DOI: 10.17117/na.2017.01.01.075

<http://ucom.ru/doc/na.2017.01.01.075.pdf>

Поступила (Received): 30.01.2017

Воронина П.А.
Качество обслуживания физических лиц
в коммерческих банках

Voronina P.A.
The quality of banking services for individuals

Что такое высокое качество обслуживания? Прежде всего, это означает уважение к своему клиенту и способность действительно удовлетворять его финансовые потребности самым выгодным для него образом. В этом и заключается суть клиентоориентированного подхода. Клиентоориентированность – это инструмент управления взаимоотношениями с клиентами, нацеленный на получение устойчивой прибыли в долгосрочном периоде. Что же способствует сближению клиента и банка в нынешних условиях?

Ключевые слова: клиентоориентированность, банковская система, клиент, обслуживание физических лиц, сотрудничество, конкурентоспособность

Воронина Полина Андреевна

Магистрант

Новосибирский государственный университет экономики и управления

г. Новосибирск, ул. Каменская, 56

What is high quality service? First of all, this is means respect for their customer and the ability to satisfy his financial needs in the most beneficial manner. This is the essence of customer focus. It is a tool of customer relationship management, aimed at generating sustainable profit in the longtime perspective. What contributes to the rapprochement between the customer and the Bank in the current environment?

Key words: customer focus, banking system, customer, individual customer service, collaboration, competitive ability

Voronina Polina Andreevna

Master

Novosibirsk state university of economics and management

Novosibirsk, Kamensky st., 56

Банковская система занимает в экономике каждой страны значимое место, а особенность банковской деятельности состоит в том, что отношения банка с клиентами основаны на взаимной заинтересованности – наиболее эффективном сочетании их интересов в росте доходов. Быстрый рост рынка банковских услуг усиливает межбанковскую конкуренцию, что требует от банков все большей ориентации на потребителей. Поэтому в настоящее время в теории [1,2,3] и практике банковской сферы огромное внимание уделяется именно клиентскому сервису. Таким образом, сейчас перед коммерческими банками стоит непростая задача: необходимость наращивания масштабов своего присутствия на российском рынке и, одновременно, повышение качества банковского обслуживания. Любой банк, который хочет быть успешным, должен быть клиенто

ориентированным, то есть таким банком, в котором клиент получает поддержку и реализацию своих требований.

Создать клиентоориентированную компанию всегда сложно, а создать клиентоориентированный банк еще тяжелее, ведь это не просто доброжелательное отношение персонала, но и продуманные продукты, качественный интернет-банк, развитая сеть банкоматов, эффективное обучение специалистов и многое другое. Все эти факторы зависят от работы большого количества людей и отделов. Однако есть вещи, которые находятся непосредственно в поле зрения клиентов. Банк для клиента – это то, что он видит. У клиента не возникает вопрос о том, как разрабатывается линейка продуктов, или обучается персонал. Клиенту важно, чтобы он получил свои услуги быстро и с минимальными затратами собственного времени.

Обслуживание физических лиц стоит рассматривать как со стороны банка, так и со стороны клиента. Конечно, для банка конечная цель обслуживания всегда – получение прибыли, а со стороны клиента – удовлетворение потребностей. А одним из главных факторов, оказывающим влияние на клиента и формирующим его лояльное отношение к конкретному коммерческому банку, является не просто удовлетворение его потребностей в ходе обслуживания, но и способность банка превзойти его ожидания. Для банка очень важно реализовать оптимальное сочетание интересов клиента и своей деятельности. Сейчас становится всё сложнее удерживать клиентов, делать их довольными и лояльными, ведь существует огромный рынок банковских услуг. Поэтому эффективное и качественное обслуживание клиентов является приоритетом для коммерческих банков.

Каждый клиент, выбирая тот или иной банк, преследует свои цели. Именно эти цели и должен рассматривать любой банк для повышения качества и эффективности своего обслуживания, чтобы оставаться конкурентоспособным. Оценку качественного обслуживания клиентов, да и саму работу банка необходимо расценивать по нескольким критериям:

- во-первых, время обслуживания, потраченное специалистом на одного клиента;
- во-вторых, скорость обработки операции;
- в-третьих, работа кассы, банкоматов и онлайн-сервисов;
- в-четвертых, сама атмосфера в финансовом учреждении;
- в-пятых, отношение менеджера или оператора к клиенту.

В нашем веке технологий очень важным является время каждого человека, поэтому время обслуживания клиентов в банке является важным критерием при выборе финансовой организации. Каждый клиент стремится затратить минимум своего времени при оформлении того или иного банковского продукта, а также при совершении других банковских операций. Именно поэтому большинство современных коммерческих банков сейчас стремятся развить онлайн-сервисы обслуживания для экономии времени клиента. Также многие банки вводят стандарты времени по обслуживанию в офисе, все это призвано сократить очереди и сэкономить время клиента.

В этом вопросе также важна и скорость обработки операции, согласитесь, никому не понравится, если операция по зачислению денежных средств на счет будет длиться долго, или процедура проверки баланса занимает длительное время, или постоянно зависает компьютер у оператора. С одной стороны это может вызвать сомнения в профессионализме сотрудника или качестве работы самой банковской. А если наоборот все совершается в считанные минуты, тогда клиент не ощущает никакого дискомфорта, главное, что его потребности удовлетворили самым лучшим образом.

Так как время – деньги, то развитая сеть касс и банкоматов будет немаловажным показателем для качественного сервиса банка. Согласитесь, что не хочется разыскивать по всему городу нужный офис банка или работающий банкомат. Именно поэтому банки стремятся расширить свою филиальную сеть, чтобы находиться всегда рядом с клиентом, чтобы в любой момент выполнить его требования. В этом также большую роль играет качество услуг, предоставляемых онлайн. Когда клиент может, не выходя из дома или будучи в другой стране, совершить любые необходимые операции.

Атмосфера в офисах банка играет немаловажную роль при выборе финансовой организации. Клиенту приятно приходить в хорошо оборудованный, современный офис, где все создано для удобства клиента. Удобное расположение окон для обслуживания, места для ожидания, приятная встреча, отсутствие очередей и доброжелательный персонал – все это очень сильно влияет на выбор клиента в пользу того или иного банка. Атмосфера в самом коллективе отделения также может повлиять на выбор клиента, ведь дружественные и доброжелательные отношения между сотрудниками сразу передают позитивный настрой клиентам, и также наоборот. Как сказал *Мартин Оливер, Kwik-Fit Financial Services*: **«Независимо от того – большая или маленькая у вас организация, вы не сможете предоставлять хорошее клиентское обслуживание, если ваши сотрудники не приходят на работу с удовольствием»**. Поэтому многие банки сейчас проводят тренинги для персонала, призванные сплотить коллектив, что, несомненно, помогает работе.

Помимо тренингов по сплочению коллектива, банки вводят стандарты качества обслуживания. И это также имеет огромное значение для качественного обслуживания клиента. Тот банк, который сумел выработать у своих сотрудников привычку правильного и вежливого обращения к клиенту сможет привлечь клиентов именно этим. В настоящее время существует много клиентов, которые стараются найти именно качественное обслуживание в организации, потому что линейка продуктов и сервисов у современных банков похожая. Можно искать более высокие ставки по вкладам или низкие по кредитам, но все равно сделать клиента довольным и лояльным помогут именно доброжелательное отношение сотрудников, которые всегда смогут прийти на помощь.

В период нестабильной экономической ситуации и жесткой конкуренции банкам приходится бороться за каждого клиента, а получить доверие клиента можно повысив качество обслуживания. Поэтому современный банковский рынок ставит перед финансовыми учреждениями сложную задачу: построить со-

вершенно новую и эффективную бизнес-систему используя современные методы и способы повысить качество обслуживания клиентов. Поэтому, в маркетинге, была создана инновационная технология, которая получила название – «клиентоориентированность или клиентоцентричность».

Ожидания потребителя непрерывно растут. Клиенты ищут обслуживание, способное максимально удовлетворить все их потребности. Улучшая одновременно все показатели, на которые ориентируется клиент, банк способен стать конкурентоспособным и успешным. Проведение качественной клиентоориентированной политики является необходимым фактором для развития банка в современных экономических условиях.

Список используемых источников:

1. Муравьев А.К., Гришанова А.В., Федоркова А.А. Конкуренция российского рынка банковских услуг: современное состояние и проблемы развития // В мире научных открытий. 2015. №7. 10. С. 3694-3704.
2. Муравьев А.К. Концепции современного банковского маркетинга // Экономика и предпринимательство. 2015. №12 (ч.1). С.828-831
3. Муравьев А.К. Современные тренды развития банковского сектора России // Банковские системы и финансовые рынки в условиях асимметрии экономики. Новосибирск: НГУЭУ, 2014. С.223-225.

© 2017, Воронина П.А.

Качество обслуживания физических лиц в
коммерческих банках

© 2017, Voronina P.A.

The quality of banking services for individuals