

УДК 336.1

**Юнер Шамильевич Капкаев**

кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры экономики отраслей и рынков,  
Челябинский государственный университет,  
Челябинск, Россия,

**Семен Анатольевич Волков**

студент,  
Челябинский государственный университет,  
Челябинск, Россия,  
e-mail: dompochta74@gmail.com

## СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ

**Аннотация.** В статье авторы рассматривают современные подходы к уровню предоставляемых банками услуг в условиях перманентной модернизации финансовой сферы. При возникающих сложностях в получении качественного обслуживания, с которыми сталкиваются клиенты в современных реалиях, банки вынуждены непрерывно работать над улучшением качества и рациональным использованием человеческих ресурсов. В связи с этим, уделяется особое внимание проблеме синхронизации рабочих пространств в данной сфере, поскольку присутствует факт неспособности сотрудников решать вопросы клиентов на месте, без сторонней помощи. Кроме того, разбирается формирование соответствующих условий, для удобства обращения за онлайн услугой в интернете. Присутствующая в наше время невозможность самостоятельной работы клиента в интернет-пространстве банка без посещения отделения.

**Ключевые слова:** качество услуг, банковские услуги, работа с клиентами, улучшение услуг, оценка качества услуг, финансовые услуги.

**Yuner Sh. Kapkaev**

PhD in Economics, Associate Professor,  
Department of Economics of Industries and Markets,  
Chelyabinsk State University,  
Chelyabinsk, Russia

**Semen A. Volkov**

Student,  
Chelyabinsk State University,  
Chelyabinsk, Russia,  
e-mail: dompochta74@gmail.com

## MODERN APPROACHES TO THE QUALITY ASSESSMENT OF FINANCIAL SERVICES

**Abstract.** In articles the authors consider modern approaches to the level of services provided by banks in the context of permanent modernization in the financial sector. When difficulties arise in obtaining quality service, faced by customers in today's real world, banks must continuously work to improve the quality and rational use of human resources. In this regard, special attention is paid to the problem of synchronization of working spaces in this area, since there is a fact of inability of employees to solve customer issues on site, without outside help. In addition, the formation of appropriate conditions is analyzed for the convenience of applying for an online service on the Internet. Present in our time, the impossibility of independent work of the client in the Internet space of the bank without visiting the office.

**Keywords:** quality of services, banking services, work with clients, service improvement, service quality assessment, financial services.

Для современного человека посещение отделений банка становится обязательной процедурой. В первую очередь, из-за банковской политики, направленной на минимизацию сложно решаемых вопросов в интернет-пространстве. При возникновении потребности обращения в банк, желая узнать требуемый отделением пакет документов, вы обратитесь на горячую линию, где вам объяснят, что ваш вопрос можно решить, не выходя из дома. Данная тенденция в настоящее время получает колоссальную поддержку и развитие со стороны банковского сектора. В современной экономической науке информационная асимметрия рассматривается как несовершенство рынка [1]. Каждый банк стремится свести к минимуму посещаемость своих отделений.

С одной стороны, это приводит к развитию технологий и удобному использованию банковских услуг. В прошлом было трудно узнать о всевозможных программах кредитования или условиях по вкладам, не каждый специалист владел полной информацией, к тому же, она постоянно менялась, а ее актуальность ставилась под сомнение. Сейчас, благодаря работе банков в направлении онлайн платформ, мы можем самостоятельно подбирать для себя наиболее выгодные предложения, не отходя от компьютера [2]. Появилась возможность в считанные минуты сравнивать предлагаемые услуги разных банков. Вопрос времени обращения отошел на второй план, благодаря сайтам, работающим круглосуточно.

С другой стороны, банки настолько увлечены развитием в интернет сфере, что забывают про работу с клиентами в реальном времени. Для посетителя отделения важно множество нюансов: впечатление от помещения, в которое он приходит, вежливость и дружелюбие персонала, длительность ожидания в очереди, скорость решения его вопроса. При этом, различные исследования показывают, что для многих клиентов, длинная очередь является столь же неприятным фактором, как и полное отсутствие таковой. Скорость решения вопроса для каждого человека имеет разное значение: одни стремятся свести к миниму-

му общение с сотрудниками, желая поскорее закрыть свой вопрос, другие же, наоборот – не против потратить больше времени на консультацию, взамен приобретая спокойствие за совершенные ими денежные операции.

В отношениях оператор-клиент нельзя не учитывать человеческий фактор: пребывание оператора в негативном эмоциональном состоянии обязательно повлечет за собой конфликтную ситуацию, в результате которой, потерпевшим окажется именно клиент. И в то же время, если клиент в процессе взаимоотношений с оператором получает услугу, противоречащую его первичным ожиданиям, его эмоциональный фон начинает выходить за рамки бесконфликтного общения [5].

Для решения подобных ситуаций, руководством отделений банков предпринимается ряд интересных решений. В данный момент, в отделениях банков можно увидеть на столах операторов и кассиров-операционистов таблички со смайликами, с одной стороны, выражающими позитивную эмоцию в виде улыбки, с другой – негативную. Такая табличка направлена на урегулирование конфликтных ситуаций. Стоит клиенту повернуть табличку негативной стороной к себе, как менеджер отделения незамедлительно реагирует на ситуацию и в индивидуальном порядке решает возникший вопрос. Ранее в подобных ситуациях, многие клиенты неумышленно доводили нарастающее напряжение до серьезного конфликта или, в стараниях получить решение проблемы, предпринимали попытку дозвониться на горячую линию, что не всегда приводило к нужному результату. Сейчас, такое простое решение как таблички, помогло оптимизировать контроль удовлетворенности посетителей. Службе заботы о клиентах больше не нужно проводить опросы по смс или в звонках, для выяснения нюансов эмоционального отклика и обстоятельств произошедшего. Все ситуации рассматриваются на месте, по принципу: «здесь и сейчас». Данное решение эффективно влияет на клиентов и с маркетинговой точки зрения, они ощущают значимость своей удовлетворенности и относятся с уважением к банку, который интересуется их эмоциональным состоянием. Одновременно банк решает вопрос контроля своих сотрудников, ведь они, зная о возможной негативной реакции со стороны посетителей, изначально стараются решать вопрос максимально эффективно и в доброжелательном ключе. Таким образом, каждая сторона оказывается удовлетворенной, а банк имеет возможность оптимизировать свои расходы на контроль качества предоставляемых в отделениях услуг.

Рассматривать контроль качества услуг в интернет-секторе довольно сложно, многие банки работают в данном направлении, учась на собственных ошибках и отзывах клиентов. В подобном случае, речь идет о возникающих проблемах при работе с операторами во время телефонных обращений, когда каждый оператор консультирующий в режиме реального времени, обязан быстро, а главное эффективно решить вопрос клиента. Одна из основных проблем данного сектора это большая текучка кадров, в следствии которой, операторы, не имеющие большого стажа, часто допускают критические ошибки, расплачиваться за которые приходится клиентам. Изучая отзывы онлайн обращений в банки, можно увидеть частое недовольство из-за расхождения информации

предоставляемой в отделении и в результате телефонной консультации, что связано с неопытностью сотрудников и локальной интеграцией услуг, т.к. зачастую операторы, консультирующие по телефону, находятся в центральных офисах, а часть банков отдают данный вопрос на аутсорсинг универсальным call-центрам. Существующий аспект приводит к проблеме перенаправления клиента, ради решения простого вопроса, то на горячую линию, то в различные отделения банка.

Не стоит забывать и о технических аспектах обслуживания клиентов. В отделениях, сотрудники банка сталкиваются с периодическим выходом из строя оргтехники, различными сбоями работы программного обеспечения и актуализации персональных данных клиентов в базах данных, что прямым образом сказывается на скорости и качестве обслуживания. Зачастую новым сотрудникам не дается объяснения, как решать подобные неисправности своими силами, что вынуждает их обращаться за помощью к менеджерам, это приводит к увеличению времени ожидания и, как итог, вызывает сомнения у клиента в компетенции сотрудников банка.

В интернет пространстве, операторам необходимо идентифицировать личность клиента, возможность сделать подобное предоставляется путем называния секретного кода и паспортных данных, но в случае смены паспорта или утери информации о секретном коде, не может идти речи о решении вопроса онлайн, что накладывает повышенную ответственность на получателя услуги. Эти этапы аутентификации пользователей продиктованы стремлением обеспечить максимальную безопасность данных граждан нашей страны.

Отсутствие возможности решения вопроса при телефонном обращении, из-за неподтвержденных персональных данных, так же ставит под сомнение компетенцию сотрудников, вынуждая клиентов решать вопросы личным посещением отделения, что в свою очередь влияет на возникновение очередей и приводит к увеличению конфликтных ситуаций.

К тому же, нужно учитывать недоверие некоторых групп клиентов к интернет-сервисам и периодическим попыткам со стороны банков наладить работу с подобным контингентом граждан, путем их обучения и формирования доверия, на что затрачиваются, часто не окупаемые, ресурсы. Сегодня, мы можем наблюдать, что часть людей неизменны своим взглядам, и невзирая на имеющиеся навыки работы с интернет-ресурсами, продолжают посещать отделения банков для решения своих вопросов. Данный сектор лиц требует отдельного внимания, особо проведенной оптимизации и разработки максимально удобного интерфейса.

Занимаясь развитием качества предоставляемых услуг, банки вынуждены работать по всем направлениям, внедряя передовые разработки и тестируя их на заинтересованных в этом клиентах, модернизируя классические способы работы с постоянной аудиторией.

В связи с этим, изменяя систему менеджмента качества обслуживания в отделениях, остается открытым вопрос модернизации качества в интернете. Формирование банком комплексного обслуживания можно сопоставить с пред-

лагаемой В. Парето концепцией исследования совокупности благ [1]. Но, скорее всего, предлагаемые «комплексом» услуги, приведут к возникновению противоречия между полезностью и ценностью [3].

При обращении по телефонам горячей линии, ранее предлагалось оценивать качество общения с оператором посредством выставления оценок, учитывая различные параметры, но многие граждане, не дожидаясь на линии начала опроса, прерывая разговор сразу же после получения решения своего вопроса. Учитывая данный фактор, банк принимает решение высылать смс с просьбой оценить качество обслуживания, но и данные смс не лишены недостатков. Многим людям они приходят через длительный промежуток времени после обращения, из-за чего эмоциональный фон человека, под воздействием сменившейся деятельности, отличается от первоначального. В связи с этим, клиенту, при выставлении оценки, приходится восстанавливать в памяти ситуацию, возникшую при посещении банка, что создает необходимость учитывать подобный фактор при обработке статистических данных. Возникновение корреляционной зависимости в свою очередь вносит сложность в анализ таких данных и невозможность объективно оценивать показатели удовлетворенности. Поэтому требуется моментальное поступление смс после завершения диалога с оператором. Когда мы говорим о сокращении времени ожидания смс, нужно учитывать и технические составляющие данного процесса, т.к. скорость поступления напрямую зависит от оператора сотовой связи клиента. Подобное явление ставит банки в затруднительное положение, т.к. сбор смс-статистики начинает обуславливаться такими факторами как: скорость получения сообщения, время ответа и скорость отправки ответа.

Банки, осознав необходимость модернизации данной системы, запустили процесс улучшения качества услуг с помощью собственных мобильных приложений, создав условия, в которых клиент отдаст предпочтение обращению через мобильное приложение, нежели через мобильную связь.

В заключении, хотелось бы отметить, что развитие информационных технологий и проникновение интернета в повседневную рутину граждан нашей страны, открывают для банковского сектора безграничные возможности развития качества услуг, способствуя выходу банков на новый уровень обслуживания. Подобные изменения приводят к тому, что клиенты начинают лучше разбираться в предлагаемых им услугах, тем самым повышая требования к качественности, что положительно сказывается на развитии банковского сектора в целом. Конкуренция в данной сфере позволяет банкам развивать качество в различных направлениях, занимая свои ниши для удовлетворения требований определенных слоев населения.

Стоит отметить, что с повышением уровня обслуживания растет и ценность ошибок, которые все больше становятся непростительными со стороны клиентов, от чего требования к квалификации персонала возрастает. На данный момент квалифицированный персонал, заинтересованный в качественном решении вопросов и удовлетворении потребностей обращаемых граждан, является тем самым нерешенным вопросом в банковском секторе. В не заканчиваю-

