

# Анализ и оценка качества обслуживания клиентов АО «Россельхозбанк»

Смакаев Айрат Ильдарович, Ахметова Камилла Рушановна 3 курс,  
гр. БД1-О/СПОо/СР21, СКИ АНОО ВО ЦС РФ «РУК»

Научные руководители: Скороходова Ольга Николаевна, Жалнова Марина Николаевна, преподаватели кафедры финансов и бухгалтерского учета СКИ АНОО ВО ЦС РФ «РУК»

## Актуальность исследования:

Именно направленность банка на повышение качества обслуживания клиентов формирует его конкурентные преимущества в долгосрочной перспективе. Повышение качества обслуживания клиентов банка является необходимостью, без которой он не может эффективно функционировать.

### Задачи проекта:

- изучить критерии качества обслуживания клиентов банка;
- выявить факторы, влияющие на повышения качества обслуживания клиентов;
- раскрыть проблемы качества обслуживания корпоративных клиентов банка;
- провести анализ банковских услуг АО «Россельхозбанк»;
- дать оценку количественных и качественных показателей качества обслуживания клиентов АО «Россельхозбанк»;
- разработать мероприятия, направленные на повышение качества обслуживания клиентов АО «Россельхозбанк».

### Объект исследования:

развитие системы повышения качества обслуживания клиентов банков для усиления их конкурентоспособности.

### Предмет исследования:

экономические отношения, возникающие в процессе организации деятельности по повышению качества обслуживания клиентов банка.

### Информационная база исследования:

статистические данные АО «Россельхозбанк», аналитические публикации в периодической печати, документы банка, информационные материалы, размещенные в Интернете, а также результаты собственных расчетов авторов.

### Методы исследования:

методы структурного анализа, сравнения, классификации, обобщения, индукции и дедукции, экспертно-аналитический, системный методологические подходы, метод моделирования, сочетание методов анализа и синтеза.

### Результаты исследования:

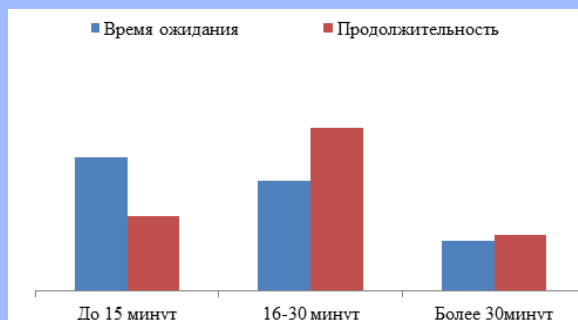


Рисунок 1 – Количественные показатели качества обслуживания розничных клиентов АО «Россельхозбанк» в процессе оказания банковской услуги

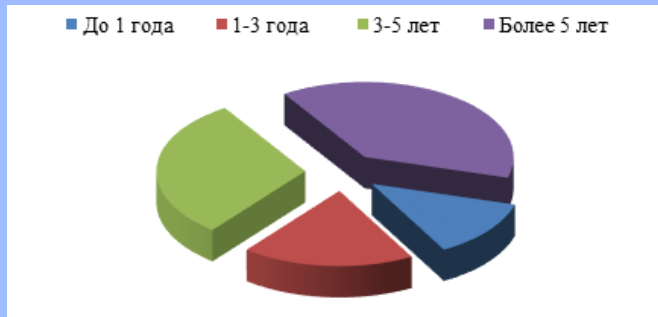


Рисунок 2 – Длительность взаимодействия розничных клиентов с АО «Россельхозбанк»



Рисунок 3 – Продолжительность обслуживания корпоративных клиентов АО «Россельхозбанк»

Таблица 1 – Уровень качества обслуживания АО «Россельхозбанк» в сравнении с другими банками

Наименование показателя	Весомость показателя	Балльные оценки					Уровень качества				
		Сбербанк России	«АЛЬФА-БАНК»	Банк ВТБ 24	Газпромбанк	АО «Россельхозбанк»	Сбербанк России	«АЛЬФА-БАНК»	Банк ВТБ 24	ЗАО АКБ Газпромбанк	АО «Россельхозбанк»
Ассортимент	0,265	50	40	10	10	50	13,25	10,6	2,65	2,65	13,25
Потребительские свойства услуги	0,227	50	50	40	40	40	11,35	11,35	9,08	9,08	9,08
Условия предоставления услуги	0,178	40	50	30	40	40	7,12	8,9	5,34	7,12	7,12
Скорость предоставления услуги	0,086	50	40	30	30	40	4,3	3,44	2,58	2,58	3,44
Способы продвижения услуги	0,041	40	50	10	10	50	1,64	2,05	0,41	0,41	2,05
Качество послепродажного обслуживания	0,065	50	40	40	30	20	3,25	2,6	2,6	1,96	1,3
Уровень риска при пользовании услугой	0,131	20	10	30	30	10	2,62	1,31	3,93	3,93	1,31
Уровень консультационного обслуживания	0,007	50	40	30	20	30	0,35	0,28	0,21	0,14	0,21
Итого:	1,000	350	320	220	210	280	43,88	40,53	26,8	27,86	37,76
Средний уровень качества 35,37											
Относительный уровень качества							1,24	1,14	0,75	0,78	1,05

Таблица 2 – Стоимость услуг АО «Россельхозбанк» в сравнении с другими банками

Наименование показателя	Весомость показателя	Балльные оценки					Уровень качества				
		Сбербанк России	«АЛЬФА-БАНК»	Банк ВТБ 24	Газпромбанк	АО «Россельхозбанк»	Сбербанк России	«АЛЬФА-БАНК»	Банк ВТБ 24	ЗАО АКБ Газпромбанк	АО «Россельхозбанк»
Кредитование	0,312	30	40	50	50	40	9,36	12,48	15,6	12,48	12,48
РКО	0,214	20	20	50	40	30	4,28	4,28	10,7	8,56	6,42
Депозитные операции	0,122	20	30	40	40	30	2,44	3,66	4,88	4,88	3,66
Операции с ЦБ	0,064	40	30	30	30	30	2,56	1,92	1,92	1,92	1,92
Услуги инкассации	0,078	50	30	20	30	30	3,9	2,34	1,66	2,34	2,34
Услуги по хранению ценностей	0,002	10	10	20	30	30	0,02	0,02	0,04	0,06	0,06
Вкладные операции	0,099	40	20	20	30	30	3,96	1,98	1,98	2,97	2,97
Обслуживание пластиковых карт	0,105	30	40	20	20	30	3,15	4,2	2,1	2,1	3,15
Прочие услуги	0,004	50	40	30	40	40	0,02	0,16	0,12	0,16	0,16
Итого:	1,000						29,87	31,04	38,9	38,59	33,16
Средний уровень стоимости		34,31									
		Относительный уровень стоимости					0,87	0,90	1,13	1,12	0,97

**Для повышения качества обслуживания розничных и корпоративных клиентов АО «Россельхозбанк» в настоящее время, на наш взгляд, необходимо придерживаться следующего:**

1. Улучшить коммуникационную деятельность. Это должно обеспечить максимальный охват реальных и потенциальных клиентов и донести информацию о предлагаемых банковских продуктах и услугах;
2. Оптимизировать структуру отдела реализации и информационную обеспеченность банка, а также технологию планирования продаж.
3. Проводить опросы реальных и потенциальных розничных и корпоративных клиентов с целью выявления новых потребностей, проводить мониторинг уровня цен у конкурентов, а также поведения потребителя, который позволит дать стабильную оценку спроса и достаточно полную оценку состояния рынка.
4. Для контроля соблюдения стандарта обслуживания клиентов сотрудниками рекомендуем применить метод Тайного покупателя («mystery shopping»).

Таблица 3 – Программа Тайного покупателя для АО «Россельхозбанк»

Наименование этапа	Краткая характеристика этапа
Этап 1. Определение целей программы	Оценка техники продаж, используемой персоналом, либо выполнение сотрудниками стандартов обслуживания. Целью программы может быть отслеживание динамики сервиса по отношению к конкурентам и т.д.
Этап 2. Разработка критериев оценки	Критерии оценки должны опираться на принятые стандарты сервиса
Этап 3. Выборка	Определение числа Покупателей, выполняющих оценку
Этап 4. Подбор покупателей	Выявление демографических, поведенческих и психографических характеристик клиентов
Этап 5. Тренинг покупателей	Каждый Покупатель проходит тренинг и тестирование по данному проекту
Этап 6. Процедуры оценки	Поведение покупателя до/во время/после посещения банка регулируется набором документов. К их числу относятся: сценарий поведения (регулирует конкретные действия Покупателя - о чем спрашивать, куда смотреть, как долго находится в магазине, и т.д.), Легенда Покупателя (письменное изложение цели визита)
Этап 7. Контроль качества	Основными методами являются фиксации имен менеджеров по продажам, чек (при совершении покупки)
Этап 8. Анализ информации	Скорость ввода и обработки информации, что предопределяет актуальность, «свежесть» полученной информации
Этап 9. Использование информации	Информация должна быть использована внутри организации
Этап 10. Мониторинг изменений	Условие успешности программы – постоянное повторение этапов 1 - 9.

**Практическая ценность: Результаты исследования могут быть использованы АО «Россельхозбанк» для принятия управленческих решений в целях повышения качества и конкурентоспособности оказываемых ими услуг.**