VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA MARIBOR

DIPLOMSKO DELO

PONUDBA ZA ŠTUDENTE V NOVI KBM D.D.

Kandidatka: Tatjana Matjašič
Študentka študija ob delu
Št. indeksa: 11190122647
Program: Komercialist
Mentorica: Alenka Valcl, univ. dipl. ekon.

Maribor, september 2008

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKE NALOGE

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predložena diplomska naloga izključno rezultat mojega dela.
- sem poskrbel/a, da so dela in mnenja drugih avtorjev, ki jih uporabljam v predloženi nalogi, navadena oz. citirana skladno s pravili Višje strokovne šole Academia.
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del oz. misli, kot moje lastne – kaznivo po Zakonu o avtorskih in sorodnih pravicah; UL št. 16/2007; (v nadaljevanju ZASP), prekršek pa podleže tudi ukrepom VSŠ Academia skladno z njenimi pravili.
- Skladno z 32. členom ZASP dovoljujem VSŠ Academia objavo diplomske naloge na spletnem portalu šole.

Maribor, 29.9.2008 Podpis študenta:

ZAHVALA

V življenju se ob pomembnih trenutkih večkrat ozremo nazaj in se spomnimo oseb, ki so nam omogočile, da smo zmogli premagati vse prepreke in nismo obupali takrat, ko je bilo najhuje.

Tudi meni bodo v lepem spominu ostali vsi predavatelji Višje strokovne šole Academia d.o.o., ki nam niso posredovali samo znanja na določenih področjih, ampak so z nami delili tudi svoje dragocene izkušnje. Še posebej pa moram omeniti gospo ravnateljico, mag. Mirjano Ivanuša – Bezjak, in potrpežljivo mentorico, Alenko Valcl. Gospa Ivanuša – Bezjak je ves čas bdela nad nami; kadar si potreboval kakšen nasvet, je ni bilo treba iskati, ampak se je kar nenadoma od nekod pojavila in sama ponudila pomoč – študentje je nismo zaman klicali »mama«. In če je bila gospa ravnateljica naša mama, potem lahko trdim za Alenko Valcl, da mi je bila kot sestra. S svojo pozitivno energijo, koristnimi nasveti in izkušnjami me je vzpodbujala ter usmerjala pri izdelavi diplomske naloge, istočasno pa mi je bila v oporo tudi v osebni stiski.

Tudi v tem trenutku ne morem mimo osebe, brez katere bi mi bilo marsikdaj v življenju veliko težje – hvala, mama.

Še posebej pa se želim zahvaliti mojima otrokoma, Tamari in Maticu, ki sta mi ves čas stala ob strani, nestrpno pričakovala rezultate izpitov in se veselila z menoj. Dokazala sta svojo zrelost, saj sta bila prikrajšana za marsikateri skupni trenutek, a sta razumela. Bili so tudi težki trenutki, ki smo jih premagali z združenimi močmi in danes lahko s ponosom trdim, da smo skupaj dosegli ta cilj.

Zahvala gre tudi Brigiti Matjašič, ki si je ob svojih številnih obveznostih utrgala čas tudi za lektoriranje te naloge.

Hvala vsem, ki ste me vzpodbujali in verjeli vame.

POVZETEK

Ključne besede: banka, študent, ponudba, račun, konkurenca, plačilne kartice, dovoljena prekoračitev, krediti, varčevanje, elektronsko bančništvo.

Če primerjamo ponudbo med bankami v Sloveniji, je popolnoma jasno, da se prav vse zelo trudijo pri pridobivanju novih komitentov. V primerjavi z drugimi državami je slovenski bančni trg izredno majhen, število bank pa se veča, kar posledično povečuje med njimi boj za komitente. Banke so se pričele zavedati pomembnosti študentske populacije, saj so to komitenti, ki bodo že čez nekaj let predstavljali njihov glavni vir dohodkov.

Nova KBM d.d. je bila prva med bankami, ki je pričela intenzivno delati v tej smeri. Idejo so dobili v oddelku za trženje, ko so pred leti v okviru programa Phare sodelovali z Bank of Ireland. S tem so si pridobili določeno prednost v slovenskem prostoru, a tudi ostale banke se uspešno prilagajajo željam in potrebam komitentov, zato je treba nenehno spremljati konkurenco in se odzivati na razmere na trgu.

Diplomska naloga v **drugem poglavju** predstavi Novo KBM d.d. in celotno finančno Skupino Nove KBM d.d., v **tretjem poglavju** pa opisuje študentsko ponudbo od samega začetka, pa vse do danes in prikazuje, kako Nova KBM d.d. pridobiva študente, ki v prihodnosti predstavljajo zanjo velik potencial, in kaj jim ponuja. V **četrtem poglavju** je predstavljena ponudba za študente v konkurenčnih bankah in primerjava teh s študentsko ponudbo v Novi KBM d.d. V **petem poglavju** sledi analiza raziskave mnenja uporabnikov študentskih računov ter zaključki in ugotovitve, kaj je zanje najpomembneje pri izbiri banke. **Šesto poglavje** zajema predloge in priporočila za izboljšave v obstoječi ponudbi, namenjeno je vodstvu Nove KBM d.d.. Sledi zaključek s kratkim povzetkom ugotovitev v **sedmem poglavju.**

ABSTRACT

Key words: bank, student, offer, account, competition, debit cards, allowed credit overdraw, credits, saving, on-line banking

If we compare bank offers in Slovenia it is perfectly clear that all of them are striving for winning new clients. Slovene bank market is extremely small as compared to other countries and the numbers of banks is growing, which results in intensified banks' engagements for new clients. Banks has become aware of students population's importance. These are clients who in couple of years will represent the main source of bank's income.

The first bank in Slovenia that started intensively working in this direction was Nova KBM d.d.. The idea occurred in their marketing department during cooperation with Bank of Ireland a couple of years back as a part of Phare programme. With this they acquired a certain advantage in Slovene market. However the remaining banks are successful in adapting to requests and needs of clients. Therefore it is a necessity for constant watch over competition and responds to new market conditions.

Diploma paper presents in its **second chapter** Nova KBM d.d and the whole Nova KBM d.d. Group, in **chapter three** it describes students tender from its beginnings until today. It also presents how Nova KBM d.d. wins new clients and what it offers to students, who present big future potential. In **chapter four** it presents offers for student clients in other Slovene banks and makes a comparison between these offers and the offer in Nova KBM d.d. . The **fifth chapter** deals with the analysis of the opinion research of student's accounts clients. It is followed by conclusions and findings of what are the most important factors for choosing a residential bank. The **sixth chapter** presents prepositions and recommendations for the management of Nova KBM d.d on how to improve existing offers. This is followed by conclusion with short summary in **chapter seven**.

KAZALO

1 UVOD 8
1.1 OBRAVNAVANA ORGANIZACIJA 8
1.2 OPREDELITEV OBRAVNAVANE TEME 9
1.3 NAMEN, CILJI IN OSNOVNE TRDITVE 10
1.4 PREDPOSTAVKE IN OMEJITVE 10
1.5 PREDVIDENE METODE RAZISKOVANJA 11
2 PREDSTAVITEV NOVE KBM D.D. MARIBOR 12
2.1 FINANČNA SKUPINA NOVE KBM D.D. 12
3 ŠTUDENTSKA PONUDBA NOVE KBM D.D. 15
3.1 ZAČETKI ŠTUDENTSKE PONUDBE V NOVI KBM D.D. 15
3.1.1 Raziskava trga 16
3.1.2 BRŠ - Bančni račun študenta 18
3.2 POSLOVALNICA ŠTUDENTSKA ENOTA 19
3.3 BRŠ KOT BLAGOVNA ZNAMKA 20
3.4 BRŠ DANES 21
4 PRIMERJAVA KONKURENČNE PONUDBE 24
4.1 ABANKA VIPA D.D. 24
4.2 BANKA SPARKASSE D.D. 25
4.3 NOVA LJUBLJANSKA BANKA D.D. 26
4.5 SKB BANKA D.D. LJUBLJANA 28
4.6 PRIMERJAVA NOVE KBM D.D. S KONKURENCO 29
4.6.1 Prednosti Nove KBM d.d. 30
4.6.2 Slabosti Nove KBM d.d. 31
5 RAZISKAVA MNENJA UPORABNIKOV ŠTUDENTSKIH RAČUNOV 34
5.1 NAMEN IN CILJI RAZISKAVE 34
5.2 POTEK IN IZVEDBA RAZISKAVE 35
5.3 ANALIZA VPRAŠALNIKOV 36
5.4 ZAKLJUČKI RAZISKAVE IN UGOTOVITVE 54
6 PREDLOGI IN PRIPOROČILA VODSTVU PODJETJA 56
7 ZAKLJUČEK 59
8 UPORABLJENA LITERATURA IN VIRI 60

KAZALO SLIK

SLIKA 1: LOGOTIP NOVE KBM D.D. 8
SLIKA 2: LOGOTIP BRŠ 20
SLIKA 3: BRŠ MAESTRO KARTICA ZA ŠTUDENTE V NOVI KBM D.D. 21
SLIKA 4: LOGOTIP ABANKE VIPA D.D. 24
SLIKA 5: LOGOTIP SPARKASSE D.D. 25
SLIKA 6: LOGOTIP NOVE LB D.D. 26
SLIKA 7: LOGOTIP SKB BANKE D.D. 28

KAZALO TABEL

TABELA 1: ŠTEVILO ŠTUDENTSKIH RAČUNOV PO BANKAH 36
TABELA 2: UPORABNIKI RAČUNOV PRI ENI ALI VEČ BANKAH 37
TABELA 3: ŠTUDENTSKI RAČUNI PO ČASOVNEM OBDOBJU 38
TABELA 4: POGOSTOST UPORABE BANČNIH PRODUKTOV 41
TABELA 5: KAJ JE POMEMBNO PRI IZBIRI BANKE 42
TABELA 6: OCENA POSAMEZNIH BANK GLEDE NA PONUJENO 45
TABELA 7: OCENA ZADOVOLJSTVA KOMITENTOV NOVE KBM D.D. 49
TABELA 8: OCENA ZADOVOLJSTVA PO IZBRANIH KATEGORIJAH 50
TABELA 9: ŠTEVILO ŠTUDENTOV, KI BODO PO KONČANEM ŠTUDIJU OSTALI KOMITENTI NOVE KBM D.D. 53

KAZALO GRAFOV

GRAF 1: DELEŽ ŠTUDENTSKIH RAČUNOV PO BANKAH 37
GRAF 2: DELEŽ ŠTUDENTSKIH RAČUNOV PRI ENI ALI VEČ BANKAH 38
GRAF 3: ŠTUDENTSKI RAČUNI ODPRTI DO 3 LETA – PO BANKAH 39
GRAF 4: ŠTUDENTSKI RAČUNI ODPRTI 3 LETA ALI VEČ – PO BANKAH 39
GRAF 5: PRIMERJAVA MED RAČUNI V NOVI KBM D.D. 40
GRAF 6: PRIMERJAVA MED RAČUNI V NOVI LB D.D. 40
GRAF 7: POGOSTOST UPORABE BANČNIH PRODUKTOV 42
GRAF 8: NAJPOMEMBNEJŠI DEJAVNIKI PRI IZBIRI BANKE 43
GRAF 9: MANJ POMEMBNI DEJAVNIKI PRI IZBIRI BANKE 43
GRAF 10: OCENA UGODNOSTI ŠTUDENTSKE PONUDBE PO BANKAH 46
GRAF 11: OCENA PONUDBE ABANKE VIPA D.D. 46
GRAF 12: OCENA PONUDBE BANKE SPARKASSE D.D. 47
GRAF 13: OCENA PONUDBE SKB BANKE D.D. LJUBLJANA 47
GRAF 14: OCENA ZADOVOLJSTVA ŠTUDENTOV V NOVI KBM D.D. 49
GRAF 15: OCENA ZADOVOLJSTVA PO KATEGORIJAH 50
GRAF 16: NAJBOLJE OCENJENI PRODUKTI 51
GRAF 17: ELEKTRONSKO BANČNIŠTVO – OCENA ZADOVOLJSTVA 51
GRAF 18: DELEŽ ŠTUDENTOV, KI BODO PO KONČANEM ŠTUDIJU OSTALI KOMITENTI NOVE KBM D.D. 53

1 UVOD

1.1 Obravnavana organizacija



Slika 1: logotip Nove KBM d.d.
(Vir: http//www.nkbm.si-1.8.2008)

Nova KBM d.d. je ena vodilnih slovenskih finančnih institucij in je trenutno druga največja banka v državi. Povezana s Poštno banko Slovenije svojim komitentom nudi celovit in široko dostopen bančno-finančni servis v poslovalnicah po vsej Sloveniji.

Klasične bančne storitve dopolnjuje s ponudbo družb finančne Skupine Nove KBM d.d., ki vključuje zavarovalništvo, lizing, vzajemne sklade, storitve borznega posredništva ...

Vse storitve odlikujejo učinkovitost, varnost, zanesljivost in osebni pristop pri reševanju finančnih izzivov. Več kot 1.500 zaposlenih uslužbencev Nove KBM d.d. se zaveda pomena individualnega pristopa in prijazne besede, ko stranke iščejo finančni nasvet, zato je njihova pozornost vedno usmerjene v zadovoljstvo posameznika.

Kot banka se zaveda tudi pomembnosti družbene vloge, ki jo zaseda in v skladu s tem deluje tudi, ko gre za njen prispevek k razvoju ožjega in širšega družbenega ter gospodarskega okolja. S preudarnim vlaganjem v šport, kulturo, umetnost, znanost in razvoj ter humanitarne dejavnosti Nova KBM d.d. nadgrajuje partnerske odnose in ugled banke.

Nova KBM d.d. ima v slovenskem prostoru bogato tradicijo in živi z okoljem, ter že od nekdaj spremlja razvoj svojih komitentov ter njihove potrebe in želje. Na podlagi teh ugotovitev si zastavlja svojo poslovno politiko in razvija ponudbo ter nenehno skrbi za stalno izboljšavo storitev.

1.2 Opredelitev obravnavane teme

V slovenskem prostoru si je ponudba za študente med bankami v marsičem zelo podobna. Zato v tej diplomski nalogi ne bomo spoznali zgolj bančnih storitev in primerjave med njimi. Zadeve se bomo lotili pravzaprav s tržnega vidika, in sicer od same zamisli ponudbe za študente v Novi KBM d.d., pa vse do danes. Nenehoma se namreč izvajajo različne aktivnosti in raziskave, s tem banka želi spoznati profile komitentov in načrtuje pridobivanje novih uporabnikov bančnih storitev. Razvija torej strategijo ravnanja do določenih ciljnih skupin – v našem primeru so to študentje. ***BRŠ*** (bančni račun študenta) se je uveljavil tudi kot blagovna znamka.

Prikazali bomo, kako Nova KBM d.d. pridobiva in kaj ponuja študentom v tistih obdobjih njihovega razvoja, ko ne predstavljajo takšnega segmenta, ki bi bil v tistem trenutku zanjo ravno dobičkonosen. Prej nasprotno, banka načrtno vlaga sredstva za pridobivanje novih komitentov, ki pa v prihodnosti predstavljajo zanjo velik potencial. Želi jih spoznati in razumeti (lahko gre npr. za študenta, ki je trenutno brez prilivov ali zgolj s skromno štipendijo, a že čez nekaj let bo priznan zdravnik, odvetnik, profesor …) ter jim svetovati. V vmesnem času pa jih preusmerja tudi na druge prodajne kanale (bančni avtomati, elektronsko bančništvo, kartično poslovanje …) in pripravlja strategijo za njihovo prehajanje v skupino bolj donosnih in pomembnih strank.

Istočasno pa bomo med študenti izvedli raziskavo, kaj je odločilnega pomena pri izbiri njihovega računa, zakaj so bolj ali manj zadovoljni, ugotavljali njihovo lojalnost ... Opredelili se bomo na Novo KBM d.d. ter njene produkte primerjali s produkti nekaterih primerljivih konkurenčnih bank, katerih študentska ponudba je v slovenskem prostoru po naši presoji trenutno na samem vrhu. To so :

- Abanka Vipa d.d.
- Banka Sparkasse d.d.
- Nova Ljubljanska banka d.d.
- SKB banka d.d. Ljubljana

1.3 Namen, cilji in osnovne trditve

Namen diplomske naloge je spoznati prednosti in slabosti študentske ponudbe Nove KBM d.d. v primerjavi s konkurenco ter ugotoviti njen trenutni položaj med uporabniki storitev. Njihovo mnenje je vsekakor izrednega pomena. Določene ugotovitve lahko namreč veliko pripomorejo k odločitvam pri nadaljnjemu razvoju celotne ponudbe. Praviloma banka ne prodaja le enkratnih storitev, temveč jih medsebojno povezuje, vedeti pa mora, katere storitve so tiste, ki jim je v prvi vrsti potrebno nameniti največ pozornosti in sredstev pri nadaljnjem razvoju. Ta naloga bi naj pripomogla k iskanju novih tržnih priložnosti in hkrati služila kot smernica za lažje prilagajanje na hitre spremembe v bančnem okolju.

Cilji te naloge so predvsem:

- predstaviti značilnosti in razvoj študentske ponudbe v Novi KBM d.d.,
- spoznati prednosti in slabosti ponudbe v Novi KBM d.d.,
- primerjava določenih produktov Novi KBM d.d. s produkti konkurenčnih bank,
- ugotavljanje zadovoljstva študentov s svojimi bankami in njihovo lojalnost,
- izvedeti, kaj je komitentom najpomembneje pri izbiri banke in katere bančne storitve najpogosteje uporabljajo,
- na podlagi rezultatov raziskave ponuditi nove ideje, s katerimi bi lahko Nova KBM d.d. dopolnila in osvežila obstoječo ponudbo,
- podati predloge, kako po zaključku študija obdržati komitente.

Osnovna trditev te diplomske naloge je, da je zadovoljstvo komitentov z Novo KBM d.d. sicer zadovoljivo, a tudi druge banke ponujajo zanimive produkte. Zato se ne gre zanašati le na lojalnost komitentov. Študentje so namreč eden naprednejših segmentov strank, pomembne so jim prednosti ponudbe ter ugodnosti, ki jim jih nudi določena banka in so kaj hitro pripravljeni tudi menjati svojo banko.

1.4 Predpostavke in omejitve

Predvidevamo, da bomo pri iskanju določenih podatkov naleteli na probleme, saj nekateri predstavljajo poslovno skrivnost banke. Zato se bomo omejili samo na dostopne podatke.

Ker izhajamo iz določene obravnavane organizacije, je še posebej pomembno ohraniti kritični pogled in poskrbeti, da je presoja objektivna.

Zaradi omejenosti na specifično ciljno skupino je med anketiranci zajeta le omenjena populacija. Anketa se bo opravljala v poletnih mesecih, ko na fakultetah praviloma vlada zatišje. Zato bodo vprašalniki razdeljeni na različne banke in študentske servise. Omejili smo se na Maribor z okolico. Pričakujemo dokaj realne rezultate ne glede na omejitev področja anketiranja.

1.5 Predvidene metode raziskovanja

Teoretični del diplomske naloge temelji na deskriptivnem pristopu opisovanja procesov, dejstev in pojavov z uporabo:

- metode kompilacije – povzemanje strokovnih znanj, spoznanj, stališč in sklepov,
- zgodovinske metode – spoznavanje dogodkov iz preteklosti na podlagi različnih dokumentov,
- metode komparacije – primerjava različnih mnenj in teorije s prakso.

Sledi raziskovalni del s primarno raziskavo na terenu. Predvidoma bo celotni vzorec sestavljal najmanj 100 študentov različnega spola, ki bodo pripravljeni sodelovati. Obdelani podatki bodo glede na dobro poznavanje področja uporabni, pregledni, analizirani ter prikazani grafično in v tabelah.

V praktičnem delu diplomske naloge bodo uporabljene:

- metode spraševanja – intervjuji s študenti,
- metode generacije – posploševanje skupnih značilnosti in lastnosti analiziranih delov celote,
- metode analize – postopek razčlenjevanja celote v dele, katere ločeno opazujemo,
- metode sinteze – postopek raziskovanja in pojasnjevanja stvarnosti s povezovanjem pojavov in procesov v enotno celoto.

Na podlagi dobljenih podatkov bomo naše začetne predpostavke potrdili ali zavrgli ter podali končno mnenje in predloge.

2 PREDSTAVITEV NOVE KBM D.D. MARIBOR

Nova KBM d.d. je finančni steber regije ter zaveznik družbenega in gospodarskega napredka v okolju, kjer deluje. Svojim komitentom želi ponuditi kakovost, ki je več kot le denar, zato so njeni načrti in želje vselej usmerjeni k zagotavljanju pogojev za rast in razvoj banke ter vseh, ki so z njo povezani.

Nova KBM je ena vodilnih slovenskih finančnih institucij in je s skoraj 300.000 komitenti druga največja banka v državi. Banka je tudi obvladujoča družba Skupine Nove KBM d.d., ki združuje 13 članic in predstavlja drugi največji finančni steber v državi (http:// www.nkbm.si/content.aspx?docid=3345-5.8.2008).

2.1 Finančna Skupina Nove KBM d.d.

Skupina Nova KBM zajema celovit spekter finančnih storitev, ki poleg klasičnih bančnih storitev vključujejo tudi storitve zavarovalništva, borzno posredništvo, naložbe v vzajemne sklade, lizing, upravljanje naložb v nepremičnine in podobno.

Poslanstvo Skupine Nova KBM:
Skupaj ustvarjati partnerske odnose na področju celovitih finančnih storitev.

Vizija Skupine Nova KBM:
Do leta 2008 bo skupina Nove KBM prepoznavna kot vodilni ponudnik celovitih in kakovostnih finančnih storitev v Sloveniji za občane ter mala in srednja podjetja. Vzpostavljen bo proces optimizacije poslovanja in racionalizacije stroškov. Skupina bo imela učinkovit sistem vodenja, ki bo podprt s poenotenimi tokovi poročanja. Članstvo v skupini bo pripomoglo k večji uspešnosti vsake posamične članice skupine.
(http://www.nkbm.si/about. aspx?docid=1004&nodeid=27-5.8.2008)

Članice Skupine Nova KBM:

PBS. POŠTNA BANKA SLOVENIJE, d.d. Bančna skupina Nove Kreditne banke Maribor d.d.	PBS d.d. je v 55-odstotni lasti Nove KBM d.d. Komitentom PBS d.d. in Nove KBM d.d., zagotavlja široko dostopnost bančnih storitev po vsej državi, saj posluje prek poštnih okenc v vseh 541 enotah Pošte Slovenije.
ZM d.d.	Zavarovalnica Maribor d.d., je v 49,96-odstotni lasti Nove KBM d.d., in je med slovenskimi klasičnimi zavarovalnicami tretja po obsegu poslovanja. Svojim zavarovancem nudi pestro ponudbo zavarovanj in tako skrbi za njihovo osebno varnost, kot tudi za varnost njihovega premoženja in poslovanja.
KBM Infond	KBM Infond, družba za upravljanje, d.o.o., je v 100-odstotni lasti Nove KBM d.d., in upravlja osem investicijskih skladov. Zagotavlja ponudbo upravljanja za vse investicijske produkte, ki omogočajo vlagateljem donosno, likvidno in varno naložbo finančnih sredstev glede na zastavljene cilje.
KBM Leasing	KBM Leasnig d.o.o., je univerzalno lizing podjetje, v 100-odstotni lasti Nove KBM d.d. Pravnim in fizičnim osebam nudi ugodne pogoje finančnega lizinga premičnin in nepremičnin ter operativni lizing.
G LEASING finančna skupina Nova KBM	Gorica Leasnig d.o.o., je v 100-odstotni lasti Nove KBM d.d. in je poslovni naslednik Gostol Leasinga, pionirja lizing dejavnosti v Sloveniji. V svoji ponudbi zagotavlja finančni lizing premičnin in nepremičnin, finančni in operativni lizing računalniške in medicinske opreme, operativni lizing ali poslovni najem vozil ter lizing opreme za prosti čas.
KBM Fineko	KBM Fineko d.o.o., je bilo eno prvih specializiranih bančnih podjetij za promet z nepremičninami in je v 100-odstotni lasti Nove KBM d.d. Z bogatimi izkušnjami in sodobnimi pristopi k reševanju finančnih izzivov zagotavljajo storitve s področja nepremičninske dejavnosti in celovit servis finančnega svetovanja.
KBM Invest	KBM Invest d.o.o., je v 99,37-odstotni lasti Nove KBM d.d. Osnovna dejavnost družbe, ki jo pri tem vodita predvsem

	strokovnost in preudarnost, je investiranje v nepremičnine in posredovanje pri njihovi prodaji.
	Moja naložba d.o.o., je v 45-odstotni lasti Nove KBM d.d. in je posebna oblika zavarovalne družbe, namenjena izključno ponudbi dodatnih pokojninskih zavarovanj.
	Adria Bank AG, Vienna je v 50,54-odstotni lasti Nove KBM d.d. Specializirana je za financiranje uvoza in izvoza na trgih srednje in južne Evrope, zlasti pa na območjih držav nekdanje Jugoslavije.
	Družba Multiconsult, ki je v 76-odstotnem posrednem lastništvu Nove KBM d.d., se ukvarja z nepremičninsko dejavnostjo (nakup in prodaja nepremičnin, posredovanje pri nakupu ali prodaji), investicijskim inženiringom, projektnim financiranjem s krediti Nove KBM d.d. in nadzorom nad večjimi investicijskimi projekti.
	Družba Multiconsult Leasing je v 78,4-odstotnem posrednem lastništvu Nove KBM d.d., in se ukvarja predvsem z lizingom nepremičnin ter tako kupcem stanovanj in poslovnih prostorov na Hrvaškem omogoča dodatne možnosti financiranja.
	M-Pay, družba za mobilno plačevanje, storitve in trgovino, d.o.o., je v 50-odstotni lasti Nove KBM d.d. Družba, ki je bila ustanovljena z namenom procesiranja plačil v sistemu mobilnega plačevanja Moneta, je svojo dejavnost razširila na celovito ponudbo inovativnih elektronskih plačilnih kanalov okoli plačilnega instrumenta Moneta.

(http://www.nkbm.si/about.aspx?docid=1004&nodeid=27-6.8.2008)

3 ŠTUDENTSKA PONUDBA NOVE KBM D.D.

3.1 Začetki študentske ponudbe v Novi KBM d.d.

V preteklosti se je Nova KBM d.d. zanašala na svoj ugled, tako na domačem, kot tudi na mednarodnem trgu. Toda z naraščajočo konkurenco se je bila primorana soočiti z znatnimi spremembami. Analize delovanja njenega okolja so nakazovale številne spremembe, zato je morala sprejeti bolj dolgoročno vizijo njenih aktivnosti in odnosa do njenega trga. Preučila je svoj odnos do takratnih in predvsem do bodočih komitentov.

Segmentiranje pokaže možne segmente kupcev, ki pa jih mora podjetje oceniti in se odločiti, na katere in na koliko od njih se bo usmerilo. Pri izbiri segmentov je pomembna ocena njihove velikosti in rasti segmenta. Izbrani cilj postane **ciljni trg** podjetja (Habjanič in Ušaj, 2003, 30).

Z namenom, da bi si pridobili tržno zelo zanimiv segment komitentov, je takratna služba strateškega marketinga v Novi KBM d.d. pripravila predlog celovitega pristopa do **študentov**. Finančno vzgajanje in pridobivanje mladih komitentov je za banko izrednega pomena, zato je bil 4. aprila 1996 na upravo banke podan predlog **nove ponudbe za študente** s sledečimi dejstvi (Predlog študentske ponudbe, 1996):

- nezadovoljevanje potreb študentov: takrat je bil študentom na voljo le študentski račun, ki je omogočal dvig na bankomatih in poslovanje v bančnih enotah – ostale banke so imele nekoliko širšo ponudbo;
- strateški pomen segmenta študentov: dohodkovno sicer manj zanimiv, toda po končanem študiju se bodo zaposlili in prejemali višji osebni dohodek – s tem bo zagotovljena dolgoročna varnost njihovega bančnega poslovanja;
- posredno pritegnemo tudi njihove starše;
- širjenje v celotno Slovenijo prek tržno zanimivega segmenta;
- dolgoročni cilji:
    - povečanje tržnega deleža NKBM pri menedžerjih, vodilnih delavcih in strokovnjakih,
    - povečanje profitabilnosti banke,
    - dvig imidža in poznavanje banke v slovenskem prostoru.

Ponudba bo uspešna, če ciljnemu kupcu posreduje vrednost in zadovoljstvo. Kupec izbira med različnimi ponudbami na podlagi zaznavanja, katera ponudba mu posreduje največjo vrednost. Vrednost lahko razumemo predvsem kot kombinacijo kakovosti, spremljajočih storitev in cene, imenovane triada vrednosti za kupca. Vrednost se povečuje s kakovostjo in spremljajočimi storitvami ter zmanjšuje s ceno (Kotler, 2004, 11).

3.1.1 Raziskava trga

Za predlagano ponudbo upravi banke je bila predhodno izvedena temeljita raziskava trga, ki je bila tudi predstavljena v predlogu. Kot izhodišča so bili navedeni podatki o šolanju, podatki o štipendistih, obstoječa ponudba Nove KBM d.d. in ponudba konkurence (Predlog študentske ponudbe, 1996).

Podjetja ne morejo oblikovati svojih izdelkov in storitev, ne da bi poznala in razumela potrebe in želje porabnikov. Tržno informacijski sistemi in raziskava trga sta orodji, s katerima pridobivajo podatke in informacije, ki so nujni za uspešno uresničitev trženjskega koncepta. Še nikoli doslej niso podjetja imela tolikšnih možnosti za sistematično zbiranje in obdelavo podatkov, kot jih zagotavljajo sodobne informacijske tehnologije. Tako kot tehnološke raziskave omogočajo razvijanje novih, boljših izdelkov, raziskave trga podjetjem pomagajo pri ustvarjanju večjega zadovoljstva njihovih odjemalcev (Potočnik, 2002, 75).

<u>Podatki o šolanju:</u>
(Predlog študentske ponudbe, 1996)

- V študijskem letu 1994/95 je bilo na obeh slovenskih univerzah redno vpisanih 33.835 študentov: - v Ljubljani 25.057,
  - v Mariboru 8.778 (26 odstotkov vseh).

- Leta 1994 je diplomiralo 5.812 študentov:
  - v Ljubljani 4.182 (od tega 54 odstotkov na visoki stopnji),
  - v Mariboru 1.630 (od tega 39 odstotkov na visoki stopnji).

Slovenija je povečala sredstva, namenjena izobraževanju, in se povezala z univerzami v tujini.

Nova KBM d.d. z razvejano mrežo enot v Mariboru in okoliških krajih, od koder se študentje dnevno vozijo na univerzo, je zelo primerna za pridobivanje tega segmenta. V Ljubljani je sicer samo ena enota Nove KBM d.d., vendar bo storitev pripomogla k boljšemu servisiranju študentskih potreb, izboljšal se bo profil banke v tem mestu, kjer so konkurenčne banke trenutno v boljši situaciji. To pa bo pripomoglo k hitrejši rasti po vsej Sloveniji. (Predlog študentske ponudbe, 1996).

Podatki o štipendistih

Novembra 1995 je iz Republiškega zavoda za zaposlovanje prejemalo štipendijo 13.835 študentov, od teh 9.833 republiško in 3.993 Zoisovo. Povprečna višina republiške štipendije je bila v novembru 1995 19.315,00 tolarjev, najvišja pa 30.718,00 tolarjev. Kadrovsko štipendijo je prejemalo 4.459 študentov. Število študentov, ki jih štipendira Republiški zavod za zaposlovanje se povečuje, medtem pa se število kadrovskih štipendij iz leta v leto znižuje (Predlog študentske ponudbe, 1996).

Obstoječa ponudba Nove KBM

Nova KBM d.d. je ponujala študentski račun z bančno kartico za dvig na bankomatih študentom z rednimi mesečnim prilivi republiške štipendije. Kadrovske štipendije pa so prejemali študentje na hranilne knjižice – aktivnosti banke bi vsekakor morale biti usmerjene tudi nanje, saj imajo kadrovski štipendisti praviloma večje možnosti zaposlitve v dobrih podjetjih, kar v bodoče pomeni za banko dobre komitente z višjimi prihodki (Predlog študentske ponudbe, 1996).

Vsa ta dejstva so zahtevala nujno spremembo oziroma izboljšavo na tem področju.

Ponudba konkurence

Konkurenca vključuje vse dejanske in potencialne konkurenčne ponudbe ali nadomestne izdelke, ki jih lahko upošteva kupec. (Kotler, 2004, 14)

Ko je podjetje izbralo ciljni trg, mora spoznati konkurente, s katerimi se bo na tem trgu srečalo. Razmisliti mora o svojem položaju med konkurenti. Da bi lahko opredelila svoj položaj med konkurenti, morajo podjetja spoznati, kako porabniki v izbranem segmentu vrednotijo istovrstne izdelke in znamke izdelkov, ki so trenutno na trgu (Habjanič in Ušaj, 2003, 31).

Tudi Nova KBM d.d. je podrobneje preučila ponudbo konkurence in ugotovila, da ta že ponuja določene bančne storitve študentom. Nobena izmed bank pa se še ni lotila celovitega obvladovanja izbrane ciljne skupine.

NLB d.d., Abanka d.d. in SKB banka d.d. so nudile študentom bančno kartico z osebno številko za dvig iz bančnega avtomata. Pri NLB d.d. in SKB so lahko poslovali s čekovnimi blanketi, tistim z rednimi prilivi pa sta omogočali tudi prekoračitev sredstev na računu, pod pogojem korektnega poslovanja. Nudili pa sta tudi študentske kredite s poroštvom staršev. Pri SKB so zaračunavali vodenje tekočega računa 175,00 tolarjev mesečno (Predlog študentske ponudbe, 1996).

Na podlagi vseh pridobljenih podatkov je sledilo formiranje skupine, ki je pripravila predlog konkretnih aktivnosti, ki bi se naj izpeljale do začetka šolskega leta 1996/97.

3.1.2 BRŠ - Bančni račun študenta

Uprava Nove KBM d.d. je potrdila predlog paketa **ponudbe za študente** in v mesecu oktobru 1996 je »zaživel« **BRŠ** (Bančni račun študenta) – v prvotni obliki kot tekoči račun, ki je študentom ponudil (Predlog študentske ponudbe, 1996):

- brezplačno poslovanje,
- bančno kartico z osebno številko za dvig iz bankomatov v celotni Sloveniji,
- čekovne blankete v sorazmerju z mesečnimi prilivi,
- možnost nakazil s trajniki,
- ob otvoritvi osnovni limit 10.000,00 tolarjev,
- po treh mesečnih prilivih izredni limit do 100.000,00 tolarjev (s porokom),
- gotovinsko posojilo do 300.000,00 tolarjev z dobo odplačevanja do 12 mesecev (s porokom),
- stimulativne oblike različnih varčevanj,

- kot prva in edina banka v Sloveniji, pa je Nova KBM d.d. študentom namenila še posebno študentsko enoto.

3.2 Poslovalnica Študentska enota

Idejo so dobili v oddelku za trženje, ko so pred več kot desetimi leti v okviru programa Phare sodelovali z Bank of Ireland. Obiskali so njihovo poslovalnico v Dublinu, ki posluje v okviru fakultete in je bila namenjena študentom in profesorjem. Nekako po tem vzorcu je bila ustanovljena tudi Študentska enota Nove KBM d.d. Poudarek je predvsem v odnosu do strank, saj banka želi svoje komitente čustveno vplesti v poseben odnos in s tem doseči dolgoročno sodelovanje.

Študentska enota je prav posebna poslovalnica – kot že ime pove, je namenjena komitentom – študentom. Osrednji prostor je zasnovan moderno, z namenom posebej pritegniti in izpolniti pričakovanja mladih, ki so obiskovalci te enote. Likvidatura je zasnovana sodobno, predvsem pa je poudarek na funkcionalnosti in prijetnem počutju uporabnikov. Tako imajo študentje možnost sesti, medtem ko čakajo v vrsti; v levem, nekoliko odmaknjenem prostoru pa je t. i. računalniški kotiček, kjer je na voljo osebni računalnik. Na njem lahko mladi preizkusijo poslovanje z Bank@netom ali preprosto brskajo po svetovnem spletu. Študenti lahko v enoti opravijo vse bančne posle, na voljo pa jim je tudi bančni avtomat pred enoto, na katerem lahko dvigujejo gotovino in pregledujejo stanje na svojem računu (Veselko, 2001, 10).

Bančna storitev je, kot je za vse storitve značilno, v nematerialni obliki, toda kljub temu je pri njenem kakovostnem oblikovanju in ponudbi potrebna visoko kakovostna tehnologija in visoko usposobljeni ljudje. Pri zagotavljanju kakovostnih bančnih storitev je zaradi neotipljivosti zelo pomembna njihova predstavitev uporabniku, kajti ta velikokrat kakovost ocenjuje oziroma identificira s prodajnim osebjem. Banke zato velika sredstva vlagajo v izobraževanje prodajnega osebja, ki na svojih delovnih mestih postajajo tudi svetovalci za bančna vprašanja. Zaupanje je pri vsaki banki temelj, ki mora biti dosežen, šele nato lahko banka gradi svoje sodelovanje z uporabniki (Jauk, 1998, 8).

Že sama lokacija poslovalnice je skrbno izbrana, saj ima svoje prostore na Gregorčičevi 15 v Mariboru, ki je v neposredni bližini večjega dela mariborskih fakultet. Prav tako zunanja podoba in notranjost poslovalnice daje študentom sporočilo, da jim banka kot ciljni skupini

posveča še posebno pozornost. To dokazuje tudi s poslovnim časom, ki se prav tako razlikuje od vseh ostalih poslovalnic v Novi KBM d.d. in je prilagojen študentom. Tako lahko gredo po opravkih v svojo poslovalnico tudi v času kosila, ko na fakultetah ni predavanj in so vse ostale bančne poslovalnice zaprte. To je za študente vsekakor velika prednost.

Študentska enota je po dobrih 12 letih obstoja obdržala svojo pozicijo na trgu in je vse do danes za študente ostala ***prva in edina.***

3.3 BRŠ kot blagovna znamka



Slika 2: logotip BRŠ
(Vir: interno gradivo Nove KBM d.d.)

Blagovna znamka je eden temeljnih in najstarejših marketinških konceptov. V zadnjih letih je še pridobila na pomenu in pozornosti. Blagovna znamka je nekakšen kažipot, ki nas usmerja po poteh ponudbe. Kdor nima svojega imena in znaka na vidnem mestu, pravzaprav ne obstaja. To velja za ljudi in ideje, še bolj pa za izdelke, storitve ter podjetja (Interno gradivo Nove KBM d.d).

Dobro poznana blagovna znamka pospešuje odločanje za storitev, krepi zvestobo strank in prispeva k splošni pozitivni podobi podjetja. Lastniku blagovna znamka prinaša tudi ugled, je sinonim za tržno moč in zagotavlja varnost. Blagovna znamka pa ni pomembna samo za lastnika, ampak tudi za uporabnika (Interno gradivo Nove KBM d.d.).

Študentje in mladi nasploh so segment, ki zahteva malce drugačno obravnavanje in odnos, kot vsi ostali segmenti. Pričakujejo nenehne novosti in so jih tudi pripravljeni sprejemati. Če jih želimo še pridobivati, se moramo razlikovati, zgraditi ime, se pozicionirati (Interno gradivo Nove KBM d.d.).

Za imetnike BRŠ je treba izdelati kartico, ki se že na videz razlikuje od ostalih. Ohranila naj bi osnovne značilnosti bančnih kartic Nove KBM d.d. (logo, ime banke …), vendar naj izstopa malce drugačno – sveže in moderno oblikovanje. Ta je blizu mladim in izraža pripadnost banki, ki daje velik poudarek tej ciljni skupini (Interno gradivo Nove KBM d.d.).

Kartica BRŠ - ko veš, kaj imaš!



Slika 3: BRŠ Maestro kartica za študente v Novi KBM d.d.
(Vir:interno gradivo Nove KBM d.d.)

Najobičajnejši način, kako predstaviti blagovno znamko čim večjemu številu uporabnikov, je oglaševanje. V začetku 20. stoletje je šlo pri oglaševanju predvsem za preprosta obvestila o izdelkih ali prihodu nove vrste nekega izdelka. Dandanes je oglaševanje bistveni del ekonomske dejavnosti v vseh razvitih gospodarstvih.

Funkcij oglaševanja je več, poglavitni cilj pa ostaja pritegniti pozornost bralcev oziroma gledalcev posameznega medija. Ponudniki s pomočjo oglaševanja sporočajo informacije o posebnih ponudbah (promocijsko oglaševanje), vabijo porabnike k nakupu, hvalijo lastnosti svojih izdelkov, včasih samo preprosto obveščajo, da obstajajo, ali pa predstavljajo podobo izdelka, skupine izdelkov, blagovne znamke ali podjetja. Pomemben delež sredstev za oglaševanje porabijo za zadnje, namreč predstavljanje, krepitev ali razvijanje podobe blagovnih znamk (Postma, 2001, 24).

3.4 BRŠ danes

Od samih začetkov nastajanja študentskega paketa pred dobrimi 12 leti se je celotna ponudba v Novi KBM d.d. korenito spremenila, poslovanje se je posodobilo, kar je za študente izredno pomembno.

Danes BRŠ omogoča hitro, svobodno in sodobno upravljanje z denarjem:

(Povzeto: http://www.nkbm.si-15.8.2008)

- ob odprtju BRŠ imetnik brezplačno prejme mednarodno kartico Maestro, s katero lahko dviguje denar na bančnih avtomatih po Sloveniji in v tujini brez provizije in opravlja plačila blaga in storitev v trgovinah in lokalih, opremljenih s POS-terminali v Sloveniji in tujini, prav tako brez plačila provizije. Znesek plačila se takoj odšteje z računa;
- vodenje BRŠ je povsem brezplačno, prav tako izdaja čekovnih blanketov,
- redne mesečne obveznosti se lahko poravnavajo z računa brez stroškov z direktnimi bremenitvami in trajnimi nalogi;
- imetniki računov prejmejo na domač naslov vsak mesec izpiske prometa. Lahko pa so obveščeni tudi prek SMS, kar je zelo preprost način nadzora nad računom, saj lahko naročnik storitve prejema sporočila glede na kriterije in termine, ki jih določi sam;
- z elektronskim bančništvom Bank@net je možno od koderkoli brezplačno preverjati stanje in promet na osebnem računu, varčevanjih, kreditih in plačilnih karticah. Z izdajo identifikacijske kartice pa imajo uporabniki tudi možnosti opravljanja plačil v domačem plačilnem prometu ter nakazil v tujino po nižji tarifi. Študentje prejmejo to kartico po polovični ceni;
- imetniki BRŠ imajo na voljo tudi dovoljeno prekoračitev sredstev na računu Na začetku poslovanja znaša osnovna prekoračitev do 170,00 evrov, za študente višjih letnikov in absolvente pa 210,00 evrov. Po določenem času poslovanja pa se lahko odobri višja prekoračitev – do 450,00 evrov (odvisno od prilivov in poslovanja);
- BRŠ ponuja študentom na podlagi mesečnih prilivov možnost pridobitve gotovinskega posojila z dobo vračanja do treh let po ugodni letni nominalni obrestni meri – 6 odstotkov. Maksimalni znesek posojila je 6.300,00 evrov, zavaruje pa se s kreditno sposobnim porokom ali z drugimi oblikami zavarovanja, ki za banko pomenijo ustrezno jamstvo;
- po treh mesecih poslovanja lahko imetnik BRŠ pridobi plačilno kartico Activa Visa ali Activa MasterCard z zamikom plačila in možnostjo višjih limitov porabe. Imenujemo jih tudi »pametne kartice« zaradi večuporabnega čipa, ki omogoča visoko stopnjo varnosti poslovanja in hkrati varno spletno trgovino. Imetniki plačilnih kartic so tudi brezplačno nezgodno zavarovani (za primer nezgodne smrti ali invalidnosti);

- študentje lahko uporabljajo tudi Moneto za sodoben način plačevanje z mobilnikom, njena izdaja je brezplačna;
- TeleBanka omogoča komitentom Nove KBM d.d. opravljanje bančnih storitev prek telefona;
- v vseh poslovalnicah Nove KBM d.d. je mogoče opraviti pošiljanje in prejemanje denarja povsod po svetu prek Western Union Money Transfer;
- široka ponudba varčevanj ponuja izbiro med vsemi oblikami kratkoročnega ali dolgoročnega varčevanja v domači ali tujih valutah, pa tudi v vzajemnih skladih.

4 PRIMERJAVA KONKURENČNE PONUDBE

Najhujši konkurenti podjetja so tisti, ki se usmerjajo na iste ciljne trge in uporabljajo enake trženjske strategije. Zato moramo preučiti, kakšne prodajne metode uporabljajo konkurenčna podjetja, kakšne prodajne poti izbirajo, ali so na teh prodajnih poteh uspešna in kakšen bi bil učinek prodaje po drugih prodajnih poteh (Potočnik, 2005, III/90).

4.1 Abanka Vipa d.d.

ABANKA

Slika 4: logotip Abanke Vipa d.d.
(Vir: http://www.abanka.si-17.8.2008)

Abanka je bila ustanovljena leta 1955 kot podružnica Jugoslovanske banke za zunanjo trgovino, pozneje Jugobanke. Podružnica Jugobanka Ljubljana je bila prva banka v Sloveniji za mednarodne odnose. Decembra 1989 so se preoblikovali v Abanko, d.d., decembra 2002 pa združili z Banko Vipa, d.d., in dobili novo ime Abanka Vipa d.d. Z razvejano mrežo poslovalnic po vsej Sloveniji, vedno dostopnim elektronskim bančništvom, svetovanjem in osebnim pristopom ponujajo celovite finančne storitve, od klasičnega bančništva, bančno-zavarovalnih storitev do investicijskega bančništva (http://www.abanka.si/sys/cmspage. aspx?MapaId=24998-17.8.2008).

Abanka Vipa d.d. ponuja dijakom in študentom osebni račun **Akeš.** Namenjen je študentom in dijakom za preprosto vsakodnevno klasično ali elektronsko poslovanje doma in v tujini(Povzeto: http://www.abanka.si-17.8.2008):

- za poslovanje z Akešem banka izda BA Maestro kartico, ki omogoča plačevanje blaga in storitev doma in v tujini ter dvigovanje gotovine na bančnih avtomatih,
- vodenje osebnega računa Akeš je brezplačno,
- omogočeno je tudi poravnavanje rednih mesečnih obveznosti s trajnimi nalogi in direktnimi obremenitvami,
- uporaba spletne banke Abanet je možna z veljavnim digitalnim potrdilom Abanke ali s kvalificiranimi digitalnimi potrdili javnih overiteljev za fizične osebe (POŠTA®CA, SIGEN CA in Halcom CA),

- dovoljena prekoračitev je odvisna od mesečnih prilivov, brez poroka ni možna, maksimalni znesek pa je 420,00 evrov,
- na podlagi rednega mesečnega priliva je možno pridobiti tudi študentski kredit z dobo vračanja do 36 mesecev z zavarovanjem kreditno sposobnega poroka. Obrestna mera je 6,60-odstotna, maksimalni znesek kredita pa je 2.100,00 evrov.

Posebnost je storitev **Abacent**, ki omogoča nov način zbiranja drobiža, kjer gre za neopazno, a učinkovito varčevanje. Po vsakem opravljenem plačilu s karticami osebnega računa se na varčevalni račun prenese razlika med zneskom plačila in naslednjo celo enoto evra. Če je znesek plačila zaokrožen na evro, se prenos na varčevalni račun ne izvede, torej je od posameznega plačila možen prenos od 1 centa do 99 centov. Za zbiranje drobiža lahko študentje in dijaki uporabijo 14-dnevni ali 30-dnevni varčevalni račun (Povzeto: http://www.abanka.si-17.8.2008).

4.2 Banka Sparkasse d.d.

Slika 5: logotip Sparkasse d.d.
(Vir: http://www.sparkasse.si-18.8.2008)

Banka Sparkasse je del skupine Sparkassen in Erste bank, ki je ena največjih finančnih skupin Vzhodne in Srednje Evrope. S hčerinskimi podjetji v Avstriji, na Češkem, Slovaškem, Madžarskem, v Romuniji, Srbiji, Ukrajini, na Hrvaškem in v Sloveniji zajema bazo 15,2 milijona strank. Tradicija skupine sega v leto 1819, od kar je na domačen trgu prisotna avstrijska Erste Bank der österreichischen Sparkassen AG, in svojim strankam nudi varnost in zaupanje (http://www.sparkasse.si/skupina-18.8.2008).

Udobni študentski račun je namenjen študentom in dijakom, ponuja jim:
(Povzeto: http://www.sparkasse.si-18.8.2008).

- brezplačno vodenje računa in izdaja bančne kartice BA Maestro brez stroškov,
- brezplačno priključnina na elektronsko in telefonsko bančništvo Net.Stik in Tel.Stik,
- brezplačne dvige na vseh bankomatih po Sloveniji in evroobmočju.

Študentom ponudi še dodatno:

- študentski limit, ki znaša ob rednih mesečnih prilivih do 1,5 kratnika prilivov,
- možnost pridobitve plačilne kartice MasterCard po polovični ceni, z brezplačnim zavarovanjem v primeru zlorabe kartice.

4.3 Nova Ljubljanska banka d.d.



Slika 6: logotip Nove LB d.d.
(Vir: http://www.nlb.si-19.8.2008)

Nova LB d.d. spada s strani mednarodnih rating agencij med najbolje ocenjene banke v Srednji in Vzhodni Evropi. Je obvladujoča banka NLB Skupine, ki je največja slovenska mednarodna finančna skupina s 1.500 korespondenčnimi povezavami v 140 državah. S širitvijo univerzalne bančne finančne ponudbe na domačem in tujih trgih zagotavlja celovito finančno ponudbo na enem mestu ter široko paleto storitev prilagaja zahtevam in potrebam posameznih tržišč.
(Povzeto: http://www.nlb.si-19.8.2008).

NLB Študentski račun nudi študentom (Povzeto: http//www.nlb.si-19.8.2008):

- mednarodno kartico BA Maestro za brezgotovinsko plačevanje ter dvig na bankomatih do zneska 450,00 evrov (pri dvigu gotovine na bankomatih drugih bank v Sloveniji, EU ali v tujini se zaračunavajo stroški);
- brezplačno vodenje računa;
- mesečni izpisek o prometu na računu ter informacije o stanju na računu tudi prek NLB SMS-sporočil in avtomatskega odzivnika;
- uporabo NLB Klika, NLB Mobe in NLB Teledoma (nižji strošek pristopnine za mlade);
- možnost uporabe čekov ter pridobitve plačilnih in posojilnih kartic Visa, Karanta in MasterCard ter za imetnike teh kartic brezplačno nezgodno zavarovanje (za primer nezgodne smrti in za primer popolne trajne invalidnosti kot posledico nezgode);
- plačevanje rednih mesečnih obveznosti prek trajnih nalogov in direktnih bremenitev;
- veliko mrežo poslovalnic v Sloveniji;

- osnovni limit 200,00 evrov, študentom 3. letnikov 210,00 evrov in študentom 4. letnikov 260,00 evrov. Za absolvente in podiplomske študente pa lahko znaša tudi do 340,00 evrov;
- za študentska posojila je odplačilna doba 3 do 12 mesecev, za študente 3. in višjih letnikov pa do 36 mesecev. Najvišji znesek je 2.086,46 evra, za študente 3. in višjih letnikov do 4.172,93 evra. Letna nominalna obrestna mera znaša 7,41 odstotka, zavarovanje pa je možno pri zavarovalnici, s poroki, z zastavo denarnih enot ali premoženja;
- možnost prejemanja varnostnih SMS-sporočil omogoča višjo stopnjo varnosti poslovanja s plačilnimi karticami v Sloveniji in v tujini ter hitro ukrepanje v primeru zlorabe kartice;
- storitev NLB Plus omogoča avtomatski prenos sredstev med osebnim in varčevalnim računom, kjer se predhodno določi najvišji oziroma najnižji znesek na osebnem računu, sredstva pa se prenašajo na varčevanje avtomatsko dnevno, tedensko ali mesečno.

Posebnost: EnKa je novost na NLB Plačilnih karticah, ki prinaša vrsto ugodnosti oz. cenejše nakupovanje. Skupaj s partnerji je Nova LB d.d. oblikovala shemo ugodnosti, ki omogoča, da uporabniki z eno samo kartico sodelujejo v različnih kampanjah. EnKa na bančni kartici je dobrodošla na več kot 430 prodajnih mestih po vsej Sloveniji. EnKa na vgrajenem čipu na kartici samodejno zapisuje podatke o opravljenih nakupih in tako spremlja, katere ugodnosti imetnikom pripadajo in do kdaj jih lahko izkoristijo. Vsak od partnerjev je za imetnike kartic z EnKo pripravil kampanjo, ki opredeljuje vrsto in način zbiranja ugodnosti. Vsi nakupi ali obiski se seštevajo in od kampanje, ki jo pripravlja posamezni partner, je odvisno, kako so ti nakupi nagrajeni (http://www.enka.si/?doc=12-19.8.2008).

Študentom po končanem študiju NLB d.d. ponuja še posebno ugodnost – **paket diplomanta,** ki vključuje eno leto brezplačnega vodenja osebnega računa, leto dni nakupov s plačilno kartico po polovičnih stroških članarine, prav tako eno leto nakupov s krediti po nižjih obrestnih merah in stroških ter spletno poslovanje z NLB Klikom po polovičnih stroških pristopnine (Propagandni material Nove LB d.d.).

4.5 SKB banka d.d. Ljubljana



Slika 7: logotip SKB banke d.d.
(Vir: http://www.skb.si-22.8.2008)

SKB banka d.d. Ljubljana je od aprila 2001 v večinski lasti francoske banke Société Générale S. A. Pariz in sodi med vodilne slovenske komercialne banke v zasebni lasti s široko paleto produktov in storitev. Banka je del mednarodne mreže ene največjih finančnih skupin v evroobmočju, zato omogoča strankam tudi dostop do specializiranih storitev skupine Societe Generale in bančno podporo njihovemu poslovanju izven meja Slovenije. SKB banka d.d. Ljubljana ima razvejano poslovno mrežo, ki šteje 58 poslovalnic in pokriva praktično vso Slovenijo (http://www.skb.si/banka/banka.html-22.8.2008).

MEGA osebni račun za mlade omogoča (Povzeto: http://www.skb.si-22.8.2008):

- brezplačno vodenje računa in prejemanje rednih mesečnih izpiskov;
- poravnavanje obveznosti prek direktnih obremenitev in trajnih nalogov;
- spletno in telefonsko bančništvo SKB NET, SKB TEL telefonsko bančništvo, WAP SKB NET, po polovični pristopnini;
- poslovanje z Ba Maestro MEGA kartico doma in v tujini (mesečno je omogočen en brezplačen dvig na bančnih avtomatih v Sloveniji, ki niso v lasti SKB banke d.d. in en brezplačen dvig na bančnih avtomatih bank v območju EU, za vse nadaljnje dvige se plača nadomestilo 0,52 EUR);
- prekoračitev stanja je dovoljena glede na znesek mesečnih nakazil na račun, osnovna je 60,00 evrov, maksimalna pa do višine mesečnega priliva;
- samodejno uravnavanje in prelivanje sredstev med računi v SKB banki d.d. s pomočjo storitve SWEEP;
- študentski kredit z dobo odplačevanja do 3 let, obrestna mera je 5,50 odstotka, vendar velja le za študente, ki imajo ob najemu kredita vse MEGA produkte (Mega osebni račun, MEGA MasterCard in MEGA SPLET KOMPLET), za ostale je obrestna mera višja za 1,0 odstotno točko, torej znaša 6,50 odstotka na letni ravni. Kredit je zavarovan s kreditno sposobnim porokom, strošek pa znaša 1 odstotek od

kredita; (najmanj 2,18 evra in največ 8,73 evra). Za člane določenih študentskih servisov pa veljajo še posebne ugodnosti, saj je obrestna mera za študentske kredite kar za 0,20 odstotne točke nižja od primerljivega kredita v redni ponudbi;

- osebno geslo oziroma osebno številko (PIN) je mogoče tudi spremeniti na bančnih avtomatih SKB banke d.d.;
- vsi imetniki MEGA osebnega računa so avtomatično in brezplačno zavarovani v primeru nezgodne smrti v višini 3.000 evrov.

Posebnost: SKB banka d.d. Ljubljana je prva banka na slovenskem trgu, ki vsem imetnikom kartic SKB nudi Zavarovanje kartic plus**.** Za primer zlorabe ali kraje so s tem zavarovanjem zavarovane vse bančne kartice SKB banke d.d., hkrati pa tudi nekateri osebni predmeti, kot so ključi, osebni dokumenti, torbice, denarnice ... Zavarovalna premija znaša 10,00 evrov letno (Povzeto: http://www.skb.si-22.8.2008).

4.6 Primerjava Nove KBM d.d. s konkurenco

Bančne storitve se v svojem jedru le malo razlikujejo med različnimi bankami, zato uporabniki pri odločitvi za določeno banko upoštevajo tudi druge dejavnike, ki spremljajo jedro storitev. Banke so svoje strategije usmerile v večanje zadovoljstva uporabnikov in njihove zvestobe, in sicer z izboljšanjem kvalitete storitev in odnosa zaposlenih do uporabnikov (Levesque, McDougall, 1996, 12).

Za študente je osnovni namen študentskega računa vsakodnevno poslovanje. Vsak račun, ne glede na to, komu je namenjen, pa vsebuje določene produkte, ki se med seboj razlikujejo. Če primerjamo te produkte med opazovanimi bankami, lahko vidimo, da so si v osnovi produkti, ki so študentom najbolj zanimivi, na prvi pogled bolj ali manj podobni:

- brezplačno vodenje študentskega računa,
- redno mesečno obveščanje o stanju in prometu z izpiski ali SMS-sporočili,
- bančna kartica Maestro za plačevanje in gotovinske dvige na bankomatih,
- poravnavanje mesečnih obveznosti s trajnimi nalogi in z direktnimi bremenitvami,
- spletno in telefonsko bančništvo,
- plačilne kartice s poravnavanjem obveznosti enkrat mesečno,
- vse vrste varčevanj,
- dovoljene prekoračitve,

- študentska posojila pod ugodnimi pogoji.

Podroben pregled pa izpostavi dejstvo, da so vsi navedeni produkti od banke do banke zelo različni. Da bi ugotovili razlike, moramo natančno analizirati ponudbo vsake banke posebej in jih med seboj natanko primerjati.

Če vemo, kako pomembna je v očeh kupca zadovoljitev njegovega pričakovanja, moramo storiti vse, da to tudi ustvarimo. Vsako podjetje sestavlja skupek dejavnosti, ki so potrebne, da načrtuje, izdela, trženjsko podpre in »izroči« svoje izdelke kupcem. Če opravi svoje dejavnosti bolje od tekmecev, si pridobi določeno ***konkurenčno prednost*** (Potočnik, 2002, 33).

4.6.1 Prednosti Nove KBM d.d.

Banke ne zaračunavajo stroškov vodenja za študentske račune in velik poudarek trženjske strategije je: vodenje računa je zastonj (Dizdarić, 2006, 15). Nova KBM d.d. pa ima še to prednost, da omogoča študentom dvig tudi na bankomatih drugih bank v Sloveniji in v tujini, **brez plačila provizije** ne glede na količino mesečnih transakcij.

Nova KBM d.d. ima razvito veliko mrežo poslovalnic po vsej Sloveniji, dodatno pa ji PBS d.d. zagotavlja poslovanje na številnih poštnih okencih v vseh enotah Pošte Slovenije d.o.o., kar ji omogoča še večjo **dostopnost** bančnih storitev po vsej državi.

Študentska enota je poslovalnica, specializirana za opravljanje specifičnih poslov in ponuja servis na način, ki je segmentu mladih najbolj primeren. Osnovna prednost poslovalnice je priložnost, da banka gradi in poglablja odnos s stranko, kajti ravno osebni stik je glavna prednost posredovanja sporočil pri osebni prodaji. Komercialisti se lahko sproti prilagajajo odzivu uporabnikov in sproti rešujejo nerazumevanja ali nestrinjanje z določeno ponudbo. Neposreden stik s stranko pa lahko tudi izkoriščajo za dodatno prodajo in ponujajo strankam celostne rešitve njihovih finančnih potreb, procesiranje enostavnih in rutinskih bančnih transakcij pa usmerjajo na bolj učinkovite in cenejše sodobne bančne poti, kot je elektronsko poslovanje, telefonsko bančništvo …

Gotovinsko posojilo za študente do zneska 6.300,00 evrov je vsekakor še vedno prednost v ponudbi Nove KBM d.d. pred drugimi bankami, čeprav se je obrestna mera v času nastajanja te diplomske naloge spremenila. Od 1.9.2008 veljajo namreč novi pogoji. Do tega dne je namreč veljala enotna letna nominalna obrestna mera 6 odstotkov za vsa študentska posojila, ne glede na dobo vračanja od enega do treh let. Sedaj pa velja za kratkoročna posojila (od 3 do 12 mesecev) letna obrestna mera 6,30 odstotka in 6,50 odstotka za dolgoročna študentska posojila do 36 mesecev (http://www.nkbm.si/interestrate.aspx?productid=32-3.9.2008). SKB banka d.d. sicer ponuja kredite tudi po nižji obrestni meri, vendar za to postavlja še dodatne pogoje, kot je članstvo v določenih študentskih servisih ...

Moneta je sodobna storitev brezgotovinskega plačevanja z mobilnikom, ki omogoča hitro, varno in enostavno plačevanje in predstavlja perspektivno storitev predvsem za segment mladih. Uporaba telefona je praktična za plačevanje in pri študentih, ki nimajo rednih prihodkov, lahko nadomesti kartico z odloženim plačilom. Moneta v Sloveniji zaenkrat nima konkurence, zato bi jo bilo treba še intenzivneje popularizirati med študenti.

4.6.2 Slabosti Nove KBM d.d.

Podjetja ne delujejo več na trgih, na katerih so imela stalne znane tekmece in kupce, ampak na trgih s hitro spreminjajočo se konkurenco, ki postaja čedalje bolj globalna, z novimi tehnološkimi dosežki, zlasti na področju informacijske tehnologije in čedalje manj zvestimi kupci, ki lahko izbirajo med ogromnim številom istovrstnih izdelkov različne kakovosti, cen, ravni postrežbe in z njo povezanih storitev (Potočnik, 2005, 16).

Čeprav se Nova KBM d.d. v primerjavi z ostalimi bankami uvršča v sam vrh, kar se tiče bančne ponudbe za študente, je zaslediti tudi določene slabosti, do katerih pa je treba biti kritičen predvsem zaradi naraščajoče konkurence. Prav zato je treba te slabosti še posebej izpostaviti.

V primerjavi z **Abanko Vipa d.d.** lahko ugotovimo, da Nova KBM d.d. nima produkta, ki bi bil primerljiv s storitvijo Abacent**.** To je nova oblika zbiranja varčevanja**,** ko se pri vsakem plačilu s kartico prenese drobiž na poseben varčevalni račun. Iz redne ponudbe varčevanj pri Novi KBM d.d. ne izstopa noben produkt, ki bi bil »svež« in še posebej

zanimiv za študentsko populacijo. Pred leti so študentom ob otvoritvi vsakega novega varčevanja podarili majico BRŠ, beležko ali priložnostno darilce, vendar tega niso ohranili zaradi davčne zakonodaje, kakšna druga novost s strani banke pa tudi ni bila uvedena.

V primerjavi s **SKB banko d.d. Ljubljana** velja omeniti, da imajo njihovi komitenti možnost spremeniti osebno številko (PIN) na bančnih avtomatih, kar imetnikom BRŠ ni omogočeno, čeprav si študentje to v veliki meri želijo.

Člani določenih študentskih servisov, s katerimi SKB banka d.d. poslovno sodeluje, imajo pri študentskih kreditih posebne ugodnosti (znižane obrestne mere), medtem ko pri Novi KBM d.d. pri odobritvi posojil študentom ni nikakršnih odstopanj.

Čeprav je Nova KBM d.d. 49,96-odstotni lastnik Zavarovalnice Maribor d.d. in opravlja zanjo tudi določene zavarovalniške storitve, svojim komitentom in imetnikom kartic ne omogoča podobnih oblik zavarovanja, kot je na primer pri SKB banki d.d. Ljubljana Zavarovanje kartic plus, kjer so za minimalno letno premijo zavarovane vse bančne kartice v primeru zlorabe ali kraje, hkrati pa tudi nekateri osebni predmeti.

Omeniti velja tudi, da so vsi imetniki MEGA računa pri SKB banki d.d. avtomatično in brezplačno zavarovani v primeru nezgodne smrti, medtem ko Nova KBM d.d. svojim komitentom še ni ponudila česa podobnega.

Največ slabosti v ponudbi Nove KBM d.d. pa se pokaže v primerjavi z **Novo LB d.d.**, saj sta ti dve banki že od nekdaj največji tekmici med bankami v slovenskem prostoru.

Tudi imetniki Nove LB d.d. imajo pred imetniki računov pri Novi KBM d.d. to prednost, da lahko spremenijo osebno številko (PIN) na bančnih avtomatih, prav tako jim je omogočen višji znesek dnevnega dviga gotovine na bankomatih, kakor imetnikom BRŠ.

Prav tako imajo imetniki študentskih računov v Novi LB d.d. že nekaj časa zneske dovoljenih prekoračitev višje, kakor imajo imetniki BRŠ v Novi KBM d.d.

Tudi glede ponudbe varčevanj je Nova LB d.d. korak pred Novo KBM d.d. s storitvijo NLB plus, ki imetnikom omogoča avtomatski prenos sredstev med osebnim in varčevalnim računom.

Partnersko povezovanje dveh ali več blagovnih znamk ustvarja pri potrošniku dodano vrednost (Sernc, 2008, 22). Nova LB d.d. ima v svoji ponudbi za mlade kot novost tudi kartico EnKa, ki jim nudi različne popuste. V letu 2005 je tudi Nova KBM d.d. imela v svoji ponudbi tovrstno kartico – Plus kartico, ki je bila rezultat sodelovanja med Novo KBM d.d. in Študentskim servisom Maribor. Namenjena je bila dijakom in študentom (BRD Plus ter BRŠ Plus) in je poleg identifikacijske funkcije na študentskih servisih služila tudi kot kartica popustov na prodajnih mestih z nalepko Plus. Žal je ta projekt zamrl, konkurenčna banka pa ga še danes uspešno trži …

Grožnje iz konkurenčnega okolja za Novo KBM d.d. predstavlja ponudba bank za mlade, ki so že končali študij, saj jim banke podaljšajo številne ugodnosti, ki so jih imeli kot imetniki študentskih računov in nekatere še doda (npr. članarina plačilne kartica polovico ceneje) (Sernc, 2008, 23). Nova LB d.d. ponuja paket za diplomante z namenom, da študenti po končanem študiju ostanejo njeni komitenti, Nova KBM d.d. pa takšne ponudbe do tega trenutka še ni razvila.

5 RAZISKAVA MNENJA UPORABNIKOV ŠTUDENTSKIH RAČUNOV

Dejstvo je, da stranke postajajo vedno bolj izkušene. Imajo dostop do »globalne« ponudbe in veliko izbire, zato pričakujejo vedno večjo fleksibilnost ponudnikov finančnih storitev. Ključno torej postaja vprašanje, kakšno vrednost banka strankam lahko ponuja ali bi jim lahko ponudila glede na vrednost posamezne stranke ali skupine strank. Tu se začno graditi izboljšave v smislu najboljše storitve, najugodnejše cene ali najboljše rešitve (Podjed, 2002, 3).

Naša ciljna skupina so študentje, uporabniki študentskih računov pri različnih bankah. V raziskavi bomo z izbranimi metodami izmerili bančne dejavnike, ki vplivajo na njihove odločitve pri izbiri ponudnikov bančnih storitev.

Opredelili smo se na Novo KBM d.d. in jo prikazali v konkurenčnem okolju z nekaterimi bankami v slovenskem prostoru, za lažjo opredelitev njenih prednosti in slabosti ter lažje ugotavljanje zadovoljstva uporabnikov bančnih storitev.

Zadovoljne stranke so lojalne stranke. Konkurenca jih zanima šele takrat, ko postanejo nezadovoljne s svojo banko, na katero se odzivajo skozi odnos, s katerim jih banka obravnava in prek konkretnih izkušenj glede kvalitete in fleksibilnosti produktov, ki jim jih banka ponuja (Podjed, 2002, 3).

5.1 Namen in cilji raziskave

Prek trženjskih raziskav podjetja bolje spoznavajo svoje potrošnike, pa tudi konkurenco in smernice ter s tem ustvarjajo temelje svoje tržne usmerjenosti (Arh in Arh, 2008, 24).

Praviloma banka ne prodaja le posameznih produktov, temveč jih medsebojno povezuje. Vedeti pa mora, katerim je treba nameniti največ pozornosti in sredstev pri nadaljnjem razvoju.

Namen raziskave je spoznati, kateri produkti so po mnenju uporabnikov študentskih računov potrebni čimprejšnjih sprememb in katerih.

Cilji raziskave so predvsem:

- ugotoviti zadovoljstvo študentov s svojimi bankami in njihovo lojalnost,
- izvedeti, kaj je komitentom najpomembneje pri izbiri banke,
- ugotoviti, katere bančne storitve najpogosteje uporabljajo,
- spoznati potrebe in želje študentov glede bančne ponudbe,
- na podlagi rezultatov raziskave razviti nove ideje.

5.2 Potek in izvedba raziskave

Ko nam je jasno, kaj želimo raziskovati oziroma kakšni so cilji raziskave, je treba določiti, kako bomo prišli do ustreznih podatkov, to je opredeliti optimalni pristop, metodologijo in izbrati optimalnega izvajalca ali vir podatkov glede na čas, sredstva in uporabno vrednost pridobljenih informacij (Arh in Arh, 2008, 27).

Zaradi omejenosti na specifično ciljno skupino smo med anketirance zajeli študente, ki so imetniki enega ali več študentskih računov pri različnih bankah.

Anketa se je opravljala v Mariboru in okolici v poletnih mesecih, ko na fakultetah praviloma ni veliko študentov, zato smo se morali raziskave lotiti drugače. Ker smo želeli zajeti čim širši vzorec, so bili vprašalniki razdeljeni na več različnih študentskih servisov in bank. Pri tem smo naleteli na manjše težave, saj vse banke niso bile pripravljene sodelovati pri raziskavi.

Predvidevali smo, da vsi vprašalniki ne bodo pravočasno oddani, zato smo razdelili 140 anketnih listov. Naša predvidevanja so bila pravilna in na koncu smo za analizo dejansko uporabili 100 vprašalnikov, ki so bili pravilno in v celoti izpolnjeni ter tako uporabni za raziskavo in statistične podatke.

Pri analizi raziskave smo ugotovili, da med anketiranci prevladuje število komitentov Nove KBM d.d. in Nove LB d.d., čemur botruje dejstvo, da je na širšem geografskem območju,

kjer se je izvajala anketa, največ poslovalnic omenjenih bank. Predvideno je bilo, da bo teh študentov nekaj več, kakor ostalih, vendar takšne razlike nismo pričakovali.

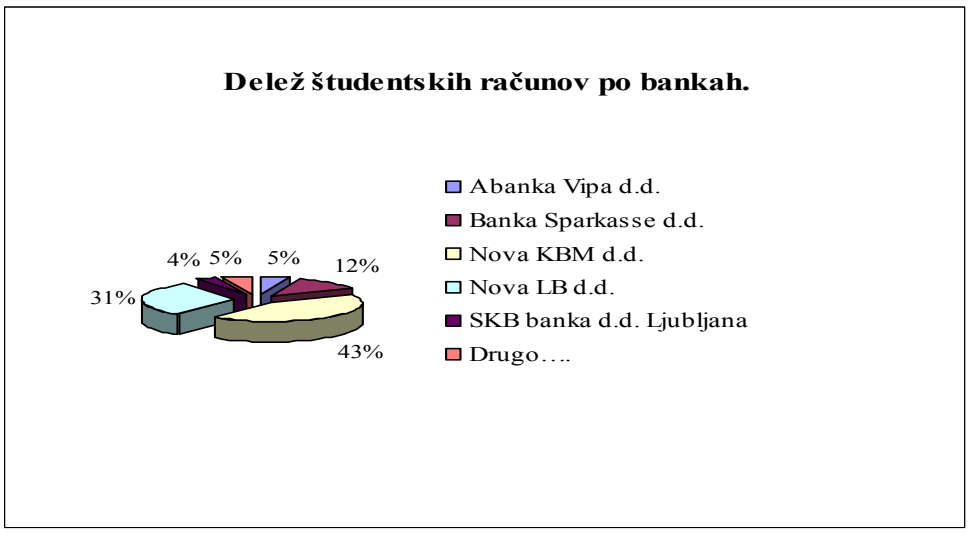
5.3 Analiza vprašalnikov

1. vprašanje: V kateri od omenjenih bank imate odprt svoj študentski račun in kako dolgo?

Banka	Št. računov
Abanka Vipa d.d.	7
Banka Sparkasse d.d.	16
Nova KBM d.d.	57
Nova LB d.d.	41
SKB banka d.d. Ljubljana	5
Drugo….	7
Skupaj	133

Tabela 1: Število študentskih računov po bankah
(Vir: anketni vprašalnik)

Iz tabele 1 je razvidno, da imajo vsi zajeti anketiranci skupaj odprtih 133 računov pri različnih bankah. Največ je imetnikov študentskih računov v Novi KBM d.d.; 57 študentov, kar je več kot polovica zajete populacije. Sledijo komitenti Nove LB d.d. z 41. imetniki študentskih računov. Banke Sparkasse d.d. zastopa skromno število 16 anketirancev, še manj vprašalnikov pa je bilo izpolnjeno s strani komitentov Abanke Vipa d.d. (7), SKB banke Ljubljana d.d. (5) ter predstavnikov ostalih bank (7).



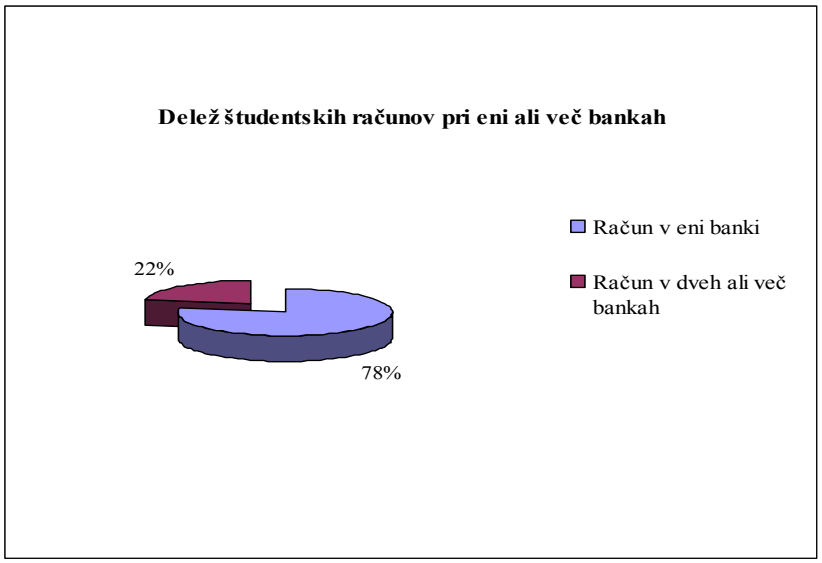
Graf 1: Delež študentskih računov po bankah
(Vir: anketni vprašalnik)

Iz grafa 1 lahko razberemo, da zajemata največji delež anketirancev Nova KBM d.d., kar 43 odstotkov, in Nova LB d.d., 31 odstotkov. Sklepamo lahko, da je slika takšna zaradi tega, ker sta to dve največji banki z največjim številom poslovalnic na tem področju in v Sloveniji nasploh. Delež anketirancev, ki ga pokrivajo ostale banke, je 26-odstoten. Med njimi izstopa le Banka Sparkasse d.d. z 12 odstotki, vse ostale imajo približno enak delež zajetih imetnikov študentskih računov.

Račun v eni banki	78
Račun v dveh ali več bankah	22
Skupaj	100

Tabela 2: Uporabniki računov pri eni ali več bankah
(Vir: anketni vprašalnik)

Druga tabela nam prikazuje, da je78 anketiranih študentov zvestih eni banki, medtem ko jih ima 22 odprtih več študentskih računov pri dveh ali celo več različnih bankah.



Graf 2: Delež študentskih računov pri eni ali več bankah
(Vir: anketni vprašalnik)

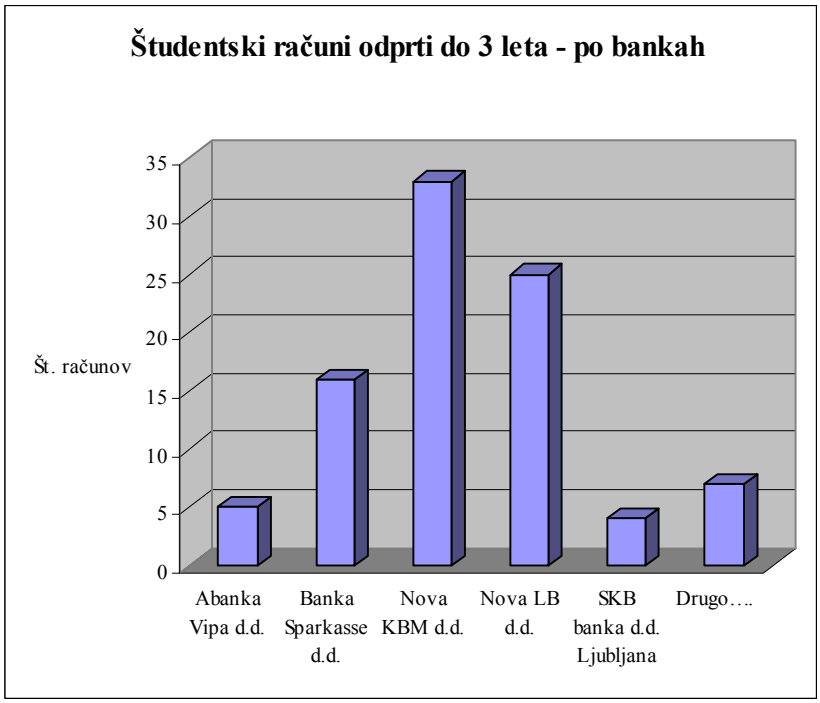
Zgoraj je grafično prikazano, da prevladujejo študenti, ki zaupajo svoji banki, saj je takšnih kar 78 odstotkov. Ostali imajo sicer odprtih več računov, vendar v glavnem poslujejo le z enim. To lahko pripišemo dejstvu, da nekatere banke »kaznujejo« odhod svojih komitentov k drugi banki tako, da jim zaračunajo stroške ukinitve študentskega računa. Zato ostaja veliko računov odprtih, a neaktivnih.

Banka	Do 3 leta	3 leta ali več
Abanka Vipa d.d.	5	2
Banka Sparkasse d.d.	16	0
Nova KBM d.d.	33	24
Nova LB d.d.	25	16
SKB banka d.d. Ljubljana	4	1
Drugo….	7	0
Skupaj	90	43

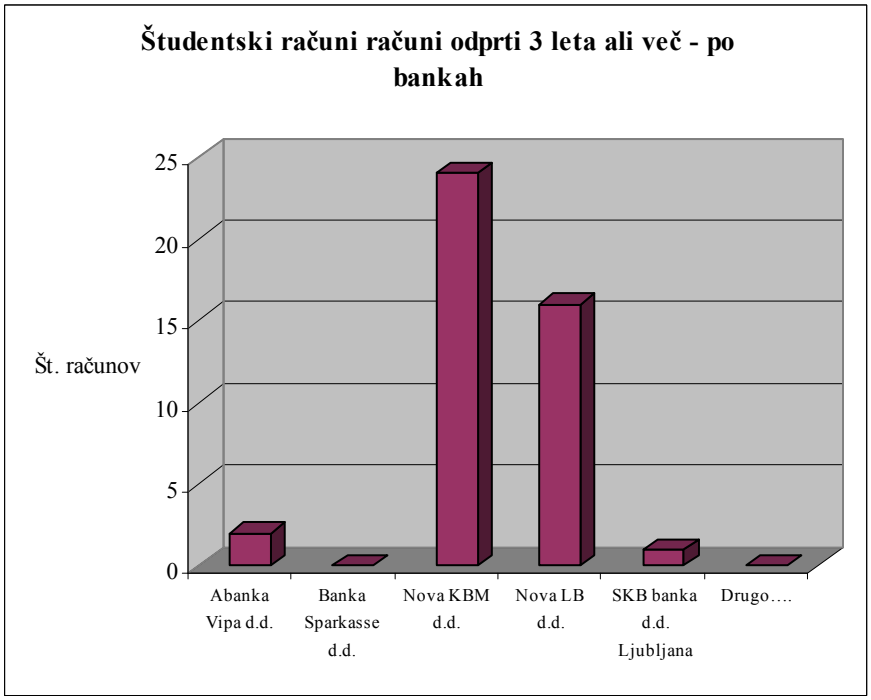
Tabela 3: Študentski računi po časovnem obdobju
(Vir: anketni vprašalnik)

Če pogledamo tretjo tabelo, lahko opazimo, da pri vseh bankah brez izjeme prevladuje število računov, ki so odprti manj kot 3 leta. Takšen rezultat lahko pripišemo temu, da so to v veliki večini študentje nižjih letnikov; in teh je precej več, kakor študentov višjih letnikov ter absolventov, saj nekateri tudi prekinejo študij in se zaposlijo. So pa tudi takšni,

ki odprejo študentski račun šele na sredini ali celo proti koncu študija, saj prej nimajo potrebe. Največji razpon med »novejšimi« in »starejšimi« računi pa je viden pri Banki Sparkasse d.d., ki še ni tako dolgo prisotna pri študentski ponudbi, a postaja vedno bolj konkurenčna ostalim bankam.

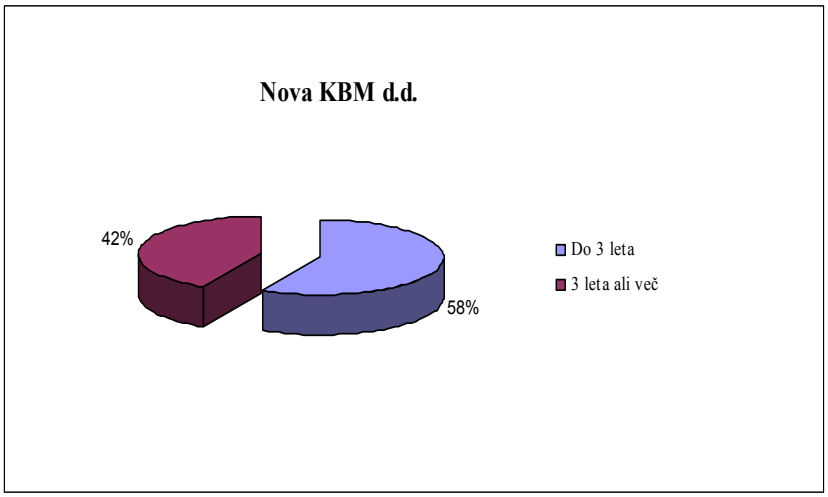


Graf 3: Študentski računi odprti do 3 leta – po bankah
(Vir: anketni vprašalnik)



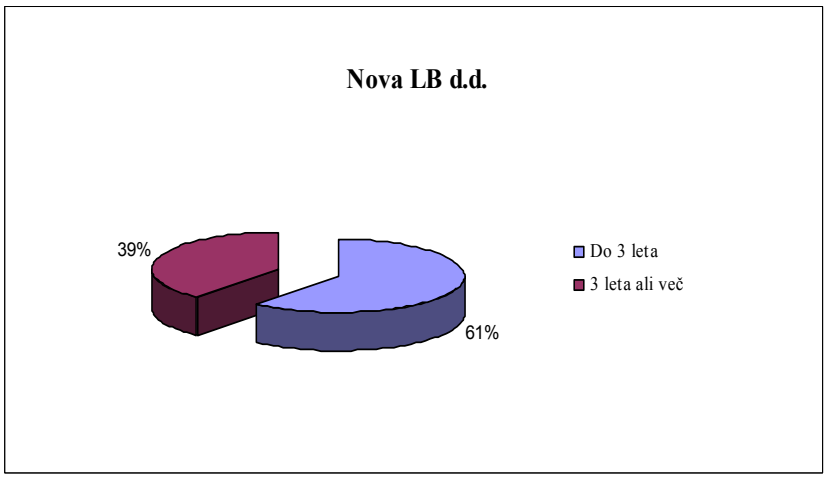
Graf 4: Študentski računi odprti 3 leta ali več – po bankah
(Vir: anketni vprašalnik)

Če primerjamo graf 3 in graf 4, se zgornje trditve samo še potrjujejo. Za Novo KBM d.d. in Novo LB d.d. pa smo za lažji pregled deleža novejših in starejših študentskih računov naredili podrobnejšo primerjavo še za vsako od njiju posebej:



Graf 5: Primerjava med računi v Novi KBM d.d.
(Vir: anketni vprašalnik)

V novi KBM d.d. je 58 odstotkov računov, ki so odprti manj kot 3 leta in dokaj velik delež starejših računov, kar 42 odstotkov. Takšno razmerje lahko pomenu tudi, da je ponudba za študente na visokem nivoju in komitenti v veliki večini ne čutijo potrebe, da bi zamenjali račun ter ostajajo zvesti svoji banki.



Graf 6: Primerjava med računi v Novi LB d.d.
(Vir: anketni vprašalnik)

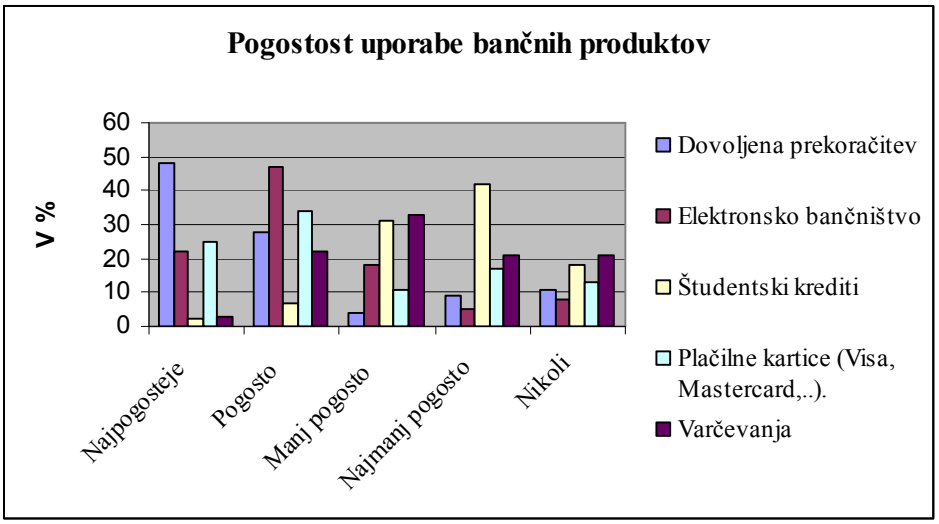
Tudi primerjava med računi v Novi LB d.d. (61 odstotkov in 39 odstotkov) izkazuje podobne rezultate, kar kaže dolgoročno na stabilno ponudbo in prav tako zadovoljstvo komitentov.

2. vprašanje: Rangirajte, katere od omenjenih bančnih produktov najpogosteje uporabljate.

Storitev	Najpogosteje	Pogosto	Manj pogosto	Najmanj pogosto	Nikoli
Dovoljena prekoračitev	48 %	28 %	4 %	9 %	11 %
Elektronsko bančništvo	22 %	47 %	18 %	5 %	8 %
Študentski krediti	2 %	7 %	23 %	47 %	21 %
Plačilne kartice	25 %	12 %	34 %	18 %	11 %
Varčevanja	3%	6 %	21 %	21 %	49 %

Tabela 4: Pogostost uporabe bančnih produktov
(Vir: anketni vprašalnik)

Tabela 4 prikazuje, da več kot polovica študentov najbolj pogosto uporablja dovoljeno prekoračitev (76 odstotkov) in elektronsko bančništvo (69 odstotkov), prav tako ni zanemarljiv podatek o uporabi plačilnih kartic (37 odstotkov), katerih uporaba zadnje čase vse bolj narašča (predvsem zaradi spletne trgovine). Pri študentskih kreditih so rezultati pričakovani, saj zaradi dobe vračila ni mogoče pogosto najemati novih posojil. Preseneča podatek o nizki stopnji varčevanj in v tej smeri bi jih bilo vsekakor potrebno posebej stimulirati. Res so študentje specifična skupina, ki varčuje manj kot ostali in predvsem nižje zneske, vendar preseneča podatek, da 49 odstotkov anketirancev sploh ne varčuje. Presenetljivo visoki so ti podatki v zadnji koloni, ki kažejo da omenjenih produktov ne uporabljajo nikoli. To je znak, da je treba še bolj intenzivno pospeševati prodajo.



Graf 7: Pogostost uporabe bančnih produktov
(Vir: anketni vprašalnik)

Ta grafični prikaz še nazorneje prikazuje pogostost uporabe posameznih storitev med študenti in potrjuje zgornje ugotovitve. Opaziti pa je še eno posebnost v sredinski koloni, kjer izstopa stolpec, ki prikazuje precej velik, 18-odstotni delež uporabnikov, ki so uvrstili med manj pogosto uporabo elektronskega bančništva, kar je za populacijo mladih presenetljiv podatek.

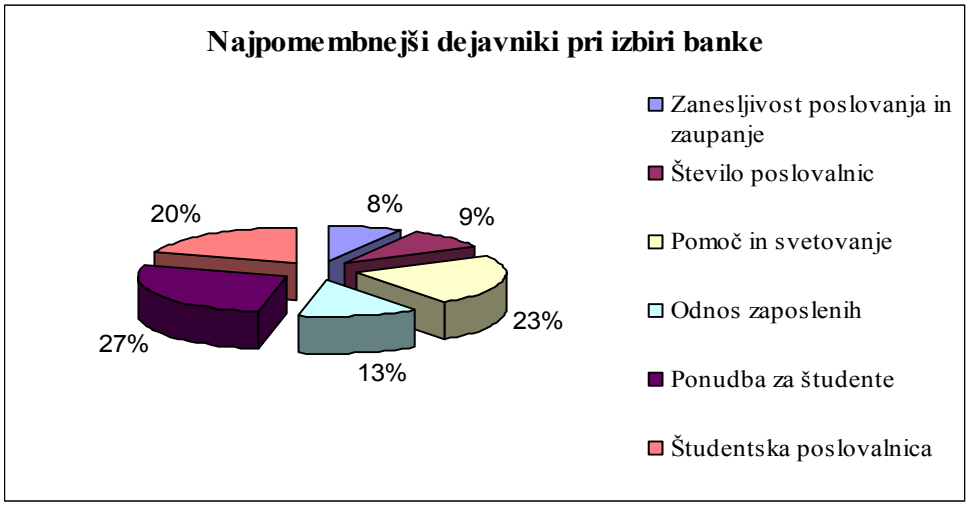
3. vprašanje: Katere izmed naštetih kategorij so za vas najpomembnejše pri izbiri banke?

Kategorije	Najpomembneje	Zelo pomembno	Pomembno	Manj pomembno
Zanesljivost,	8	22	22	14
Število poslovalnic	9	13	20	27
Pomoč in svetovanje	23	22	16	18
Odnos zaposlenih	13	11	11	14
Ponudba za študente	27	17	9	13
Študentska poslovalnica	20	15	22	14

Tabela 5: Kaj je pomembno pri izbiri banke
(Vir: anketni vprašalnik)

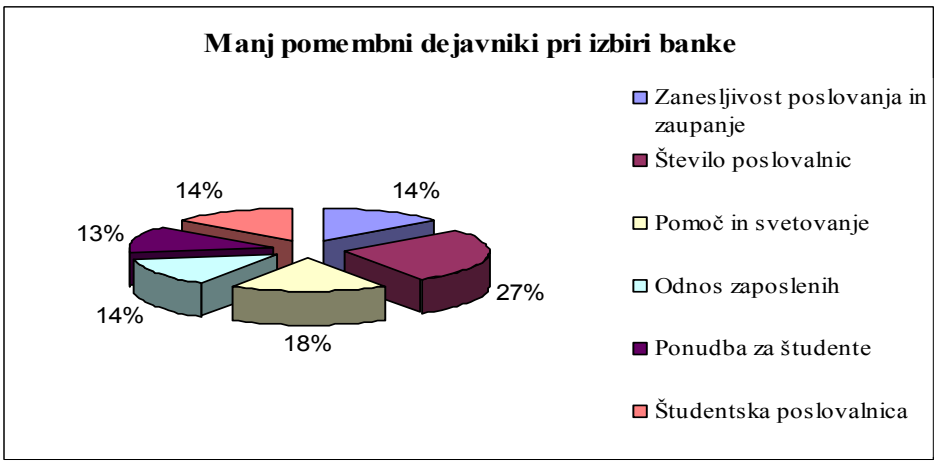
Vsaka posamezna od navedenih kategorij v tabeli 5 ima izredno pomembno vlogo, vendar jih je bilo treba rangirati, kar nikakor ni bila lahka naloga za anketirane študente. Iz tega

razloga tudi nismo dali na izbiro možnosti »najmanj pomembno«. Zaradi lažjega pregleda bomo prikazali najpomembnejše dejavnike pri izbiri banke še z grafom.



Graf 8: Najpomembnejši dejavniki pri izbiri banke
(Vir: anketni vprašalnik)

Iz grafa 8 lahko že na prvi pogled razberemo, da je na prvem mestu pri izbiri banke ponudba za študente, za kar 27 odstotkov anketirancev. Nezanemarljiv pa je tudi podatek o pomembnosti študentske poslovalnice, ki je z 20 odstotki na drugem mestu. To bi lahko pripisali tudi temu, da je največ anketiranih študentov komitentov Nove KBM d.d., ki edina ponuja specializirano poslovalnico študentom, kaže pa tudi na dejstvo, da so ti študentje s študentsko enoto očitno zelo zadovoljni. Posledično sledita s 23 odstotki pomoč in svetovanje ter odnos zaposlenih s 13 odstotki.



Graf 9: Manj pomembni dejavniki pri izbiri banke
(Vir: anketni vprašalnik)

Pri grafu 9 najprej opazimo, da se je kar 27 odstotkov anketiranih odločilo za število poslovalnic kot manj pomemben dejavnik, kar kaže na to, da v veliki meri uporabljajo sodobne bančne poti (dvig gotovine na bankomatih, plačevanje s karticami, elektronsko bančništvo …). Zanimivo pa je predvsem, kako so rangirali pomoč in svetovanje, ki se je med najpomembnejšimi dejavniki znašlo na tretjem mestu, med manj pomembnimi pa na drugem z 18 odstotki. To bi lahko pojasnili z razlago, da je pomoč in svetovanje zelo pomembna, kadar komitenti obiščejo poslovalnico oz. opravljajo zahtevnejše transakcije. Po drugi strani pa za vsakodnevne transakcije ne potrebujejo posebne pomoči in svetovanja, veliko informacij pa jim je dosegljivih tudi na spletnih straneh bank, kjer lahko vsak trenutek izvedo vse o obstoječi ponudbi in novostih.

4. vprašanje: Kaj vas najbolj prepriča, da ostajate zvesti svoji banki?

Odgovori so bili kratki in so si precej podobni. Navajamo najpogostejše:

- raznovrstnost ponudbe,
- zanesljivost,
- prijaznost,
- ponudba, pomoč in svetovanje,
- E-bančništvo,
- dobre izkušnje,
- dostopnost,
- odnos,
- ponudba in prijaznost zaposlenih,
- korektno poslovanje,
- prijazno in primerno izobraženo osebje,
- zanesljivost in ugodnost ponudbe,
- strokovnost,
- razširjenost poslovalnic po vsej Sloveniji,
- poceni ali brezplačne storitve
- navada,
- dobro poslovanje.

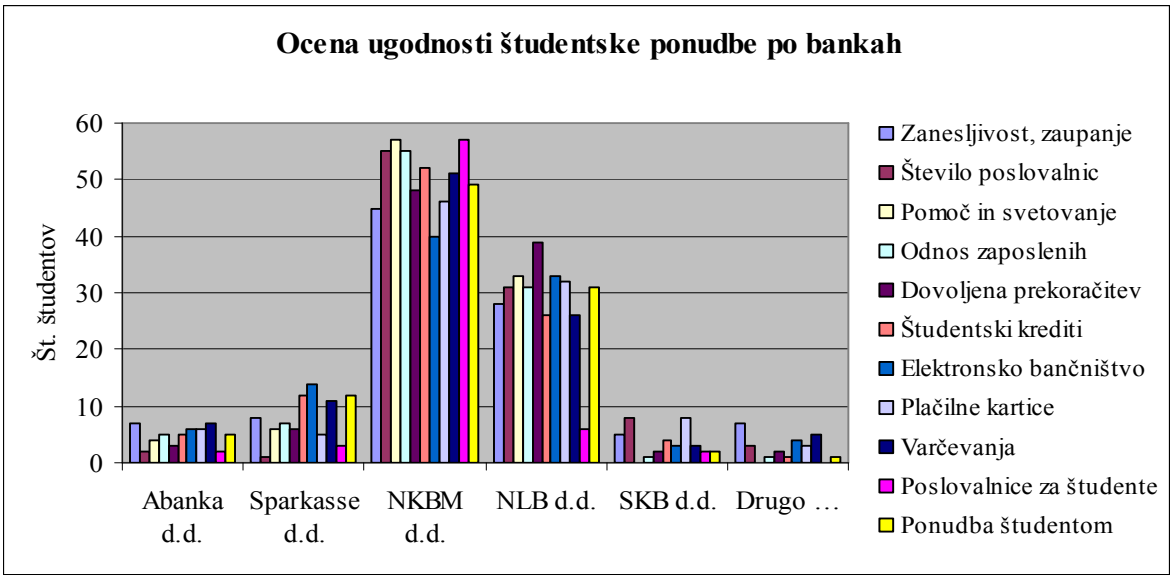
Glede na zgoraj navedene odgovore ni odveč komentar, da je kljub globalizaciji še vedno pomemben odnos med ljudmi in oseben stik s komitenti. Prav zato je treba nameniti pri trženju storitev velik poudarek prav osebni prodaji.

5. vprašanje: Katera banka je po vaši presoji najugodnejša po izbranih kriterijih?

	Abanka d.d.	Sparkasse d.d.	NKBM d.d.	NLB d.d.	SKB d.d.	Drugo
Zanesljivost, zaupanje	7	8	45	28	5	7
Število poslovalnic	2	1	55	31	8	3
Pomoč in svetovanje	4	6	57	33	0	0
Odnos zaposlenih	5	7	55	31	1	1
Dovoljena prekoračitev	3	6	48	39	2	2
Študentski krediti	5	12	52	26	4	1
E-bančništvo	6	14	40	33	3	4
Plačilne kartice	6	5	46	32	8	3
Varčevanja	7	11	51	26	3	5
Poslovalnice za študente	2	3	57	6	2	0
Ponudba študentom	5	12	49	31	2	1

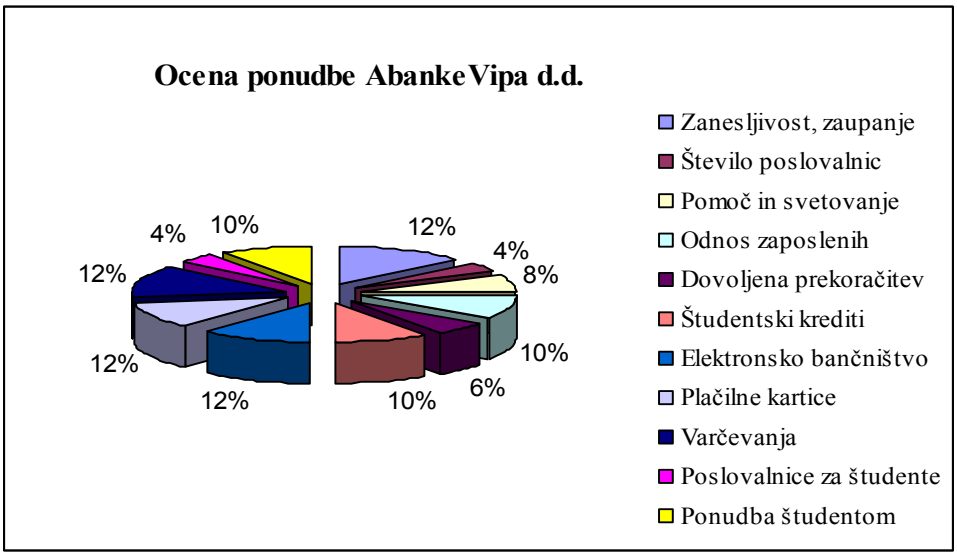
Tabela 6: Ocena posameznih bank glede na ponujeno
(Vir: anketni vprašalnik)

Zgornja tabela zajema veliko število podatkov in na prvi pogled je mogoče ugotoviti le, da pri oceni po posameznih bankah močno izstopata ponovno Nova KBM d.d. in Nova LB d.d. Zaradi večje preglednosti si bomo dobljene rezultate ogledali še v grafični obliki.



Graf 10: Ocena ugodnosti študentske ponudbe po bankah
(Vir: anketni vprašalnik)

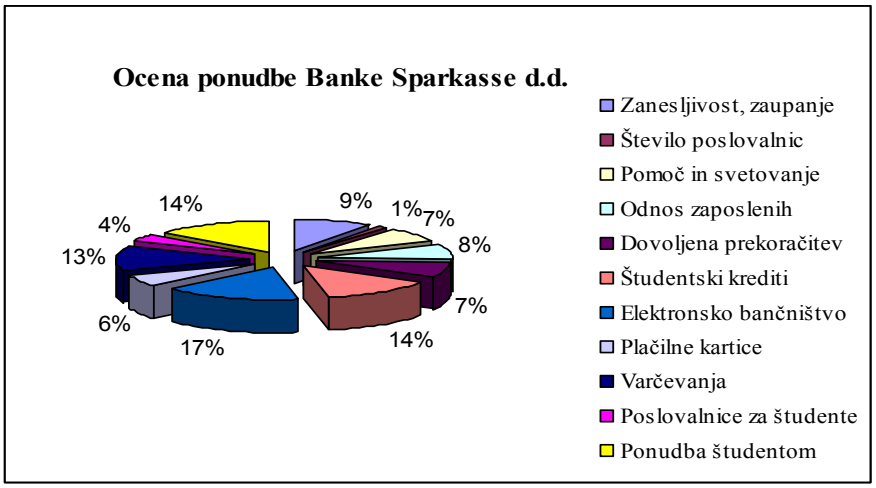
Tudi grafični prikaz ocene ugodnosti potrjuje ugotovitve iz teoretičnega dela te diplomske naloge, ko smo opisali konkurenčne banke oz. njihovo ponudbo za študente. Ker smo Novo KBM d.d. in Novo LB d.d. že podrobneje primerjali, smo tokrat vzeli pod drobnogled Abanko Vipa d.d., Banko Sparkasse d.d. in SKB banko d.d. Ljubljana ter jih prikazali v grafih.



Graf 11: Ocena ponudbe Abanke Vipa d.d.
(Vir: anketni vprašalnik)

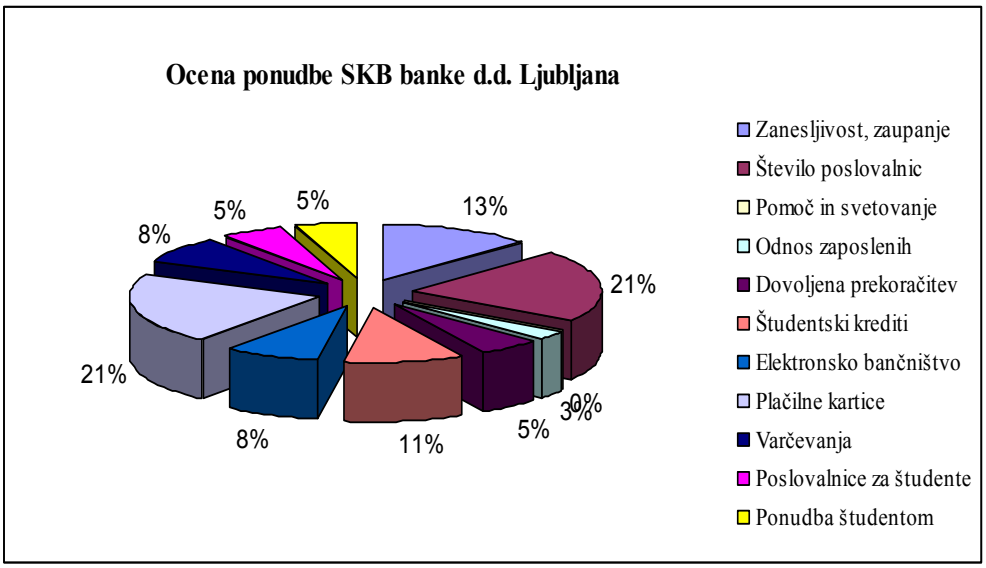
Iz zgornjega grafičnega prikaza je razvidno, da je 12 odstotkov anketiranih uvrstilo A banko Vipa d.d. kot najboljšo kar v štirih kategorijah: zanesljivost in zaupanje, plačilne

kartice, elektronsko bančništvo in varčevanja. Z 10 odstotki in manj sledijo krediti ter celotna ponudba študentom.



Graf 12: Ocena ponudbe Banke Sparkasse d.d.
(Vir: anketni vprašalnik)

Pri ponudbi Banke Sparkasse d.d. je daleč najbolje ocenjeno elektronsko bančništvo s 17 odstotki, sledijo pa s 14 odstotki študentski krediti in celotna študentska ponudba ter s 13 odstotki varčevanja. Vse ostale kategorije so ocenjene z manjšim odstotkom, najmanjše število poslovalnic, kar je popolnoma razumljivo, saj jih ta dokaj mlada banka v Sloveniji zaenkrat res nima veliko.



Graf 13: Ocena ponudbe SKB banke d.d. Ljubljana
(Vir: anketni vprašalnik)

Pri grafu z oceno ponudbe SKB banke d.d. Ljubljana naletimo na dokaj nepričakovane rezultate. Zelo visok in popolnoma enak odstotek (21 odstotkov) nam pokažeta oceni za

plačilne kartice, ker je sprejemljivo. Presenetljivo pa je prav tako z 21 odstotki ocenjeno število poslovalnic. Nenavadno je namreč, da so anketirani študentje zadovoljni z dostopnostjo banke, ki ima npr. v Mariboru le eno poslovalnico. Zanimiv je še podatek, da je od vseh ostalih kategorij s 13 odstotki najvišje ocenjena zanesljivost in zaupanje.

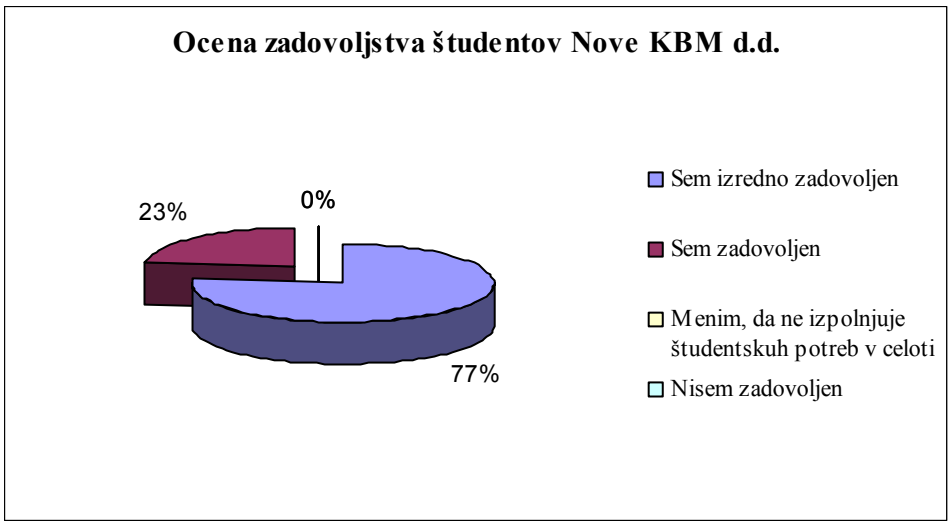
NA SLEDEČA VPRAŠANJA SO ODGOVARJALI LE KOMITENTI NOVE KBM D.D.

6. vprašanje: Kako bi ocenili ponudbo za študente v Novi KBM d.d.?

Sem izredno zadovoljen	41
Sem zadovoljen	13
Menim, da ne izpolnjuje študentskih potreb v celoti	3
Nisem zadovoljen	0

Tabela 7: Ocena zadovoljstva komitentov Nove KBM d.d.
(Vir: anketni vprašalnik)

Na tole in vsa naslednja vprašanja je odgovarjalo 57 anketirancev, ki imajo svoj študentski račun odprt pri Novi KBM d.d. Pri ugotavljanju zadovoljstva jih je 41 odgovorilo, da so izredno zadovoljni, 13 jih je zadovoljnih, 3 študentje pa menijo, da ponudba ne izpolnjuje študentskih potreb v celoti. Zaradi lažje preglednosti bomo prikazali rezultate še grafično.



Graf 14: Ocena zadovoljstva študentov v Novi KBM d.d.
(Vir: anketni vprašalnik)

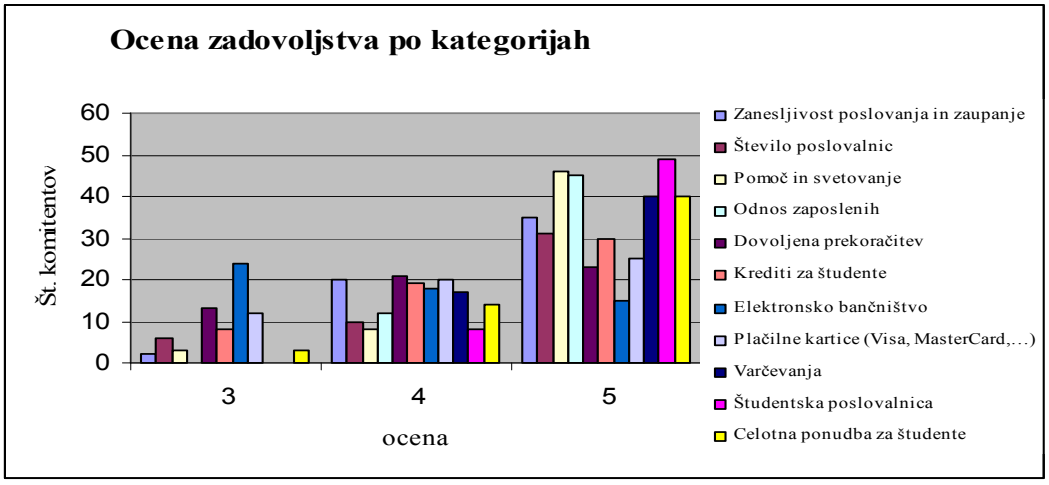
Tokrat bomo obdelali oceno zadovoljstva še v deležih. Iz grafa 14 je razvidno, da je zadovoljstvo s študentsko ponudbo v Novi KBM d.d. zelo visoko ocenjeno, saj je kar 72 odstotkov študentov izredno zadovoljnih. 23 odstotkov jih je zadovoljnih, 5 odstotkov pa jih meni, da študentske potrebe niso izpolnjene v celoti. Nezadovoljnih študentov med anketiranci ni bilo.

7. vprašanje: Kako bi ocenili svoje zadovoljstvo po izbranih kategorijah?

	1	2	3	4	5
Zanesljivost poslovanja in zaupanje	0	0	2	20	35
Število poslovalnic	0	0	6	10	31
Pomoč in svetovanje	0	0	3	8	46
Odnos zaposlenih	0	0	0	12	45
Dovoljena prekoračitev	0	0	13	21	23
Krediti za študente	0	0	8	19	30
Elektronsko bančništvo	0	0	24	18	15
Plačilne kartice (Visa, MasterCard,…)	0	0	12	20	25
Varčevanja	0	0	0	17	40
Študentska poslovalnica	0	0	0	8	49
Celotna ponudba za študente	0	0	3	14	40

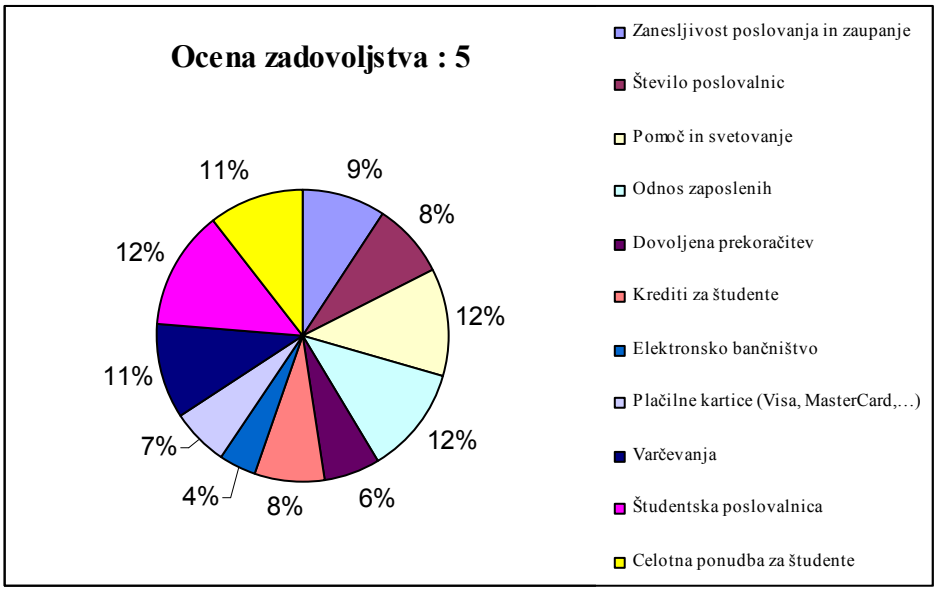
Tabela 8: Ocena zadovoljstva po izbranih kategorijah
(Vir: anketni vprašalnik)

Pri tem vprašanju je bilo treba oceniti posamezne kategorije v okviru Nove KBM d.d. z oceno od 1 (zelo nezadovoljen) do 5 (izredno zadovoljen). Iz tabele 8 je razvidno, da nobena od navedenih kategorij ni bila ocenjena z oceno 1 ali 2, kar pomeni, da nihče ni nezadovoljen ali celo zelo nezadovoljen. Torej je bila »zadovoljen« najnižja ocena med 57 imetniki študentskih računov v Novi KBM d.d., za kar se je izreklo le manjše število anketirancev.



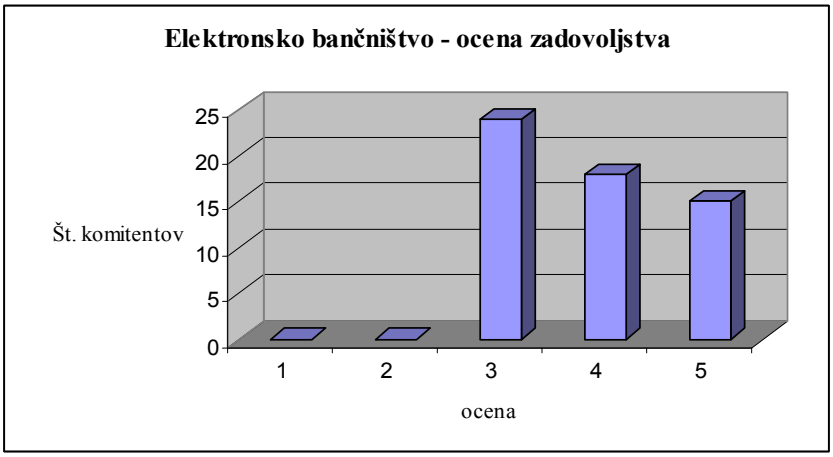
Graf 15: Ocena zadovoljstva po kategorijah
(Vir: anketni vprašalnik)

Graf 15 nam prikazuje zadovoljstvo kategorij z ocenami od 3 do 5, saj kot rečeno nezadovoljstva s ponudbo ni bilo. Pri splošni oceni je zaznati, da se ocena zvišuje oz. stopnjuje od zadovoljnih do izredno zadovoljnih študentov. Zanimivo bi bilo še podrobneje ogledati, katere kategorije so študentje označili z najvišjo oceno.



Graf 16: Najbolje ocenjeni produkti
(Vir: anketni vprašalnik)

Iz grafa 16 lahko ugotovimo, kateri so »aduti«, ki so se najbolje izkazali pri študentski ponudbi doslej. Z enakim odstotkom (12 odstotkov) so to: pomoč in svetovanje, študentska poslovalnica in odnos zaposlenih. Še ena potrditev, da so ljudje tisti, ki delajo storitve kvalitetne. Po mnenju 10 odstotkov anketiranih je najboljša ponudba za študente kot celota. Posamično sledijo varčevanja, plačilne kartice, število poslovalnic, posojila študentom, dovoljena prekoračitev … Presenetljivi rezultati se kažejo pri elektronskem bančništvu.



Graf 17: Elektronsko bančništvo – ocena zadovoljstva
(Vir: anketni vprašalnik)

Ocena zadovoljstva se pri elektronskem bančništvu giblje ravno nasprotno, kar je razvidno tudi iz zgornjega grafa, več je zadovoljnih in vedno manj zelo zadovoljnih ali celo izredno zadovoljnih. Kaj naj to pomeni? Ponudba Bank@net, kot se imenuje elektronsko bančništvo v Novi KBM d.d., je sicer zadovoljiva in konkurenčna drugim bankam. Toda ta rezultat raziskave že kaže na opozorilo, da se je treba še hitreje prilagajati potrebam študentov, ki spadajo med najzahtevnejše uporabnike elektronskih storitev.

8. vprašanje: Kaj bi želeli, da vam Nova KBM d.d. še dodatno ponudi ali izboljša v obstoječi ponudbi?

Namen tega vprašanja je bil, da pridobimo neposredno mnenje in informacije s strani uporabnikov študentskih računov. Zanimajo nas namreč njihove pripombe in predlogi, ki jih bomo lahko koristno uporabili za izboljšanje obstoječih ter razvoj novih storitev.

Veliko vprašalnikov je pri tem vprašanju ostalo praznih, tisti, ki so odgovarjali, pa so navajali naslednje želje in potrebe:

- pogodba s Si.mobilom ali katerim drugim ponudnikom za Moneto,
- brezplačni krediti v času študija in odlog plačila kredita,
- povišanje limitov v skladu s prilivi,
- povišanje limitov za dvig na bankomatu in pri plačevanju s karticami,
- večje ugodnosti ob zaključku študija,
- elektronsko bančništvo,
- sprememba kode PIN na karticah,
- večje obresti za vezane vloge,
- vse je v redu.

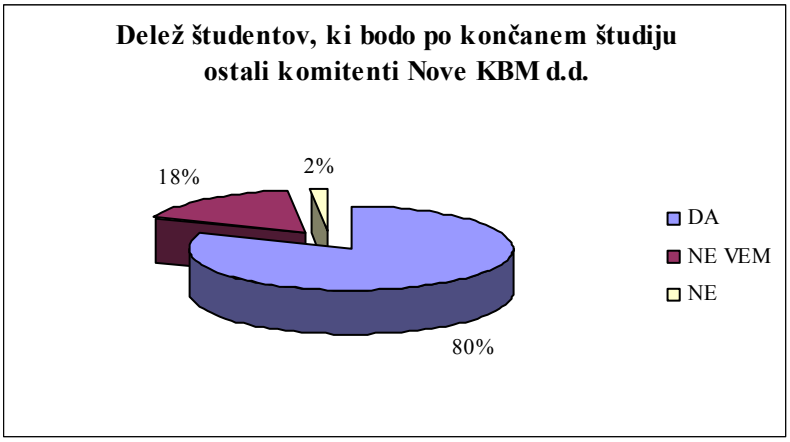
Pri zgoraj navedenih odgovorih lahko opazimo, da odražajo dokaj realno stanje, saj so vse pripombe popolnoma upravičene in dejansko kažejo na potrebo po čimprejšnji osvežitvi študentske ponudbe v Novi KBM d.d.

9. vprašanje: Ali nameravate po končanem študiju spremeniti študentski račun v redni transakcijski račun in ostati komitent Nove KBM d.d.?

DA.	46
NE VEM	10
NE	1

Tabela 9: Število študentov, ki bodo po končanem študiju ostali komitenti Nove KBM d.d.
(Vir:anketni vprašalnik)

Na navedeno vprašanje je 46 anketirancev odgovorilo pritrdilno, neopredeljenih je 10 študentov. Eden je odgovoril z ne, vendar ni navedel razloga za takšno odločitev. Predlagamo, da si ogledamo še grafični prikaz.



Graf 18: Delež študentov, ki bodo po končanem študiju ostali komitenti Nove KBM d.d.
(Vir: anketni vprašalnik)

Graf 18 prikazuje, da kar 80 odstotkov anketiranih študentov namerava po končanem študiju še naprej poslovati v Novi KBM d.d. S takšnim rezultatom smo lahko zadovoljni, moramo pa vedeti, da trenutno mnenje ni stalnica in se lahko kaj hitro spremeni. To pa je v veliki meri odvisno predvsem od banke in njene ponudbe, kakor tudi to, kako se bo odločilo tistih 18 odstotkov, ki se še niso opredelili.

5.4 Zaključki raziskave in ugotovitve

Analiza anketnega vprašalnika nas je pripeljala do nekaterih pričakovanih ugotovitev. Nekaj rezultatov pa nas je vendarle presenetilo in nas opozorilo na tista področja, ki zahtevajo še več prizadevanj za izboljšanje nekaterih bančnih produktov in s tem tudi celotne ponudbe za študente.

Pri prvem vprašanju smo ugotavljali lojalnost študentov do svoje banke, saj imajo nekateri odprtih tudi po več računov. Ugotovili smo, da velika večina študentov zaupa svoji banki in v glavnem poslujejo le z enim računom, ki ga uporabljajo v času študija, ostali računi so v glavnem neaktivni.

Pri izbiri banke študentje primerjajo med seboj posamezne produkte in se odločajo, kaj je za njih ugodneje glede na lastne potrebe. Zanimivo pa je mnenje velike večine, da jih marsikdaj prepričajo tudi pomoč in svetovanje zaposlenih ter odnos. Torej je osebna prodaja še kako pomembna.

Celotna študentska ponudba zajema veliko produktov, vendar še zdaleč niso izkoriščene vse razpoložljive možnosti. Tako smo pri drugem vprašanju ugotovili, da je presenetljivo visok delež takšnih, ki uporabljajo le bančno kartico za plačila storitev na prodajnih mestih in za dvig gotovine na bankomatih. Torej je tukaj še veliko odprtega prostora za pospeševanje prodaje.

Glede na izbrani segment je pričakovan podatek, da je med bančnimi produkti največji razpon med dovoljeno prekoračitvijo, ki se uporablja najpogosteje, in varčevanji, ki so najmanj pogosta oziroma jih velika večina sploh ne varčuje. Zatorej ne bi bilo odveč razmisliti o kakšni sveži obliki kratkoročnega varčevanja, ki bi bilo še posebej ugodno za študente.

Raziskava zadovoljstva komitentov Nove KBM d.d. je pokazala pozitivne rezultate, vendar je treba podrobneje preučiti mnenja in predloge o spremembah, ki so jih izrazili anketiranci v odgovorih na osmo vprašanje. Pričakujejo čimprejšnje povišanje limitov za dvige na bankomatih ter pri plačevanju s karticami, povišanje dovoljenih prekoračitev v skladu s prilivi ter večje ugodnosti ob zaključku študija.

Zavedati se moramo, da nobene kritike ali pobude ne gre zanemariti, temveč jih je nujno analizirati in čim prej ukrepati ter jih izkoristiti v obojestransko zadovoljstvo.

Za konec lahko podamo mnenje, da so študentje v Novi KBM d.d. zelo zadovoljni, saj se je velika večina anketiranih že odločila, da bodo po končanem študiju ostali komitenti svoje banke.

6 PREDLOGI IN PRIPOROČILA VODSTVU PODJETJA

Primerjava študentske ponudbe med konkurenčnimi bankami je pokazala, da so si produkti, ki so študentom najbolj zanimivi, na prvi pogled precej podobni. Da bi ugotovili razlike, smo podrobno analizirali ponudbo vsake banke posebej po posameznih produktih in jih primerjali z Novo KBM d.d.

Rezultati raziskave izkazujejo, da je Nova KBM d.d. zaenkrat še konkurenčna ostalim bankam, vendar moramo biti objektivni in opozoriti tudi na pomanjkljivosti, kajti **dobro** ne bi smelo biti dovolj za banko, ki želi obdržati svojo pozicijo na trgu. Le hitro prilagajanje in uvedba novosti bo pripeljala ponudbo do te faze, da bo vedno več zadovoljnih študentov, ki hitro sledijo sodobni tehnologiji ter napredku, zato so tudi toliko bolj zahtevni in veliko pričakujejo.

Na osnovi ugotovljenih pomanjkljivosti študentske ponudbe smo pripravili naslednje predloge in priporočila:

1. Menimo, da bi bilo študentom potrebno zvišati limit za dnevni dvig na bankomatih ter pri plačilu s karticami Maestro, ki so glede na današnje potrebe in v primerjavi s konkurenco prenizki. Za to ni potrebno veliko časa, niti dodatnih finančnih sredstev.
2. Priporočljivo bi bilo povišati tudi znesek dovoljenih prekoračitev glede na prilive, banka pa bi se za višje zneske zavarovala s porokom. Tudi ta sprememba praviloma naj ne bi predstavljala dodatnih stroškov za banko.
3. Predlagamo, naj se preveri, ali obstaja možnost, da bi lahko tudi komitenti Nove KBM d.d. spremenili osebno številko (PIN) na bančnih avtomatih, kot to lahko storijo komitenti nekaterih konkurenčnih bank.
4. Nova KBM d.d. je z Moneto v prednosti pred ostalimi bankami. To prednost bi bilo treba izkoristiti in razširiti ponudbo plačevanja z mobilnikom na več operaterjev, saj je zaenkrat omejena samo na uporabnike Mobitela in Debitela, čeprav bi jo želeli uporabljati tudi koristniki ostalih ponudnikov, predvsem Si.mobil.
5. Morda bi lahko skupaj z Zavarovalnico Maribor d.d. preučili možnosti, kako pripraviti skupno ponudbo zavarovanj za imetnike bančnih kartic, saj se trenutno tržijo le dolgoročne naložbe, ki pa za segment mladih niso toliko zanimive.

6. Kljub temu da študentje niso ravno ciljna skupina, ki bi bili najbolj podvrženi varčevanju, bi bilo vendarle priporočljivo razmisliti tudi o kakšni osvežitvi v ponudbi kratkoročnih varčevanj.
7. Žal je v preteklih letih v zvezi s študentsko ponudbo v Novi KBM d.d. veliko dobrih idej ostalo le na papirju in se nekako niso realizirale:
    - tukaj ne moremo mimo projekta Plus kartic, ki je pred leti že zaživel v sodelovanju s Študentskim servisom Maribor d.o.o., a je žal zamrl, konkurenčna banka pa danes kot novost trži podobno ponudbo;
    - po vsej verjetnosti bi bil zanimiva osvežitev tudi klub študentov Nove KBM d.d., za katerega se je porodila ideja že na samem začetku, ob nastanku Študentske enote, vendar nikoli ni zaživel;
    - nagradni razpis za najboljša diplomska dela na področju bančništva, ki so na izviren način obdelala nova področja bančnega poslovanja, je pred leti med študenti vzbudil veliko zanimanja in verjamemo, da je tudi Nova KBM d.d. s tem veliko pridobila. Morda bi lahko ta projekt ponovno oživili, za banko bi to bila hkrati uspešna promocija.

Zgornje navedbe morda zvenijo precej kritično, vendar je za izboljšanje ponudbe storitev treba obravnavati zadeve tudi s tega zornega kota.

Posebej pa ne tem mestu izpostavljamo problem, ki bi ga bilo treba po našem mnenju najprej odpraviti. Po zaključenem študiju, ko naj bi se študentje zaposlili in spremenili študentski račun v osebni transakcijski račun, prihaja do povečanja odhodov strank k drugim bankam. Zakaj? Konkurenca poskuša narediti vse, da pritegne komitente v tem občutljivem obdobju in jim ponuja razne pakete ugodnosti za diplomante, predvsem tuje banke pa jih privabijo z ugodnimi stanovanjskimi krediti. Nova KBM d.d. žal še vedno nima izdelanega načrta, kako po zaključenem študiju dodatno stimulirati in prepričati študente, da še naprej ostanejo njeni komitenti – in to ravno v času prve zaposlitve, ko postajajo za banko vse pomembnejši.

Dejstvo je, da banka vlaga ogromna sredstva za pridobivanje različnih ciljnih skupin, ves čas spremlja konkurenco in izboljšuje storitve ter skrbi za zadovoljstvo uporabnikov vseh bančnih storitev – samo tako lahko obdrži svojo pozicijo na trgu. In ključnega pomena je

diplomante obdržati ravno v tem pomembnem trenutku, ko začnejo prehajati v razred tako imenovanih VIP-komitentov.

7 ZAKLJUČEK

Dejstvo je, da se banke dandanes v boju za čim večji tržni delež srečujejo z močnejšo konkurenco kot kadarkoli. Tako domače kot tuje banke se tega dobro zavedajo in če si želijo zagotoviti dolgoročni obstoj, morajo izkoristiti vse priložnosti za doseganje konkurenčnih prednosti.

Nova KBM d.d. se je med prvimi pričela zavedati pomembnosti študentske populacije in si s tem sicer zagotovila določeno konkurenčno prednost, vendar se tudi ostale banke uspešno odzivajo na želje in potrebe študentov. Da bi to prednost tudi ohranila, Nova KBM d.d. nenehno spremlja konkurenco ter intenzivno reagira na vsako spremembo na trgu bančnih storitev. V skladu s tem nenehno izboljšuje svojo ponudbo z izboljšavo že obstoječih storitev ter z uvedbo novih.

V diplomski nalogi smo opisali ponudbo za študente v Novi KBM d.d. ter jo primerjali s konkurenčnimi bankami, ki ponujajo v slovenskem prostoru ta trenutek najkvalitetnejše bančne storitve za študente. Na podlagi opravljenih primerjav smo ugotovili, kje so prednosti ponudbe za študente v Novi KBM d.d. v primerjavi z izbranimi bankami in kje so njene slabosti.

Prav tako je bila med študenti izvedena raziskava, da bi ugotovili, kaj je odločilnega pomena pri izbiri njihovega računa, zakaj so bolj ali manj zadovoljni in ugotavljali njihovo lojalnost do banke.

Namen te diplomske naloge je bil v celoti dosežen, saj smo prišli do uporabnih zaključkov, na podlagi katerih smo podali tudi predloge in priporočila vodstvu podjetja. Vsi predlogi so v celoti izvedljivi in upamo, da se bodo koristno uporabili tudi v praksi.

Prav tako drži osnovna trditev, da je zadovoljstvo študentov s ponudbo Nove KBM d.d. sicer zadovoljivo, vendar se ne gre zanašati le na njihovo lojalnost. Globalizacija in napredek sodobne tehnologije zvišuje njihove zahteve in pričakovanja, zato so kaj hitro pripravljeni tudi menjati banko.

8 UPORABLJENA LITERATURA IN VIRI

1. Arh, G., in Arh, M.: *Trženjske raziskave*, Podjetnik, maj 2008, str. 24–28.
2. Borko, B.: *Promocija Študentske enote in ponudba za študente,* Nova KBM, Maribor, 1996.
3. Dizdarić, E.: *Študent kot komitent banke in možnosti kreditiranja študija,* diplomsko delo, Academia, Maribor, 2006.
4. Habjanič, D., in Ušaj, T.: *Osnove trženja*, DZS, Ljubljana, 2003.
5. Jauk, M.: *Trženje bančnih produktov in tržne strategije bank,* Bančni vestnik (4), 1998, str. 8–11.
6. Kotler, P., *Management trženja*, GV Založba, Ljubljana, 2004.
7. Levesque, Terrence, McDougall H. G. Gordon (1996): *Determinants of customer satisfaction in retail banking. International Journal of Bank Marketing 14 (7)*, str. 12–20.
8. Miše, M., in Koren, M.: *Predlog študentske ponudbe,* Nova KBM, Maribor, 1996.
9. Podjed, U.: *Model trženja bančnih storitev,* diplomsko delo, Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede, Ljubljana, december 2002.
10. Postma, P.: *Nova doba trženja*, GV Založba, Ljubljana, 2001.
11. Potočnik, V.: *Temelji trženja,* GV Založba, Ljubljana, 2002.
12. Propagandni material Abanke Vipa d.d.
13. Propagandni material Banke Sparkasse d.d.
14. Propagandni material Nove Ljubljanske banke d.d.
15. Propagandni material SKB banke d.d. Ljubljana.
16. Sernc, N.: *Pripravniška naloga*, Nova KBM d.d., Maribor, 2008.
17. Veselko, B., *Vaš svetovalec v denarnih zadevah*, Nova KBM d.d., Maribor, 2001.
18. http://www.abanka.si
19. http://www.nkbm.si
20. http://www.nlb.si
21. http://www.skb.si
22. http://www.sparkasse.si

PRILOGA: ANKETNI VPRAŠALNIK

Spoštovani študentje!

Sem študentka Višje strokovne šole Academia Maribor in končujem študij. Za pripravo diplomske naloge z naslovom ***Ponudba za študente v NKBM d.d. Maribor*** *bi potrebovala nekaj odgovorov na vprašanja, ki se nanašajo na to temo. Zato vas vljudno prosim, da odgovorite na nekaj zastavljenih vprašanj****, tudi če niste komitent omenjene banke.*** *Zbrane podatke bom uporabila izključno za primerjavo finančnih ponudb med bankami in za oblikovanje diplomske naloge.*

Hvala za sodelovanje,
Tatjana Matjašič *Maribor, julij 2008*

VPRAŠALNIK

1. V kateri od omenjenih bank imate odprt svoj študentski račun in kako dolgo?

(Prosim, označite z **X,** možnih je več odgovorov.)

Banka	**Do 3 leta**	**3 leta in več**
Abanka Vipa d.d.		
Banka Sparkasse d.d.		
Nova KBM d.d.		
Nova Ljubljanska banka d.d.		
SKB banka d.d. Ljubljana		
drugo ….		

2. Rangirajte, katere od omenjenih storitev najpogosteje uporabljate.

(1 – najpogosteje, 5 – nikoli)

Storitev	Najpogosteje	Pogosto	Manj pogosto	Najmanj pogosto	Nikoli
Dovoljena prekoračitev					
Elektronsko bančništvo					
Študentski krediti					
Plačilne kartice (Visa,…,).					
Varčevanja					

3. Katere izmed naštetih kategorij so za vas najpomembnejše pri izbiri banke?

(Prosim, rangirajte: 1– najpomembneje, 6 – najmanj pomembno)

a.) zanesljivost poslovanja in zaupanje …….

b.) število poslovalnic …….

c.) pomoč in svetovanje …….

d.) odnos zaposlenih …….

e.) celotna ponudba za študente …….

f.) študentska poslovalnica …….

4. Kaj vas najbolj prepriča, da ostajate zvesti svoji banki? (Prosim, navedite.)

.....

5. Katera banka je po vaši presoji najugodnejša po izbranih kriterijih ?

(Prosim, označite z **X**.)

	Abanka d.d.	Sparkasse d.d.	NKBM d.d.	NLB d.d.	SKB d.d.	Drugo …
Zanesljivost, zaupanje						
Število poslovalnic						
Pomoč in svetovanje						
Odnos zaposlenih						
Dovoljena prekoračitev						
Študentski krediti						
Elektronsko bančništvo						
Plačilne kartice						
Varčevanja						
Poslovalnice za študente						
Ponudba študentom						

<u>NA SLEDEČA VPRAŠANJA ODGOVARJAJO LE KOMITENTI NKBM D.D.:</u>

6. Kako bi ocenili ponudbo za študente v NKBM d.d. ?

a.) sem izredno zadovoljen/-a

b.) sem zadovoljen/-a

c.) menim, da ne izpolnjuje študentskih potreb v celoti

d.) nisem zadovoljen/-a

Če ste obkrožili odgovora c.) ali d.), napišite zakaj:

---

7. Kako bi ocenili svoje zadovoljstvo po izbranih kategorijah?

(Od 1 – zelo nezadovoljen – do 5 – zelo zadovoljen.)

a.) zanesljivost poslovanja in zaupanje …….

b.) število poslovalnic …….

c.) pomoč in svetovanje …….

d.) odnos zaposlenih do vas …….

e.) dovoljena prekoračitev …….

f.) krediti za študente …….

g.) elektronsko bančništvo …….

h.) plačilne kartice (Visa, MasterCard …) …….

i.) varčevanja …….

j.) študentska poslovalnica …….

k.) celotna ponudba za študente …….

8. Kaj bi želeli, da vam NKBM d.d. še dodatno ponudi ali izboljša v obstoječi ponudbi?

---

9. Ali nameravate po končanem študiju spremeniti študentski račun v transakcijski račun in ostati komitent NKBM d.d.? (Prosim, obkrožite.)

a.) DA b.) NE VEM c.) NE

Če ste obkrožili odgovor c.), napišite zakaj:
