

**К.е.н., Завадська Д.В.**

*Одеський національний економічний університет, Україна*

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ В БАНКАХ УКРАЇНИ**

Якість банківських продуктів у конкурентній банківській системі є основою для розвитку кожного окремого банку та його ефективній співпраці з контрагентами. Якість банківських послуг суттєво залежить від процесу порівняння клієнтом своїх очікувань до споживання послуги з безпосереднім сприйняттям якості під час, і після її споживання. Сприйняття якості банківських послуг клієнтом під час її споживання, безпосередньо, в процесі обслуговування, відбувається за двома аспектами: технологічному (що клієнт отримує від банківської послуги) та функціональному (як клієнт отримує банківську послугу).

За результатами досліджень клієнти оцінюють рівень банківського сервісу комплексно, а саме за: *якістю банківського продукту; рівнем обслуговування* – уважність до клієнта, культура обслуговування, зовнішній вигляд персоналу тощо; *ергономічним сприйняттям* – інтер'єр відділів обслуговування, зручність розташування клієнтів тощо [1, с. 115-117].

За даними 4Service Ukraine, сервіс української банківської системи потребує серйозних покращень щодо інтер'єру приміщень відділень – незручність розташування столів, крісел, неякісне освітлення, тощо відмітили 20% клієнтів, проте 84% споживачів вважають персонал банків ввічливим та дружжелюбним (рис. 1).

До основних критеріїв якості продуктів банку відносять: економічну вигідність, гарантованість здійснення та повнота виконання, багатоваріантність форм, доступність, комплексність, дотримання банківської таємниці.

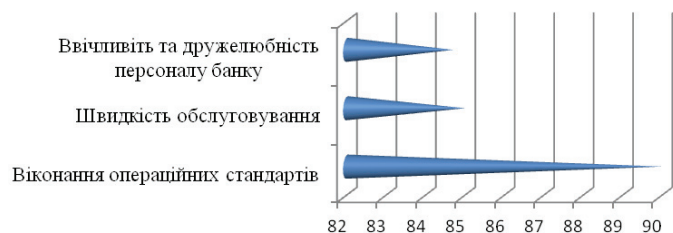


Рис. 1. Рівень сервісу української банківської системи станом на 26.09.2014 р. [2]

Разом з тим якість продукту має враховувати такі суттєві моменти, як: чіткість визначеного часу обслуговування кожного клієнта та інформаційно-технологічне забезпечення банку – можливості банку забезпечити повне збереження та конфідційність інформації – гарантування інформаційної безпеки [4].

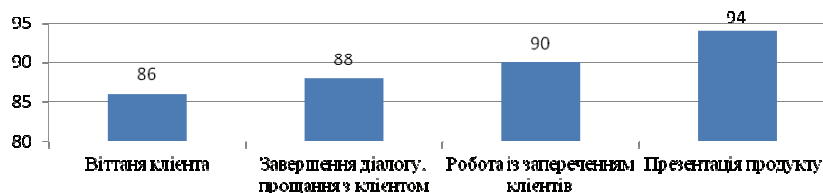


Рис. 2 Суб'єктивна оцінка клієнтів банку щодо якості обслуговування в українських банках станом на 26.09.2014 р. [3]

Укргазбанк, перший з українських банків, 14.06.2014 року отримав міжнародний сертифікат на відповідність СУІБ (систем управління інформаційної безпеки) стандарту ISO/IEC 27001:2005 [5].

На рис. 3 представлені результати оцінки клієнтів щодо рівня якості обслуговування найбільших банків України (%). Згідно народного рейтингу, банк Хрещатик посів перше місце щодо якості надання послуг, зокрема швидкості обслуговування, цінової політики та компетентності працівників, незважаючи на невизначений зовнішній вигляд відділень. Тому, цей банк був обраний нами для подальшого дослідження за допомогою методики «SERVQUAL» в м. Одеса.

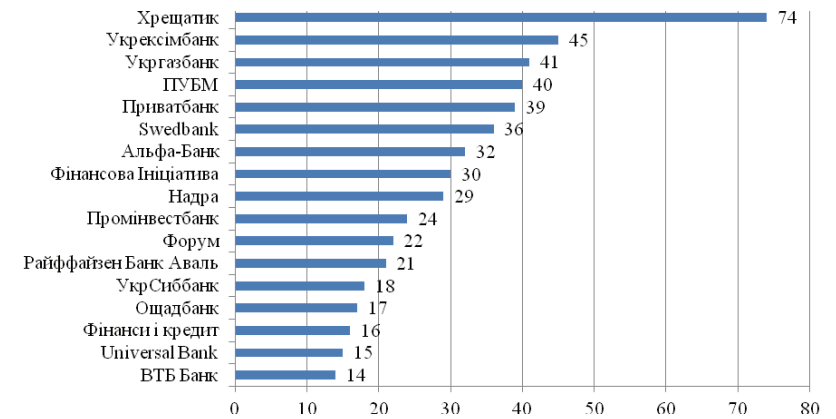


Рис. 3. Об'єктивна оцінка якості обслуговування клієнта найбільшими банками України станом на 20.10.2014 року [6]

За результатами дослідження було виявлено, що очікування клієнтів банку відносно якості банківських продуктів перевищує їх сприйняття за всіма складовими якості банківського продукту (табл. 2).

Таблиця 2.

Результати дослідження якості обслуговування банку Хрещатик в м. Одеса

№	Критерій якості	Рейтинг сприйняття	Рейтинг очікування	Коефіцієнт якості
1.	Компетентність персоналу банку	4,1	4,5	-0,40
2.	Надійність банку	3,8	4,5	-0,70
3.	Доступність банку	4	4,74	-0,74
4.	Гнучкість банку	4,5	4,52	-0,02
5.	Довіра	4,7	4	-0,07
6.	Безпечність	3,5	4,2	-0,70
7.	Загальний коефіцієнт якості	4,1	4,41	-0,31

Найвищий коефіцієнт якості був отриман за складовою банківського продукту «компетентність персоналу банку» і дорівнює -0,40, а найнижчий за складовою «доступність банку» – (-0,74). Загальний коефіцієнт якості становить -0,31, що можна оцінити як добрий результат.

Результати проведеного в роботі дослідження дозволяють нам зробити наступні висновки, що на сьогоднішній день для клієнтів будь-якого банку важливе

як ставлення працівників банку до них – зустріч та обслуговування, так і здатність персоналу банку працювати із запереченнями, рекламаціями, гнучкість у формуванні комерційної пропозиції, створенні зручних умов щодо здійснення покупки. Тому в подальшому успіх отримають ті банківські установи, які будуть не тільки розширювати спектр продуктів і послуг, але й підвищувати якість процесу їх надання шляхом впровадження інформаційних та маркетингових технологій, що дозволяють ідентифікувати клієнта й відповідати змінам його запитів в режимі реального часу.

Література:

1. Дубовик О.В., Бойко С.М., Вознюк А.М., Гірченко І.Д. Маркетинг у банку: Навч. посібник. – Львів: ЛБІ НБУ, 2006. – 342 с.
2. Более 20% клиентов не удовлетворяет интерьер банков Украины. – [Електронний ресурс]. – Доступ у режимі: [//http://4servicegroup.com/ua/news/307/](http://4servicegroup.com/ua/news/307/)
3. Благодаря тайным покупателям в банках Украины стали приветствовать клиентов на 8% чаще. – [Електронний ресурс]. – Доступ у режимі: <http://4servicegroup.com/ua/news/303/>
4. Информационная безопасность банка: внедряем СУИБ [Електронний ресурс]. – Доступ у режимі: [//http://www.pcweek.ua/themes/detail.php?ID=143800](http://www.pcweek.ua/themes/detail.php?ID=143800)
5. Офіційний сайт Укргазбанку. Новини. – [Електронний ресурс]. – Доступ у режимі: <http://www.ukrgasbank.com/rus/press/news/2014/05/16/309889/>
6. BANKINFO. Банки Украины. Рейтинг банков. – [Електронний ресурс]. – Доступ у режимі: <http://www.bankinfo.com.ua/banks/ratings/?min=40>