

ОЦЕНКА УРОВНЯ КАЧЕСТВА ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

*П.С. Калмыкова, В.А. Мазякова, 2 курс
Научный руководитель – Л.П. Володько, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет*

Белорусские банки предлагают довольно широкий спектр услуг своим клиентам. Но сегодня на достаточно насыщенном рынке банковских услуг именно качество обслуживания предопределяет успех конкурентной борьбы [1].

За последние двадцать лет уровень технического прогресса и информационных технологий достиг небывалых высот. Одним из наиболее перспективных направлений развития банковского сектора в современных условиях является развитие такой сферы деятельности как дистанционное банковское обслуживание. Дистанционное банковское обслуживание (ДБО) — общий термин для технологий предоставления банковских услуг на основании распоряжений, передаваемых клиентом удаленным образом (то есть без его визита в банк), чаще всего с использованием компьютерных и телефонных сетей [3].

К дистанционным банковским услугам в Республике Беларусь относятся: Интернет–банкинг, SMS–банкинг, Мобильный банкинг, Клиент–банк, Инфокиоск, Пластиковые карты, Автооплата, ТВ–банкинг, Call–центр, On–line заявка на кредит и другие.

Широко используемая на Западе (а в последнее время и в Беларуси) методика SERVQUAL (от service quality — качество услуг) базируется на усредненном мнении клиента. Методика «SERVQUAL» представляется следующей формулой:

$$SQ = \sum_{j=1}^k W_j(P_j - E_j)$$

В этой формуле SQ – оценка товара, услуги, компании; k – количество анализируемых атрибутов; j – оцениваемый атрибут, например цена, качество продукции и т.п. W_j – весовой фактор атрибута; P_j – воспринимаемая оценка товара, услуги по одному из атрибутов j ; E_j – ожидаемый уровень для атрибута j .

Оценка качества, усредненная по множеству клиентов, столь же информативна, как и “средняя температура по больнице”. Нельзя воспринимать также как достоверную и оценку, данную отдельным клиентом. Объективной не назовешь и оценку качества услуги, данную специалистами банка, поскольку требования клиентов в формулировках лиц, предоставляющих услуги, и самих клиентов часто не совпадают. Тем не менее указанные оценки несут в себе объективное начало, поскольку являются составными частями оценки качества услуги.

Суть методики заключается в следующем. Экспертам выдают анкету с указанием необходимого количества критериев качества услуги. Эксперт должен по 5–балльной или 7–балльной шкале оценить ожидаемое качество каждого из показателей качества услуги. Далее эксперт по такой же шкале оценок должен оценить воспринимаемое качество каждого критерия оцениваемой услуги. Затем оценку воспринимаемого качества необходимо отнять от оценки ожидаемого. Если результат будет нулевым, то это означает, что уровень ожидания и восприятия совпадает. Отрицательное значение указывает на то, что уровень ожидания превышает уровень восприятия. Положительное значение указывает на то, что восприятие качества выше уровня ожидания. Успешным результатом считается положительный и нулевое значение. Удовлетворительным считают отрицательный коэффициент качества, максимально приближенный к нулевому значению, а неудовлетворительным – коэффициент качества, отдаленный от нулевого значения.

Давайте вспомним постулат “клиент — всегда прав”. Но верен он только не при оценке качества банковской услуги, которая определяется особенностями самого “оценщика”: тип клиента, специфика деятельности, возраст физического лица и даже его пол. Мужчины, оказывается, более требовательны к качеству услуг (таблица 1)

Таблица 1 – Степень удовлетворения клиентов качеством услуг обслуживающего банка

Степень удовлетворенности клиентов качеством услуг обслуживающего их банка, в процентах			
Вопрос: удовлетворяет ли Вас качество услуг обслуживающего банка?	Женщины	Мужчины	Всего клиентов
Удовлетворяет	75,6	54,8	72,4
Не всегда	1,2	3,3	1,5
Не удовлетворяет	23,2	41,9	26,1
Итого	100,0	100,0	100,0

Методика «SERVQUAL» представляет собой один из этапов предлагаемой методики оценки качества банковской услуги. Для комплексной оценки качества предлагается нижеописанная методика [3].

1. Разработка модели критериев качества услуг. Модель представляет собой 5 критериев и 22 подкритерия: 1-й – материальность (М): банк имеет современную оргтехнику и оборудование, помещение банка в отличном состоянии, работники банка имеют приятную наружность и опрятны, внешний вид информационных материалов банка; 2-й критерий – 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; 3-й критерий – отзывчивость (О): сотрудники банка дисциплинированы, сотрудники банка оказывают услуги быстро и оперативно, сотрудники банка всегда помогают клиентам решить их проблемы, сотрудники банка быстро реагируют на просьбы клиентов; 4-й критерий – убежденность (У): между клиентами и сотрудниками банка существует атмосфера доверия и взаимопонимания, в отношении с банком клиенты чувствуют себя безопасно, сотрудники банка вежливы с клиентами, руководство банка оказывает всяческую поддержку сотрудникам для эффективного обслуживания клиентов; 5-й критерий – 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.

2. Подбор и формирование групп экспертов.

3. Проведение опроса экспертов. Для каждого эксперта предлагается анкета с правилами её заполнения. Если он полностью согласен с качеством услуги по данному подкритерию, то это соответствует оценке 5, а если не согласен, то – оценке 1. Оценки 4, 3, 2 являются промежуточными и определяют степень приближения к лучшей оценке или худшей.

4. Обработка мнений экспертов. С результатами анкетного опроса экспертов производится предварительная обработка: от оценки восприятия вычитается оценка ожидания.

5. Расчёт коэффициентов качества подкритериев, критериев и глобального коэффициента качества (Q_G).

6. Расчёт коэффициента конкордации W (степени согласованности экспертов).

7. Расчёт критерия Пирсона (X^2).

Используя предложенную методику, производится оценка качества 3-х банковских услуг на примере одного из филиалов АСБ ОАО «Беларусбанк» (таблица 2).

Таблица 2 – Коэффициенты качества дистанционных банковских услуг ОАО «Беларусбанк»

№ эксперта	Интернет–банкинг			SMS–банкинг			Инфокиоск		
	Значение качества		Коэффициент качества	Значение качества		Коэффициент качества	Значение качества		Коэффициент качества
	Ожидание	Восприятие		Ожидание	Восприятие		Ожидание	Восприятие	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	5,00	3,73	–1,27	4,86	3,95	–0,91	4,36	3,77	–0,59
2	4,09	5,00	0,91	4,09	5,23	1,14	3,73	4,82	1,09
3	5,00	4,91	–0,09	4,77	4,50	–0,27	4,41	4,00	–0,41
4	4,27	4,50	0,23	4,77	4,32	–0,45	4,23	5,00	0,77
5	4,91	4,05	–0,86	4,86	3,95	–0,91	5,00	4,68	–0,32
6	5,00	4,23	–0,77	5,00	4,64	–0,36	4,55	3,82	–0,73
7	4,14	3,41	–0,73	4,77	4,05	–0,73	4,55	4,32	–0,23
8	4,09	4,14	0,05	4,32	3,86	–0,45	4,14	3,82	–0,32
9	4,41	4,41	0,00	4,64	4,64	0,00	4,27	4,27	0,00
10	3,59	2,95	–0,64	3,45	4,32	0,86	3,59	3,64	0,05
Q_G	4,45	4,13	–0,32	4,55	4,35	–0,20	4,28	4,21	–0,07
W	0,28	0,37	–	0,51	0,47	–	0,48	0,37	–
χ^2	57,81	76,95	–	107,94	98,50	–	101,76	77,78	–

Из таблицы 2 видно, что наиболее качественной услугой является «Инфокиоск» (коэф. качества равен –0,07), а менее качественной – «Интернет–банкинг» (коэф. качества – –0,32).

Вышеизложенная методика SERVQUAL имеет существенный потенциал для измерения качества банковских услуг.

Список использованных источников

1. Дистанционное банковское обслуживание (ДБО) [Электронный ресурс]: мультиязычная интернет–энциклопедия – режим доступа к журн: [https://ru.wikipedia.org/wiki/ Дистанц. банковское обслуживание](https://ru.wikipedia.org/wiki/Дистанц._банковское_обслуживание), дата доступа: 15.03.2019.

2. Володько Л.П. Оценка качества банковских информационных технологий и услуг в условиях неопределенности // Аудит и финансовый анализ. – 2010. – № 3. – С. 218– 230.