

УДК 336.719

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КЛИЕНТСКОЙ ПОЛИТИКИ БАНКА НА ПРИМЕРЕ
ПАО СКБ ПРИМОРЬЯ «ПРИМСОЦБАНК»

© 2017

Кузьмичева Ирина Александровна, кандидат экономических наук, доцент
Коновалова Ирина Дмитриевна, бакалавр 4 курс, кафедра экономики
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
(690014, Россия, Владивосток, Гоголя д.41, e-mail: irina-sport.95@mail.ru)

Аннотация. Цель проводимого исследования качества обслуживания клиентов – выявление резервов для: расширения клиентской базы; повышения качества и объема предоставляемых услуг в интересах клиентов; также стимулирование спроса на выпускаемые и имеющиеся банковские продукты. В статье рассматривается клиентская политика на примере ПАО СКБ Приморья «ПримСоцбанк». Для оценки клиентской политики использован доступный инструмент: анкетирование клиентов, по итогам которого авторами сделан краткий анализ проводимой банком клиентской политики, систематизирован и обработан полученные в результате проведения анкетирования данные. Проанализировав результаты экспресс-опроса клиентов по каждому из направлений обслуживания выявлены наиболее важные критерии в обслуживании для клиентов. По итогам сделан вывод о том, что большая часть клиентов, выделяет оперативность в обслуживании, а также вежливость сотрудников. Главным недостатком в обслуживании, клиенты считают невыгодные условия, высокие процентные ставки по кредитам и низкие процентные ставки по депозитам. Поскольку недостатки и преимущества, отмеченные клиентами, снижаются в 2016 году, то в целях совершенствования клиентской политики ПАО СКБ Приморья «ПримСоцбанк» предлагается универсализировать обязанности сотрудников операционного зала, при проведении анкетирования добавить вопрос раскрывающий, по мнению клиентов, идеальный банк.

Ключевые слова: банк, банковское обслуживание, клиенты, клиентская база, клиентская политика, клиентские отношения, совершенствование, удовлетворение потребностей клиентов, качество услуг, анкетирование клиентов, критерии в обслуживании.

ENHANCEMENT OF CLIENT POLICY OF BANK ON THE EXAMPLE
OF PAO SKB OF PRIMORYE «PRIMSOTSBANK»

© 2017

Kuzmicheva Irina Aleksandrovna, candidate of economic sciences, associate professor
Kononova Irina Dmitrievna, bachelor, department of economics
Vladivostok state university of economy and service
(690014, Russia, Vladivostok, street Gogolya 41, e-mail: irina-sport.95@mail.ru)

Abstract. The purpose of the study the quality of customer service – the identification of reserves to: expand customer base; improving the quality and volume of services in the clients' interests; the stimulation of demand for manufactured products. The article discusses the client policy on the example of PJSC SKB Primorye «Primsotsbank». To assess client policy tool used: questionnaire of customers, the results of a brief analysis of the Bank's client policy, systematized and processed obtained as the result of the survey data. After analyzing the results of the rapid survey of clients in areas of service identified important criteria in service for customers. The results concluded that the majority of customers, allocates efficiency in service and politeness of the staff. The main drawback of the service, customers find unfavorable conditions, high interest rates on loans and low interest rates on deposits. Since the advantages and disadvantages noted by the clients that fall in 2016, in order to improve client policy of PJSC SKB Primorye «Primsotsbank» it is proposed to universalize the obligations of the operating room staff, when conducting the survey to add a question revealing, according to the ideal Bank.

Keywords: bank, banking, customers, client base, client policy, client relations, improving customer satisfaction, service quality, customer surveys, criteria of service.

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. Деятельность коммерческих банков в современном мире полностью зависима от клиентов, поэтому интерес первых сосредоточен на постоянном совершенствовании обслуживания и создании новых банковских продуктов [1]. В связи с этим, банки используют политику, которая направлена прежде всего на привлечение и удержание клиентов, а также выявление потребностей клиентов в новых банковских услугах и улучшение качества уже имеющихся. Такой вид политики принято называть клиентской политикой банка.

Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор; выделение неразрешенных ранее частей общей проблемы. При проведении данного исследования были изучены научные публикации по теме: Кузьмичевой И.А. - для определения банковских рисков [2], Даниловских Т.Е., Оганесян А.Л. - современные тенденции в обслуживании юридических лиц [3], Платонова Ю.Ю. - удержание клиентов [4], Ворожбит О.Ю. - капитал банка [5].

Основная часть выделенных в данных исследованиях проблем на данный момент уже решены или находятся в завершающей части их решения. Однако учитывая динамику изменений в работе банковского сектора, существует необходимость постоянного мониторинга работы банков.

Формирование целей статьи (постановка задания).

Цель проводимого исследования качества обслуживания клиентов – выявление резервов для: расширения клиентской базы; повышения качества и объема предоставляемых услуг в интересах клиентов; также стимулирование спроса на выпускаемые и имеющиеся банковские продукты. В современном экономическом мире, клиенту не составляет большого труда отыскать подходящий для себя банк, а конкурентам, которые умеют корректировать свою культуру, контакты и продукты в соответствии с динамикой желаний и потребностей клиентов, не составляет большого труда переманить их. В связи с этим, одной из важнейших задач конкурентоспособного банка является улучшение своих позиций в направлении обслуживания клиентов, а именно поиск новых подходов, позволяющих учесть различные потребности клиентов.

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов. В экономической науке отсутствует единый подход к определению клиентской политики. Так, Тавасиев А.М. характеризует клиентскую политику как политику привлечения клиентов, их средств, а также предоставление кредитов и других операций в интересах клиентов [6]. Из этого следуют операции как активного, так и пассивного характера, например, депозиты. Это определение наиболее полно отображает авторское видение проблемы. Однако, Платонова Ю.Ю. отмечает, что клиентской по-

литика банка - «это свод стратегических и тактических задач банка в работе с клиентами, который включает в себя обоснованные целевые задачи ведения этой работы, приоритеты, объемы необходимых ресурсов для их выполнения»[4].

Таким образом, можно сформулировать авторское определение клиентской политики коммерческого банка как индивидуальный подход банка в ориентированности на привлечение и удержание клиента, а также на его лояльность.

Актуальность данной работы состоит в том, что клиентские отношения в настоящее время претерпевают значительные изменения, так как в современных экономических условиях продукты одного банка практически не отличаются от аналогичных продуктов других потенциальных банков. Когда какая-либо компания выходит на рынок с действительно уникальным предложением, то новинка быстро подхватывается и дублируется. Любые усовершенствования существующих банковских продуктов быстро копируются конкурентами. В связи с этим, необходимо налаживание внутренних механизмов для минимизации негативных последствий[7].

Информационной базой исследования послужили материалы научных конференций, различные научные публикации по исследуемой теме, официальные корпоративные интернет-сайты, законодательные и нормативно-правовые акты, данные анкетирования клиентов ПАО СКБ Приморья «ПримСоцбанк» с целью выявления удовлетворенности клиентской политикой[8], проводимой в одном из лидирующих региональных банков в ДВФО.

Современная Российская банковская система подвержена большому числу как негативных, так и позитивных факторов. Вопросом обеспечения максимальной надежности банковской системы посвящены труды многочисленных авторов. Сложившаяся система нормативного регулирования банковской деятельности[9], рекомендации[10] и инструкции ЦБ РФ[11], а также зарубежный опыт - всё это помогает тщательно продумывать работу коммерческого банка[12].

Для оценки клиентской политики в ПАО СКБ Приморья «ПримСоцбанк» используют доступный инструмент: анкетирование клиентов, по итогам которого авторы сделали краткий анализ проводимой банком клиентской политики, систематизировали и обработали полученные в результате проведения анкетирования данные.

Исходя из количества опрошенных респондентов по видам оказываемых услуг, выявлено, что банк в большей степени интересует использование клиентами пластиковых карт. Это связано, прежде всего с массовым внедрением безналичных расчетов во всех сферах деятельности[13], удобства использования карт в расчетах и рост их количества на руках пользователей банковских услуг.

При анализе удовлетворенности клиентов в потребительском кредитовании, что является главным источником получения доходов[14], параметрами обслуживания, наименее изменились предпочтения при оценке профессионализма, вежливости сотрудников, оперативность обслуживания вероятность пользования услугами банка в дальнейшем: по –прежнему для клиента важна оперативность, компетентность, доброжелательность сотрудника при обслуживании. Значение снижается при выборе коммерческого банка по такому параметру, как привлекательность условий продукта снижается в 2016 году, это связано с тем, что линейка предлагаемых продуктов схожа у разных банков, и «изюминки» в предлагаемых условиях нет. Использование интегрированного подхода в маркетинговой деятельности банка - синергизма - позволит получить максимальный эффект для достижения высоких конкурентных преимуществ в своих продуктах[15].

Проанализировав удовлетворенность клиентов по депозитным операциям, выявлено, что наиболее удов-

летворены на протяжении 2014-2016 гг., оперативностью обслуживания, а также профессионализмом и вежливостью сотрудников. Наименее всего удовлетворены условиями предоставляемых продуктов. Самые низкие оценки от опрошенных получены по параметру привлекательности условий привлечения депозитов от населения. Вероятность повторного открытия вклада также довольно низкая [16].

Несмотря на то, что в современных условиях повышается значение ипотечного кредитования, как одного из инструментов социального развития общества[17], а также отметив высокую удовлетворенность клиентов ипотечного направления профессионализмом, вежливостью и оперативностью сотрудников, в целом соответствие банка представлениям об образцовом снижается, и вероятность пользования другими услугами банка ниже, чем у клиентов других направлений.

Очень низкие оценки получены по параметру оперативность обслуживания и привлекательность условий продуктов по такому направлению обслуживания клиентов, как кредитование малого бизнеса. Представление клиентов об идеальном месте для ведения бизнеса снижается, что является ключевым фактором при снижении количества открытых кредитных линий и договоров предприятиями и организациями, относимых к малому бизнесу[18].

Невзирая на основной акцент, сделанный банком на пластиковые карты, общая удовлетворенность обслуживанием снижается.

Оперативность обслуживания в 2014 году резко снизилась, однако в 2016 году наблюдается рост параметра. Вероятность повторного открытия карт довольно низкая.

Для того, чтобы сделать вывод об эффективности или неэффективности проводимой клиентской политики банка необходимо проанализировать преимущества и недостатки в обслуживании клиентов коммерческого банка, представленные на рисунке 1 и 2.

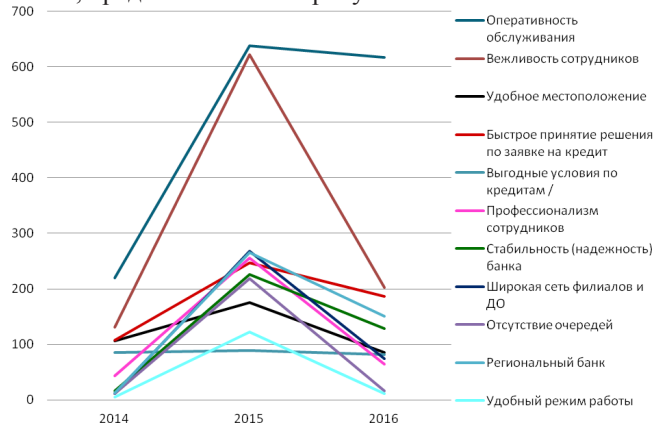


Рисунок 1 - Преимущества обслуживания клиентов банка (составлено авторами)

Любой коммерческий банк, работающий на рынке, стремится не только упрочить свое положение, но и нарастить клиентскую базу, однако, данные рисунка 1 с информацией о преимуществах показывает отрицательную динамику по всем анализируемым направлениям. То, что было отмечено, как преимущества в 2015 году, резко теряет свои позиции в 2016. Это повод для принятия управленческих решений и формирования правильной стратегии для достижения желаемого результата[19].

Противоречащие рисунку 1 данные рисунка 2 говорят о несогласованности клиентской политики коммерческого банка или о неправильной выборке при проведении анкетирования клиентов данных, поскольку недостатки банка, по мнению клиентов, также снижаются, однако роста удовлетворенности и появления преиму-

ществ банка не наблюдается.

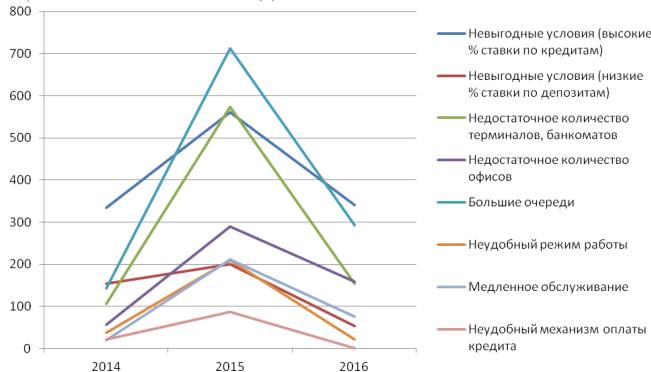


Рисунок 2 - Недостатки обслуживания клиентов банка (составлено авторами)

Как видно из рисунка 2, на первом месте недостатков, отмеченных клиентами банка, стоят невыгодные условия по кредитам, на втором месте стоят невыгодные условия по депозитам, а на третьем недостаточное количество терминалов, банкоматов, а также малое количество офисов.

Рассматривая преимущества банка, большая часть клиентов, прежде всего, выделяет оперативность в обслуживании, а также вежливость сотрудников. Главным недостатком в обслуживании, клиенты считают невыгодные условия, а именно высокие процентные ставки по кредитам и низкие процентные ставки по депозитам. Поскольку недостатки и преимущества, отмеченные клиентами, снижаются в 2016 году, то в целях совершенствования клиентской политики ПАО СКБ Приморья «Примсоцбанк» предлагается внедрить следующие мероприятия:

- для того, чтобы выяснить и с максимальной эффективностью использовать то, что действительно нужно клиентам, при проведении опроса необходимо добавить вопрос «Какой, по вашему мнению, идеальный банк?»;
- универсализировать обязанности сотрудников операционного зала. Чтобы как за кредитом, так и за депозитом, можно было обратиться к любому специалисту по обслуживанию;
- повысить качество обслуживания;
- активно использовать имеющиеся лидерские позиции в регионе для внедрения новых продуктов.

Подводя итоги можно сказать, что главным принципом клиентской политики банка является клиентоориентированный подход [20]. Особое внимание банку следует уделять качественному обслуживанию и выявлению потребностей. Данные предложения будут способствовать совершенствованию клиентской политики ПАО СКБ Приморья «Примсоцбанк».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

- Бондаренко Т.Н., Скоробогатова А.А. Роль маркетинговых стратегий в организации работы коммерческого банка//Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 3-3. С. 419-423.
- Кузьмичева И.А., Подколзина Э.А. «Система управления банковскими рисками»//Журнал «Фундаментальные исследования». –Пенза: Издательский дом «Академия естествознания», 2015. -№ 2-25. –С.5635-5638, ISSN: 1812-7339.
- Оганесян А.Л., Даниловских Т.Е. Развитие интернет-банкинга как основная тенденция в банковском обслуживании юридических лиц в Российской Федерации//Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. -2016. -№ 10-1. -С. 127-131.
- Платонова Ю.Ю. Современные аспекты удержания клиентов в банке/Ю.Ю.Платонова, С.Е.Зайченко// Научный журнал КубГАУ, 2012. -№76 (02).
- Vorozhbit O., Danilovskikh T., Kuzmicheva I. Assessment of proper capital sufficiency of regional companies: экономика и управление. 2017. Т. 6. № 2(19)

mercial banks//Mediterranean Journal of Social Sciences. 2015. Vol. 6. № 5 S3. P. 71-77.

- Тавасиев, А.М. Банковское дело. Управление и технологии: учебник / А.М. Тавасиев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, -2015. – 663 с.
- Алиев Б.Х. Деньги, кредит, банки: Учебное пособие / Б.Х. Алиев, С.К. Идрисова, Д.А. Рабаданова.-М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. -288с.
- ПримСоцБанк [Электронный ресурс]//ПримСоцбанк официальный сайт банка-Режим доступа: <https://pskb.com/private>
- Федеральный Закон «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 N-395-1-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс]//СПС «Консультант Плюс». -Режим доступа:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5842.
- Федеральный Закон «О Центральном Банке Российской Федерации (Банке России)» от 10.02.2002 N-86-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс]// СПС «Консультант Плюс». -Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37570/.
- Инструкция Банка России от 03.12.2012 № 139-И «Об обязательных нормативах банков».
- Бондаренко Т.Н., Алехина В.И. Ликвидность коммерческого банка: проблемы и совершеншение методов управления: статья, ВГУЭС. – Владивосток, 2014. – 26 с.
- Кривошапова С.В., Литвин Е.А. Оценка и способы борьбы с мошенничеством с банковскими картами в России//Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. -2015. -№ 4. -С.116-120
- Боровченко А.О., Уксуменко А.А. Рынок кредитования физических лиц в России: современное состояние и проблемы//Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 6-5. С. 920-924.
- Ансофф И. Синергизм и деловые способности компании / И. Ансофф, Э. Кемпбелл, К.С. Лачс // Стратегический синергизм. - СПб.: Питер, 2012. - С. 36-58
- Скоробогатова А.А. Клиентская политика как элемент маркетинговой стратегии: статья, Евразийский Союз Ученых (ЕСУ).-2014. -№9, Ч.7. -137 с.
- Кривошапова С.В., Нехожина Е.А. Актуальные проблемы и перспективы развития ипотечного кредитования в РФ//Современные научные исследования и инновации. 2014. № 11-2 (43) . С. 188-192.
- Замула Е.В., Кузьмичева И.А. Налоговые риски предприятия и пути их минимизации//Международный журнал прикладных Кузьмичева И.А и фундаментальных исследований. -2014. -№ 8 -С. 118 -122.
- Осипов В.И., Андреев Д.Б. Формирование финансовой стратегии корпораций и анализ рисков их деятельности//Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. -2016. -№2. -С. 74-78.
- Экономика сегодня: новые вызовы - новые решения. Башкирцева Д.С., Броварь С.И., Гусев Е.Г., Захарян А.В., Мызникова М.Н., Нехайчук Д.В. Под редакцией Черкесовой Э.Ю. Ставрополь, 2016. Том Книга 3.

Статья поступила в редакцию 18.04.2017.
 Статья принята к публикации 22.06.2017.