

მომსახურების ხარისხის არსებული მდგომარეობის შეფასება საქართველოს ბანკებში

თამარ მოხევიშვილი

სტუ დოქტორანტი

tamuna.mokhevishvili1@gmail.com

გიორგი ცაავა

სტუ პროფესორი

tsaavagiorgi11@gtu.ge

DOI:10.36962/ECS106/1-2/2024-29

რეზიუმე

3 პოზიციიდან განხილულია „აღფა“ და „ბეტა“ ბანკების მიერ კლიენტებისთვის გაწეული მომსახურების ხარისხი მისი შემადგენელი ცალკეული კომპონენტების მიხედვით.

როგორც წესი, ბანკის მომსახურებას შეისწავლის და აფასებს თვითონ ბანკის ხელმძღვანელობა, თანამშრომლები და კლიენტები. თითოეულ მათგანს შეფასების თავისი კრიტერიუმები აქვს. ამ მიზეზით მიღებული შედეგების შეჯერება და შეფასება ძალზედ რთულია, ხშირად შეუძლებელიც კი. ეს განსაკუთრებით ეხება თვით ბანკის კრიტერიუმებს.

სტატიაში მეცნიერ ლიკერტის 7-ბალიანი სკალით შეფასებულია საქართველოს ორი ბანკის - „აღფა“ და „ბეტა“ ბანკების მომსახურების ხარისხი კლიენტების და თანამშრომლების პოზიციებიდან. გაანგარიშება ჩატარებულია ხარისხის ცალკეული კომპონენტებისათვის ბალების(-ქულების) მინიჭების, და, შემდეგ მათ საფუძველზე კმაყოფილების ინტეგრალური ინდექსის გამოთვლით. კვლევაში ჩართული ბანკების მიერ კლიენტების მომსახურების ხარისხი შეფასებულია საშუალო დონედ. დარღვევები არსებობს ორივე ბანკში, თუმცა, ბეტა-ბანკის მომსახურების ხარისხი სწობნის აღფა-ბანკის მომსახურებას.

საკვანძო სიტყვები: მომსახურების ხარისხი; კომერციული ბანკი; პერსონალი; კლიენტები; კმაყოფილება; კმაყოფილების ინტეგრალური ინდექსი.

შესავალი

ცნობილია, რომ თავისუფალი კონკურენციის პირობებში ბაზარზე კონკურენტული უპირატესობის ძირითადი განმსაზღვრელია პროდუქციის (მომსახურების) ხარისხი და ფასი. ასეა ეს მაღალგანვითარებულ ქვეყნებში. სამწუხაროა, მაგრამ ფაქტია, რომ საქართველოსნაირ დაბალგანვითარებულ ქვეყნებში, მომხმარებელი, განურჩევლად იმისა, თუ რა მომსახურებას, ან რა პროდუქტს ყიდულობს, ყველა შემთხვევაში, ჯერ ფასს კითხულობს, ხოლო შემდეგ ხარისხს (Todua N., Apil A., Kaynak E. 2008). ასე ხდება საქართველოს საბანკო სფეროშიც.

ზემოთნათქვამის მიუხედავად, ევროკავშირი-საქართველოს ასოცირების შეთანხმებით ხარისხის მონესრიგების სფეროში საქართველოს მთელი რიგი ვალდებულებები აქვს აღებული, რომელთა შესრულებამ ყველა სფერო და მათ შორის საბანკო სფერო უნდა დაახლოვოს ევროპულ სტანდარტებთან (საქართველო- ევროკავშირის ასოცირების შესახებ შეთანხმების გზამკვლევი. თბ.2014). წინამდებარე სტატიაში ჩვენს მიერ საქართველოს ორ კომერციულ ბანკში ჩატარებულ კვლევის მიზანს სწორედ მათ მიერ განხორციელებული საბანკო მომსახურების ხარისხის დონის განსაზღვრა შეადგენდა.

ქირითადი ტექსტი

ვიდრე უშუალოდ ჩვენს მიერ ჩატარებული კვლევის შედეგებს წარმოვადგენდეთ, თავს უფლებას ვაძლევთ, წარმოვადგინოთ ხარისხის შესახებ სხვადასხვა მეცნიერთა შეხედულებები. არსებობს ოთხი სახის განმარტება:

1. ხარისხი არის თვისებები, რომლითაც პროდუქტი (მომსახურება) პასუხობს დიზაინის ან სპეციფიკაციის მოთხოვნებს (Gilmore, 1974);

2. ხარისხი არის პროდუქტის (მომსახურების) ის უპირატესი თვისება, რომელიც მთელი სიცოცხლის განმავლობაში აკმაყოფილებს მყიდველის მოთხოვნას (Scherkenback, 1991);

3. ხარისხი ის არის, რაც გამოყენებაში ვარგისია (Quality Control Handbook/ed.by J.M. Juran. 3 ed.-N.Y.:McGraw Hill, 1974,p.2);

4. ხარისხი არის პროდუქციის(მომსახურების) ნიშნების და თვისებების ერთობლიობა, რომელთაც შეუძლიათ დააკმაყოფილონ დადგენილი ან სავარაუდო მოთხოვნები (Johnson R., Winchell W., Production and Quality, - Society of quality Control. Milwaukee(Wisc), 1989, p.2.

საბანკო მომსახურების ხარისხის შეფასება საკმაოდ ძნელია, რადგან თვით ბანკები, მათი პერსონალი და ბანკის კლიენტები მას სხვადასხვა კრიტერიუმებით აფასებენ.

ბანკის ხელმძღვანელობის მხრიდან საბანკო მომსახურების კრიტერიუმებია: სამუშაო დღის ხანგრძლივობა, კლიენტთა ნაკადის ინტენსივობა, მოსაცდელი ადგილის რიცხვი და მათი დატვირთვა, რიგების სიგრძე, ოპერაციონისტ-ოფიცრების დაკავებულია და სხვა. კლიენტის პოზიციიდან ხარისხის კრიტერიუმებად ითვლება: საბანკო მომსახურების სიჩქარე, დოკუმენტებში სიზუსტე, შეცდომების არარსებობა, მუშაობის დრო, კონსულტაციების ხარისხი, მომსახურების ფასი, ბანკის რეპუტაცია და სხვა. ბანკის პერსონალის მხრიდან კი კრიტერიუმებად ითვლება: მუშაობის პირობები, პროგრამული უზრუნველყოფა, ბანკის განვითარების სტრატეგია, შრომის ანაზღაურება, ბანკის მორალური და მატერიალური სტიმულები, ზრუნვა კვალიფიკაციის ამაღლებისათვის და ფსიქოლოგიური კლიმატი კოლექტივში. ეს კრიტერიუმები 5-ჯგუფად ჯგუფდება. ესენია: მუშაობის პირობები, ბანკის სტრატეგია, სტიმულირება, კვალიფიკაცია და ფსიქოლოგიური კლიმატი. დასახელებული სამივე პოზიციიდან მომსახურების ხარისხის დასადგენად ჩვენ ბანკ „ალფა“ და „ბეტაში“ გამოვიკვლიეთ 20 თანამშრომელი და 60 კლიენტი. მათი პასუხები შევაფასეთ ბალებში, რომლებიც საბოლოოდ გადავიყვანეთ ინტეგრალურ ინდექსებში. ბალური შეფასებისათვის გამოვიყენეთ მეცნიერ ლაიკერტის სკალა:

მინუს 3 ბალი - სრულიად არ ვეთანხმები,

მინუს 2 ბალი - არ ვეთანხმები,

მინუს 1 ბალი - უფრო არ ვეთანხმები ვიდრე ვეთანხმები,

0 ბალი - ნეიტრალური,

1 ბალი - უფრო ვეთანხმები, ვიდრე არ ვეთანხმები,

2 ბალი - ვეთანხმები,

3 ბალი - სრულიად ვეთანხმები (Орлов А.И. „Экспертные оценки“, М.ИБС+Э, 2002).

ცხრილი 1. მომსახურების პროცესის ხარისხის შეფასება კომერციული ბანკების მიერ

მაჩვენებლები	ბანკი „ალფა“	ბანკი „ბეტა“
საოპერაციო დღის ხანგრძლივობა, სთ.	9	9
კლიენტების ნაკადის საშუალო ინტენსიურობა, ად/სთ	31.1	19.1
მომსახურების საშუალო დრო	10	11
მომსახურების ადგილების რიცხვი	4	3

მოსაცდელი ადგილების რიცხვი	5	4
რიგითობის სანყისი სიგრძე, ად.	1	1
სამუშაო დღის ინტერვალების რიცხვი	8	8
სამუშაო დღის ინტერვალების საზღვრები, სთ	0-დან 8 სთ-მდე	0-დან 8 სთ-მდე
კლიენტების საშუალო რიცხვი ინტერვალების მიხედვით, ად.	შესაბამისად 8, 24, 36, 46, 48, 39, 27, 23, 29	შესაბამისად 10, 18, 23, 28, 35, 29, 20, 6, 8
რიგითობის სიგრძე საშუალო დროის მიხედვით, წთ.	5	5
ოპერაციონისტიების დაკავებულობის საშუალო კოეფიციენტი	0.72	0.60
მომსახურების ლოდინის საშუალო დრო, წთ.	5	6
კლიენტების არყოფნის საშუალო ალბათობა	0.008	0.09
სრული დაკავებადობის საშუალო ალბათობა	0.82	0.62
მოსული	280	172

ცხრილი 1 გვიჩვენებს „ალფა“ და „ბეტა“ ბანკების ხელმძღვანელთა მიერ გამოკვლეული მომსახურების ხარისხის შეფასებას. ირკვევა, რომ კლიენტების ნაკადის საშუალო ინტენსივობა ერთი საათის განმავლობაში ბანკ „ალფა“-ში უფრო მაღალია (31.1), ვიდრე „ბეტა“-ში (19.1), ერთი კლიენტის მომსახურების დრო პირიქით ბანკ „ბეტა“-ში მეტია (11 წუთი), ბანკ „ალფასთან“ შედარებით (10 წუთი), ოპერაციონისტი-ოფიცრების ადგილები „ალფა“-ში არის 4, „ბეტა“-ში - 3, მათი დაკავებულობა მომსახურებით ბანკ „ალფა“-ში არის 0,72, ბანკ „ბეტა“-ში - 0.60, ერთი და იგივე პერიოდში „ალფა“-ში მოვიდა 280 კლიენტი, „ბეტა“-ში კი მხოლოდ 172. „ბეტა“ ბანკი ყველას მოემსახურა, „ალფა“ ბანკმა კი დაკარგა 5 კლიენტი.

№2 ცხრილი გვიჩვენებს კლიენტების მხრიდან „ალფა“ და „ბეტა“ ბანკების მომსახურების ხარისხის შეფასებას გამოხატულს მათი კმაყოფილების ინტეგრალურ ინდექსებში. ცხრილიდან ჩანს, რომ კლიენტები ბეტა-ბანკის მომსახურების ხარისხს უფრო მაღალი დონით აფასებენ „ალფასთან“ შედარებით. განსაკუთრებით მაღალი დონით აქვთ შეფასებული დარწმუნების კომპონენტი (10.1), ეს იმას ნიშნავს, რომ ბეტა-ბანკის ოპერაციონისტი-ოფიცრები მაღალ დონეზე არწმუნებენ თავის კლიენტებს მათ გადანყევითებათა სისწორეში. ასევე სჯობია იგი ალფა-ბანკს გულისხმიერების კომპონენტით (5.1 ნაცვლად 2.3-სა). დანარჩენი სამი კომპონენტით ალფა-ბანკი აღემატება ბეტა-ბანკს.

ცხრილი 2. კლიენტების მიერ „ალფა“ და „ბეტა“ ბანკის მომსახურების ხარისხის შეფასება კმაყოფილების ინტეგრირებული ინდექსით

	კომპონენტები	„ალფა“-ბანკი	„ბეტა“-ბანკი
1	მატერიალურობა	4.1	3.7
2	სამედოობა	7.2	4.3
3	გულისხმიერება	2.3	5.1
4	დარწმუნებადობა	5.7	10.1
5	თანაგრძნობა	4.7	2.1
	სულ	23.5	25.3

წყარო: ცხრილი შედგენილია ავტორის მიერ

ზემოთნათქვამის მიუხედავად, რადგან კლიენტების კმაყოფილების ბეტა-ბანკის ინტეგრალური ინდექსი აღემატება ალფა-ბანკის ინდექსს ($25.3 > 23.5$), ვაკეთებთ დასკვნას, რომ ბეტა-ბანკის მომსახურება უფრო მაღალი ხარისხისაა.

ბანკში მუშაობას აფასებენ მისი თანამშრომლებიც და ეს შეფასებაც ბანკის მომსახურების ხარისხის ამსახველია. როგორც აღვნიშნეთ მათ შეფასების სხვა კრიტერიუმები აქვთ, მაგრამ თუ ეს კრიტერიუმები ბანკში კმაყოფილდება ორი აზრი არ არის იმაში, რომ ასეთ ბანკში საბანკო მომსახურების ხარისხიც მაღალი იქნება. ერთ-ერთი ასეთი კრიტერიუმი არის პერსონალის სტიმულირება, აპრიორია, რომ თუ ბანკში პერსონალი მაღალანაზღაურებადია, ისინი თავის საქმიანობაში არ დაუშვებენ ღალატს, ეს დადასტურებულია მსოფლიოს წარმატებული კომპანიების გამოცდილებით.

„ალფა“ და „ბეტა“ ბანკების პერსონალში ჩატარებულმა გამოკითხვამ და ლაი-კერტის ბალური შკალით შეფასებულმა და კმაყოფილების ინტეგრალურ ინდექსში გადაყვანილმა მაჩვენებლებმა გვიჩვენა (ცხრილი 3), რომ მუშაობის პირობებით ბეტა-ბანკის პერსონალის კმაყოფილების ინდექსი 5 კომპონენტიდან ორ კომპონენტში აღემატება ალფა-ბანკს. ეს კომპონენტებია: მუშაობის პირობები (13.54, ნაცვლად 12.08-სა), კოლექტივში არსებული ფსიქოლოგიური კლიმატი (26.04 ნაცვლად 7.08-სა). ალფა-ბანკიც ორ კომპონენტში აღემატება ბეტა-ბანკს. ეს კომპონენტებია: ბანკის სტრატეგია (14.58 ნაცვლად 4.16-სა) და კვალიფიკაციის ამაღლების მდგომარეობა (14.16 ნაცვლად 2.08-სა). მე-5 კომპონენტი - მატერიალური და მორალური სტიმულირება - ორივე ბანკის თანამშრომლებმა უარყოფითად შეაფასეს, თუმცა ალფა-ბანკის თანამშრომლებმა მეტად (-37.5), ბეტა-ბანკის თანამშრომლებმა ნაკლებად (-21.87)

ცხრილი 3. პერსონალის კმაყოფილების ინტეგრალური ინდექსის გაანგარიშება
გამოკვლეულ საკრედიტო ორგანიზაციებში, %

კმაყოფილების ფაქტორი	ბანკი „ალფა“	ბანკი „ბეტა“
1	2	3
მუშაობის პირობები	12.08	13.54
ბანკის სტრატეგია	14.58	4.16
მატერიალური და მორალური სტიმულირება	-37.5	-21.87
კვალიფიკაციის ამაღლება	14.16	2.08
ფსიქოლოგიური კლიმატი კოლექტივში	7.08	26.04
პერსონალის კმაყოფილების ინტეგრალური ინდექსი	10.4	19.79

ამრიგად, მე-2 და მე-3 ცხრილების მონაცემებიდან გამომდინარე კლიენტებისა და პერსონალის კმაყოფილების ინტეგრალური ინდექსის დაჯამების გზით მომსახურების ხარისხის კომპლექსურმა შეფასებამ ბანკ „ალფაში“ შეადგინა $23.5\% + 10.4\% = 33.9\%$, ხოლო ბანკ „ბეტაში“ $(25.3\% + 19.79\%) = 45.09\%$. ამით დასტურდება ბანკ-ბეტას უპირატესობა ალფაზე. კვლევის ჩატარებისას ორივე ბანკში გამოვლენილი იქნა „მატერიალური და მორალური სტიმულირების და აგრეთვე „გულისხმიერების“ და თანაგრძნობის უმცირესი მაჩვენებლები. აღნიშნული მოწმობს იმას შესახებ, რომ გამოკვლეულ ბანკებში არსებული პერსონალის ნაბალისების (როგორც მორალური, ასევე მატერიალურიც) სისტემა ხელს არ უწყობს კლიენტებისადმი მიმართებაში გულისხმიერებისა და თანაგრძნობის დონის ამაღლებას.

დასკვნა

ეფექტური მმართველობითი გადანაცვეტილებების მიღების მიზნით მიზანშეწონილად მიგვაჩნია კვლევის შედეგებიდან გამომდინარე გამოკვლეულმა ბანკებმა აამაღლონ თანამშრომელთა სახელფასო განაკვეთები, დაანესონ პრემიები, ბონუსები და სხვა. ეს გამოიწვევს პერსონალის დაინტერესებას, რათა უკეთ მოემსახურონ კლიენტებს, გამოიჩინონ მეტი ყურადღება და გულისხმიერება მათი მოთხოვნების გათვალისწინების პროცესში. ამით ამაღლდება საბანკო მომსახურების ხარისხი, რაც სარგებლობას მოუტანს ბანკსაც, პერსონალსაც და კლიენტებსაც.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. საქართველო- ევროკავშირის ასოცირების შესახებ შეთანხმების გზამკვლევი. თბ.2014.
2. Todua N., Apil A., Kaynak E. Georgien Consumers of Products Sourced From a Geographically Close Proximity Country.USA. Journal of Euromarketing, 2008.Volume 17, Issue:3/4, p.199-218
3. Gilmore H.L. Product conformance Cost. Quality Progress, june 1974, p.16
4. Scherkenback W.W. Deminnings Road to Continual improvement, Noxville(tenn); SPC Press, 1991, p.161
5. Quality Contrl Handbook/ed.by J.M. Juran. 3 ed.-N.Y.:McGrow Hill, 1974,p.2
6. Johnson R., Winchell W., Production and Quality, - Society of quality Control. Milwaukee(Wisc), 1989, p.2
7. Орлов А.И. „Экспертные оценки“, М.ИБС+Э, 2002

REFERENCES:

1. Georgia - EU Association Agreement Guide. Tb. 2014.
2. Todua N., Apil A., Kaynak E. Georgien Consumers of Products Sourced From a Geographically Close Proximity Country.USA. Journal of Euromarketing, 2008.Volume 17, Issue:3/4, p.199-218
3. Gilmore H.L. Product conformance Cost. Quality Progress, june 1974, p.16
4. Scherkenback W.W. Deminnings Road to Continual improvement, Noxville(tenn); SPC Press, 1991, p.161
5. Quality Contrl Handbook/ed.by J.M. Juran. 3 ed.-N.Y.:McGrow Hill, 1974,p.2
6. Johnson R., Winchell W., Production and Quality, - Society of quality Control. Milwaukee(Wisc), 1989, p.2
7. Orlov A.I. "Expert assessments", M.IBS+E, 2002

ASSESSING THE CURRENT STATE OF SERVICE QUALITY IN GEORGIAN BANKS

Mokhevishvili Tamar

PhD student of Georgian Technical University,
tamuna.mokhevishvili1@gmail.com

Tsaava Giorgi

Professor of Georgian Technical University
tsaavagiorgi11@gtu.ge

RESUME

In the article - "Assessment of the current state of service quality in Georgian banks" - the quality of customer service by banks "Alpha" and "Beta" is considered from 3 positions according to its individual components.

As a rule, the bank's services are studied and evaluated by the bank's management, employees and customers. Each of them has its own evaluation criteria. For this reason, it is very difficult, often impossible, to compare and evaluate the results obtained. This especially applies to the criteria of the bank itself.

The article evaluates the service quality of two Georgian banks - "Alpha" and "Beta" banks from the positions of clients and employees, using a 7-point scientific Likert scale. The calculation is carried out by assigning points to individual quality components, and then calculating the integral index of satisfaction based on them.

The quality of customer service by the banks involved in the research is estimated as average. Irregularities exist in both banks, however, the service quality of Beta Bank is better than that of Alpha Bank.

Keywords: Service quality; Commercial bank; Personnel; Clients; Satisfaction; Integral index of satisfaction.