

BANKŲ KOMUNIKAVIMO SU KLIETAIS PRIEMONIŲ TAIKANT INFORMACINES TECHNOLOGIJAS ANALIZĖ LIETUVOS ATVEJ AIS

Danielė KURLENSKAITĖ*, Giedrė LAPINSKIENĖ

*Vilniaus Gedimino technikos universitetas, Verslo vadybos fakultetas,
Verslo technologijų ir verslininkystės katedra, Saulėtekio al. 11, LT-10223 Vilnius, Lietuva*

*El. paštas daniele.kurlenskaite@stud.vilniustech.lt

Gauta 2022 m. sausio 25 d.; priimta 2022 m. birželio 29 d.

Santrauka. Tam, kad išlaikyti esamus ir pritraukti naujus klientus, bankai kaip didžiausią savo privalumą klientams išskiria sklandžią bei greitą komunikaciją. Tikslu įgyvendinimui bankai naudojami informacinių technologijų pagalba. Atsižvelgiant į šių dienų aktualijas, esant rizikingai epidemiologinei situacijai, išaugo klientų poreikis nuotoliniui aptarnavimui, tam ypač turėjo įtakos Covid-19 viruso plitimas. Tad šio straipsnio tikslas yra susiteminti, suranguoti komunikavimo priemones, naudojamas Lietuvos bankų sektoriuje. Tyrimui atlikti buvo išskirtos pagrindinės komunikacijos priemonės taikant IT Lietuvos bankų sektoriuose ir sudaryta anketa bei atlikta ekspertų apklausa siekiant išgryninti, kuri komunikacijos priemonė yra dažniausiai naudojama ekspertų. Taip pat iš gautų eksperimentinių duomenų ir straipsnyje pateiktų formulių, apskaičiavus Kendall W konkordancijos koeficientą, įvertintas ekspertų nuomonių suderinamumas.

Reikšminiai žodžiai: komunikacija, komunikavimo priemonės, informacinės technologijos, Lietuvos bankų sektoriai.

Įvadas

Bankai siekdami pagerinti komunikaciją su savo klientais ieško vis daugiau naujų būdų, priemonių kaip klientai galėtų prieinamą jiems būdu, greitai ir patogiai, atlikti visas reikiamas bankines operacijas, gauti reikiamos informacijos ir pasikonsultuoti su banko darbuotojais. Bankų klientai naudojami bankinėmis sistemomis atsiskaitant už įvairiausias pirkinius, mokant sąskaitas bei dažnas klientas naudojami įvairaus kredito paslaugomis. Tam, kad klientai patogiai gautų reikiamas paslaugas, bankai naudojami įvairiomis turimomis informacinėmis technologijomis bei nuolat jas tobulina. Informacinės technologijos užtikrina sklandžią komunikaciją su klientais. Dėl sparčiai besiplečiančių technologijų, novatoriškų technologijų naudojimo ir spartaus interneto augimo, daugelis organizacijų dabar imasi technologinės iniciatyvos, kad jų produktai ir paslaugos būtų lengvai prieinamos klientams internete. Siekiant pagerinti komunikaciją su klientais yra taikomos įvairios informacinės technologijos. Tuo pačiu labai svarbus klientų švietimas, kaip nauja komunikacijos priemonė veikia (Peng ir Li, 2021). Esant neapibrėžtumui dėl naujų informacinių technologijų naudos, bankai galėtų pasinaudoti ir pasimokyti vieni iš kitų, pasirinkdami investicijas į informacines technologijas, atsižvelgiant į jų rezultatus (Gangopadhyay ir Nilakantan, 2021). Verta paminėti, jog bankų sektoriai yra inovacijų priekyje, nes tai turtingas sektorius. Šių dienų aktualijos, esant rizikingai epidemiologinei situacijai, klientai vis labiau nori nuotolinio aptarnavimo, tam ypač turėjo įtakos Covid-19 viruso plitimas. Taip pat klientai vis labiau vertina savo pačių laiką ir to pasekoje išauga jų poreikis komunikuoti su banko darbuotojais nevykstant į banko skyrių.

Tyrimo objektas – Komunikavimo su klientais priemonės taikant informacines technologijas Lietuvos bankų sektoriuje.

Tyrimo tikslas – Išgryninti bankų su klientais komunikavimo priemones taikant IT Lietuvos bankų sektoriuose.

Tyrimo uždaviniai:

1. Apžvelgti teorines bankų su klientais komunikavimo priemones taikant informacines technologijas.
2. Išskirti svarbiausias komunikavimo priemones taikant informacines technologijas Lietuvos bankų sektoriuje.
3. Atliekant tyrimą naudoti metodai: literatūros sisteminė analizė, atvejo analizė, ekspertinis vertinimas, nuomonių suderinamumo (Kendall W) metodas.

1. Komunikacijos, kliento ir informacinių technologijų samprata, komunikavimo su klientais priemonės taikant informacinės technologijas, jų privalumai ir trūkumai

Remiantis moksliniais šaltiniais kliento sąvoka yra kilusi iš anglų kalbos žodžio, reiškiančio mokesčių surinkėją ir yra apibrėžiamas kaip tas, kuris perka kokią nors prekę ar paslaugą (Palaniappan et al., 2017).

Banko klientai yra:

- įmonės;
- institucijos;
- privatūs asmenys.

Pagal dabartinį scenarijų bankai savo klientus laiko pagrindiniu finansiniu turtu. Yra išsikiriami būtiniausi veiksniai, kurie lemia efektyvų bankų valdymą:

- mandagumas bendraujat su klientais;
- teisingumas;
- greitis aptarnaujant klientus.

Patenkintas klientas pasirinks sugrįžti į banką ir pritrauks daugiau naujų klientų (Gayathry, 2016).

Komunikacijos samprata

Moksliniame žodyne galima rasti apibūdinimu kas yra komunikacija. Komunikacija apibūdinama kaip procesas, kurio metu yra keičiamasi informacija ir šio proceso metu didinamas žmonių ar grupių supratimas (Cambridge Dictionary, n. d.).

Informacinių technologijų samprata

Informacinių technologijų sąvoka gali būti apibrėžta kaip mokslas ir veikla, kuri susijusi su kompiuterių ar kitų elektorninių prietaisų įrangos naudojimu informacijai saugoti ir perduoti (Cambridge Dictionary, n. d.). Informacinės technologijos yra vienas iš svarbių komponentų, patraukusių daugelio dėmesį per pastaruosius du dešimtmečius. Dabartiniame amžiuje informacinės technologijos yra laikomos galinga platforma ir įrankiu, kuris gali turėti milžiniškus ekonominius, socialinius, kultūrinius ir politinius padarinius (Ahmadi et al., 2021).

Komunikavimo priemonės

Paslaugų kėlimasis į virtualią erdę vyko daug metų. Šiai dienai jau daugybė paslaugų tapo nuotolinės. Dėl šios priežasties išaugo komunikacijos su klientais poreikis taikant informacines technologijas. Klientai vis daugiau komunicuoja nuotoliniu būdu ir norint tai padaryti efektyviai ir greitai, pasitelkiama informacinių technologijų pagalba (Chen, 2020). Tam ypač turėjo įtakos Covid-19 pandemija. Coenen et al. (2017) ir Haldane ir McMahan (2018) teigia, jog išsivysčiusių šalių centrinių bankų komunikacija yra sudėtinga, todėl ją sunku suprasti maždaug 90 % plačiosios visuomenės. Taigi, žmonės turintys aukštąjį išsilavinimą dažniau komunicuoja su bankais.

Galimos komunikavimo su klientais priemonės taikant informacines technologijas:

- žodinės komunikacijos naudojant įvairius elektroninius prietaisus;
- elektroninis paštas ir laiškai;
- elektroninė bankininkystė.

1 lentelėje struktūrizuotai pateikti žodinės komunikacijos naudojant įvairius elektorininius prietaisus privalumai ir trūkumai.

1 lentelė. Žodinės komunikacijos privalumai ir trūkumai (šaltinis: sudaryta autorių pagal analizuotą literatūrą)

Privalumai	Trūkumai
Lengvai pasiekiamą paslaugą	Sudėtingas kliento identifikavimas
Klientas neprivalo atvykti į banko skyrių	Prasta gautų duomenų kokybė
Greitas atsakymas į kliento užklausą	Suteikiama konsultacinio pobūdžio informacija

Iš pateiktų duomenų 1 lentelėje galime matyti, kad žodinė komunikacija klientui yra patogus ir greitas būdas gauti reikiamos informacijos iš banko darbuotojų, tačiau ši komunikacijos forma turi reikšmingų trūkumų. Šios komunikacijos atveju klientui suteikiama minimali informacija. Dėl duomenų apsaugos banko darbuotojai negali suteikti personalizuotos, asmeninės informacijos.

Elektroninis paštas ir laišakai

Bendravimas elektroniniu paštu yra vienas iš labiausiai paplitusių bendravimo formų. Elektroninio pašto populiarumą daugiausia lemia tai, kad juo galima greitai ir plačiai dalintis informacija (Ruler, 2018). Šie pranašumai pavertė elektroninį paštą unikalia komunikavimo ir darbo priemone, kuri leidžia dalintis ir prašyti pateikti informaciją bet kuriuo reikiamu metu (Giurge ir Bohns, 2021). Elektroninis paštas taip pat neatsiejama darbo ir komunikavimo priemonė bankų sektoriaus darbuotojams, kurie siekia greitai ir efektyviai perduoti informaciją ir ją gauti. Šių dienų siekiamybė yra visus reikiamus dokumentus siųsti klientas tik elektroniniu paštu bei tokiu pačiu būdu juos gauti.

Finansinių įmonių nemokumo vertinimo modeliai skiriasi nuo kitiems sektoriams priklausančių įmonių bankroto tikimybės vertinimo modelių. Pavyzdžiui, bankų neįmanoma palyginti su paslaugų sektoriuje esančiomis įmonėmis dėl skirtingų kintamųjų, kadangi bankų paslauga yra skolinti pinigus, indėliai yra jų įsipareigojimas, o paskolos yra jų turtas, tad ir bankroto tikimybės vertinimo modeliai skiriasi (Kazakevičiūtė ir Budrionytė, 2019). Toliau aptariami modeliai, kurie yra naudojami finansų sektoriaus įmonių bankroto tikimybei prognozuoti (1 lentelė) ir Zmijewski X Indeksas, kurio populiarumas auga.

Tačiau, visada yra tikimybė, jog gali būti išilaužta į asmens elektroninį paštą ir tokiu būdu nutekinti informaciją ar turimus dokumentus (Kim, 2017). Jei išilaužėlis gauna paskyros slaptažodį, jis gali gauti reikalingos informacijos. Kaip minima šaltiniuose, geriausias išilaužėlio scenarijus yra tas, kad auka to nesužino (Jensen, 2020).

2 lentelėje struktūrizuoti pateikti elektroninio pašto ir laiškų privalumai ir trūkumai.

2 lentelė. El. pašto ir laiškų komunikacijos privalumai ir trūkumai (šaltinis: sudaryta autorių pagal analizuotą literatūrą)

Privalumai	Trūkumai
Greitas būdas pateikti reikiamą informaciją	Galimas turimos informacijos, dokumentų nutekinimas
Greitas būdas gauti reikiamą informaciją	Lėtesnis klientų aptarnavimas el.paštu nei mobiliuoju telefonu
Galimybė dokumentus pateikti el.paštu, gamtos tausojimas	
Kokybiškesnis klientų aptarnavimas el.paštu nei mobiliuoju telefonu	

Iš pateiktų duomenų 2 lentelėje galime matyti, kad komunikacija el.paštu ir laiškais turi daugiau privalumų nei trūkumų ir būtent dėl šios priežasties ši komunikacijos forma yra žymiai populiareesnė nei žodinė komunikacija. Naudojantis šia komunikacija klientui galima suteikti platesnės asmeninės informacijos bei patogiu būdu dalintis tarpusavyje su banko darbuotojais reikiamais dokumentais. Tačiau egzistuoja rizika, jog turima informacija el.pašte gali būti nutekinta, tai esminis šios komunikacijos formos trūkumas.

Elektroninė bankininkystė

Internetas ir technologijų plėtra pakeitė ir finansinių paslaugų sektorių (Ahmad et al., 2020). Bankai, kaip ir daugelis kitų finansų įstaigų, siūlo alternatyvias, inovatyvias elektrones paslaugas tam, kad išlaikytų pranašumą ir patenkintų klientų lūkesčius. Pavyzdžiui, mobilieji įrenginiai vis dažniau tampa įrankiais, kuriais klientai jungiasi ir naudojami elektrone bankininkystėje, norėdami sumokėti už produktus ir paslaugas (Zhang et al., 2018). Elektroninė bankininkystė taip pat taupo klientų laiką, pavyzdžiui, klientai gali atlikti norimą operaciją ar gauti informacijos, fiziškai nesilankant banke (Malaquias ir Hwang, 2019). Dėl šios priežasties elektroninė bankininkystė turi didelę vertę daugeliui finansinių organizacijų ir klientų (Baabdullah et al., 2019). Šiais laikais bankininkystės pramonė nuo tradicinių filialų paslaugų perėjo prie mobiliosios bankininkystės programų ar programėlių. Naudodami klientų segmentavimą, bankai gali gauti daugiau įžvalgų ir geriau suprasti savo klientų gyvenimo būdą bei elgesį (Li et al., 2021). Mobiliosios bankininkystės programėlė leidžia bankui gauti naudingos informacijos, pavyzdžiui, vartotojų atsiliepimus, kurie leidžia geriau suvokti klientų elgesį (Tungjitnob et al., 2021).

3 lentelėje struktūrizuoti pateikti el. bankininkystės privalumai ir trūkumai.

3 lentelė. El. bankininkystės komunikacijos privalumai ir trūkumai (šaltinis: sudaryta autorių pagal analizuotą literatūrą)

Privalumai	Trūkumai
Lengvas prieinamumas prie asmeninės bankinės informacijos	Galimybė išilaužti į asmens el.bankininkystės paskyrą
Greita informacijos paieška	Galimybė nutekinti asmens duomenis
Suteikiama detalesnė asmeninė informacija	
Galimybė apmokėti sąskaitas ar atsiskaityti už pirkinius	
Taupomas klientų laikas, neprivaloma vykti į banko skyrių	
Nesudėtingas kliento identifikavimas	

Iš pateiktų duomenų 3 lentelėje galime matyti, kad ši komunikacijos forma yra pažiangiausia naudojantis IT priemonėmis. Komunikacija el.bankininkystės pagalba yra žymiai informatyvesnė lyginant su kitomis komunikacijos formomis. Tačiau naudojantis šia komunikacija, taip pat išlieka grėsmė nutekėti duomenims

Taigi, susisteminius komunikavimo priemonių ypatumus, galime matyti, jog elektroninė bankininkystė išsiskiria kaip daugiausia privalumų turinti komunikavimo priemonė. Ši komunikavimo priemonė yra informatyvesnė už likusias priemones. Saugiausias kliento konsultavimo būdas yra naudojantis mobiliuoju telefonu, tačiau šiuo atveju banko darbuotojai negali suteikti išsamios informacijos, ši komunikavimo forma yra labiau konsultacinio pobūdžio. Komunikacija naudojantis elektroniniu paštu yra labiausiai paplitusi komunikacijos forma, galima efektyviai ir greitai perduoti reikiamą informaciją, dokumnetus, ko pasekoje taip pat tausojama gamta, tačiau tai nėra saugus būdas komunikacijai.

2. Komunikavimo su klientais priemonių, taikant informacines technologijas, pasirinkimo alternatyvos Lietuvos bankų sektoriuje

Egzistuoja daug komunikavimo priemonių ir yra atskiros vartotojų grupės. Kiekvienai vartotojų grupei turėtų būti parinktos prieinamiausios ir patogiausios jiems komunikavimo priemonės atsižvelgiant į jų amžių.

Vyresnio amžiaus žmonės (55+) vengia naudotis el.bankininkyste kaip komunikacijos priemone. Žinių trūkumas, kaip naudoti produktą, yra įvardintas kaip esminis veiksnys, turintis įtakos vyresnio amžiaus žmonių sprendimui nesinaudoti technologijomis. Informacijos apie produktą trūkumas sukuria supratimą, kad technologija yra pernelyg sudėtinga ir sunkiai naudojama (Hanif ir Lallie, 2021). Vyresnio amžiaus žmonės paprastai vaizduojami kaip stokojantys entuziazmo, pasižymintys dideliu nusiteikimu prieš naujoves, demonstruojantys stresą ir nerimą dėl naujovių, taip pat nelankstūs ir negalintys išmokti naudotis technologijomis (Chaouali ir Souiden, 2019).

Jaunoji karta (18+) yra glaudžiai susijusi su informacinėmis technologijomis. Atsižvelgiant į tai, kad jauno žmogaus supratimas apie informacines technologijas yra aukšto lygio, jie gali rinktis jiems patogias komunikacijos priemones, kurios priklauso nuo aplinkybių, kurios jiems gali sutaupyti tuo metu laiko ir energijos. Visos komunikavimo priemonės taikant informacines technologijas jiems yra pažįstamos bei naudojamos kasdienybėje (Chaouali ir Souiden, 2019).

4 lentelėje struktūrizuotai pateikta informacija apie komunikavimo priemones pagal vartotojų amžių.

4 lentelė. Komunikavimo priemonės pagal vartotojų amžių (šaltinis: sudaryta autorių pagal analizuotą literatūrą)

Vartotojų amžius	Komunikavimo priemonės
Nuo 18 iki 55 metų	El. bankininkystė El. paštas Mobilusis telefonas
Nuo 55 metų	Mobilusis telefonas El. paštas

Taigi, susisteminius komunikavimo priemones pagal vartotojų amžių galime matyti, jog jaunoji karta, kuri moksliniuose šaltiniuose aprašoma kaip 18+ amžiaus, naudojami visomis komunikacijos priemonėmis ir visos šios priemonės jiems yra priimtinos. Vyresnio amžiaus žmonės (55+) vengia naudotis el.bankininkyste kaip komunikacijos priemone dėl žinių trūkumo kaip naudotis šiuo banko siūlomu produktu.

3. Tyrimo metodika

Tyrimo atliekama ekspertų apklausa bei jų nuomonių suderinamumo metodologija.

Ekspertinio vertinimo metodas – tai procedūra, leidžianti suderinti atskirų ekspertų nuomones ir suformuoti bendrą sprendimą. Ekspertinio vertinimo metodas sudaro galimybes tyrėjui surinkti individualias ekspertų nuomones analizuojama tema ir suformuoti apibendrintą ekspertų sprendimą – vertinimą (Vveinhardt ir Gulbovaitė, 2016). Šis metodas buvo taikytas dėl tos priežasties, nes mokslinėje literatūroje nėra aprašytos vieningos ir tikslios nuomonės, kuri komunikacijos priemonė taikant IT yra populiariausia. Atliktos ekspertų apklausos tikslas buvo išsiaiškinti kuri komunikacijos priemonė taikant IT yra priimtinausia ir dažniausiai naudojama ekspertų. Tyrimo metu buvo apklausti 8 ekspertai. Tyrimo buvo atliekamas dviejų etapų ekspertinis vertinimas. Pirmuoju etapu ekspertams buvo pateikti atviri klausimai, antruoju etapu buvo pateikti uždari klausimai ekspertams – atsakymų variantai vertinami penkių balų skalėmis. Pirmuoju etapu buvo svarbu išsiaiškinti kokio amžiaus yra anketos dalyvis bei kokią išsilavinimą įgyjęs yra

ekspertas. Antruoju etapu – išgryninti kokia komunikavimo su bankais priemonė taikant informacines technologijas yra priimtinausia ir dažniausiai naudojama eksperto.

Tyrime dalyvavusių ekspertų nuomonių suderintumas įvertinamas Kendall konkordancijos koeficientu. Jei ekspertų vertinimai prieštaringi $W > 0$, jei ekspertų vertinimai panašūs $W > 1$. Kendall'o konkordancijos koeficientas W nusako ar tyrime dalyvavusių ekspertų nuomonės yra suderinamos (Riazanova ir Žilinskienė, 2019). Kendall W testas dar vadinamas ekspertų vertinimo testu, nes juo yra nustatomas grupės ekspertų sutarimas.

Konkordancijos koeficientas (W) yra apskaičiuojamas naudojant kelias formules. Pirmiausia apskaičiuojame rangų sumų vidurkį pagal formulę (1):

$$a = 0,5(k + 1), \quad (1)$$

čia: a – rangų sumų vidurkio reikšmė; k – pateiktų alternatyvų skaičius.

Gavus rangų sumų vidurkio (a) reikšmę, sekančiu etapu yra apskaičiuojama nuokrypių nuo rangų sumos vidurkio kvadratų suma pagal formulę (2):

$$S^2 = \sum_{j=1}^k (\sum_{i=1}^m x_{ij} - a)^2, \quad (2)$$

čia: S^2 – kvadrato reikšmė; k – pateiktų alternatyvų skaičius; m – ekspertų skaičius; x_{ij} – i -tojo kintamojo j -tosios eksperto įvertinimo reikšmė; a – rangų sumų vidurkio reikšmė.

Toliau skaičiuojame maksimalią S kvadrato reikšmę pagal formulę (3):

$$S_{\max}^2 = -\frac{m^2(k^2 - k) - m \sum_{i=1}^r Tr}{12}, \quad (3)$$

čia S_{\max}^2 – maksimali kvadrato reikšmė; m – ekspertų skaičius; k – pateiktų alternatyvų skaičius.

Konkordancijos koeficientas, kuris parodo ekspertų nuomonių suderinamumą, apskaičiuojamas naudojant formulę (4):

$$W = -\frac{12S^2}{m^2(k^3 - k) - mT}. \quad (4)$$

Nustačius Kendall konkordancijos koeficientą, galime įvertinti tyrime dalyvavusių ekspertų nuomonės suderinamumą.

4. Tyrimas

Ekspertams buvo pateikta anketa, kurią sudarė du atviri klausimai. Kiekvieno eksperto buvo prašoma nurodyti amžių ir įgytą išsilavinimą. Sekančiais klausimais buvo prašoma išranguoti komunikacijos priemones taikant informacines sistemas nuo dažniausiai iki rečiausiai naudojamos. Tyrime dalyvavusių ekspertų atsakymai pateikiami 5 lentelėje.

5 lentelė. Ekspertų vertinimo charakteristikos (šaltinis: sudaryta remiantis ekspertinio vertinimo rezultatais)

Ekspertas	Amžius	Išsilavinimas	Dažniausiai naudojama komunikacijos priemonė
E1	25	Aukštasis	E-bankininkystė
E2	27	Aukštasis	E-bankininkystė
E3	29	Aukštasis	E-bankininkystė
E4	29	Aukštasis	E-bankininkystė
E5	26	Aukštasis	E-bankininkystė
E6	24	Aukštasis	El. paštas
E7	24	Aukštasis	E-bankininkystė
E8	28	Aukštasis	E-bankininkystė

Tyrime dalyvavusių ekspertų amžius siekia nuo 24 iki 29 metų. Visi ekspertai yra įgyję aukštąjį išsilavinimą. Iš pateiktų duomenų matoma, jog dominuojanti komunikacijos priemonė taikant IT yra e-bankininkystė.

Tolimesniam tyrimui atlikti būtina nustatyti ekspertų nuomonių suderinamumą, todėl skaičiuojamas ekspertų nuomonių suderinamumo Kendall'o konkordancijos koeficientas. Skaičiuojant koeficientą naudojami kiekvieno eksperto ranguojami rodikliai, kurie pateikti 6 lentelėje. Skaičiumi 3 pažymėta dažniausiai naudojama komunikacijos priemonė, skaičiumi 2 pažymėta priemonė naudojama rečiau bei skaičiumi 1 pažymėta rečiausiai naudojama komunikacijos priemonė taikant indromacines technologijas. Apskaičiuotas konkordancijos koeficientas pateiktas 7 lentelėje.

6 lentelė. Ekspertų suranguoti rodikliai (šaltinis: sudaryta remiantis ekspertinio vertinimo rezultatais)

Komunikavimo priemonės	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8
E-bankininkystė	3	3	3	3	3	2	3	3
El-paštas	2	2	2	2	2	3	2	2
Mobilusis telefonas	1	1	1	1	1	1	1	1

Remiantis 6 lentelės duomenimis, galime matyti kaip kiekvienas tyrime dalyvavęs ekspertas surangavo komunikacijos priemones. Dažniausiai naudojama komunikacijos priemonė buvo įvertinta balu 3, mažiausiai naudojama komunikacijos priemonė buvo įvertinta balu 1. Iš 6 lentelėje pateiktų duomenų galime matyti, jog vyraujanti komunikacijos priemonė naudojantis IT yra komunikacija naudojantis el. bankininkystės pagalba.

7 lentelė. Konkordancijos koeficientas (šaltinis: sudaryta remiantis ekspertinio vertinimo rezultatais ir formulėmis)

Rangų sumų vidurkis (a)	S ²	Konkordancijos koeficientas (W)
16	98	0,77

Remiantis 7 lentelės duomenimis matoma, jog apskaičiuoto konkordancijos koeficiento reikšmė yra 0,77. Šią reikšmę tikriname pagal 2 dalyje pateiktą formulę: $0 < 0,77 < 1$. Taigi, galime teigti, kad ekspertų nuomonės yra suderintos.

Atsižvelgus į 6 ir 7 lentelių duomenimis galime daryti išvadą, kad ekspertų dažniausiai naudojama komunikacijos priemonė taikant informacines technologijas yra elektroninė bankininkystė.

Išvados

Klientas – asmuo, kuris gauna paslaugas. Bankų klientai gali būti: įmonės, institucijos, privatūs asmenys. Bankai savo klientus laiko pagrindiniu finansiniu turtu. Yra išsikiriami būtiniausi veiksniai, kurie lemia efektyvų bankų valdymą: mandagumas, teisingumas, greitis. Komunikacija apibūdinama kaip procesas, kurio metu yra keičiamasi informacija ir šio proceso metu didinamas žmonių ar grupių supratimas. Informacinių technologijų sąvoka gali būti apibrėžta kaip mokslas ir veikla, kuri susijusi su kompiuterių ar kitų elektorninių prietaisų įrangos naudojimu informacijai saugoti ir perduoti. Klientai vis daugiau komunikuoja nuotoliniu būdu ir norint tai padaryti efektyviai ir greitai, pasitelkiama informacinių technologijų pagalba. Komunikavimo su klientais priemonės taikant informacines technologijas: žodinė, pasitelkiant elektroninius prietaisus, el.paštas ir laišakai, el.bankininkystė. Išskiriami šių komunikavimo priemonių privalumai ir trūkumai. Privalumai: lengvai pasiekiami reikiama paslauga, greitai ir efektyviai gaunama ir perduodama informacija, lengvai prieinama asmeninė informacija. Trūkumai: sudėtingas kliento identifikavimas, informacijos nutekinimas, asmens duomenų nutekinimas. Tyrime buvo atlikta ekspertų apklausa bei įvertintas jų nuomonių suderinamumas. Tyrime dalyvavusių ekspertų amžius siekia nuo 24 iki 29 metų. Visi ekspertai yra įgyję aukštąjį išsilavinimą. Tyrimo metodinėje dalyje pateiktų formulių pagalba buvo nustatyta konkordancijos koeficiento reikšmė. Gavus koeficiento reikšmę 0,77, įvertinome, jog tyrime dalyvavusių ekspertų nuomonės yra suderintos ir nustatėme, kad dominuojanti komunikacijos priemonė naudojantis informacinių technologijų pagalba yra e-bankininkystė.

Literatūra

- Ahmadi, J., Mesgarianb, M., Bathaeib, M., & Haddadib, P. (2021). The impact of information technology on workforce management. *Journal of Science, Management and Tourism Letter*, 1(6).
- Ahmad, S., Bhatti, S. H., & Hwang, Y. (2020). E-service quality and actual use of e-banking: Explanation through the Technology Acceptance Model. *Information Development*, 36(4), 503–519. <https://doi.org/10.1177/0266666919871611>

- Baabdullah, A. M., Alalwan, A. A., Rana, N. P., Patil, P., & Dwivedi, Y. K. (2019). An integrated model for m-banking adoption in Saudi Arabia. *International Journal of Bank Marketing*, 37(2), 452–478. <https://doi.org/10.1108/IJBM-07-2018-0183>
- Cambridge Dictionary. (n.d.). Communication. In *dictionary.cambridge.org*. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/communication>
- Chaouali, W., & Souiden, N. (2019). The role of cognitive age in explaining mobile banking resistance among elderly people. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50, 342–350. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.07.009>
- Chen, T. H. (2020). Do you know your customer? Bank risk assessment based on machine learning. *Applied Soft Computing*, 86, 105779. <https://doi.org/10.1016/j.asoc.2019.105779>
- Gayathry, S. (2016). Customer relationship management model for banks. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 21(S5), 1.
- Gangopadhyay, P., & Nilakantan, R. (2021). Peer effects and social learning in banks' investments in information technology. *International Review of Economics & Finance*, 75, 456–463. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2021.03.024>
- Giurge, L. M., & Bohns, V. K. (2021). You don't need to answer right away! Receivers overestimate how quickly senders expect responses to non-urgent work emails. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 167, 114–128. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2021.08.002>
- Haldane, A., & McMahon, M. (2018, May). Central bank communications and the general public. *AEA Papers and Proceedings*, 108, 578–583. <https://doi.org/10.1257/pandp.20181082>
- Hanif, Y., & Lallie, H. S. (2021). Security factors on the intention to use mobile banking applications in the UK older generation (55+). A mixed-method study using modified UTAUT and MTAM – with perceived cyber security, risk, and trust. *Technology in Society*, 67, 101693. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101693>
- Jensen, F. (2020). Is the service desk the weakest link in IT security? *Computer Fraud & Security*, 12, 15–17. [https://doi.org/10.1016/s1361-3723\(20\)30129-9](https://doi.org/10.1016/s1361-3723(20)30129-9)
- Kazakevičiūtė, G. ir Budrionytė, R. (2019). Bankroto prognozavimo modeliai Europos bankų sektoriui. *Buhalterinės apskaitos teorija ir praktika*, (19), 3–3. <https://doi.org/10.15388/Batp.2019.3>
- Kim, J. H. (2017). A review of cyber-physical system research relevant to the emerging IT trends: industry 4.0, IoT, big data, and cloud computing. *Journal of Industrial Integration and Management*, 2(03), 1750011. <https://doi.org/10.1142/S2424862217500117>
- Li, F., Lu, H., Hou, M., Cui, K., & Darbandi, M. (2021). Customer satisfaction with bank services: The role of cloud services, security, e-learning and service quality. *Technology in Society*, 64, 101487. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101487>
- Malaquias, R. F., & Hwang, Y. (2019). Mobile banking use: A comparative study with Brazilian and U.S. participants. *International Journal of Information Management*, 44, 132–140. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.10.004>
- Palaniappan, S., Mustapha, A., Foozy, C. F. M., & Atan, R. (2017). Customer profiling using classification approach for bank telemarketing. *International Journal on Informatics Visualization*, 1(4–2), 214–217. <https://doi.org/10.30630/joiv.1.4-2.68>
- Peng, Y., & Li, J. (2021). The effect of customer education on service innovation satisfaction: The mediating role of customer participation. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 326–334. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.12.014>
- Riazanova, V. ir Žilinskienė, I. (2019). Transportavimo plėtros ekspertinis vertinimas: atvejo analizė. Iš *Visuomenės saugumas ir viešoji tvarka* (pp. 88–98). Mykolo Romerio universitetas.
- Ruler, B. (2018). Communication theory. In *The International Encyclopedia of Strategic Communication* (pp. 1–7). John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9781119010722.iesc0087>
- Tungjitnob, S., Pasupa, K., & Suntisrivaraporn, B. (2021). Identifying SME customers from click feedback on mobile banking apps: Supervised and semi-supervised approaches. *Heliyon*, 7(8), e07761. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07761>
- Vveinhardt, J., & Gulbovaitė, E. (2016). Expert evaluation of diagnostic instrument for personal and organizational value congruence. *Journal of Business Ethics*, 136, 481–501. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2527-7>
- Zhang, T., Lu, C., & Kizildag, M. (2018). Banking “on-the-go”: examining consumers' adoption of mobile banking services. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 10(3), 279–295. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-07-2017-0067>

ANALYSIS OF BANKS COMMUNICATION WITH CLIENTS USING INFORMATION TECHNOLOGIES IN LITHUANIAN CASES

Danielė KURLENSKAITĖ, Giedrė LAPINSKIENĖ

Abstract. In order to retain existing and attract new customers, banks highlight smooth and fast communication as their biggest advantage for their customers. To achieve this goal, banks use information technology. Given the current state of affairs, the risky epidemiological situation has led to an increase in customers' need for remote care, which has been particularly affected by the spread of the Covid-19 virus. Therefore, the aim of this article is to darken and organize the means of communication used in the Lithuanian banking sector. The main means of communication in the application of IT in the Lithuanian banking sector were singled out and a questionnaire was drawn up and an expert survey was conducted in order to find out which means of communication are most often used by experts. The consistency of the experts' opinions was also calculated from the obtained experimental domains and the formulas presented in the article by calculating the concordance coefficient of Kendall W.

Keywords: communication, means of communication, information technologies, Lithuanian banking sectors.