

УДК 336.71

***ОСНОВНЫЕ КАЧЕСТВЕННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ
БАНКОВСКИХ УСЛУГ***

Тимкина Т.А.

Мл. научный сотрудник кафедры экономики

Ст. преподаватель кафедры экономики

ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет»

Киров, Россия

Аннотация

Весь механизм оценки коммерческого банка на основе качественных показателей строится на основе анкетирования и включает два блока: оценка дистанционных банковских услуг и оценка неценовых показателей. Проанализировав ответы респондентов, на основе факторного анализа были выявлены основные неценовые показатели. На основе анкетирования по дистанционным банковским услугам было определено современное состояние банковского обслуживания.

Ключевые слова: банк, банковская деятельность, интернет услуги, конкурентоспособность, критерии оценки, методика оценки, региональные банки, рейтинг, территория, уровень развития, цифровые технологии, экономическое положение.

***THE MAIN QUALITATIVE INDICATORS OF THE ASSESSMENT OF
BANKING SERVICES***

Timkina T. A.

Jr. Researcher of the Department of Economics

Senior Lecturer of the Department of Economics

Vyatka State University

Kirov, Russia

Abstract:

The whole mechanism of evaluation of a commercial bank based on qualitative indicators is based on a questionnaire and includes two blocks: evaluation of remote banking services and evaluation of non-price indicators. After analyzing the respondents' answers, the main non-price indicators were identified on the basis of factor analysis. On the basis of a questionnaire on remote banking services, the current state of banking services was determined.

Keywords: bank, banking, Internet services, competitiveness, evaluation criteria, evaluation methodology, regional banks, rating, territory, level of development, digital technologies, economic situation.

Рост конкурентоспособности в банковской отрасли, ужесточения борьбы за каждого клиента, вынуждает искать преимущества, одним из них можно считать дистанционное обслуживание (ДБО). Для того чтобы соответствовать современным тенденциям, необходимо применять дистанционное обслуживание, которое не всегда способно удовлетворить потребителя. Основным критерием, является доступность и удобство использования. Соответственно необходима корректировка на основе мнения самих клиентов. Главная цель со стороны банка – это обеспечить безопасность. Дистанционное обслуживание в настоящее время являются перспективным направлением для привлечения новых клиентов, наличие у банка данной услуги дает ему большое преимущество, рост конкурентоспособности и как следствие увеличение прибыли [1].

Для того чтобы определить специфику развития дистанционных услуг в конкретном регионе, необходимо провести опрос населения, с целью выявления основных тенденций.

Для того, чтобы узнать какими банковскими дистанционными услугами пользуются жители региона, был проведен опрос. Было опрошено 100 человек, возраст которых от 21 года до 70 лет. Среди опрошенных 32 %

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

составили жители региона возраста от 21 года до 30 лет, 28 % - жители возраста 31 – 45 лет, так как именно данная группа населения является основным потребителем дистанционных банковских услуг.

Также опрос показал, что 70 % опрошенных пользуются дистанционными услугами банков. Это говорит о том, что данные услуги очень пользуются спросом среди населения, что говорит о необходимости развития дистанционного сервиса среди банков. Услуги, оказываемые дистанционно имеют ряд неоспоримых преимуществ, таких как удобство взаимодействия и минимизация издержек, поэтому банки должны быть заинтересованы в развитии данной сферы в связи с нарастающей конкуренцией [2].

Обслуживание с использованием банкоматов выбрали 54 % опрошенных. Данный факт свидетельствует о том, что банкоматы являются одной из доступных технологий банковского обслуживания. Также необходимо обратить внимание на клиентообразующий продукт. Дистанционные продукты эффективны тогда, когда спрос на него соразмерен или даже превышает спрос на наличные деньги. Поэтому следующий вопрос был направлен на определение наиболее популярных банковских услуг, которыми пользуются жители региона.

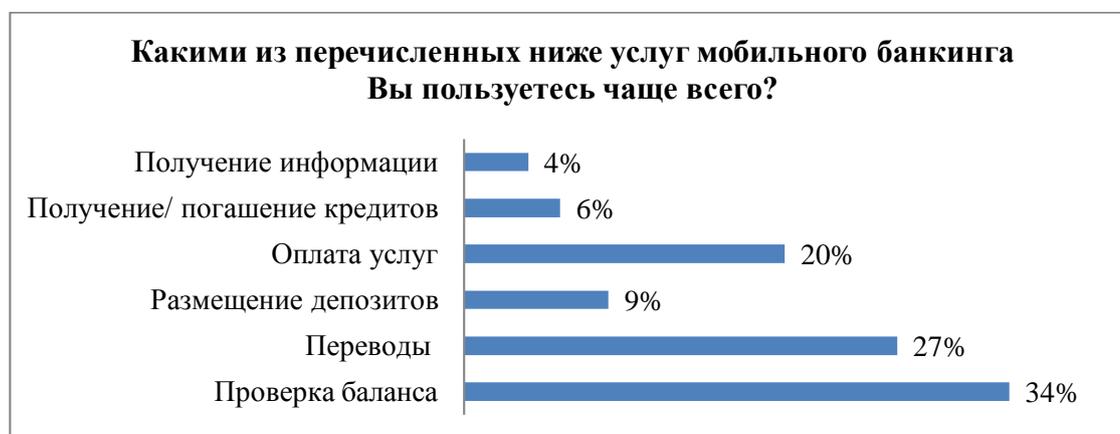
На рисунке 1 представлены данные о том, какие дистанционные услуги наиболее популярны среди населения при использовании услуг интернет-банкинга. Согласно проведенному опросу, наиболее популярная услуга интернет-банкинга – это получение информации, выписок по счетам, данной услугой чаще всего пользуется 41 % респондентов. Проверка информации по банковским продуктам, таких как депозиты, кредиты и так далее, а также использование личного кабинета для управления услугами достаточно популярны среди респондентов данного опроса (27 % и 22 % опрошенных соответственно пользуются данными услугами).



Составлено автором

Рисунок 1 – Использование услуг интернет-банкинга

При использовании мобильного банкинга наиболее популярной услугой является проверка баланса и последних операций, которой чаще всего пользуется 34 % опрошенных, переводы средств между своими счетами, другим людям или с карты на карту также является одной из популярных услуг, которой пользуется 27 % респондентов. Оплата различных услуг, таких как мобильная связь, оплата услуг ЖКХ, оплата штрафов также пользуется спросом среди населения, так как такие сервисы очень удобны тем, что экономят время людей, этими услугами можно воспользоваться с любого телекоммуникационного устройства в любое время суток.



Составлено автором

Рисунок 2 – Использование услуг мобильного банкинга

Следующий вопрос об использовании услуг банковских банкоматов (рисунок 3). Опрос показал, что большинство респондентов (47 %) чаще всего пользуются услугами банкоматов с целью выдачи средств со счета, либо внесения на него денежных средств. Также 23 % опрошенных производят оплату различных услуг с помощью банкоматов.



Составлено автором

Рисунок 3 – Использование услуг с помощью банкоматов

Так как ДБО имеет неоспоримые преимущества, так имеет минимальные издержки и большой охват клиентов, необходимо выделить главные преимущества, которые играют важную роль при выборе дистанционных услуг и, конечно же, банка, который данные услуги предоставляет.



Составлено автором

Рисунок 4 - Ранжирование значимости показателей ДБУ

Таким образом, был проведен опрос населения Кировской области, в котором приняли участие 100 респондентов. По результатам опроса, можно сказать, что наиболее популярной технологией, предоставляющие дистанционные банковские услуги является мобильный банкинг. Получение выписок по счетам является наиболее популярными среди услуг, предоставляемых интернет-банкингом [3].

На основании анкетирования был проанализирован рынок банковских услуг, изучение мнения населения о целях использования дистанционных услуг, их полноценности и выявление основных показателей для выбора или отказа от какого-либо коммерческого банка. Факторный анализ результатов опроса по неценовым параметрам позволил выявить три основных блока, которые, по мнению респондентов, являются решающими. Тем самым удалось определить шесть основных качественных показателей, способных оценить коммерческий банк в современных условиях.

Главная цель любого коммерческого предприятия – максимизация прибыли. Для банков ДБО, является «ключом» к увеличению количества клиентов, а тем самым и прибыли [4]. За счет того, что издержки при дистанционном обслуживании намного меньше, чем при непосредственном присутствии. А для того, чтобы исправить недочеты существующего интерфейса, все также необходимо воспользоваться разработанными параметрами. Стоит отметить, что рост эффективности деятельности при одновременном повышении удовлетворенности клиентов качеством оказываемых им банковских услуг – это и есть главные факторы успеха современной банковской системы.

Библиографический список:

1. Бельтюкова Т.В., Савельева Н.К. Систематизация понятия «Дистанционная банковская услуга» // Вектор экономики. - 2017. - №10(16). - С.49. URL:

http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2017/10/economic_theory/Belyukova_Saveleva.pdf

2. Дувалова Э.П. Интернет технологии в банковском бизнесе // Вестник экономики, права и социологии. - 2014. - № 2. - С. 20-23.

3. Резник И.А. Российский опыт предоставления дистанционных банковских услуг (на примере Оренбургской области) // Финансовая аналитика: проблемы и решения. - 2015. - № 24 (258). - С.26-35.

4. Юсупова О.А. Развитие и место дистанционного банковского обслуживания в банковской конкурентной среде // Финансовая аналитика: проблемы и решения. - 2016. - № 33 (315). - С. 37-51.

Оригинальность 76%