

National Banking Index – o premieră pe piața cercetării de marketing financiar din România

Institutul Român pentru Evaluare și Strategie – IRES derulează în anul 2011 **Programul Național de Evaluare a Serviciilor Instituțiilor Bancare din România - NATIONAL BANKING INDEX 2011**, primul program integrat de evaluare a percepției pieței bancare derulat în România.

National Banking Index redă imaginea detaliată a percepției utilizatorilor de servicii bancare din România asupra prestației băncilor, dar și a comportamentului de consum de produse bancare, elemente de branding și nu numai, pornind de la următoarele dimensiuni:

- Identificarea percepției generale a consumatorilor de produse bancare cu privire la serviciile pe care le oferă băncile
 - Imaginea principalelor bănci din România
 - Frecvența utilizării unor servicii bancare
 - Factori de satisfacție/insatisfacție cu privire la bancă
 - Evaluarea gradului de încredere în instituțiile bancare în raport cu alte instituții
 - Evaluarea comportamentului de economisire
 - Intenții cu privire la creditare
 - Factorii care determină alegerea unei instituții bancare
- Rezultatele **National Banking Index** reprezintă un feedback al clienților cu privire la experiența lor pe piața bancară. În studiul realizat de IRES, percepțiile acestora sunt analizate atent și interpretate într-o manieră coerentă, astfel încât să servească drept barometru pentru eficiența băncilor, pe de o parte, dar și drept linii directive pentru viitor, pe de altă parte. Prin evidențierea punctelor nevralgice, dar și a punctelor forte a relației client-bancă, rezultatele studiului pot conduce la o mai bună raliere a serviciilor și produselor oferite de bănci la nevoilor clienților.

Desfășurarea National Banking Index

- **Institutul Român pentru Evaluare și Strategie – IRES** propune un studiu sindicalizat, la realizarea căruia să participe principalele instituții bancare din România. Studiul va fi realizat trimestrial, pe un eșantion reprezentativ la nivelul populației urbane din România, utilizatori de produse sau servicii bancare. Datele vor fi culese prin metoda **CATI** (Computer Assisted Telephone Interviewing).

- Pentru aprofundarea rezultatelor, **Institutul Român pentru Evaluare și Strategie – IRES** propune suplimentarea cu metode de cercetare calitativă: organizarea unor focus grupuri tematice care să dezvăluie acele elemente mai dificil de surprins într-un studiu cantitativ (care poate oferi informații de natură descriptivă extrem de utile, indicând intensități ale fenomenelor măsurate, însă mai puțin profunde și bogate în detalii specifice).

Indicele de satisfacție National Banking Index

În decursul lunii ianuarie 2011, cercetătorii **Institutului Român pentru Evaluare și Strategie – IRES** au realizat un studiu prospectiv cu privire la piața bancară. Acest demers a avut două obiective, importante în egală măsură:

Surpinderea unei imagini generale a situației pieței bancare din România și a modului în care utilizatorii de servicii specifice acestui sector se raportează la instituția bancară cu care colaborează.

Compunerea unui indice de satisfacție cu privire la serviciile specifice sectorului bancar, indice complex care înglobează elemente importante ale relației client-bancă:

- Accesibilitatea
- Personalul (angajații)
- Costuri
- Satisfația percepută
- Loialitate
- Recomandare

Fiecare dintre aceste dimensiuni este ramificată în indicatori preciși, iar scorurile sunt calculate prin intermediul algoritmului dezvoltat de către experții **IRES** pentru a da o măsură globală, cuantificabilă și comparabilă (de la o măsurare la alta și între diferiți actori ai sectorului bancar) a gradului de satisfacție a clienților.

Rezultatele studiului prospectiv, ianuarie 2011

Comportament general financiar și de economisire al românilor

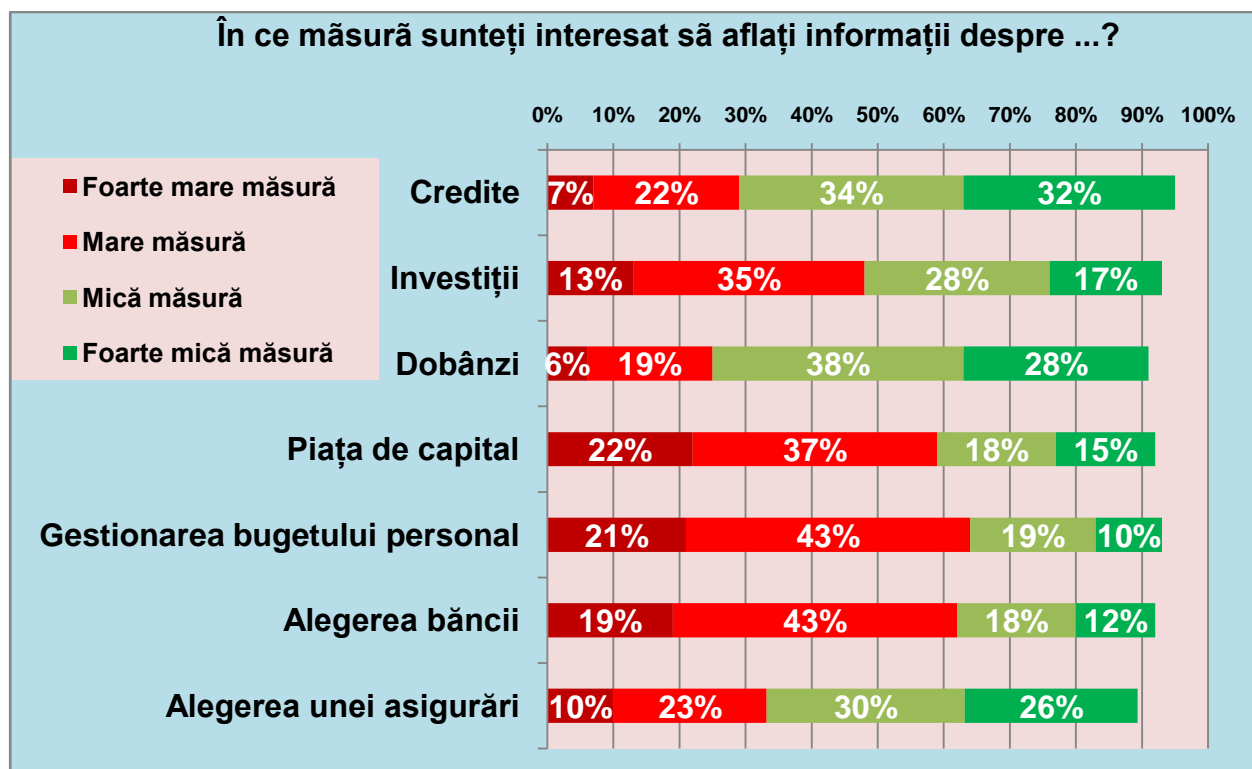
Dacă ar dispune de un milion de lei noi, doar 28% dintre românii din mediul urban l-ar economisi, în timp ce cei mai mulți dintre ei - 32% - l-ar investi într-o afacere. Unul din 5 respondenți declară că l-ar da altcuiva, la fel, 20% declarând că l-ar cheltui. 8% l-ar investi în acțiuni sau l-ar depune la un fond de investiții.

Dacă ar trebui să economisească o sumă mare de bani, majoritatea respondenților ar depune-o la o bancă – 55%, 20% ar cumpăra acțiuni sau i-au depune la un fond de investiții, în timp ce 17% ar cumpăra valută. 7% dintre aceștia nu și-ar asuma nici un risc de a-i pierde, preferând să „îi țină la saltea”.

Mai mult de 50% dintre persoanele intervievate declară că utilizează produse bancare de orice fel. Următoarele întrebări le-au fost adresate doar acestor respondenți.

Unul din 10 utilizatori din mediul urban ai serviciilor bancare declară că intenționează să ia un credit de la bancă în viitorul apropiat. Dintre aceștia, 32% au nevoie de o sumă de bani pentru renovarea locuinței, 29% pentru achiziționarea unei locuințe, 13% pentru achiziționarea de bunuri casnice și 8% pentru cumpărarea unui autoturism. Mai mult, 6% i-ar investi într-o afacere, 5% ar achita un împrumut mai vechi, 5% ar cumpăra un teren și 4% ar achiziționa mobilier. Cele mai importante criterii de care țin cont românii atunci când decid să ia un credit sunt: dobânda (64%), rapiditatea de acordare a creditului (41%) și suma maximă pe care o pot împrumuta, în raport cu veniturile, relevantă pentru 29% dintre aceștia.

Interesul utilizatorilor pentru a obține mai multe informații despre anumite aspecte legate de activitatea bancară se distribuie după cum urmează (diferențele până la 100% reprezintă non răspunsurile):



Într-o lună normală, 39% dintre utilizatorii de servicii bancare din mediul urban reușesc să facă economii. Majoritatea acestora reușesc să facă economii sub 500 de RON – (14% sub 200 RON, 46% între 201 și 500 RON), în timp ce 19% fac economii până în 1000 de RON. Mai puțini sunt cei care reușesc să economisească sume între 1001 și 5000 de RON – 10% și peste 5000 de RON – 2%.

Gradul de apreciere pozitivă a românilor privind interacțiunea cu băncile cu care lucrează tinde să crească odată cu vârsta, persoanele de peste 65 de ani evaluând acest aspect în termeni semnificativ mai pozitivi decât tinerii între 18 și 35 de ani.

De asemenea, respondenții din Moldova tind să fie de acord cu afirmații pozitive despre băncile cu care colaborează în măsură mai scăzută decât cei din Transilvania și Banat și au mai puțină încredere în bănci decât aceștia (40% vs. 45%).

Respondenții din Transilvania și Banat și Sud, București și Dobrogea declară că reușesc să facă economii într-o lună obișnuită în proporție mai mare decât cei din Moldova – 40%, respectiv 39% vs. 35% în cazul moldovenilor. Mai mult, persoanele din categoriile de vârstă de la extreme (18-35 de ani și peste 65 de ani) declară că economisesc în măsură mai mare decât cele de vârstă medie.

Percepții generale despre sistemul bancar din România și atitudini de consum

Doar 3% dintre utilizatorii de servicii bancare din mediul urban au foarte multă încredere în bănci în general, în timp ce 41% au multă încredere, 40% puțină, iar 13% foarte puțină încredere.

Mai mult de 50% dintre persoanele intervievate declară că utilizează produse bancare de orice fel. Următoarele întrebări le-au fost adresate doar acestor respondenți.

65% dintre românii care utilizează servicii bancare au un cont curent (inclusiv card de salariu), 35% au un card de credit, 22% au un cont de economii, în timp ce 16% au luat un credit pentru nevoi personale. Restul produselor bancare sunt utilizate în măsură mai mică. Mai mult de jumătate dintre utilizatori folosesc serviciile a două bănci sau mai multe (2 bănci – 35%, 3 bănci – 15%, 4 bănci – 3%, 5 bănci – 1%). Cei mai mulți utilizatori ai serviciilor bancare intră într-o bancă o dată pe lună, în timp ce un utilizator din 5 face acest lucru săptămânal. 16% dintre aceștia nu ajung la o bancă în fiecare lună.

O treime din respondenți folosesc bancomatul săptămânal, o cincime ocazional, în timp ce o altă treime folosește bancomatul o dată pe lună. Restul respondenților îl folosesc mai rar (6%) sau deloc (15%). 47% dintre români nu folosesc niciodată cardul pentru a plăti cumpărăturile, iar 33% îl folosesc ocazional; 15%, în schimb, îl folosesc de cele mai multe ori, iar 5% declară că îl folosesc de fiecare dată. Serviciile bancare on-line sunt accesate în prezent de doar 17% dintre utilizatorii serviciilor bancare.

Majoritatea respondenților (peste 70%) tind să fie de acord cu afirmații pozitive privind băncile cu care lucrează, dimensiuni care fac referire la comportamentul și competențele angajaților, publicitatea pentru servicii, orarul de funcționare, accesibilitatea serviciilor și costuri; cel mai sensibil aspect în acest sens fiind dobânda – cu afirmația „Dobânda pe care o practică banca este una corectă” declarându-se de acord (total+parțial) 63%. Peste 80% dintre respondenți ar recomanda serviciile băncii cu care colaborează și altor persoane.

48% dintre respondenți sunt de acord total sau parțial cu afirmația „Nu aş schimba niciodată banca cu care lucrez”, per total înregistrându-se un nivel foarte ridicat de satisfacție privind interacțiunea cu băncile – 28% dintre respondenți sunt foarte mulțumiți de colaborarea cu banca, în timp ce 67% declară că sunt mulțumiți. Astfel, doar 3% sunt nemulțumiți și 1% foarte nemulțumiți.

Studiul de față relevă faptul că procesul de alegere a băncii de către o persoană este determinat, mai degrabă, de factori percepțuali de tipul: încredere, amabilitate etc. și într-o proporție mai scăzută de oferta efectivă a băncii. Cel mai important criteriu în alegerea unei bănci este încrederea pe care instituția bancară o inspiră, acesta fiind cel mai important pentru 47% dintre utilizatori. Amabilitatea și disponibilitatea personalului băncii este următorul criteriu, de care țin cont 33% dintre clienți. Acestea sunt mai importante decât nivelul comisioanelor aplicate (31%). Alte criterii importante pentru utilizatori sunt: facilitățile pe care banca le oferă clienților fideli (20%), distanța față de locuință (18%) și gama serviciilor oferite (13%). Experiența personală cu banca, recomandarea cuiva sau publicitatea sunt criterii relevante pentru sub 10% dintre respondenți.

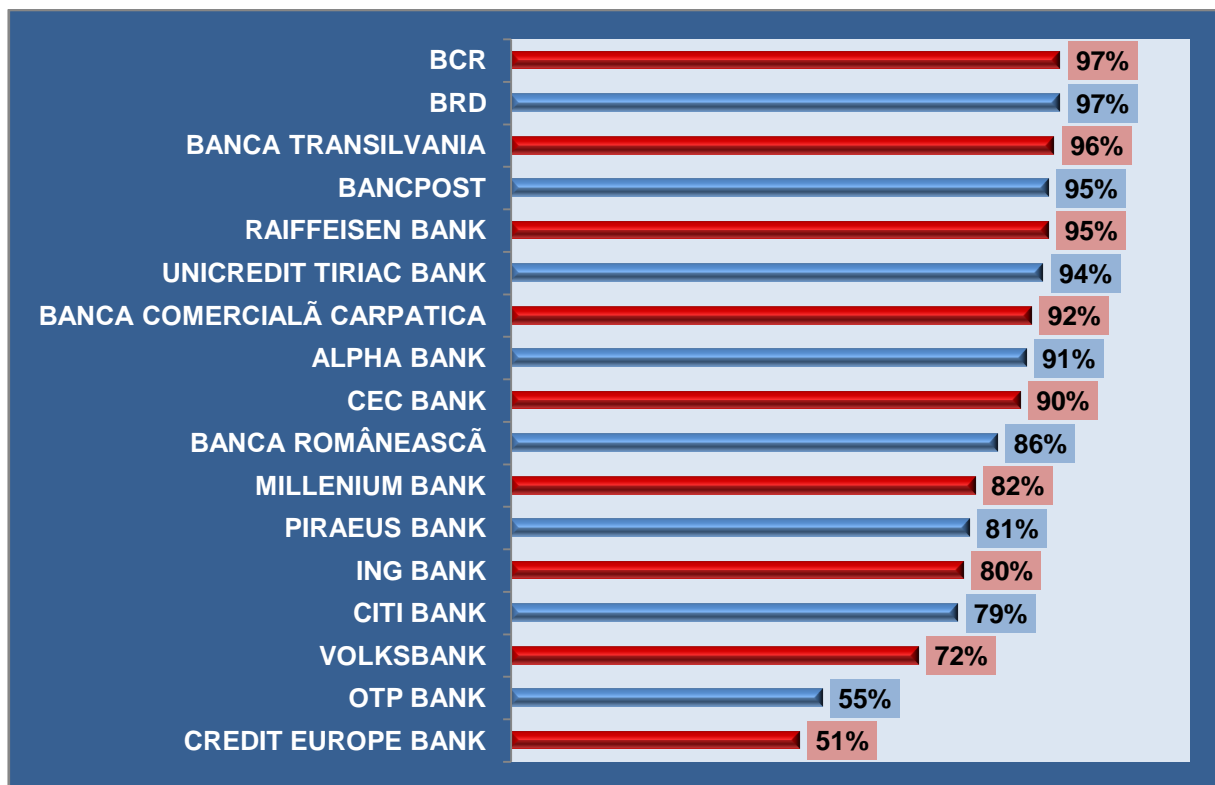
Aproape jumătate (48%) dintre utilizatorii serviciilor de banking din România declară că nu îi nemulțumește nimic cu privire la relația pe care o au cu banca. Pentru ceilalți, principalele motive de nemulțumire sunt reprezentate de: dobânda mare la extragere (pentru unul din 10 respondenți), comisioanele practicate (7%), atitudinea sau comportamentul angajaților, timpul de efectuare a procedurilor, orarul de funcționare, lipsa transparenței, schimbările neprevăzute în contract, dobânda mică la depunere, aglomerația și timpul de așteptare, inaccesibilitatea sau incorectitudinea informațiilor primite, precum și gama prea redusă a serviciilor, numărul redus de filiale, bancomatele nealimentate sau defecte și lipsa flexibilității.

În mod paradoxal, cu toate că se declară mulțumiți per total de serviciile bancare, dar și de aspecte mai specifice ale colaborării cu băncile, oamenii tind să mențină o distanță față de aceste instituții și receptează serviciile lor ca fiind în defavoarea clienților. 76% dintre respondenți sunt de acord total sau parțial cu afirmația „Prefer să am de lucru cât mai puțin cu băncile”. Totodată, 90% sunt de acord total sau parțial cu afirmația „Contractele dintre bănci și clienți sunt în avantajul băncilor”, iar 89% cu afirmația „Oamenii nu sunt atenți atunci când intră sub contract cu băncile”.

Notorietatea instituțiilor bancare din România

Dintre băncile prezente pe piața din România, BCR se bucură de cea mai ridicată notorietate (**top of mind**) – 34%. Aceasta este urmată de BRD, menționată de 18% dintre respondenți, Banca Transilvania – 13%, Raiffeisen Bank – 11%, Bancpost – 5% și ING – 5%. Restul băncilor au fost menționate de sub 5% dintre respondenți.

Notorietatea asistată a principalelor bănci care își desfășoară activitatea în România relevă următoarele distribuții în cadrul subeșantionului de utilizatori de servicii bancare din mediul urban:



BCR este menționată spontan de cei mai mulți dintre respondenți (**25%**) atunci când sunt întrebați care este banca în care au cea mai mare încredere. Aceasta este urmată de BRD – 17%, Raiffeisen Bank – 12% , Banca Transilvania – 11% și CEC Bank – 7%.

O distribuție similară se regăsește și în cazul băncilor la care respondenții ar depozita o sumă mare de bani, dacă ar dispune de ea, cu mici variații – BCR – 24%, 15%, Banca Transilvania – 11%, Raiffeisen Bank – 10% și CEC Bank - 8%.

Prof. Dr. Vasile DÂNCU

Președinte

Institutul Român pentru Evaluare și Strategie - IRES