

RAZLOGI ZA NEUPORABO DIGITALNEGA BANČNIŠTVA PRI STAREJŠIH

IZAK RAVNAK,¹ LUKA FALEŽ,² LUKA KRAJŠEK,¹
GAL PASTIRK³

¹ Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Maribor, Slovenija
izak.ravnak@student.um.si, luka.krajsek@student.um.si

² Univerza v Mariboru, Fakulteta za strojništvo, Maribor, Slovenija
luka.falez@student.um.si

³ Univerza v Mariboru, Pravna fakulteta, Maribor, Slovenija
gal.pastirk@student.um.si

Sinopsis V okviru našega sodelovanja z Novo Ljubljansko banko (NLB) smo se v poglavju osredotočili na uporabo digitalnih kanalov, kot sta spletna in mobilna banka, pri starejših. V bankah namreč opažajo, da je uporaba digitalnega bančništva pri starejših izredno majhna, kar smo z analizo podatkov potrdili tudi mi. Iz številnih člankov in literature smo ugotovili, kateri so nekateri izmed glavnih razlogov za podobno situacijo tudi v tujini. Z namenom, da bi ugotovili, v kolikšni meri velja to tudi za slovensko prebivalstvo, smo izvedli raziskavo v obliki anketnega vprašalnika, ki smo ga s pomočjo NLB razposlali njenim komitentom. Zaradi velikega odziva smo lahko odgovore podrobno analizirali ter predstavili in opisali razloge za neuporabo digitalnih kanalov, ki so značilni za komitente NLB. Poleg razlogov so anketiranci v okviru anketnega vprašalnika podali tudi določene predloge, ki bi jih prepričali v uporabo in ki lahko pri rešitvah problema pomagajo vsem slovenskim bankam.

Ključne besede
spletno
bančništvo,
mobilno
bančništvo, NLB,
digitalni bančni
kanali, starejši

REASONS BEHIND NON-USAGE OF DIGITAL BANKING BY SENIORS

IZAK RAVNAK,¹ LUKA FALEŽ,² LUKA KRAJŠEK,¹
GAL PASTIRK³

¹ University of Maribor, Faculty of Economics and Business, Maribor, Slovenia
izak.ravnak@student.um.si, luka.krajsek@student.um.si

² University of Maribor, Faculty of Mechanical Engineering, Maribor, Slovenia
luka.falez@student.um.si

³ University of Maribor, Faculty of Law, Maribor, Slovenia
gal.pastirk@student.um.si

Abstract While working with Nova Ljubljanska banka (NLB), we focused on the usage of digital channels, such as online and mobile banks, by the elderly. Overall, banks are noticing a very low usage of digital banking among the elderly, which we confirmed through the analysis of data as well. By studying literature on the topic discussed, we identified the most important reasons for the low usage by seniors around the world. Our purpose was to assess to what extent this also applies to the Slovenian population. To do this, we created a survey which we sent out to the customers of NLB. Due to a very high response rate, we were able to thoroughly analyze all the answers and explain the reasons for non-usage amongst the elderly bank clients. Additionally, customers were asked to present us with possible solutions, which would encourage them to start using digital channels.

Keywords:

online banking,
mobile banking,
NLB,
digital banking
channels,
elderly

1 Uvod

V preteklih desetletjih so bile največje svetovne banke glavni inovatorji, ki so s pomočjo hitrega tehnološkega razvoja iz leta v leto spreminjali načine opravljanja bančnih storitev. Banke so s finančnimi inovacijami, kot so bančni avtomati in POS-terminali, in digitalnimi kanali, kot sta spletna in mobilna banka, v veliki meri preobrazile svetovni bančni sistem. Čeprav se zdi, da omenjena digitalna kanala uporabnikom prinašata številne prednosti, pa se banke še vedno soočajo z zavračanjem njune uporabe. Slednje je posebej značilno za specifične starostne skupine, razlogi za zavračanje pa se med različnimi starostnimi skupinami tudi v veliki meri razlikujejo. V prispevku imamo namen raziskati, kakšni so razlogi za nizko uporabo digitalnih kanalov med starejšim prebivalstvom in kakšne prednosti vidijo v njihovi uporabi starejši, ki spletno/mobilno banko uporabljajo.

Prispevek ima v nadaljevanju pet poglavij. Prvemu, uvodnemu, sledi drugo poglavje, ki zajema zgodovinski razvoj in splošne značilnosti digitalizacije v bančništvu. V tretjem poglavju je predstavljena Nova Ljubljanska banka d.d. (NLB d.d.) in njeni digitalni kanali. Četrto poglavje zajema analizo podatkov in opis problema. V petem poglavju predstavimo anketo in njene rezultate. V šestem poglavju izpostavimo glavne ugotovitve raziskave.

2 Zgodovinski razvoj in splošne značilnosti digitalizacije v bančništvu

Na začetku je mogoče dobro, da podrobneje opišemo in razčlenimo nekaj pojmov, ki se danes pogosto uporabljajo na področju digitalizacije bančnih storitev. Elektronsko bančništvo (e-bančništvo) pomeni opravljanje bančnih ali drugih finančnih storitev po elektronskih tržnih poteh. Dandanes mnogi enačijo izraza e-bančništvo in spletno bančništvo, kar lahko večkrat povzroči nekaj zmede. Spletno bančništvo je načeloma le ena izmed oblik elektronskega bančništva, ki je v zadnjih letih pridobila na pomenu. Med druge oblike elektronskega bančništva sodijo še na primer bankomati, telefonsko bančništvo, plačilne kartice in še aktualnejše mobilno bančništvo. Številne izmed naštetih oblik so bile v preteklosti zelo pomembne za razvoj ponudbe bančnih storitev, danes pa že nekoliko izgubljajo na pomenu ali pa se sploh več ne uporabljajo (Mia, Rahman, & Uddin, 2007).

V razvoju elektronskega bančništva so imeli bankomati oziroma bančni avtomati (angl. *automated teller machine*) zelo pomembno vlogo, ki se je ohranila do danes. Bili so namreč prva večja finančna tehnologija, ki je omogočala opravljanje bančnih storitev brez stika z bančnim uslužbencem. Bankomati so se prvič pojavili v 60. letih 20. stoletja, natančneje leta 1967, ko je banka Barclays v svoji poslovalnici v Londonu predstavila prvi bankomat. Sprva je vsaka stranka imela identifikacijsko kodo, ki jo je na bankomatu lahko uporabila za dvig do desetih funtov. Zatem so se bankomati začeli širiti po vsej Evropi in leta 1970 so predstavili način identifikacije s kodo PIN (angl. *personal identification number*). Dandanes bankomate najdemo povsod, ponujajo pa nam opravljanje širokega nabora storitev, njihova vloga pa je še danes, v vse bolj brezgotovinski družbi, izjemno pomembna (BMA, 2020).

Še ena izmed oblik, ki je pripomogla k razvoju celotnega elektronskega bančništva, je bilo telefonsko bančništvo. To je postalo izjemno priljubljeno že v 80. letih 20. stoletja, številne bančne institucije pa to obliko storitve ponujajo še danes, a je njeno uporabo v zadnjih letih v veliki meri izpodrinilo spletno bančništvo, ki bo podrobneje opisano v nadaljevanju. Telefonsko bančništvo je v osnovi delovalo tako, da se je komitent najprej registriral pri bančni instituciji, ta pa mu je pripisala posebno številko stranke. Komitent si je izbral še geslo za verifikacijo, ki ga je skupaj s številko stranke moral podati ob klicu na telefonsko številko banke. Prva banka, ki je to storitev ponudila svojim komitentom, je bila Girobank iz Združenega Kraljestva leta 1984. Danes tudi NLB ponuja storitve telefonskega bančništva, ki jih imenujejo NLB Teledom. V okviru te storitve so bančni strokovnjaki komitentom na voljo 24 ur na dan, vse dni v letu. Uporabnik mora ob prijavi plačati enkratno pristojbino, nato pa vsak mesec simbolično uporabnino, opravlja pa lahko širok nabor storitev. Storitve NLB Teledom se lahko povezano uporablja tudi s spletno banko NLB Klik (Telephone banking, 2021), (NLB, b. d.).

Znotraj razvoja elektronskega bančništva imajo pomembno vlogo tudi POS-terminali (angl. *point of sale terminal*) in plačilne kartice, ki so družbo popeljali v brezgotovinsko plačevanje. Čeprav so se sistemi, ki so bili podobni POS-terminalu, pojavili že proti koncu 19. in začetku 20. stoletja, je prvi pravi POS-terminal, leta 1973 razvil IBM (International Business Machines). Ta je imel sicer zelo omejene zmožnosti, a je vseeno veljal za revolucionarno novo tehnologijo. Prvi POS-sistem, ki je temeljil na računalniški tehnologiji, je prav tako razvil IBM in ga na trg plasiral leta 1985. Kmalu zatem so razvili tudi prvo POS-programsko opremo za grafiko na

zaslonu za dotik. Računalniški POS-sistemi, ki so se širili v 90. letih 20. stoletja, so od lastnika zahtevali, da je strojno in programsko opremo najprej naložil, nato pa jo konstantno nadgrajeval in vzdrževal. Leta 2002 pa so v Združenem kraljestvu predstavili prvi POS-sistem, ki je temeljil na oblaku (Sorensen, 2021).

Plačilne kartice, kot jih poznamo danes, so se prvič pojavile v 60. letih 20. stoletja. Leta 1969 je namreč IBM razvil in standardiziral kartico z magnetnim trakom, s katero je verifikacija transakcij potekala elektronsko. Leta 1986 sta se pojavila mikročip, ki shranjuje velike količine podatkov in omogoča verifikacijo na POS-terminalu, ter PIN, ki potrdi avtentikacijo in s tem transakcijo. Kmalu zatem je sledila posvojitve EMV-standardov, ki so zagotovili svetovno delovanje transakcij, opravljenih s karticami s čipi. Standardi, poimenovani po treh največjih podjetjih, ki so takrat procesirala plačila (Europay, Mastercard in Visa), so tako izboljšali varnost uporabnikov. Dodaten napredek pa je pomenilo še plačevanje z dotikom kartice, kar se je omogočilo s pametnimi plačilnimi karticami. Leta 2011 so bile na voljo že številne virtualne denarnice, kot sta Google Wallet in Android Pay, ki omogočata plačilo brez plačilnih kartic, torej s pametnim telefonom.

Eden izmed novejših načinov kontaktiranja banke, ki ga prav tako lahko uvrstimo pod elektronsko bančništvo, so pred kratkim uveljavljeni videoklici. Tako lahko bančni svetovalci uporabnikom svetujejo v živo, omogoča pa se opravljanje skoraj vseh zaželenih storitev.

Ker smo se v okviru našega projekta v večji meri osredotočali predvsem na težave posvojitve spletne in mobilne banke, bodo razvoj in lastnosti teh dveh oblik elektronskega bančništva v nadaljevanju tudi nekoliko podrobneje predstavljene.

2.1 Spletno bančništvo

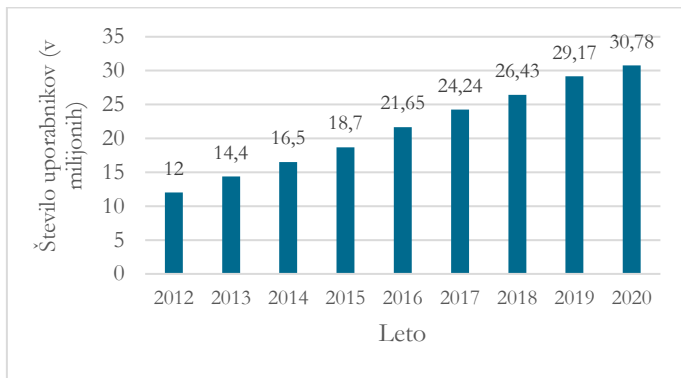
Že leta 1994 naj bi ustanovitelj podjetja Microsoft, Bill Gates, izjavil: »Bančništvo je nujno potrebno, banke pa ne.« S tem je najverjetneje dal vedeti, da v prihodnosti pričakuje tehnološke spremembe, ki bodo povzročile upad tradicionalnega bančništva s poslovalnicami in omogočile opravljanje bančnih storitev na daljavo. Spletno bančništvo predstavlja elektronski plačilni sistem, ki omogoča opravljanje bančnih in drugih finančnih storitev na spletni strani banke ali druge finančne organizacije.

Začetki razvoja spletnega bančništva segajo v 80. leta 20. stoletja, ko so štiri newyorške banke Citibank, Chase, Chemical in Manufacturers Hanover v nekoliko omejenem obsegu ponudile prve elektronske finančne storitve po videoteksu. Sistem se je uporabljal za prenašanje informacij v obliki besedila, prikazal pa se je večinoma na televiziji. Za razliko od teleteksta, ki omogoča le enosmeren prenos informacij, je videoteks omogočal interaktivno komunikacijo oziroma dvosmerno prenašanje informacij. Trendom je kmalu sledila tudi škotska banka Bank of Scotland, ki je že leta 1983 članom organizacije Nottingham Building Society ponudila storitev, imenovano Homelink. Omogočena storitev je za opravljanje finančnih transakcij in plačevanje računov uporabljala televizijo in telefon. Banka Stanford Credit Union je prva naredila preskok na računalnike, saj je prva ustvarila spletno stran banke, leta 1995 pa je Presidential Savings Bank postala prva banka v ZDA, ki je ponujala vzpostavitev bančnega računa na spletu (Gonzalez, 2014), (Şanlı & Hobikoğlu, 2015).

Danes storitev spletnega bančništva ponujajo prav vse banke, vse bolj priljubljeno pa postaja tudi med splošnim prebivalstvom, saj se ljudje vedno bolj zavedajo številnih prednosti, ki jih uporaba spletne banke omogoča.

2.2 Mobilno bančništvo

Razvoj prvega pametnega telefona, ki ga je leta 2007 predstavil Apple, je v nekaj letih povzročil prehod z računalnika, kjer so komitentni uporabljali spletno bančništvo, na pametne mobilne telefone, ki omogočajo uporabo aplikacij mobilnih bank. V letih 2011 in 2012 se je uporaba te bančne storitve začela izjemno hitro širiti med vsemi generacijami bančnih komitentov, kar je prikazano tudi na primeru komitentov Bank of America na sliki 1. Vse od leta 2012 se je število uporabnikov mobilne banke Bank of America iz leta v leto povečevalo in se tako do leta 2020 povečalo z 12 milijonov na 30,78 milijona uporabnikov.



Slika 1: Število uporabnikov mobilne banke med letoma 2012 in 2020 (Bank of America)

Vir podatkov: Statista Research Department (2022).

Zgodovina mobilnega bančništva pravzaprav sovпада z zgodovino spletnega bančništva, razvoj na tem področju pa je pogojen z razvojem pametnih mobilnih telefonov. Njegovi začetki sicer segajo že v leto 1999, ko je mobilno bančništvo potekalo po SMS-sporočilih. Tovrstne storitve so bile takrat znane kot SMS-bančništvo, vodilne na tem področju pa so bile predvsem evropske banke (CFI, 2020).

Mobilno bančništvo dandanes bančnim komitentom omogoča izvajanje širokega nabora transakcij in drugih storitev. Mnoge izmed teh lahko uporabniki opravljajo tudi v spletni banki na računalniku, tiste, ki jih ne morejo, pa predstavljajo nadgradnjo spletni banki. Med osnovne storitve po navadi spadajo pregled nad stanjem na računih, izvajanje različnih vrst transakcij itd. Primer dodatne storitve, ki je spletna banka po navadi ne ponuja, pa je plačevanje računov s skeniranjem QR-kode. Kot ukrep za izboljšanje varnosti številne banke uporabljajo obveščanje uporabnikov o aktivnosti na računu, največkrat kar z SMS-sporočili (CFI, 2020).

2.3 Prednosti in slabosti spletnega in mobilnega bančništva

Uporaba digitalnih orodij, kot sta spletna in mobilna banka, lahko bančnim komitentom prinaša številne prednosti in ugodnosti. Kot pri vsakem izdelku pa tudi v tem primeru obstajajo določene slabosti, ki številne potencialne uporabnike odvrčajo od uporabe. Uporaba obeh digitalnih orodij pri komitentih pa prinaša določene prednosti tudi bankam.

Večina uporabnikov spletne in mobilne banke bi na vprašanje *»Kaj so največje prednosti uporabe digitalnih orodij, kot sta spletna in mobilna banka?«* med prvimi prednostmi najverjetneje navedla priročnost. Uporabniki lahko do svojih bančnih računov namreč dostopajo z računalnikom (v primeru spletne banke) ali kar s pametnim mobilnim telefonom (v primeru mobilne banke). Tako lahko pravzaprav kadar koli in kjer koli dostopajo do svojih računov in pregledajo stanje, opravljajo transakcije in druge storitve.

Prednosti uporabe so prav tako nizki stroški in prihranek na času. Spletno in mobilno bančništvo znižata stroške opravljanja storitev tako uporabnikom kot tudi bankam. Storitve spletnega in mobilnega bančništva se večinoma ponujajo zastoj vsem bančnim komitentom, opravljanje storitev z omenjenimi orodji pa večkrat pomeni tudi nižje provizije. Odpravijo pa se tudi vsi transportni stroški, ki bi se pojavili v primeru, da bi uporabnik za opravljanje storitev moral obiskati poslovalnico. Po drugi strani lahko banke v veliki meri znižajo svoje stroške z zmanjševanjem števila nepotrebnih poslovalnic. Številnim uporabnikom pa je pomembna tudi boljša informiranost, ki jo omogoča uporaba obeh digitalnih orodij.

Seveda pa so z digitalnim bančništvom povezane tudi določene slabosti. Glavne slabosti uporabe spletne in mobilne banke so povezane predvsem z zmogljivostjo tehnologije. Aplikacije še vedno niso popolnoma zanesljive, zato obstaja možnost, da pride do težav pri opravljanju transakcij ali raznih drugih storitev. Včasih so lahko določene transakcije nekoliko bolj zapletene in zahtevajo pomoč raznih strokovnjakov, kar lahko onemogoči njihovo opravljanje v spletni ali mobilni banki. Še ena izmed slabosti poslovanja preko digitalnih kanalov pa je nezmožnost opravljanja določene storitve. Določenih bančnih storitev namreč ne moremo opravljati preko digitalnih kanalov, ampak moramo še vedno obiskati poslovalnico. Prav tako številnim bančnim komitentom ni všeč pomanjkanje osebnega stika, saj se jim zdi opravljanje transakcij ob prisotnosti bančnih strokovnjakov zanesljivejše in varnejše. Takšnim posameznikom je poznavanje osebja v lokalni poslovalnici pogosto izrednega pomena, osebni stik pa omogoča tudi lažje reševanje raznih problemov, ki se lahko pojavijo. Ena izmed slabosti, ki je večini komitentom najpomembnejša, pa je varnost. S tem mislimo predvsem varnost opravljanja transakcij in denarnih sredstev, ki jih imajo komitenti na svojih računih. Programska oprema je posebej zavarovana, da omogoča varnost pred potencialnimi napadi, a

sistem seveda ni popoln, zato v določenih primerih še vedno prihaja do kraje podatkov ali denarnih sredstev komitentov (Koskosas, 2011).

2.4 Prihodnost – direktno bančništvo in neobanke

Na globalnih bančnih trgih so vrsto let dominirale velike bančne institucije, ki so jim novi potencialni konkurenti le s težavo konkurirali, saj so banke obvladovale velike količine kapitala, prav tako pa so imele že zveste stranke – komitente. Globalna finančna kriza, ki je leta 2008 pretresla svetovno gospodarstvo, pa je s sabo prinesla tudi določene spremembe, saj so banke zelo hitro izgubile zaupanje velikega dela prebivalstva. To je v kombinaciji z vse večjim povpraševanjem po digitalizaciji bančnih storitev odprlo vrata na trg določenim finančno-tehnološkim podjetjem, v tem primeru tako imenovanim neobankam. Te so vrsta direktnih bank, ki delujejo samo na spletu, brez fizičnih poslovalnic.

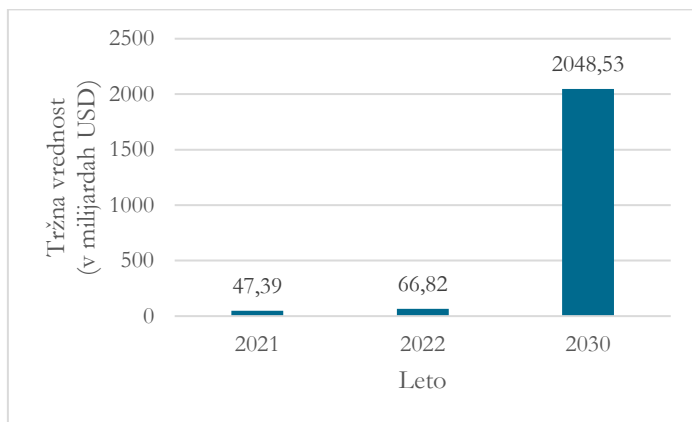
Del procesa digitalizacije je tudi razvoj finančnih tehnologij (angl. *fintech*), ki poskušajo izboljšati in avtomatizirati izvajanje ter uporabo finančnih storitev. Osnovna ideja novih finančnih tehnologij je, da se uporabljajo za pomoč podjetjem, njihovim lastnikom in potrošnikom, da bolje opravljajo svoje finančno poslovanje. S tem se prav tako izboljša kakovost storitev, ki delujejo s pomočjo specializirane programske opreme in algoritmov, ki se uporabljajo v računalnikih in vse bolj tudi v pametnih telefonih. Beseda *fintech* je skovanka iz besed, ki samostojno pomenita »finance« in »tehnologija«. Storitve *fintech* se poleg finančnih storitev, kot jih ponujajo banke, uporabljajo tudi na področju kriptovalut, zavarovalništva, investicijskih družb ipd. Te so za uporabnika dobesedno le »dotik stran« in so vse bolj priljubljene (Cvetko, 2019).

V medijih je zaslediti, da jih imenujejo kar neobanke (angl. *neobanks*). To so banke, ki poslujejo izključno digitalno, v aplikaciji in na internetu. So netradicionalne z vidika, da nimajo lastnih poslovalnic za uporabnike. Določene storitve dviga in pologa gotovine pa omogočajo s pomočjo drugih organizacij in sistemov. Slonijo predvsem na negotovinskem poslovanju. Še več, gotovinsko poslovanje celo omejujejo. Kot primer naj navedemo omejitve dvigov na bankomatih, ki je zneskovno ali številčno do tri dvige na mesec. Ob plačilnih storitvah pa ponujajo še druge storitve, kot so zavarovanja in trgovanja z vrednostnimi papirji, trgovanje s kriptovalutami, vodenje računa v več valutih ipd. (Cvetko, 2019).

Ker so neobanke pravzaprav tehnološka podjetja, imajo v tem pogledu prednost pred tradicionalnimi bankami. Sploh v zadnjih letih so bile neobanke vodilne inovatorke na finančnih trgih. Kljub temu je večina tradicionalnih bank že začela odgovarjati na potencialne grožnje novih tehnoloških konkurentov. V nekaterih primerih so na trg lansirale svoje digitalne banke ali pa skušajo z uporabo novih tehnologij čim bolj izboljšati uporabniško izkušnjo njihovih komitentov. Lepa primera tovrstnih trudov sta na primer spletna in mobilna banka, ki sta danes ključni za uspešno poslovanje tradicionalnih bank.

Trenutno je največja neobanka na svetu Nubank iz Brazilije, ki je bila ustanovljena leta 2013, sledita ji Chime iz ZDA in Revolut iz Združenega Kraljestva, ki je poleg N26 ena izmed najbolj priljubljenih neobank tudi v Sloveniji.

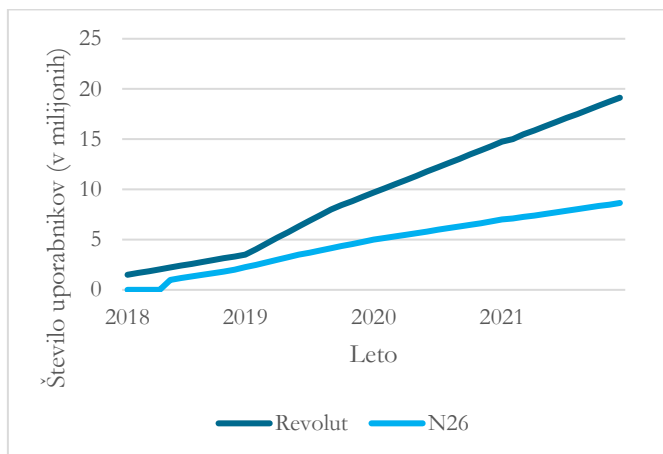
Napovedi nekaterih analistov namigujejo na izjemno hitro rast finančno-tehnoloških neobank. Slika 2 prikazuje napoved, ki pravi, da naj bi se tržna vrednost neobank povečala s 47,39 milijarde USD na kar 2048,53 milijarde USD do leta 2030. V kolikšni meri so tovrstne napovedi točne, pa bomo videli v naslednjih letih.



Slika 2: Tržna vrednost neobank leta 2021 in napovedi do leta 2030

Vir podatkov: Statista Research Department (2022).

Med najbolj priljubljenimi neobankami v Sloveniji sta trenutno Revolut in N26. Kot je prikazano na sliki 3, se je število komitentov obeh omenjenih neobank v zadnjih štirih letih izjemno povečalo, kar nakazuje na vse večjo priljubljenost tovrstnih bančnih institucij.



Slika 3: Rast komitentov neobank Revolut in N26 2018–2021

Vir podatkov: Statista Research Department (2022).

Neobanke se osredotočajo na izboljšanje storitev tradicionalnih bank in s tem spodbujajo inovacije na več področjih. Ponujajo personalizirane storitve in dobro podporo strankam, ki si lahko račun hitro odprejo, uporaba njihovih storitev pa je cenejša, s čimer izboljšajo izkušnjo strank. Slednjim pomagajo pri načrtovanju njihovih financ z obvestili in dodatnimi dosegljivimi podrobnostmi o porabi in varčevanju denarja. Zaradi delovanja na spletu in boljše operativne učinkovitosti odpravljajo oziroma znižujejo provizije, poleg tega pa so hitro prilagodljive strankam in novim inovacijam. S svojo transparentnostjo pa skušajo strankam zagotoviti čim več informacij o svojih dejavnostih in poslovanju, ki so predstavljene v finančnih poročilih, dokumentih, blogih itd. (Hopkinson idr., 2019). Z Revolutom je na primer mogoče brezplačno plačevati v evrskem območju in med valutami pretvarjati po ugodnem menjalnem tečaju. Kljub temu da neobanke delujejo zgolj na spletu, je varnost računa pri njih podobna kot pri klasičnih bankah, v primeru hekerskega vloma ali izgube telefona pa je mogoče račun in kartice tudi takoj blokirati. N26 in Revolut ponujata tudi plačljive pakete, v katerih nudita še turistična in zdravstvena zavarovanja in se tako širita na nebančne trge (Šavel, 2020).

Vendar lahko kot slabost neobank vzamemo odsotnost fizičnih poslovalnic in bančnih uslužbencev ter s tem osebnega stika, sicer pa po navadi ponujajo telefonsko in spletno podporo s svojimi uslužbenci. Prav tako še v neobankah zaenkrat ni mogoče najemati posojil ali varčevati kot pri klasičnih bankah, vendar imata N26 in

Revolut že licenco za opravljanje bančnih poslov, tako da bo tudi to enkrat v prihodnosti najbrž mogoče (Šavel, 2020).

Neobanke so zelo priljubljene pri dnevnem bančništvu, k čemur pripomore predvsem njihov poslovni model, ki temelji na zelo dobri uporabniški izkušnji. Dodati pa je treba, da ob kompleksnejših situacijah še vedno prednjačita osebni stik in zaupanje. Tako lahko zaključimo, da imajo tudi neobanke svoj maksimalni doseg. Hkrati pa so tudi tradicionalne banke veliko napora vložile v model dobre uporabniške izkušnje in že s tem ponovno uspešno konkurirajo neobankam.

3 Nova Ljubljanska Banka d.d. (NLB d.d.)

3.1 Splošno o podjetju

NLB Skupina je največja bančna in finančna skupina v Sloveniji s sedežem v Ljubljani. NLB d.d. se strateško usmerja na trge Jugovzhodne Evrope (Srbija, Bosna in Hercegovina, Severna Makedonija, Črna gora in Kosovo) in pokriva trg z okoli 17 milijoni prebivalcev. Skupina je sestavljena iz matične družbe v Sloveniji, devetih odvisnih članic v državah Jugovzhodne Evrope in več družb za pomožne storitve, kot so na primer upravljanje sredstev, upravljanje nepremičnin in leasing. Decembra 2020 je NLB Skupina opravila zadnji veliki prevzem, prevzela je namreč Komerčijalno Banko Beograd in s tem še dodatno okrepila svoj položaj v regiji. Konec leta 2020 je imela NLB Skupina okoli 8800 zaposlenih, od tega 2700 v Sloveniji. Na dan 31. 12. 2021 je bil največji delničar NLB Skupine Republika Slovenija s 25-odstotnim deležem in eno delnico (NLB Skupina, 2020).

3.2 Digitalizacija v NLB d.d.

Eden izmed strateških ciljev NLB Skupine je digitalna preobrazba. Pandemija covid-19 je ta cilj pospešila. Nove okoliščine so vplivale na sprejetje digitalnih prodajnih poti pri strankah. NLB d.d. je bila že pred izbruhom pandemije vodilni ponudnik digitalnih storitev in inovator na ključnih trgih. NLB d.d. tako ponuja spletno bančništvo NLB Klik in mobilno bančništvo Klikin. Prav tako omogoča storitev videoklica. S slednjim poskuša digitalno storitev približati klasičnemu obisku poslovalnice. Mobilna denarnica oziroma aplikacija NLB Pay strankam omogoča brezstična in enostavna plačila s poslovno kartico NLB Mastercard in poslovno

kartico NLB Maestro na brezstičnih POS-terminalih (v Sloveniji in tujini), mogoča pa so tudi obročna plačila. Dejavn je tudi pri ponudbi digitalnih izdelkov. Aplikacija NLB Odkup terjatev strankam omogoča digitalizirano rešitev financiranja terjatev (vključno z možnostjo financiranja obratnih sredstev ter financiranja domačih in čezmejnih terjatev, tako uvoznih kakor tudi izvoznih). NLB Skupina si z digitalizacijo prizadeva avtomatizirati postopke. Glavni namen je omogočiti hitrejšo in boljšo storitev za stranke in učinkovitejše notranje procese z zmanjšanjem stroškov. V letnem poročilu NLB Skupina navaja, da bo še naprej veliko vlagala v IT-infrastrukturo in zmogljivosti, posebej pa se bo osredotočila na izboljšanje hitrosti. Želi si tudi povečati zmogljivosti na področjih obdelave podatkov in modeliranja ter izboljšati tudi ustreznost storitev za stranke (NLB Skupina, 2020).

3.3 Digitalna transformacija bančništva

Digitalno bančništvo pomeni avtomatizacijo tradicionalnih bančnih storitev. Bankam omogoča, da lahko svoje izdelke in storitve strankam ponujajo na spletu. Digitalno bančništvo zajema digitalizacijo vseh bančnih operacij. Z večjo spletno prisotnostjo banke nadomeščajo fizično prisotnost poslovalnic.

Tehnologija, danes bolj kot kdaj koli prej, vpliva na razvoj finančnega sistema in na prihodnost bank. Tehnološka podjetja in tudi zagonška podjetja, specializirana v finančni tehnologiji, so začela ponujati finančne storitve, ki so bile v domeni tradicionalnih bank. Istočasno so stranke, z dobro digitalno pismenostjo, začele povpraševati po udobnejših in na sploh boljših storitvah na mobilnih napravah. Pandemija covida-19 je pospešila sprejemanje digitalnih tehnologij na vseh področjih, vključno s finančnimi storitvami. Velike svetovne banke so, da bi ostale konkurenčne in znižale stroške poslovanja, digitalno preobrazbo postavile za prednostno nalogo.

Digitalno transformacijo bančništva lahko analiziramo v dveh smereh, in sicer v smeri novih tehnologij in prizadetih storitev. Priljubljene tehnologije, ki se uporabljajo v bančništvu, so oblak, umetna inteligenca, analitika big data, mobilna tehnologija in robotski svetovalci. Vse več bank se seli k tehnologiji v oblaku. Preizkušajo se aplikacije za sporočanje in klepetalnice z umetno inteligenco, ki posnemajo človeški govor. Razvijajo se tudi robotske svetovalne platforme, ki strankam zagotavljajo finančne rešitve. Med storitve, na katere vpliva tehnologija,

štejejo plačila, posojila, upravljanje premoženja in komunikacijo (Liu in Cuevas, 2021).

3.4 Spletna banka NLB Klik

NLB Klik je spletna banka in ena izmed storitev, ki jo varčevalcem in drugim komitentom banka NLB d.d. ponuja v okviru osnovnih storitev, kar pomeni, da je njena uporaba za vse komitente banke NLB d.d. brezplačna. Glavna prednost uporabe spletne banke v primerjavi s tradicionalnim bančništvom (obisk bančnih poslovalnic) je predvsem izvajanje storitev od doma, s čimer lahko prihranimo čas in denar. Prav nižji stroški opravljanja storitev veljajo za eno izmed glavnih prednosti spletnega bančništva. V NLB Kliku lahko uporabnik pregleda stanje ter promet na vseh osebnih in drugih računih, za katere je pooblaščen, ter med njimi tudi brez problemov prenaša svoja sredstva. Omogoča tudi navezovanje stikov z bančnimi uslužbenci, ki so na voljo 24 ur na dan po videoklicu ali spletnem klepetu (NLB, b. d.).

3.5 Mobilna banka NLB Klikin

Mobilna banka NLB Klikin predstavlja nadgradnjo spletne banke, saj omogoča nekaj dodatnih funkcij, ki jih spletna banka ne ponuja, prav tako pa nam je na voljo kjer koli, saj imamo aplikacijo Klikin naloženo na pametnem mobilnem telefonu. Aplikacija deluje na vseh pametnih mobilnih telefonih, ki uporabljajo operacijske sisteme iOS ali Android, in novih napravah Huawei. Ena izmed prednosti mobilne banke v primerjavi s spletno banko je predvsem izvajanje dodatnih storitev. V mobilni banki lahko tako opravljamo večinoma vse, kar je omogočeno tudi v spletni banki, kot je na primer pregled stanja računa in prometa na vseh računih in plačilnih karticah. Prav tako imamo lahko pregled varčevanj, depozitov in najetih kreditov. Dodatne enostavne bančne storitve, ki pa jih spletna banka na primer ne ponuja, so predvsem plačevanje položnic s skeniranjem QR-kode, lažji prenos denarja drugim uporabnikom spletne banke (brez dodatnih podatkov) in menjava denarja med različnimi valutami. Obstajajo pa tudi določene naprednejše storitve, med katere spadajo na primer najemanje hitrih kreditov, naročila za spremembo limitov na računih in podpisovanje naročil z digitalnim podpisom. Podobno kot pri spletni banki je tudi uporaba mobilne banke za vse komitente NLB d.d. popolnoma brezplačna (NLB, b. d.).

4 Opis problema

4.1 Analiza podatkov o komitentih ter uporabnikih/neuporabnikih digitalnih platform

V okviru projekta smo se odločili proučiti razloge za neuporabo digitalnega bančništva med starejšimi s poudarkom na uporabi spletne in/ali mobilne banke ter tem, katere prednosti in slabosti vidijo komitenti NLB d.d. pri uporabi teh dveh naprednih digitalnih bančnih tehnologij.

Začetek raziskave smo pričeli z (anonimno) analizo podatkov o komitentih, ki so nam jih iz svojih baz podatkov priskrbeli zaposleni na NLB d.d. Prejeli smo tri sklope podatkov, vsi pa so bili pridobljeni na dan 31. 3. 2022. V tabeli 1 se nahajajo podatki o skupnem številu vseh komitentov ter številu aktivnih komitentov NLB d.d. Aktivni komitenti so tisti, ki so v zadnjih treh mesecih uporabili katero koli izmed bančnih storitev.

Tabela 1: Skupno število vseh komitentov in aktivni komitenti

Starostna skupina	10–19 let	20–29 let	30–39 let	40–49 let	50–59 let	60–69 let	70–79 let	80–89 let	90+ let
Vsi komitenti	53.747	85.495	100.25	115.008	109.033	106.174	78.777	44.573	14.861
Aktivni komitent	31.252	78.086	93.799	107.79	102.408	99.215	72.090	38.024	9895

Vir podatkov: interni vir NLB d.d.

V tabeli 1 se nahajajo podatki o spletni banki NLB Klik. Tabela 2 prikazuje podatke o številu:

- aktivnih uporabnikov spletne banke, ki so se v zadnjih treh mesecih vsaj enkrat prijavili v spletno banko;
- neaktivnih uporabnikov spletne banke, ki imajo aktivirano spletno banko, vendar se v zadnjih treh mesecih vanjo niso prijavili ter
- komitentov, ki spletne banke nimajo aktivirane.

Tabela 1: Aktivni in neaktivni uporabniki ter neuporabniki spletne banke Klik

Starostna skupina	10–19 let	20–29 let	30–39 let	40–49 let	50–59 let	60–69 let	70–79 let	80–89 let	90+ let
Aktivni Klik uporabniki	417	9164	20.763	27.443	23.405	15.138	6412	1019	70
Neaktivni Klik uporabniki	4453	33.422	38.375	36.163	25.180	14.276	5208	932	94
Niso Klik uporabniki	48.877	42.909	41.114	51.402	60.448	76.760	67.157	42.622	14.697

Vir podatkov: interni vir NLB d.d.

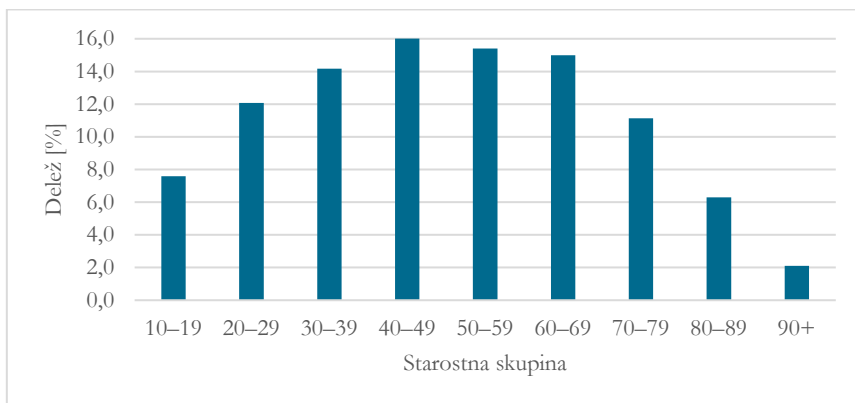
V tabeli 3 najdemo iste vrste podatkov kot v prejšnji, le da se podatki o številu aktivnih in neaktivnih uporabnikov ter neuporabnikov v tem primeru nanašajo na mobilno banko Klikin.

Tabela 3: Aktivni in neaktivni uporabniki ter neuporabniki mobilne banke Klikin

Starostna skupina	10–19 let	20–29 let	30–39 let	40–49 let	50–59 let	60–69 let	70–79 let	80–89 let	90+ let
Aktivni Klikin uporabniki	11.871	61.703	69.818	69.161	50.085	27.240	9365	1333	98
Neaktivni Klikin uporabniki	2688	7579	6877	7930	7580	6132	2891	581	52
Niso Klikin uporabniki	39.188	16.213	23.557	37.917	51.368	72.802	66.521	42.659	14.711

Vir podatkov: interni vir NLB d.d.

Najprej nas je zanimalo, kolikšen delež komitentov predstavlja posamezna starostna skupina znotraj NLB d.d. Skupno število vseh komitentov banke (brez otrok, starih do 10 let) je 707.920. Povprečna starost komitenta znaša 50,5 leta. Na sliki 4 so grafično prikazani deleži starostnih skupin.

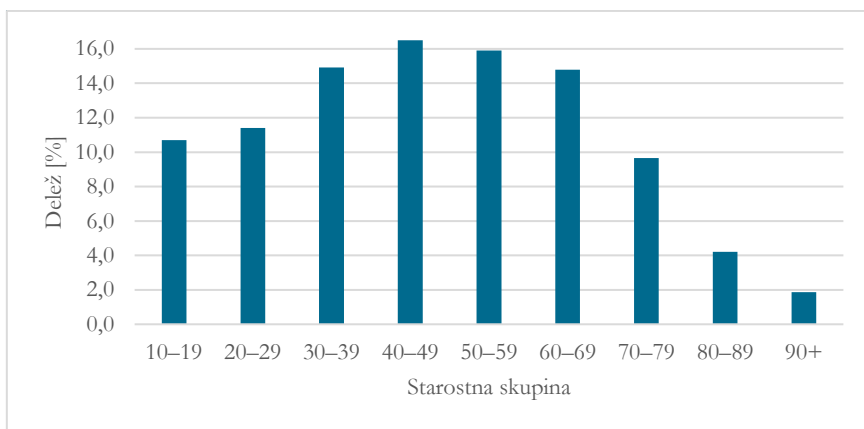


Slika 4: Delež komitentov po starostnih skupinah glede na skupno število komitentov

Vir podatkov: interni vir NLB d.d.

Opazimo lahko, da ima NLB d.d. največ komitentov v starostni skupini 40–49 let in sicer 16,2 %. Hitro zatem sledi skupina 50–59 let s 15,4 % in starostna skupina 60–69 let s 15,0 %. Če seštejemo štiri največje deleže (starost komitentov od 30 do 69 let), lahko opazimo, da ljudje, ki so običajno v aktivnem delovnem razmerju, predstavljajo več kot 60 % vseh komitentov NLB d.d.

S Statističnega urada Republike Slovenije smo pridobili tudi podatke o starostni sestavi prebivalcev Republike Slovenije in jih grafično ponazorili na sliki 5 (vir: stat.si).

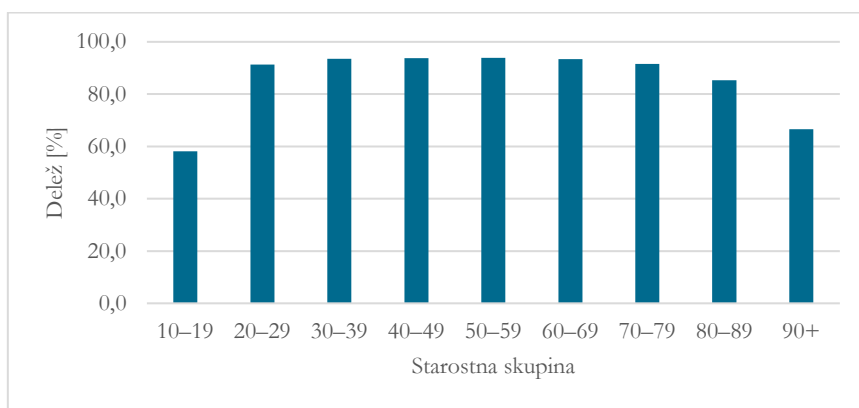


Slika 5: Delež prebivalcev po starostnih skupinah glede na skupno število prebivalcev

Vir podatkov: Statistični urad Republike Slovenije, 2022.

Ob hitrem pregledu in primerjavi starostne sestave komitentov NLB d.d. ter prebivalcev Republike Slovenije vidimo, da sta si sestavi podobni. Izračunali smo, koliko se v povprečju starostne skupine obeh sestav razlikujejo. Povprečno absolutno odstopanje oziroma MAD znaša le 1,04 %, zato lahko trdimo, da je starostna sestava komitentov NLB d.d. dober oziroma reprezentativen vzorec prebivalstva Republike Slovenije glede starostne sestave.

Raziskavo smo nadaljevali z analiziranjem deleža aktivnih komitentov znotraj posamezne starostne skupine. Rezultati so grafično predstavljeni na sliki 6.



Slika 6: Delež aktivnih komitentov po starostnih skupinah

Vir podatkov: interni vir NLB d.d.

Opazimo, da je delež aktivnih komitentov pri vseh starostnih skupinah (z izvzemom najmlajših in najstarejših komitentov) nad 90 %. Sklepamo lahko torej, da devet od desetih ljudi redno uporablja bančne storitve za tak ali drugačen namen. Ta sklep sploh ni presenetljiv, saj smo ljudje v večini odvisni od bančnih storitev, če ne drugače, pa vsaj pri prejemanju plače ali pokojnine.

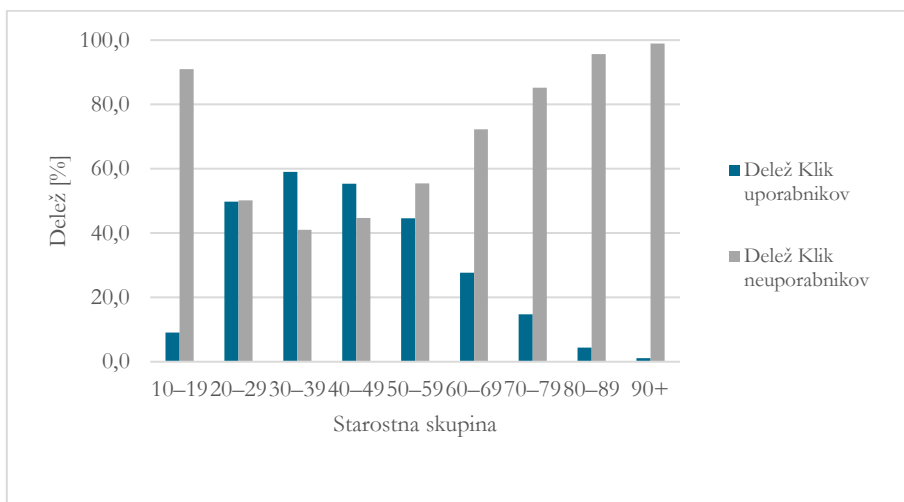
Pri najstnikih je delež aktivnih komitentov najmanjši izmed vseh starostnih skupin in znaša 58,1 %. Vzrok za to je najbrž, da so jim starši odprli račun, otroci pa še ne potrebujejo toliko bančnih storitev. To skupino bi bilo najbrž zelo zanimivo razdeliti na dva dela – na otroke do konca osnovne šole in otroke, ki že obiskujejo srednjo šolo. Najbrž bi nam tak način raziskave dal več odgovorov.

Majhen delež aktivnih komitentov lahko opazimo tudi pri osebah, starih 90 let in več. Delež znaša 66,6 %. Vzroki za majhen delež bi lahko bili, da starejši enostavno več ne uporabljajo bančnih storitev iz različnih razlogov ali pa da enostavno več ne zmorejo slediti bančnemu razvoju.

Sedaj pa nadaljujmo s predstavitvijo rezultatov, ki predstavljajo fokus naše raziskave in bodo pomagali opredeliti problem, s katerim se ne srečuje samo NLB d.d., temveč kar večina slovenskih in tujih bank.

4.2 Analiza uporabnikov/neuporabnikov spletne banke Klik

V naslednjem grafičnem prikazu si lahko ogledamo delež uporabnikov ter deleže neuporabnikov spletne banke Klik po starostnih skupinah. Zaradi boljše preglednosti smo aktivne in neaktivne uporabnike na sliki 7 združili v skupno kategorijo – torej v kategorijo uporabnikov spletne banke, v tabeli 4 pa so uporabniki ponovno deljeni.



Slika 7: Delež uporabnikov in neuporabnikov spletne banke Klik po starostnih skupinah

Vir podatkov: interni vir NLB d.d.

Zaradi velike količine podatkov na zgornjem grafu so prikazani podatki zbrani še v tabeli 4.

Tabela 4: Delež uporabnikov in neuporabnikov spletne banke Klik po starostnih skupinah

Starostna skupina	10–19 let	20–29 let	30–39 let	40–49 let	50–59 let	60–69 let	70–79 let	80–89 let	90+ let
Delež aktivnih Klik uporabnikov	0,8 %	10,7 %	20,7 %	23,9 %	21,5 %	14,3 %	8,1 %	2,3 %	0,5 %
Delež neaktivnih Klik uporabnikov	8,3 %	39,1 %	38,3 %	31,4 %	23,1 %	13,4 %	6,6 %	2,1 %	0,6 %
Delež Klik uporabnikov	9,1 %	49,8 %	59,0 %	55,3 %	44,6 %	27,7 %	14,8 %	4,4 %	1,1 %
Delež Klik neuporabnikov	90,9 %	50,2 %	41,0 %	44,7 %	55,4 %	72,3 %	85,2 %	95,6 %	98,9 %

Vir podatkov: interni vir NLB d.d.

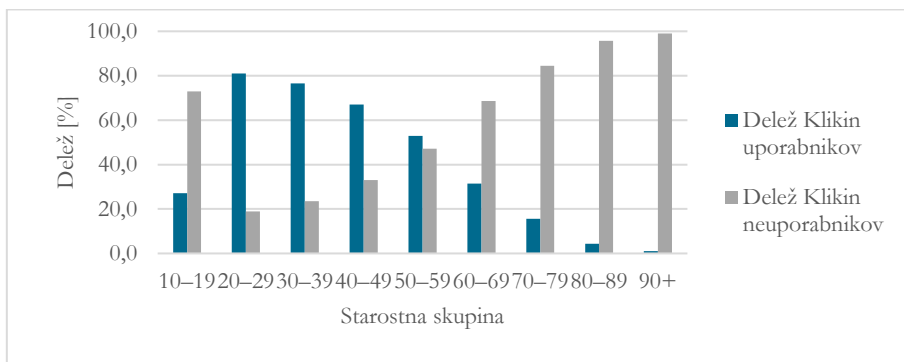
Iz tabele 4 in slike 7 lahko hitro razberemo, da spletna banka pri večini komitentov ni preveč priljubljena. Največji delež aktivnih uporabnikov znaša le 23,9 % pri uporabnikih, starih med 40 in 49 let. Le pri dveh starostnih skupinah je delež uporabnikov večji od deleža neuporabnikov (30–39 in 40–49 let). Povprečen delež uporabnikov spletne banke znaša 29,5 %.

Opazimo lahko trend, da z višanjem let narašča delež neuporabnikov, če izvzamemo najstnike (kar pa ni nič narobe, saj se deleža v naslednji kategoriji povsem izenačita, kar nakazuje, da se najstniki, ko je to potrebno, naučijo uporabljati spletno banko).

Iz zgoraj zapisanega bi lahko razbrali, da bi banke morale spletno banko narediti privlačnejšo za vse starostne skupine. Povprečen delež uporabnikov znaša 29,5 %. Predvsem pa moramo izpostaviti problem, ki se pojavlja pri osebah, starejših od 60 let, saj pri teh delež neuporabnikov znaša kar med 72,3 % in 98,9 %. Če bi banke želele pridobiti uporabnike spletne banke, bi največjo maso lahko pridobile ravno pri osebah, starejših od 60 let.

4.3 Analiza uporabnikov/neuporabnikov mobilne banke Klikin

V prejšnjem poglavju smo analizirali spletno banko in njene uporabnike. V tem poglavju pa so predstavljeni rezultati analize uporabnikov in neuporabnikov mobilne banke Klikin. Zaradi boljše preglednosti so v grafičnem prikazu aktivni in neaktivni uporabniki ponovno združeni, v tabeli pa ločeni.



Slika 8: Delež uporabnikov in neuporabnikov mobilne banke Klikin po starostnih skupinah
Vir podatkov: interni vir NLB d.d.

In še tabelarni prikaz podatkov:

Tabela 5: Delež uporabnikov in neuporabnikov mobilne banke Klikin po starostnih skupinah

Starostna skupina	10-19 let	20-29 let	30-39 let	40-49 let	50-59 let	60-69 let	70-79 let	80-89 let	90+ let
Delež aktivnih Klikin uporabnikov	22,1 %	72,2 %	69,6 %	60,1 %	45,9 %	25,7 %	11,9 %	3,0 %	0,7 %
Delež neaktivnih Klikin uporabnikov	5,0 %	8,9 %	6,9 %	6,9 %	7,0 %	5,8 %	3,7 %	1,3 %	0,3 %
Delež Klikin uporabnikov	27,1 %	81,0 %	76,5 %	67,0 %	52,9 %	31,4 %	15,6 %	4,3 %	1,0 %
Delež Klikin neuporabnikov	72,9 %	19,0 %	23,5 %	33,0 %	47,1 %	68,6 %	84,4 %	95,7 %	99,0 %

Vir podatkov: interni vir NLB d.d.

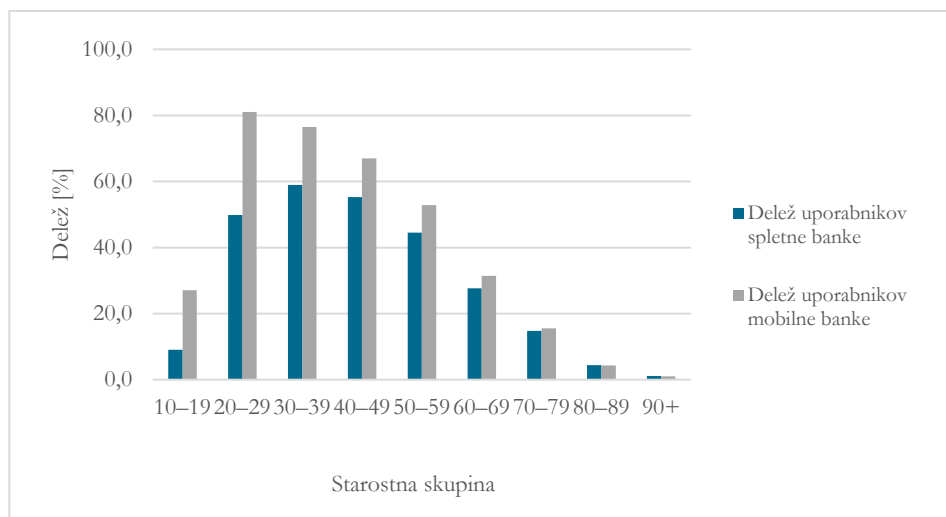
Hitro opazimo, da je mobilna banka veliko bolj priljubljena kot spletna. Največji delež aktivnih uporabnikov mobilne banke znaša 72,2 %. V nasprotju s spletno banko je največji delež uporabnikov tokrat pri nekoliko mlajši skupini, to je 20-29 let (pri spletni banki 40-49 let). Ugotovitev, da je mobilna banka bolj priljubljena, potrjuje tudi to, da imamo tokrat pet starostnih skupin (spletna banka ima le dve), kjer je delež uporabnikov večji od deleža neuporabnikov, ter da je povprečni delež uporabnikov za 10 % večji od deleža uporabnikov spletne banke in znaša 39,6 %.

Skoraj poponoma enak, vendar veliko izrazitejši trend kot pri deležu uporabnikov spletne banke opazimo tudi pri mobilni banki. Pri najstnikih je več neuporabnikov kot uporabnikov (vendar je sedaj ta razlika veliko manjša). Pri naslednji starostni skupini (20-29 let) delež uporabnikov močno poskoči (je največji od vseh), nato pa

se z vsako starostno skupino močno zmanjša (v povprečju za 11,4 %). Največjo razliko med deležema dveh zaporednih skupin opazimo pri prehodu od 50–59 let do 60–69 let in znaša kar 21,5 %.

Z razliko od spletne banke, kjer smo zapisali, da so deleži uporabnikov v vseh skupinah majhni in bi banka morala skoraj v celoti prilagoditi spletno banko, pa pri mobilni tega ne moremo trditi. Glede na zgornji graf lahko zaključimo, da mobilna banka zelo ustreza mladim in aktivnim ljudem (do 60. leta). Pri starejših od 60 let pa je ponovno majhen delež uporabnikov in banka bi se morala posvetiti predvsem tem.

Za boljšo primerjavo med priljubljenostjo spletne in mobilne banke smo na sliki 9 po starostnih skupinah ponazorili deleže uporabnikov ene in druge digitalne banke.



Slika 9: Primerjava deležev uporabnikov spletne in mobilne banke

Vir podatkov: interni vir NLB d.d.

Na osnovi tega grafičnega prikaza lahko potrdimo že zgoraj napisano, da ima mobilna banka v povprečju večji delež uporabnikov kot spletna banka.

4.4 Opredelitev problema

S pomočjo *slike 9* smo se v skupini tudi odločili, na katere starostne skupine se bomo pri naši raziskavi osredotočili. Ker lahko vidimo, da deleži uporabnikov po 50. letu starosti močno upadejo, smo se odločili, da se bomo potrudili poiskati in doumeti vzroke za ta pojav. Odločili smo se povprašati neuporabnike, starejše od 50 let, o vzrokih za to, da ne uporabljajo mobilne ali spletne banke. Uporabnike pa bomo spraševali o uporabniški izkušnji s spletno oziroma mobilno banko, o tem, katere prednosti vidijo v njuni uporabi, ter o tem, zakaj so ju sploh začeli uporabljati.

Ta vprašanja bomo s pomočjo orodij NLB d.d. posredovali njenim komitentom. Na osnovi analiz odgovorov bomo tudi poskušali oblikovati predloge za spremembe oziroma potrebne aktivnosti za povečanje deleža uporabnikov spletne in mobilne banke pri osebah, starejših od 50 let.

5 Anketa

Na podlagi problematike velikega števila neuporabnikov med komitenti, starejšimi od 50 let (vizualno predstavljeno v prejšnjem poglavju), smo z namenom, da bi zbrali čim verodostojnejše podatke, s katerimi bi poiskali ustrezno rešitev, izvedli anketo.

Zanjo smo se odločili predvsem zaradi ekonomičnosti izvedbe in časovne omejenosti. Anketa nam omogoča, da pridobimo veliko število odgovorov v razmeroma kratkem času. Izvedli smo jo s pomočjo spletnih orodij, ki jih ima na razpolago NLB d.d.. V skupini smo najprej zasnovali osnovno obliko ankete in vprašanja, ki bi jih želeli vključiti, ter nato po predlogih NLB d.d. anketni vprašalnik ustrezno prilagodili.

5.1 Priprava ankete

Pri pripravi ankete smo izhajali iz podatkov, ki smo jih analizirali v prejšnjem poglavju, ter iz že obstoječe ankete, ki jo je NLB d.d. v sodelovanju z Mediano izvedla leta 2020 (NLB, b. d.). Cilj omenjene raziskave je bil prepoznati odnos splošne javnosti (fizične osebe) do tržnih poti oziroma kanalov, po katerih opravlja bančne storitve.

Razlika naše ankete je predvsem v tem, da je Mediana svojo raziskavo izvajala na splošnem prebivalstvu, starem med 18 in 75 let. Ciljna skupina naše raziskave pa so bili izključno komitenti NLB d.d., starejši od 60 let.

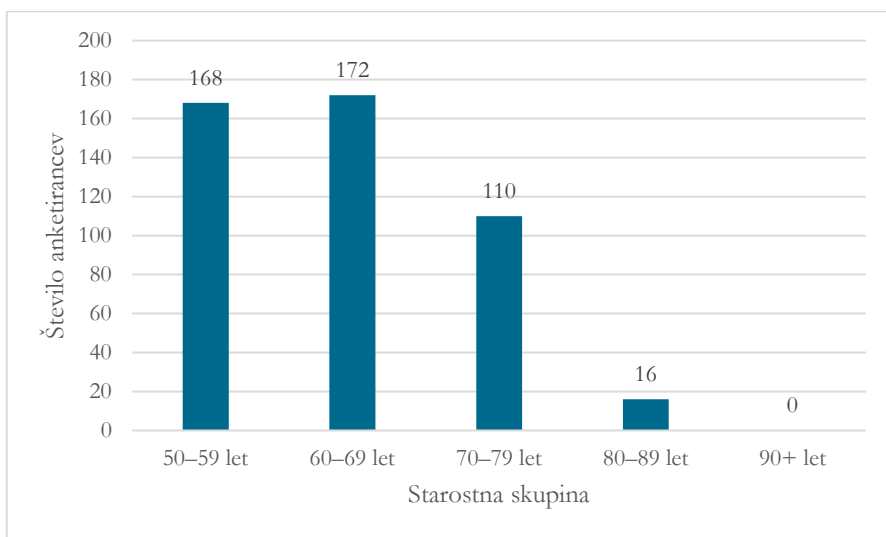
Anketo smo razdelili na tri sklope za doseganje boljše učinkovitosti in zaradi specifičnih vprašanj, usmerjenih izključno na uporabnike in neuporabnike. V prvem sklopu smo se osredotočili na splošne podatke o uporabi bančnih storitev. S tem smo želeli pridobiti vpogled v bančne navade komitentov Drugi sklop vprašanj je bil deljen glede na to, ali je anketiranec uporabnik oziroma neuporabnik spletne ali mobilne banke. Uporabnike smo spraševali o njihovi uporabniški izkušnji, o tem, katere prednosti vidijo v uporabi spletne in mobilne banke glede na tradicionalne bančne storitve, ter o predlogih za izboljšavo. Pri neuporabnikih pa smo se osredotočili na vzroke za neuporabo ter možnosti, s katerimi bi jih prepričali v uporabo. Zadnji sklop pa se je nanašal na socialno-demografske podatke.

5.2 Predstavitev rezultatov

V tem podpoglavju so predstavljeni rezultati analize ankete. Z anketo smo uspeli doseči 535 komitentov NLB d.d., s čimer smo zelo zadovoljni, saj je tako velik vzorec običajno reprezentativen in bi lahko hitro z veliko gotovostjo trdili oziroma posplošili rezultate na celotno ciljno skupino, vendar se moramo ustaviti in najprej pogledati število odgovorov glede na osnovno kategorizacijo, ki nas zanima – to so uporabniki in neuporabniki spletne ali mobilne banke. Anketo se je razposlalo na 10.000 elektronskih naslovov, od tega 5000 uporabnikom in 5000 neuporabnikom spletne ali mobilne banke, kar pomeni, da je bil skupen odstotek odziva 5,35 %. Na poslano anketo se je odzvalo 8,36 % uporabnikov in 2,34 % neuporabnikov.

V naši anketi so prevladovali uporabniki spletne ali mobilne banke, saj je od 535 anketirancev le 117 tistih, ki ne uporabljajo niti spletne niti mobilne banke. Vseh rezultatov zato ne smemo neposredno posplošiti, ampak moramo pri tem upoštevati razmerje uporabnikov in neuporabnikov (cca. 4 : 1). Do tega je najverjetneje prišlo zato, ker je NLB d.d. svojim komitentom anketne vprašalnike pošiljala po elektronski pošti, zato posameznikov, ki elektronske pošte ne uporabljajo tako pogosto ali pa je sploh nimajo, nismo dosegli v tako velikem obsegu.

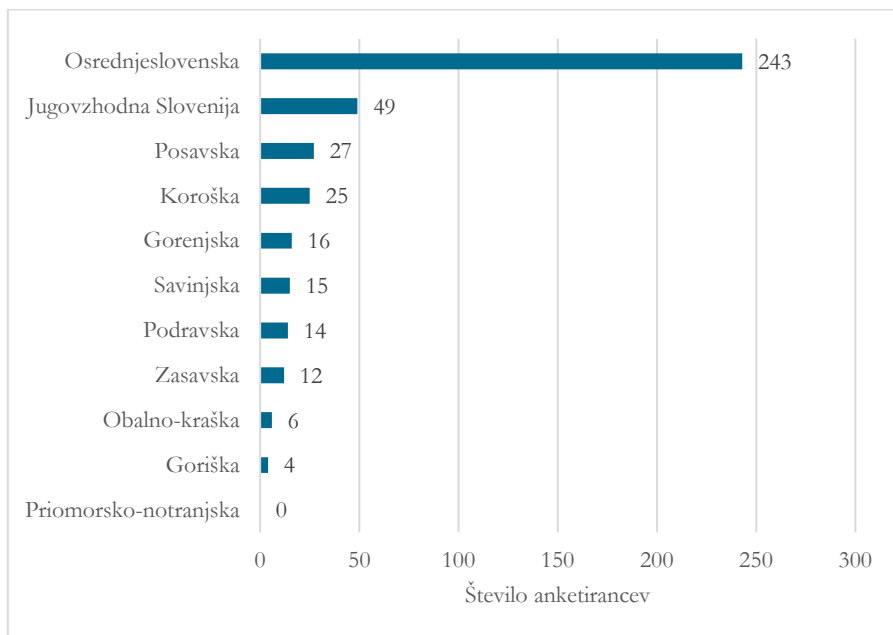
Na anketo je odgovorilo 232 moških in 230 ženskih bančnih komitentov. Kot je prikazano na sliki 10, spada največ anketirancev v starostno skupino 60–69 let s 172 anketiranci, sledi starostna skupina 50–59 let, kamor spada 168 anketirancev, pri starostni skupini 70–79 let pa je že opazen večji upad pri anketirancih, ki so se odzvali na anketo. Anketo je namreč rešilo le 16 bančnih komitentov, ki spadajo v starostno skupino 80–89 let. Na anketo ni odgovoril nihče, ki bi ga lahko uvrstili v starostno skupino 90+ let.



Slika 10: Število anketirancev glede na starostno skupino

Vir podatkov: interni vir NLB d.d.

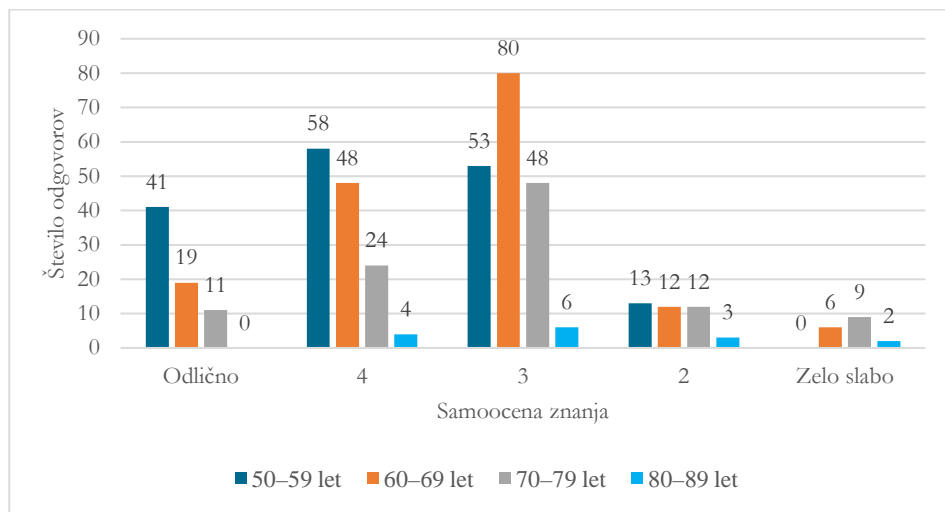
Slika 11 prikazuje slovenske regije, iz katerih prihajajo anketiranci, ki so se odzvali na našo anketo. Največ jih prihaja iz Osrednjeslovenske regije, kar smo tudi pričakovali, saj gre za komitente NLB d.d..



Slika 11: Iz katere regije prihajate?

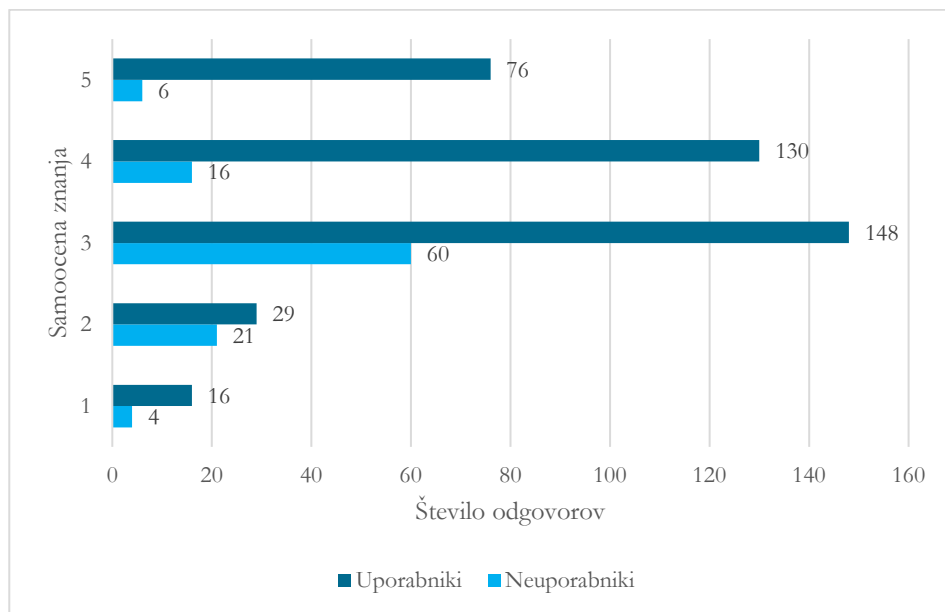
Vir podatkov: interni vir NLB d.d.

Na sliki 12 so po starostnih skupinah prikazane ocene, ki so jih anketiranci podali o svojem znanju uporabe računalnika in drugih mobilnih naprav. Ocene so podane po sistemu petstopenjske Likertove lestvice, kjer 5 pomeni odlično, 1 pa zelo slabo. V starostni skupini 50–59 let je največ anketirancev svoje znanje ocenilo s 4, sledita pa ocena 3 in nato *Odlično*. Znotraj starostne skupine 60–69 let jih je največ svoje znanje ocenilo s 3, nekoliko manj s 4 in še manj z *Odlično*. Podobno so odgovarjali tudi anketiranci iz starostne skupine 70–79 let, saj jih je največ svoje znanje ocenilo s 3, nato pa ponovno sledita oceni 4 in *Odlično*. Z ocenama 2 in 1 oziroma *Zelo slabo* je svoje znanje pri vseh starostnih skupinah ocenilo zelo malo število anketirancev. Na sliki 13 je prikazana samoocena znanja uporabe računalnika in drugih naprav glede na uporabnike in neuporabnike spletnega ali mobilnega bančništva.



Slika 12: Samoocena znanja uporabe računalnika in drugih naprav

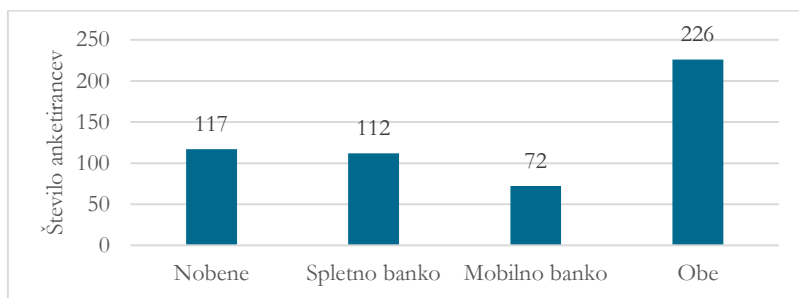
Vir podatkov: interni vir NLB d.d.



Slika 13: Samoocena znanja uporabe računalnika in drugih naprav glede na uporabnike in neuporabnike

Vir podatkov: interni vir NLB d.d.

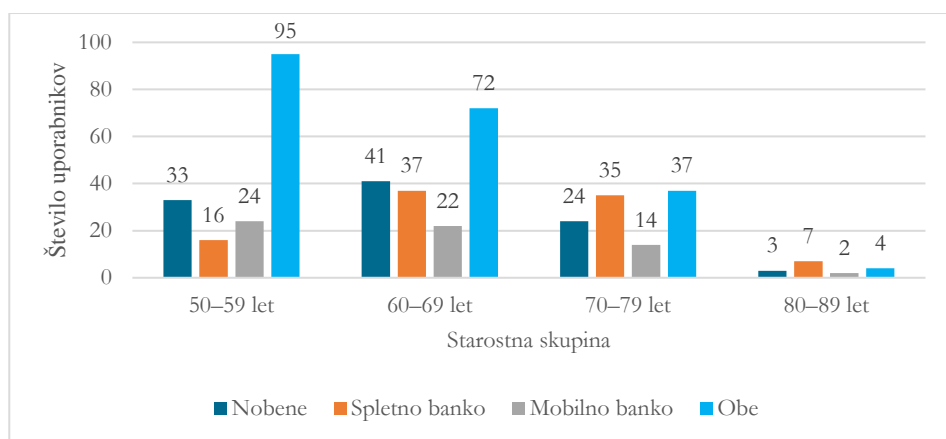
Kot je razvidno iz slike 14, spletno in mobilno banko uporablja 226 vprašanih, izključno spletno banko uporablja 112 oseb, izključno mobilno banko pa 72 anketirancev. Skupaj to predstavlja 410 oseb, ki uporabljajo mobilno in/ali spletno banko. 117 jih ne uporabljata niti mobilne niti spletne banke.



Slika 14: Ali uporabljate spletno/mobilno banko?

Vir podatkov: interni vir NLB d.d.

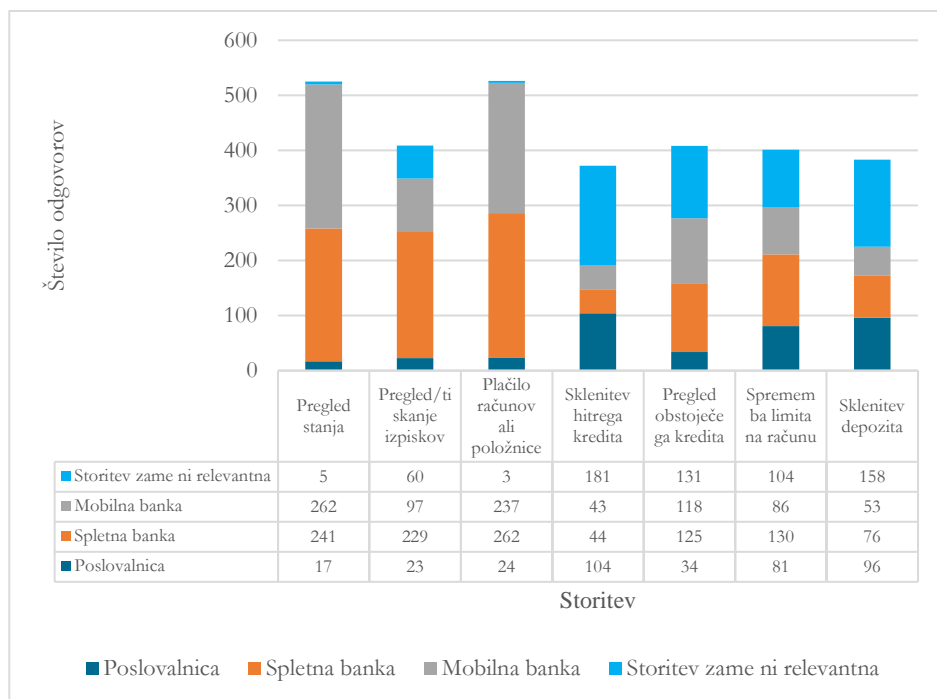
Slika 15 prikazuje uporabnike spletne in mobilne banke po starostnih skupinah. V starostni skupini 50–59 let je opazno, da največ anketiranih uporablja tako spletno kot mobilno banko. Število tistih, ki uporabljajo obe, po starostnih skupinah upada. Prav tako je v starostni skupini 50–59 let število tistih, ki uporabljajo samo mobilno banko, višje od števila tistih, ki uporabljajo samo spletno banko. Ta trend se spremeni v starostnih skupinah 60–69 let in 70–79 let.



Slika 15: Uporaba spletne/mobilne banke po starostnih skupinah

Vir podatkov: interni vir NLB d.d.

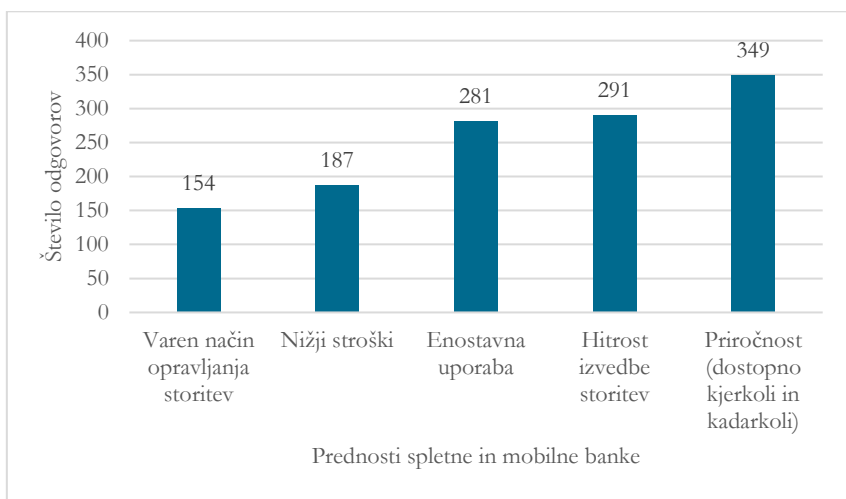
Slika 16 prikazuje, kje bančni komitenti opravljajo posamezne storitve. »Pregled stanja« komitenti najraje opravljajo v mobilni banki, za katero se je odločilo 262 anketirancev, in spletni banki, ki jo je izbralo 241 anketirancev, v nekoliko manjši meri pa to storitev opravljajo v poslovalnicah. »Pregled/tiskanje bančnih izpiskov« se v največji meri opravlja v spletni banki, saj je mobilno banko izpostavilo le 97 anketirancev, 60 pa jih je navedlo, da storitev zanje ni relevantna. Že po višini stolpca lahko vidimo, da je ta storitev manj priljubljena kot na primer pregled stanja. »Plačilo računov« se podobno kot »Pregled stanja« večinoma opravlja v mobilni in spletni banki. Pri vseh ostalih storitvah, med katere spadajo »Sklenitev hitrega kredita«, »Pregled obstoječega kredita«, »Sprememba limita na računu« ter »Sklenitev depozita« in smo jih ponudili anketirancem, pa je opazno, da se velikemu delu anketirancev zdijo irelevantne, opravljajo pa jih v poslovalnicah ter mobilni in spletni banki.



Slika 16: Kje vse opravljate navedene bančne storitve?

Vir podatkov: interni vir NLB d.d.

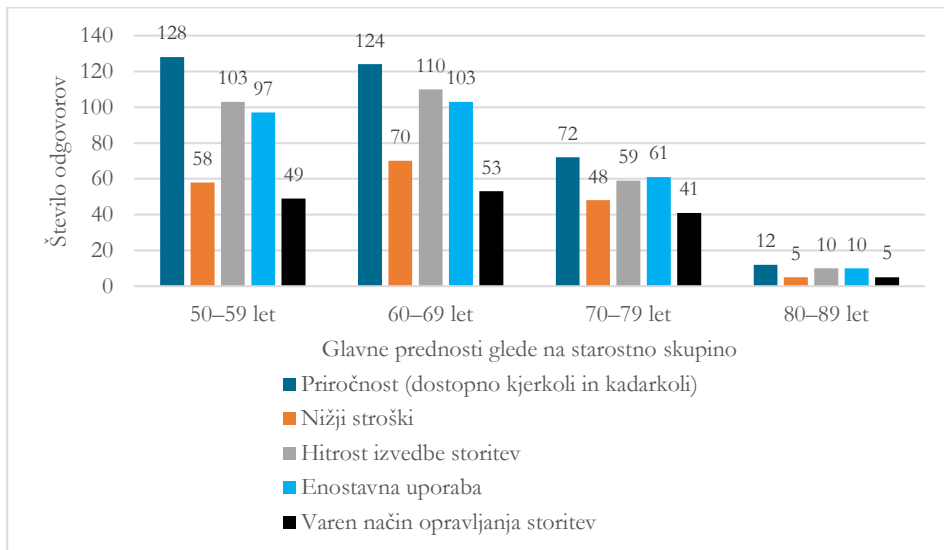
Na sliki 17 so navedene najpomembnejše prednosti, ki so jih prepoznali uporabniki spletne in mobilne banke. Kot je razvidno, predstavlja največjo prednost »Priročnost«, ki jo je izbralo 349 anketirancev, sledijo pa »Hitrost izvedbe storitev«, »Enostavna uporaba«, »Nižji stroški« in »Varen način opravljanja storitev«. Pri tem vprašanju smo anketirancem dali tudi možnost samostojnega odgovora, a se je ta večinoma ujemal s ponujenimi odgovori, zato samostojnih odgovorov ne bomo posebej izpostavljali.



Slika 17: Katere so za vas osebno največje prednosti uporabe spletne/mobilne banke?

Vir podatkov: interni vir NLB d.d.

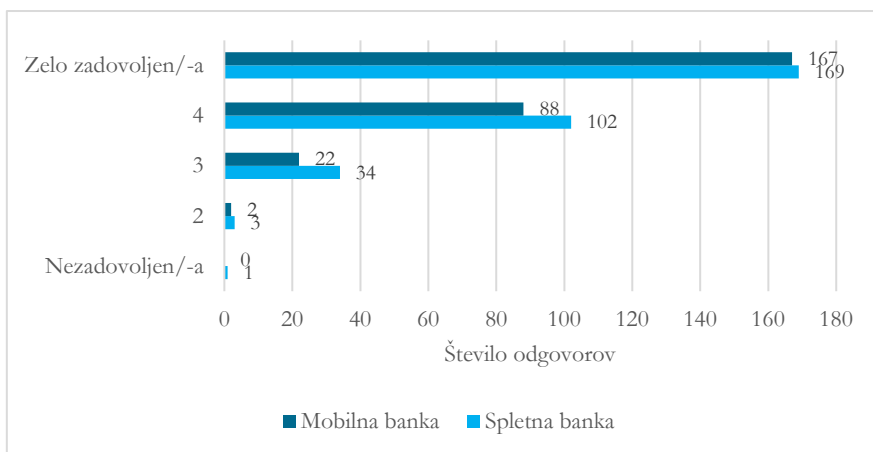
Podatke smo analizirali tudi glede na posamezno starostno skupino, da bi ugotovili, ali med različnimi starostnimi skupinami obstajajo določene morebitne razlike. Podatki so prikazani na sliki 18, iz katere lahko razberemo, da predstavlja »Priročnost« najpomembnejšo prednost v vseh opredeljenih starostnih skupinah. V starostnih skupinah 50–59 let in 60–69 let je sestava prednosti enaka, saj je na drugem mestu »Hitrost izvedbe storitev«, sledijo pa »Enostavna uporaba«, »Nižji stroški« in »Varen način opravljanja storitev«. V starostni skupini 70–79 pa se pojavijo določene razlike, saj je druga najpomembnejša prednost »Enostavna uporaba«, nato pa si po vrsti sledijo »Hitrost izvedbe storitev«, »Nižji stroški« in »Varen način opravljanja storitev«.



Slika 18: Glavne prednosti spletne/mobilne banke glede na starostno skupino

Vir podatkov: interni vir NLB d.d.

Zadovoljstvo komitentov z uporabo spletne in mobilne banke smo preverjali s petstopenjsko Likertovo lestvico, pri čemer 5 pomeni, da je uporabnik zelo zadovoljen z uporabo, 1 pa izraža nezadovoljstvo z uporabo spletne ali mobilne banke. Slika 19 prikazuje mnenja uporabnikov.

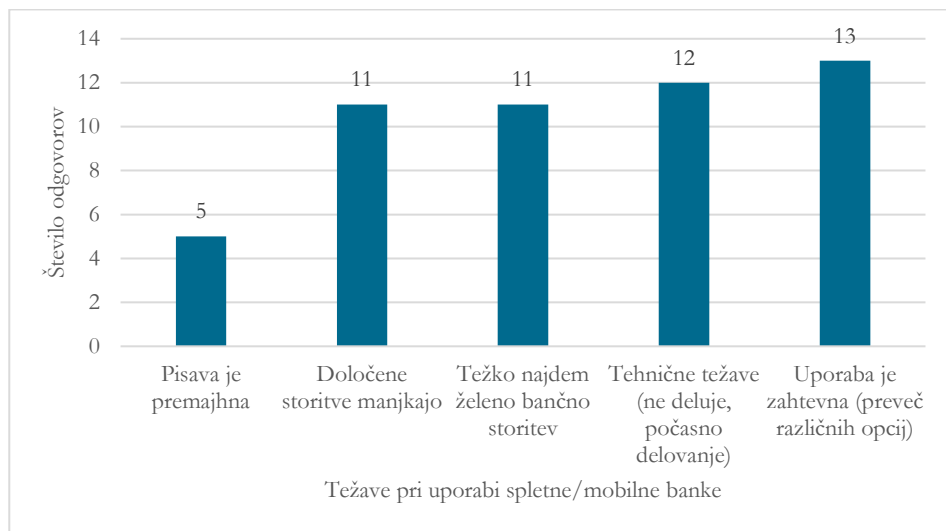


Slika 19: Kako ste na splošno zadovoljni z uporabo spletne/mobilne banke?

Vir podatkov: interni vir NLB d.d.

Na vprašanje »*Ali se pri uporabi spletne/mobilne banke srečujete s kakšnimi težavami?*« je 331 anketirancev odgovorilo negativno, 45 uporabnikov pa pozitivno. Anketirani so lahko izbrali več ponujenih odgovorov, ki so prikazani na sliki 20. Pri tem vprašanju smo anketirancem dali možnost, da tudi sami opozorijo na težave, s katerimi se srečujejo. Odgovori so bili sledeči:

- uporaba NLB Pay je povezana z zaščito zaslona, česar pa nočem;
- UPN-a, ustvarjenega v mobilni banki in z vnaprejšnjim datumom, ne vidim nikjer v spletni banki;
- moj račun deluje v Explorerju, ki pa bo kmalu ukinjen – kaj pa zdaj?;
- vidnost limita in sredstev na razpolago;
- pri uporabi Klika na računalniku moram 3-krat vnesti OTP oziroma enkratno geslo – menjala sem že brskalnik, a je še vedno enako;
- posnetek zaslona ni mogoč;
- samostojna sklenitev depozitov ni mogoča;
- občasna blokada gesla;
- včasih kontakt ni dostopen;
- omejen je znesek plačevanja na položnici v mobilni banki;
- mobilna banka – menjava telefona, spletna banka – slaba intuitivnost;
- plačevanje položnic na Hrvaško;
- omejitev izpisov in obdobja pregleda;
- ni mogoče zavračati e-računov;
- manjkajo mi podatki o trajnikih.



Slika 20: Težave, s katerimi se srečujejo uporabniki spletne/mobilne banke

Vir podatkov: interni vir NLB d.d.

Bančne komitente smo prosili, naj tudi navedejo predloge za izboljšavo spletne in mobilne banke. Prejete predloge smo združili po vsebini in so predstavljeni v nadaljevanju po kategorijah.

Sinhronizacija mobilne in spletne banke (predvsem pri plačilih)

- Razlika je v prikazu podatkov o nakazilih, ki čakajo na izvedbo. Teh, ki so izvedena mobilno, se ne vidi v spletni aplikaciji.
- V mobilni aplikaciji manjkajo določene storitve, na primer skladi in vrednostni papirji, prav tako so v arhivu plačil vidna samo mobilna ali samo spletna plačila, treba pa bi bilo videti vsa plačila in mogoče imeti oznako (spletno/mobilno). Skratka, potrebna je uskladitev obeh aplikacij.
- Manjka možnost združenega prikaza arhiva plačil (spletna + mobilna) in potreben je izboljššan iskalnik/prikaz/izpis na primer vseh plačil določenemu prejemniku (po računu, nazivu ...).
- Plačila, ki jih opraviš z možnostjo »slikaj in plačaj« na telefonu, se ne sinhronizirajo s Klikom na računalniku. Za pregled vseh plačil je treba slediti dvema aplikacijama. Večinoma plačujem z možnostjo »slikaj in plačaj«, in sicer

račune, za katere že imam v Kliku nastavljeno hitro plačilo, in tukaj pogrešam to sinhronizacijo.

- Potrebna je večja povezljivost spletne in mobilne banke.
- Funkcionalnosti med spletno in mobilno banko niso usklajene.
- Pogrešam to, da bi lahko imel pregled v obeh bankah za obe banki (plačila, ki so na čakanju idr.).

Predlogi izboljšav mobilne banke

- V mobilni banki pogrešam dostop do e-računov.
- Pogrešam obvestilo o prispetju e-računa.
- Želim dostop do prejetih e-računov v mobilni banki.
- V mobilni banki ni pregleda »tiskanega« izpiska kartic in vzpostavitve hitrih plačil ali pa tega ne najdem.
- Tudi v mobilni banki bi lahko bili izpiski.
- Manjkajo mi podatki o trajnikih v mobilni banki.
- V mobilni banki pogrešam vpogled v Vito in sklade.
- Mobilni banki bi bilo treba dodati funkcije spletne banke, da bi obe omogočali enake storitve.
- Plačujem z mobilno banko, z možnostjo »slikaj in plačaj«. Račune prejemam po elektronski pošti in jih slikam na zaslonu računalnika ali jih natisnem in slikam. Ko pa nisem doma in prejmem račun po elektronski pošti, na mobilnem telefonu te možnosti ne morem uporabiti. Prepisati moram vse podatke in jih vnesti v mobilni banki, kar je zelo zamudno in zapleteno. Načeloma nisem rada dolgo v aplikaciji in sem rada temu čim manj izpostavljena.
- Želel bi združitev Klikina in NLB Pay.
- Trenutno stanje vzajemnih skladov v mobilni banki.
- Plačila položnic v vrednosti več kot 200 eurov v mobilni banki.
- Biometrična prijava v mobilno banko.

Splošne funkcionalnosti

- Pregled kreditnih kartic za pooblašcene osebe.

- Depozite bi moralo biti mogoče sklepati samostojno, ne pa le oddajati naročila. Namesto trajanja depozita bi bilo uporabnejše določiti datum zaključka, saj tako odpade preračunavanje.
- V spletni banki ni mogoče digitalno podpisovati.
- Možnost plačila položnice v tuji valuti.
- Pogrešam možnost osebnega označevanja računov. Primer: Imam več računov in pooblaščenih računov in v pomoč bi mi bilo, če bi te račune lahko ločil, na primer z barvo, ikono, imenom ipd. Če je to izvedljivo, je ideja dober UX/UI in bo v pomoč uporabnikom.

Varnost

- Potrebne je še več varnosti, ki pa je uporabniki naj ne občutimo pri delovanju.
- Skrbi me samo varnost.

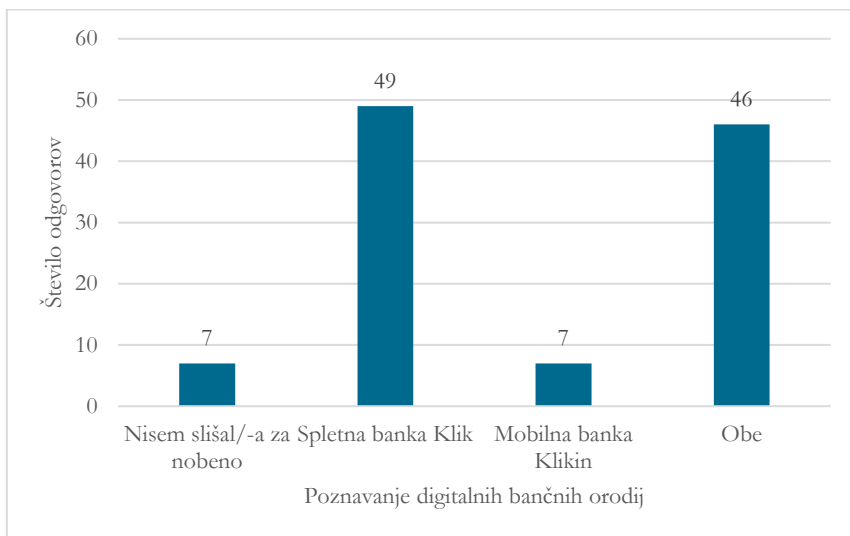
Menjava mobilnega telefona

- V primeru, da se mi telefon pokvari ali ga izgubim, se ne morem prijaviti niti v spletno banko. To je malo neugodno.
- Rad bi, da bi se dalo ob menjavi mobilnega telefona vse urediti brez obiska poslovalnice.

Splošni predlogi

- Povečati bi bilo treba hitrost.
- Potrebna bi bila takojšnja ukinitvev generatorja OTP in uporabe pametnega telefona za potrjevanje. Mobilni telefon ni obvezen in je s tem kršena enakost vseh državljanov.
- Prevečkrat se spreminja sistem uporabe.
- Želim hitrejši dostop.
- Želim nekakšen način enostavnejše uporabe mobilne in spletne banke.

Slika 21 prikazuje poznavanje digitalnih kanalov (spletna in mobilna banka) med neuporabniki. Kot je razvidno iz grafa na sliki, je takšnih, ki še niso slišali za nobeno izmed digitalnih oblik bančništva, le sedem.



Slika 21: Čeprav ne uporabljate spletne in/ali mobilne banke, nas zanima, ali ju poznate oz. ste zanju že slišali?

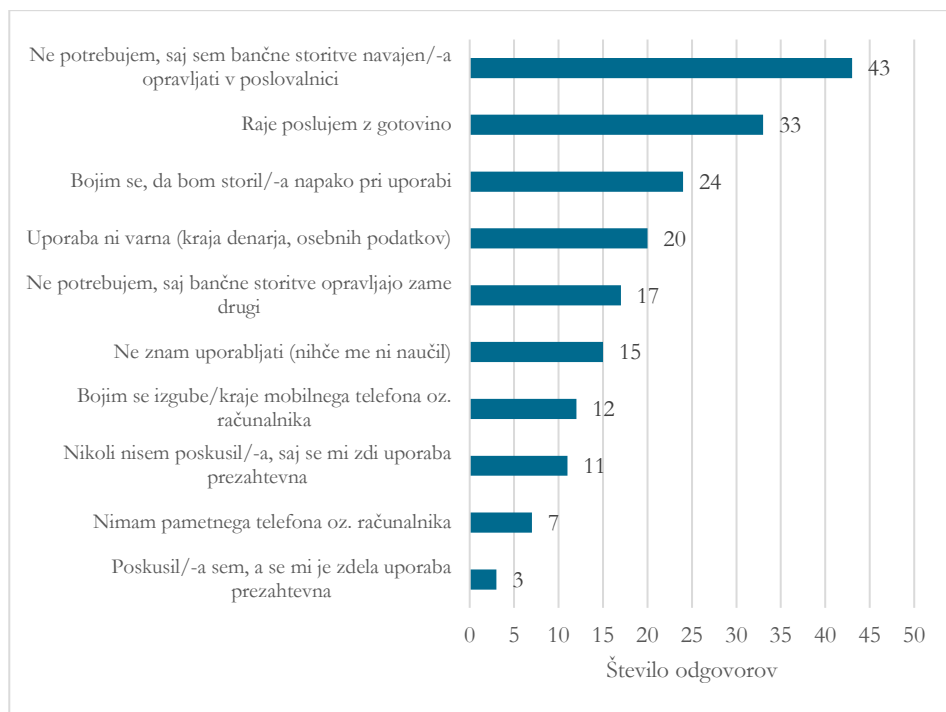
Vir podatkov: interni vir NLB d.d.

Neuporabnike spletne in mobilne banke smo najprej povprašali o tem, kako dobro poznajo oziroma ali so za katero koli izmed digitalnih oblik bančništva že slišali. Sedem neuporabnikov ni za spletno ali mobilno banko še nikoli slišalo, enako število pa jih je slišalo le za mobilno banko. 59 neuporabnikov je slišalo izključno za spletno banko, 46 pa je slišalo za obe, torej spletno in mobilno banko. Iz rezultatov lahko sklepamo, da sta obe obliki digitalnega bančništva dobro poznani tudi med uporabniki, ki se za neuporabo odločajo na podlagi drugih razlogov, ki bodo podrobneje predstavljeni v nadaljevanju.

Med razlogi za neuporabo spletne in mobilne banke so anketiranci izbirali med odgovori, ki so prikazani na sliki 22. Med razlogi, ki so jih anketiranci lahko navedli sami, so naslednji:

- Naredila sem napako, pozabila geslo in me ne mika več.
- Banko imam zato, da čuva moj denar, spletna in mobilna banka pa to odgovornost prenašata na komitentta.
- Rada grem v poslovalnico.

- Sem iz preteklega stoletja, se pravi bankomat in gotovina, ostalo opravijo drugi zame.
- Uporabljam storitev Teledom.
- Za položnice koristim trajnike ali mi uslugo naredijo otroci.
- Vsak trenutek vem, koliko denarja imam, saj vedno dvigujem zaokrožen znesek.
- Bankomat mi zadostuje, položnice plačujem preko trajnika.
- Doživel sem krajo certifikata, zato sem ukinil spletno banko.

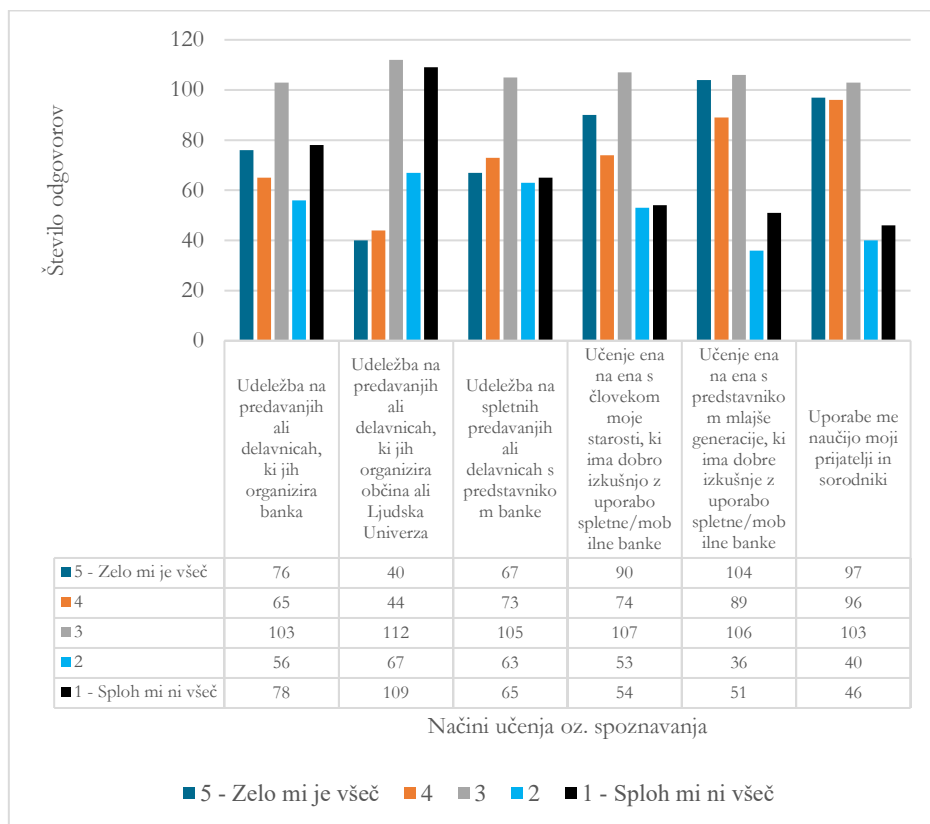


Slika 1: Zakaj ne uporabljate spletne/mobilne banke?

Vir podatkov: interni vir NLB d.d.

Anketirance smo povprašali tudi o tem, ali bi bili pripravljeni spoznati spletno/mobilno banko v primeru, da bi jim jo bil nekdo pripravljen predstaviti in jih poučiti o njuni uporabi. 18 anketirancev se je s tem strinjalo in so odgovorili z »Da, vsekakor«, kar 57 jih je odgovorilo z »Da, morda«, kar 34 pa jih je možnost zavrnilo, saj so označili »Ne, nikakor ne«.

Neuporabnike smo povprašali tudi o tem, kako primerni se jim zdijo različni načini učenja oziroma spoznavanja digitalnih oblik bančništva. Vsakega od ponujenih odgovorov so anketiranci lahko ocenili od 1 do 5 glede na to, kako jim je všeč način učenja, kar je prikazano na sliki 23.



Slika 23: Kako všeč bi vam naslednji načini učenja oz. spoznavanja digitalnih kanalov?

Vir podatkov: interni vir NLB d.d.

V tabeli 6 so po vrsti prikazane možnosti učenja uporabe spletne/mobilne banke glede na povprečno priljubljenost načinov. Najbolj priljubljen je način učenja od prijateljev ali svojcev, najmanj priljubljen pa predavanja in delavnice, ki bi jih organizirala banka.

Tabela 6: Priljubljenost načinov učenja oz. spoznavanja digitalnih kanalov

	Udeležba na predavanjih ali delavnicah, ki jih organizira banka	Udeležba na predavanjih ali delavnicah, ki jih organizira občina ali ljudska univerza	Udeležba na spletnih predavanjih ali delavnicah s predstavnikom banke	Učenje ena na ena s človekom moje starosti, ki ima dobro izkušnjo z uporabo spletne/mobilne banke	Učenje ena na ena s predstavnikom mlajše generacije, ki ima dobre izkušnje z uporabo spletne/mobilne banke	Uporabe me naučijo moji prijatelji in sorodniki
Povprečna priljubljenost	2,28	2,56	3,04	3,25	3,41	3,41

Vir podatkov: interni vir NLB d.d.

6 Ugotovitve in sklepe

Glede na podatke iz grafa na sliki 4 se je na anketni vprašalnik odzvalo največ komitentov v starostnih skupinah 50–59 in 60–69 let. V naslednjih starostnih skupinah število odgovorov upada, iz starostne skupine 90+ pa nismo prejeli nobenega odgovora. Čeprav nismo imeli podatka o tem, od kod prihaja največ komitentov NLB d.d., predpostavljamo, da ima banka največ komitentov v okolici Ljubljane, kjer ima tudi sedež in največ poslovalnic. Tu vidimo potencial v tem, da lahko banka s pomočjo spletne in mobilne banke pridobi tudi komitente iz regij, kjer bančnih poslovalnic ni tako veliko. Na anketo je odgovorilo 230 žensk in 232 moških, ostali pa se glede spola niso opredelili.

Uporabniki spletne/mobilne banke se v večji meri ne soočajo s težavami, imajo pa številne predloge za izboljšavo, ki so predstavljeni v prejšnjem poglavju. Kot največje prednosti uporabe spletnega in mobilnega bančništva so prepoznali priročnost, saj jim omogoča dostop do bančnega računa kjer koli in kadar koli. Izpostavili so tudi pomen hitrosti in enostavnosti uporabe, z delovanjem spletne in mobilne banke pa so zadovoljni.

V pogovoru s predstavniki NLB d.d. so ti večkrat izpostavili, da gre pri problemu nizke uporabe spletne in mobilne banke pri starejših (mi smo jih opredelili kot 50+) za prehoden problem. To prikazujeta tudi slika 8 in slika 9, saj v starostnih skupinah, mlajših od 50 let, velika večina komitentov uporablja spletno ali mobilno banko. Največ neuporabnikov je svoje znanje uporabe računalnika in drugih naprav ocenilo s 3 ali več – tako neznanje oziroma neuporaba tehnologije ne predstavlja tako velikega problema, kot smo si to sprva predstavljali. Starejše od 50 let bo banki težko

prepričati v uporabo digitalnih kanalov, saj glavni vzroki za neuporabo izhajajo iz navade po opravljanju bančnih storitev v poslovalnici in poslovanja z gotovino. Ti komitenti so izpostavili tudi problem varnosti oziroma nezaupanje v varno uporabo in strah pred tem, da bi naredili napako. Neuporabnike smo povprašali tudi o tem, kako bi sami najraje spoznali spletno in mobilno banko. Pri tem smo ugotovili, da jim je najbolj všeč učenje od sorodnikov ali prijateljev in učenje ena na ena s predstavnikom mlajše generacije ter predstavnikom njihove starosti. Nekoliko manj priljubljene pa so skupne delavnice in predavanja, ki jih v živo ali na spletu organizirajo banke ali druge organizacije. Iz tega lahko sklepamo, da bi bil za učenje in spoznavanje primernejši bolj osebni pristop.

Banka NLB d.d. je na področju ponujanja digitalnih kanalov že zelo digitalizirana. Glede na odgovore v anketi smo mnenja, da so bančni digitalni kanali dobro poznani tudi med neuporabniki. Dodatnih predlogov za spodbujanje komitentov za uporabo spletne/mobilne banke nimamo, saj menimo, da so glavni razlogi v navadah ljudi, na katere banka težko vpliva. Obstaja možnost, da bodo te posameznike v prihodnosti v uporabo prisilili globalni trendi na področju digitalnega plačevanja in posledično zmanjšanje števila poslovalnic.

Literatura

- Cvetko, Ž. (2019, 12. november). *Fintech ponudniki plačilnih storitev in plačilni računi v tujini. Pravo za vse.*
- Hopkinson, G. G., Klarova, D., Turcan, R., Gulieva, V. (2019, avgust). *How neobanks' business models challenge traditional banks.* Aalborg Universitet.
- Šavel, R. (2020, 1. februar). *Digitalne banke tresajo bančništvo. Delo.*
- Liu, E.X. in Cuevas, A. (19. 2. 2021). *Stay competitive in the digital age: the future of banks.* IMF eLIBRARY.
- Mia, A.H., Rahman, A. in Uddin, M. (2007). *E-banking: evolution, status and prospects. The Cost and Management, 35(1), 36-48.*
- Koskosas, I. (2011). *The pros and cons of internet banking: a short review. Business Excellence and Management, 1, 49-57*
- Garg, R. (2022). *Digital banking is the future of banking.* Punjab College of Technical Education
- BMA (1. 9. 2020). *Evolution of the ATM.* BMA. <https://bmabankingsystems.com/evolution-of-atm/>
- NLB (b. d.). *Mobilna banka Klikin.* NLB. <https://www.nlb.si/klikin>
- NLB (b. d.). *NLB Klik.* NLB. <https://www.nlb.si/klik>
- NLB (b. d.) *NLB Teledom – 080 15 85.* NLB. <https://www.nlb.si/teledom>
- CFI (14. 7. 2020). *Mobile banking.* CFI. <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/finance/mobile-banking/>
- Bons, R.W.H., Alt, R., Lee, H.G. in Weber B. (2012). *Banking in the internet and mobile era. Electronic Markets, 22(4), 197-202.* doi: 10.1007/s12525-012-0110-6
- Telephone banking* (28. 10. 2021). *Wikipedia.* https://en.wikipedia.org/wiki/Telephone_banking

- Statista Research Department (2022). *Forecasted growth in customers of online only banks Revolut and N26 from 2018 to 2021*. Statista. <https://www-statista-com.ezproxy.lib.ukm.si/statistics/943068/estimated-growth-of-online-banks-globally/>
- Statista Research Department (2022). *Market size of neobanks in 2021 with a forecast for 2022 and 2030*. Statista.
- Statista Research Department (2022). *Number of mobile banking users of Bank of America worldwide from 2012 to 2020*. Statista.

