

TRI*M™ Korporatīvās reputācijas pētījums banku nozarē Latvijā iedzīvotāju vidū

2012.gada marts



TNS

 Latvijas
Komerčbanku
Asociācija

KOPSAVILKUMS

Neskatoties uz satricinājumiem banku nozarē 2011.gada nogalē, **iedzīvotāju vidū banku nozares reputācija turpina uzlaboties** un šobrīd atbilst Eiropas vidējiem finanšu nozares reputācijas rādītājiem

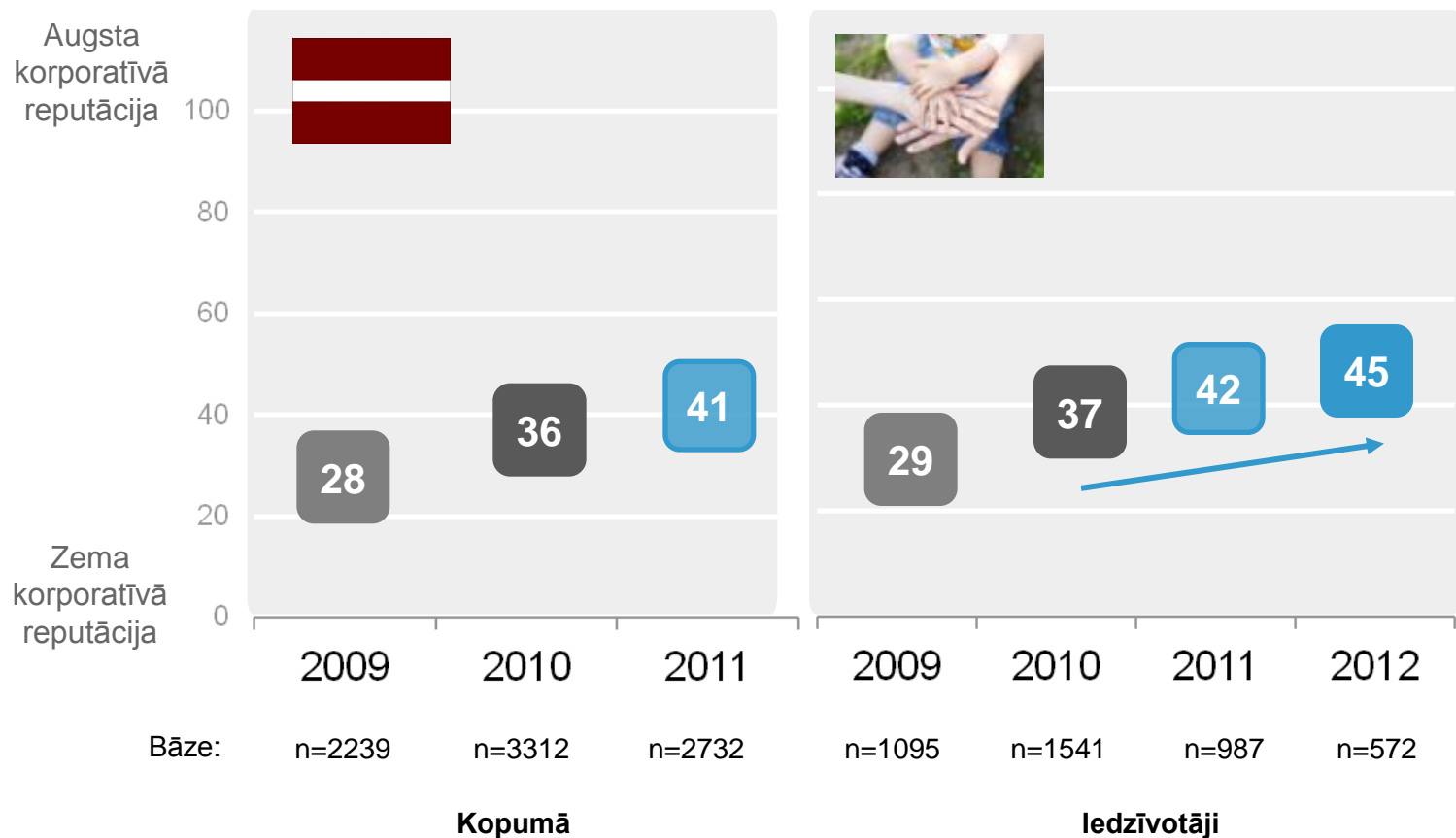
2010. un 2011.gada laikā sasniegto **korporatīvās reputācijas pieaugumu** pamatā **palīdz noturēt un stabilizēt kompetences aspekti**, visizteiktāk - produktu un pakalpojumu kvalitātes novērtējums, kur būtiska nozīme ir bijusi pozitīvai banku un to klientu sadarbības pieredzei

Lai arī 2011.gada nogalē bija vērojama zināma nestabilitāte iedzīvotāju attieksmē pret banku nozari, kas izteikti izpaudās negatīvajā vērtējumā banku uzticamībai, **šobrīd banku nozare un tās pārstāvji ir atguvuši iedzīvotāju uzticēšanos**. Šajā aspektā nozīmīga loma ir bijusi tam, kā nozare kopumā, kā arī pašu banku pārstāvji ir darbojušies un kādu komunikāciju ir veidojuši ar sabiedrību un bankas klientiem krīzes situācijā. Profesionālā un konstruktīvā pieeja ir veicinājusi banku kompetences vērtējumu

Tomēr **joprojām iedzīvotāju attieksme pret bankām ir zināmā mērā rezervēta** – emocionālā piesaistība bankām ir diezgan vāja. Ilgtermiņā, lai nodrošinātu pozitīvu tendenci reputācijas vērtējuma izaugsmē, būtu svarīgi nozarei kopumā, kā arī bankām pašām veicināt savu klientu emocionālo pieķeršanos bankām

Latvijas banku nozares korporatīvās reputācijas izaugsme pēdējo trīs gadu laikā, TRI*M Indekss

iedzīvotāju vidū saglabājas pozitīva tendence banku nozares reputācijas vērtējumā



Latvijas banku nozares korporatīvās reputācijas aspektu vērtējums 2012.gada pavasarī, TRI*M Indeksa jautājumi

Sabiedrībā kopumā nozares reputācijas kāpumu līdzīgi kā 2011. un 2010.gadā sekmē banku produktu un pakalpojumu kvalitāte un laba klientu attiecību vadība 2012.gada sākumā vērojams pozitīvā viedokļa īpatsvara pieaugums gandrīz visos reputāciju ietekmējošos aspektos

TRI*M Indekss 45

1. Kopējā reputācija

Vidējais

3.2

5 = Teicami	12%
4 = Ļoti labi	18%
3 = Labi	56%
2 = Drīzāk vāji	6%
1 = Vāji	6%
Nav atbildes	2%

Poz.vērt.	30%
Neg.vērt.	12%

2. Kopējā attieksme

Vidējais

3.0

5 = Ārkārtīgi pozitīva	2%
4 = Ļoti pozitīva	12%
3 = Pozitīva	73%
2 = Negatīva	8%
1 = Ļoti negatīva	2%
Nav atbildes	3%

Poz.vērt.	14%
Neg.vērt.	10%

3. Uzticamība

Vidējais

3.3

5 = Pilnībā	16%
4 = Lielā mērā	18%
3 = Drīzāk jā	46%
2 = Drīzāk nē	13%
1 = Noteikti nē	4%
Nav atbildes	3%

Poz.vērt.	34%
Neg.vērt.	17%

4. Finansiālie sasniegumi

Vidējais

3.1

5 = Teicami	7%
4 = Ļoti labi	13%
3 = Labi	66%
2 = Drīzāk vāji	5%
1 = Vāji	4%
Nav atbildes	5%

Poz.vērt.	20%
Neg.vērt.	9%

5. Produktu un pakalpojumu kvalitāte

Vidējais

3.3

5 = Ļoti augsta	5%
4 = Augsta	27%
3 = Laba	57%
2 = Drīzāk zema	4%
1 = Zema	2%
Nav atbildes	5%

Poz.vērt.	32%
Neg.vērt.	6%

Latvijas banku nozares korporatīvās reputācijas aspektu vērtējums 2011.gadā, TRI*M Indeksa jautājumi

2011.gadā banku nozares korporatīvo reputāciju iedzīvotāju vidū veicināja banku attieksme pret klientiem un banku veidotais dialogs un sadarbība ar klientiem

Būtiska nozīme reputācijas kāpumam bijusi arī Parex bankas situācijas risinājums

TRI*M Indekss 42

1. Kopējā reputācija

Vidējais

3.2

5 = Teicami	9%
4 = Ļoti labi	16%
3 = Labi	61%
2 = Drīzāk vāji	9%
1 = Vāji	3%
Nav atbildes	2%

Poz.vērt.

25%

Neg.vērt.

12%

2. Kopējā attieksme

Vidējais

3.1

5 = Ārkārtīgi pozitīva	1%	Poz.vērt.
4 = Ļoti pozitīva	11%	12%
3 = Pozitīva	77%	Neg.vērt.
2 = Negatīva	8%	9%
1 = Ļoti negatīva	1%	
Nav atbildes	2%	

3. Uzticamība

Vidējais

3.2

5 = Pilnībā	12%	Poz.vērt.
4 = Lielā mērā	14%	26%
3 = Drīzāk jā	54%	Neg.vērt.
2 = Drīzāk nē	15%	18%
1 = Noteikti nē	3%	
Nav atbildes	2%	

4. Finansiālie sasniegumi

Vidējais

3.1

5 = Teicami	5%	Poz.vērt.
4 = Ļoti labi	10%	15%
3 = Labi	70%	Neg.vērt.
2 = Drīzāk vāji	7%	9%
1 = Vāji	2%	
Nav atbildes	6%	

5. Produktu un pakalpojumu kvalitāte

Vidējais

3.2

5 = Ļoti augsta	5%	Poz.vērt.
4 = Augsta	22%	27%
3 = Laba	61%	Neg.vērt.
2 = Drīzāk zema	6%	8%
1 = Zema	2%	
Nav atbildes	4%	

Bāze 987



Pētījuma metodoloģija

aptvertās mērķa grupas un izlases lielums

Iedzīvotāji

vecumā no 15 līdz 74 gadiem

■ 450 intervijas

Korporatīvās reputācijas vērtējumā iekļautās bankas

Pamata saraksts:

Citadele banka
DNB banka
Ge Money Bank
Hipotēku banka
Nordea banka
Norvik banka
PrivatBank
SEB banka
Swedbank

Citas bankas:

ABLV bank
Danske banka
Rietumu banka
Trasta komercbanka
SMP Banka
SKANDINAVISKA ENSKILDA BANKEN
Latvijas Biznesa banka
Svenska Handelsbanken
UniCredit Bank
Allied Irish Banks
Baltic International Bank

BIGBANK AS
Baltikums Bank
Pohjola Bank
Latvijas Pasta banka
LTB banka
Scania Finans Aktiebolag
Reģionālā investīciju banka
Aktšiaselts Eesti Krediidipank
Rigensis Bank