

Bankolási színterek és irányok a Z generáció körében

Dr. habil. Csiszárík-Kocsir Ágnes

Egyetemi docens, Intézetigazgató, Óbudai Egyetem, Keleti Károly Gazdasági Kar
kocsir.agnes@kgk.uni-obuda.hu

Dr. Varga János

Adjunktus, Intézetigazgató-helyettes, Óbudai Egyetem, Keleti Károly Gazdasági Kar
varga.janos@kgk.uni-obuda.hu

Absztrakt: A digitalizáció egyre gyorsuló üteme, a megváltozott körülmények és elvárások az élet minden területét átszövik. Az online lét, az online ügyintézés, vásárlás, az egyre bővülő kommunikációs csatornák minden szervezet életében, így a bankok esetén is új elvárásokat és kihívásokat jelentenek. Az egyre gyorsabb és mélyrehatóbb változások sok esetben kihívást, sok esetben viszont lehetőséget jelentenek a gazdaság minden szereplője számára. A Z generáció sok tekintetben különbözik az ezt megelőző korosztályoktól, az always-online generáció néven is emlegetett fiatalok merőben más attitűddel, hozzáállással bírnak. Ez a generáció jelenti a jövő banki ügyfeleit, így a bankok számára az stratégiai váltás elengedhetetlen. Jelen tanulmány célja, hogy képet adjon a Z generációs fiatalok bankolási színtereiről, a kedvelt banki irányzatokról egy országos kérdőíves megkérdezés eredményei alapján. Az írás segítségével beleláthatunk az egyes szegmentációs csoportok bankokkal szembeni attitűdjébe, melynek segítségével jobban meghatározhatjuk a bankok jövőjét az elkövetkező években.

Kulcsszavak: bankok, banki ügyintézés, Z generáció

1. Szakirodalmi áttekintés

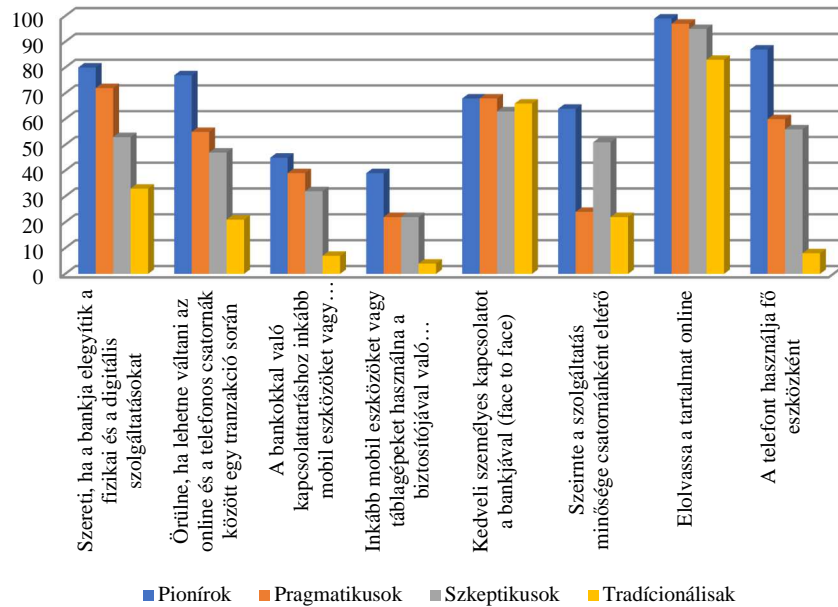
A XXI. század a negyedik ipari forradalom számos változást hozott a mindennapjainkba, így jelentős hatást gyakorolt az a pénzügyeinkre is. A mindent átszövő digitalizáció nem hagyja érintetlenül a bankügyleteket sem. A felgyorsult világban állandóan mérlegeljük, hogy mire mennyi időt fordítsunk, ha lehet szeretnénk mindent nagyon gyorsan, nagyon rövid idő alatt elintézni. Nincs ez másképp a bankolás esetén sem. Manapság már minden bank rendelkezik online

ügyintézési felülettel, ahol az ügyfelek gyorsan és hatékonyan tudják intézni a pénzügyeiket. Azonban nem szabad megfélemlíteni az internetkapcsolattal nem rendelkező, avagy internethasználatban bizonytalan ügyfelekről sem. Ezek főként az alacsonyan képzett, avagy inkább vidéken élő ügyfelek. Így kimondható, hogy a szinterek változnak, vagy inkább bővülnek, de a hagyományos csatornáknak még mindig jelentős szerepük van a bankolás terén.

A kihívások miatt egyre több pénzügyi szolgáltató próbálkozik a potenciális ügyfelek megismerésével és az igények felmérésével. Az új ügyfelek bankhoz csábítása mellett nagyon fontos a meglévő ügyfelek kiszolgálása is. Az új és egyre kényelmesebb bankolás a meglévő ügyfelek számára is vonzó, azonban itt nagyon fontos megtalálni a kényelem és a kezelhetőség közötti utat. A potenciális fogyasztók megismerése és szegmentálása kiemelt fontosságú ahhoz, hogy a bankok az ügyfeleiket megnyerjék és megtartsák. A munkájuk és a fejlesztéseik során a projektek igényfelmérési szakaszából jól ismert módszer alapján personákat alkotnak, hogy beazonosítsák és személyre szabják a termékpalettát. Az Accenture 2019-es tanulmánya alapján a banki ügyfelek között négy típust, azaz négy personát lehet világosan elkülöníteni:

- Pionírok: kockázatvállalók, nyitottak az innovációra és otthonosan mozognak bármilyen technikai kérdésben, az mobil eszközeik segítségével szívesen kapcsolatba lépnek a pénzügyi szolgáltatókkal. Fiatalok, ők a Z és a késői Y generáció tagjai. A mobiltelefonjuk nélkül nem tudják elképzelni az életüket, így ezen keresztül szólíthatók meg leginkább. Szívesen próbálnak ki újdonságokat, újszerű csatornákat, szívesen kockáztatnak a nagyobb haszon reményében.
- Pragmatikusok: szerintük a technológia a célok elérésnek az eszköze, nem pedig az életet meghatározó, szenvedélyként működő tér. Elégedettek a bankok által kínált szolgáltatásokkal, a szolgáltatások személyre szabását jó néven veszik.
- Szkeptikusok: a technológia ellen vannak, általában elégedetlen fogyasztók. Banki ügyfélként nehéznek mondhatók, nem könnyű őket meggyőzni, óvatosak. Ők inkább az Y generáció tagjai, így banki szempontból a megnyerésük fontos stratégiai szempontból.
- Tradicionálisak: inkább ember, mint technika orientáltak. Jellemzően a BB vagy a korai X generáció tagjai, nem igazán elégedettek a pénzügyi szolgáltatók tevékenységével.

Az Accenture a 2019-es kutatásában a fent megalkotott personák tipizálása során megvizsgálta azokat a szintereket is, ahogyan az ügyfelek leginkább kapcsolatba lépnek a bankjukkal. A különbségek nagyon látványosak az egyes ügyfél típusok esetén. A pionírok egyértelműen a digitális vonalat képviselik, akiket a vizsgált jellemzők tekintetében sok esetben a pragmatikusok követnek. A tradicionális ügyfelek az igazi konzervatívok, akik a hagyományos csatornák hívei.



1. ábra: Tipikus banki ügyfelek

Forrás: Accenture (2019) alapján saját szerkesztés

Innováció és újszerű banki termékek szempontjából a hagyományos bankok legnagyobb versenytársai a FinTech vállalkozások. A 2000-es évekig a bankrendszert mondták a legnagyobb innovátornak. A bankok élen jártak a digitalizációban, mely a pénzügyi szolgáltatások minden területén tudott újat mutatni. Az ezredforduló azonban merőben más pályát teremtett a kereskedelmi bankok számára. A digitalizáció rohamos gyorsulása, az új, digitális bennszülöttnek mondott generáció ügyféllé válása (Prensky, 2001) miatt a bankok új kihívásokkal találták szembe magukat. A válság miatt jelentősen romlott a bankok likviditása és solvenciája is a rossz hitelek és a tőkehelyzet romlása miatt. A válság okozta károk enyhítése volt a fő elem a banki stratégiákban (de Grauwe, 2008; Calomiris, 2010), amely elvonta az energiákat az innovációtól és a fejlesztéstől. Itt jutottak szerephez a digitalizációban és az innovációban jártas FinTech vállalkozások, akik tevékenységükön keresztül alapjaiban írják felül a hagyományos banki üzleti modelleket új üzleti szolgáltatásaiak, termékeik révén. A jelentős verseny az árakat is lefelé nyomja, azaz a bankok profitját is megnyirbálja, és az addig monopol pénzteremtést is oligopolizálja. A FinTech vállalkozások az több területen aratnak nagy sikereket, melyet az alábbi táblázat gyűjt össze a Tracxn tipizálása alapján. A FinTech cégek száma több ezerre tehető globális szinten, a KKE régióban ebből több, mint 600 cég működik. A KKE régióban működő FinTech vállalkozások a

tranzakciók és fizetések, a finanszírozás és a beruházások területén jelenik meg erőteljesen (UniCredit, 2018).

FinTech vállalkozások	
Alternative Lending	Crowdfunding
Robo Advisors	Forex Tech
Banking Tech	Employer Insurance
Finance and Accounting Tech	Cryptocurrencies
Internet First Banks	Payments
Internet First Insurance Platforms	Consumer Finance
Investment Tech	RegTech
Mobile Payments	Islamic FinTech
Remittance	Insurance IT

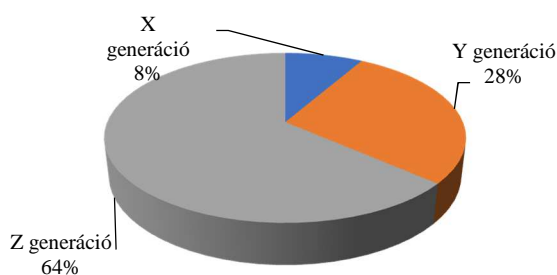
1. táblázat: A FinTech vállalkozások tipizálása (a táblázat az általánosan elterjedt angol elnevezéseket használja)

Forrás: Tracxn, 2019

A mai kor kereskedelmi banki szektora konzervatív intézményrendszerként működik, szemben az agilis FinTech vállalkozásokkal. A bankokat kötő szabályok és elvárások miatt termékeik esetén a maximális biztonságra törekszenek a jó hírnevük és presztízsük megőrzése érdekében, szemben a gyorsan innováló agilis társaikkal. A bankok által fejlesztett termékek főként befektetési és hitelezési innovációknak minősülnek, melyekkel a lakossági és banki ügyfelek megtartására törekednek. A bankok által végrehajtott üzleti innovációk lekövetik a piaci elvárásokat, de kissé rugalmatlanul teszik azt. Napjaink globalizált világának éles versenyében ez bizonyos esetekben versenyhátrányt okoz a számukra, ami miatt fontos az állandó kommunikáció az ügyfelekkel, a piac és a világgazdaság figyelése és a folyamatos piackutatás. Kiemelten fontossá vált az ügyfelek szegmentálása, egyedi szolgáltatások kialakítása, az ügyfelek minél gyorsabb, bankfiókon kívüli kiszolgálása. Az ügyfelek egyre nagyobb elvárásokat támasztanak a pénzügyi szolgáltatójukkal szemben, attitűdjeik folyamatosan változnak (Baranyi – Széles, 2008).

2. Anyag és módszer

A tanulmány alapjául egy 2018-ban lebonyolított kérdőíves kutatást szolgált. A kutatás előtesztelt, standardizált kérdőív segítségével történt, mely a statisztikai értékelés céljából nem tartalmazott nyitott kérdéseket. A kérdőív kialakítását megelőzte egy kvalitatív forduló, melynek eredményeként alakult ki a kérdőív jelenlegi formája, mely számos témát vizsgált. A kérdőívben vizsgált kérdések a bankválasztásra, bankokkal szembeni attitűdökre, valamint a pénzforgalomra fókuszáltak. A kérdőív összesen 17 kérdésből épült fel, melyből 5 kérdés a válaszadók szegmentálását szolgálta. A kérdőívet összesen 4105 válaszadó töltötte ki Magyarországon, de abból csak 3962 darab volt értékelhető. A kérdőív lekérdezése online történt, biztosítva a válaszadók anonimitását. A válaszadók szegmentálásához többek között a kort, a nemet, az iskolai végzettséget, valamint a korábban tanult pénzügyi ismereteket használja a kutatás. A kérdések között többszörös választásos kérdések és értékelő skálák is szerepeltek. A minta nem minősül reprezentatívnak, de lehetőséget ad egy későbbi reprezentatív kutatás megalapozására. Jelen tanulmány keretében bemutatott eredmények a korábban tanult pénzügyi ismeretekre fókuszálnak, a feltételezett pénzügyi alapküveltség figyelembe vételével. A válaszadók alig több, mint 40%-a tanult már korábban pénzügyi ismereteket, közel 60%-uk pedig nem tanult korábban ilyen témában, ami a pénzügyi kérdésekben való jártasság alacsony szintjére utal. Életkor szerint látható, hogy a kérdőívet inkább a fiatalabb, Y és Z generációs fiatalok töltötték ki nagy arányban (közel 90%), ami miatt az eredmények a generációs vizsgálatok, termék fejlesztések szempontjából is fontosak. A minta megoszlását az alábbi ábra mutatja:



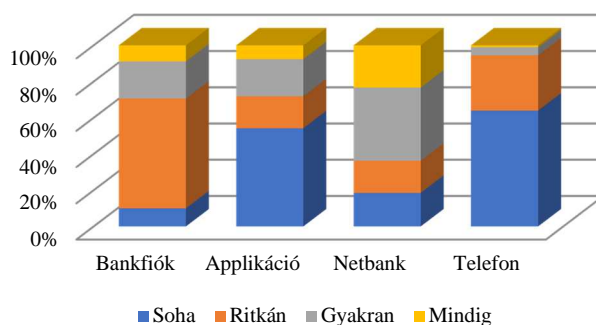
2. ábra: A minta megoszlása

Forrás: saját kutatás, 2018, N = 3962

3. Eredmények

Kutatásunk során arra voltunk kíváncsiak, hogy az általunk Magyarországon, elsősorban a Z generációs fiatalok körében végzett kutatás eredményei alapján hogyan alakulnak a bankolási színterek. Arra kerestük a választ, hogy mekkora hatással van a magyar banki ügyfelekre a digitalizáció, avagy mennyire részesítik előnyben a hagyományos, bankfiókon keresztüli banki ügyintézet, vagy inkább a gyors és kényelmes csatornák irányába mozdulnak el.

Az alábbi ábrán a teljes mintában szereplő válaszadók véleménye látható. Az ábrából világosan kiolvasható, hogy a megkérdezettek nagy arányban gyakran, vagy mindig a netbankjukat használják ügyintézés céljából (e kettő aránya összesen 63,7%-ot képvisel). Azon válaszadók aránya, akik a banki ügyleteiket bankfiókon keresztül végzik mindössze 29,4%, és meglepő, hogy ettől alig tér el az applikáción keresztüli ügyintézés együttes aránya (28,1%). Az is meglepő, hogy telefonos ügyfélszolgálaton alig intézik az ügyeiket a válaszadók, mivel az együttes arány itt mindössze csak 5,5%.



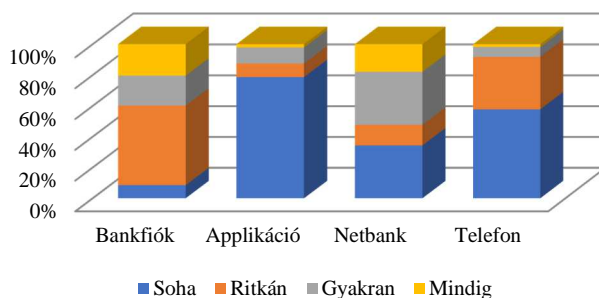
3. ábra: A mintában szereplő válaszadók bankolási színtereinek használati gyakorisága

Forrás: saját kutatás, 2018, N = 3962

A továbbiakban a fenti eredmények generációs eltéréseit vizsgáljuk a válaszok megoszlása alapján. Elsőként a legkisebb részt képviselő X generáció véleményét mutatjuk be a lenti ábrán. A helyzet bemutatására ismét együttes megoszlásokat (gyakran és mindig válaszok) vizsgálunk, azaz az adott platformon való ügyintézés gyakorisága alapján mondunk véleményt.

Az X generációnál sokkal jobban megmutatkozik a tradicionális bankolás iránti igény, mivel esetükben a bankfiók még mindig összesen 39,8%-kal bír, szemben a minta 29,4%-val. Egyértelműen látható, hogy az applikáción keresztüli ügyintézással teljes mértékben szkeptikusok, 78,7%-ban soha sem intézik ott az ügyeiket, akárcsak telefonon keresztül sem szívesen intézkednek 57,7%. Az X

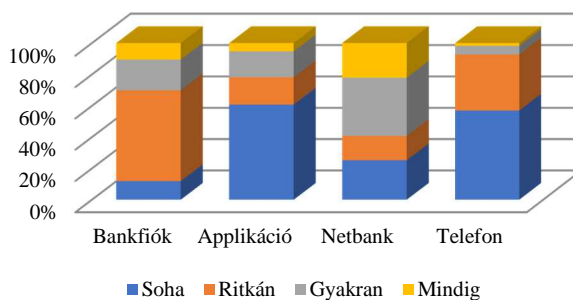
generációs válaszadók 8,2%-ban intézik gyakran vagy mindig telefonon az ügyeiket, ami a generációk között a legmagasabb érték lesz, és ami ismét magasabb, mint a mintaátlag (5,5%). A netbankon való ügyintézés esetükben is igen népszerű (52,3%), de az közel 11% ponttal marad el a mintától.



4. ábra: Az X generációs válaszadók bankolási színtereinek használati gyakorisága

Forrás: saját kutatás, 2018, N = 329

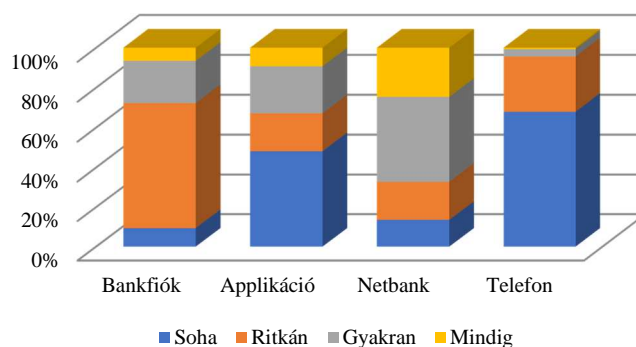
Az Y generáció, mint középső csoport az eredmények alapján is közepén helyezkedik el. Jóval nagyobb hajlandóság látható a digitális csatornák irányába, és kevésbé részesítik előnyben a hagyományos vonalakat. Bankfiókban közel olyan arányban intézik mindig vagy gyakran az ügyeiket, mint a mintában szereplő összes válaszadó (30%), a telefonos ügyintézés tekintetében az X generációhoz közelítenek (7,3%), de az applikáción való ügyintézés (21,8%) valamint a netbank együttes aránya (59,2%) alulmarad a mintához képest. Kevésbé utasítják el a digitális csatornákat, mint az előttük járó generáció, azonban még így is van feladat a digitalizáció megkedveltetése terén (60,8% soha sem intézkedik applikáción keresztül, valamint 25,2% teljesen elutasítja a netbankot is).



5. ábra: Az Y generációs válaszadók bankolási színtereinek használati gyakorisága

Forrás: saját kutatás, 2018, N = 1115

A fenti eredményektől leginkább a Z generáció tér el. Az „always-online” jelző teljes mértékben igaz rájuk, hiszen a hagyományos csatornákat egyértelműen tagadják, ellenben a telefonról, okos eszközről elérhető platformokat abszolút favorizálják. Mindössze 27,8%-uk intézi az ügyeit gyakran vagy mindig bankfiókban (szemben a minta 29,4%-val), a telefonos ügyintézés szinte ismeretlen számukra (4,4%), ellenben az applikáció náluk kap legnagyobb értéket (32,9%), akárcsak a netbank (67,2%). Kimondható, hogy a Z generáció a bankok azon ügyfélkörét jelenti, akik számára a szolgáltatásfejlesztés elengedhetetlen. A meglévő szervezeti működés őket már nem szolgálja ki, és ők azok, akik a jobb, modernebb szolgáltatás érdekében azonnal elfordulnak a bankjuktól. A pénzügyi világ versenye náluk csúcson áll, az innováció iránti igény és szükség itt a leglátványosabb. A bankok számára eddig is tényként kezelt digitális fejlesztés itt kell, hogy sikeres legyen. Ehhez azonban tökéletesen meg kell ismerni az új, „digitális bennszülött” ügyfelek igényét és elvárását.



6. ábra: A Z generációs válaszadók bankolási színtereinek használati gyakorisága

Forrás: saját kutatás, 2018, N = 2518

4. Összefoglalás, következtetések

A digitalizáció merőben más terepet jelent mindenkinek legyen az bank, ügyfél, magánember vagy vállalkozás – ez soha sem volt kérdéses. A digitalizáció, mint folyamat egy végeláthatatlan tevékenységsorozat, ami valahol elkezdődött, és nem tudni, hol lesz vége. A vele járó robotizáció az egyik legnagyobb kihívás, egyben üzleti terület is napjainkban. A bankok sem határolódhatnak el e folyamatától, hiszen ők is részesei, irányítói, és sokszor szenvedői is annak. A Z generációs fiatalok merőben új helyzetet teremtenek a bankok számára, erőteljes igényt támasztva a digitális kiszolgálásra. A Z generációs fiatalok, majd később az alfa generáció ügyféllé válása a szolgáltatások és színterek átalakítása mellett jelentős szervezeti

változást is fog hozni. Ez bankfiók bezárással, elbocsátással, átszervezéssel fog jární, ami kis mértékben, de társadalmi sokkot is fog okozni. Fejlesztőkre nagy arányban lesz szükség, az agilitás alapkövetelmény lesz, de nagy kérdés az, hogy ezen hatásokra való felkészülésre lesz-e a bankoknak elég ideje? A jelen helyzet alapján az idő szorítja a bankokat már most, erőn felüli a helytállás a versenyben, de az „életben maradás” a cél.

Felhasznált irodalom

- [1.] Baranyi, A. – Széles, Zs. (2008): A hazai lakosság megtakarítási hajlandóságának vizsgálata. Bulletin of the Szent István University Special Issue Part II. 367-378 pp.
- [2.] de Grauwe, C. (2008): The Banking Crisis: Causes, Consequences and Remedies, CEPS Policy Brief, No. 178, <http://aei.pitt.edu/11706/1/1758.pdf>, letöltve: 2014.04.23.
- [3.] Kerényi, Á. – Molnár, J. (2017): A FinTech-jelenség hatása – Radikális változás zajlik a pénzügyi szektorban?, Hitelintézeti Szemle, vol. 16, no. 3., 32–50. pp.
- [4.] Lenz, R. (2015): Banking 2025: The Bank of the Future, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2613155>, letöltve: 2019.06.12.
- [5.] Menon, R. (2016): Singapore’s FinTech journey - where we are, what is next, FinTech Conference, Singapore, 16 November 2016., <http://www.bis.org/review/r161118a.htm>. letöltve: 2017.11.24.
- [6.] Prensky, M. (2001): Digital natives, digital immigrants, On the Horizon, MCB University Press, Vol 9., No. 5., 1-6 pp.
- [7.] Calomiris, C.W. (2010): The past mirrors: notes, surveys, debates – The banking crisis yesterday and today, Financial History Review, Vol. 17, No. 1., 3-12. pp.
- [8.] UniCredit (2018): Digitális banki innováció alakítja Közép-és Kelet-Európa növekedésétA közép-és kelet-európai gazdaságok, banki várakozások és digitális látkép 2018, https://www.unicreditbank.hu/content/dam/cee2020-pws-hu/Rolunk/sajtokozlomenyek_magyar/sk20180509-Digit%C3%A1lis%20banki%20innov%C3%A1ci%C3%B3alak%C3%ADtja%20KKE%20n%C3%B6veked%C3%A9s%C3%A9t.pdf, letöltve: 2019.03.22.