

OTDK-dolgozat

2025.

BUDAPESTI GAZDASÁGI EGYETEM
KÜLKERESKEDELMI KAR



**A DIGITÁLIS FELÜLETEK MINŐSÉGE, AZ ÜGYFÉLÉLMÉNY ÉS A
BIZALOM SZEREPE A BANKVÁLASZTÁSI DÖNTÉSEINKBEN**

**THE ROLE OF DIGITAL PLATFORM QUALITY, CUSTOMER
EXPERIENCE AND TRUST IN OUR CHOICE OF BANK**

Dóra Kata Fanni

Mezőné Dr. Oravecz Titanilla Éva

Kézirat lezárásának dátuma: 2024.11.04

TARTALOMJEGYZÉK

TARTALOMJEGYZÉK	
ÁBRAJEGYZÉK	
BEVEZETÉS, CÉLKITŰZÉS.....	1
1. DIGITALIZÁCIÓ A BANKSEKTORBAN	3
1.1. <i>A digitális megoldások növekvő szerepe a bankszektorban</i>	<i>3</i>
1.2. <i>A fintech vállalatok térhódítása</i>	<i>5</i>
1.3. <i>Ügyféligények változása a digitális megoldások hatására</i>	<i>9</i>
2. ÜGYFÉLÉLMÉNY A DIGITÁLIS KÖRNYEZETBEN	13
2.1. <i>Ügyfélmélmény fogalma és szerepe</i>	<i>13</i>
2.2. <i>Ügyfélmélmény a különböző felületeken</i>	<i>15</i>
3. A BIZALOM SZEREPE A BANKOLÁSBAN.....	18
3.1. <i>A bizalom és a bankolás kapcsolata.....</i>	<i>18</i>
3.2. <i>A bizalom az online térben – adathalászat.....</i>	<i>21</i>
4. A KUTATÁSI MÓDSZERTAN	24
5. KVANTITATÍV KUTATÁS EREDMÉNYE.....	25
5.1. <i>A digitális banki felületek használhatósága mennyire befolyásolja a bankválasztást, hányadik fontossági szempont?.....</i>	<i>31</i>
5.2. <i>Mi a bizalom és az ügyfélmélmény szerepe a bankokkal való kapcsolatunkban, és mi alakítja online térben?</i>	<i>38</i>
5.3. <i>Mik azok a funkciók, ami a felhasználóknak frusztrációt jelent, esetleg hiányzik? Ezen tényezők vezethetnek bankváltáshoz?</i>	<i>43</i>
6. KVALITATÍV KUTATÁS EREDMÉNYE	51
KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK	56
ÖSSZEFOGLALÁS.....	59
IRODALOMJEGYZÉK.....	60
MELLÉKLETEK	65
I. SZÁMÚ MELLÉKLET	65
II. SZÁMÚ MELLÉKLET	70

ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra: Főbb digitális innovációs irányok 2012-2024	4
2. ábra: A fintech vállalatok és a hagyományos bankok jellemzői.....	6
3. ábra: Az egyes digitális ismeretszintekkel rendelkezők megoszlása az internethasználók körében az Európai Unióban és a visegrádi országokban, 2023	10
4. ábra: Legalább minimális szintű digitális írástudással rendelkezők száma korcsoportonként az Európai Unióban, 2023	11
5. ábra: Az élmény és az elvárás közötti rés	14
6. ábra: A magáncélú internetes banki szolgáltatások igénybevételének aránya korcsoportonként	15
7. ábra: Az elektronikus pénzforgalomban elkövetett visszaélések száma Magyarországon, 2017-2023	21
8. ábra: A bankok részvétele a digitális edukációban, KiberPajzsban – szinte mindenhol részletes tájékoztatásérhető el az adathalásatról.....	22
9. ábra: Javasolt biztonsági intézkedések, melyekkel megelőzhető az adathalászat.....	23
10. ábra: A kérdőív demográfiával kapcsolatos kérdései.....	28
11. ábra: A bankok ügyfélmegoszlása a kérdőív alapján.....	29
12. ábra: A legfontosabb szempontok bankválasztáskor az ügyfelek számára I.	31
13. ábra: A legfontosabb szempontok bankválasztáskor az ügyfelek számára II.	32
14. ábra: A legfontosabb szempontok bankválasztáskor az ügyfelek számára III.	33
15. ábra: Felhasználók által leggyakrabban használt banki felület jellemzői.....	33
16. ábra: Melyik ügyintézési módot részesíted előnyben?	34
17. ábra: Vélemények szűrése jövedelem és korcsoport szerint	37
18. ábra: A bankok online felületei iránti bizalmat leginkább befolyásoló tényezők I.	39
19. ábra: A bankok online felületei iránti bizalmat leginkább befolyásoló tényezők II.	40
20. ábra: A kitöltők - saját bevallásuk szerint - mennyire bíznak meg az online banki ügyintézésben.....	41
21. ábra: A digitális felületek minőségét befolyásoló problémák, amelyekkel a felhasználók már találkoztak.....	44
22. ábra: Fontolóra vennéd a bankváltást azért, mert frusztrációt okoz a digitális felületük használata?	45
23. ábra: Észlelt problémák a bankváltási valószínűség vizsgálatakor	46
24. ábra: A felsorolt problémák mennyisége és a bankváltás kapcsolata	48
25. ábra: Bankváltás valószínűsége a jelzett hibák függvényében.....	48
26. ábra: A jövőbeli kutatás terve és lehetőségei.....	57

BEVEZETÉS, CÉLKITŰZÉS

Az elmúlt évtizedekben a technológiai rohamos fejlődése a gazdasági élet és a mindennapjaink számos aspektusát alapvetően befolyásolta. A digitalizáció térhódításával elérhetővé váló új lehetőségek mind a keresleti oldalt, mind az ehhez igazodni igyekvő kínálati oldalt gyökereiben változtatja meg, hogy megfeleljen a modern fogyasztói igényeknek. Ma már alig találunk olyan terméket vagy szolgáltatást, amely mögött ne állna valamilyen digitális megoldás - a pénzügyi szolgáltatások sem kivételek ezen digitális transzformációhullám alól.

Napjainkban a pénzügyi intézetek ügyfélköre szignifikáns átalakuláson esett át, különösen a lakossági piacon. A szolgáltatókkal szemben egyre magasabbak az elvárások, az ügyfelek és felhasználók tájékozottsága folyamatosan nő. A technológiai újításoknak köszönhetően lehetővé vált, hogy az ügyfelek ritkábban jelenjenek meg személyesen az ügyintézéshez, a hangsúly a hagyományos frontvonal-menedzsmentről a távtalálkozások minőségére helyeződik át. Az ügyfelek egyre inkább az online csatornákat részesítik előnyben ügyintézéskor, amelyek minősége kulcsfontosságú az ügyfelek megszerzésében és megtartásában. A digitalizáció nemcsak a folyamatokat és az eszközöket formálta át, hanem a szolgáltatások célját is: a pusztán ügyféligények kielégítése helyett egyre inkább az ügyfélélmény javítása kerül előtérbe. Számos kutatás igazolja, hogy az ügyfélközpontú szemlélet előnyöket biztosít a vállalatok számára a versenyben. A pénzügyi intézmények is felismerték ezt, és folyamatosan ennek fényében fejlesztik rendszereiket. A vállalkozások versenyképességének növeléséhez elengedhetetlen tehát az adekvát digitális jelenlét és a rugalmas, gyors alkalmazkodás a folyamatosan változó igényekhez.

A bankszektorban különösen igaz, hogy a felhasználók megtartásához a bizalom meghatározó szerepet játszik a döntéshozatalban. Az ügyfelek bizalmukra építenek, amikor bankot választanak, pénzügyi tranzakcióikat végzik, személyes adataikat osztják meg vagy hitelt vesznek fel. A felhasználói élmény és a felhasználói felület design (*UI/UX design*) közvetlen hatással van a bizalomra. Az intuitív, esztétikus design növeli a felhasználók elégedettségét, míg a rossz felhasználói élmény csökkenti azt és ezáltal az ügyfélhűséget. Az ügyfelek elvárják, hogy az online banki felületek könnyen használhatóak, biztonságosak, egyszerűek legyenek.

Kutatásom célja, hogy feltérképezzem a digitális banki szolgáltatások által kínált ügyfélélmény sajátosságait Magyarországon, hangsúlyosan vizsgálva a digitális felületek tulajdonságait és az ügyfélélményt, a különböző elemek bizalmat befolyásoló szerepét. Kutatásom során felmérem az felhasználók elégedettségét a digitális banki felületekkel szemben, esetleges frusztrációjukat vagy nehézségeiket a digitális térben való tájékozódás során.

KUTATÁSI KÉRDÉSEIM:

1. A **digitális banki felületek használhatósága** mennyire befolyásolja a bankválasztást, hányadik fontossági szempont?
2. Mi a **bizalom és az ügyfélélmény szerepe** a bankokkal való kapcsolatunkban, és mi alakítja online térben?
3. Mik azok funkciók, ami a felhasználóknak **frusztrációt** jelent, esetleg **hiányzik**? Ezen tényezők vezethetnek **bankváltáshoz**?

HIPOTÉZISEIM:

1. A bankok digitális felületeinek használhatósága és vizuális megjelenése jelentős hatással van az ügyfelek bankválasztására.
2. Az online banki ügyintézés kényelme növeli az ügyfelek bizalmát a digitális banki szolgáltatások iránt.
3. Az ügyfelek elhatárolódása a digitális banki felületek használatától elsősorban a technikai nehézségekből adódik.

KUTATÁSI MÓDSZERTAN:

Szekunder kutatásom során meglévő magyar-és idegen nyelvű szakirodalmakat dolgozok fel, a bankszektor digitalizációjától kezdve a különböző webdesign elemek felhasználói élményre gyakorolt hatásán át igyekszek átfogó képet kapni a témáról, és azonosítani a legfontosabb tényezőket, amelyek befolyásolják az ügyfelek bankválasztását és a digitális bankolással kapcsolatos tapasztalataikat. A primer kutatásomban két fő módszert alkalmazok:

Google Forms kérdőív: célja, hogy kvantitatív adatokat gyűjtsék az ügyfelek digitális banki felületekkel kapcsolatos tapasztalatairól, preferenciáiról és frusztrációiról. A kérdőív kérdései a kutatási kérdéseimre és hipotéziseimre épülnek.

Fókuszcsoport: célja, hogy kvalitatív adatokat gyűjtsék az ügyfelek digitális banki felületekkel kapcsolatos véleményeiről, tapasztalatairól és elvárásairól. A beszélgetés során mélyebb megértést nyerhetek arról, hogy miért választanak vagy váltanak bankot az ügyfelek, és milyen tényezők befolyásolják a bizalmukat.

1. DIGITALIZÁCIÓ A BANKSEKTORBAN

1.1. A digitális megoldások növekvő szerepe a bankszektorban

A banki digitalizáció a banki szolgáltatások és folyamatok elektronikus eszközök és technológiák révén történő fejlesztését és optimalizálását jelenti, amelynek célja a hatékonyság növelése, a költségek csökkentése és az ügyfélélmény javítása. A digitális technológiák alkalmazása lehetővé teszi az adatok gyors és hatékony feldolgozását, amely új lehetőségeket teremt az üzleti döntéshozatalban. Hatásai széleskörűek: a hagyományos üzleti modellek átalakulnak, a versenytársak közötti határok elmosódnak, és a fogyasztói magatartás is jelentősen megváltozik. (MNB, 2023b)

A bankszektor digitalizációja az 1960-as évekre nyúlik vissza, amikor az első elektronikus banki adatbáziskezelő rendszerek megjelentek. A számítógépek elterjedése lehetővé tette a bankok számára, hogy hatékonyabban kezeljék a tranzakciókat és az ügyféladatokat. Az 1980-as évekre a bankok már széles körben alkalmaztak elektronikus átutalási rendszereket és automatizált pénztárokat. Az 1990-es években, az internet megjelenésével, a bankok számára új lehetőségek nyíltak meg: az online banki szolgáltatások bevezetése forradalmasította a pénzügyi tranzakciókat, lehetővé téve az ügyfelek számára, hogy otthonukból intézhessék banki ügyeiket. A 2000-es évek elejére a mobilbanking is megjelent, lehetővé téve az ügyfelek számára, hogy okostelefonjukon keresztül végezzenek tranzakciókat. A kiberbiztonság és a védelem egyre fontosabbá vált az online tranzakciók során. A digitális banki szolgáltatások fejlődése azóta is folyamatos, a bankok egyre inkább innovatív megoldásokat keresnek, hogy megfeleljenek az ügyféligényeknek és versenyelőnyre tegyenek szert. A 2010-es évektől a fintech cégek megjelenése új kihívások elé állította a hagyományos (inkumbens) bankokat, amelyek kénytelenek voltak alkalmazkodni a gyorsan változó piaci környezethez. A FinTech-startupok előnyt kovácsoltak abból, hogy a hagyományos bankok a válságot követő kilábalási időszakban lassabb ütemben vezették be internetes és digitális szolgáltatásaikat. Jelenleg a mesterséges intelligencia és a gépi tanulás bevonása zajlik minél szélesebb körökben, mely lehetővé teszi többek között az ügyfélélmény javítását. Napjainkra a digitális pénzügyi technológiák széleskörű alkalmazásának köszönhetően elmosódott a határ a kihívó bankok/neobankok és a hagyományos bankok között. (OTPédia, 2022)

Tíz évvel ezelőtt még nehéz volt elképzelni a teljesen digitális, bankfiókmentes ügyintézés Magyarországon, amely számos oknak tudható be. A Gránit Bank három szempontot emel ki, amelyek befolyásolták a banki digitalizáció alakulását: sem a jogszabályi környezet, sem a technológiai feltételek, sem az innovációk nem voltak még az ehhez szükséges szinten. Ezen

három fő tényező alakulása ért el átütő változást. A jogszabályi környezet meghatározza a bankok működését és az innovációk bevezetését. A szabályozó szervezet digitalizációs iránymutatásokkal segíti a fejlődést, lehetővé teszi a költséghatékony digitális bankok létrejöttét, biztosítja a pénzügyi közvetítői rendszer stabilitását és védi a fogyasztói érdekeket. A cél egyre inkább az, hogy a bankok is gyorsan reagáljanak az ügyfelek változó igényeire, és magas szintű ügyfélélményt nyújtsanak. A piaci szereplők versenyét az egyre inkább teret hódító neobankok, fintech cégek is fokozzák, hiszen a hagyományos bankok vagy lépést tartanak velük, vagy lemorzsolódnak a digitalizáció versenyében. (Gránit Bank, 2024)



Forrás: Gránit Bank, 2024

1. ábra: Főbb digitális innovációs irányok 2012-2024

„Az ügyfelek egyre inkább elvárják a bankoktól a versenyképes digitális megoldásokat.” – (Digital Banking Klub, beszélgetés Sári Ibolyával, az OTP ügyvezető igazgatójával).

Bár az internet és mobilbank fejlesztés iránti igény már egészen 2016-tól kezdve is számottevő volt, a változásokat szerinte is három – bár más jellegű – fő tényező befolyásolta az elmúlt években a legjelentősebben. A Covid-19 világjárvány egy év alatt radikálisan megváltoztatta a digitalizáció szerepét és megítélését társadalmunkban és gazdaságunkban, felgyorsította annak ütemét is. A járvány a mobilitás iránti vágyat és rugalmas ügyintézés hozta magával, hiszen a vírushelyzet következtében az ügyfelek a távoli ügyintézésre kényszerültek, így az alacsonyabb üzemeltetési költségekkel járó digitális csatornák felé terelődtek. A pandémia következtében bevezetett, ideiglenesnek szánt digitális megoldások sok esetben alapszolgáltatássá váltak. Azok a bankok, amelyek informatikai rendszere nem volt felkészülve, jelentős hátrányba kerültek. Ezt követte az ukrán háborúval járó energiaválság és fokozott költségérzékenység, végül az azonnali fizetési rendszer bevezetése voltak a fő alakító tényezők. (FinTechZone, 2024a)

1.2. A fintech vállalatok térhódítása

A fintech szektor 2008-ban indult növekedésnek a pénzügyi válság, a gyors technológiai fejlődés és a bevételi struktúrák átalakulásának hatására. A válság után a szabályozások erősödtek, így a bankok figyelme a fogyasztói igényekről részben elterelődött. A negyedik ipari forradalom (Ipar 4.0) technológiai újításai – internet, okostelefonok, mesterséges intelligencia – gyors fejlődést tettek lehetővé. (MCC, 2024). Alapját olyan innovációk képezik, mint a mesterséges intelligencia (AI), a robotika, a big data, a blockchain, és az Internet of Things (IoT). Ezen technológiák folyamatosan forradalmasítják az ipart, a gazdaságot és összességében véve a mindennapi életünket is- beleértve a bankolást. A példákért, hogy mely területeket érinti jelentősen a technológiai változás, nem kell messzire mennünk – a zeneipar, a nyomtatott sajtó, a könyvkereskedelem, az utazási ipar, a kiskereskedelem, a reklám, a távközlés és nem meglepő módon a banki szektor is mind jelentős átalakuláson megy keresztül. (Molnár, 2018) És hogy mi maga a fintech, és miért testesíti meg a banki digitalizációt?

„A financial technology (fintech) olyan, innovatív vállalkozások által digitális környezetben létrehozott, illetve digitális eszközökön működtetett termék vagy szolgáltatás, mely a pénzügyi szektorban (banki, befektetési, biztosítói körben) versenyre lép a hagyományos pénzügyi módszerekkel és intézményekkel. Ugyanakkor a fintech egy olyan új iparág megnevezése is, amely innovatív technológiát alkalmaz a pénzügyi tevékenységek fejlesztésére.” – (Hillbrown Consulting Kft., 2019)

Számos más definíció létezik, de a lényeg – a fintech célja – közös: igyekeznek demokratizálni a pénzügyi szolgáltatásokhoz való hozzáférést és az ügyfeleknek magasabb értéket és élményt nyújtani, mint a jelenlegi banki szolgáltatók. A fintech cégek, például a Revolut és a Wise sikerességük ellenére – számuk 2017 óta megduplázódott – így is számos kihívással kénytelen szembenézni, melyek igen eltérőek tudnak lenni a nagybankokhoz képest. (MNB, 2024a) A nagy pénzügyi szolgáltatók erőssége többek között, hogy kapcsolatban vannak már az ügyfelekkel, strukturált rendszerrel és stabilan működnek, bizalmat építettek maguk köré és rengeteg – akár még kiaknázatlan – adat birtokában vannak az ügyfeleikről. Ezzel szemben a kihívó bankok előnye a rugalmasságukból, gyors alkalmazkodási képességükből, ügyfélközpontúságukból és technológiai fejlettségükből adódik. (Deloitte, 2021)

A következő táblázatban összefoglalom, miből adódhat a fintech vállalatoknak versenyelőnye, és mik lehetnek a hátráltató tényezők a hagyományos bankokhoz képest. (MCC, 2024), (FinTechZone, 2024a), (Müller & Kerényi, 2021)

Fintech vállalatok	Hagyományos bankok
magasabb kockázatvállalási képesség, kisebb bürokrácia	kisebb kockázatvállalás, komplex bürokrácia
nincs meghatározó történelmi örökség, szervezetfelépítés	jelentős történelmi örökség, meghatározott felépítés és folyamatok
cél a költségek csökkentése	magasabb működési költségek
kiemelkedő fogyasztói élmény	személyes ügyfélszolgálat és tanácsadás
digitális ügyfélélményre fókuszál	személyes ügyfélkapcsolatokra fókuszál
személyre szabott szolgáltatások	szélesebb körű szolgáltatások
innovációk gyors alkalmazása	lassabb innovációs folyamatok
kötetlen (bankfiókok szükségtelenek)	kötött (bankfiókhoz kötöttség)
szabályozás folyamatos kidolgozása szükséges	már kidolgozottabb szabályozás áll rendelkezésre
rugalmas és agilis működés	stabil és szabályozott működés
nagy mértékű digitális írástudást igényel	növekszik a digitális írástudás szerepe, de még nélkülözhetőbb
technológiai követelmények	nincs kiemelkedő technológiai igénye
elutasítás a digitalizációval szemben	megszokott, ismert rendszer
kiberbiztonság, felhasználók bizalmi aggályai	kiberbiztonság, felhasználók bizalmi aggályai

Forrás: Saját szerkesztés, 2024

2. ábra: A fintech vállalatok és a hagyományos bankok jellemzői

„A kihívó bankok (pl. Revolut, N26, Monzo) azzal különböztetik meg magukat az inkumbens bankoktól, hogy kezdetektől valós ügyfélproblémákra megoldást nyújtó szolgáltatásokat kínálnak. Emiatt érdemes megnézni, hogy náluk milyen szolgáltatások érhetők el. Ilyen például az ún. számlamegosztás (bill splitting), melynek segítségével egy éttermi fizetésnél könnyedén „szétdobhatjuk” az ismerőseink között a fizetett számla összegét. A kihívó bankok 26, míg az inkumbensek 2 százaléka kínál ilyen megoldást.” – (Deloitte, 2020)

Mára már a Revolut is az Európai Központi Bank felügyelete alatt működik, az MNB is ugyanolyan hitelintézetként tekint rá, mint a bankszektor bármely más tagjára. (Index, 2024) Mi sem mutatja jobban az MNB lépéstartási szándékát, mint az általuk kibocsátott, első magyar

alapítású és tulajdonú neobankja, a BinX, amely többek között a Revolut és A Wise kihívója. (RowanHill Digital, 2024)

„A banki digitalizáció sikeressége szempontjából is meghatározó lesz a szabályozási és felügyeleti környezet: ha lazább lesz a szabályozás a fintech/bigtech irányban, mint a bankoknál, akkor a folyamat csak egyenlőtlen versenyfeltételek és a megengedhetőnél nagyobb ügyféloldali kockázatok mellett tud megvalósulni.” – (Becsei, et al., 2019)

Ahogy a Revolut és hasonló kihívó bankok integrálódnak a szabályozott pénzügyi rendszerbe, az Európai Unió is prioritásként kezeli a digitális átalakulást, ezzel is segítve a hagyományos bankok digitális felzárkózását. Az Európai Bizottság Európai Digitális Menetrendjének (*Digital Compass*) feladata, hogy irányt mutasson az Európai Unió digitális átalakulásában a következő évtizedben, egészen 2030-ig. Megfogalmazza többek között:

1. Digitális készségek fejlesztése: ezáltal a digitális térben is tájékozódni képes, önálló, a munkaerőpiacon is érvényesülni tudó lakosság nevelése a cél.
2. Digitális infrastruktúra: a gyors, megbízható széles sávú internet elengedhetetlen a banki szolgáltatásokhoz, különösen a vidéki és hátrányos helyzetű területeken.
3. Digitális vállalkozások támogatása: A bankoknak segíteniük kell a kis- és középvállalkozásokat digitális átalakulásuk során. A pénzügyi intézmények innovatív finanszírozási lehetőségekkel és digitális eszközökkel támogathatják a vállalkozások növekedését és versenyképességüket a globális piacon.
4. Adatok és mesterséges intelligencia: A bankoknak kiemelt figyelmet kell fordítaniuk az adatok és a mesterséges intelligencia használatára a döntéshozatal, a kockázatelemzés és a személyre szabott szolgáltatások fejlesztése érdekében. Ez lehetővé teszi számukra, hogy jobban megértsék ügyfeleik igényeit és preferenciáit.
5. Digitális kormányzás: A bankoknak alkalmazkodniuk kell az e-kormányzati szolgáltatások fejlődéséhez, amely lehetővé teszi a hatékonyabb pénzügyi szolgáltatások nyújtását, például az online ügyintézkést és a gyorsabb tranzakciókat.
6. Digitális biztonság: A kiberbiztonság fokozása elengedhetetlen a bankok számára, hogy megvédjék ügyfeleik adatait és pénzügyi tranzakcióikat a digitális világban. A bankoknak folyamatosan fejleszteniük kell a biztonsági intézkedéseiket, hogy bizalmat építsenek ügyfeleikben, hiszen a digitalizáció terjedésével a digitális térben zajló támadások száma is növekedik.
7. Fenntarthatóság: A fenntarthatósági szempontok figyelembevételével a bankok hozzájárulhatnak a zöld gazdaság fejlődéséhez.

Összességében az Európai Digitális Menetrend céljai nemcsak a bankok, hanem az egész pénzügyi szektor fejlődésére is hatással vannak. A digitális megoldások és technológiák fejlesztése nemcsak a versenyképesség növelését, hanem a pénzügyi szolgáltatások elérhetőségét és fenntarthatóságát is segíti. A digitalizáció tehát nem csupán egy technológiai váltás, hanem egy új paradigma a bankszektorban, amely lehetőségeket és kihívásokat egyaránt jelent. A bankoknak folyamatosan alkalmazkodniuk kell a változó piaci környezethez és ügyféligényekhez, hogy versenyképesek maradhassanak. (Európai Parlament, 2024)

A banki digitalizációval járó előnyök mellett annak hátrányairól is érdemes beszélni. Az Európai Rendszerkockázati Testületet (ERKT) által kiemelt lehetséges veszélyek a következők:

- Digitális versenyhelyzet: A fintech és big tech cégek belépése erős versenyt támaszt a hagyományos bankok számára, ösztönözve őket digitalizációs folyamataik gyorsítására. Az új szereplők technológiai innovációi – például az automatizáció, mesterséges intelligencia és gépi tanulás – alacsonyabb költségekkel és jobb ügyfélélménnyel járnak.
- Banki transzformáció: A hagyományos bankoknak gyors digitalizációra van szükségük, hogy lépést tartsanak az ügyféligényekkel és a versenytársakkal.
- Kockázatok: Növekednek a kiberbiztonsági kockázatok és a technológiai függőség, ami miatt erősebb szabályozás válik indokolttá
- Pénzügyi stabilitás: A szabályozás kulcsszerepet játszik a pénzügyi rendszer stabilitásának fenntartásában. A fintech cégek veszélyeztethetik a bankok bevételi modelljeit és hosszú távú fenntarthatóságát, ami pénzügyi stabilitási kérdéseket vet fel.
- Adaptáció: a bankok hosszú távú versenyképessége azon múlik, hogyan alkalmazkodnak ezekhez a változásokhoz, miközben kezelik a potenciális kockázatokat. (Beck, et al., 2022), (McKinsey&Company, 2020)

Noha a forradalmi változások jellemzően rendkívül gyorsan zajlanak és gyakran felborítják a meglévő hagyományos rendszereket (diszruptív hatásuk van), fontos kiemelni, hogy az inkumbens pénzintézetek és a fintech kihívók nem feltétlenül egymás ellenfelei. Szolgáltatásaik egymás kiegészítésére is kitűnően képesek lehetnek, hiszen végső soron az ügyfelek kényelme és pozitív élménye az első: ebből a versengésből mindenképpen ők fognak győztesként kikerülni. Mindig a fogyasztó legutolsó, legjobb élményét kell felülmúlni. Az ide vezető úton pedig számtalan fejlesztést átemelhetünk a másik féltől, ami összességében digitális fejlődést, az ügyfeleknek pedig modernebb, széleskörűbb szolgáltatást eredményez. (Deloitte, 2021)

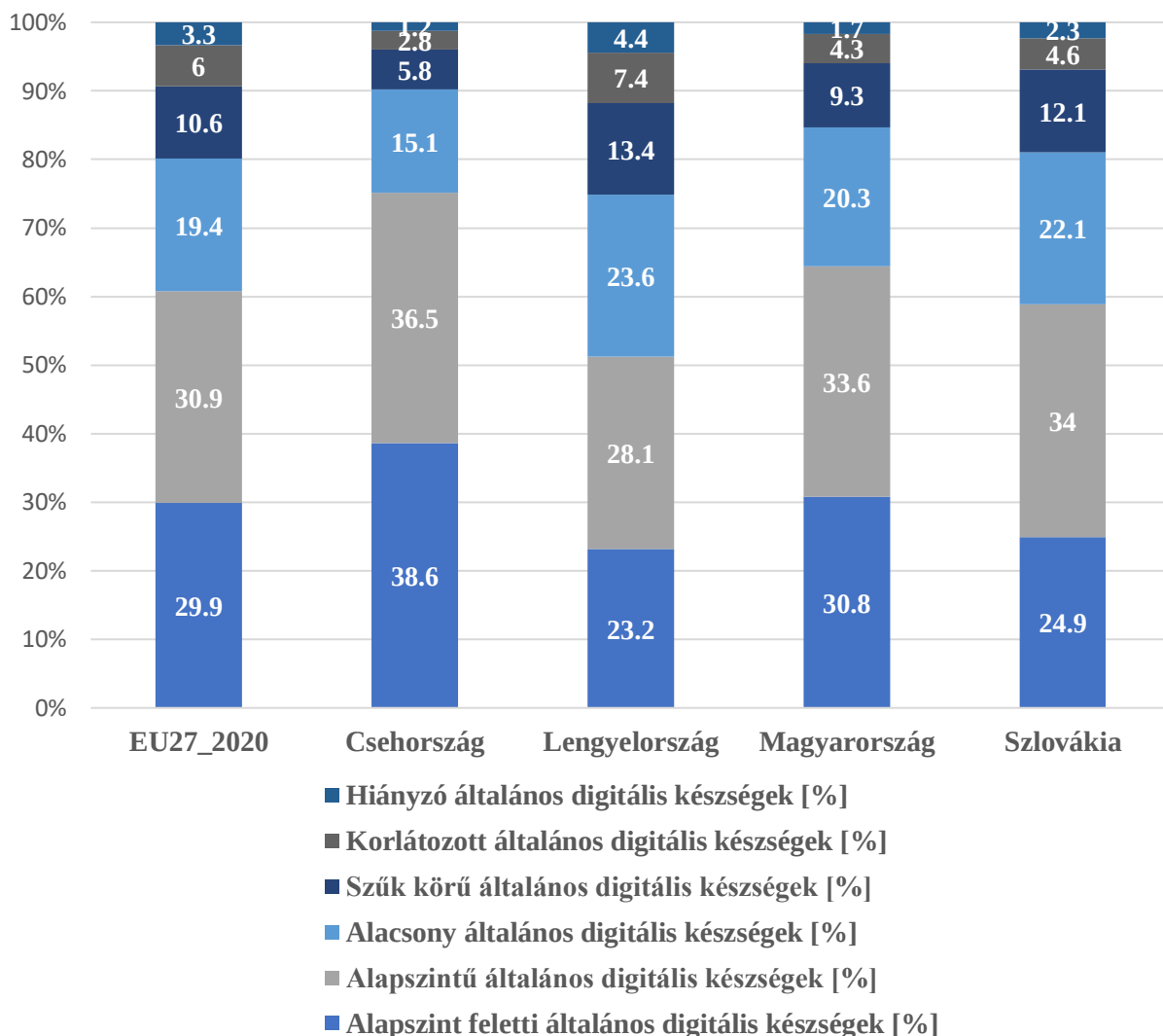
1.3. Ügyféligények változása a digitális megoldások hatására

Mint ahogy az a korábbiakban körvonalazódott, a digitalizáció egyik legfontosabb szerepe, hogy egyszerűsítse, gyorsítsa, kényelmesebbé tegye a megszokott folyamatainkat. A lakossági bankolás jelentős átalakuláson ment keresztül, hiszen a fogyasztói (ügyfél) elvárások is megváltoztak. Ebből kiemelkedik a Z generáció (az 1995 és 2012 között születettek), akik már egy digitális világba születtek bele és lassan fiatal felnőttekké válnak: az elvárásaikat és szokásaikat is magukkal hozzák a munka világába, reform erejű változásokat előidézve. Ezen generáció számára a digitalizáció nem csak egy eszköz, hanem életmód, amely alapvetően határozza meg mindennapjaikat és elvárásaikat a szolgáltatásokkal szemben. Egyszerű, gyors, akadálymentes, és önkiszolgáló digitális megoldásokat keresnek, nem tolerálják a visszamaradott, lassú, bonyolult és nem megbízható folyamatokat – ezeket széleskörűen alapelvárássá tették. Hamarabb elfogadnak egy MVP terméket (*Minimum Viable Product*: egy szűkebb funkcionalitással rendelkező termék, amelyet folyamatosan fejlesztenek a felhasználói visszajelzések alapján), ahelyett, hogy éveket várnának egy kidogozottabb megoldásra. Továbbá érzékenyek a költségekre és magára a szolgáltatás adta élményre. Egy olyan kort élünk, ahol a bankok hasonló szolgáltatásokat kínálnak. Innen kiváló kiemelkedési lehetőségre szert tenni, ha a digitalizációban élen járnak: ahogy a fogyasztók egyre inkább prioritizálják magát az élményt egy szolgáltatás igénybevételekor, úgy a bankoknak is az ezen területen való kiemelkedő teljesítmény lehet a megkülönböztető sikertényező. Ahhoz, hogy kiemelkedő, pozitív élményt nyújthassanak a bankok – vagy bármely más szolgáltatók – az első lépés, hogy mélyen ismerjék ügyfeleiket, értve ez alatt nem csak az alap demográfiai jellemzőiket, hanem az igényeiket, vágyaikat, frusztrációjukat, nehézségeiket, hiszen ezen tényezők összessége nagyban hozzájárul, hogyan érzik magukat az ügyfelek a szolgáltatásunkkal kapcsolatban. Logikus belegondolni, nem szívesen vennénk igénybe olyan szolgáltatást, amelyet időpazarlásnak élünk meg, bonyolult vagy akár egyenesen dühítő a használata. A helyzet nehézségét az adja, hogy bár bizonyos demográfiai csoportok egyenesen igénylik ezt a fajta fejlesztési irányt, addig más csoportok (jellemzően az idősebb generációk) elzárkóznak tőle. Továbbá regionális nehézségek is felléphetnek azokon a piacokon, ahol továbbra is a készpénzhasználat a szignifikáns. (Deloitte, 2021)

Problémát jelenthet a bankok számára a digitális írástudás helyzete, és az ebből adódó eltérő ügyféligények. A digitális írástudás öt fő digitális kompetenciaterületet és összesen 21 különálló digitális készséget foglal magában. A kompetenciaterületek közé tartozik az információ- és

adatműveltség, a kommunikáció és együttműködés, a digitális tartalom létrehozása, a biztonság, valamint a problémamegoldás.

Az Eurostat jelentései szerint Magyarország lakosságának 58,9%-a rendelkezik legalább alapszintű digitális készségekkel a 16-74 éves korú lakosság körében, ami valamivel magasabb, mint az EU-s átlag (55,6%). Bár hazánk több szempontból előkelő helyen áll a V4-es országok között (3. ábra), a digitális írástudás szintje jelentős eltéréseket mutat a demográfiai csoportok között.



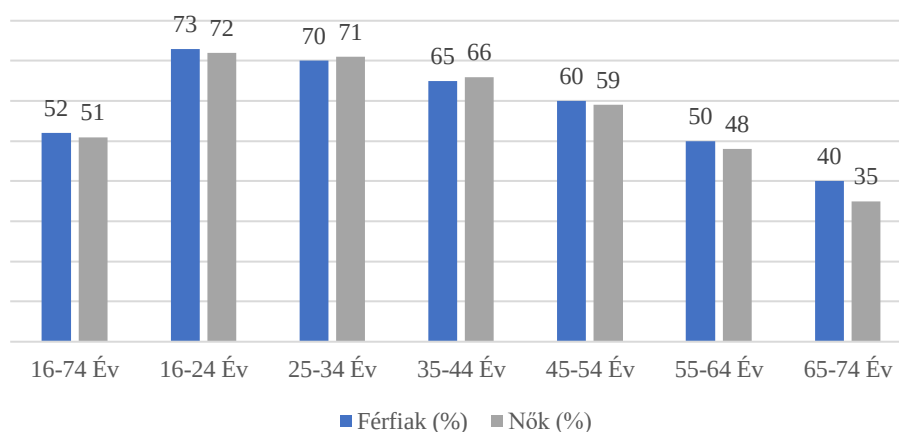
Forrás: KSH, 2024, saját átszerkesztés

3. ábra: Az egyes digitális ismeretszintekkel rendelkezők megoszlása az internethasználók körében az Európai Unióban és a visegrádi országokban, 2023

EU-s átlagot nézve, a fiatalabb korosztály (16–24 év) szinte teljesen lefedi az internethasználatot, míg az 55 év felettiek körében ez az arány lényegesen alacsonyabb (4. ábra). Megállapítható tehát, hogy az életkor előrehaladtával csökken a digitális készségek

aránya. Aggodalomra adhat okot digitalizációs szempontból, hogy az 55 év feletti korosztálytól kezdődően jellemzően legfeljebb minden második ember rendelkezik legalább alapszintű digitális tudással, ami jelentős mértékben megnehezíti az előregedő társadalom digitális világba való integrációját. (Eurostat, 2023)

Az internetet elsősorban kapcsolattartásra és szórakozásra használják a magyarok, míg az online ügyintézés és tanulást viszonylag kevesebben veszik igénybe, ami az EU-s átlagnál alacsonyabb arányt mutat. A magyar vállalatok és az állam is növekvő figyelmet fordít a digitális készségek fejlesztésére, beleértve az informatikai képzéseket, amelyekben a hazai vállalatok 18%-a nyújt rendszeres továbbképzést dolgozóinak, míg az EU-ban ez az arány 22%. Az Egyensúly Intézet és a GKI elemzései is felhívják a figyelmet arra, hogy a digitalizáció gazdasági előnyei csak akkor lesznek maximálisan kihasználhatók, ha a digitális képességek fejlesztése széleskörűen elérhetővé válik, különösen a hátrányos helyzetű csoportok számára. (KSH, 2023b), (Eurostat, 2024), (Infostart, 2024), (Menedzsment Fórum, 2024), (GKI Gazdaságkutató Zrt, 2024)



Forrás: Eurostat, 2023, saját átszerkesztés

4. ábra: Legalább minimális szintű digitális írástudással rendelkezők száma korcsoportonként az Európai Unióban, 2023

Az ügyféligények változásának egyik fontos eleme, hogy manapság mindenki kezében ott lapul egy okostelefon. Az ügyfelek egyre inkább átállnak a mobilos ügyintézésre és háttérbe szorul a webes felületen történő bankolás, tehát a „mobile first” irány lászik térhódítani – vagyis a fejlesztések elsősorban a mobil platformra fognak megvalósulni, prioritást élvez ezen felület.

„Én nem látok most már olyan funkciót, amit mondjuk weben megcsinálnak, de mobilon nem. Viszont olyat látok, amit csak mobilra fejlesztenek.” – (Digital Banking Klub, beszélgetés Zotter Balázssal, a Finshape Hungary CTO-jával). (FinTechZone, 2024a)

Például a 1,5 millió magyar felhasználóval rendelkező fintech cég, a Revolut is csak telefonon érhető el, még laptopon sem. (MNB, 2024b; NRC, 2023b) Az ügyfelek ezen igényváltozása komoly digitális kihívást jelent a bankoknak, hiszen ezen a platformon is elvárt, hogy zökkenőmentes ügyfélményt nyújtsanak. Az okos készülékek adta önállóság megnövekedett igényt jelent az önkiszolgáló (*self-service*) funkciókra is. (BiztosDöntés, 2024)

Néhány intrinzik (belső motivációs) tényező:

1. Kényelem: Az ügyfelek számára fontos, hogy bármikor kezelhessék pénzügyeiket: ne legyenek banki nyitvatartási időhöz kötve, rugalmasan, napközben is elérhetőek legyenek a szolgáltatások.
2. Kontroll: A technológia lehetővé teszi, hogy önállóan intézzék pénzügyi tranzakcióikat.
3. Technológiai magabiztosság: A digitális írástudás növekedésével az ügyfelek egyre kényelmesebben használják ezeket a megoldásokat.

Néhány extrinzik (külső) motivációs tényező:

1. Időmegtakarítás: Az önkiszolgáló opciók jelentősen csökkentik a tranzakciók idejét.
2. Költséghatékonyság: Sok önkiszolgáló platform alacsony vagy ingyenes díjat kínál (jellemzően a kihívó bankok platformjai).
3. Kisebb hibalehetőség: Az automatizált folyamatok által kisebb az emberi hiba bekövetkezésének az esélye. (Caruana, 2023)

A Diverzum alapítója, László Miklós szerint, míg más generációk igényei kevésbé gyorsan változnak, addig a Z generáció újító elvárásai jelentős mértékben gyorsítják az ügyféligények fejlődését. A fiatalok számára az élmények mellett a pénzügyi motiváció is kiemelt szerepet játszik, és a megfelelő pénzügyi termékek, szolgáltatások kínálata erős vonzerőt jelent számukra. Egy jelentős részüket nem csak a díjmentes számlavezetés érdekli, hanem a megtakarítási és befektetési lehetőségek is, amelyek egy bankot különösen vonzóvá tehetnek. Összefoglalásként hangsúlyozta, hogy a pénzügyi szolgáltatásokhoz kapcsolódó élmények és a felhasználói élmény (UX) egyaránt kulcsfontosságúak a fiatalok számára. (FinTechZone, 2024b)

2. ÜGYFÉLÉLMÉNY A DIGITÁLIS KÖRNYEZETBEN

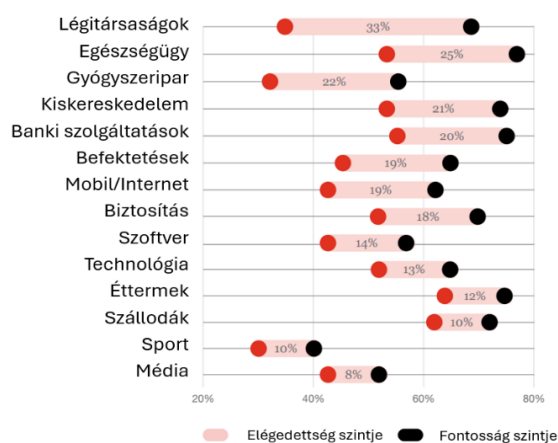
2.1. Ügyfélmény fogalma és szerepe

Napjainkban nem elegendő a vevői igények pusztá kielégítése: egyre fontosabb szerepet játszik az ügyfelek számára az értékteremtés és az élménynyújtás. Az ügyfélmény – vagy környezettől függően fogyasztói élmény (*customer experience, CX*) – egy vállalat által az ügyfeleknek nyújtott teljes benyomást foglalja magában, beleértve minden interakciót online és offline térben is. A kivételesen jó ügyfélmény összetett versenyelőnyt biztosít, amely túlmutat az egyszerű értékesítési számokon. Azok a vállalatok, amelyek hatékonyan beépítik a CX-et az üzleti folyamataikba, csökkenthetik az ügyfélvesztést, ami kevesebb panaszhoz és alacsonyabb ügyfélszerzési költségekhez vezet, digitális térben pedig csökkenti az ügyféllemorzsolódást (*churn rate*). Továbbá, a pozitív vásárlói élmények javítják a márka hírnevét, és növelik az új ügyfelek számát, akik ajánlások útján érkeznek, így további marketingköltség-megtakarítást eredményeznek. A Forrester Research tanulmánya szerint azok a vállalatok, amelyek az ügyfélményre összpontosítanak, 28%-kal nagyobb árbevételt érhetnek el versenytársaikhoz képest. A Telkin Group elemzése pedig kimutatta, hogy az elégedett ügyfelek átlagosan 14,4%-kal többet költenek, mint az elégedetlenek. (NRC, 2023a) Az ügyfélmény szerepe nem áll meg a költségek optimalizálásánál; stratégiai értéket képvisel a vállalat minden területén. Az ügyfélközpontú vállalati kultúra lehetővé teszi a gyors piaci reakciókat, támogatva az agilis válaszokat és innovációkat, melyek növelik a cég rugalmasságát és versenyképességét. (Fullview, 2024)

Az ügyfélmény menedzselése (*Customer Experience Management, CEM*) célja, hogy a vállalat és az ügyfél közötti interakciók minden pontja következetesen pozitív legyen. (Szolgáltató blog, 2024) Ha kiemelkedő élményt biztosítunk számukra, többet vásárolnak, hűségesebbek lesznek. Az elégedett, hűséges ügyfelek gyakrabban visszatérnek és hajlamosabbak ajánlani a vállalatot ismerőseiknek, ami növeli a cég hírnevét és ügyfélkörét. Mégis sok esetben az ügyféligenyek nem kerülnek megfelelően kielégítésre. Ennek legfőbb oka az ellentétes nézőpont az élmények terén. Számos vállalat törekszik látványos dizájnelemeket, technológiát alkalmazni, miközben a valóban fontos ügyfélményi elemekre nem kerül elegendő hangsúly.

„Az ügyfélmény megtörténik akkor is, ha tudatosan tervezed és akkor is, ha nem.” – (Kanizsai Krisztina, CX szakértő) (NRC, 2023b)

Két hasonló termék vagy szolgáltatás között kritikus fontosságú a döntés meghozatalakor az átélt vásárlási élmény (vagy a szolgáltatás élménye), amely alapján a fogyasztók vagy ügyfelek differenciálják az azt nyújtó vállalatokat. A különböző szektorokban az élménynek eltérő szerepe van. Az 5. ábra a PwC azon tanulmányát mutatja be, hogy az ügyfelek különböző iparágakban mennyire elégedettek a szolgáltatással (piros körök) összehasonlítva azzal, hogy mennyire fontos számukra az ügyfélélmény az adott iparágban (fekete körök). Megállapítható, hogy az egészségügy és az éttermi szolgáltatások túl a banki szolgáltatások iránt is kiemelkedően magas az ügyfelek elvárása az élmény tekintetében. A tanulmány kiemeli, hogy az ügyfelek nagyobb valószínűséggel próbálnak ki további termékeket vagy szolgáltatásokat olyan márkáktól, amelyek kiváló ügyfélélményt nyújtanak, továbbá hajlandóbbá válnak többet fizetni egy termékért vagy szolgáltatásért pozitív élmény esetén. (PwC, 2018)



Forrás: PwC, 2018

5. ábra: Az élmény és az elvárás közötti rés

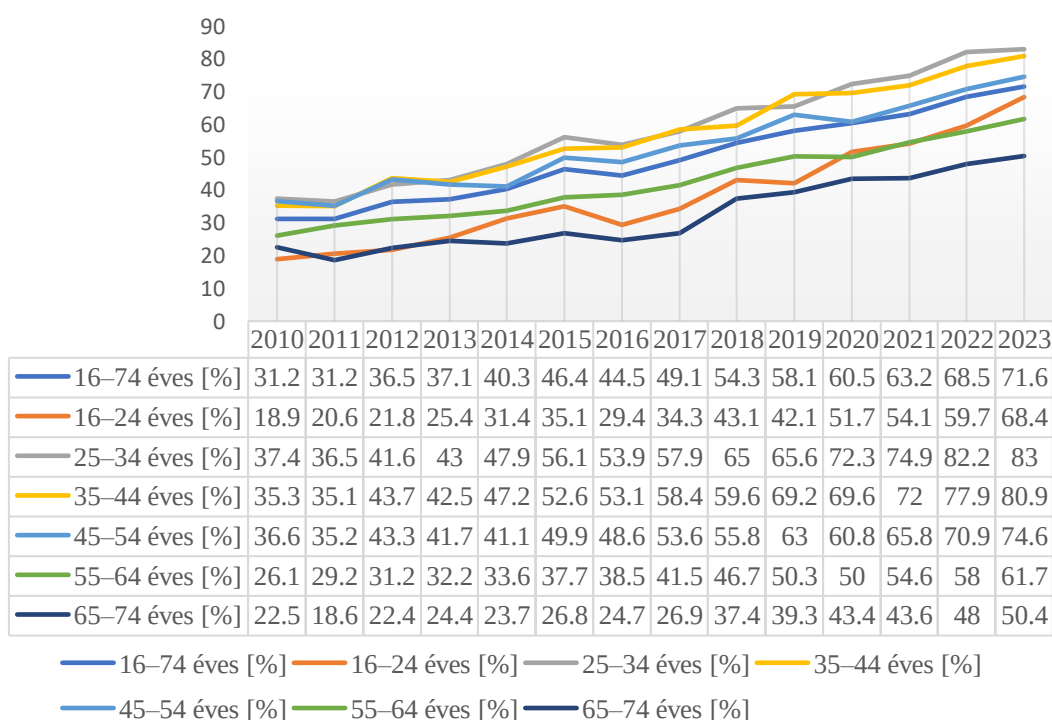
A digitális térben a DCX kifejezés (*digital customer experience*) is elterjedt, mely magába foglal minden digitális érintkezési pontot, legyen szó mobil- vagy asztali platformról, saját alkalmazásról közösségi médiáról stb. A Qualtrics kutatása szerint a 3 legfontosabb tényező, amely meghatározza a digitális ügyfélélményt a következők:

1. Siker: Az ügyfél elérte-e a célját?
2. Erőfeszítés: A folyamat gördülékeny és egyszerű volt-e?
3. Érzelem: Az interakció után az ügyfél jó érzésekkel távozott-e?

A folyamat az ügyfelek mély megértésével kezdődik, beleértve igényeiket, céljaikat és az interakcióikat. A cél az, hogy valós időben, személyre szabott élményeket nyújtsunk, amelyek pontosan megfelelnek az ügyfél aktuális elvárásainak és szükségleteinek. (Qualtrics, 2022)

2.2. Ügyfélmény a különböző felületeken

A hazai internetezők (16–74 évesek) közel 72%-a vette igénybe a webet banki ügyek intézésére 2023-ban. Ez az arány 3,2 százalékpontos emelkedést jelent 2022-höz képest, és 1,8 százalékponttal haladja meg az uniós átlagot. Különösen aktívak voltak a 25–34 éves korosztály tagjai, akik 83%-ban használták az online banki szolgáltatásokat, míg a legnagyobb éves növekedést a 16–24 éves korcsoport mutatta, ahol az arány 60%-ról 68%-ra emelkedett (6. ábra). Az online bankolás aránya a 25–64 éves korosztály mindhárom iskolai végzettségi szintjén növekedett, különösen az alapfokú végzettségűek körében, ahol ez az arány 30%-ról 38%-ra bővült. Bár a 65–74 éves korosztály is egyre gyakrabban veszi igénybe az online banki szolgáltatásokat, a hazai adat még mindig 6,9 százalékponttal marad el az uniós átlagtól (57%), részben a digitális ismeretek hiánya és az adatvédelemmel kapcsolatos aggályok miatt. (KSH, 2023a), (Technokrata, 2022)



Forrás: KSH, 2023, saját átszerkesztés

6. ábra: A magáncélú internetes banki szolgáltatások igénybevételének aránya korcsoportonként

A digitális bankolás további térnyerése érdekében az MNB Pénzforgalom 2030 stratégiája célként tűzte ki, hogy 2030-ra az elektronikus tranzakciók aránya elérje a 60%-ot Magyarországon. Ez a cél a mobilbankolás népszerűsítésével és a banki alkalmazások

fejlesztésével válhat elérhetővé. Emellett a Magyar Bankholding vezérigazgató-helyettese is megerősítette, hogy az online banki ügyintézés iránti kereslet évről évre növekszik, míg a személyes bankfiók-látogatások száma csökken. (MNB, 2023a)

Eltérő platformokon nyújtott szolgáltatások esetén kiemelkedő szerepe van a konzisztens élménynek, mert biztosítja az ügyfelek számára az egyszerű átjárhatóságot és a zökkenőmentes élményt, függetlenül attól, hogy éppen hol lépnek interakcióba a felületünkkel. Eszköztől függetlenül fontos szempont, hogy a felhasználók ismerős felületekkel találkozzanak. A konzisztens élmény az *omnichannel* stratégia egyik alapköve. Az omnichannel egy olyan ügyfélközpontú megközelítés, amely biztosítja, hogy az ügyfelek különböző csatornákon – mint a mobilalkalmazások, webes felületek, bankfiókok vagy ügyfélszolgálatok – egységes és gördülékeny élményben részesüljenek. A bankszektor egy meghatározó része jelenleg cross-channel, a személyes, webes és mobil csatornákat párhuzamosan kezelő ügyfélszolgálatot üzemeltet és törekszik az omnichannel kiszolgálás megvalósítására. (Digipay, 2024) A Magyar Bankholding például a digitális banki ügyintézés népszerűsítésére és a bankfióki látogatások csökkentésére törekszik a konzisztens digitális jelenléttel.

A mobil- és desktopfelületek eltérő előnyöket és hátrányokat kínálnak az ügyfelek számára. A mobilbanki alkalmazások legnagyobb előnye a gyors és bárholonnan elérhető hozzáférés, amely ideális a mindennapi pénzügyi műveletekhez. Az olyan alapvető funkciók, mint az egyenleglekérdezés, az átutalások és a mobilfizetés lehetősége szinte bármikor és bárholonnan elérhetők, így a mobilbankolás kényelmes választás a napi tranzakciók lebonyolításához. A biometrikus azonosítás és az egyszerűsített navigáció szintén hozzájárulnak a gyors, intuitív ügyfélélményhez, amely fokozza az ügyfelek elégedettségét és a mobilapplikációk iránti elköteleződést. A mobiltelefonnal történő fizetés – bankkártya helyett – egy további előny, mely a pandémia idején terjedt el, és ma már egy átlagos középkategóriás telefon is képes rá.

„A szakemberek sokáig úgy gondolták, hogy a bankkártyás érintéses fizetésre sokkal nehezebb lesz átszoktatni az ügyfeleket, mint onnan a mobiltelefonra. De tévedtek. Feltevésüket arra alapozták, hogy a korábbi kártyákat általában át kellett adni a pénztárosnak, az érintőkártyát azonban nem kell kiadni a kezünkből, ahogy a mobiltelefont sem.” – (Gergely Péter, BiztosDöntés.hu bankszámlaszakértő) (BiztosDöntés, 2024)

A desktop felületek ezzel szemben a komplexebb tranzakciók és a nagyobb átláthatóság iránti igényt elégítik ki, különösen nagyobb kijelzőiken keresztül. Ez a platform ideális a részletes tranzakciótörténet áttekintésére, a dokumentumkezelésre és a hosszabb pénzügyi elemzések

elvégzésére, mivel a nagyobb képernyő és a funkciógazdag környezet lehetővé teszi a felhasználók számára, hogy alaposabban belemerüljenek pénzügyi műveleteik részleteibe.

Mindkét platformnak megvannak a maga korlátai is. A mobilbankolás esetében bizonyos funkciók, például a részletes kimutatások és a dokumentumkezelési lehetőségek gyakran hiányoznak, mivel ezek inkább a desktop környezethez kötődnek. Ugyanakkor a desktop felület hátrányai közé tartozik, hogy egyszerűbb tranzakciók esetén időigényesebb lehet, és nehezebben elérhető a hétköznapijaink során. A biztonsági tényezők szintén eltérőek: a mobilbanki alkalmazások gyakran használják a biometrikus azonosítást, de a mobil eszközök könnyebben elveszhetnek vagy illetéktelen kezekbe kerülhetnek, míg a desktop felületek stabilabb biztonságérzetet nyújtanak, bár jellemzően több lépést igényelnek a belépéshez.

A különböző felületekbe való innováció beépítésének fontosságát kiválóan igazolja a PYMNTS és a PSCU közös amerikai kutatása, a „Hitelszövetkezeti innováció”, amely azt mutatja, hogy a számlatulajdonosok közel harmada (29%) fontolóra venné a szolgáltatóváltást, ha egy másik pénzintézet innovatívabb fizetési megoldásokat kínálna. A kutatásból kiderül továbbá, hogy a fiatalabb generációk – különösen a Z generáció – az átlagnál még nagyobb hangsúlyt fektetnek a modern pénzügyi megoldásokra. A megkérdezett Z generációs ügyfelek 38%-a jelezte, hogy komolyan fontolóra venné a szolgáltatóváltást, ha a jelenlegi intézet nem nyújtana rendszeresen új, izgalmas szolgáltatásokat. Ez azt mutatja, hogy a fiatalabb korosztály különösen érzékeny a folyamatos technológiai fejlődésre, és az elköteleződésük nagyban függ a pénzügyi szolgáltatások újításaitól, mint például a valós idejű fizetések, a fejlett mobilbanki funkciók vagy a személyre szabott lehetőségek. (PYMNTS & PSCU, 2023) Ezen generáció megszólítása és megfogása különösen nehézkes lehet. Muck Iván, az ff.next társalapítója például így nyilatkozott ezen generációról:

„Nagyon-nagyon diverz az, hogy adott fiatalokat, adott piacon pontosan mivel lehet megfogni. Volt lehetőségünk több mint húsz országban dolgozni ügyfelekkel, és szinte mindenhol más igények merültek fel.” – jegyezte meg a PAYTECHSHOW eseményén.

„Most elmondom az egyetlen igazi titkát a fiatalok megszólításának; nincs ilyen. Ez a generáció egy adott országon belül is elképesztően diverz tud lenni – bár nem ezért az a cégünk neve, ami, de attól még ez nagyon igaz.” – László Miklós, a Diverzum alapítója. (FinTechZone, 2024b)

3. A BIZALOM SZEREPE A BANKOLÁSBAN

3.1. A bizalom és a bankolás kapcsolata

„Ha a digitális gazdaság lételemét az adatok képezik, akkor a szíve a digitális bizalom”

A bankrendszer működése tevékenységéből adódóan számos alapkövetelményen nyugszik: a bizalom, biztonság, megbízhatóság és az ügyfelekkel szemben tanúsított etikus magatartás. Ezek együttesen alapozzák meg a hírnevét, reputációját. Hétköznapijaink során a bizalom kiemelkedő fontossággal bír a bankkal való kapcsolatunkban, mivel a bankok érzékeny pénzügyi és személyes adatokat kezelnek, amelyek védelme elengedhetetlen az ügyfelek biztonságérzete és elégedettsége szempontjából. A bizalom kialakulásában külső és belső tényezők is szerepet játszanak. Külső tényezők közé tartozik a jogszabályi környezet, a szabályozás és felügyeleti rendszer, valamint az ügyfelek pénzügyi tudatossága. A belső tényezők közé sorolhatók a bank irányítási rendszere, döntéshozatali folyamatai, kockázatkezelése és eljárási szabályai. Ezeket a külső és belső szabályokat a banki alkalmazottak etikus magatartása és integritása teszi teljessé. A pénzügyi stabilitás (és a kockázatkezelés) kulcsfontosságú szerepet játszik az ügyfelek bizalmának kialakításában és fenntartásában. Stabil pénzügyi helyzet nélkül a bankok és pénzügyi intézmények nem képesek hosszú távon fenntartható szolgáltatásokat nyújtani, és ez közvetlenül befolyásolja az ügyfelek bizalmát is. (MNB, 2023c) A bizalom felépítése hosszadalmas folyamat – de történeti példákon keresztül jól látható, milyen gyorsan képes megrendülni. a 2008-as pénzügyi válság után – melyen a bankszektor csak a 2010-es évek közepén jutott túl – központi feladattá vált a bizalom újjáépítése a bankrendszer iránt. (Müller & Kerényi, 2019) Napjainkban az adhat aggodalomra okot, hogy a pénzügyi intézmények közel háromnegyede (74%) tapasztalta a kiberbűnözés növekedését a világjárvány kezdete óta. A Boston Consulting Group szerint a pénzügyi cégek 300-szor nagyobb valószínűséggel tapasztalják meg őket, mint más intézmények. (Forbes, 2023) Azok az ügyfelek, akiknek adatai kompromittálódtak, jelentősen nagyobb valószínűséggel szüntették meg banki kapcsolatukat a következő hat hónapban, még akkor is, ha pénzügyi veszteségük nem volt, mivel a bank teljes mértékben kártalanította őket. Ez a bizalom-és ügyfélvesztési lemorzsolódás különösen jellemző volt azokban az esetekben, amikor a bank nem tudta pontosan meghatározni a csalás forrását, és nem kommunikálta a történeteket világosan az ügyfelek felé. Ennek egyik legjelentősebb konklúziója, hogy nem a pénzügyi veszteség, hanem a csökkent bizalom az, ami a fogyasztókat a banktól való elfordulásra készteti egy adatvédelmi incidens után. A negatív tapasztalatok gyorsan

terjedhetnek, hiszen ügyfelek egyre inkább megosztják elégedetlenségüket online fórumokon és közösségi médiában. Ha egy bank negatív híreket kap vagy romlik a közvélemény megítélése, az új ügyfeleket is visszatárhathatja a bankválasztásnál. Az ügyfelekben nyugtalanító kérdések maradhatnak egy-egy adathalász támadás után: ki volt a felelős a csalásért, hogyan hajtották végre, és előfordulhat-e újra. Ezek a kételyek érzelmi terhet jelentenek, amely ugyan nem pénzügyi jellegű, de mégis erőteljesen ösztönzi az ügyfeleket arra, hogy elhagyják a bankot. Rahul Telang, az amerikai Heinz College egyik professzorának kutatása szemléletes példával él:

„Tételezzük fel: a bankját kibertámadás érte, egy ismeretlen hacker megszerezte a pénzügyi és személyes adatait és jelentős összeget költött a számlájáról. A bankja gyorsan reagált, befagyasztotta a számláját és jóváírást ígért az elveszett összegért. Hurrá. A rossz hír: a bankját feltörték... és egy ismeretlen személy továbbra is birtokolja a személyes adatait...” – (Telang & Somanchi, 2017)

Kutatásában Rahul javaslatokat is megfogalmaz, mellyel fenntartható az ügyfélbizalom:

- Proaktivitás: nem elég pusztán a panaszkezelés, a felhasználók csalásjelentéseire reagálni, a bankoknak proaktívan kell kapcsolatba lépni az ügyfelekkel gyanús tranzakciók esetén. Pl.: a hagyományos fiókaktivitástól eltérő viselkedés észlelésekor
- Átlátható kommunikáció, transzparencia: gyors és részletes tájékoztatás az adatvédelmi incidensekről, átlátható kommunikációját a díjak, költségek, valamint a szolgáltatások feltételei kapcsán.
- Edukáció: ügyfelek rendszeres tájékoztatása az adathalász módszerekről, azok felismeréséről és kivédéséről
- Biztonsági faktorok bemutatása: például a biometrikus azonosítás, kétlépcsős hitelesítés ismertetése
- Ügyfélszolgálati élmény: a segítségnyújtás és a hibakezelés gyorsasága és minősége

Bár az amerikai kutatások azt mutatják, hogy az ügyfelek hajlamosak bankot váltani a bizalom csökkenése miatt, Magyarországon más a helyzet. A magyar banki ügyfelek bankváltási hajlandósága az elmúlt évek felmérései szerint jelentősen alacsonyabb az európai átlagnál is. Ha valaki mégis bankváltásra kényszerül, leginkább a megváltozott élethelyzettel indokolja (például házasságkötés, válás stb.). Az okok között szerepel a szolgáltatások közötti hasonlóság, a megszokott banki kapcsolatokhoz való ragaszkodás, valamint a bankváltástól

való adminisztratív teher miatti tartózkodás – bár ma már jóval egyszerűbb a folyamat, mint korábban. (Világgazdaság, 2022)

„Egy magyarországi ügyfél átlagosan 1,4 pénzintézettel tart kapcsolatot. Minél magasabb valakinek a végzettsége, annál több bank kliense. Ha pedig valaki már választott, akkor ritkán vált. Az Ersténél úgy vélik, a magyarokra nem igazán jellemző a bankváltás, csak akkor néznek másik pénzintézet után, ha sorozatos banki hiba, félretájékoztatás, kiugróan magas ár; kedvezőtlen feltételek miatt nagyon elégedetlenek. Ilyen esetekben is a többség inkább máshol is nyit egy számlát, és párhuzamosan használja a kettőt, fokozatosan szokva át az újra. Az ügyféllemorzsolódás általában 10 százalék körüli. A pénzintézetek ügyfélkezelése, illetve szolgáltatási ajánlatai között ugyanis a többség alig érzékel különbsége” – (Csabai, 2008)

Magyarországi viszonylatban a bizalom mértéke korcsoportonként is eltérést mutat. A bizalmi különbségek legélesebben a Covid-19 járvány és a lezárások időszakában jelentkeztek, amikor is az ügyfeleknek sok esetben nem volt választásuk a digitális bankolás mellett dönteni. Az MNB 2021-ben egy 1000 fős reprezentatív kutatást végzett, amelyben vizsgálta a pénzügyi szereplőkkel kapcsolatos bizalmat és a koronavírus-járvány kitörése óta a pénzügyi szokásokban bekövetkezett változásokat. Eredményeik alapján a fiatalabb generációk, már a világjárvány előtt is intenzívebben használták a digitális eszközöket, gyorsan és könnyedén integrálták a banki tevékenységeikbe az online szolgáltatásokat. Általánosságban megállapítható, hogy nem érzékelték különösebb nehézséget vagy bizalmi akadályt ezen csatornák használatával kapcsolatban. Ezzel szemben az idősebb generációk esetében, akik kevésbé jártasak a digitális technológiákban, a váltás sokkal fokozatosabb volt, és gyakran nehézségekkel is járt. Az idősebbek számára a bankfiókok és a személyes ügyintézés továbbra is fontos bizalomforrást jelentettek, de a járvány hatására mégis megnyíltak a digitális bankolás lehetőségei iránt. Számukra a digitális eszközök használata több támogatást és gyakorlást igényelt, de a kutatás megmutatta, hogy ha egyszer elkezdtek online banki szolgáltatásokat használni, sokan közülük a járványhelyzet után is megmaradtak ezeknél a megoldásoknál. A bizalom pontosabb vizsgálata érdekében a kérdőívben megkérték a kitöltőket – *különösen az idősebb generáció tagjait* –, hogy az esetleges korábbi negatív, bizalmat befolyásoló élményüktől, a devizahitelezéssel kapcsolatos tapasztalataiktól tekintsenek el. A kutatás alapján továbbá megállapítható, hogy a magasabb iskolai végzettségűek nagyobb bizalmat tanúsítanak a pénzügyi szereplők iránt. (Fellner & Marosi, 2021), (Nedim, 2023)

3.2. A bizalom az online térben – adathalászat

A digitális bankolás térnyerésével és a kibertámadások számának növekedésével a pénzügyi intézetek folyamatosan fejlesztik biztonsági rendszereiket az ügyfelek védelme érdekében. Az egyre gyakoribb megtévesztésen alapuló pénzügyi visszaélések – főként adathalász támadások – az ügyfeleket célozzák, különösen azokat, akik kevésbé ismerik a digitális kockázatokat és a csalások módszereit. Az adathalászat olyan csalási kísérlet, amely során a csalók megpróbálják megszerezni egy személy banki adatait (pl. bankkártya- vagy hitelkártyaszám), jelszavait vagy személyes adatait. Mértékük a Covid időszaka után nőtt meg számottevően: míg 2019-ben mindössze 58 esetben tudtak a csalók hozzáférni az ügyfelek bankszámláihoz, és a kár is csupán 437 millió forint volt, addig 2023-ban 18 296 sikeres visszaélés történt, több, mint 23 milliárd forintnyi kárt okozva. (7. ábra)



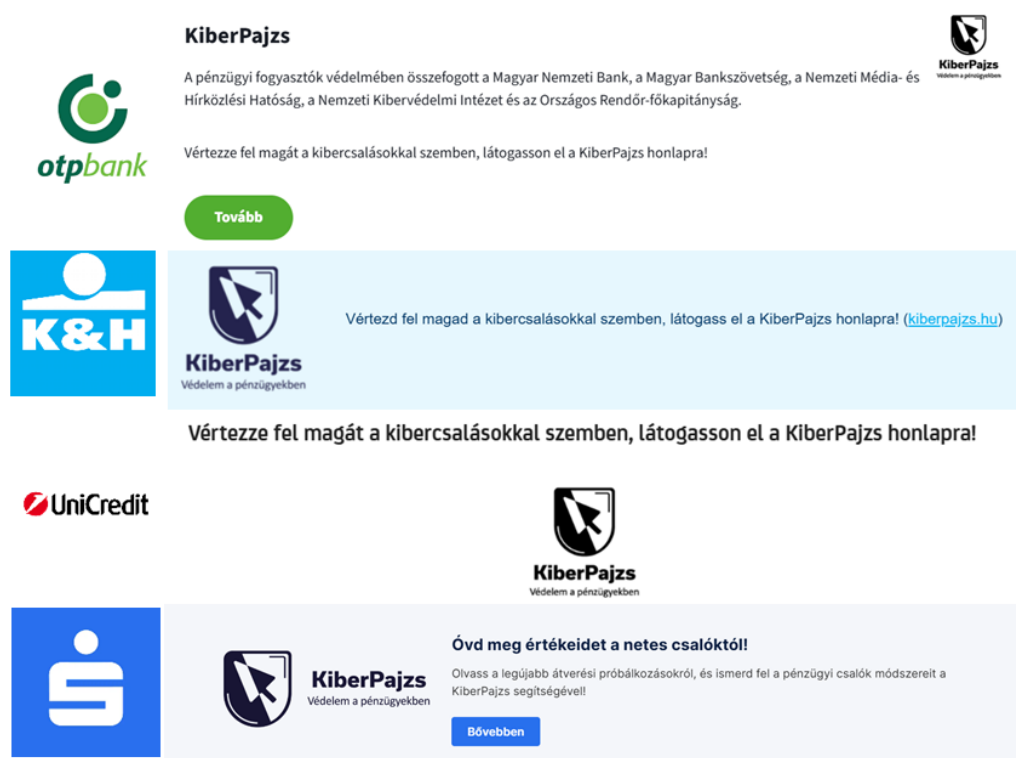
Forrás: MNB, 2024, saját átszerkesztés

7. ábra: Az elektronikus pénzforgalomban elkövetett visszaélések száma Magyarországon, 2017-2023

A bankkártyás visszaélések száma és értéke is gyorsan növekszik. Tavaly a kibocsátói oldalon 182 ezer eset történt 8,2 milliárd forint értékben, míg az elfogadói oldalon 7505 esetet regisztráltak 440 millió forint értékben, főként külföldi tranzakciókban. A visszaélések leggyakoribb módszere továbbra is az adathalászat és pszichológiai manipuláció: az adathalászok 4,4 milliárd forintot zsákmányoltak összesen, míg a manipulációval elkövetett csalások átlagos vesztesége 265 ezer forint volt áldozatonként. A bank felelősségvállalása is

korlátos, egyre inkább az ügyfelek viselik a károkat. Tavaly a kártyás csalásokból eredő veszteségek kétharmada őket terhelte, ami közel 3,3 milliárd forintot jelentett, több mint két és félszerese a 2022-es értéknek. (Bank360, 2024)

Az edukáció érdekében az MNB, az Országos Rendőrfőkapitányság, a Nemzetbiztonsági Szakszolgálat Nemzeti Kibervédelmi Intézete és a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság 2022-ben közösen indította el a KiberPajzs kampányt. Az együttműködés fő célja a pénzügyi tudatosság erősítése és a biztonság növelése, ezáltal fokozva a digitális felületek iránti bizalmat. (KiberPajzs, 2022) A tájékozottabb ügyfelek sokkal kisebb eséllyel lesznek csalás áldozatai.



Forrás: a feltüntetett bankok weboldala, saját szerkesztés, 2024

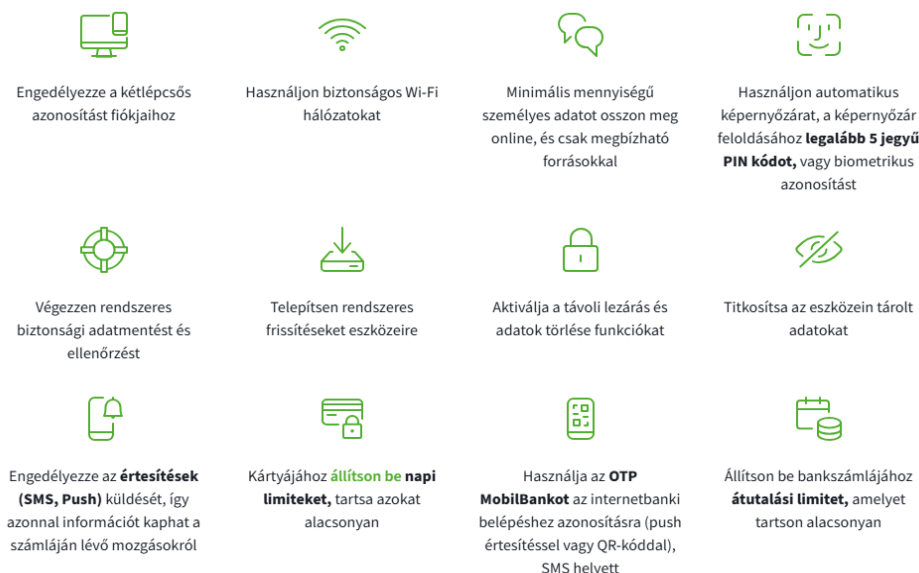
8. ábra: A bankok részvétele a digitális edukációban, KiberPajzsban – szinte mindenhol részletes tájékoztatásérhető el az adathalásatról

A korábbiakban tárgyaltak szerint, még sikertelen adathalászat esetén is könnyen meginoghat az ügyfelek bankba vetett bizalma. Éppen ezért egyes bankok kiemelt figyelmet fordítanak a megelőzésre, tájékoztatásra, gyakran a weboldalukon belül a közleményekben vagy blogcikkben tüntetik fel a legaktuálisabb tudnivalókat az adathalásatról.

A bankkártya, számla-vagy hitelesítői adataid birtokában könnyűszerrel emelhetnek le a csalók pénzösszeget egy számláról, de akár a közösségi média fiókokhoz, alkalmazásokhoz stb. is

hozzáférhetnek, és ezeket az adatokat tovább is értékesíthetik a csalók. Az adathalászat legnagyobb veszélye, hogy nem igényel mély technológiai ismereteket.

További biztonsági teendők



Forrás: OTP Bank, 2024

9. ábra: Javasolt biztonsági intézkedések, melyekkel megelőzhető az adathalászat

Új adathalász technikák napi szinten jelennek meg, nehéz lépést tartani velük. Az alacsonyabb iskolai végzettségű, idősebb ügyfelek könnyebben válhatnak csalás áldozatává. Ezért játszik kiemelt fontosságú szerepet az edukáció. Jellemzően mobil-, futár-, közüzemi-, vagy streaming szolgáltató nevében kaphatunk adathalász üzenetet. Csatornát tekintve szinte bármilyen online platformon megtalálhatnak, leginkább e-mailben, SMS-ben, de chaten, közösségi médián keresztül is érkezhettek. Valamilyen nyereménnyel, kedvezménnyel kecsegtetnek, de sok esetben inkább sürgető, cselekvésre ösztönző, ijedtséget keltő hangnemben fogalmaznak. Dr. Dávidné Hidvégi Julianna klinikai szakpszichológus véleménye szerint:

„A digitális csalók sokféleképpen próbálkoznak, a céljuk azonban mindig ugyanaz: hogy ijedtünkben gondolkodás nélkül, reflexszerűen reagáljunk, kikapcsolva a természetes bizalmatlanságunkat és óvatosságunkat.” – (K&H, 2024)

Az ügyfelek biztonságának növeléséhez egységes, közérthető tájékoztatásra és az érintett intézmények közötti együttműködésre van szükség. Széles körű digitális tájékozottság esetén a felhasználók megtanulják, milyen esetben és ki iránt érdemes bizalmatlannak lenniük adataik védelmének érdekében, ezáltal a bank irányába is magasabb fokú bizalmat tudnak tanúsítani. (MNB, 2022)

4. A KUTATÁSI MÓDSZERTAN

A kutatásom során primer és szekunder módszereket használtam, hogy átfogó képet nyerjek a témáról, annak jelenlegi helyzetéről, és megbízható alapot teremtsék az eredmények elemzéséhez. Elsőként szekunder kutatást végeztem, amely során a már meglévő szakirodalmi források elemzésére támaszkodtam, melyek a digitalizációs trendek, banki bizalom és ügyfélélmény területére nyújtottak betekintést. Az elemzett szakirodalmak között szerepelnek nemzetközi és hazai tanulmányok, kutatási jelentések, valamint a Magyar Nemzeti Bank és különböző banki szervezetek friss publikációi. A szekunder kutatás fontos szerepet játszott, mivel lehetővé tette, hogy a témával kapcsolatos meglévő elméleteket, adatokat és kutatási eredményeket megértsem. Ez különösen hasznos az összefüggések feltárásában, a releváns kérdések azonosításában és az irodalmi alapok megteremtésében, amelyeket a primer kutatási fázis során tovább vizsgáltam. Emellett hozzájárult a korábbi eredmények kritikai elemzéséhez és a kutatás irányának pontosításához, segítve ezzel a kutatási kérdések szakszerű és átfogó megközelítését. A szakirodalmi elemzés és az anyagok feldolgozása után primer kutatást végeztem.

Elsőként egy feltáró kvalitatív kutatást folytattam fókuszcsoport keretein belül, 6 résztvevővel. Ennek keretein belül általánosságban közelítettük meg a digitális bankolás témáját, így nem reprezentatív, de részletes adatokra sikerült szert tennem, amely alapján pontosabb kérdőív létrehozására voltam képes. A fókuszcsoport lehetőséget adott a résztvevők személyes tapasztalatainak és érzéseinek feltárására, amelyek részletesebb képet adnak arról, hogy mi motiválja az ügyfeleket a bankok közötti választásban, és milyen formában részesítik előnyben a banki szolgáltatásokat.

Ezt követően kvantitatív adatgyűjtést végeztem Google Forms kérdőív segítségével. A kérdőívemet 255 fő töltötte ki. Kérdéseimmel többek között a felhasználói élményt, a frusztrációkat, a bizalmat, az azt befolyásoló tényezőket, az ügyintézési mód preferenciáit (személyes vagy digitális) és a bankválasztás közötti összefüggéseket vizsgáltam.

Adatfeldolgozásomban a kvantitatív adatokat statisztikai elemzéssel vizsgálom, kereszttábla elemzést és korrelációs analízist használok, hogy a kutatási kérdéseimben megfogalmazott összefüggéseket igazoljam. A kvalitatív adatok elemzésénél a fókuszcsoportos interjúk főbb tematikus kategóriáit határozom meg, így a résztvevők által megosztott tapasztalatok alapján kaphatok részletesebb képet a bizalom és a digitális élmény összefüggéseiről.

5. KVANTITATÍV KUTATÁS EREDMÉNYE

Google Forms kérdőív

A kérdőív kérdései az [1. SZÁMÚ MELLÉKLET](#)ben, a dokumentum alján találhatóak.

A kérdőíves módszer előnye, hogy viszonylag nagy mintára épül, ezáltal objektívebb és pontosabb mérést tesz lehetővé, valamint az eredmények általánosíthatók és megismételhetők – bár az eredmények ekkora kitöltésszám mellett nem tekinthetők reprezentatívnak a teljes magyar lakosságra nézve. Esetleges hátrányaként megemlíthető, hogy önmagában felszínes, rugalmatlan, kontextus nélküli lehet; nem veszi figyelembe az emberi sokféleséget és összetettséget, valamint nem nyújt magyarázatot a vizsgált jelenségek mögöttes okaira. Ezért a későbbiekben a kutatást érdemes további módszerekkel elmélyíteni a pontosabb tendenciák megértéséhez. A kérdőívemet a szekunder kutatásom és a kvalitatív kutatásom során megvalósult fókuszcsoport alapján állítottam össze. A kérdőív kérdéseit a kutatási kérdéseim és hipotéziseim köré építettem.

- Módszer és kérdéstechnika: primer kutatás, kvantitatív technika, írásbeli megkérdezés, kérdőív
- Minta nagysága: 255 fő
- Mintavétel ideje: 2024. október 14-28.
- Kutatás célterülete: magyarországi bankszektor
- Kérdőív elérhetősége: <https://forms.gle/n31inHiaio3oANxY7>
- Adatgyűjtés, megosztás módszere: hólabda módszer, megjelenés közösségi média platformjain bejegyzésként (kiemelten szakdolgozati, kérdőívvel foglalkozó csoportok, bankolással kapcsolatos platformok), egyetemi szakkollégium hírlevelében való megosztás
- Kitöltők: a különböző csoportokban való megosztásnak köszönhetően demográfiailag reprezentatívabb képet adó kitöltések érkeztek, széles körű korcsoportból, végzettségből, jövedelemből stb.
- Kutatás célcsoportja: 18 év feletti személyek, akik valamely magyar bank ügyfelei
- Elemzés módszertana: leíró statisztikai elemzés, keresztábla elemzés, korrelációs analízis
- Elemzésre használt szoftverek: Microsoft Excel, SPSS
- Felosztás: A felmérés összesen 5 szakaszból állt, melyek a következők voltak: bankválasztás, ügyfélélmény és banki felületek minősége, ügyintézés, bizalom, demográfiai adatok

- Kérdések: a kérdőív 22 kérdésből állt, melyek tartalmaztak:
 - rövid választ (nyitott, kifejtős kérdés)
 - feleletválasztást
 - jelölőnégyzetet
 - feleletválasztó rácsot (rangsorolás 6-os Likert-skála alapján)

Az egyes kérdéseknél alkalmazott 6-os Likert-skála, avagy kényszerített választásos skála használata melletti döntöttem – a megszokott 5-ös skála helyett –, hogy a válaszadókat egyértelműen állásfoglalásra ösztökéljem. Ehhez igazodva igyekeztem kérdéseimet úgy megfogalmazni, hogy azok természetéből fakadóan a lehető legkevesebben akarjanak semleges opciót választani. Semleges válaszlehetőség nélkül a kitöltők döntéshozásra kényszerültek, ezzel megakadályozva, hogy a válaszadók közömbös válaszaik felhalmozódjanak. Ez különösen hasznosnak bizonyult, mivel a kutatásban egyértelmű attitűdöket igyekeztem mérni, és így tisztább összképet kaptam a vélemények megoszlásáról. Ezzel természetesen vállaltam a 6-os Likert-skála hátrányát is: akik valóban semlegesek az adott témával kapcsolatban, kénytelenek egy számukra nem teljesen megfelelő választ jelölni, valamelyik oldalra hajlani, ami befolyásolhatja az adatok pontosságát. Továbbá egyes kitöltők számára frusztráló lehet, hogy középutas véleményüket nem tudják kifejezni.

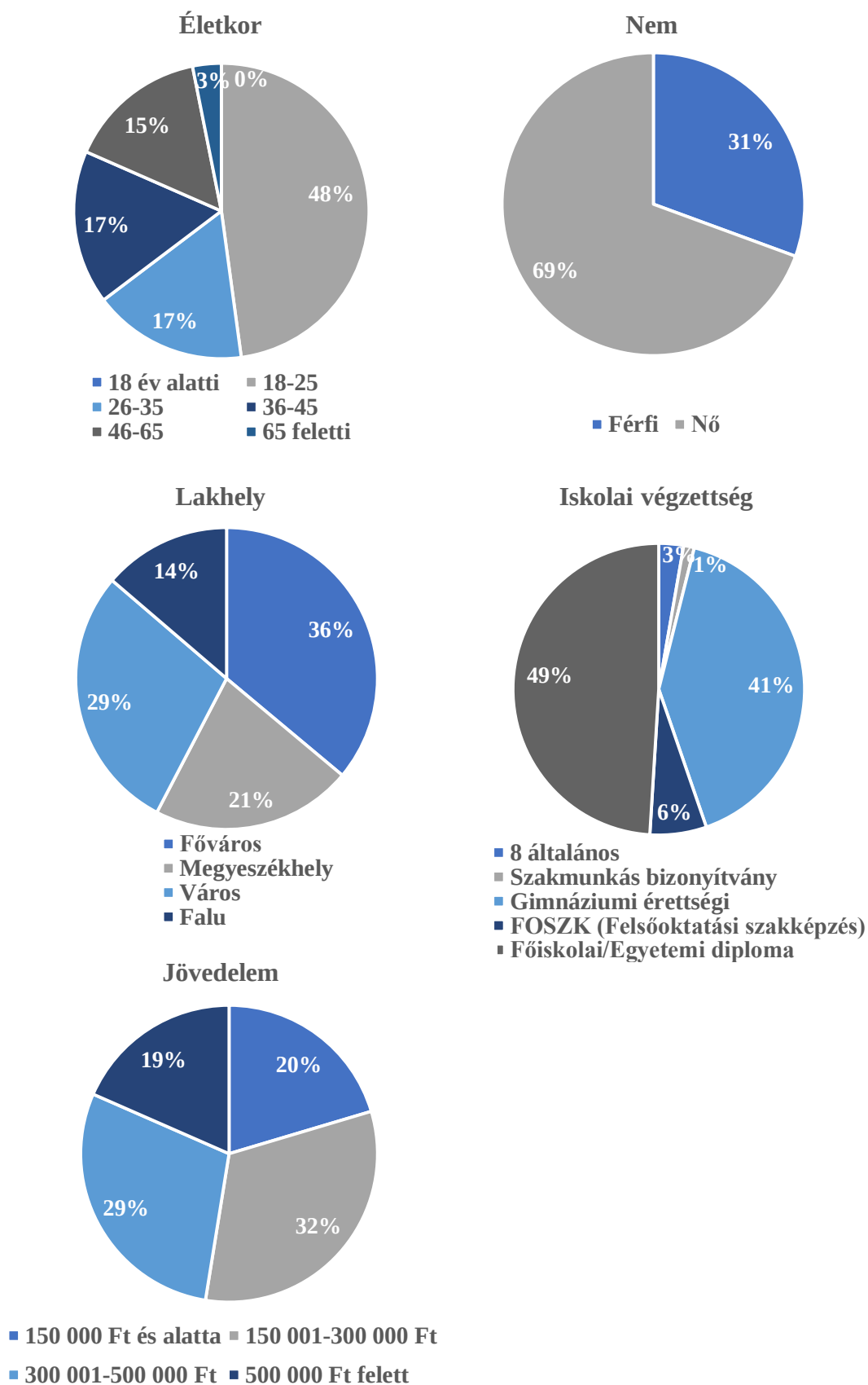
A kutatásom feltáró jellegű, mivel célom a felhasználók érzelmeinek és gondolatainak megismerése. Időbeliség szempontjából keresztmetszeti vizsgálatként definiálható, egy adott, 2 hetes időszámban gyűjtöttem a kitöltők válaszait. A kutatási cél eléréséhez 4 kutatási kérdést és 4 hipotézist fogalmaztam meg, amelyeket a primer és szekunder kutatás eredményeinek összegzésével szeretnék igazolni vagy cáfolni.

Demográfiai adatok

Bár a kérdőív végén szerepeltettem a demográfiai adatokkal kapcsolatos kérdéseket, az elemzés során előreveszem azokat általánosságban szemléltetve. A nemek arányát tekintve a 255 kitöltőből 177 női és 78 férfi válasz érkezett. Életkort tekintve 6 korcsoportot adtam meg lehetőségként: 18 év alatti, 18-25 év közötti, 26-35 év közötti, 36-45 közötti, 46-65 közötti, valamint 65 év feletti korcsoportba sorolhatták magukat az emberek. 18 év alatti kitöltésem nem érkezett, hiszen elsősorban nem a fiatalabb generációk elérésére fókuszáltam: az ő digitális készségeik messzemenően magasabbak az idősebb generációknál, ahogy azt a szekunder kutatásomban feltártam, és a bizalmuk is stabilnak mondható, a Covid-19 járvány idején kényszeredett digitális ügyintézésre átállás sem viselte meg őket ilyen szempontból. A stabil

bizalomnak természetesen egyéb háttére is lehet a fiatalabb generációt tekintve – például kevés komolyabb pénzügyi tranzakciót végeznek, a banki szolgáltatások közül csak minimális lehetőségekkel élnek, kevés negatív tapasztalatuk van, mint mondjuk az idősebb generációk esetén a devizahitelezéssel kapcsolatos tapasztalatok stb. Jelen kutatásomnak nem célja ezen okok vizsgálata. A további kitöltések alapján megállapítható, hogy a hasonló kutatásoknak megfelelően a 18-25 év közötti kitöltők dominálnak (122 fő), akik többnyire egyetemisták, vagy tanulmányaikat már befejezett fiatalok. 26-35 és 36-45 év közöttiekből egyaránt 43-43 fő, kitöltés érkezett, 46-65 évesek közül is viszonylag sokakat sikerült elérnem 39 fővel, 65 felettiekből pedig 8 főt. A kis számú 65 év feletti kitöltőt szintén a digitális írástudásban való elmaradottságnak társítanám be, ismerősi körben sokan jelezték, hogy egyáltalán nem használnak digitális bankolást, sokan még internettel sem rendelkeznek ebben a korosztályban, így az ő véleményfelmérésük nehezen megoldható ilyen formában. Lakhely szempontjából a fővárosból 92 kitöltés, megyeszékhelyből 55, városból 73, községből/faluból 35 kitöltés érkezett. Iskolai végzettség szerint a következő opciók megjelölésére volt lehetőség: 8 általános, szakmunkás bizonyítvány, gimnáziumi érettségi, FOSZK (felsőoktatási szakképzés), főiskolai/egyetemi diploma. 7 kitöltő jelezte, hogy 8 általános végzettsége van, 3 főnek szakmunkás bizonyítványa, 104 főnek gimnáziumi érettségije (feltehetően nagyrészt folyamatban lévő egyetemi tanulmányokkal), 16-nak felsőoktatási szakképzettsége, és az arány szempontjából szerencsés, hogy 125 főnek, a kitöltők 49%-a már megszerzett főiskolai/egyetemi diplomával rendelkezik. Jövedelmet vizsgálva 4 opciót adtam meg a kitöltőknek: 150 000 Ft és alatta (52 fő), 150 001-300 000 Ft (82 fő), 300 001-500 000 Ft (74 fő), 500 000 Ft felett pedig 47 fő keres a havi nettó jövedelmet nézve.

Általánosságban megállapítható, ahogy a hasonló jellegű kérdőíveknél is, itt is jellemző a magasabb női kitöltésszám, életkort tekintve a fiatalabb generációk hajlamosabbak a részvételre, valamint a magasabb iskolai végzettségű személyek is. (Smith, 2008) A keresztábra elemzéseimnél és további vizsgálataimnál jellemzően az életkort fontos differenciáló jellemzőnek jelöltem be és ez alapján szűrtem a válaszaimat a végzettség, lakhely és a jövedelem mellett. (10. ábra)

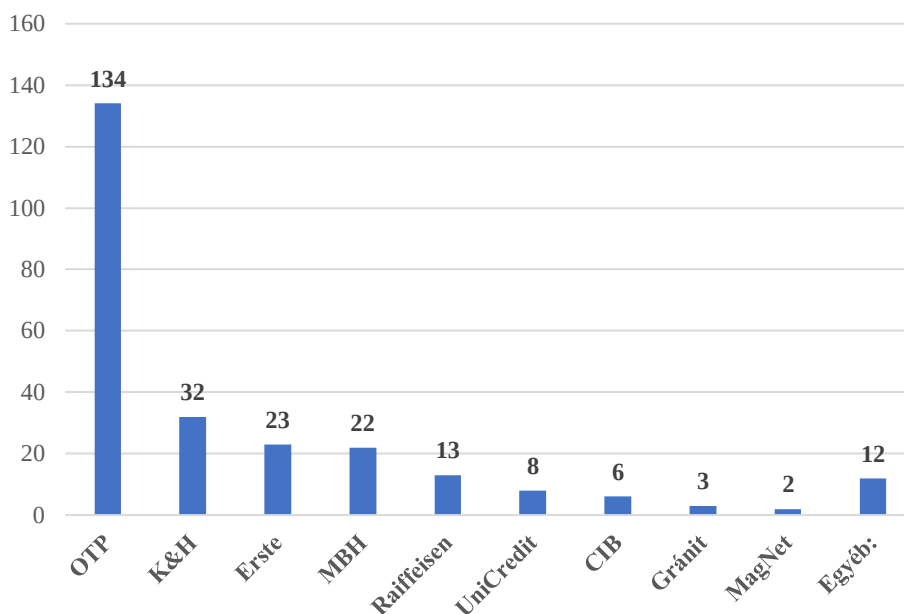


Forrás: Saját szerkesztés, 2024

10. ábra: A kérdőív demográfiával kapcsolatos kérdései

A minta reprezentativitását tekintve az eredményeket torzíthatja, hogy a fiatalabb korosztály és a magasabb végzettséggel rendelkező válaszadók aránya magasabb, így a teljes magyar lakosságra nem vonhatóak le általános következtetések, viszont bizonyos összefüggések kimutatására így is lehetőséget ad. A kutatást limitálja, hogy a digitális írástudatlanságban különösen érintett 65 év fölötti generáció és az alacsonyabb végzettségű csoportok elérésére nem volt lehetőség, ezért a jövőbeni érdemes lehet nagyobb mintán, különösen a ritkábban képviselt demográfiai csoportokra (pl. idősebb korosztály, alacsonyabb végzettségűek) fókuszálni, hogy pontosabb képet kapjunk a banki bizalom és digitális készségek kapcsolatairól. (erről bővebben itt olvasható: KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK)

A kérdőív első kérdése a bankválasztásra fókuszált, vagyis felmértem, ki melyik bank ügyfele. A kérdőívet kitöltő 255 fő közül a döntő többség, 134 fő az OTP ügyfele. (11. ábra) Általánosságban elmondható, hogy a magyar bankszektorban az OTP Bank rendelkezik a legnagyobb ügyfélbázissal, míg a többi nagyobb bank, mint az Erste Bank, a K&H Bank és az MBH Bank szintén jelentős ügyfélszámmal bírnak.



Forrás: Saját szerkesztés, 2024

11. ábra: A bankok ügyfélmegoszlása a kérdőív alapján

A továbbiakban rátérnék a kutatási kérdéseim és hipotéziseim vizsgálatára.

KUTATÁSI KÉRDÉSEIM:

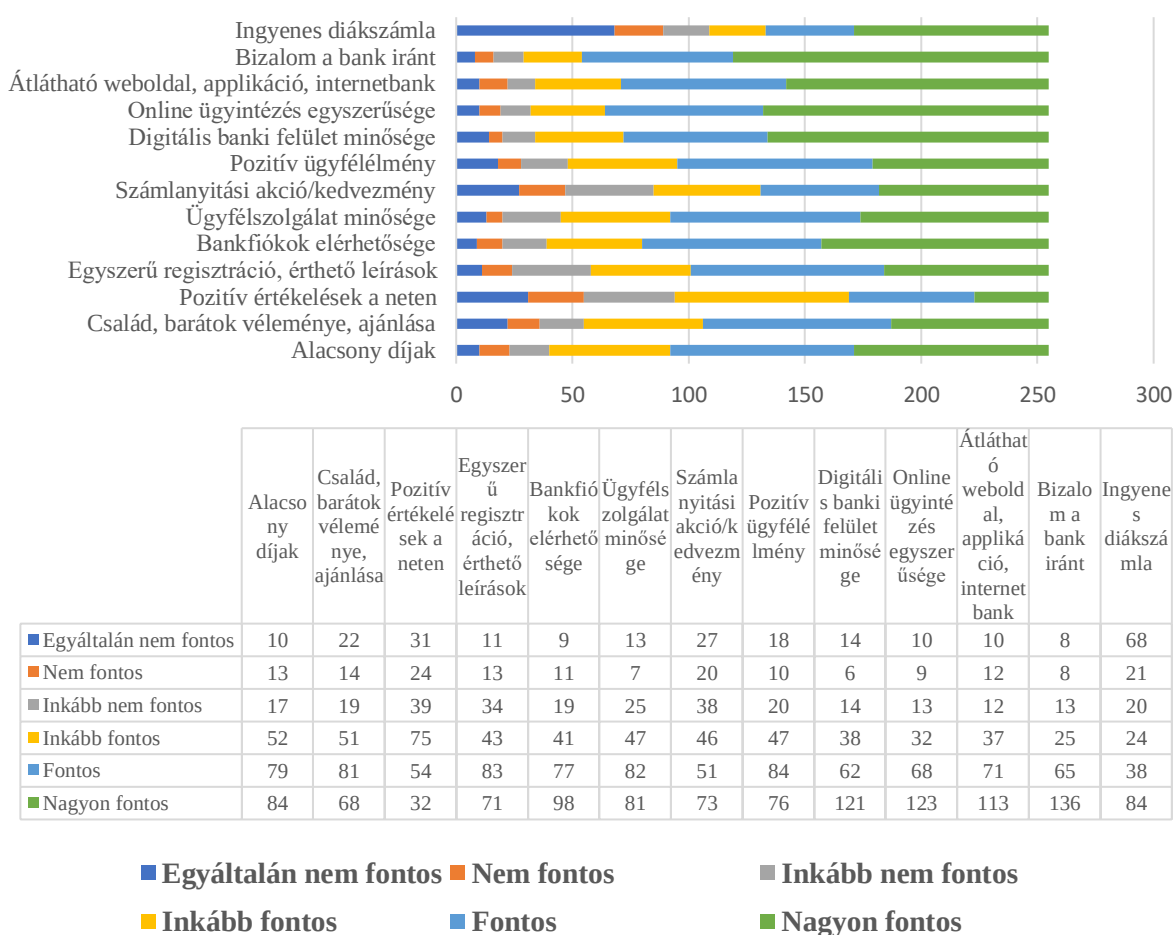
1. A digitális banki felületek használhatósága mennyire befolyásolja a bankválasztást, hányadik fontossági szempont?
2. Mi a bizalom és az ügyfélélmény szerepe a bankokkal való kapcsolatunkban, és mi alakítja online térben?
3. Mik azok funkciók, ami a felhasználóknak frusztrációt jelent, esetleg hiányzik? Ezen tényezők vezethetnek bankváltáshoz?

HIPOTÉZISEIM:

1. A bankok digitális felületeinek használhatósága és vizuális megjelenése jelentős hatással van az ügyfelek bankválasztására.
2. Az online banki ügyintézés kényelme növeli az ügyfelek bizalmát a digitális banki szolgáltatások iránt.
3. Az ügyfelek elhatárolódása a digitális banki felületek használatától elsősorban a technikai nehézségekből adódik.

5.1. A digitális banki felületek használhatósága mennyire befolyásolja a bankválasztást, hányadik fontossági szempont?

A kutatási kérdés megválaszolásához a „Mik voltak a legfontosabb szempontok, ami alapján bankot választottál?” és az „Értékelj egy 1-6-ig terjedő skálán az általad leggyakrabban használt banki felület jellemzőit!”, kérdésekre adott válaszokat elemeztem. A „Mik voltak a legfontosabb szempontok, ami alapján bankot választottál?” kérdésre a kitöltőknek egy 1-6-ig terjedő Likert-skálán kellett bejelölniük, hogy az adott szempontot mennyire tartják fontosnak. Az 1 az Egyáltalán nem fontos, a 6 pedig a Nagyon fontos szempontok voltak. Az alábbi válaszlehetőségeket kellett értékelniük: alacsony díjak, család, barátok véleménye, ajánlása, pozitív értékelések a neten, egyszerű regisztráció, érthető leírások, bankfiókok elérhetősége, ügyfélszolgálat minősége, számlanyitási akció/kedvezmény, pozitív ügyfélmény, digitális banki felület minősége, online ügyintézés egyszerűsége, átlátható weboldal, applikáció, internetbank, bizalom a bank iránt, ingyenes diákszámla. (12. ábra)



Forrás: Saját szerkesztés, 2024

12. ábra: A legfontosabb szempontok bankválasztáskor az ügyfelek számára I.

Szempont	1 (Egyáltalán nem fontos)	2 (Nem fontos)	3 (Inkább nem fontos)	4 (Inkább fontos)	5 (Fontos)	6 (Nagyon fontos)	Összpontszám	Válaszok száma	Átlagpontszám
Bizalom a bank iránt	8	8	13	25	65	136	1304	255	5,11
Online ügyintézés egyszerűsége	10	9	13	32	68	123	1273	255	4,99
Digitális banki felület minősége	14	6	14	38	62	121	1256	255	4,93
Átlátható weboldal, applikáció, internetbank	10	12	12	37	71	113	1251	255	4,91
Bankfiókok elérhetősége	9	11	19	41	77	98	1225	255	4,8
Ügyfélszolgálat minősége	13	7	25	47	82	81	1186	255	4,65
Alacsony díjak	10	13	17	52	79	84	1194	255	4,68
Pozitív ügyfélművelődés	18	10	20	47	84	76	1162	255	4,56
Egyszerű regisztráció, érthető leírások	11	13	34	43	83	71	1152	255	4,52
Számlanyitási akció/kedvezmény	27	20	38	46	51	73	1058	255	4,15
Család, barátok véleménye, ajánlása	22	14	19	51	81	68	1124	255	4,41
Pozitív értékelések a neten	31	24	39	75	54	32	958	255	3,76
Ingyenes diák számla	68	21	20	24	38	84	960	255	3,76

Forrás: Saját szerkesztés, 2024

13. ábra: A legfontosabb szempontok bankválasztáskor az ügyfelek számára II.

A 13. ábra ugyan ezen szempontokat ábrázolja, kiegészítve egy rangsorolással.

Összpontszám: Minden szempont összpontszáma a válaszok súlyozott összegeként lett kiszámolva (pl. "Nagyon fontos" = 6 pont, "Fontos" = 5 pont stb.).

Átlagpontszám: Az összpontszámot elosztottam a válaszok számával, hogy megkapjam az egyes szempontok átlagát.

Rangsor: Az átlagpontszámok alapján sorba rendeztem az egyes tényezőket. Fentről lefelé haladva csökken az adott szempont fontosság a kitöltők szerint: tehát az opciók közül a legfontosabb szempont a bank iránti bizalom volt, majd az online ügyintézés egyszerűsége stb.

Szempon	Szórás	Szórásnégyzet (Variancia)
Bizalom a bank iránt	0,98	0,96
Online ügyintézés egyszerűsége	1,02	1,04
Digitális banki felület minősége	1,15	1,32
Átlátható weboldal, applikáció, internetbank	1,11	1,23
Bankfiókok elérhetősége	1,09	1,19
Ügyfélszolgálat minősége	1,03	1,06
Alacsony díjak	0,95	0,9
Pozitív ügyfélmény	1,07	1,14
Egyszerű regisztráció, érthető leírások	1,08	1,17
Számlanyitási akció/kedvezmény	1,2	1,44
Család, barátok véleménye, ajánlása	1,22	1,49
Pozitív értékelések a neten	1,3	1,69
Ingyenes diákszám	1,35	1,82

Forrás: Saját szerkesztés, 2024

14. ábra: A legfontosabb szempontok bankválasztáskor az ügyfelek számára III.

A 14. ábra az előzőeket egészíti ki a szórással és varianciával, hogy szemléletesebb legyen, mennyire volt egységes a válaszadók véleménye.

Szórás és variancia értékelése: minél nagyobb a szórás, a válaszadók annál inkább eltérő véleményen voltak az adott kérdéssel kapcsolatban. A szórás és a szórásnégyzet segítenek azonosítani azokat a szempontokat, ahol a válaszadók egyetértése magas, így ezek közös értékeknek tekinthetők. Például a "Bizalom a bank iránt" szempontnál kis szórás mutatja, hogy szinte minden válaszadó magas fontosságúnak ítéli meg ezt a tényezőt, és ezért kritikus szerepe van a bankválasztásban. Ugyanakkor a "Pozitív értékelések a neten" és az "Ingyenes diákszám" nagyobb szórása azt mutatja, hogy ezek kevésbé egységesen fontosak.

Tényező	Összesített pontszám	Válaszok száma	Átlag	Szórás	Szórásnégyzet
Egyszerűség	1332	255	5,22	0,92	0,84
Érthetőség	1332	255	5,22	0,89	0,79
Biztonság	1328	255	5,21	0,94	0,88
Tanulhatóság	1264	255	4,96	0,98	0,96
Gyorsaság	1259	255	4,94	1,01	1,02
Logikusság	1248	255	4,89	1	1
Használata pozitív élmény	1237	255	4,85	1,02	1,04
Navigáció	1223	255	4,8	1,03	1,06
Kellemes design, esztétika	1201	255	4,71	1,05	1,1

Forrás: Saját szerkesztés

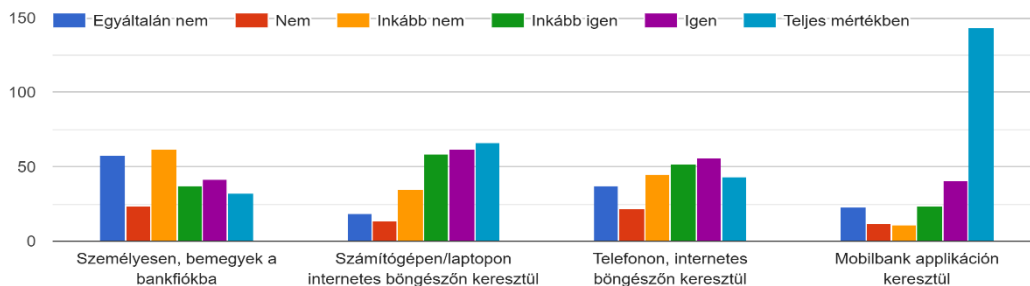
15. ábra: Felhasználók által leggyakrabban használt banki felület jellemzői

Az első kutatási kérdés megválaszolásához két kérdést elemeztem: „Mik voltak a legfontosabb szempontok, ami alapján bankot választottál?” és „Értékeld egy 1-6-ig terjedő skálán az általad leggyakrabban használt banki felület jellemzőit!” A cél annak megértése volt, hogy a digitális banki felületek használhatósága milyen mértékben befolyásolja a bankválasztást. Ennek megválaszolásához értelmeztem a táblázatban szereplő adatokat.

Az adatok elemzése alapján a bankválasztáskor legfontosabbnak ítélt szempontok közül a „Digitális banki felület minősége” kapta az egyik legmagasabb átlagpontszámot (4,93), ami azt jelzi, hogy a válaszadók számára kiemelkedően fontos tényező. Az „Online ügyintézés egyszerűsége” is magas pontszámot (4,99) ért el, ami a második legfontosabb szempontként szerepel, közvetlenül a felületek használhatóságához kapcsolódva. Az „Átlátható weboldal, applikáció, internetbank” szempontjának 4,91-es pontszáma pedig azt mutatja, hogy a könnyen áttekinthető felületek iránti elvárás is jelentős. Ez arra utal, hogy a kitöltők számára a digitális felület minősége lényeges tényező. A kitöltők szerint ezen szempontoknál egyetlen egy tényező volt jelentősebb – maga a bizalom a bank iránt 5,11-es pontszámmal.

A szórások elemzéséből kiderül, hogy a „Bizalom a bank iránt (0,98)” és az „Alacsony díjak (0,95)” szempontoknál a legkisebb az eltérés, jelezve, hogy ezek fontosságában a válaszadók egyetértettek. Az „Online ügyintézés egyszerűsége” a „Digitális banki felület minősége” és az „Átlátható weboldal, applikáció, internetbank” szórásai alapján (sorrendben 1,02; 1,15; 1,11) a vélemények valamelyest eltérnek, viszont így is fontosnak számítanak. Az ingyenes diákszámlánál tapasztalható legnagyobb szórás (1,35) ami azt jelzi, hogy a válaszadók véleménye jelentősen eltér a fontosságát illetően. Ez érthető, hiszen a korcsoportok megoszlása alapján a kitöltőknek csak nagyjából a fele érintett az életkorából adódóan a diákszámlákkal.

A másik kérdést megvizsgálva – „Értékeld egy 1-6-ig terjedő skálán az általad leggyakrabban használt banki felület jellemzőit!” – megjegyzendő, hogy a kitöltők döntő többsége, összesen 144 fő értékelte azt, hogy a mobilbanki ügyintézést preferálja teljes mértékben, így a legtöbb értékelés ezen felület minőségére vonatkozott. (16. ábra)



Forrás: Google Forms, 2024

16. ábra: Melyik ügyintézési módot részesíted előnyben?

A 15. ábra alapján megállapítható, hogy az „Egyszerűség” és „Érthetőség” kapták a legmagasabb pontszámot (5,22), ami azt jelzi, hogy a felhasználók szerint a banki felületek könnyen használhatók és érthetőek. Szórásuk viszonylag alacsony, ezért ezen szempontokban viszonylag egységes véleményen voltak a kitöltők. A biztonság is kiemelkedő (5,21), ami alapvető elvárás egy banki platform esetében. A design és esztétika kapta a legalacsonyabb pontszámot (4,71), ami azt sugallja, hogy van igény a vizuális megjelenés javítására. A szórás alapján az egyszerűség, érthetőség és biztonság értékelésében viszonylag nagy az egyetértés, míg a design és a pozitív élmény értékelése változatosabb. Ez azt mutatja, hogy a funkcionalitás és biztonság terén elégedettek a felhasználók, de a vizuális élményt illetően különböző vélemények vannak. A banki felület funkcionalitása jellemzően pozitív visszajelzést kapott, de a felhasználói élmény javítása érdekében érdemes lenne a designra is nagyobb figyelmet fordítani.

Az 1. számú hipotézis (A bankok digitális felületeinek használhatósága és vizuális megjelenése jelentős hatással van az ügyfelek bankválasztására) alátámasztást nyert, hiszen a válaszokból kiderül, hogy a digitális banki felület minősége szinte ugyanolyan fontos a válaszadók számára, mint a bank iránti bizalom vagy az online ügyintézés egyszerűsége, amelyek az ügyfélélmény alapvető elemei.

Összességében a válaszadók nemcsak a bank által kínált díjakat és szolgáltatásokat értékelték, hanem a digitális élményt is, amelyet a bank nyújt számukra. A "Digitális banki felület minősége" szempont előkelő helye a fontossági listán és az egységes értékelés alátámasztja, hogy a digitális felület minősége, használhatósága és átláthatósága kritikus szerepet játszik a bankválasztásban és szorosan összefügg a bizalommal. Az eredmények megerősítik, hogy a digitális banki felületek minősége kulcsfontosságú tényező. A hipotézis tehát igazolható ezzel az eredménnyel, és azt mutatja, hogy a digitális felületek tervezése és minősége versenyelőnyt biztosíthat a bankok számára.

Ezeket túl végeztem néhány demográfia vizsgálatot. A válaszokat jövedelem és korcsoportokra felosztva is értékeltem. (17. ábra) A táblázat a jövedelem és életkor szerinti véleményeket mutatja, a válaszadók válaszainak súlyozott átlagát, amely kiszámításának módját a korábbiakban feltüntettem.

A demográfiai elemzés célja annak feltárása volt, hogy léteznek-e eltérések a különböző demográfiai csoportok között a digitális banki szolgáltatásokkal kapcsolatos elvárások terén. Fontos megjegyezni, hogy szignifikancia-vizsgálatok nem készültek, így a kapott eredmények csak az átlagpontszámokra alapozott, leíró jellegű rangsorolást jelentenek. Ezért a

megállapítások nem feltétlenül általánosíthatók a teljes lakosságra, de mégis érdekes betekintést nyújtanak a bankválasztást befolyásoló főbb tényezőkbe.

A bankválasztás szempontjai között sok hasonlóságot találtam, de a különböző korosztályok és jövedelmi csoportok prioritásai mégis eltérőek. A fiatalabb korosztály esetében, a 18-25 számára a bizalom a bank iránt az első helyen áll – számértékek szerint 5,21-es átlagpontszámmal. A többi generációval összehasonlíthatva megállapítható, hogy a fiatalabb kitöltők bizalma a legmagasabb a bankok iránt. Továbbá ezen generáció tagjai értékelték legfontosabbnak az online ügyintézés egyszerűségét 5,07-es értékkel. Az idősebb korcsoportok, például a 46-65 évesek számára is fontos a digitális szolgáltatások minősége, de itt az első helyet stabilan a bizalom foglalja el, 5,18-es pontszámmal. Ez a korosztály talán már hosszabb ideje ugyanannál a banknál van, és nehezebben vált másik pénzügyintézetre. Számukra az online ügyintézés ugyanúgy fontos, mint a fiataloknak – hiszen ők is szeretnék élvezni a digitális kényelem előnyeit –, de elsősorban a bankkal kialakított hosszú távú, bizalmi kapcsolat a döntő. A bizalom a bank iránt a 65 év feletti kitöltők között volt a legalacsonyabb (4,75), bár ezen korcsoportból alacsony kitöltésszám érkezett. Érdekes, hogy általánosságban a 36-45 éves korcsoport tagjai értékelték legalacsonyabb fontosságúnak az adott szempontokat.

A jövedelmi kategóriák között is találunk érdekes eltéréseket. Az alacsonyabb jövedelmű, 150 ezer forint alatti kategóriában szintén a bizalom a legfontosabb (5,46), de itt a pozitív ügyfélművelődés magasabb prioritást kapott, mint például a magasabb jövedelműeknél. Ennek az lehet az oka, hogy az alacsonyabb jövedelmű ügyfelek gyakran közvetlenebb kapcsolatban állnak a bankkal, és nagyobb mértékben számítanak az ügyfélszolgálat segítőkészségére. A magasabb jövedelmű ügyfelek, például a 300-500 ezer forint közötti kategóriában, már inkább a digitális megoldások minőségét értékelik. Ők gyakran többféle banki szolgáltatást vesznek igénybe, és a mindennapjaikban fontos számukra, hogy ezeket gyorsan, hatékonyan tudják kezelni online. Ez a fajta digitális elvárás kapcsolódik az első kutatási kérdéshez is, amely arra irányul, hogy „A digitális banki felületek használhatósága mennyire befolyásolja a bankválasztást?” Ahogy az eredmények mutatják, a digitális felület minősége szinte minden korosztályban és jövedelmi csoportban a második vagy harmadik helyen szerepel a prioritási listán, tehát alapvető fontosságú. Ez arra utal, hogy a modern ügyfelek számára már nem elég az, hogy egy bank megbízható – azt is elvárják, hogy az online szolgáltatások egyszerűen, gyorsan és problémamentesen használhatók legyenek. Különösen a fiatalabb és magasabb jövedelmű csoportok esetében tűnik ez döntő szempontnak. Egy jól használható, gyors applikáció és egy átlátható weboldal tehát már nem csupán „extra”, hanem lényeges versenyelőny a bankok számára.

Összefoglalva tehát, a bankválasztás szempontjai között a digitális használhatóság és a bizalom a legfontosabb tényezők. A digitális megoldások minősége minden ügyfél számára alapvető elvárás, de különösen a fiatalabb generációknál és a magasabb jövedelmű ügyfeleknél bír nagy jelentőséggel. A bizalom pedig minden csoportban az első helyen áll, hiszen az ügyfelek hosszú távra keresnek megbízható partnert, amely stabil hátteret biztosít a pénzügyeiknek – akár személyesen, akár az online térben. Ez azt mutatja, hogy az ügyfelek számára a bankválasztás egyik alapja a biztonságérzet, amit az adott bank nyújt.

JÖVEDELEM	150 ezer Ft alatti jövedelem	150-300 ezer Ft közötti jövedelem	300-500 ezer Ft közötti jövedelem	500 ezer Ft feletti jövedelem
Pozitív ügyfélélmény	4,73	4,66	4,41	4,43
Digitális banki felület minősége	4,94	5,05	4,84	4,83
Online ügyintézés egyszerűsége	5,00	5,13	4,93	4,83
Átlátható weboldal, applikáció, internetbank	4,98	4,98	4,88	4,74
Bizalom a bank iránt	5,46	5,15	5,03	4,81

KORCSOPROT	18-25 év	26-35 év	36-45 év	46-65 év	65 év felett
Pozitív ügyfélélmény	4,81	4,42	4,19	4,38	4,25
Digitális banki felület minősége	4,97	4,98	4,74	4,97	4,75
Online ügyintézés egyszerűsége	5,07	5,02	4,77	4,97	4,88
Átlátható weboldal, applikáció, internetbank	4,94	5,05	4,60	4,95	5,00
Bizalom a bank iránt	5,21	5,00	4,95	5,18	4,75

Forrás: Saját szerkesztés, 2024

17. ábra: Vélemények szűrése jövedelem és korcsoport szerint

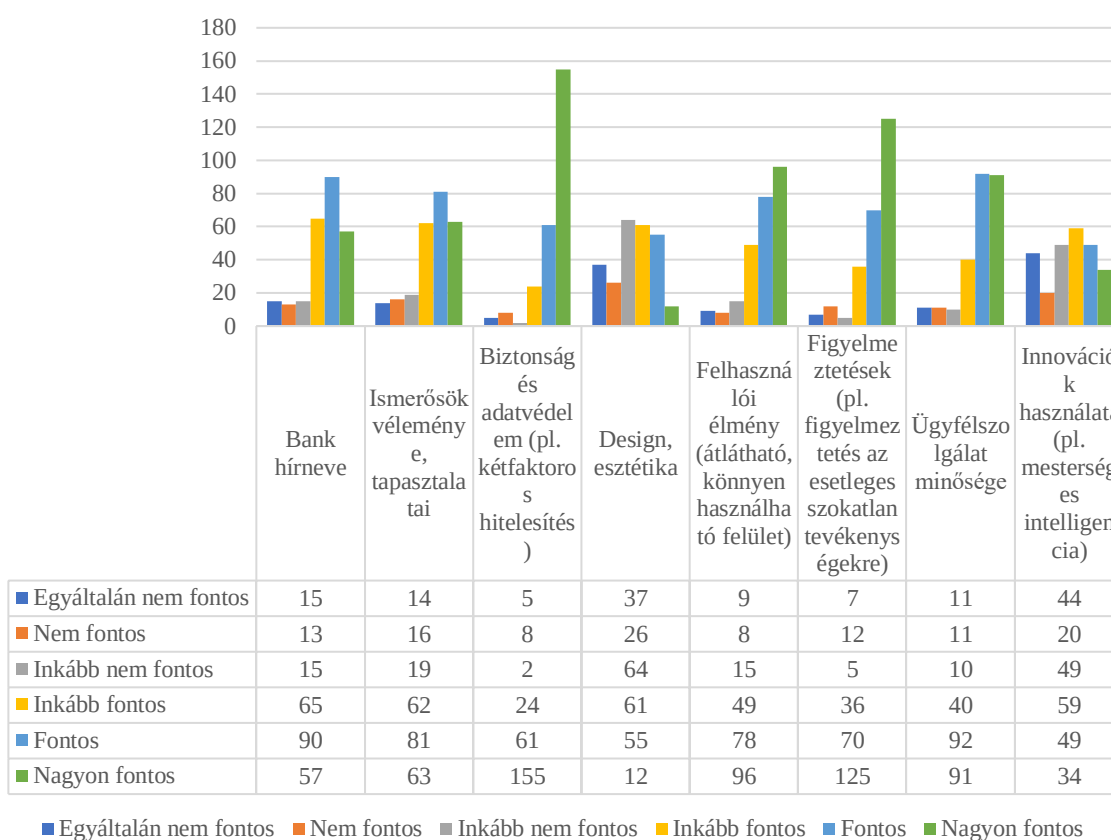
5.2. Mi a bizalom és az ügyfélélmény szerepe a bankokkal való kapcsolatunkban, és mi alakítja online térben?

Az alábbi diagrammok ábrázolják a válaszokat a „Melyek befolyásolják leginkább a bizalmadat a bankok online felületei iránt?” kérdésre. Világosan kirajzolódik, hogy a bankok online felületei iránti bizalmat leginkább a biztonsági szempontok befolyásolják. A legmagasabb átlagpontoszámot a biztonság és adatvédelem kapta, **5,30**-as értékkel, ami egyértelműen azt mutatja, hogy az ügyfelek számára ez a legfontosabb tényező. A válaszok megoszlása is ezt erősíti meg: a legtöbb válaszadó, összesen 155 fő „nagyon fontosnak” tartotta a biztonságot és adatvédelmet, és mindössze 5 fő gondolta úgy, hogy ez „egyáltalán nem fontos”. Ez jól mutatja, hogy a banki ügyfelek körében alapvető elvárás, hogy a személyes adatok és a pénzügyi információk védelme maximálisan biztosítva legyen, különösen a növekvő online tranzakciók és az egyre gyakoribb adathalász-támadások korában.

A második legfontosabb tényező a figyelmeztetések, mint például az értesítések szokatlan tevékenységekre, amelyek **5,02**-es átlagpontoszámot kaptak. Ez arra utal, hogy az ügyfelek számára a folyamatos biztonsági tájékoztatás is kulcsfontosságú. Ha a bank értesíti az ügyfeleket, amikor valamilyen szokatlan tranzakció történik a számlájukon, az növeli az ügyfél biztonságérzetét, és segít a bizalom megerősítésében. Az adatok szerint 125 válaszadó „nagyon fontosnak” találta ezt a funkciót.

A harmadik helyen a felhasználói élmény szerepel, amely az átlátható és könnyen használható felületet jelenti. Ez a tényező **4,84**-es átlagpontoszámot ért el, ami arra utal, hogy a biztonsági szempontok mellett a használhatóság is kulcsfontosságú a bizalom kialakításában. Az átlátható, intuitív felület megkönnyíti az ügyfelek számára a navigációt és a tranzakciók lebonyolítását, ami különösen fontos lehet azoknak, akik kevésbé jártasak a technológiában. Mivel a „felhasználói/ügyfélélmény” fogalmát nem feltétlenül ismeri mindenki (ami torzíthatja a válaszadást), ezért melléírtam, hogy átlátható, könnyen használható felületet jelent. Egy rövid szöveges válasz típusú kérdésben megkértem a kitöltőket, definiálják azt saját szavaikkal is. A beérkezett válaszokat kulcsszavak alapján csoportosítottam, a legtöbbet emlegetett kifejezések a következők voltak: egyszerűség, gyorsaság, átlátható, könnyen kezelhető, használható, kényelmes. Érdekes, hogy a logikusságot és ennek szinonimáit kevesen említették. Ez azt tükrözi, hogy a kitöltők nagy része tisztában van a fogalommal, ennek megfelelően tudta azt értékelni a Likert-skálán. A design és esztétika kapta a legalacsonyabb átlagpontoszámot, **3,51**-es értékkel, ami azt mutatja, hogy az online felületek vizuális megjelenése kevésbé fontos az ügyfelek számára a bizalom szempontjából. Bár egy szép, modern dizájn javíthatja az élményt,

önmagában nem elég a bizalom kiépítéséhez. Mindössze 12 fő tartotta „nagyon fontosnak” a design szerepét, míg 37 fő „egyáltalán nem fontosnak”. Ez azt jelzi, hogy az ügyfelek inkább a praktikus és biztonsági szempontokat helyezik előtérbe, mintsem a felület esztétikai vonzerejét. Összességében az elemzés alapján megállapítható, hogy a bankok online felületei iránti bizalmat leginkább a biztonsági tényezők és az ügyfélélményt javító funkciók befolyásolják. A biztonság és adatvédelem kapta a legmagasabb átlagpontoszámot és a legalacsonyabb szórást (1,11), ami azt mutatja, hogy az ügyfelek egyöntetűen fontosnak tartják ezt a szempontot. Hasonlóképpen, a figyelmeztetések (pl. szokatlan tevékenységekre vonatkozó értesítések) és a felhasználói élmény szintén alacsony szórással (1,25 és 1,28) rendelkeznek, ami arra utal, hogy ezekben a kategóriákban is nagy az egyetértés. A bank hírneve és az ügyfélszolgálat minősége is fontos szerepet játszik a bizalom kialakításában, de ezeknél már magasabb a szórás, ami változatosabb megítélést jelez. Ez azt mutatja, hogy bár sok ügyfél számára ezek lényegesek, nem mindenki tartja őket alapvető fontosságúnak. A technológiai innovációk és a design a legmagasabb szórásértékeket (1,63 és 1,43) mutatják, ami arra utal, hogy ezeket a szempontokat sokkal megosztottabban ítélik meg az ügyfelek. Bár ezek javíthatják a felhasználói élményt, önmagukban nem elégségesek a bizalom megnyeréséhez. (18. ábra), (19. ábra)



Forrás: Saját szerkesztés, 2024

18. ábra: A bankok online felületei iránti bizalmat leginkább befolyásoló tényezők I.

Szempontok	Átlag	Szórásnégyzet (σ^2)	Szórás (σ)
Bank hírneve	4,48	1,83	1,35
Ismerősök véleménye, tapasztalatai	4,43	1,93	1,39
Biztonság és adatvédelem (pl. kétfaktoros hitelesítés)	5,30	1,23	1,11
Design, esztétika	3,51	2,04	1,43
Felhasználói élmény (átlátható, könnyen használható felület)	4,84	1,63	1,28
Figyelmeztetések (pl. figyelmeztetés az esetleges szokatlan tevékenységekre)	5,02	1,57	1,25
Ügyfélszolgálat minősége	4,82	1,72	1,31
Innovációk használata (pl. mesterséges intelligencia)	3,78	2,66	1,63

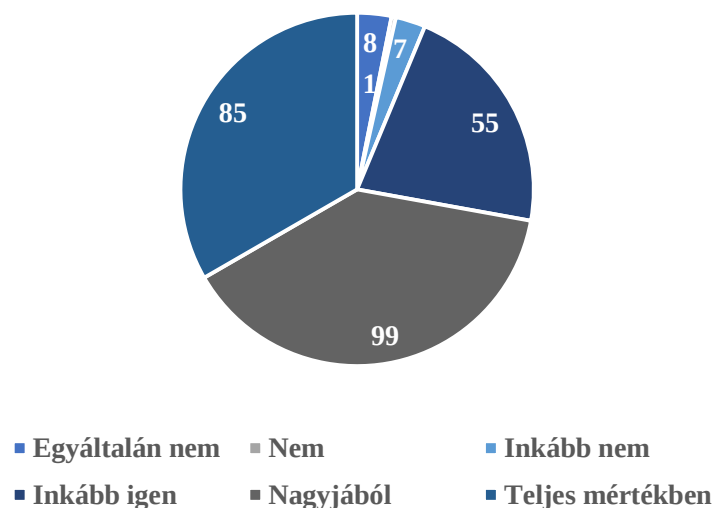
Forrás: Saját szerkesztés, 2024

19. ábra: A bankok online felületei iránti bizalmat leginkább befolyásoló tényezők II.

A második kutatási kérdésemhez kapcsolódóan a következő releváns kérdés – „Mennyire bízol meg az online banki ügyintézésben?” – lényegében az ügyfelek általános bizalmi szintjét méri az online banki rendszerek iránt. A megadott válaszok gyakoriságát vizsgálva azt látjuk, hogy a legtöbb ügyfél nagyjából bíz az online banki ügyintézésben (99 válasz), ami az ügyfelek legnagyobb csoportját képviseli. Ez a válasz arra utal, hogy az általános bizalmi szint inkább pozitív, de nem teljesen megingathatatlan. Az „Nagyjából” válaszok azt jelzik, hogy ezek az ügyfelek hajlandók használni az online banki rendszereket, de talán még van némi bizonytalanságuk vagy fenntartásuk, amiktől ez a bizalom nem teljesen abszolút.

A második legnagyobb csoport, 85 válaszadó, teljes mértékben bíz az online banki ügyintézésben. Ez a csoport kifejezetten magas általános bizalmi szinttel rendelkezik; számukra az online banki ügyintézés stabil és megbízható. Ezek az ügyfelek valószínűleg pozitív korábbi tapasztalatokkal rendelkeznek, és a banki rendszer működését kiszámíthatónak és biztonságosnak érzik, így nincs bennük jelentős kockázatterzet vagy bizonytalanság.

Az „inkább igen” válaszadók (55 fő) szintén pozitív általános bizalmi szintet mutatnak, de az ő bizalmuk nem teljesen biztos. Ez a csoport valószínűleg használja az online banki szolgáltatásokat, de kisebb fenntartásaik lehetnek, amelyek akadályozzák a teljes bizalmat. Az „inkább igen” válaszadók számára a rendszer megfelelő, de néhány területet még bizonytalannak érezhetnek. A bizonytalan vagy negatív általános bizalmi szintet mutató válaszok, mint az „inkább nem” (7 fő), „nem” (1 fő), és „egyáltalán nem” (8 fő), összesen 16 válaszadót tesznek ki. Ezek a válaszok azt tükrözik, hogy vannak olyan ügyfelek, akik nem érzik kellően megbízhatónak vagy biztonságosnak az online banki ügyintézt, és alapvető fenntartásaik vannak. (20. ábra)



Forrás: Saját szerkesztés, 2024

20. ábra: A kitöltők - saját bevallásuk szerint - mennyire bíznak meg az online banki ügyintézésben

Összességében az elemzés alapján az online banki ügyintézés iránti általános bizalmi szint inkább pozitív az ügyfelek körében, hiszen a válaszadók jelentős része „nagyjából” vagy „teljes mértékben” megbízik a rendszerben. Az ügyfelek többsége kiszámíthatónak és megbízhatónak látja az online banki rendszert.

Az online banki kapcsolatban a bizalom alapvető szerepet játszik, mivel ez biztosítja, hogy az ügyfelek hajlandóak legyenek a digitális csatornákon keresztül pénzügyi műveleteket végezni. Az elemzés alapján egyértelmű, hogy a bizalom kialakításában a biztonság és adatvédelem a legfontosabb tényező. A válaszok is alátámasztják, hogy az ügyfelek egyöntetűen alapvető elvárásnak tekintik a biztonságot. Ez a tényező tehát a digitális bizalom legfőbb alapköve, mivel a személyes és pénzügyi információk védelme az online térben elengedhetetlen az ügyfelek számára. Az adatvédelmi funkciók, például a kétfaktoros hitelesítés, hozzájárulnak a bankkal való kapcsolat stabilitásához és kiszámíthatóságához, ami növeli az ügyfelek általános bizalmi szintjét. – Bár a biztonsági funkciók fontosak, a kérdőív végén jópáran jelezték, hogy a jelenlegi kétfaktoros hitelesítést és kódokat stb. túlzásnak találják, és bosszantónak, ami feleslegesen lassítja az ügyintézését.

A bizalmat erősítik az olyan biztonsági tájékoztatások és figyelmeztetések, mint a szokatlan tevékenységekről szóló értesítések. Az 5,02-es átlagpontszám és viszonylag alacsony szórás (1,25) arra utal, hogy az ügyfelek nagy többsége fontosnak tartja ezeket a proaktív biztonsági funkciókat, mivel ezek azonnali visszajelzést nyújtanak a potenciális kockázatokról. Az ilyen

figyelmeztetések megerősítik az ügyfelek biztonságérzetét, mert tudják, hogy a bank aktívan figyeli számlájukat, és jelzi, ha rendellenességet észlel. Ez a fajta biztonsági kommunikáció tehát növeli az ügyfél bizalmát, mivel megerősíti a bank elkötelezettségét az ügyfél védelme iránt.

Az ügyfélélmény szintén központi szerepet játszik az online banki kapcsolatokban, mivel az ügyfelek elvárják, hogy a digitális felületek átláthatóak és könnyen használhatóak legyenek. A 4,84-es átlagpontoszám és a viszonylag alacsony szórás (1,28) azt mutatja, hogy a felhasználói élmény kulcsfontosságú a digitális bizalom kialakításában. Egy intuitív és felhasználóbarát felület könnyebbé teszi a navigációt és a tranzakciók végrehajtását, különösen azok számára, akik kevésbé jártasak a technológiában. Ezáltal az ügyfélélmény közvetlenül befolyásolja a bizalom szintjét: minél gördülékenyebb és kiszámíthatóbb az online ügyintézés, annál nagyobb a valószínűsége, hogy az ügyfelek hosszú távon is hűségesek maradnak a bankhoz.

A hipotézisem – Az online banki ügyintézés kényelme növeli az ügyfelek bizalmát a digitális banki szolgáltatások iránt – részben elfogadtam az eredmények alapján, viszont további vizsgálatokra és kérdésekre van szükség ahhoz, hogy ezen tényezők közötti korrelációt pontosítsam, és megbizonyosodjak róla, hogy a két tényező nem csak fontos, de egymástól függő viszonyban van. Az eredmények rámutatnak arra, hogy bár a bizalom alapját leginkább a biztonsági tényezők – például az adatvédelem és a kétfaktoros hitelesítés – jelentik, az ügyfélélmény és a használhatóság szintén központi szerepet játszanak a digitális felületek iránti bizalom kialakulásában. Összességében tehát a kérdőív megerősíti, hogy az online banki ügyintézés kényelme – amelyet a könnyű használhatóság, átláthatóság és gyorsaság biztosít – hozzájárul az ügyfelek digitális szolgáltatások iránti bizalmának növekedéséhez.

5.3. Mik azok a funkciók, ami a felhasználóknak frusztrációt jelent, esetleg hiányzik? Ezen tényezők vezethetnek bankváltáshoz?

A 255 válaszadó között a különböző problémák megoszlása a frusztráció forrásairól ad képet. A kérdés megválaszolására és a hipotézisem alátámasztására két kérdés elemzését fogom felhasználni külön értékelve, majd pedig korrelációban. Az első „Találkoztál már valamelyik, a digitális felületek minőségét befolyásoló problémával, amely frusztrációt okoz? többszörös választás típusú kérdésre adott válaszok alapján a kiértékelésnél az említések összes számát vettem figyelembe. Ez alapján részletezem a leggyakoribb problémákat, amelyek frusztrációt okozhatnak:

- Lassú betöltési idő: 125 említés, vagyis a válaszadók 49%-a találkozott ezzel a problémával. Ez messze a leggyakrabban említett tényező, ami jelentős frusztrációs forrást jelenthet az ügyfelek számára.
- Nehéz bejelentkezés: 53 említés (20,8%) azt mutatja, hogy a belépési folyamat gyakran problémát okoz, ami alapvető akadályt jelenthet az online szolgáltatások igénybevételeiben.
- Gyakori hibák vagy leállások: 48 említés (18,8%), ami azt jelzi, hogy a rendszer megbízhatósága kérdéses az ügyfelek egy jelentős része számára.
- Felugró ablakok: 38 említés (14,9%), amely szintén zavaró tényezőként szerepel, rontva a felhasználói élményt.
- Elérhetetlen vagy nem megfelelő tájékoztatás a díjakról és költségekről: 40 említés (15,7%), amely arra utal, hogy az ügyfelek számára fontos az átláthatóság, és a hiányos információk frusztrációt okoznak.
- Nehezen átlátható fejléc, menürendszer: 36 említés (14,1%), ami azt jelzi, hogy a navigáció is sokak számára problémát jelent.

A problémamentes ügyintézészt jelző válaszok száma 72, ami a válaszadók 28,2%-át teszi ki. Ez azt jelzi, hogy a válaszadók többsége (71,8%) legalább egy frusztráló tényezőt említett, tehát az online banki felületekkel kapcsolatos problémák széles körben jelen vannak, és jelentős hatással lehetnek az ügyfelek elégedettségére. (21. ábra)

Válaszok	db	%
Lassú betöltési idő	125	19,6
Nem találkoztam ilyesmi problémával	72	11,3
Nehéz bejelentkezés	53	8,3
Gyakori hibák vagy leállások	48	7,5
Elérhetetlen vagy nem megfelelő tájékoztatás a díjakról és költségekről	40	6,3
Felugró ablakok	38	6,0
Nehezen átlátható fejléc, menürendszer	36	5,7
Nem egyértelmű visszaigazolások (tranzakciók vagy műveletek végrehajtásakor)	31	4,9
Elavult design	28	4,4
Ügyfélszolgálat/élő chat nem elérhető	27	4,2
Gyenge vizuális hierarchia (fontos információk nem jól emelkednek ki)	24	3,8
Számlavezetés átláthatatlansága	23	3,6
Mobilbarát kialakítás hiánya	22	3,5
Keresőfunkció nem működik/nem releváns találatokat ad	16	2,5
Érthetetlen vagy nehézkes nyelvezet	15	2,4
Biztonsági funkciók hiánya vagy bonyolult használata	12	1,9
Akadálymentesített/kontrasztos nézet hiánya	11	1,7
Nem megfelelő adatvédelmi információk	9	1,4
A saját technikai/informatikai ismerethiányomból adódó nehézségek	1	0,2
Belogolási problémák	1	0,2
Kompatibilitási problémák, mikor külső oldal is megjelenik a folyamat során. (Pl: tranzakció megerősítéskor nem tudok navigálni megfelelően a két app/oldal között telefonnal)	1	0,2
Leginkább az zavar, hogy mire átlátom a rendszerét, az egészet megváltoztatják és kezdek elölről	1	0,2
Nem lehet online jelszót váltani, nem fogadja el a módosítást a rendszer, pedig 2-3 havonta kötelezően meg kell változtatni	1	0,2
Technikai/informatikai nehézségek a saját ismerethiányom miatt	1	0,2
Túl sok karbantartás	1	0,2

Forrás: Saját szerkesztés, 2024

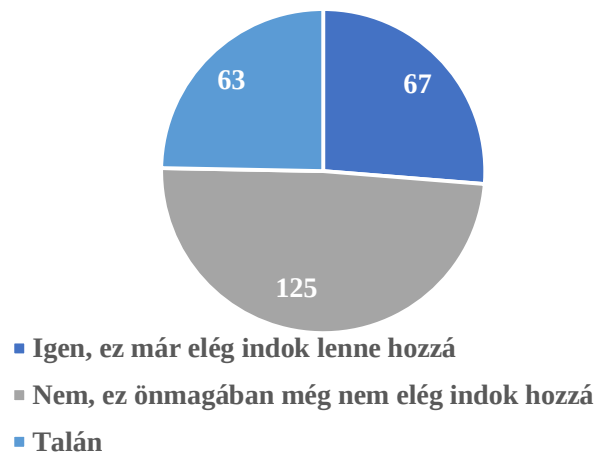
21. ábra: A digitális felületek minőségét befolyásoló problémák, amelyekkel a felhasználók már találkoztak

A második kérdésemet szintén ez a témakör megválaszolásáért tettem fel: „Fontolóra vennéd a bankváltást azért, mert frusztrációt okoz a digitális felületük használata?” A bankváltás lehetőségének vizsgálata segít megérteni, hogy ezek a frusztrációs tényezők milyen mértékben befolyásolják az ügyfelek lojalitását. A válaszok megoszlása a következő:

- Igen, ez már elég indok lenne hozzá: 67 válaszadó, ami a teljes minta 26,3%-át teszi ki. Ez azt mutatja, hogy az ügyfelek több mint egynegyede úgy érzi, hogy a digitális felületekkel kapcsolatos frusztrációk elégséges okot szolgáltatnak a bankváltás megfontolására.
- Nem, ez önmagában még nem elég indok hozzá: 125 válaszadó (49%), ami azt jelzi, hogy az ügyfelek közel fele számára a digitális felületi problémák még nem vezetnének automatikusan bankváltáshoz. Ez a csoport valószínűleg olyan ügyfelekből áll, akik

számára a bank más szolgáltatási elemei fontosabbak, vagy kevésbé zavaróak a felületi problémák.

- Talán: 63 válaszadó (24,7%), akik bizonytalanok, és bár jelenleg nem biztosak a bankváltásban, elképzelhető, hogy további frusztráció esetén ezt választanák.



Forrás: Forrás: Saját szerkesztés, 2024

22. ábra: Fontolóra vennéd a bankváltást azért, mert frusztrációt okoz a digitális felületük használata?

A válaszok alapján világos, hogy az online banki felületekkel kapcsolatos frusztrációk jelentős hatással vannak az ügyfél-elégedettségre, és ezek a tényezők hozzájárulhatnak a bankváltás megfontolásához. A leggyakrabban említett problémák – mint a lassú betöltési idő (125 említés), nehéz bejelentkezés (53 említés), valamint a gyakori hibák és leállások (48 említés) – arra utalnak, hogy a rendszer stabilitása és sebessége alapvető elvárás az ügyfelek részéről. Ezek a tényezők közvetlenül befolyásolják a felhasználói élményt, és ha nem javulnak, a felhasználók 26,3%-a komolyan fontolóra venné a bankváltást. Az „igen” és a „talán” válaszok együttesen 51%-ot tesznek ki, ami azt jelzi, hogy az ügyfelek több mint fele nem elégedett az online banki felületekkel, és hajlandó lenne váltani, ha a problémák nem javulnak. Az „önmagában nem elég indok” válaszok aránya (49%) azonban arra utal, hogy sok ügyfél számára a digitális felületek még nem meghatározóak a bankkapcsolat fenntartásában, de fontos más tényezőkkel kombinálva.

Együttes értékelés során a táblázat adatai alapján jól kirajzolódik, hogy a digitális felületekkel kapcsolatos problémák mennyire befolyásolják az ügyfelek bankváltási hajlandóságát. A legnagyobb frusztrációt okozó probléma a lassú betöltési idő, amelyet 125 válaszadó említett. Bár jelentős számú ügyfél (35 fő) határozottan kijelentette, hogy a lassú betöltés miatt fontolóra

venné a bankváltást, sokan (58 fő) inkább csak kellemetlenségnek érzik, nem pedig olyan problémának, amiért bankot váltanának. Ennek ellenére, ha figyelembe vesszük a "talán" válaszokat is, látszik, hogy az ügyfelek több mint fele (53,6%) számára a probléma elégedetlenséget okoz, ami hosszú távon kockázatot jelenthet az ügyfélmegtartás szempontjából. A nehezen átlátható bejelentkezési folyamat is kiemelkedő frusztrációs forrás: 53 válaszadó közül 17-en gondolják úgy, hogy emiatt megfontolnák a bankváltást. A nehéz bejelentkezés olyan alapvető akadály, amely közvetlenül befolyásolja az ügyfelek digitális élményét. Ha a belépés körülményes vagy megbízhatatlan, az ügyfelek számára nemcsak kényelmetlenséget okoz, hanem a bank felületének megbízhatóságát is megkérdőjelezheti, így hosszú távon erősen befolyásolhatja a lojalitásukat.

Elfogadott válaszok	igen	talán	nem
Lassú betöltési idő	35	32	58
Nem találkoztam ilyesmi problémával	21	19	32
Nehéz bejelentkezés	17	12	24
Gyakori hibák vagy leállások	20	11	17
Elérhetetlen vagy nem megfelelő tájékoztatás a díjakról és költségekről	14	10	16
Felugró ablakok	12	13	13
Nehezen átlátható fejléc, menürendszer	15	8	13
Nem egyértelmű visszaigazolások (tranzakciók vagy műveletek végrehajtásakor)	11	4	16
Elavult design	13	6	9
Ügyfélszolgálat/élő chat nem elérhető	10	9	8
Gyenge vizuális hierarchia (fontos információk nem jól emelkednek ki)	8	5	10
Számlavezetés átláthatatlansága	7	5	11
Mobilbarát kialakítás hiánya	5	7	10
Keresőfunkció nem működik/nem releváns találatokat ad	7	3	6
Érthetetlen vagy nehézkes nyelvezet	7	2	6
Biztonsági funkciók hiánya vagy bonyolult használata	7	2	3
Akadálymentesített/kontrasztos nézet hiánya	4	3	4
Nem megfelelő adatvédelmi információk	4	3	1

Forrás: Saját szerkesztés, 2024

23. ábra: Észlelt problémák a bankváltási valószínűség vizsgálatakor

Érdekes megfigyelni, hogy a gyakori hibák vagy leállások szintén sokak számára problémát jelentenek. A válaszadók egy része határozottan úgy érzi, hogy a rendszer stabilitásának hiánya bankváltási hajlandóságot is generálhat: 48 válaszadóból 20-an komolyan fontolóra vennék a

bankváltást, ha a hibák gyakran előfordulnak. Ez azt mutatja, hogy a digitális rendszerek stabilitása kulcsfontosságú az ügyfélmegtartás szempontjából. Az ügyfelek számára az állandó elérhetőség és hibamentes működés alapvető elvárás, különösen a pénzügyi szolgáltatások terén, ahol a biztonság és a kiszámíthatóság kiemelt fontosságú.

Az elérhetetlen vagy nem megfelelő tájékoztatás a díjakról és költségekről is komoly frusztrációt okoz: 40 válaszadó említette ezt, közülük 14-en egyértelműen úgy érzik, hogy ez elegendő ok lenne a bankváltásra. Ez a frusztráció abból fakad, hogy az ügyfelek fontosnak tartják az átláthatóságot a költségek terén, és elvárják, hogy minden információ könnyen elérhető legyen. Ha a bank nem tudja megfelelően közvetíteni az ilyen alapvető információkat, az könnyen elégedetlenséghez és bizalmatlansághoz vezethet, különösen olyan ügyfelek körében, akik költségérzékenyebbek. Érdekes kiemelni a felugró ablakokat is, amelyeket 38 válaszadó említett, közülük 12-en jelezték, hogy ez a probléma önmagában elég frusztráló ahhoz, hogy bankváltást fontolgassanak. A felugró ablakok zavaróak lehetnek, ha túl gyakoriak vagy ha megzavarják a felhasználói élményt, különösen egy olyan környezetben, ahol az ügyfelek bizalmas pénzügyi információkat kezelnek. Ez rávilágít arra, hogy a felület dizájnjában figyelmet kell fordítani az egyszerűsége és a zavaró elemek minimalizálására.

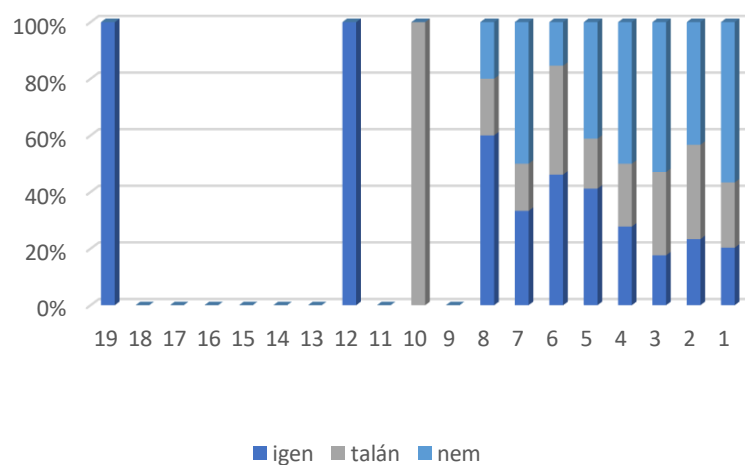
Összefoglalva, a leggyakrabban említett problémák – lassú betöltési idő, nehéz bejelentkezés, gyakori hibák és a költségekről szóló hiányos tájékoztatás – közvetlen hatással vannak az ügyfélélményre, és sok ügyfél számára elegendő indokként szolgálnak arra, hogy bankváltást fontolgassanak. Ezek az eredmények jól mutatják, hogy a digitális felületek minősége és stabilitása kulcsfontosságú az ügyfelek megtartása szempontjából, és egy-egy gyakori probléma hosszú távon negatívan befolyásolhatja az ügyfelek lojalitását.

Egy másik szempont szerint vizsgálva az adatainkat a táblázat elemzése során azt vizsgáljuk, hogy az ügyfelek bankváltási hajlandósága hogyan alakul az általuk tapasztalt digitális frusztrációs problémák száma szerint. A „bankot váltana” oszlopokban az „igen”, „talán” és „nem” válaszok szerepelnek, amelyek az ügyfelek bankváltási hajlandóságát jelölik attól függően, hogy hány különböző problémát soroltak fel.

	Bankot váltana?		
Hány problémát sorolt fel	igen	talán	nem
19	1	0	0
18	0	0	0
17	0	0	0
16	0	0	0
15	0	0	0
14	0	0	0
13	0	0	0
12	1	0	0
11	0	0	0
10	0	1	0
9	0	0	0
8	3	1	1
7	2	1	3
6	6	5	2
5	7	3	7
4	5	4	9
3	6	10	18
2	7	10	13
1	23	26	64

24. ábra: A felsorolt problémák mennyisége és a bankváltás kapcsolata

Forrás: Saját szerkesztés, 2024



Forrás: Saját szerkesztés, 2024

25. ábra: Bankváltás valószínűsége a jelzett hibák függvényében

Főbb megfigyelések és következtetések:

Alacsony frusztrációs szint (1-3 probléma):

Az ügyfelek nagy része, aki csak egy problémát tapasztalt, nem fontolóra venné a bankváltást (64 fő „nem” válasz), míg 23 fő az „igen” és 26 fő a „talán” lehetőséget választotta. Ez azt jelzi, hogy egyetlen probléma általában nem elég erős indok a bankváltáshoz, de egy kisebb részük (23 fő) számára már ez is elégedetlenséget okozhat. Két vagy három problémát tapasztalva is hasonló tendencia figyelhető meg: itt az ügyfelek nagyobb része még mindig nem gondolkodik váltáson, bár a „talán” és „igen” válaszok aránya már emelkedik (például három probléma esetén 6 fő „igen” és 10 fő „talán” válasz). Ez arra utal, hogy az ügyfelek többsége tolerál egy-két problémát anélkül, hogy az azonnali váltási szándékot generálna. Az alacsony frusztrációs szint tehát még nem jelent közvetlen kockázatot az ügyfélmegtartás szempontjából, de figyelmeztető jel lehet.

Közepes frusztrációs szint (4-7 probléma):

Ahogy a problémák száma nő, a bankváltást fontolgatók aránya is emelkedik. Például négy problémát tapasztalva az ügyfelek között 5 fő „igen” választ adott, 4 fő „talán” választ, míg 9-en még mindig kitartanak (nem válasz). Hat vagy hét probléma esetén már jelentős a váltási hajlandóság: 6 fő és 5 fő jelölte a „talán” választ, míg 6-7 fő az „igen” választ. Ez azt mutatja, hogy amikor több probléma halmozódik fel, az ügyfelek már komolyabban elgondolkodnak a váltáson. Az ilyen közepes frusztrációs szintű csoportok figyelmeztető jelek lehetnek a bank számára, mivel a több problémát tapasztaló ügyfelek hajlamosabbak a bankváltásra, ha a problémák megoldatlanok maradnak.

Magas frusztrációs szint (8 vagy több probléma):

Azok az ügyfelek, akik nyolc vagy több problémával találkoztak, egyértelműen hajlamosabbak a váltásra. Például nyolc probléma esetén 3 fő válaszolt „igen”-nel, míg 1-1 fő adott „talán” és „nem” választ. Az ügyfelek között, akik tíz vagy több problémát említettek, szinte minden válaszadó „igen”-nel vagy „talán”-nal válaszolt, jelezve, hogy komoly elégedetlenség tapasztalható ebben a csoportban. Az eredmények szerint a magas frusztrációs szint (8 vagy több probléma) szinte biztosan bankváltási hajlandósághoz vezet. Az ügyfelek számára egyértelműen kritikus tényező a digitális felület zavartalan használhatósága, és amikor több különböző probléma halmozódik fel, az jelentősen csökkenti a bank iránti lojalitást.

Az elemzés alapján jól látható, hogy a bankváltási hajlandóság erősen összefügg a digitális problémák számával. Amíg az ügyfelek csupán egy-két problémával találkoznak, a többségük

nem fontolóra váltást. Azonban a problémák számának növekedésével a váltási szándék is nő, különösen, ha az ügyfél 5-7 különböző problémával találkozik. A legkritikusabb csoportok azok, akik több mint 8 problémát tapasztaltak; ezek az ügyfelek szinte biztosan fontolóra vennék a bankváltást. Ezek az eredmények hangsúlyozzák, hogy a bank számára kulcsfontosságú lenne a digitális felületekkel kapcsolatos problémák minimalizálása. A különféle frusztrációs tényezők csökkentése és a felhasználói élmény javítása jelentős mértékben hozzájárulhatna az ügyfélmegtartáshoz. Az eredmények arra engednek következtetni, hogy a digitális felületek minősége kritikus tényező az ügyfelek számára, és a felhasználói élmény javítása, különösen a sebesség, a bejelentkezési folyamatok és az információk elérhetősége terén, kulcsszerepet játszhat az ügyfélmegtartásban. A két elemzés összegzése alapján világosan kirajzolódik, hogy nincs egyetlen konkrét, egyértelműen meghatározható „trigger” probléma, amely automatikusan bankváltáshoz vezetne az ügyfelek számára. Inkább azt látjuk, hogy a bankváltási hajlandóság valószínűsége fokozatosan nő a digitális felületeken tapasztalt problémák számával. Tehát, amíg egy-két probléma önmagában még nem elegendő a bank iránti bizalom megingásához, a problémák halmozódása már erősen befolyásolja az ügyfelek lojalitását és bankváltási szándékát.

6. KVALITATÍV KUTATÁS EREDMÉNYE

Fókuszcsoporth

A fókuszcsoporth vezérfonala az [II. SZÁMÚ MELLÉKLET](#)ben, a dokumentum alapján találhatóak. A kutatás kvalitatív részében egy fókuszcsoporthos interjút szerveztem, melynek célja az volt, hogy mélyebb megértést nyerjek a digitális banki felületekkel kapcsolatos felhasználói hozzáállásról, tapasztalatokról és preferenciákról. Ez a módszer lehetővé tette, hogy részletesebben feltárjam azokat a tényezőket, amelyek a válaszadókat a különböző banki platformok választásában és használatában befolyásolják, valamint betekintést nyújtson az ügyféltapasztalatok és bizalom kérdésébe. Továbbá a kérdőívem számára is pontosabb kérdések megfogalmazását tette lehetővé az adott válaszok beépítésével. A fókuszcsoporth előnyei közé tartozik alapvetően, hogy mélyebb betekintést nyújt a kutatási problémába, új ötleteket és szempontokat generál. A kutatók hangját és élményeit, attitűdjét, személyes tapasztalatait közvetíti. Feltáró jellegéből adódóan a témában hasznosnak bizonyul, segít azonosítani a témához kapcsolódó kulcsfontosságú kérdéseket, motivációkat és mintákat. Hátrányai között érdemes megemlíteni, hogy rendkívül időigényes, nehéz szabályozni és ellenőrizni, szubjektív és elfogult lehet, nehéz általánosítani és összehasonlítani, a moderátor minősége befolyásolhatja a választást és eredményeket. Fontos megjegyezni, hogy a fókuszcsoporth alapvetően nem alkalmas reprezentatív adatok gyűjtésére, ezért az eredmények csak az adott csoporth tapasztalatait tükrözik. Ahogy azt a KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK fejezetben bővebben is tárgyalom, itt is érdemes megemlíteni, hogy az adatok mélyítése és a kutatás jövőbeni folytatása érdekében szükséges újabb fókuszcsoporthok megszervezése, vegyesebb korcsoportokkal, végzettségekkel, jövedelemmel stb., hogy elősegítse az eltérő társadalmi csoporth közötti beszélgetés kialakulását, amely releváns új szempontokat generálhat a továbbiakban. Az elhangzottakat tematikus elemzéssel vizsgáltam meg és azonosítottam az összefüggéseket, ismétlődő mintákat, témákat.

A fókuszcsoporthos beszélgetés az egyetemen belül zajlott, a moderátor mellett 6 fő 18-25 év közötti egyetemista diák önkéntes, anonim részvételével. A beszélgetésre 2024. október 17.-én került sor, nagyjából 60 percig tartott, kötetlen, interaktív formában, ahol minden résztvevő szabadon kifejthette gondolatait, véleményét és érzéseit az adott kérdéskörrel kapcsolatban. Arra kértem a résztvevőket, hogy osszák meg saját tapasztalataikat, érzéseiket a banki digitális felületekkel és ezek iránti bizalmukkal kapcsolatban. A résztvevők beleegyezésével hangfelvételt készítettem, melyet a kutatási anyag feldolgozásakor anonim módon használtam fel.

Tematikus elemzésem során a [II. SZÁMÚ MELLÉKLET](#)-ben látható vezérfonál mentén haladva 6 fő témára osztottam a beszélgetést.

1. Bankválasztás szempontjai

Az első részben a bankválasztásról beszélgettük, ki melyik bank ügyfele és miért. Milyen tényezők alapján választottak bankot, mit tartottak a résztvevők fontos szempontnak.

- *Eloszlás:* a résztvevők közül 2 OTP-s, 2 K&H-s és 2 fő Erste-s ügyfél volt
- *Családi befolyás:* A résztvevők közül többen is azért választották a jelenlegi bankjukat, mert szüleik is ott vezetik számlájukat. Ez kényelmesebbé teszi az egymás közötti tranzakciókat, valamint bizonyos bankoknál számlanyitási-és egyéb kedvezményeket jelentett. Magát az ügyintézés is könnyebbé teszi, ha valakinek kifejezetten fiatalon nyílik a szüleivel azonos banknál számlája, hiszen így a szülők már ismerik a felületet és az ügyintézés módját, minőségét.
- *Diákkedvezmények:* A fiatalabb résztvevők különösen fontosnak találták a diákszámlákkal járó kedvezményeket. Az OTP például ingyenes számlavezetést kínált, míg más bankok extra juttatásokat biztosítottak a számlanyitáshoz. Volt, aki kiemelte, hogy átpártolt az OTP-től a K&H-hoz, mivel kedvezőbb árúnak tartotta a készpénzfelvételt és utalási lehetőséget ennél a banknál, és kevésbé érzékelte azt, hogy minden szolgáltatásért extra díjakat kell fizetnie.
- *Egyéb kedvezmények:* Volt olyan résztvevő, aki megjegyezte, hogy van számlája például a Gránit banknál, amit egyébként nem használ, de regisztrációkor 40-50.000 Ft-ot kapott, ha a számlát 2-3 évig fenntartja. Többen bólogattak, hogy ez a fajta pénzbeli ösztönző erősen hat rájuk, de nem feltétlen használnák ki az adott szolgáltatást a nyereség megszerzését követően.

2. Digitális banki felületek használata és preferenciák

A résztvevők a fiatalokra egyébként is jellemző digitális készségekkel rendelkeztek, ügyeiket nem szívesen végzik személyes megjelenéssel, ha van rá más mód. Mindnyájan a mobil applikációt szeretik bankolásra használni. Az internetbankot ritkábban használják, míg a személyes ügyintézés szinte teljesen háttérbe szorult.

- *Mobilbank applikációk elsődlegessége:* A résztvevők szinte kizárólag mobilbanki alkalmazásokat használnak, mert ezek könnyen hozzáférhetők és kényelmesek, mindig a zsebükben van a telefon, ezáltal a bankjuk is. Az internetbank felületét zömében nem ismerik, egy résztvevőt – aki aktívabban és nagyobb összegek kezelésére használja a fiókját – leszámítva nincsenek tisztában annak extra funkcióival.

- *Értesítési preferenciák:* A mobilbank applikációk többségében beállítható a tranzakciókról történő azonnali értesítés küldése, amely rendkívül hasznos lehet a nem kívánt költségek észlelésére. Az értesítések használata megosztotta a résztvevőket. Míg egyesek bekapcsolják az értesítéseket a költségeikről, mások nem tartják szükségesnek, mert az alkalmazás megnyitásakor úgylátják a friss tranzakciókat.
- *Gyakoriság:* Hetente többször vagy naponta nézik ezeket a felületeket, nem volt olyan résztvevő, aki ennél ritkábban lépne be mobilbankjába. Három résztvevő jelezte, hogy a hónap vége felé gyakrabban használja azt, ebből 2 fő a fizetésének megérkezését várja, egy pedig próbál azzal kalkulálni, mennyit költhet még a hónap hátralévő felében.
- *Revolut, Wise és hasonló pénzügyi szolgáltatások használata:* A résztvevők fele használja a Revolutot és más hasonló szolgáltatásokat, a másik részük nem tartja ezt szükségesnek. Egy fő jelezte, hogy érdeklődik irántuk, egy pedig teljesen elzárkózott tőlük, mondván, hogy semmi szüksége nincs rá.

3. *Ügyfélményt befolyásoló tényezők*

Ebben a témakörben az általános véleményüket, tapasztalataikat és elégedettségüket igyekeztem felmérni a saját bankjuk iránt, milyennek találják a saját bankjuk felületét, mennyire elégedettek vele, mik a legfontosabb elvárásaik egy ilyen felülettel szemben?

- *Ügyfélszolgálat:* A beszélgetés itt kissé elkanyarodott a telefonos ügyfélszolgálat vs. chatbotok téma felé, ahol egy fő kiemelte, hogy egyáltalán nem szeret telefonálni, és örül a chatbot lehetőségének, de a legjobb, ha kiválaszthatja, hogy a problémájától függően egyenesen ügyintézővel vagy chatbottal szeretne beszélgetni. Az ügyfélszolgálat témájára kapcsolódva többen megjegyezték, hogy ennek a minősége kiemelkedően fontos az élményük szempontjából. Szeretik azt érezni, hogy az ügyintéző a digitális térben is kedves, segítőkész, körültekintő, nem tolaakodó és minden erejével azon van, hogy a probléma megoldásra kerüljön, vegye azt komolyan és tartsa fontosnak minden esetben.
- *Tranzakciók gyorsasága és visszajelzés:* A tranzakciók gyorsasága fontos tényező, különösen akkor, ha valaki azonnal látni szeretné a pénzügyi mozgásokat. Több résztvevő jelezte – banktól függetlenül –, hogy a bank applikációjánál a tranzakciók elkönyvelése lassú, ami frusztrációt okoz. Bizonyos esetekben pedig megtévesztő is lehet, az egyik résztvevő hozott egy példát – amire mindenki bólogatott, jelezvén, hogy ezzel már ő is találkozott – mely szerint online fizetés esetén az adott oldal és a banki

applikáció is sikeres fizetést írt ki jóváhagyás után, a tranzakció mégsem valósult meg. Ezt rendkívül frusztrálónak jelezték például jegyvásárlás vagy fontos befizetések során.

- *Hiányzó funkciók:* Viszonylag kevés funkciót hiányoltak az applikációkból, ezek között volt a bevételek és kiadások részletesebb bontása, a gyorsabb visszajelzés a tranzakciókról és a sikerességről, valamint a beérkezett összegekről, az Erste esetén a George appban nem tartották teljesen átláthatónak az elkönyvelt és könyvelés alatt lévő összegeket, és egy fő jelezte, hogy szeretne régebbre visszamenő (akár 1-2 éves) kimutatásokat is megtekinteni az applikációjában a költségeiről, amely megtekintésére egy másik résztvevő szerint csak a weboldalon keresztül bejelentkezve van lehetőség.

4. Negatív élmények a digitális felületeken

A negatív élmények leginkább a karbantartási időszakokkal, hibás tranzakciók kezelésével és zavaró értesítésekkel kapcsolatosak. Ezek a tényezők rontják az ügyfelek elégedettségét és hosszú távon befolyásolhatják a bizalmat.

- *Karbantartási problémák:* Több résztvevő is említette, hogy a banki rendszerek karbantartása gyakran kritikus időpontokban, például hó végén történik, ami kellemetlenségeket okoz, hiszen ekkor gyakrabban ellenőrzik a számlájukat.
- *Hibás tranzakciók kezelése:* Az előbbieken már említett előforduló hiba, amikor az applikáció a tranzakciókat jóváhagyta, de az összeg mégsem került levonásra. Ez zavart keltett a résztvevők körében és megtevesztőnek érezték.
- *Zavaró értesítések:* Néhányan idegesítőnek találták a rendszeresen érkező figyelmeztetéseket, például a jelszó megváltoztatására vonatkozó felhívásokat, amelyek naponta megjelennek.

5. Pozitív ügyfélélmény fogalma, felület értékelése

Ebben a részben megkértem a résztvevőket, definiálják a pozitív ügyfélélményt (digitális bankolás esetén). Ezután a beszélgetés vége felé kértem, hogy egy 1-6-ig terjedő skálán értékeljék az általuk használt bank applikációjának a felületét, mennyire elégedettek vele. (6 = teljes mértékben elégedettek, 1 = egyáltalán nem elégedettek)

- *Könnyen kezelhető felület:* A legtöbbször által említett szempont egy digitális felület esetén az átláthatóság és a könnyen kezelhetőség, gyorsaság volt. Volt, akinek fontos a minimalista design, vagyis a mobilbank applikáció ne tartalmazzon különösebb díszítőelemeket
- *Mobil applikáció értékelése:* Az OTP 5 és 6 pontot, Az Erste 4 és 6 pontot, a K&H 2x 6 pontot kapott. Összességében minden résztvevő elégedettségét fejezte ki az applikáció

íránt, nem emeltek ki különösebb nehézséget vagy frusztrációt, amilyen szolgáltatásra nekik kell, könnyen el tudják végezni ezeken a felületeken

6. *Bizalom a digitális banki felületek iránt*

A résztvevők magas szintű bizalmat tanúsítottak a digitális banki felületek felé, tekintve, hogy fiatal, edukált korosztályról van szó, akik számára a digitális bankolás természetes.

- *Alacsony pénzügyi kockázat:* A résztvevők egyetértettek abban, hogy megbíznak ezekben a felületekben, és magában a bankokban is. Ketten megjegyezték, hogy ebben az is szerepet játszik, hogy például szüleinkkel ellentétben jóval kisebb pénzmozgás történik a számláinkon, és kevesebb lehetőséggel élünk: egyikünk sem vett még fel hitelt, fektetett volna be, nem fizettünk be rendszeresen közüzemi díjakat stb., így viszonylag limitált funkciókat használunk ki.
- *Technológiai magabiztosság:* A fiatalok nagyobb bizalommal használják a digitális banki platformokat, mivel jártasabbak a technológia világában. Többen említették, hogy a bizalom egyik alapja, hogy képesek kiismerni a digitális rendszereket. A beszélgetés végén elkanyarodtunk az idősebb generációk, kifejezetten az 50-60 év felettiek digitális nehézségeire. Az egyik résztvevő a bizalom kérdésére – hogy miért lehet az, hogy az idősebb generációk kevésbé bíznak a digitális ügyintézésben – egy szemléletes példát hozott: *„Mi (fiatalok) azért tudunk megbízni ezekben a felületekben, mert el tudunk tájékozódni ebben a világban. Nyilván nem bízik meg az ember a tengervízben, hogyha nem tud benne úszni.”*

Összegzés

A fókuszcsoporthoz tartozó interjúból levont következtetések alapján elmondható, hogy a fiatal ügyfelek leginkább könnyen és szívesen használják a mobilbanki applikációjukat, legfontosabb szempontjaik ez iránt a mobilapplikációk átláthatósága, a gyors és hatékony ügyfélszolgálat, valamint az alacsony költségek voltak. A beszélgetés során feltárt témák, mint a bankválasztási szempontok, a digitális felületek iránti bizalom, az ügyfélszolgálati elvárások és a felhasználói élmény kulcsfontosságú tényezői hozzájárultak a kérdőívem pontosításához. A résztvevők véleménye bár részletes volt, demográfiájukból adódóan nem reprezentatív a korcsoportra nézve sem, az eredmények nem általánosíthatók: ilyen szempontból érdemes lesz a kutatást kibővíteni más végzettségű, jövedelmű korosztályokra is. Ezáltal átfogóbb képet nyerhetnénk az eltérő társadalmi rétegek igényeiről és a digitális banki szolgáltatásokkal szembeni elvárásairól, ami elősegítheti a banki felületek további fejlesztését és a szélesebb ügyfélkör bizalmának növelését.

KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

A kutatás során megállapítást nyert, hogy a digitális banki felületek minősége, az ügyfélélmény és a bizalom kiemelt szerepet játszanak a bankválasztásban, és szoros összefüggésben állnak a felhasználói elvárásokkal. A kutatás alapján a digitális élmény és a könnyű használhatóság különösen fontos a fiatalabb és magasabb jövedelmű csoportok számára, míg az idősebbek és alacsonyabb jövedelműek esetében a bank iránti bizalom és az ügyfélszolgálat minősége hangsúlyosabb szempont. A digitális kompetencia szintje szintén befolyásolja az ügyfelek preferenciáit, különösen az idősebb generációknál, akiknél a technológiai készségek hiánya akadályozza az online banki szolgáltatások teljes körű kihasználását.

Összességében a kutatás eredményei arra utalnak, hogy a digitális banki felületek minősége, az ügyfélélmény és a bizalom hosszú távú versenyelőnyt biztosíthat a bankok számára, és hogy a modern felhasználók számára a banki szolgáltatások terén már nem elég csupán a megbízhatóság, hanem elvárják az online felületek könnyű, gyors és biztonságos használatát is. Az ügyfelek változó igényei, különösen a fiatalabb generációk körében, folyamatos innovációt és a digitális szolgáltatások minőségének javítását követelik meg a pénzügyi intézményektől.

Korlátok

A kutatás korlátai közé tartozik, hogy nem végeztem szignifikancia-vizsgálatot, így az eredmények elsősorban leíró jellegűek. A kvantitatív kutatás demográfiai összetétele és az alacsony kitöltésszám miatt nem reprezentálja a teljes magyar lakosságot, ezért a kutatás eredményeit óvatosan kell kezelni, különösen, ha a szélesebb társadalmi körökre szeretnénk vonatkoztatni. A kitöltők jelentős része fiatal, tanult, digitálisan tájékozott egyetemisták véleményét tükrözik. A megkérdezettek között kevés 65 év feletti, illetve hátrányosabb helyzetű kitöltő szerepelt, így a kutatás további elmélyítése érdekében mindenképpen érdemes ezen rétegek véleményét is kikérni, a digitális kompetenciájuk további felmérése javasolt. A kvantitatív kutatást tekintve is érdemes több korcsoportot és társadalmi réteget megkérdezni, a jelenlegi kutatási eredményeket nagyban limitálhatja, hogy a megkérdezettek nagyjából egy társadalmi csoportot fednek le.

Jövőbeli kutatások során érdemes lehet tovább vizsgálni a különböző demográfiai csoportok preferenciáit mélyebb statisztikai elemzésekkel, és szélesebb körökből alanyokat bevonni.

Jövőbeli kutatási lehetőségek

A kutatás szempontjából szerencsés, hogy jelen Tudományos Diákköri Dolgozat egy nagyobb, tíz hónapos kutatási projekt, az Egyetemi Kutatói Ösztöndíj Program keretein belül valósult

meg, tartalma és eredménye annak első két havi eredményeit foglalja magába. Ezáltal a kutatás további elmélyítésére is lehetőség lesz, az alább látható ütemterv alapján számos kiegészítést fog tartalmazni. A szürkével kiemelt mezők kerültek eddig megvalósításra.

Ütemezés	Feladatok, módszerek	Várható eredmények
1-5. hónap	szakirodalmi áttekintés (hazai, nemzetközi) és szekunder adatok elemzés	Kvantitatív kutatás elvégzése, adatelemzés, következtetések levonása. A szekunder adatok és a kvantitatív kutatás elemzésével a kvalitatív kutatás pontosabb kijelölése. TDK dolgozat elkészítése az addig megfogalmazott eredményekből.
	a módszertani koncepció véglegesítése	
	a magyar bankszektori vállalatok digitális felületeinek elemzése	
	online kérdőívcsomag kidolgozása, előtesztelése	
	adatgyűjtés. Résztvevők: nagymintás, legalább 200 fős digitális banki felületeket használók körében végzett kvantitatív kutatás	
	kvantitatív kutatási eredményeinek elemzése, értelmezése	
6-10. hónap	fókuszcsoporthoz interjúk készítése a felhasználókkal különböző korcsoportok (generációk) alapján	Kvalitatív kutatás elvégzése a kijelölt szempontok alapján, adatelemzés elvégzése. Az eredmények publikálása – intézményi EKÖP konferencián történő részvétel.
	személyes interjúk 5-10 banki ügyféllel különböző demográfiai jellemzőkkel / szakemberekkel	
	interjúelemzés	
	eredmények összegzése, következtetések, publikációk megalkotása	

Forrás: Saját szerkesztés, 2024

26. ábra: A jövőbeli kutatás terve és lehetőségei

A továbbiakban többek között saját elemzést fogok készíteni a magyar bankszektori vállalatok digitális felületeiről, hangsúlyosan a mobil banki applikációkat összehasonlítva. További fókuszcsoporthoz megszervezésére is sor fog kerülni, hogy mélyebb betekintést nyerhessek az egyes demográfiai csoportok véleményébe. Emellett interjúkat is fogok készíteni nem csak a felhasználókkal, hanem szakemberekkel is, akik jártasak a bankszektorban és annak digitális felületeiben, kiemelten UX/UI designerekkel, digitalizációért felelős szakemberekkel és ügyfélélmény szakértőkkel. A téma a későbbiekben bővíteni fog a különböző webdesign elemek ügyfelekre gyakorolt és konverziós hatásával, mélyítve az összképet. A későbbiekben a téma részletesebben fog foglalkozni a design kérdéskörével és az ügyfélélmény maximalizálásának lehetőségével.

A kutatás jövőbeli célja annak vizsgálata, hogyan befolyásolják a felhasználói élmény (UX) és a felhasználói felület design (UI) elemei a felhasználói bizalom kialakulását, fenntartását és a konverziós arányokat a banki alkalmazások és weboldalak esetében. Különös figyelmet fordít a digitális felületek minőségének és esztétikájának hatására, magára az ügyfélélményre, valamint arra, hogy ezek az elemek hogyan növelik a felhasználói elégedettséget és

ügyfélhűséget a bankszektorban – ahol a döntéshozás alapja a bizalom megléte. A kutatás elemzi, hogy az ügyfelek számára milyen design elemek keltenek biztonságérzetet, és ezek hogyan befolyásolják döntéshozatalukat. Ezenkívül a kutatás célja praktikus ajánlásokat megfogalmazni a bankszektor vállalatainak digitális felületeik és webdesign elemeik fejlesztésére. Ezen terület mélyebb megismerése a gyakorlati életben is hasznos, a banki nagyvállalatok mellett a fogyasztók számára is. A kutatás hozzájárul a digitális világban történő vásárlási döntések jobb megértéséhez, segítve a fogyasztókat tudatosabb döntések meghozatalában a pénzügyeiket illetően.

ÖSSZEFOGLALÁS

A kutatásom célja annak megértése volt, hogy a digitális banki felületek minősége, az ügyfélélmény és a bizalom milyen hatással van az ügyfelek bankválasztására. A digitalizáció terjedésével az ügyfelek egyre inkább az online banki szolgáltatásokat részesítik előnyben, és elvárják a könnyen használható, gyors és biztonságos felületeket. A kutatás során kiderült, hogy a digitális élmény és a használhatóság különösen fontos a fiatalabb és magasabb jövedelmű ügyfelek számára, míg az idősebbek és alacsonyabb jövedelműek esetében a bank iránti bizalom és az ügyfélszolgálat minősége bír nagyobb jelentőséggel. A digitális kompetencia szintje szintén befolyásolja az ügyfelek preferenciáit; a technológiai készségek hiánya különösen az idősebb generációknál akadályozza az online banki szolgáltatások teljes körű kihasználását. A kutatás kvantitatív módszerrel (kérdőíves adatgyűjtés) és kvalitatív elemzéssel (fókuszcsoportos beszélgetés) dolgozott, melyek révén mélyebb betekintést nyertem a banki ügyfelek elvárásaiba és frusztrációiba. A kvantitatív elemzés kimutatta, hogy az ügyfelek legfőbb elvárásai közé tartozik a digitális platformok gyorsasága és megbízhatósága, valamint a gördülékeny, felhasználóbarát felületek. Az elemzésben résztvevők elvárásai a digitális felületek terén eltérőek voltak a különböző demográfiai csoportokban, jelezve, hogy a bankoknak célszerű ezen eltérő igényekhez igazodó, testreszabott megoldásokat kínálniuk. A kvalitatív kutatás feltárta, hogy a fiatalabb generációk a gördülékeny digitális élményt preferálják, míg az idősebb generációk számára a biztonság és az egyszerű kezelhetőség kulcsfontosságú. Emellett a különböző jövedelmi szintek is befolyásolták a bankválasztási szempontokat: míg a magasabb jövedelmű ügyfelek számára fontosabbak a fejlett digitális funkciók, az alacsonyabb jövedelmű ügyfelek gyakrabban igénylik a személyes kapcsolatot és az ügyfélszolgálat minőségét.

A kutatás eredményei arra utalnak, hogy a bankok számára versenyelőnyt jelenthet, ha figyelembe veszik ügyfeleik eltérő elvárásait és igényeit. A digitális felületek fejlesztésénél fontos, hogy az ügyfelek biztonságban érezzék magukat, és egy egyszerűen kezelhető, jól strukturált rendszer álljon rendelkezésükre, amely minden korosztály számára vonzó lehet. Az ügyfelek nagyra értékelik az átláthatóságot és a gördülékeny felhasználói élményt, ami fokozza a digitális szolgáltatások iránti bizalmukat, és pozitívan befolyásolja bankválasztásukat. A kutatás megállapításai alapján a jövőbeni fejlesztések irányai közé tartozhat a biztonsági funkciók optimalizálása, a felhasználói élmény tovább javítása, és a különböző demográfiai igényekhez igazított funkciók kialakítása, hogy minden ügyfélcsoport számára megfelelő és vonzó digitális élményt nyújtsanak.

IRODALOMJEGYZÉK

Bank360, 2024. *Egy év alatt 200 ezer magyar banki ügyfelet csaltak lépre kiberbűnözők.* [Online]
<https://bank360.hu/blog/200-ezer-magyar-banki-ugyfelet-csaptak-be-kiberbunozok>
[Hozzáférés dátuma: 31 10 2024].

Beck, T. és mtsai., 2022. *Reports of the Advisory Scientific Committee: Will video kill the radio star? – Digitalisation and the future of banking.* [Online]

https://www.esrb.europa.eu/pub/pdf/asc/esrb.ascreport202201_digitalisationandthefutureofbanking~83f079b5c7.en.pdf
[Hozzáférés dátuma: 21 10 2024].

Becsei, A., Bógyi, A., Csányi, P. & Kovács, L., 2019. *A jövő bankja, a bankok jövője - A Magyar Bankszövetség digitalizációs javaslatai.* [Online]
<https://www.bankszovetseg.hu/public/gep/2019/299-310%20becsbodcsako.pdf>
[Hozzáférés dátuma: 22 10 2024].

BiztosDöntés, 2024. *Egy új szolgáltatást fejlesztenek a bankok tömegesen.* [Online]
<https://biztosdontes.hu/cikkek/egy-uj-szolgaltatast-fejlesztenek-a-bankok>
[Hozzáférés dátuma: 28 10 2024].

Caruana, A., 2023. *Navigating the Self-Service Revolution in Banking: Understanding Customer Motivations and Managing Service Failures.* [Online]
<https://www.linkedin.com/pulse/navigating-self-service-revolution-banking-customer-managing-caruana-d7tme/>
[Hozzáférés dátuma: 24 10 2024].

Csabai, K., 2008. *Bankfiókák.* [Online]
<https://mfor.hu/cikkek/szerzo/csabai-karoly.html?oldal=2>
[Hozzáférés dátuma: 30 10 2024].

Deloitte, 2020. *Hatalmas a hangsúly a digitalizáción, de még így is lemaradók a magyar bankok.* [Online]
<https://www2.deloitte.com/hu/hu/pages/deloittedigital/articles/hatalmas-a-hangsuly-a-digitalizacian--de-meg-igy-is-lemaradok-a-.html>
[Hozzáférés dátuma: 22 10 2024].

Deloitte, 2021. *Alapjaiban változtatják meg a bankolást a digitális ügyfélélmény és új generációs elvárások.* [Online]
<https://www2.deloitte.com/hu/hu/pages/technologia/articles/alapjaiban-valtoztatjak-meg-a-bankolast-a-digitalis-ugyfelelmeny-es-uj-generacios-elvarasok.html>
[Hozzáférés dátuma: 23 10 2024].

Digipay, 2024. *Omnichannel banking: What it is, why it is needed, and how it can be achieved?.* [Online]
<https://www.digipay.guru/blog/omnichannel-banking/>
[Hozzáférés dátuma: 28 10 2024].

Európai Parlament, 2024. *Európai digitális menetrend.* [Online]
<https://www.europarl.europa.eu/factsheets/hu/sheet/64/europai-digitalis-menetrend>
[Hozzáférés dátuma: 20 10 2024].

Eurostat, 2023. *Digital skills in 2023: impact of education and age*. [Online]
<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20240222-1>
[Hozzáférés dátuma: 23 10 2024].

Eurostat, 2024. *Skills for the digital age*. [Online]
https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Skills_for_the_digital_age
[Hozzáférés dátuma: 23 10 2024].

Fellner, Z. & Marosi, A., 2021. *A Covid növelte a digitális banki megoldások használatát, de továbbra is van tér a bizalom és a pénzügyi mélység erősítésére*. [Online]
<https://www.mnb.hu/letoltes/fellner-zita-marosi-anna-a-covid-novelte-a-digitalis-banki-megoldasok-hasznalatat.pdf>
[Hozzáférés dátuma: 30 10 2024].

FinTechZone, 2024a. *Digital Banking Club: Hogyan alakítják a jövőt a vevői elvárások a digitális bankolásban?*. [Online]
<https://fintechzone.hu/digital-banking-club-hogyan-alakitjak-a-jovot-a-vevoi-elvarasok-a-digitalis-bankolasban/>
[Hozzáférés dátuma: 20 10 2024].

FinTechZone, 2024b. *Itt vannak a Z-generációs ügyfelek! Az élményközpontúság újradefiniálja a banki szolgáltatásokat*. [Online]
<https://fintechzone.hu/itt-vannak-a-z-generacios-ugyfelek-az-elmenykozpontusag-ujradefinialja-a-banki-szolgaltatasokat/>
[Hozzáférés dátuma: 29 10 2024].

Forbes, 2023. *Why Trust Is The Most Powerful 5-Letter Word In Banking*. [Online]
<https://www.forbes.com/councils/forbesfinancecouncil/2023/01/31/why-trust-is-the-most-powerful-5-letter-word-in-banking/>
[Hozzáférés dátuma: 30 10 2024].

Fullview, 2024. *The Most Important CX Trends (2024 Update)*. [Online]
<https://www.fullview.io/blog/cx-trends-in-2023>
[Hozzáférés dátuma: 26 10 2024].

GKI Gazdaságkutató Zrt, 2024. *Digitális kompetenciák Magyarországon*. [Online]
<https://gki.hu/language/hu/2024/08/07/digitalis-kompetenciak-magyarorszagon/>
[Hozzáférés dátuma: 23 10 2024].

Gránit Bank, 2024. *Digitális innovációk a magyar bankszektorban*. [Online]
<https://issuu.com/granitbank/docs/granit-inno-kiadvany-issuu-hu-v2.3-2024.08.07.-fin>
[Hozzáférés dátuma: 22 10 2024].

Hillbrown Consulting Kft., 2019. *Magyarország Fintech Stratégiája. A hazai pénzügyi szektor digitalizációja, 2019-2022 összefoglalás*. [Online]
<https://digitalisjoletprogram.hu/files/67/01/67018780db39d25c02d4b736abe8d1a1.pdf>
[Hozzáférés dátuma: 22 10 2024].

Index, 2024. *A Revolut szintet lépett Magyarországon, látványos újdonságok jönnek*. [Online]
<https://index.hu/gazdasag/2024/08/15/penzugy-bankszektor-fintech-neobank-applikacio-revolut/>
[Hozzáférés dátuma: 23 10 2024].

Infostart, 2024. *Jó vonatra ültünk a digitális képességek fejlesztése világában*. [Online]
<https://infostart.hu/tudomany/2024/02/28/jo-vonatra-ultunk-a-digitalis-kepessegek-fejlesztese->

vilagaban

[Hozzáférés dátuma: 23 10 2024].

K&H, 2024. *Biztonság a pénzügyekben*. [Online]

https://www.kh.hu/biztonsag-a-penzugyekben?tab_id=com_liferay_nested_portlets_web_portlet_NestedPortletsPortlet_INSTANCE_pRff43glBdsZ_nested-tabs-content-1

[Hozzáférés dátuma: 30 10 2024].

KiberPajzs, 2022. *A kezdeményezésről*. [Online]

<https://kiberpajzs.hu/a-kezdemenyezesrol>

[Hozzáférés dátuma: 30 10 2024].

KSH, 2023a. *Helyzetkép 2023: Digitális társadalom - A magáncélú internetes banki szolgáltatások igénybevételének aránya korcsoportonként*. [Online]

<https://www.ksh.hu/s/helyzetkep-2023/#/kiadvany/digitalis-tarsadalom/a-magancelu-internetes-banki-szolgaltatasok-igenybevetelenek-aranya-korcsoportonkent>

[Hozzáférés dátuma: 28 10 2024].

KSH, 2023b. *Helyzetkép 2023: Digitális társadalom - Az egyes digitális ismeretszintekkel rendelkezők megoszlása az internethasználók körében az Európai Unióban és a visegrádi országokban, 2023*.

[Online]

<https://www.ksh.hu/s/helyzetkep-2023/#/kiadvany/digitalis-tarsadalom/az-egy-es-digitalis-ismeretszintekkel-rendelkezo-k-megoszlasa-az-internethasznalok-koreben-az-europai-unioban-es-a-visegradi-oroszagokban-2023>

[Hozzáférés dátuma: 22 10 2024].

MCC, 2024. *Mitől versenyképesebbek a fintech cégek, mint a nagybankok (ha azok)?*. [Online]

<https://corvinak.hu/velemenyt/2024/02/07/mitol-versenykepesebbek-a-fintech-cegek-mint-a-nagybankok-ha-azok>

[Hozzáférés dátuma: 22 10 2024].

McKinsey&Company, 2020. *Next-gen Technology transformation in Financial Services*. [Online]

<https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/financial%20services/our%20insights/next-gen%20technology%20transformation%20in%20financial%20services/next-gen-technology-transformation-in-financial-services.pdf>

[Hozzáférés dátuma: 22 10 2024].

Menedzsment Fórum, 2024. *Jelentősen szépítettünk ebben az európai uniós rangsorban*. [Online]

https://mfor.hu/cikkek/makro/hoppa-jelentosen-szepítettünk-ebben-az-europai-unios-rangsorban.html?fbclid=IwAR2jsZ-tLXuMgHjnfZtaD_dCjGMvwmZzEMb6F0YJnjLF7yHrxwP58vjv_uk

[Hozzáférés dátuma: 23 10 2024].

MNB, 2022. *Tudatos ügyfelekkel kell felvenni a harcot az elektronikus pénzügyi csalók ellen*. [Online]

<https://www.mnb.hu/sajtoszoba/sajtokozlomenyek/2022-evi-sajtokozlomenyek/tudatos-ugyfelekkel-kell-felvenni-a-harcot-az-elektronikus-penzugyi-csalok-ellen>

[Hozzáférés dátuma: 31 10 2024].

MNB, 2023a. *PÉNZFORGALOM 2030*. [Online]

<https://www.mnb.hu/letoltes/penzforgalom-2030-strategia.pdf>

[Hozzáférés dátuma: 27 10 2024].

- MNB, 2023b. *Versenyképességi jelentés*. [Online]
<https://www.mnb.hu/letoltes/versenyke-pesse-gi-jelente-s-2023.pdf>
[Hozzáférés dátuma: 20 10 2024].
- MNB, 2023c. *STABILITÁS ÉS BIZALOM - A magyar pénzügyi felügyelés története*. [Online]
<https://www.mnb.hu/letoltes/stabilitas-es-bizalom.pdf>
[Hozzáférés dátuma: 31 10 2024].
- MNB, 2024a. *Lényegesen javult a magyar bankrendszer digitális felkészültsége*. [Online]
<https://ictglobal.hu/iparagi-megoldasok/mnb-lenyegeesen-javult-a-magyar-bankrendszer-digitalis-felkeszultsege/>
[Hozzáférés dátuma: 22 10 2024].
- MNB, 2024b. *Revolút-ügy: másfél millió magyar ügyfél megerdemelne egy hazai bankot*. [Online]
<https://www.mnb.hu/sajtoszoba/sajtokozlemenyek/2024-evi-sajtokozlemenyek/revolut-ugy-masfel-millio-magyar-ugyfel-megerdemelne-egy-hazai-bankot>
[Hozzáférés dátuma: 21 10 2024].
- Molnár, S., 2018. *A negyedik ipari forradalom nem várt hatásai*. [Online]
https://kozszov.org.hu/dokumentumok/UMK_2018/3/06_Negyedik_ipari_forradalom.pdf
[Hozzáférés dátuma: 20 10 2024].
- Müller, J. & Kerényi, Á., 2019. *A bizalom és etika igénye a digitális korszakban – Napfény és árnyék a FinTech világában*. [Online]
<https://hitelintezetiszemle.mnb.hu/letoltes/hsz-18-4-t1-muller-kerenyi.pdf>
[Hozzáférés dátuma: 29 10 2024].
- Müller, J. & Kerényi, Á., 2021. *Kiutkeresés a digitális pénzügyi innovációk labirintusában – A digitális pénzügyi rendszer szabályozási kihívásainak csapdája*. [Online]
<https://hitelintezetiszemle.mnb.hu/letoltes/hsz-20-1-t4-muller-kerenyi.pdf>
[Hozzáférés dátuma: 22 10 2024].
- Nedim, M. E.-M., 2023. *Can online banking replace personal banking? A survey of Hungarian banking habits*. [Online]
<https://akjournals.com/view/journals/032/74/1/article-p37.xml>
[Hozzáférés dátuma: 31 10 2024].
- NRC, 2023a. *Ügyfélmény és CX trendek 2023*. [Online]
<https://nrc.hu/nrc-hirek/ugyfelelmeny-es-cx-trendek-2023/>
[Hozzáférés dátuma: 26 10 2024].
- NRC, 2023b. *Ügyfélmény: bevált receptek a profitnöveléshez*. [Online]
https://nrc.hu/nrc-podcast/ugyfelelmeny-bevalt-receptek-a-profitnoveleshez/#Valojaban_mi_az_ugyfelelmeny
[Hozzáférés dátuma: 25 10 2024].
- Origo, 2022. *Digitális ügyfélszolgálat kell a magyaroknak*. [Online]
https://www.origo.hu/techbazis/2022/8/digitalis-ugyfelszolgalat-felmeres-magyarorszag#google_vignette
[Hozzáférés dátuma: 26 10 2024].
- OTPédia, 2022. *Hogyan forradalmasította a számítógép a bankolást?*. [Online]
https://otpedia.hu/melyviz/ugyvitel/hogyan-forradalmasitotta-szamitogep-bankolast_1/
[Hozzáférés dátuma: 22 10 2024].

PwC, 2018. *Experience is everything: Here's how to get it right*. [Online]
<https://www.pwc.com/us/en/advisory-services/publications/consumer-intelligence-series/pwc-consumer-intelligence-series-customer-experience.pdf>
[Hozzáférés dátuma: 25 10 2024].

PYMNTS & PCSU, 2023. *Staying Ahead Through Payments Innovation*. [Online]
<https://www.pymnts.com/study/credit-union-innovation-real-time-payments-fintechs/>
[Hozzáférés dátuma: 29 10 2024].

Qualtrics, 2022. *Digital customer experience: Everything you need to know*. [Online]
<https://www.qualtrics.com/experience-management/customer/what-is-digital-cx/>
[Hozzáférés dátuma: 25 10 2024].

RowanHill Digital, 2024. *Elindult az első magyar alapítású és tulajdonú „neobank”*. [Online]
<https://rowanhilldigital.com/blog/binx>
[Hozzáférés dátuma: 23 10 2024].

Smith, W. G., 2008. *Does Gender Influence Online Survey Participation? A Record-linkage Analysis of University Faculty - Online Survey Response Behavior*. [Online]
<https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED501717.pdf>
[Hozzáférés dátuma: 30 10 2024].

Szolgáltató blog, 2024. *Az ügyfélélmény fogalma, megvalósítása*. [Online]
<https://szolgáltato-blog.hu/az-ugyfelelmeny-fogalma-megvalositasa/>
[Hozzáférés dátuma: 25 10 2024].

Technokrata, 2022. *A pénzügyi appok a legnépszerűbbek a közösségi média után*. [Online]
<https://www.technokrata.hu/app/2022/08/12/penzugyi-app-nepszeruseg/>
[Hozzáférés dátuma: 28 10 2024].

Telang, R. & Somanchi, S., 2017. *Security, Fraudulent transactions and Customer Loyalty: A Field Study*. [Online]
<https://www.heinz.cmu.edu/heinz-shared/files/img/news-articles/pdfs-and-downloads/telang-and-somanchi-security-fraudulent-transactions-and-customer-loyalty--a-field-study.pdf>
[Hozzáférés dátuma: 29 10 2024].

Világgazdaság, 2022. *Viszonylag nehezen vált bankot a magyar*. [Online]
<https://www.vg.hu/vilaggazdasag-magyar-gazdasag/2022/10/viszonylag-nehezen-valt-bankot-a-magyar>
[Hozzáférés dátuma: 30 10 2024].

MELLÉKLETEK

I. SZÁMÚ MELLÉKLET

ONLINE KÉRDŐÍV - A bankok digitális felületeinek elemzése és az ügyfélbizalom vizsgálata

Kedves Kitöltő!

Dóra Kata vagyok, harmadéves kereskedelem-és marketing szakos hallgató.

Az alábbi kérdőívben a banki szolgáltatásokat vizsgálom, fókuszálva a digitális felületeik minőségére. A kérdőív Neked szól, ha rendelkezel bankszámlával, esetleg utaltál már online, vagy intéztél már a bankszámláddal kapcsolatos ügyet digitálisan.

A kitöltés körülbelül 7 percet vesz igénybe, teljesen anonim. Az adatokat a Tudományos Diákköri Konferenciára (TDK) és az Egyetemi Kutatói Ösztöndíj Programra (EKÖP) készülő kutatásomban fogom felhasználni.

Köszönöm, hogy kitöltéseddel hozzájárulsz a kutatásom sikerességéhez!

** Kötelező kérdés*

Bankválasztás - 5/1. rész

Melyik bank ügyfele vagy?*

- OTP
- K&H
- Erste
- UniCredit
- Raiffeisen
- MBH
- Gránit
- MagNet
- Egyéb: _____ (Saját válasz)

Mik voltak a legfontosabb szempontok, ami alapján bankot választottál?*

(Egyáltalán nem fontos - Nem fontos - Inkább nem fontos - Inkább fontos – Fontos - Nagyon fontos)

- Alacsony díjak
- Család, barátok véleménye, ajánlása
- Pozitív értékelések a neten
- Egyszerű regisztráció, érthető leírások
- Bankfiókok elérhetősége
- Ügyfélszolgálat minősége
- Számlanyitási akció/kedvezmény
- Pozitív ügyfélélmény

- Digitális banki felület minősége
- Online ügyintézés egyszerűsége
- Átlátható weboldal, applikáció, internetbank
- Bizalom a bank iránt
- Ingyenes diákszámla

Volt-e a fentiekén kívül egyéb fontos szempont, amikor bankot választottál?

Saját válasz: _____

Milyen gyakran használod a bankod online felületeit? (weboldal, internetbank, applikáció)*

- Naponta
- Hetente többször
- Hetente egyszer
- Néhány hetente
- Havonta
- Ritkábban, mint havonta
- Nem használom

Igénybe veszel egyéb digitális pénzügyi szolgáltatást? (pl. Revolut, Wise, stb. által)*

- Igen
- Nem

Ügyfélművelés és banki felületek minősége - 5/2. rész

Melyik felületet használod leggyakrabban banki ügyeid intézéséhez?*

- Mobilbank applikáció
- Weboldal, a telefonos böngészőben megnyitva (+internetbank)
- Weboldal, a számítógépén/laptonon lévő böngészőben megnyitva (+internetbank)

Értékelj egy 1-6-ig terjedő skálán az általad leggyakrabban használt banki felület jellemzőit! (1 = egyáltalán nem jellemző a felületre, 6 = teljesen jellemző a felületre)*

- Egyszerűség
- Érthetőség
- Navigáció
- Tanulhatóság
- Biztonság
- Gyorsaság
- Logikusság
- Kellemes design, esztétika
- Használata pozitív élmény

Találkoztál már valamelyik, a digitális felületek minőségét befolyásoló problémával, amely frusztrációt okoz?*

- Lassú betöltési idő
- Nehezen átlátható fejléc, menürendszer
- Felugró ablakok
- Mobilbarát kialakítás hiánya
- Gyakori hibák vagy leállások
- Érthetetlen vagy nehézkes nyelvezet
- Elavult design
- Gyenge vizuális hierarchia (fontos információk nem jól emelkednek ki)
- Nehéz bejelentkezés
- Keresőfunkció nem működik/nem releváns találatokat ad
- Számlavezetés átláthatatlansága
- Nem egyértelmű visszaigazolások (tranzakciók vagy műveletek végrehajtásakor)
- Ügyfélszolgálat/élő chat nem elérhető
- Elérhetetlen vagy nem megfelelő tájékoztatás a díjakról és költségekről
- Nem megfelelő adatvédelmi információk
- Biztonsági funkciók hiánya vagy bonyolult használata
- Akadálymentesített/kontrasztos nézet hiánya
- Nem találkoztam ilyesmi problémával
- Egyéb: _____ (Saját válasz)

Van olyan funkció, amit hiányolsz az online bankodban? Ha igen, mi az?

Pl.: sötét üzemmód, automatikus kitöltés, értesítések, keresőfunkció, videós útmutatók, visszajelzés stb.

Saját válasz: _____

Mit jelent számodra a pozitív ügyfélműveltség (a digitális banki felületeken)?

Saját válasz: _____

Fontolóra vennéd a bankváltást azért, mert frusztrációt okoz a digitális felületük használata?*

- Igen, ez már elég indok lenne hozzá
- Nem, ez önmagában még nem elég indok hozzá
- Talán

Ügyintézés - 5/3. rész

Melyik ügyintézési módot részesíted/részesítenéd előnyben? (Egyáltalán nem - Nem - Inkább nem - Inkább igen – Igen – Teljes mértékben)*

- Személyesen, bemegyek a bankfiókba
- Számítógépen/laptopon internetes böngészőn keresztül
- Telefonon, internetes böngészőn keresztül
- Mobilbank applikáción keresztül

Mikor vennéd igénybe a személyes ügyintézést és miért?*

- Valamilyen szolgáltatást online nem tudok elintézni
- Bonyolultnak tartom online intézni az ügyeimet
- Nem kapok elég tájékoztatást a digitális felületen
- Nem tudok belépni a fiókomba
- Nem bízok a digitális felületben, félttem az adataimat
- Gyakran adódik technikai problémám (pl.: nem tölt be a felület, kidob a rendszer, nem találom, amit keresek stb.)
- Nem értem, hogyan működnek ezek a felületek
- Nem fontos a személyes ügyintézés, csak akkor használom, ha muszáj
- Egyéb: _____ (Saját válasz)

Bizalom - 5/4. rész

Mennyire bízol meg az online banki ügyintézésben?*

- Egyáltalán nem
- Nem
- Inkább nem
- Inkább igen
- Nagyjából
- Teljes mértékben

Miért?

Saját válasz: _____

Melyek befolyásolják leginkább a bizalmadat a bankok online felületei iránt?

(Egyáltalán nem fontos - Nem fontos - Inkább nem fontos - Inkább fontos – Fontos - Nagyon fontos)*

- Bank hírneve
- Ismerősök véleménye, tapasztalatai
- Biztonság és adatvédelem (pl. kétfaktoros hitelesítés)
- Design, esztétika
- Felhasználói élmény (átlátható, könnyen használható felület)
- Figyelmeztetések (pl. figyelmeztetés az esetleges szokatlan tevékenységekre)
- Ügyfélszolgálat minősége
- Innovációk használata (pl. mesterséges intelligencia)

Demográfiai adatok - 5/5. rész

Nemed:*

- Nő
- Férfi

Életkorod:*

- 18 év alatti
- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-65
- 65 feletti

Lakhelyed:*

- Főváros
- Megyeszékhely
- Város
- Falu

Legmagasabb iskolai végzettséged:*

- 8 általános
- Szakmunkás bizonyítvány
- Gimnáziumi érettségi
- FOSZK (Felsőoktatási szakképzés)
- Főiskolai/Egyetemi diploma

Melyik jövedelmi sávba sorolnád magad havi nettó jövedelem alapján?*

- 150 000 Ft és alatta
- 150 001-300 000 Ft
- 300 001-500 000 Ft
- 500 000 Ft felett

II. SZÁMÚ MELLÉKLET

FÓKUSZCSOPORTOS ELJÁRÁS VEZÉRFONALA

Sok szeretettel köszöntök mindenkit a fókuszcsoportomban!

Köszönöm, hogy eljöttetek, és segítitek a kutatásomat a részvételetekkel.

A beszélgetés kötetlenül fog zajlani, szeretném, ha őszintén válaszolnátok a kérdésekre, nincs jó vagy rossz válasz. Ha eszetekbe jut valami a kérdésekhez kapcsolódóan, nyugodtan fejtsétek ki bővebben is, a cél, hogy körbejárjuk a témánkat és megismerjük egymás véleményét.

Először is szeretnék mindenkitől engedélyt kérni, hogy egy hangfelvételt készítek az elhangzottakról a telefonomon keresztül. Anonim lesz, senki nem lesz név szerint említve, és nagyjából egy órán keresztül tudunk majd beszélgetni.

Az elhangzottakat a TDK és EKÖP konferenciára készülő munkámban fogom felhasználni.

A fókuszcsoportom témája a bankszektori digitális felületekhez való felhasználói hozzáállás.

Ha mindenki benne van, akkor el is kezdhetjük.

KÉRDÉSEK:

Ki melyik bank ügyfele?

Milyen felületen veszték igénybe banki szolgáltatást? (mobil applikáció, internetbank telefonon/lapton böngészőn keresztül megnyitva stb.)

Szerintem a fiatalok nagy része OTP-s, aki másik bank ügyfele, miért az mellett döntött?

Akinek több számlája van, miért? Mindet használja?

Tudnátok olyan szempontokat felsorolni, ami – ha most választanátok bankot – a legfontosabb lenne? (pl. család, barátok véleménye)

Milyen gyakran intéztek banki ügyet személyesen? Miért?

Milyen gyakran nézitek a mobil applikációkat?

Kaptok értesítést a különböző tranzakciókról? Vagy lenémítjátok ezt a funkciót?

Használtok Revolutot, Wiset stb.?

Van olyan funkció, amit hiányoltok a mobilapplikációból?

Talákoztatok olyan tényezővel, ami negatívan érintett titeket? (pl. lassan tölt be oldal)

Nektek mit jelent az, hogy pozitív ügyfélélmény? Hogyan definiálnátok?

A mobil applikációt használjátok a legtöbben, milyennek találjátok a saját bankotok felületének a minőségét? Összességében mennyire vagytok vele elégedettek?

Megbíztok ezekben a felületekben? És magában a bankokban?

Köszönöm, hogy eljöttetek, és hozzájárultatok a kutatásomhoz a válaszaitokkal!