

Uczelnia dla gospodarki – gospodarka dla uczelni

Tom I

Współpraca sfery nauki i instytucji rynkowych w zakresie rozwoju obszarów wiejskich oraz lokalnego przemysłu – staże dla pracowników PWSZ w Krośnie

Krosno 2010

Redakcja:
prof. dr hab. inż. Maria Ruda

Recenzja:
dr inż. Dariusz Kusz
Politechnika Rzeszowska

Skład i projekt okładki:
Jacek Wnuk

Informacje o projekcie

Działanie	8.2 Transfer wiedzy
Poddziałanie	8.2.1 Wsparcie dla współpracy sfery nauki i przedsiębiorstw
Tytuł projektu	Współpraca sfery nauki i instytucji rynkowych w zakresie rozwoju obszarów wiejskich oraz lokalnego przemysłu - staże dla pracowników PWSZ w Krośnie
Numer projektu	WND-POKL.08.02.01-18-001/08
Instytucja realizująca projekt	Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Krośnie, 38-400 Krosno, Rynek 1
Okres realizacji projektu	od 2009-01-01 do 2010-08-31
Kierownik naukowy projektu	prof. dr hab. inż. Maria Ruda
Koordynator projektu	mgr Tomasz Śnieżek
Specjalista do spraw finansowych	mgr Jacek Wnuk

ISBN 978-83-89295-47-4

© Copyright by Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Krośnie

Publikacja jest dystrybuowana bezpłatnie.

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Krośnie
38-400 Krosno, Rynek 1,
Tel. +48 (13) 43-755-30, fax +48 (13) 43-755-11,
pwsz@pwsz.krosno.pl
www.pwsz.krosno.pl

MOTYWY WYBORU BANKU JAKO PARTNERA FINANSOWEGO

Stanisław Zajac

**Zakład Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich
Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Krośnie**

Wstęp

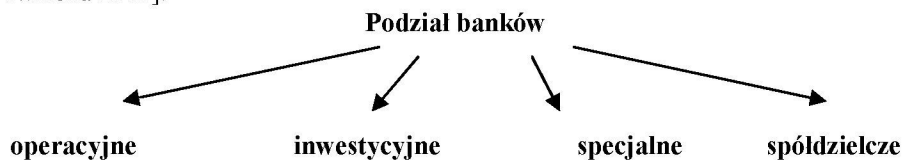
Obecny rynek usług bankowych jest zróżnicowany i staje się coraz w większym stopniu konkurencyjnym. Na takim rynku pozyskanie nowych klientów staje się coraz trudniejsze [Szafrńska 2009].

Banki szukając nowych klientów, wykorzystują do tego celu różne narzędzia marketingowe. Chociaż w wielu przypadkach rodzaje i zakres usług oferowanych przez banki klientom jest podobny, to występuje w nich wiele różnic ilościowych i jakościowych. Liczba klientów oraz zadowolenie klienta to główne czynniki, które są miarą sukcesu banku. Klienci banku występują jako klienci indywidualni (zarówno o wysokich dochodach, osoby bogate, mające duże ilości wolnych środków pieniężnych, jak również konsumenci, osoby o niskich dochodach) oraz firmy (duże korporacje, a także małe i średnie przedsiębiorstwa). Nasuwają się zatem pytania, co decyduje, że klient wybiera ten a nie inny bank, co powinien zmienić bank, co zaoferować klientowi by móc go pozyskać.

Celem badań jest określenie motywów wyboru banku jako partnera finansowego. Źródłem danych do analiz i wnioskowania był kwestionariusz wywiadu przeprowadzony wśród klientów Banku Spółdzielczego w Rymanowie w okresie od marca do lipca 2009 roku. Kwestionariusz wywiadu składał się z 20 pytań. Pytania miały charakter otwarty i zamknięty. Do analizy zastosowano metody opisowe, tabelaryczne i prezentacji graficznej.

Rodzaje banków działających w Polsce

Rozwój sektora bankowego w Polsce w ostatnich latach w coraz szerszym stopniu uwzględnia potrzeby gospodarki rynkowej. Funkcjonujące na rynku banki, biorąc pod uwagę różnorodność odbiorców usług, starają się spełniać oczekiwania swoich klientów [Piwnicka 2005].



Rysunek 1. Rodzaje banków działających w Polsce

Źródło: Grzywacz J. 2006. Współpraca przedsiębiorstwa z bankiem. Wyd. Difin, Warszawa, 19.

Podział banków z punktu widzenia działalności i potrzeb przedsiębiorstw przedstawiono na rysunku 1.

Banki operacyjne (głównie uniwersalne) przez brak ograniczeń w zakresie rodzaju świadczonych usług i swobody działalności na rynku pieniężnym i kapitałowym cieszą się dużym uznaniem wśród klientów. Dla przedsiębiorstwa istotnym jest, że bank uniwersalny ma dużą swobodę w określaniu kierunków działalności operacyjnej, np. indywidualnego ustalania:

- okresu depozytów pieniężnych,
- polityki kredytowej,
- rodzajów papierów wartościowych, jakie może nabywać dane przedsiębiorstwo.

Banki inwestycyjne świadczą usługi obejmujące przedsięwzięcia charakteryzujące się długim terminem realizacji i angażującymi duże kapitały. Stąd też w ramach swojej działalności, udzielając usług związanych z zarządzaniem finansowym, są zarazem doradcami firmy. Rozpoznając potrzeby i możliwości klienta, występując jako jego pośrednik, uczestniczą w przeprowadzaniu publicznych emisji papierów wartościowych. Profesjonalnie doradzając sposób finansowania planowanych inwestycji, organizują emisje akcji na giełdzie. Natomiast, wspomagając firmy znajdujące się w trudnej sytuacji finansowej, zajmują się ich restrukturyzacją. Przygotowują i przeprowadzają operacje łączenia i przejmowania przedsiębiorstw.

Banki specjalne przez specjalny charakter ofert, zazwyczaj obsługują określony rodzaj klienteli. Specjalizują się głównie w:

- gromadzeniu oszczędności,
- finansowaniu średniookresowych potrzeb przedsiębiorstw,
- finansowaniu długookresowych potrzeb przedsiębiorstw,
- finansowaniu projektów inwestycyjnych,
- finansowaniu programów restrukturyzacyjnych,
- obsłudze transakcji zagranicznych,
- zaspokajaniu potrzeb finansowych budownictwa mieszkaniowego [Grzywacz 2006].

Banki spółdzielcze są jednocześnie spółdzielniami i przedsiębiorstwami bankowymi. Zgodnie z tym podlegają prawu spółdzielczemu i prawu bankowemu. Banki spółdzielcze są własnością ich członków, którzy jednocześnie należą do najważniejszych i najbardziej lojalnych klientów. Świadcząc coraz szerszy zakres usług, skierowanych do różnych grup klientów, banki te zbliżają się charakterem prowadzonej działalności do bankowości uniwersalnej. Należy podkreślić, iż banki spółdzielcze funkcjonują przede wszystkim na obszarach wiejskich [Piwnicka 2005].

Czynniki mające wpływ na wybór banku

Jak podaje Kata [2003] czynników mających wpływ na wybór banku jest wiele można jednak przyjąć, że na ostateczną decyzję wyboru wpływ ma kilka, takich jak:

- wiarygodność banku
- szeroki zakres usług
- konkurencyjne warunki oprocentowania i opłaty
- fachowość i szybkość obsługi
- lokalizacja i dostępność do banku
- prestiż banku
- wcześniejsze kontakty z bankiem

- krótkie i proste procedury
- kompleksowa obsługa klienta
- sieć placówek, bankomaty
- profesjonalne doradztwo finansowe
- szybkość rozliczeń
- dostępność banku przez Internet
- reklama

Każdy z wymienionych przykładowych czynników może mieć dla poszczególnych osób różne znaczenie. W dużej mierze jest to kwestia subiektywnych odczuć samego klienta, chociaż wśród wielu różnorodnych kryteriów występują takie, które każda jednostka powinna uwzględnić, niezależnie od własnych odczuć. Warto zatem poddać analizie te właśnie czynniki.

Specyfika usług bankowych sprawia, że banki są i powinny być traktowane jako instytucje zaufania publicznego. Klienci oczekują, że bez obawy mogą zdać się na banki w sprawach finansowych, że uzyskają należytą ochronę nie tylko swych zasobów finansowych, ale także praw klienta. Dlatego ważną kwestią jest zwrócenie uwagi na problem wiarygodności i bezpieczeństwa powierzonych bankowi pieniędzy. Problem ten nabiera szczególnego znaczenia na tle doświadczeń ostatnich lat, w których zanotowano upadłość niektórych banków. Okazało się, że brak możliwości odzyskania złożonych wcześniej w banku lokat oznacza dla wielu jednostek „katastrofę ekonomiczną”. Stabilność banku, jego egzystencja i prawidłowe funkcjonowanie wpływają bowiem na prestiż banku [www.pentor.pl].

Wiarygodność to przekonanie, że bank spełni nasze oczekiwanie, wywiązując się z podjętych zobowiązań, że nie zawiedzie, nie wykorzysta swej przewagi, nie będzie działał na niekorzyść klienta. Że powierzone mu pieniądze zostaną przynajmniej odzyskane, jeśli nie pomnożone. Wiarygodność koegzystuje najczęściej z takimi cechami, jak prawdomówność, zaufanie, pewność, rzetelność, uczciwość czy bezpieczeństwo.

Dla klienta, który nawiązuje współpracę z bankiem, ważna jest możliwość opłacalnego zagospodarowania wolnych środków pieniężnych w formie lokaty. W wielu przypadkach bowiem tradycyjna lokata bankowa cieszy się w dalszym ciągu dużym zainteresowaniem. Szeroka oferta tych lokat wymaga jednak pewnej analizy odnoszącej się do różnych ich form oraz różnic występujących między bankami. Największe znaczenie mają zatem:

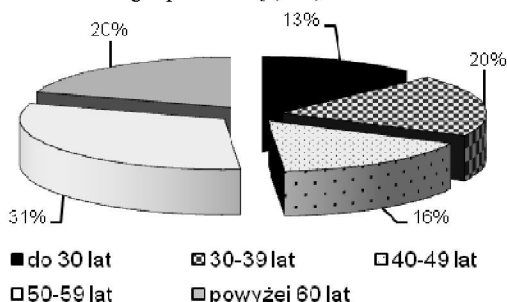
- wysokość oprocentowania lokat,
- okres naliczania odsetek np. miesięczny, kwartalny, roczny,
- gwarancja stałego oprocentowania,
- możliwość określenia indywidualnych warunków umów o lokaty,
- konsekwencje w przypadku zerwania lokaty.

Czas trwania operacji bankowych, sprawne przekazywanie informacji między bankami oraz możliwość skrócenia rozliczeń - to czynniki decydujące o szybkości i terminowości wykonywania wszelkich zleceń finansowych jednostki gospodarczej [Kaczmarek 2005]. Jest to bardzo istotne, zważywszy że nierzadko dokonanie operacji przelewu środków pieniężnych łączy się z dość długą drogą pieniądza. Dlatego fachowość i szybkość obsługi, krótkie i proste procedury, kompleksowa obsługa klienta oraz szybkość rozliczeń także mają wpływ na decyzje o wyborze banku.

Istotną kwestią jest możliwość korzystania z bankomatów i kart płatniczych (debetowych i kredytowych), oraz możliwość obsługi rachunku bankowego przez internet.

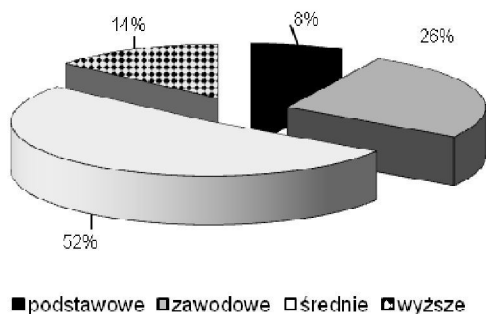
Wyniki i dyskusja badań

Badania przeprowadzono wśród 80 losowo wybranych klientów Banku Spółdzielczego w Rymanowie. Strukturę wiekową ogółu ankietowanych przedstawiono na wykresie 1. Wśród badanych najczęściej było osób w średnim wieku - 50÷59 lat i stanowiły one 31% ogółu badanych. W wieku do 30 lat było 13%, 30÷39 lat 20%, 40÷49 lat 16%, powyżej 60 lat 20% osób. Wśród ankietowanych 52% stanowiły kobiety, a 48% mężczyźni. Stwierdzono, że 51% ankietowanych posiadało wykształcenie średnie, 27% zawodowe, 14% wyższe, 8% podstawowe (wykres 2). Największą grupę badanych stanowili renciści i emeryci (39%), najmniejszą osoby prowadzące własną działalność gospodarczą (8%).



Wykres 1. Struktura wiekowa ankietowanych

Źródło: opracowanie własne



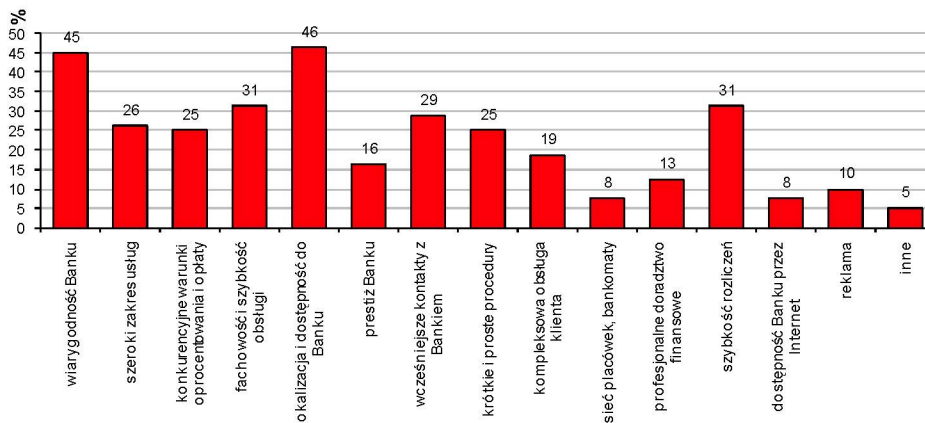
Wykres 2. Struktura ze względu na wykształcenie

Źródło: opracowanie własne

Na wykresie 3 przedstawiono wyniki odpowiedzi na pytanie: *co skłoniło Pana/Panią do wyboru Banku jako partnera finansowego?* Jak wynika z wykresu 3 dwa czynniki tj. wiarygodność Banku oraz lokalizacja i dostępność do Banku wśród ogółu ankietowanych miały największe znaczenie przy wyborze banku jako partnera finansowego. Stanowią one odpowiednio 45 i 46% (36, 37 osób). Lokalizacja i dostępność do banku jest ważna, gdyż 40% ankietowanych korzysta raz w tygodniu z banku, 38% raz w miesiącu, 19% kilka razy w tygodniu a 3% rzadziej (wykres 6). Duże znaczenia miały także następujące trzy czynniki: fachowość i szybkość obsługi, szybkość rozliczeń (31%, 25 osób) oraz wcześniejsze kontakty z bankiem (29%, 23 osoby). Najmniejsze znaczenia miały wśród badanych takie czynniki jak sieć placówek i bankomaty oraz dostępność Banku przez internet (8%, 6 osób). Funkcjonalność stron internetowych banków oferujących bankowość internetową nie jest więc czynnikiem

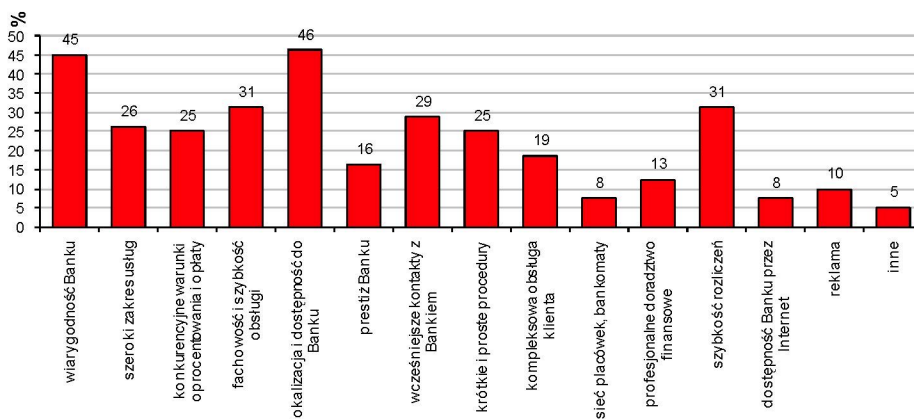
determinującym ich wybór. Strony internetowe banków mają dla swoich klientów głównie wartość transakcyjną (np. dokonywanie płatności, sprawdzanie stanu konta).

Podobnie przedstawia się hierarchia czynników wśród osób powyżej 50 roku życia (wykres 4), natomiast wśród osób do 30 roku życia występują pewne różnice. Największe znaczenia ma tak samo jak w powyższych grupach lokalizacja i dostępność banku ale a kolejnych miejscach widoczne są już znaczne zmiany. Powstała grupa czynników, które mają podobne znaczenie, wśród nich są: szeroki zakres usług, wcześniejsze kontakty z bankiem, kompleksowa obsługa klienta oraz sieć placówek i bankomaty, który to czynnik nie miał takiego dużego znaczenia wśród wcześniejszych grup (wykres 5).



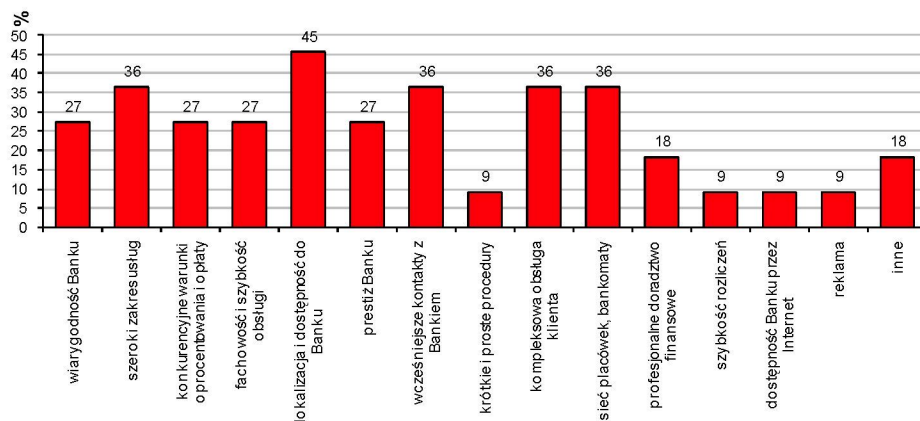
Wykres 3. Motywy wyboru banku jako partnera finansowego wśród ogółu badanych

Źródło: opracowanie własne



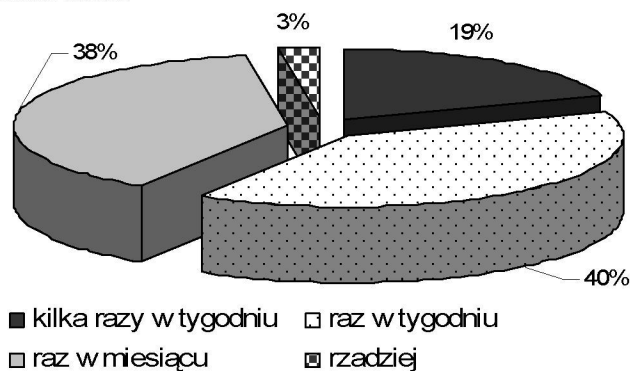
Wykres 4. Motywy wyboru banku jako partnera finansowego wśród osób powyżej 50 roku życia

Źródło: opracowanie własne



Wykres 5. Motywy wyboru banku jako partnera finansowego wśród osób do 30 roku życia

Źródło: opracowanie własne



Wykres 6. Częstotliwość korzystania z banku

Źródło: opracowanie własne

Podsumowanie

Nie można jednak jednoznacznie stwierdzić, które z czynników są najważniejsze, zwłaszcza że wśród samych klientów opinie na ten temat są podzielone. Można jednak przyjąć, że na wybór banku ma w dużej mierze wpływ wiarygodność banku oraz lokalizacja i dostępność do banku. Te dwa czynniki wśród ankietowanych miały największe znaczenie.

Przy wyborze banku klienci coraz częściej biorą pod uwagę także takie czynniki jak sprawność obsługi, czas realizacji zleceń oraz szeroki zakres usług. Tendencje te zbliżają się zatem do sytuacji, jaka występuje w krajach o rozwiniętych gospodarkach rynkowych.

Pozyskanie nowych klientów staje się coraz trudniejsze. Dlatego podstawowym warunkiem utrzymania wysokiego poziomu konkurencyjności współczesnego banku jest wzrost wiarygodności i zaufania klientów już korzystających z usług banku poprzez rozpoznawanie ich potrzeb, a następnie dostosowanie do nich treści i jakości produktów bankowych.

Piśmiennictwo

1. Grzywacz J. 2006. *Współpraca przedsiębiorstwa z bankiem*. Wyd. Difin, Warszawa, 19.
2. Kaczmarek M. 2005. *Identyfikacja motywów wyboru banku przez klientów indywidualnych z zastosowaniem analizy czynnikowej*. Zeszyty Naukowe „Ilościowe i jakościowe metody badania rynku. Pomiar i jego skuteczność”. Poznań, 129-136.
3. Kata R. 2003. *Rola banków spółdzielczych w finansowaniu rolnictwa regionu podkarpackiego*. Uniwersytet Rzeszowski. Wyd. Oświatowe FOSZE. Rzeszów.
4. Piwnicka M. 2005. *Znaczenie systemu bankowego dla rozwoju gospodarczego obszarów wiejskich*. Wyd. Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnych i Agrobiznesu. t. IX, z. 2, 282-287.
5. Szafrąńska M. 2009. *Lojalność małych i średnich przedsiębiorstw na rynku usług bankowych*. Wyd. Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnych i Agrobiznesu, t. X, z. 3, 517-520.
6. www.pentor.pl/57646.xml?doc_id=11278 (data dostępności 10.07.2009).

Summary

Motives for the selection of the bank as a financial partner

Presents the reasons for choosing the bank as a financial partner. There have been characteristics of the factors affecting this choice. The source of data for analysis and to request an interview questionnaire was conducted among 1980 randomly selected clients in Rymanow Cooperative Bank. It was found that among the same customer opinions on this subject are divided. However, you can assume that the choice of the bank to a large extent affects the credibility of the bank and location and accessibility to the bank.