitev v Sloveniji, pripravljenega v sodelovanju s svetovalcem doc. dr. Antonom Manfredo

IZJAVLJAM

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

V Ljubljani, dne _____

Podpis študenta: _____

KAZALO

UVOD	1
1 OPREDELITEV DIGITALIZACIJE IN NJEV VPLIV NA BANČNIŠTVO	2
1.1 Pojmi digitalizacija, digitalno bančništvo in digitizacija	3
1.2 Stanje digitalizacije v Sloveniji	4
1.3 Pomen digitalizacije za banke in uporabnike bančnih storitev	6
1.4 Nevarnosti spletnega poslovanja	7
1.5 Prednosti spletnega bančništva	8
2 UPORABNIŠKA IZKUŠNJA IN VPLIV NA DIGITALIZACIJO BANK	9
2.1 Pomen uporabniške izkušnje	9
2.2 Vpliv uporabniške izkušnje na digitalno preobrazbo bank	11
2.3 Dejavniki, ki vplivajo na uporabniško izkušnjo	11
2.3.1 Uporabniški vmesnik	11
2.3.2 Digitalna pismenost	13
3 PREGLED RAZISKAV O DIGITALIZACIJI BANK	13
3.1 Digitalizacija slovenskih bank	13
3.2 Digitalno poslovanje uporabnikov spletne banke	14
4 RAZISKAVA O VPLIVU DIGITALIZACIJE NA UPORABNIKE BANČNIH STORITEV	15
4.1 Izvedba raziskave	15
4.2 Analiza podatkov	16
SKLEP	19
LITERATURA IN VIRI	20
PRILOGE	25

KAZALO TABEL

Tabela 1: Podatki o anketiranih	15
Tabela 2: Doba uporabe spletne banke	16
Tabela 3: Rezultati ankete glede rabe spletne banke	16
Tabela 4: Rezultati ankete o varni rabi spletne banke	17
Tabela 5: Rezultati ankete o nevarnostih spletnih zlorab	18

KAZALO SLIK

Slika 1: Elementi digitalne preobrazbe	3
Slika 2: DESI 2022- uspešnost po posamezni kategoriji	5
Slika 3: Primerjava splošne in mobilne uporabniške izkušnje	10
Slika 4: Prikaz delovanja uporabniškega vmesnika	12
Slika 5: Delež oseb, ki večkrat na dan uporablja spletne povezave	14
Slika 6: Delež prejemnikov dvomljivih informacij	7

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Anketni vprašalnik	1
Priloga 2: Primerjava klasične in spletne banke	3

SEZNAM KRATIC

angl. – angleško

DESI – (angl. Digital Economy and Society Index); Indeks digitalnega gospodarstva in družbe

EU – (angl. European Union); Evropska unija

STA – Slovenska tiskovna agencija

UVOD

Digitalizacija je v današnjem času tako strateško pomembna in nujna, kot je elektrifikacija pred dobrim stoletjem zamenjala parno energijo. Bistveno je izboljšala življenje ljudi ter pospešila gospodarski in družbeni razvoj. Digitalizacija je torej imperativ te dobe in je nujna za blaginjo ljudi (Jenko, 2021).

V zadnjih 20 letih je bančništvo z digitalizacijo doživelo preporod poslovanja. Pojma digitalizacija in spletno bančništvo se danes pojavljata praktično v vsakem domu in podjetju. Spletno bančništvo je tako dobilo obliko distribucijskega kanala, ki omogoča uporabnikom bančnih storitev hitro in preprosto izvajanje elektronskih transakcij (STA, 2022). Je vedno dostopno komitentom in jim omogoča, da lahko s svojimi računi upravljajo kjer koli in kadar koli. Lahko plačujejo račune ali preverijo stanje računa z uporabo mobilnih aplikacij (Balkan, 2021, str. 34).

Število uporabnikov spletnega poslovanja se nenehno večja. Po podatkih Banke Slovenije se je število uporabnikov spletne banke od leta 2015 do konca leta 2020 s 791.460 povečalo na 1,03 milijona (STA, 2022, 15. marec). Porast uporabnikov spletne banke je dodatno povzročila tudi pandemija COVID-19 konec leta 2019. Drastične spremembe v dnevnih rutinah ljudi je bilo treba prilagoditi novim razmeram. Povečali naj bi se spletni nakupi in trend negotovinskega plačevanja, kar naj bi ustvarilo pogoje za spletne prevare in zlorabe z uporabo zlonamerne programske opreme. O spletnih zlorabah v času pandemije COVID-19 poročajo številne države in tudi Slovenija ni nobena izjema (Zveza potrošnikov Slovenije, 2020).

Digitalizacija je, poleg prilagoditve bank na spremembe v delovanju, terjala tudi prilagajanje uporabnikov na spremembe pri delovanju storitev. Po Benioffu (2018) se digitalna preobrazba bank začne in konča pri strankah, saj te pomembno vplivajo na uporabniško izkušnjo – določijo uspeh ali neuspeh določene storitve. Bančna storitev, ki daje uporabniku dobro izkušnjo, lahko banki prinese konkurenčno prednost, saj lahko zadovoljna stranka storitev priporoči drugim uporabnikom. Poleg tega lahko stranka z dobro uporabniško izkušnjo prispeva k uspehu banke in večanju njenega ugleda v očeh javnosti (Maia & Furtado, 2016).

Na uporabniško izkušnjo lahko vplivajo še drugi dejavniki, kot je dober, preprost za uporabo in ustrezno zaščiten uporabniški vmesnik, ki predstavlja interakcijo med človekom in računalnikom. Pomemben vpliv ima tudi vsaj osnovno znanje za uporabo digitalne tehnologije (Muhič, 2020).

Namen zaključne naloge je, da s pomočjo domače in tuje strokovne literature in poglobljenih raziskav in spoznanj predstavim pojem digitalizacije, kako uporabniška izkušnja vpliva na banke in posledično na uporabnike bančnih storitev ter s katerimi izzivi in težavami se soočajo pri spletnem bančništvu. Z anketnim vprašalnikom sem želel ugotoviti njihove

izkušnje s spletno banko, digitalne veščine, prednosti, slabosti in nevarnosti spletnega bančništva. Na osnovi odgovorov anketiranih sem ugotovil in predstavil tudi vrzeli v digitalnem znanju uporabnikov in varnostnih tveganjih ter izpostavil izzive, s katerimi se srečujejo stranke (tudi starejši) pri poslovanju.

Cilji zaključne naloge so:

- pojasniti koncept digitalizacije ter njenega pomena za banke in uporabnike bančnih storitev;
- analizirati, v kolikšni meri se uporablja spletno bančništvo in za katere storitve;
- pojasniti razloge, zakaj se spletno bančništvo ne uporablja;
- analizirati izkušnje uporabnikov pri uporabi spletnega bančništva;
- preveriti digitalne spretnosti pri uporabi spletnega bančništva;
- ugotoviti, ali stranke zaupajo v varnost bančne informacijske infrastrukture,
- ugotoviti, ali spletne zlorabe vplivajo na presojo uporabnikov glede varnosti spletnega bančništva;
- preveriti, ali se zagotavlja protivirusna zaščita pred tveganji zlorab.

Zaključna naloga je razdeljena na dva dela. Prvi del je teoretična osnova izbrane teme, v kateri so s pomočjo domače in tuje strokovne literature predstavljeni pojem in pomen digitalizacije, prednosti spletnega bančništva, stanje digitalizacije v Sloveniji, dejavniki, ki vplivajo na uporabniško izkušnjo ter raziskave s področja digitalizacije bank in njenih uporabnikov. Za pripravo teoretičnega dela so bili v glavnem uporabljeni internetni viri akademikov in raziskovalcev.

Sledi raziskava, opravljena na osnovi odgovorov v anketnem vprašalniku, poslanem preko spleta naključno izbranim osebam. Analiza rezultatov anketiranja se nanaša na področje spletnega bančništva z vidika varne uporabe, digitalnega znanja in izkušnje uporabnikov bančnih storitev. Tema je še posebej aktualna, saj še ni bilo raziskave na tem področju, ki bi ugotavljala, kakšni so vplivi digitalizacije na uporabnike bančnih storitev.

1 OPREDELITEV DIGITALIZACIJE IN NJEV VPLIV NA BANČNIŠTVO

Digitalne finančne storitve so vedno bolj razširjene tudi v Sloveniji. Digitalne tehnologije so v zadnjih letih preoblikovale plačila, posojila, zavarovanja in postajajo ključni dejavnik za uporabnike – potrošnike finančnih storitev. V organizaciji Consumers International, ki združuje 200 potrošniških skupin iz 100 držav, ocenjujejo, da bo do leta 2024 po vsem svetu število digitalnih finančnih storitev preseglo 3,6 milijarde (STA, 2022).

V nadaljevanju so navedene definicije pojmov: digitalizacija, digitalno/spletno bančništvo in digitizacija. Sledi stanje digitalizacije v Sloveniji, pomen digitalizacije za banko in za osebno rabo ter prednosti spletnega bančništva. Vsa navedena področja so pomembna za

razumevanje pomena in vpliva digitalizacije na bančno poslovanje in poslovanje uporabnikov bančnih storitev.

1.1 Pojmi digitalizacija, digitalno bančništvo in digitizacija

Digitalizacija se pogosto pojavlja tako v zasebnem kot poslovnem življenju. Preoblikovala je poslovne procese in način poslovanja v bančništvu kot tudi v drugih dejavnostih. Je širok pojem, ki se nanaša na uporabo digitalnih tehnologij za digitalno poslovanje (Balkan, 2021, str. 2).

Gartner (2018) opredeljuje digitalizacijo z bolj poslovno usmerjenim poudarkom: »Digitalizacija je uporaba digitalnih tehnologij za spreminjanje poslovnega modela in zagotavljanje novih prihodkov in priložnosti za ustvarjanje vrednosti; to je proces prehoda na digitalno podjetje.« Ta definicija zajema odnose strank kot tudi odnose med podjetji in vlado. Gre za integracijo digitalnih tehnologij v kateri koli vidik vsakdanjega življenja (Gray & Rumpe, 2015).

Drugi pojmujejo digitalizacijo kot proces, ki se nanaša na tri ključne elemente: izkušnja kupca, poslovni modeli in poslovni procesi, kar podrobneje prikazuje slika 1 (Bavec, Kovačič, Krisper, Rajkovič & Vintar, 2019).

Slika 1: Elementi digitalne preobrazbe

Izkušnja stranke	Poslovni procesi	Poslovni modeli
Razumevanje strank - Segmentacija strank - Poznavanje znanja družbe Rast prodaje - Prodaja informacijskih storitev - Napovedno trženje - Optimiziran proces pridobivanja strank Dostop do stranke - Prodajne in poprodajne storitve - Skladnost različnih prodajnih poti - Samo-postrežba	Avtomatizacija procesov - Izboljšanje učinkovitosti - Nove funkcionalnosti Nove možnosti zaposlenih - Širša in hitrejša komunikacija - Delitev skupnih znanj družbe - Delo kjerkoli kadarkoli Menedžment učinkovitosti - Poslovna transparentnost - Odločanje na podlagi podatkov – poslovna analitika	Digitalno obogateno poslovanje - Širitev produktov in storitev - Prehod iz fizičnega v digitalni svet Nove poslovne priložnosti - Novi informacijski produkti - Preoblikovanje organizacije Digitalna globalizacija - Integracije podjetij - Spreminjanje mest odločanja - Skupne digitalne storitve
- Integracija podatkov in procesov - Sposobnosti BI	Digitalne sposobnosti	- Integracija IT in poslovanja - Prilagodljive rešitve

Vir: Bavec, Kovačič, Krisper, Rajkovič & Vintar (2019, str. 157).

Kot pomembnejšo izpostavljajo segmentacijo strank na različne ciljne skupine, s čimer se lahko dosežeta celostno razumevanje strank ter optimizirano pridobivanje novih strank. Z digitalno preobrazbo postajajo poslovni procesi bolj avtomatizirani, pridobivajo se nove funkcionalnosti, ki olajšajo komunikacijo tako uporabnikom kot tudi zaposlenim v bankah. S prenovljenimi poslovnimi procesi se dokončno prestopi mejo fizičnega v digitalni svet,

nastajajo in se razvijejo novi poslovni modeli, ki spet širijo prostor za nove produkte. Osrednji problem predstavlja operativna vpeljava novih in učinkovitih poslovnih modelov, saj je bilo nekoč za izgradnjo informacijskega sistema dovolj manjše število usposobljenih informatikov, zdaj pa postaja digitalna preobrazba izziv za celoten menedžment in strokovnjake, ki morajo digitalizirati specifično strokovno ali poslovno področje (Bavec, Kovačič, Krisper, Rajkovič & Vintar, 2019).

Pojma digitalno ali spletno bančništvo sta prisotna skoraj v vseh bankah, ki poslujejo v Sloveniji. Kaj spletno bančništvo omogoča, je odvisno od banke same. Uporabniki lahko preko spleta preprosto, varno, hitro in predvsem kadar koli opravljajo bančne storitve. Pri tem uporabljajo računalnik, prenosnik, tablico ali pametni telefon in to od koder koli (Balkan, 2021, str. 35). Drugi opisujejo spletno bančništvo kot sklop procesov, v okviru katerih se stranka preko spleta prijavi v sistem banke s pomočjo spletnega brskalnika in osebne elektronske naprave: takrat lahko izvaja transakcije, plačuje račune ali upravlja s svojim osebnim bančnim računom (Jassal & Sehgal, 2013). Po Epsteinu (2015) je digitalno bančništvo uporaba tehnologije za zagotavljanje brezhibne obdelave bančnih transakcij od začetka do konca na pobudo stranke.

Pojma digitalizacija pa ne smemo enačiti s pojmom digitizacija. Pomeni konverzijo že obstoječih podatkov in dokumentov iz analognega medija v digitalnega, kot je to na primer skeniranje dokumenta. Vsebina dokumenta se s skeniranjem ne spremeni, le medij, na katerem do dokumenta dostopamo, je spremenjen. Digitizacija podjetju omogoča avtomatizacijo procesov in lažji in hitrejši dostop do podatkov. Torej digitizacija bankam omogoča digitalizacijo svojih storitev, to je storitev elektronskega plačilnega prometa (TruQC, 2022).

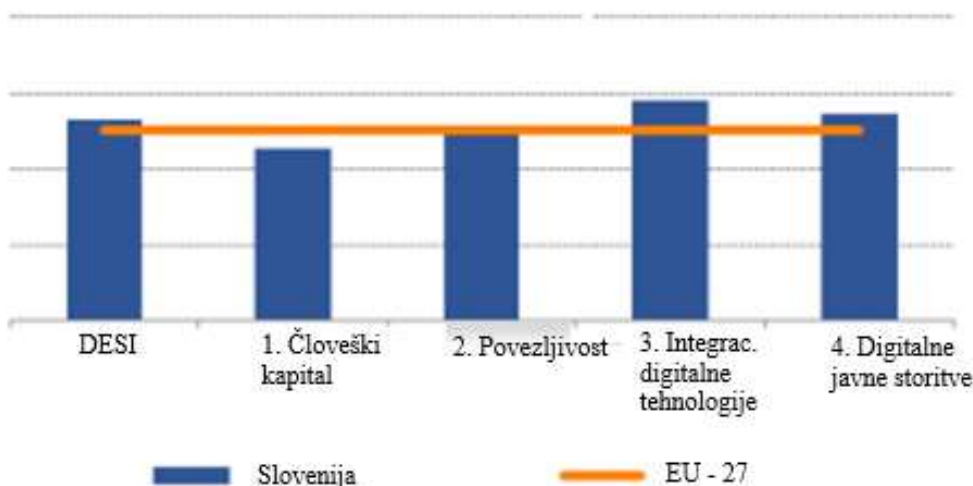
1.2 Stanje digitalizacije v Sloveniji

Po mnenju podjetja Comtrade Fintech, ki je razvilo prvo rešitev elektronskega bančništva v Sloveniji in ki že več kot 25 let sodeluje s slovenskimi bankami ter je strateški partner mnogim bankam tako v Sloveniji kot v tujini, slovenske banke pri razvoju digitalnih storitev ne zaostajajo za bankami v srednji ali zahodni Evropi. Prav tako navaja, da so slovenski uporabniki tehnološko napredni, zato se morajo banke nenehno truditi, da sledijo njihovim zahtevam, pri tem pa se odzivajo dokaj uspešno. Navaja, »če uporabniki tega, kar pričakujejo ne dobijo, se obrnejo drugam, kar so prepoznali tudi svetovni poznavalci s področja fintecha, kot so Revolut, N26, Monese in drugi« (Šoštarič, 2020).

Kljub temu so slovenske banke v primerjavi z globalnim povprečjem uvrščene v kategorijo tako imenovanih »digitalnih zamudnikov«, kar se kaže v ponudbi nekaterih digitalnih storitev na področju odpiranja računov, vsakodnevnih bančnih storitev in naprednih storitev (na primer investiranje v delnice, valute itd., združevanje računov, dodatnih nebančnih storitev). Odstopanje se kaže predvsem pri pomanjkanju naprednejših funkcij, ki se nanašajo na upravljanje z odprtimi računi in z ne bančnimi storitvami (Kamra, 2020).

Stanje digitalizacije v Sloveniji spremlja tudi Evropska komisija, ki od leta 2014 spremlja napredek držav članic Evropske unije in objavlja letna poročila o indeksu digitalnega gospodarstva in družbe (angl. Digital Economy and Society Index, v nadaljevanju DESI). Slovenija se je v skupni razvrstitvi med 27 članicami uvrstila na 11. mesto z oceno 53,4, ki je višja od Evropske unije (v nadaljevanju EU) (52,3) in je glede na prejšnje meritve izboljšala svojo uvrstitev za dve mesti. Indeks DESI je prikazan v prvem stolpcu na sliki 2, rumena črta pa predstavlja evropsko povprečje (Evropska komisija, 2022).

Slika 2: DESI 2022 – uspešnost po posamezni kategoriji



Vir: Evropska komisija (2022).

Evropska komisija (2022) spremlja spremembe še na naslednjih štirih področjih (slika 2), in sicer:

- človeški kapital (usposobljenost prebivalstva za uporabo digitalnih tehnologij in orodij);
- povezljivost uporabnikov z infrastrukturo (dostop do širokopasovnih storitev, pokritost fiksnega omrežja);
- integracija digitalne tehnologije (meri, kako globoko so vpletene digitalne tehnologije v vsakdanje življenje ljudi);
- digitalne javne storitve (delež prebivalstva, ki so kadar koli uporabljali internetne storitve).

Od štirih področij sta nadpovprečno ocenjeni področji integracije digitalne tehnologije in digitalne javne storitve. Na ravni evropskega povprečja ostaja kategorija povezljivosti uporabnikov z infrastrukturo. Manj uspešna je bila Slovenija le na področju človeškega kapitala, vendar se z oceno 44,3 približuje povprečju EU, ki znaša 45,7. Ocena se nanaša na slabšo osnovno in nadosnovno digitalno znanje in spretnosti ljudi.

1.3 Pomen digitalizacije za banke in uporabnike bančnih storitev

V ne tako daljni preteklosti so procesi v bankah temeljili na ročnih vnosih podatkov, zato je prihajalo do napak pri vnosih. Z digitalnim napredkom so se avtomatizirali procesi na način, da so se začeli uporabljati napredni algoritmi, s čimer se izločijo ročni vnosi in s tem storjene napake ter dolgotrajni procesi (FinancePro, 2019).

Kamra (2020) navaja, da je digitalizacija v bankah več kot le sprememba načina poslovanja ali odmik od klasičnega bančništva v digitalnega. Poudarja, da se pristop k digitalizaciji začne s spoznavanjem in z razumevanjem potreb in vedenja uporabnikov ter upoštevanjem želja. Končni cilj digitalizacije v bankah je interakcija vseh kanalov in celovita ponudba storitev preko vsekanalnega sistema. Gre za pristop k že obstoječi tehnologiji, s čimer približajo storitev stranki v njen dom z možnostjo uporabe 24 ur na dan in 7 dni na teden. Konkurenčne prednosti si banke lahko pridobijo z dobrim in preprostim digitalnim vmesnikom, ki strankam omogoča lažji in hitrejši dostop do storitev. Prav tako digitalizacija zniža stroške poslovanja bankam in zmanjša čas, potreben za storitve, ti prihranki pa so nato preneseni na stranko v obliki boljše uporabniške izkušnje in seveda prihrankov (Balkan, 2021).

Digitalizacija vse bolj postaja del našega vsakdana tudi na osebni ravni. Obstaja širok nabor osebnih aplikacij, ki jih imamo na razpolago in sega vse do obdelave in shranjevanja osebnih podatkov, iskanja informacij, spletnih nakupov, iger in drugih aplikacij. Ljudje so vse bolj vpeti v družbena omrežja in se tako spreminja tudi ustroj civilne družbe. Človeški stiki in razmerja se izgublajo v virtualnem svetu in v tem kontekstu digitalizacija dobiva izrazito ekonomsko dimenzijo (Bavec, Kovačič, Krisper, Rajkovič & Vintar, 2019).

Za veliko finančnih transakcij je za uporabo spletne banke potreben le pametni telefon in mobilna aplikacija, kar pa predstavlja težavo za starejše stranke, ki teh znanj nimajo, zato ne zmorejo poslovati digitalno. Pametnih telefonov si mnogi tudi ne morejo privoščiti, poleg tega nekateri ne želijo poslovati digitalno, saj imajo kot potrošniki pravico izbire. Vrzeli med tistimi, ki so jim te poti dostopne, in tistimi, ki jim niso, se vedno bolj pogloblja. Zveza potrošnikov Slovenije zato opozarja, da je v procesu digitalne preobrazbe treba poskrbeti za vse skupine potrošnikov (STA, 2022).

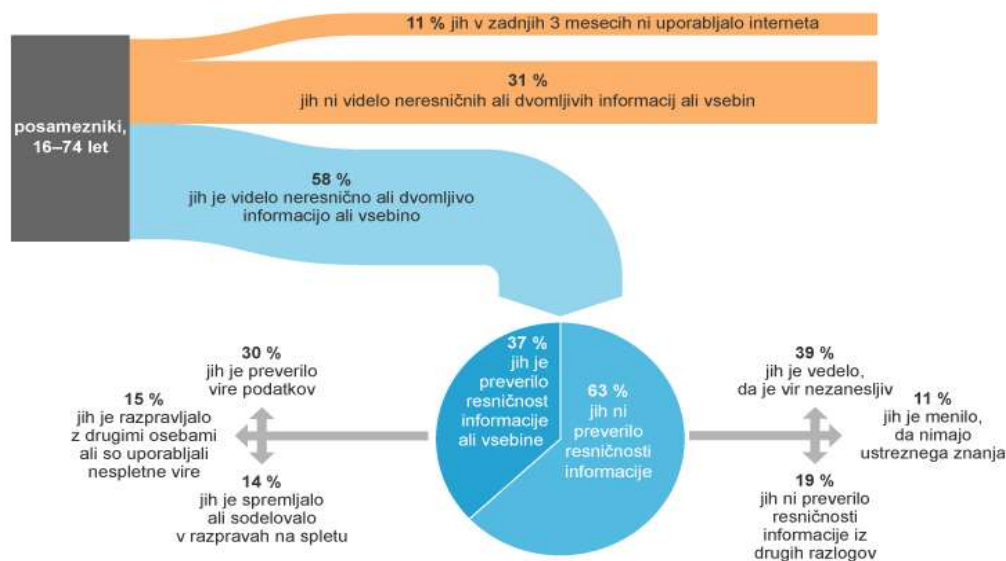
V konkurenčnem okolju je digitalizacija pogojena tudi s sledenjem trendom v prihodnosti. Ti se spreminjajo tako hitro, kot se spreminja tehnologija v 21. stoletju, kar je zelo hitro. Sodobni trendi narekujejo vključevanje personalizacije storitev, stalno dosegljivost, govoreče transakcije, porazdeljena in brezstična plačila, vsevedne banke, bančništvo stvari, robotske svetovalce, finančno družbeno noto, monetizacijo podatkov, sodobno tehnologijo nižanja stroškov komitentov (Varga, 2016).

1.4 Nevarnosti spletnega poslovanja

Digitalizacija s seboj prinaša tudi potrebo po kibernetiski zaščiti. Kot navaja Lallie in drugi (2020), so se v času, ko so bili ljudje zaprti v svojih domovih, povečale spletne zlorabe za 600 %. Pogosto se tudi omenja, da so ljudje tisti najšibkejši člen, ker nevede odprejo vrata zlorabam. Kljub temu je slovensko spletno bančništvo udobno, hitro in varno zaradi kakovostnih varovalnih mehanizmov (Božič, 2016, str. 4).

Po raziskavi Statističnega urada RS (2021) glede spornih oziroma lažnih novic na spletu je 37 % oseb v starosti od 16 do 74 let videlo lažne ali dvomljive informacije in je preverilo njihovo resničnost. Največji delež, 54 %, je bil zabeležen med osebami, starimi med 16 in 24 let, najmanjši delež (26 %) pa v starosti med 55 in 64 let. Resničnost vsebine so prej omenjeni preverjali na različne načine. Največ, 30 %, jih je preverilo vire, 15 % jih ni uporabilo spletnih virov ali pa so o lažnih novicah razpravljali z drugimi osebami, 14 % je spremljalo razpravo o resničnosti take informacije na spletu. Kar 63 % oseb pa dvomljive informacije in vsebine ni preverilo. Največkrat navedeni razlog je bil, da so takoj vedeli, da je vsebina nezanesljiva (39 %). 11 % jih je odgovorilo, da za to nimajo ustreznega znanja. Slika 6 prikazuje podrobne informacije o deležu prejemnikov, ki so prejeli sporne ali neresnične vsebine.

Slika 3: Delež prejemnikov dvomljivih informacij



Vir: Statistični urad RS (2021).

Številne raziskave kažejo, kako pomembna je ozaveščenost uporabnikov o zagotavljanju varnosti spletnega poslovanja, saj je sodobna tehnologija vpletena v delo in življenje skoraj vsakega posameznika. Trenutno znanje o varnostnih elementih je pomanjkljivo, ker se temu področju ne posveča dovolj pozornosti, kljub temu pa obstaja zavedanje o pomenu informacijske varnosti (Lobnikar, Prislan, Markelj & Banutai, 2012). Tudi Dimc in Dobovšek (2010, str. 395) v svoji raziskavi opozarjata, da je ozaveščenost ljudi ključnega

pomena za zaščito in preprečevanje kibernetских zlorab in prevar. Z raziskavo sta pridobila vpogled v percepcijo in razmišljanje ljudi o kibernetiski kriminaliteti in njenih posledicah. Ugotovitve so zaskrbljujoče, saj kažejo, da so nekatere vrste kibernetiske kriminalitete tako razširjene, da so postale družbeno sprejemljive (t. i. piratstvo). Gre za resno pomanjkanje ozaveščenosti ljudi glede različnih oblik kibernetiske kriminalitete (Dimc & Dobovšek, 2010, str. 395).

1.5 Prednosti spletnega bančništva

Spletno in klasično bančništvo sta dve različni obliki poslovanja z bančnimi storitvami. Danes sta obe platformi razviti do te mere, da lahko uporabljamo eno ali drugo, izbira je na posamezniku, še vedno pa obstajajo prednosti na strani spletnega bančništva. Banke dandanes ponujajo oba načina poslovanja (Yadav, 2022).

Stari pristopi bank pri trženju storitev, kjer je ena storitev ustrezala vsem komitentom, že dolgo ne držijo več. Skrb za stranke in njihovo zadovoljstvo s spletno banko postajata vse pomembnejša dejavnika in nekatere banke ne želijo ničesar prepustiti naključju – razvite so bile digitalne platforme, ki lahko strankam omogočijo storitve kjer koli in kadar koli (Varga, 2016).

V prilogi 2 so zbrane prednosti in slabosti spletnega in klasičnega poslovanja, v nadaljevanju pa so navedene prednosti spletnega poslovanja v odnosu do klasičnega.

Poslovanje z uporabniki spletnih bančnih storitev poteka preko digitalnih kanalov – preko mobilne aplikacije na pametnem telefonu, spletne ali elektronske banke ali video klica (FinancePro, 2019). Na ta način uporabniki spletnih bank prihranijo čas, saj jim ni treba obiskati banke, temveč bančne storitve izvedejo iz oddaljene lokacije, na primer od doma ali iz službe, 24 ur na dan (Wells, 2021). Slabost se kaže v tem, da ni primerna za računalniško nepismene ali ljudi, ki nimajo dovolj digitalnih znanj in nimajo dostopa do spletnih povezav (Javrh in drugi, 2018, str. 14). Ti uporabniki raje obiskujejo poslovalnice, ki so med ljudmi (zlasti med starejšimi) še vedno priljubljene, poleg tega nimajo vsi sredstev za nakup računalnika ali pametnega telefona. Drugim je ljubši osebni stik z bančnim uslužbencem (Yadav, 2022).

Področje varnosti poslovanja je najpomembnejši vidik spletnega bančništva. Odgovornost za varnost poslovanja je tako na strani banke kot tudi stranke. Banke morajo poskrbeti za ustrezno tehnično varnost procesov in aplikacij, stranke pa so dolžne upoštevati navodila banke. Največjo težavo na strani uporabnikov predstavlja neznanje glede zaščite, kar znajo izkoristiti kibernetiski kriminalci. Ogrožene pa so tako stranke kot banke, kar dokazujejo nekatere finančne prevare, goljufije, vdori in napadi, ki so izvedeni na sisteme ali podatke, vezane na bančno poslovanje (Prislan & Lobnikar, 2018, str. 27). K večji varnosti pripomorejo varnostni mehanizmi, ki jih banke uporabljajo, da zavarujejo stranke. Pri slovenskih bankah sta v uporabi dva vstopa v spletno banko. Oba temeljita na tako

imenovani 2-faktorski avtentikaciji. Imenuje se SMSpass, deluje pa tako, da ob vpisu gesla prejme stranka na mobilni telefon geslo, ki ga nato vpiše v spletno banko in potem lahko dostopa do storitev (Ministrstvo za javno upravo, 2021). Večjo varnost pa komitenti lahko dosežejo tudi s hrambo digitalnega certifikata na ločenem USB-ključu proč od osebnega računalnika. Druga možnost je uporaba gesla v kombinaciji z generatorjem gesel. Ob vstopu v spletno banko vas ta vpraša po geslu, ki se izpiše na generatorju in s kombinacijo obeh gesel se lahko vstopi v spletno banko (Banka Info, brez datuma).

Klasično poslovanje je v primerjavi s spletnim povezano z visokimi stroški poslovanja, kar nakazuje trend zmanjševanja bančnih poslovalnic. Kljub temu se ne pričakuje prihodnost brez bančnih poslovalnic, pač pa prihodnost z manj poslovalnicami (Capgemini Consulting, 2017, str. 6). Po poročilu Banke za mednarodne poravnave (angl. Bank for International Settlements) znašajo stroški elektronskih distribucijskih kanalov 1 % v primerjavi s klasičnim bančništvom ter desetkrat manj kot osebno bančništvo. Spletne banke lahko prihranijo med 20 in 40 % operativnih stroškov (Epstein, 2015).

2 UPORABNIŠKA IZKUŠNJA IN VPLIV NA DIGITALIZACIJO BANK

Danes uporabniki bančnih storitev v največji meri dostopajo do banke preko mobilnih naprav oziroma telefonov, ki so vse bolj zvesti spremljevalci uporabnikov. Čeprav se to ve, pa banke uporabniški izkušnji na različnih napravah posvečajo bistveno premalo pozornosti. Ne glede na to, katero napravo potrošniki uporabljajo, si želijo hitro, visoko interaktivno in vizualno zadovoljujočo virtualno izkušnjo (Beširevič, 2016).

V nadaljevanju je naveden pomen uporabniške izkušnje, ki pomembno vpliva na digitalno preobrazbo bank ter dejavnike, ki vplivajo na uporabniško izkušnjo.

2.1 Pomen uporabniške izkušnje

Ena od poznanih skupin s področja kakovosti uporabe spletnih tehnologij navaja, da »uprabniška izkušnja (angl. User experiance) zajema vse vidike interakcije končnega uporabnika s podjetjem, njegovimi storitvami in izdelki« (Nielsen Norman Group, brez datuma).

Drugi navajajo, da je uporabniška izkušnja ustvarjanje in sinhronizacija elementov, ki vplivajo na uporabniško izkušnjo z določenim podjetjem z namenom vplivanja na njihovo zaznavanje in vedenje (Unger & Chandler, 2012).

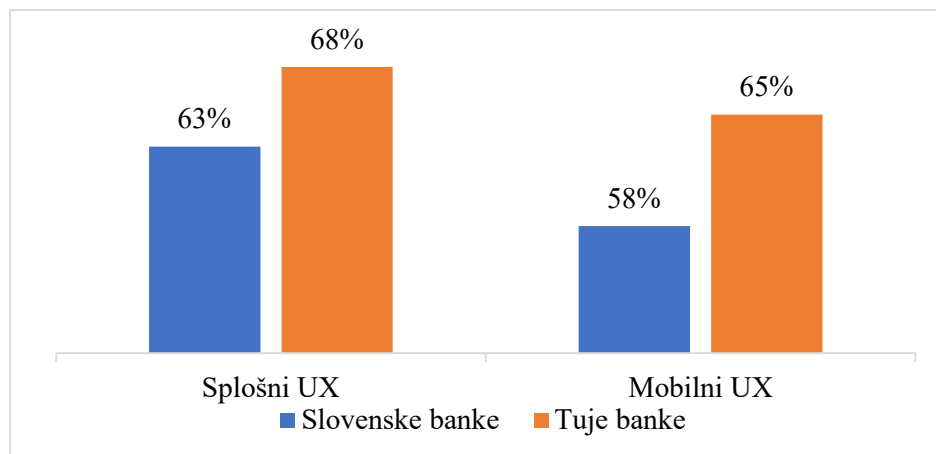
Uporabniki bančnih storitev si od prvega klika na spletnem mestu ali klika v kontaktni center ustvarjajo subtilni vtis o banki, njenih zaposlenih in vrednosti bančnih storitev. Gre za skupek vseh zaznav ali vtisov, ki jih ima stranka o banki v času poslovanja. Vključuje tudi

vse občutke, povezane s temi zaznavami, ki se komulirajo in ustvarjajo pozitivno ali negativno izkušnjo uporabnika (Microsoft Dynamics 365, 2022).

Omenjen »vtis o banki« se imenuje uporabniška izkušnja in predstavlja vsesplošni vtis, ki ga uporabnik doživi ob uporabi produkta, storitve, sistema ali aplikacije. Je širok pojem, ki ga mednarodna organizacija o standardih ISO definira kot ergonomijo interakcije med človekom in sistemom (ProductPlan, 2022). Uporabniška izkušnja lahko določi uspeh ali neuspeh določenega izdelka ali storitve, zato ji je treba posvetiti veliko pozornosti pri digitalni preobrazbi. Da bi razumeli, kaj občuti uporabnik ob uporabi izdelka ali storitve, je potrebno veliko časa in sredstev. Pojavili so se številni pristopi, da bi pridobili izkušnje uporabnikov, saj se vsi zavedajo, da dobra uporabniška izkušnja povečuje konkurenčnost in da lahko izdelek priporoči le zadovoljna stranka (Maia & Furtado, 2016).

Raziskava podjetja E-laborat ugotavlja, da slovenske banke zaostajajo v primerjavi s tujimi bankami zaradi zgolj povprečne uporabniške izkušnje, pomanjkljive optimizacije v iskalnikih in slabše digitalne odzivnosti. Pri ocenjevanju kakovosti uporabniške izkušnje so v raziskavi upoštevali več kot 50 kazalnikov za spletna mesta in skoraj 70 kazalnikov za mobilna spletna mesta. Z vidika uporabniške izkušnje so tuje banke (označene z rumeno barvo) v tem segmentu naprednejše. Slika 3 prikazuje primerjavo med splošno in mobilno uporabniško izkušnjo slovenskih bank, kjer je boljše ocenjena splošna uporabniška izkušnja kot pa mobilna uporabniška izkušnja. V obeh segmentih pa prednjačijo tuje banke, označene z rumeno barvo (Marketing magazin, 2022).

Slika 4: Primerjava splošne in mobilne uporabniške izkušnje



Vir: Marketing Magazin (2022).

Ocenjena je bila tudi hitrost nalaganja spletnega in mobilnega spletnega mesta, ki ima izjemen vpliv na uporabniško izkušnjo. Glede hitrosti nalaganja mobilnega spletnega mesta so slabše ocenjene tako slovenske kot tuje banke – tuje banke celo slabše. Ker večina uporabnikov do bank najprej dostopa preko mobilnih naprav, je to še posebej problematično. Uporabniška izkušnja že danes igra ključno vlogo glede zadovoljstva uporabnikov bančnih

storitev, v prihodnje pa bo še bolj ključna, saj se bo večina storitev izvajala preko digitalnih kanalov. Digitalne uporabniške izkušnje bodo morale banke ponotranjiti, sicer ni mogoče pričakovati zadovoljnih uporabnikov (Marketing Magazin, 2022).

2.2 Vpliv uporabniške izkušnje na digitalno preobrazbo bank

Benioff (2018) navaja, da pričakovanja sodobnih strank temeljijo predvsem na digitalni tehnologiji in digitalnih inovacijah, kar terja od bank, da digitalno preoblikujejo pristop k storitvam za stranke. V preteklosti so stranke poiskale banko, vzpon družbenih medijev pa je ta model pristopa k strankam povsem spremenil in obrnil tako, da je uporabniška izkušnja proces, ki se začne in konča pri strankah.

Na digitalno preobrazbo bank ima pomemben vpliv uporabniška izkušnja. Posledično vpliva na organiziranost njenih poslovnih procesov na način, da se storitve izvajajo hitreje, učinkoviteje in z manj stroški za uporabnike. Digitalna preobrazba pomeni za banko prilagoditev in spremembo tako z vidika organizacije delovanja banke, kot prilagajanja uporabnikov na spremembe v delovanju storitev. V procesu digitalizacije so ključni ljudje. Poznati jo morajo vodje in zaposleni, sicer se ne morejo prilagoditi novim delovnim procesom (Bučar, 2019).

2.3 Dejavniki, ki vplivajo na uporabniško izkušnjo

Navajam pomen uporabniškega vmesnika za dobro uporabniško izkušnjo. Prav tako na uporabniško izkušnjo vpliva tudi digitalna pismenost, ki je pomembna za varno uporabo spletne banke.

2.3.1 Uporabniški vmesnik

Za učinkovito spletno poslovanje in dobro uporabniško izkušnjo je za uporabnike bančnih storitev najpomembnejši uporabniški vmesnik (angl. User Interface). Uporabniški vmesnik je vse, kar uporabnik sliši, vidi in se dotika pri delu z računalnikom. Predstavlja stik oziroma interakcijo med človekom in računalnikom. Namenjeni so uporabnikom, da lahko na pregleden in preprost način prenašajo informacije od aplikacije do uporabnika in obratno (Muhič, 2020, str. 50).

Banke nenehno raziskujejo, kako ustvariti uporabniški vmesnik, s katerim bodo stranke zadovoljne z vidika uporabnosti in enostavnosti. Poleg tega je zadovoljnim in zvestim strankam treba približati nove platforme, sicer odidejo drugam. Eno od slabosti predstavlja prevelika osredotočenost bank na novo tehnologijo in optimizacijo stroškov, pri tem pa zanemarijo uporabniško izkušnjo strank, ki niso usposobljene za uporabo novih platform (Muhič, 2020, str. 50).

Radahl (2018) opozarja, kako pomembna je povezava med uporabniško izkušnjo in uporabniškim vmesnikom, čeprav se na prvi pogled zdita različni disciplini. Ugotavlja, da oba najboljše delujeta, če se uporabljata v tandemu. To pomeni, da se morajo banke osredotočiti na oba elementa, da lahko ustvarijo uspešen izdelek ali storitev. Dobro zasnovan uporabniški vmesnik lahko uporabnikom olajša krmarjenje po aplikaciji ali spletnem mestu. Z drugimi besedami povedano: namen uporabniškega vmesnika je zagotoviti, da imajo uporabniki dobro izkušnjo z uporabo izdelka ali storitve, medtem ko je namen uporabniškega vmesnika zagotoviti, da lahko uporabniki preprosto komunicirajo z izdelkom ali storitvijo. Skratka, oblikovanje uporabniškega vmesnika in uporabniške izkušnje so pomembni z vidika ustvarjanja odlične uporabniške izkušnje, čeprav se njihove vloge nanašajo na zelo različne vidike procesa razvoja izdelka ali storitve.

Na sliki 4 je prikazano delovanje uporabniškega vmesnika ter interakcija med uporabnikom in banko. Razvidno je, da uporabniški vmesnik predstavlja vezni člen med človekom, ki uporablja računalnik, ter računalnikom. Preko uporabniškega vmesnika se uporabnik seznani z računalnikom in s programsko opremo in lahko oceni, ali je poslovanje z njim učinkovito in prijetno (Ljudska univerza Jesenice, 2012, str. 53).

Slika 5: Prikaz delovanja uporabniškega vmesnika



Vir: lastno delo.

Za dobro uporabniško izkušnjo in zadovoljstvo uporabnikov bančnih storitev so pomembni še naslednji dejavniki (Muhič, 2020, str. 50):

- prijava – je eden od najzahtevnejših postopkov, da se ustvari odlična uporabniška izkušnja. Mora biti ustrezno oblikovana in nameščena tako, da jo uporabnik zagleda najprej. Prijava naj ne bi vsebovala preveč korakov, ki bi uporabniku otežili prijavo;
- digitalni izdelek – mora biti preprost, hiter, prilagodljiv in vizualno privlačen. Zadovoljil naj bi obstoječe kot tudi nove uporabnike. Ti naj bi imeli možnost opraviti neko storitev s čim manj kliki;
- varnost – idealen vmesnik je ustrezno zaščiten pred tveganjem kraje zasebnih podatkov. Pri zagotavljanju varnosti imajo ključno vlogo oblikovalci uporabniške izkušnje, ki naj bi zagotavljali in izpolnili tehnične zahteve in potrebe uporabnikov.

2.3.2 Digitalna pismenost

Digitalna pismenost je pomembna vseživljenjska kompetenca, ki vključuje varno in kritično uporabo tehnologije informacijske družbe pri sporazumevanju v prostem času in pri delu. Podpirajo jo osnovna znanja informacijske komunikacijske tehnologije, kot so: uporaba računalnikov za iskanje, ocenjevanje, shranjevanje, proizvodnjo, predstavitev in izmenjavo informacij ter za sporazumevanje in sodelovanje v skupnih omrežjih po spletu (Portal OSV, 2018).

Javrh in drugi (2018, str. 13) navajajo, da digitalna pismenost pomeni, da ima uporabnik sposobnost varno uporabljati digitalne pripomočke in delovati v digitalnem svetu. Digitalno pismen posameznik pozna in uporablja digitalne aparature (računalniki, tablice, prenosni računalniki, pametni telefoni in spletna orodja) in pomembno je tudi, da jih zna za svoje potrebe med seboj povezovati in posodabljeni in da ima dovolj spretnosti in znanj, da lahko brez težav opravlja svoje delo. Prav tako lahko z uporabo digitalne tehnologije išče razne informacije, komunicira in izvaja različna opravila. Obvladovanje računalniške aplikacije je potrebno tudi za uporabnike spletne banke. Ključni sestavni del te zmožnosti je digitalna kompetenca.

3 PREGLED RAZISKAV O DIGITALIZACIJI BANK

V nadaljevanju so podane nekatere raziskave, ki so jih opravili analitiki in raziskovalci na področju digitalizacije slovenskih bank ter poznavanja digitalnih spretnosti pri spletnem poslovanju.

3.1 Digitalizacija slovenskih bank

Podjetje E-laborat vsako leto analizira digitalizacijo slovenskih bank. Analizira spletna mesta bank v kategorijah: predstavitev ponudbe, komunikacija z obiskovalci, uporabniška izkušnja in korporativne informacije. V raziskavi leta 2018 se je spletni portal NLB znova uvrstil na prvo mesto med slovenskimi bankami. Raziskava je še pokazala, da spletni portal NLB prejme največ klikov po opravljenem iskanju ključnih besed na iskalniku Google, poslala je največ e-novic v času trajanja raziskave, s tem pa poskrbijo tudi za boljšo obveščenost strank. NLB je bila sicer kot najbolj digitalno razvita banka ocenjena že peto leto zapored (FinancePro, 2019).

Iz raziskave Kumar (2020) med bankami je razvidno, da slovenske banke še niso dokončno razvile strategije, imenovane »Omnichannel strategy« ali slovensko »vsekanalna strategija«, kar pomeni, da naj bi banka ponujala vse svoje storitve svojim ponudnikom preko vseh različnih kanalov (mobilno bančništvo, spletno bančništvo in klasično bančništvo). Navaja tudi, da je slovensko spletno bančništvo v povprečju 30–40 % bolj razvito kot mobilno bančništvo (Kumar, 2020).

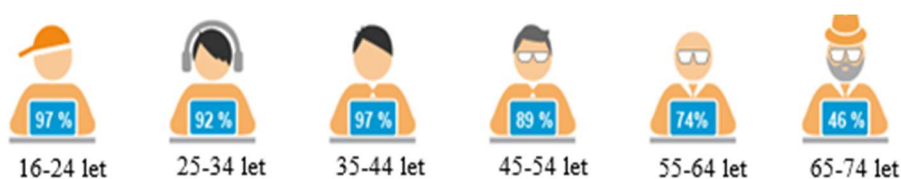
3.2 Digitalno poslovanje uporabnikov spletne banke

Bančne storitve preko spleta je v Sloveniji v letih od 2018 do 2020 uporabljalo 57 % ljudi, kar predstavlja stabilno rast 3–4 % na leto, a je še zaostajala za evropskim povprečjem (znaša 66 %). Delež prebivalstva v Sloveniji, ki so kadar koli uporabljali spletne storitve, je bilo v teh letih pod povprečjem z oceno 51,2, vendar blizu povprečja EU z oceno 52,6 (Evropska komisija, 2021).

Obdobje pandemije COVID-19 je pokazalo, kako pomembno in potrebno je digitalno znanje ljudi in infrastruktura za zagotavljanje varnosti, izobraževanje na daljavo in ohranjanje delovnih mest v Sloveniji. Najhitreje od raziskanih področij je v času pandemije porastlo spletno nakupovanje in video klici. Med pandemijo so bili ljudje zaradi izolacije primorani uporabljati spletne aplikacije za nakupe življenjskih potrebščin in za opravljanje dela in študija od doma. Številni so se morali čez noč digitalizirati – razviti so bili spletni portali za delo in študij na daljavo (Statistični urad RS, 2021).

Digitalizacijo je Statistični urad RS nazadnje raziskoval za leto 2021. Med osebami, starimi med 16 in 74 let, je bilo v 1. četrtletju kar 89 % oseb, ki so redno uporabljale splet, kar je za 2 % več kot v letu 2020. Najmanjši je bil delež 62 % v starosti med 65 in 74 let. Delež oseb, ki ne uporabljajo spleta, je bil največji v starosti med 65. in 74. letom, se pa zmanjšuje: v 2021 jih je bilo 31 %, v 2020 pa 44 %. Na vprašanje, zakaj ne uporabljajo spleta, jih je največ, kar 56 %, navedlo, da ga ne potrebujejo, ali je po njihovem mnenju nekoristen in nezanimiv (39 %), ali jih splet ne zanima, 28 % jih je menilo, da nimajo dovolj digitalnih veščin za uporabo računalnika in spleta, 27 % vprašanih pa je odgovorilo, da so za spletno bančništvo že prestari. Slika 5 prikazuje deleže oseb (po starosti), ki večkrat na dan uporabljajo splet. Prevladujejo osebe med 16. in 24. letom in osebe v starosti od 35 do 44 let, in sicer z deležem 97 %. Slabše so zastopani starejši od 65 do 74 let – med njimi jih 46 % uporablja spletno banko večkrat na dan (Statistični urad RS, 2021).

Slika 6: Delež oseb, ki večkrat na dan uporabljajo spletne povezave



Vir: Statistični urad RS (2021).

Kot poudarja Varga (2016), bi bankam pomagalo razumevanje, kako se stranke soočajo z digitalnim preskokom in tako privabiti več digitalnih uporabnikov. Glede na porast uporabnikov spletne banke, ki se je v zadnjih treh letih več kot podvojilo, nakazuje, da bodo digitalni kanali vse bolj vplivali na bančno poslovanje (Valicon, 2019).

4 RAZISKAVA O VPLIVU DIGITALIZACIJE NA UPORABNIKE BANČNIH STORITEV

V nadaljevanju je podana izvedba raziskave z osnovnimi demografskimi podatki anketiranih ter analizo podatkov.

4.1 Izvedba raziskave

Raziskavo o vplivu digitalizacije na uporabnike bančnih storitev v Sloveniji je bila izvedena z anonimnim anketnim vprašalnikom, pri čemer so bila uporabljena vprašanja oziroma trditve, ki najbolje odražajo stanje o vplivu digitalizacije na anketirane. Anketo sem opravil v mesecu avgustu 2022 in jo je izpolnilo 50 oseb.

Na osnovi odgovorov anketiranih sem preveril prednosti in morebitne slabosti spletnega poslovanja, kakšne izkušnje imajo s spletno banko, njihove digitalne veščine in nevarnosti spletnega bančništva. Predstavil sem tudi vrzeli v digitalnem znanju uporabnikov in varnostnih tveganjih ter izpostavil izzive, s katerimi se srečujejo stranke (tudi starejše) pri poslovanju.

Za anketo je bila uporabljena šeststopenjska lestvica trditev, in sicer: 1 – Nikakor se ne strinjam, 2 – Se ne strinjam, 3 – Niti se ne strinjam/niti se strinjam, 4 – Se strinjam, 5 – Popolnoma se strinjam, 6 – Ne vem/Ne morem odgovoriti. Anketni vprašalnik je razviden v prilogi 1.

V nadaljevanju so v tabeli 1 prikazani podatki o anketiranih. Razvidno je, da je anketo izpolnilo 48 % moških in 52 % žensk. Povprečna starost anketiranih je 42 let. Po izobrazbi zaposlenih prevladuje srednješolska izobrazba (41 %), sledi višješolska (12 %) in visokošolska (29 %) ter magisterij in doktorat (18 %).

Tabela 1: Podatki o anketiranih

		Delež v %
Spol	moški	48
	ženske	52
Povprečna starost		42 let
Izobrazba	srednješolska izobrazba	41
	višješolska izobrazba	12
	visokošolska izobrazba	29
	magisterij	18

Vir: lastno delo.

V nadaljevanju je v tabeli 2 prikazano obdobje uporabe spletne banke. Razvidno je, da je največ (39 %) anketiranih uporablja spletno poslovanje do 5 let. Iz tega lahko sklepam, da

gre za mlajšo populacijo uporabnikov, ki so šele začeli poslovati preko spletne banke. 24 % vprašanih uporablja spletno banko od 11 do 20 let, kar pomeni, da gre za skupino uporabnikov, ki naj bi imela izkušnje s spletnim bančništvom. Še vedno pa je 8 % anketiranih, ki spletne banke ne uporabljajo, zato sklepam, da gre za starejšo skupino anketiranih, ki nimajo dovolj digitalnih znanj, ali pa imajo raje klasično bančno poslovanje oziroma osebni stik z bančnim uslužbencem.

Tabela 2: Doba uporabe spletne banke

Doba	Delež v %
Do 5 let	39 %
Od 6 do 10 let	29 %
Od 11 do 15 let	20 %
Od 16 do 20 let	4 %
Več kot 20 let	0 %
Nisem uporabnik	8 %

Vir: lastno delo.

4.2 Analiza podatkov

V nadaljevanju so v tabeli 3 prikazani odgovori anketiranih na posamezno trditev o rabi spletne banke. Podatki prikazujejo povprečne ocene in standardni odklon.

Tabela 3: Rezultati ankete glede rabe spletne banke

Trditev	Povprečna ocena	Standardni odklon
Banka mi daje vse potrebne napotke in usmeritve o rabi spletnega bančništva.	3,9	1,27
Imam pozitiven odnos in dobre izkušnje pri izvajanju storitev preko spletne banke.	3,9	0,97
Spletno banko uporabljam, ker je poslovanje enostavno, hitro in cenejše.	4	0,96
Spletno banko uporabljam samo za plačevanje položnic in druge enostavne transakcije.	3,4	1,44
Spletno bančništvo je prezahtevno zame, raje obiskujem bančne poslovalnice.	2,3	1,5
Ne uporabljam spletne banke, ker nimam računalnika ali pametnega telefona.	2,2	1,49
Za opravljanje storitev preko spletne banke imam zadostno digitalno znanje in spretnosti.	3,6	1,14

Vir: lastno delo.

Najvišje je ocenjena trditev »spletno banko uporabljam, ker je poslovanje enostavno, hitro in cenejše« (povprečna ocena 4), kar je izrazilo 68 % anketiranih. 6 % vprašanih se s trditvijo ne strinja, kar pomeni, da nimajo dovolj računalniških znanj ali izkušenj. 14 % vprašanih se ni opredelilo, kar lahko razumem, da gre za starejšo populacijo anketiranih, ki ne uporablja spletne banke, da bi se lahko prepričali o prednostih spletnega bančništva.

Anketirani so izrazili veliko zadovoljstvo z banko (povprečna ocena 3,9), ker jim nudi vse potrebne napotke o rabi spletnega bančništva. Prav tako imajo pozitiven odnos in dobre izkušnje s spletno banko. Ocenjujejo, da imajo zadostno digitalno znanje (povprečna ocena 3,6), kljub temu jih 18 % meni, da teh znanj nimajo dovolj. Predvidevam, da gre lahko za strah pred računalniki ali pa se ne počutijo sposobne za delo z računalnikom. Lahko tudi mislijo, da ga lahko kaj polomijo s pritiskom na napačno tipko, kar bi imelo posledice. Obstaja pa tudi verjetnost, da so medijsko izpostavljene spletne prevare vplivale na njihov zaupanje v spletno bančništvo.

34 % (povprečna ocena 3,4) vprašanih uporablja spletno banko samo za plačevanje položnic ali za opravljanje enostavnejših storitev. To pomeni, da ne želijo ali ne poznajo vseh možnosti, ki jih ponuja spletna banka za uporabnike – obstaja tudi možnost, da se bojijo, da bi šlo kaj narobe ali da ne poznajo vseh funkcionalnosti spletnega bančništva. 32 % jih meni, da spletno banko uporabljajo tudi za zahtevnejše storitve in ne samo za plačevanje položnic, kar razumem, da imajo potrebna minimalna digitalna znanja za zahtevnejše bančne storitve. V tabeli 4 navajam rezultate ankete, ki se nanašajo na varno poslovanje uporabnikov spletne banke.

Tabela 4: Rezultati ankete o varni rabi spletne banke

Trditev	Povprečna ocena	Standardni odklon
Geslo za vstop v spletno banko varno hranim in ga nisem nikomur zaupal.	3,7	1,3
Ko končam z uporabo spletne banke, se vedno odjavim.	3,5	1,29
Redno posodabljam operacijski sistem in imam aktiven antivirusni program.	3,2	1,62
Ne sledim vsem digitalnim spremembam pri spletnem poslovanju, zato spletne banke ne uporabljam.	2,7	1,56

Vir: lastno delo.

Uporabniki spletne banke navajajo, da geslo za vstop v spletno banko varno hranijo in ga niso nikomur zaupali (povprečna ocen 3,7). Glede varnega hranjenja gesla je 26 % neopredeljenih oziroma se o tem niso želeli izjasniti. Sklepam, da anketirani niso dovolj ozaveščeni glede varnega hranjenja gesel, so pa dovolj pazljivi glede odjave ob prenehanju poslovanja s spletno banko (povprečna ocena 3,5).

Slabše je ocenjena trditev glede sledenja digitalnim spremembam, zato veliko vprašanih ne uporablja spletne banke (povprečna ocena 2,7). Anketirani redno posodabljaajo operacijski sistem in imajo antivirusni program za zaščito pred zlorabami (povprečna ocena 3,2). Pomeni, da se zavedajo tveganj, ki izhajajo iz spletnih prevar ali zlorab.

V nadaljevanju so v tabeli 5 prikazani rezultati glede nevarnosti, ki so jim izpostavljeni uporabniki spletne banke.

Tabela 5: Rezultati ankete o nevarnostih spletnih zlorab

Trditev	Povprečna ocena	Standardni odklon
Banka me vedno opozori o poskusih spletnih zlorab.	3,9	1,15
Spletne prevare/zlorabe ne vplivajo na mojo presojo glede varnosti spletnega poslovanja.	3,2	1,48
V preteklosti sem že imel/a izkušnje s spletno prevaro/zlorabo.	2,8	1,55

Vir: lastno delo.

Banka vedno opozori uporabnike o morebitnih poskusih spletnih zlorab (povprečna ocena 3,9), kar vpliva na večje zaupanje za spletno poslovanje. Vse navedeno kaže na to, da imajo uporabniki dobre izkušnje s spletno banko. Razloge za dobro uporabniško izkušnjo predstavlja tudi preprost in učinkovit uporabniški vmesnik, ki ga banke nudijo svojim uporabnikom spletne banke.

Spletne prevare tudi ne vplivajo na njihovo presojo o varnosti spletnega poslovanja (povprečna ocena 3,2), čeprav jih je približno tretjina vprašanih že imela izkušnjo s poskusom spletne prevare/zlorabe. Podobno je ugotovil tudi Statistični urad RS (2021), ko se je 37 % oseb, starih med 16 in 74 let, že srečalo z lažnimi ali dvomljivimi informacijami.

Slabše so ocenjena predvsem vprašanja glede zahtevnosti spletnega bančništva z vidika sledenja digitalnih sprememb pri spletnem poslovanju. Omenjeno kaže na slabše digitalne izkušnje ali pomanjkljivo osnovno znanje glede spletnega poslovanja. Prav tako veliko anketiranih ne uporablja spletne banke, ker nimajo računalnika ali pametnega telefona. Navedeno lahko pomeni, da anketirani nimajo dovolj digitalnih znanj, da bi uporabljali spletno bančništvo pri svojem finančnem poslovanju, ali pa si nakupa računalnika ali pametnega telefona ne morejo privoščiti. Takšno stanje nakazuje, da gre za anketirane, ki raje obiskujejo bančne poslovalnice, ker nimajo potrebnih digitalnih znanj za spletno poslovanje. Menim tudi, da v to skupino spadajo predvsem starejši in v tem se kaže slabost spletnega bančništva, ko je starejšim omejena uporaba zaradi neznanja, nezmožnosti nakupa računalnika ali pametnega telefona ali pa nimajo dostopa do spleta.

Ocenjujem, da digitalizacija pozitivno vpliva na uporabnike bančnih storitev, saj imajo vprašani dobre izkušnje pri poslovanju. Menim, da je to predvsem zasluga bank, ki svojim uporabnikom nudijo vse potrebne napotke in pomoč glede večje varnosti poslovanja. Kljub

temu obstaja določena populacija uporabnikov (tudi starejših), ki ne poznajo vseh možnosti spletnega poslovanja, nimajo dovolj digitalnih izkušenj ali pa raje obiskujejo bančne poslovalnice.

SKLEP

Digitalizacija oziroma digitalno poslovanje se pospešeno odvija in pomembno vpliva na uporabnike bančnih storitev. Postaja del našega vsakdana in je mnogim prinesla številne koristi. Nesporno je, da se število spletnih uporabnikov nenehno povečuje, dodaten zagon pa je povzročila tudi pandemija COVID-19. Zapiranje javnega življenja je povzročilo, da so ljudje začeli uporabljati digitalne kanale za opravljanje finančnih transakcij, za spletne nakupe ali delo od doma. Takšno stanje je po mojem mnenju mnoge prisililo, da so začeli poslovati digitalno preko spletnega bančništva, saj je bilo digitalno znanje pred pandemijo na zelo nizki ravni, kar so pokazale tudi dosedanje raziskave.

Z anketno raziskavo sem ugotovil, da večina vprašanih uporablja spletno banko, ker je poslovanje hitro, poceni in preprosto. S strani bank so vedno opozorjeni o poskusih spletnih zlorab in imajo veliko zaupanje v banko, čeprav se je več vprašanih že soočila z zlorabami ali s poskusi spletnih prevar. Kljub temu večina njih ocenjuje spletno banko za varno. Prav tako je večina vprašanih izrazila veliko zadovoljstvo s spletno banko. Pomeni, da imajo dobre izkušnje in da banka skrbi za varen, preprost in odziven uporabniški vmesnik. Ta predstavlja pomemben člen med banko in uporabnikom. Razlog za zadovoljstvo oziroma dobro uporabniško izkušnjo predstavlja tudi preprost in učinkovit uporabniški vmesnik, ki ga banke nudijo svojim uporabnikom spletne banke.

Kljub temu jih nekaj vprašanih meni, da nimajo dovolj računalniških znanj in izkušenj ali pa niso želeli odgovoriti. To predstavlja težavo za ranljivejše ljudi, ki ne želijo poslovati digitalno ali pa nimajo sredstev za nakup računalnika. Sklepam, da raje obiskujejo bančne poslovalnice, ali pa gre za starejšo skupino anketiranih, ki ne uporablja spletne banke. Morda obstaja tudi strah pred računalniki. Veliko vprašanih je odgovorilo, da je spletno bančništvo prezahtevno zanje, ne sledijo digitalnim spremembam, ker nimajo dovolj računalniških izkušenj in tudi ne sredstev za nakup računalnika. Tem ljudem naj bi bilo omogočeno organizirano in starosti prilagojeno digitalno izobraževanje. Letos so sicer bili uvedeni digitalni boni za starejše, kar bi lahko izboljšalo digitalno znanje, vendar pa zaradi pomanjkanja izobraževalnega osebja niso dosegli svojega namena. Zaradi pogojevanja izobraževanja posledično tudi ne pride do nakupa računalnika.

Tretjina vprašanih tudi ni prepričana, da varno hranijo gesla. Dobro pa je, da so pazljivejši ob prenehanju poslovanja s spletno banko in se vedno odjavijo. Menim, da je problem v slabši ozaveščenosti anketiranih glede varnosti spletnega poslovanja, saj to še vedno velja za varnejše od klasičnega poslovanja.

Ocenjujem, da ima digitalizacija pozitiven vpliv na uporabnike bančnih storitev, še vedno obstaja določena skupina uporabnikov, ki spletnega bančništva ne uporablja. Menim, da je treba opraviti več aktivnosti na področju digitalnega izobraževanja uporabnikov spletnega bančništva. Zlasti tisti, ki so ali pa še nimajo potrebnih digitalnih veščin, predstavljajo vrzel, ki bi ji morali v prihodnosti nameniti več pozornosti. Spletno bančništvo bi moralo biti dostopno vsem, zato bi bilo treba poskrbeti za vse skupine potrošnikov. Če bi banke razumele, s katerimi težavami se uporabniki soočajo z digitalnim preskokom, bi lahko pomembno vplivale na porast digitalnega poslovanja. S tem bi se v Sloveniji izboljšalo splošno digitalno stanje gospodinjstev, ki trenutno zaostaja za evropskim povprečjem.

Zaključim lahko, da procesom digitalizacije na področju bančništva ni videti konca, saj se za prihodnost napovedujejo še bolj digitalno napredne tehnologije za banke in tudi za uporabnike spletnega bančništva. Obeta se veliko izzivov tako za banke kot uporabnike bančnih storitev – vsem pa bo skupno to, da se bo treba prilagoditi tako na področju digitalne preobrazbe, znanja kot uporabe spletnih storitev.

LITERATURA IN VIRI

1. Balkan, B. (2021). Impacts of Digitalizations on banks and banking. *ResearchGate*. Pridobljeno 30. novembra 2021 iz https://www.researchgate.net/publication/351112661_Impacts_of_Digitalization_on_Banks_and_Banking
2. Banka Info. (brez datuma). *Ali je spletno bančništvo sploh varno?* Pridobljeno 20. januarja 2021 iz <http://www.bankainfo.com/ali-je-spletno-bancnistvo-spluh-varno>
3. Bavec, C., Kovačič A., Krisper M., Rajkovič V. & Vintar, M. (2019). *Slovenija na poti digitalne preobrazbe*. Ljubljana: Fakulteta za računalništvo in informatiko.
4. Benioff, M. (2018). *What is digital transformation?* Pridobljeno 1. junija 2022 iz <https://www.salesforce.com/products/platform/what-is-digital-transformation/>
5. Beširevič, A. (2016, 27. julij). *Uporabniška izkušnja je pomembna!* [objava na blogu]. Pridobljeno 22. septembra 2022 iz <https://iprom.si/blog/uporabniska-izkusnja-je-pomembna>
6. Božič, G. (2016). Slovenija ima varno informacijsko infrastrukturo. *Bančni vestnik*, 65(7/8), 4.
7. Bučar, T. (2019, 10. april). *Digitalizacija in vavčerji za digitalizacijo* [objava na blogu]. Pridobljeno 30. novembra 2021 iz <https://www.svetovanje.si/svetovanje/blogi/digitalizacija-in-vavcerji-za-digitalizacijo-5cade90e2114e0363b67fa74>
8. Capgemini Consulting. (2017). *Digital Technologies will Accelerate Branch Transformation, Not Make Them Extinct*. Pridobljeno 10. avgusta 2022 iz https://www.capgemini.com/consulting/wp-content/uploads/sites/30/2017/07/digital_banking_pov_25thapril_4.pdf
9. Dimc, M. & Dobovšek, B. (2010). Perception of Cyber Crime in Slovenia. *Varstvoslovje*, 12(4), 378–396.

10. Epstein, S. (2015). *Understanding Digital Banking* [objava na blogu]. Pridobljeno 10. avgusta 2022 iz <https://www.finextra.com/blogposting/10390/understanding-digital-banking>
11. Evropska komisija. (2021). *Digital Economy and Society Index (DESI) 2021 Slovenia*. Pridobljeno 30. novembra 2021 iz <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi-slovenia>
12. Evropska komisija. (2022). *Indeks digitalnega gospodarstva in družbe (DESI) 2022 Slovenija*. Pridobljeno 25. junija 2022. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi-slovenia>
13. FinancePro. (2019, 15. november). *Z digitalizacijo banka postane dosegljiva kadarkoli in kjerkoli*. Pridobljeno 30. novembra 2021 iz <https://pro.finance.si/P2030/8954213/Z-digitalizacijo-banka-postane-dosegljiva-kadarkoli-in-od-kjerkoli>
14. Gartner. (2018). *Digitalization*. Pridobljeno 30. julija iz <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/digitalization>
15. Gray, J. & Rumpe, B. (2015). Models for digitalization. *Software & Systems Modeling*, 14(4), 1319–1320.
16. Jassal, K. R. & Sehgal, R. K. (2013). Online banking security flaws: A study. *International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering*, 3(8), 1016–1021 .
17. Javrh, P., Bider, K., Kragelj, K., Volčjak, D., Sepaher, G., Gjerek, L., Matavž, H., Rejec, P., Babič Ivaniš, N. & Breclj, V. (2018). *Digitalna pismenost*. Pridobljeno 11. avgusta 2022 iz <https://pismenost.acs.si/wp-content/uploads/2018/09/Digitalna-pismenost-e-verzija.pdf>
18. Jenko, M. (2021, 15. maj). Za razvoj na digitalni, ne parni pogon. *Delo*. Pridobljeno 15. junija 2022 iz <https://www.delo.si/razno/za-razvoj-na-digitalni-ne-parni-pogon/>
19. Kamra, S. (2020). *Digital transformation in banking-The future of banking*. Pridobljeno 30. novembra 2021 iz <https://www.happiestminds.com/whitepapers/digital-transformation-in-banking.pdf>
20. Kumar, M. (2020). *Kako se banke odzivajo na digitalno (r)evolucijo?* Pridobljeno 30. novembra 2021 iz <https://www2.deloitte.com/si/sl/pages/finance/articles/digital-banking-maturity-2020.html>
21. Lallie, H. S., Shepherd, L. A., Nurse, J. R., Erola, A., Epiphanou, G., Maple, C. & Bellekens, X. (2021). Cyber security in the age of COVID-19: A timeline and analysis of cyber-crime and cyber-attacks during the pandemic. *Computers & Security*, 105, 102248.
22. Ljudska univerza Jesenice. (2012). *Učno gradivo za program SUR – Uporabniški vmesnik*. Pridobljeno 12. septembra 2022 iz https://lu-jesenice.net/wp-content/uploads/2012/11/4-Gradivo_SUR_Uporabniski_vmesniki.pdf
23. Lobnikar, B., Prislán, K., Markelj, B. & Banutai, E. (2012). Informacijskovarnostna ozaveščenost v javnem in zasebnem sektorju v Sloveniji. *Varstvoslovje*, 14(3), 345.

24. Maia, C. L. B. & Furtado, E. S. (2016). A Systematic Review About User Experience Evaluation. V A. Marcus (ur.), *Design, User Experience and Usability: Design Thinking and Methods* (str. 445–455). Cham: Springer.
25. Marketing Magazin. (2022, 31. marec). *Med slovenskimi bančnimi »digitalci« izstopajo NLB, SKB in Nova KBM*. Pridobljeno 10. oktobra 2022 iz <https://www.marketingmagazin.si/vpogled/med-slovenskimi-bancnimi-digitalci-izstopajo-nlb-skb-nova-kbm>
26. Microsoft Dynamics 365. (2022). *What is customer experience?* Pridobljeno 22. septembra iz <https://dynamics.microsoft.com/en-us/customer-service/what-is-customer-experience-cx/>
27. Ministrstvo za javno upravo. (2021). *Mobilna identiteta smsPASS in kvalificirana digitalna potrdila za elektronsko poslovanje*. Pridobljeno 20. julija 2021 iz <https://www.gov.si/novice/2021-06-08-mobilna-identiteta-smypass-in-kvalificirana-digitalna-potrdila-za-elektronsko-poslovanje/>
28. Muhič, S. (2020). *Vpliv digitalizacije na mobilno bančništvo* (magistrsko delo). Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
29. Nielsen Norman Group. (brez datuma). *The Definition of User Experience (UX)*. Pridobljeno 22. oktobra 2022 iz <https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>
30. Portal OSV. (2018). *Digitalna pismenost*. Pridobljeno 30. septembra 2022 iz <http://www.portalosv.si/digitalna-pismenost/>
31. Prislan, K. & Lobnikar, B. (2018). Analiza vedenja uporabnikov spletnega bančništva. *Varstvoslovje*, 20(1), 25–44.
32. ProductPlan. (2022). *User Experience*. Pridobljeno 17. julija 2022 iz <https://www.productplan.com/glossary/user-experience>
33. Radahl, A. (2018). *The Surprising Link between UX and UI*. Pridobljeno 29. avgusta 2022 iz <https://uxplanet.org/the-surprising-link-between-ux-and-ui-570c1e7d1b18>
34. Služba Vlade RS za digitalno preobrazbo. (2022). *Digitalni bon '22*. Pridobljeno 12. avgusta 2022 iz <https://www.gov.si/zbirke/storitve/digitalni-bon/>
35. STA. (2022, 15. marec). *Digitalizacija finančnih storitev potrošnikom prinaša koristi in težave*. Pridobljeno 15. avgusta 2022 iz <https://www.rtvsllo.si/gospodarstvo/digitalizacija-financnih-storitev-potrosnikom-prinasa-koristi-in-tezave/615748>
36. Statistični urad RS. (2021). *Uporaba interneta v gospodinjstvih in pri posameznikih, Slovenija, 2021*. Pridobljeno 11. avgusta 2022 iz <https://www.stat.si/StatWeb/News/Index/9704>
37. Šoštarič, M. (2020, 11. december). Pionir digitalizacije slovenskega bančništva. *IKT – Finance*. Pridobljeno 27. septembra 2022 iz <https://ikt.finance.si/8969336/Pionir-digitalizacije-slovenskega-bancnistva>
38. TruQC. (2022). *Digitization vs Digitalization: differences, definitions and examples*. Pridobljeno 31. julija 2022 iz <https://www.truqcapp.com/digitization-vs-digitalization-differences-definitions-and-examples/>

39. Unger, R. & Chandler, C. (2012). *A Project Guide to UX Design: For User Experience Designers in the Field or in the Making*. Berkeley: Jeff Riley/ Box Twelve Communications.
40. Valicon. (2019, 4. april). *Uporaba mobilne banke se je v Sloveniji več kot podvojila*. Pridobljeno 30. novembra 2021 iz <https://www.valicon.net/sl/2019/04/uporaba-mobilne-banke-se-je-v-sloveniji-vec-kot-podvojila>
41. Varga, M. (2016, 7. oktober). 10 Trendov na področju inovativnega bančništva. *IKT – Finance*. Pridobljeno 30. novembra 2021 iz <https://ikt.finance.si/8849918/10-trendov-na-podrocju-inovativnega-bancnistva>
42. Wells, L. (2021). *The pros and cons of brick and mortar banks vs. online banks*. Pridobljeno 30. novembra 2021 iz <https://www.bankrate.com/banking/savings/online-vs-brick-and-mortar-banks>
43. Yadav, P. (2022). *Difference Between Internet and Traditional Banking*. Pridobljeno 16. julija 2022 iz <https://askanydifference.com/difference-between-internet-and-traditional-banking>
44. Zveza potrošnikov Slovenije. (2020). *Kartične zlorabe in zavarovanja za primer zlorabe: Največ groženj na spletu*. Pridobljeno 28. julija 2022 iz <https://www.zps.si/mediji/izjave-za-javnost-2020/1112-izjave-za-javnost-2020/10107-karticne-zlorabe-in-zavarovanja-za-primer-zlorabe-najvec-grozenj-je-na-spletu>

PRILOGE

Priloga 1: Anketni vprašalnik

Spoštovani!

Pred vami je anketni vprašalnik, ki sem ga pripravil za raziskavo vpliva digitalizacije na uporabnike bančnih storitev na Ekonomski fakulteti v Ljubljani. Z anketo želim pridobiti vaše mnenje, ali in kako vpliva digitalizacije na vaše spletno poslovanje.

Prosim vas, da izpolnite anketni vprašalnik, saj vam bo izpolnjevanje vzelo le nekaj minut vašega časa. Vprašalnik je anonimen in pripravljen v obliki, ki onemogoča prepoznavo anketirane osebe. Izidi raziskave bodo uporabljeni izključno za diplomsko nalogo.

V upanju, da boste anketo izpolnili v najkrajšem času, vas lepo pozdravljam in se vam zahvaljujem za sodelovanje.

Želim izvedeti nekaj splošnih podatkov. Prosim vas, da nanje odgovorite tako, da obkrožite črko ob odgovoru ali na mesto kjer je črta, vpišete vaš odgovor.

1. Spol: a) moški b) ženska

2. Starost: _____ let.

3. Izobrazba:

- a) Srednješolska.
- b) Višješolska strokovna izobrazba.
- c) Visokošolska izobrazba.
- d) Magisterij, doktorat znanosti.

4. Sem uporabnik spletne banke

- a) Nisem uporabnik spletne banke.
- b) Do 5 let.
- c) Od 6 do 10 let.
- d) Od 11 do 15 let.
- e) Od 16 do 20 let.
- f) Več kot 20 let.

Sledijo trije sklopi vprašanj oziroma trditve o spletnem poslovanju. Prosim vas, da na lestvici od 1 do 6 izrazite svoje mnenje, v kolikšni meri po vašem prepričanju veljajo za vas naslednje trditve o vaši izkušnji s spletnim bančništvom. Odgovorite tako, da obkrožite/poudarite številko ob odgovoru, ki je po vaši oceni najustreznejši.

1	2	3	4	5	6
Nikakor se ne strinjam.	Se ne strinjam.	Niti se ne strinjam/niti se strinjam.	Se strinjam.	Popolnoma se strinjam.	Ne vem/ne morem odgovoriti.

1	Banka mi daje vse potrebne napotke in usmeritve o rabi spletnega bančništva.	1 2 3 4 5 6
2	Imam pozitiven odnos in dobre izkušnje pri izvajanju storitev preko spletne banke.	1 2 3 4 5 6
3	Spletno banko uporabljam, ker je poslovanje enostavno, hitro in cenejše.	1 2 3 4 5 6
4	Spletno banko uporabljam samo za plačevanje položnic in druge enostavne transakcije.	1 2 3 4 5 6
5	Namesto spletne banke (ki je prezahtevno zame) raje obiskujem bančne poslovalnice.	1 2 3 4 5 6
6	Ne uporabljam spletno banko, ker nimam računalnika ali pametnega telefona.	1 2 3 4 5 6
7	Za opravljanje storitev preko spletne banke imam zadostno digitalno znanje in spretnosti.	1 2 3 4 5 6

1	2	3	4	5	6
Nikakor se ne strinjam.	Se ne strinjam.	Niti se ne strinjam/niti se strinjam.	Se strinjam.	Popolnoma se strinjam.	Ne vem/ne morem odgovoriti.

8	Redno posodabljam operacijski sistem in imam aktiven antivirusni program.	1 2 3 4 5 6
9	Geslo za vstop v spletno banko varno hranim in ga nisem nikomur zaupal.	1 2 3 4 5 6
10	Ko končam z uporabo spletne banke, se vedno odjavim.	1 2 3 4 5 6
11	Ne sledim vsem digitalnim spremembam pri spletnem poslovanju, zato spletne banke ne uporabljam.	1 2 3 4 5 6

1	2	3	4	5	6
Nikakor se ne strinjam.	Se ne strinjam.	Niti se ne strinjam/niti se strinjam.	Se strinjam.	Popolnoma se strinjam.	Ne vem/ne morem odgovoriti.

12	V preteklosti sem že imel/a izkušnje s spletno prevaro/zlorabo.	1 2 3 4 5 6
13	Spletne prevare/zlorabe ne vplivajo na mojo presojo glede varnosti spletnega poslovanja.	1 2 3 4 5 6
14	Banka me vedno opozori o poskusih spletnih zlorab.	1 2 3 4 5 6

Priloga 2: Primerjava klasične in spletne banke

	Klasična banka	Spletna banka
Varnost	Klasične banke so pri uporabnikih zaznane kot bolj varne. Zlorabe se zgodijo, a so redke.	Spletne banke so zaznane kot bolj nevarne, čeprav so vdori redki. Čeprav so upoštevani vsi varnostni mehanizmi, se vdori dogajajo predvsem s strani uporabnika, ne banke.
Infrastruktura	Velika in razvita mreža poslovalnic in bankomatov.	V primeru, da ni poslovalnice, se za uporabo bankomata plačuje provizija. Breme infrastrukture se prenese na stran uporabnika (mobilni aparat, računalnik, dostop do spleta).
Ponudba	Klasične banke ponujajo širšo paleto storitev, kot so menjava valut, varnostni sefi ...	Določene storitve niso na voljo zaradi fizičnih omejitev poslovnega modela.
Kakovost storitve	Kakovost storitev je višja, saj se lahko stranka posvetuje s finančnim svetovalcem. Omogoča osebni stik uporabnika in bančnega uslužbenca.	Lahko prihaja do napak oz. pomanjkljivosti, če stranka nima dovolj informacij o storitvi. Višja je zasebnost. Odnos stranke do banke je zaradi osebnosti odnosa boljši.
Stroški	Stroški bančnih storitev so v klasičnih bankah višji. Treba je upoštevati tudi porabo časa stranke za obisk poslovalnice .	Zaradi nižjih stroškov so storitve na spletni banki cenejše. Ni zanemarljiv tudi prihranek na času.

Prerejeno po Wells (2021).