

Нобухосі Длодло

Аналіз ролі лояльного ставлення клієнтів до низької якості банківських послуг у отриманні південноафриканськими банками другого шансу на обслуговування приватних клієнтів

У той час як сервісний збій є неминучим у банківському секторі, спосіб, за допомогою якого прискорюються зусилля щодо відновлення сервісу, створює важливі наслідки для організацій, що перебувають у вигідних відносинах із своїми клієнтами. У контексті цього в даній роботі досліджується значення лояльного ставлення клієнтів до низької якості банківських послуг у визначенні результуючого рівня задоволеності споживачів. Структуроване анкетування було проведено серед 371 банківських клієнтів преміум-класу. Отримані висновки вказують на особливість відібраних заходів щодо відновлення сервісу, що спрямовані на ухилення від лояльного ставлення клієнтів та максимальний рівень їх задоволення. Зокрема, як норми взаємності банків ($\beta = 0.459$; $p < 0.000$), так і додаткова поведінка ($\beta = 0.348$; $p < 0.003$) позитивно впливають на лояльне ставлення клієнтів. З іншого боку, додаткова поведінка ($\beta = 0.407$; $p < 0.007$) та лояльне ставлення ($\beta = 0.373$; $p < 0.008$) позитивно впливають на рівень задоволення банківськими послугами. Незважаючи на це, у результаті проведеного дослідження було встановлено, що взаємність банку позитивно впливає на додаткову поведінку ($\beta = 0.548$; $p < 0.000$). Отримані висновки свідчать про необхідність розробки певного набору інструкцій та банківських процедур з метою підтримки зусиль щодо відновленню персоналізованого сервісу внаслідок виникнення сервісних збоїв.

Ключові слова: відновлення сервісу, лояльне ставлення, додаткова поведінка, взаємність банків, рівень задоволення клієнтів, Південна Африка

Класифікація JEL: M12, M51, N87.



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) license, що дозволяє повторне використання, розповсюдження та відтворення, забороняє використання матеріалів у комерційних цілях та вимагає наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

Нобухосі Длодло

Анализ роли лояльного отношения клиентов к низкому качеству банковских услуг в получении южноафриканскими банками второго шанса на обслуживание частных клиентов

В то время как сервисный сбой неизбежен в банковском секторе, способ, с помощью которого ускоряются усилия по восстановлению сервиса, создает важные последствия для организаций, находящихся в выгодных отношениях со своими клиентами. В контексте этого в данной работе исследуется значение лояльного отношения клиентов к низкому качеству банковских услуг в определении результирующего уровня удовлетворенности потребителей. Структурированное анкетирование было проведено среди 371 банковских клиентов премиум-класса. Полученные выводы указывают на особенность отобранных мероприятий по восстановлению сервиса, направленных на уклонение от лояльного отношения клиентов и максимальный уровень их удовлетворения. В частности, как нормы взаимности банков ($\beta = 0.459$; $p < 0.000$), так и дополнительное поведение ($\beta = 0.348$; $p < 0.003$) положительно влияют на лояльное отношение клиентов. С другой стороны, дополнительное поведение ($\beta = 0.407$; $p < 0.007$) и лояльное отношение ($\beta = 0.373$; $p < 0.008$) положительно влияют на уровень удовлетворения банковскими услугами. Несмотря на это, в результате проведенного исследования было установлено, что взаимность банка положительно влияет на дополнительное поведение ($\beta = 0.548$; $p < 0.000$). Полученные выводы свидетельствуют о необходимости разработки определенного набора инструкций и банковских процедур с целью поддержки усилий по восстановлению персонализированного сервиса вследствие возникновения сервисных сбоев.

Ключевые слова: восстановление сервиса, лояльное отношение, дополнительное поведение, взаимность банков, уровень удовлетворения клиентов, Южная Африка.

Классификация JEL: M12, M51, N87.



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) license, что позволяет повторное использование, распространение и воспроизведение, запрещает использование материалов в коммерческих целях и требует наличия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.