УДК 366.65

РЕЗУЛЬТАТЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ДИСТАНЦИОННЫХ БАНКОВСКИХ УСЛУГ

Т.В. Гомон, *2 курс*
Научный руководитель – ***Л.П. Володько,*** *к.э.н., доцент*
Полесский государственный университет

Последнее время неотъемлемым фактором развития любого общества является внедрение различных инноваций, что отражается и в банковском секторе. Всё больше появляется необходимость в ускоренной передаче информации, а так же в увеличении качества обслуживания, т.к. увеличиваются потребности общества, растёт количество потребляемых операций. Это является предпосылкой постоянного развития банковского сектора. Дистанционное банковское обслуживание является одним из наиболее перспективных направлений развития в банковской сфере. Дистанционное банковское обслуживание (ДБО)— это предоставление возможности клиентам совершать банковские операции, не приходя в банк, с использованием различных каналов телекоммуникации [1, с. 5]. При увеличении количества дистанционных банковских услуг увеличивается необходимость оценки качества такого обслуживания. Для того, чтобы оценить качество дистанционных услуг используется большое количество различных методик. Одной из самых распространённых является методика оценки качества «SERVQUAL». Рассмотрим эту методику детально. Методика «SERVQUAL» выражается формулой:

$$SQi = \sum_{j=1}^{k} Wj(Pj - Ej),$$

ПолесГУ

где SQ*i* – воспринимаемое качество стимула *i*; *k* – количество анализируемых атрибутов; W*j* – весовой фактор атрибута; P*ij* – созданное восприятие стимула i по отношению к атрибуту *j*; E*ij* – ожидаемый уровень для атрибута j, который является нормативом стимула *i* [2].

Предлагаемая методика оценки качества услуг состоит из 9 этапов, включая методику «SERVQUAL»:

1. *Изучение банковских услуг и их характеристик.*

2. *Разработка модели критериев качества банковских услуг.* На этом этапе определяется по каким критериям и подкритериям (ели они определены) будет происходить оценка качества выбранных банковских услуг. Представленная модель состоит из 5 критериев и 22 подкритерия, которые в полной мере отражают качество услуг:

a) *материальность (М)*: банк имеет современные оргтехнику и оборудование, помещение банка в отличном состоянии, работники банка имеют приятную наружность и опрятны, внешний вид информационных материалов банка;

b) *надёжность (Н)*: банк выполняет свои обещания оказать услугу к назначенному времени, если у клиентов случаются проблемы, то банк искренне пытается их решить, у банка надёжная репутация, банк предоставляет услуги аккуратно и в срок, банк избегает ошибок и неточностей в своих операциях;

c) *отзывчивость (О)*: сотрудники банка дисциплинированны, сотрудники банка оказывают услуги быстро и оперативно, сотрудники банка всегда помогают клиентам решить их проблемы, сотрудники банка быстро реагируют на просьбы клиентов;

d) *убежденность (У)*: между клиентами и сотрудниками банка существует атмосфера доверия и взаимопонимания, в отношениях с банком клиенты чувствуют себя безопасно, сотрудники банка вежливы с клиентами, руководство банка оказывает всяческую поддержку сотрудникам для эффективного обслуживания клиентов;

e) *сочувствие (С)*: к клиентам в банке применяется индивидуальный подход, сотрудники банка принимают личное участие в решении проблем клиентов, сотрудники банка знают потребности своих клиентов, сотрудники банка ориентируются на проблемы клиентов, время работы банка удобно для всех клиентов. Каждый критерий может характеризоваться определенным набором подкритериев.

3. *Выбор экспертов и их формирование в группы.* Количество экспертов должно быть достаточным для объективной оценки услуг. Следует понимать, что слишком большое количество экспертов может привести к несогласованности данных.

4. *Организация и проведение опроса групп экспертов.* Всем экспертам предоставляется подготовленная анкета, в которой они два раза оценивают подкритерии по 5–ти бальной шкале, с точки зрения восприятия и ожидания.

5. *Изучение и обработка мнений всех экспертов.* Для проведения обработки мнений необходимо от оценки с точки зрения восприятия отнять оценку ожидания. Если в результате получится ноль, то это означает, что уровень восприятия и ожидания совпадает. Положительное значение говорит о том, что восприятие качества выше уровня ожидания, а отрицательное значение указывает на то, что уровень ожидания превышает уровень восприятия. Успешным результатом считается положительный и нулевое значение. Удовлетворительным считают отрицательный коэффициент качества, максимально приближенный к нулевому значению, а неудовлетворительным – коэффициент качества, отдалённый от нулевого значения.

6. *Расчёт коэффициентов качества критериев, используя подкритерии разработанной модели по данным одного эксперта.*

7. *Расчёт коэффициентов качества критериев, используя подкритерии разработанной модели по данным группы экспертов (группа не менее 7 экспертов).*

8. *Расчёт глобального коэффициента качества* **(Q_G).**

9. *Анализ и интерпретация полученных результатов.*

По предложенной методике была произведена оценка 3–х банковских услуг, которые предоставляются филиалом АСБ ОАО «Беларусбанк» (таблица 1).

ПолесГУ

Таблица – Коэффициенты качества дистанционных банковских услуг

Наименование критерия	Пластиковые карты			Банкомат			Инфокиоск		
	Значение качества		Коэффициент качества, Q	Значение качества		Коэффициент качества, Q	Значение качества		Коэффициент качества, Q
	Ожидание	Восприятие		Ожидание	Восприятие		Ожидание	Восприятие	
М	4,54	4,32	–0,21	4,50	4,64	0,14	4,32	4,46	0,14
Н	4,37	4,23	–0,14	4,40	4,54	0,14	4,09	4,11	0,03
О	4,46	4,25	–0,21	4,29	4,54	0,25	4,00	3,96	–0,04
У	4,25	4,25	0,00	4,14	4,57	0,43	4,18	3,68	–0,50
С	4,37	4,54	0,17	4,37	4,29	–0,09	4,06	4,20	0,14
Q_G	4,40	4,32	–0,08	4,34	4,52	0,18	4,13	4,08	–0,04

По результатам анализа таблицы 1 можно сказать, что банкомат является самой качественной услугой (0,18), а самое низкое качество имеют «пластиковые карты» (–0,08). Более детальный анализ низкого качества услуги «пластиковые карты» говорит о том, что в большей степени повлияли на качество услуги критерии материальность и отзывчивость (–0,21). Значительное влияние на отрицательность критерия отзывчивость оказал подкритерий « сотрудники банка дисциплинированны» с Q=0,71.

Список использованных источников

1. Горчакова М.Е. Дистанционное банковское обслуживание: учеб. пособие.– Иркутск: Изд–во БГУЭП, 2009. – 65 с.

2. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru/read/m1/005.htm Дата доступа: 28.02.2016

ПолесГУ