

ОБСЛУЖИВАНИЕ КЛИЕНТОВ В БАНКЕ: СОДЕРЖАНИЕ И КРИТЕРИИ КАЧЕСТВА

Ольга Александровна НОВОКРЕЩЕНОВА

преподаватель кафедры управления качеством, Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева,
Саранск, Российская Федерация
nol55@yandex.ru

История статьи:

Принята 25.05.2015

Одобрена 09.06.2015

УДК 336.71

JEL: D19, G21

Ключевые слова: обслуживание, услуга, процесс предоставления услуги, критерии качества, процесс обслуживания в банке

Аннотация

Тема. В статье проведен анализ существующих в научной литературе подходов к определению понятий «обслуживание», «услуга», «предоставление услуги», на основе которого уточнено определение понятия «процесс обслуживания клиентов в банке». С учетом специфики банковской деятельности автором построена схема процесса предоставления банковской услуги, а также разработан подход к выделению критериев качества процесса обслуживания клиентов кредитной организации.

Цели. Целью работы являлось развитие теоретической базы финансового сектора, поскольку в настоящее время в научной литературе отсутствует единое и четкое определение понятия «процесс обслуживания в кредитной организации». Большинство исследований категории «обслуживание» касаются общих вопросов и не затрагивают специфику деятельности банка.

Методология. В работе проведен анализ нормативной литературы (в частности, национальных стандартов) и научных исследований.

Результаты. Уточнено определение понятия «процесс обслуживания клиентов в банке», отражено место данного процесса в общей схеме предоставления услуги клиенту. На основе систематизации существующих в научной литературе подходов к формированию критериев качества обслуживания разработан подход к выделению критериев качества процесса обслуживания клиентов кредитной организации.

Выводы. Сделан вывод о том, что, несмотря на наличие различных подходов к определению понятия «обслуживание», процесс обслуживания клиентов в банке – это один из этапов оказания услуги, проявляющийся в непосредственном (или опосредованном с помощью технических средств) контакте персонала банка с клиентом. Целью данного этапа является удовлетворение потребностей клиента путем предоставления ему конкретных банковских услуг с помощью выполнения одной или совокупности последовательных операций и с использованием банковских технологий. При определении критериев качества процесса обслуживания необходимо выделять количественные (оцениваемые объективно) и качественные (оцениваемые субъективно) характеристики.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2015

Одной из тенденций современного развития банковского сектора являются изменения требований законодательной базы, рынка, а также потребителей к качеству и доступности банковских продуктов. Для этого, в свою очередь, необходима модификация управления основными процессами кредитной организации, поэтому проблема повышения качества обслуживания клиентов становится все более актуальной как для всей банковской отрасли в целом, так и для конкретной организации в частности.

В настоящее время в научной литературе отсутствует единое и четкое определение понятия «процесс обслуживания». Большинство исследований категории «обслуживание» касаются общих вопросов и не затрагивают специфику деятельности конкретных

организаций, поэтому для исследования процесса обслуживания клиентов в кредитной организации целесообразно сначала проанализировать общие тенденции к определению данного термина. Основные подходы к определению категории «обслуживание» представлены в табл. 1.

Таким образом, из представленных в табл. 1 подходов к определению исследуемой категории можно определить следующие группы, трактующие обслуживание как:

- часть сферы услуг;
- оказание услуги и подрядная деятельность;
- область деятельности, состоящая в производстве услуги и доведении ее до потребителя;

Таблица 1

Подходы к определению понятия «обслуживание»

Авторы, источник	Определение	Особенности подхода
К. Хаксевер, Б. Рендер, Р. Рассел, Р. Мердик [1, с. 220]	Типичная операция при личном оказании услуги	Операция при личном оказании услуги
Н.А. Баринов [2, с. 19]	Область деятельности людей, где производятся услуги и осуществляется их доведение до потребителя в целях удовлетворения материальных и духовных потребностей граждан	Область деятельности производства услуг
Н.В. Сирик*	Является собирательной категорией, использующейся для характеристики деятельности, направленной на удовлетворение различных потребностей граждан	Деятельность, направленная на удовлетворение потребностей
В.А. Плетнев ^{2*}	Не только оказание услуг, но и подрядная деятельность, т.е. «обслуживание» есть понятие более широкое, чем «оказание услуг»	Понятие более широкое, чем «оказание услуг»
С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова ^{3*}	Работа по удовлетворению чьих-либо бытовых, текущих или постоянных нужд	Работа по удовлетворению нужд
В.В. Прищепенко [3, с. 13]	Деятельность – это оказание услуг, обслуживание, самообслуживание	Деятельность
Г.В. Деружинский, М.Д. Раецкий [4, с. 33]	Деятельность исполнителя услуги, проходящая при непосредственном контакте с потребителем. Процесс обслуживания обеспечивается средствами производства и персоналом сервисного предприятия	Деятельность при непосредственном контакте с потребителем
Е.В. Рожкова ^{4*}	Та часть сферы услуг, которая характеризуется систематической деятельностью по изменению и поддержанию характеристик объекта услуг в заданном состоянии длительный период времени	Систематическая деятельность по изменению объекта
Современный экономический словарь ^{5*}	Предоставление услуг клиенту за определенную плату	Предоставление услуг за плату
ГОСТ Р 52113-2003 ^{6*}	Деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги	Деятельность при непосредственном контакте с потребителем
ГОСТ Р ИСО 10002-2007 ^{7*}	Взаимодействие организации с потребителем на всех стадиях жизненного цикла продукции	Взаимодействие с потребителем на всех стадиях жизненного цикла продукции

* Сирик Н.В. Договор оказания туристских услуг как средство реализации прав граждан на отдых. URL: <http://center-bereg.ru/fl1240.html>.

^{2*} Плетнев В.А. Понятие договоров авиационного обслуживания // Гражданское право и сфера обслуживания: межвузовский сборник научных трудов. Свердловск: Изд-во Свердловского юридич. ин-та, 1984. 138 с.

^{3*} Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. М.: Азбуковник, 1999. 944 с.

^{4*} Рожкова Е.В. Сферы услуг и обслуживания: о соотношении понятий // Вестник транспорта Поволжья. 2011. № 6 (30). С. 81–84.

^{5*} Райзберг Б.А. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. М.: ИНФРА-М, 2006. 495 с.

^{6*} ГОСТ Р 52113-2003. Услуги населению. Номенклатура показателей качества. Введен в действие 01.07.2004. М.: Стандартинформ, 2003. 22 с.

^{7*} ГОСТ Р ИСО 10002-2007. Менеджмент организации. Удовлетворенность потребителя. Руководство по управлению претензиями в организациях. Введен в действие 01.08.2006. М.: Стандартинформ, 2007. 34 с.

- деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем; сделать вывод, что понятие «обслуживание» тесно связано с понятием «услуга», «оказание услуги» и «предоставление услуги».
- операция при личном оказании услуги.

Выделение данных групп подходов позволяет Анализ существующих подходов к определению

категории «услуга» был проведен в работах В.В. Прищепенко [3, с. 13], Г.В. Деружинского и М.Д. Раецкого [4, с. 33], И.Д. Котлярова¹, И.В. Михалева [5, с. 18], А.В. Яценко [6, с. 122], Т.И. Лазаревой², Д.Г. Поповой³, Л.И. Савинова, Е.Н. Рябовой [7, с. 16].

Отраслевые особенности понятия «услуга» отражены в работах Д.П. Стригуновой [8, с. 7], В.С. Сенина⁴ – в сфере туризма; С.В. Узинской и Л.В. Завьяловой⁵ – в сфере банковской деятельности; Т.Н. Ивлиевой, Е.В. Смолиной [9, с. 25] – в сфере информационных услуг; Д.Г. Поповой⁶, Л.И. Савинова и Е.Н. Рябовой [7, с. 16] – в сфере социальных услуг.

Классификации подходов к определению категории «услуга» представлены в работах Н.Ш. Ватолкиной [10, с. 101] и Н.В. Фадеевой⁷. В частности, Н.Ш. Ватолкина выделяет следующие шесть точек зрения на определение понятия «услуга»: деятельность в целом, действие, продукт труда или благо, товар, результат и процесс [10, с. 101]. Н.В. Фадеева выделяет четыре группы подходов: услуга как процесс, деятельность или взаимодействие; услуга как результат процесса; услуга – одновременно и процесс, и результат процесса. К последней группе были отнесены определения, в которых четко не прослеживается, продукцией или процессом является услуга⁸.

Отсутствие единого подхода к определению категории «услуга» во многом связано с многообразием действий и сфер предоставления услуг. На взгляд автора, наиболее полно характеризующим сущность данной

категории является подход Н.Ш. Ватолкиной, согласно которому услуга является сложным социально-экономическим феноменом, лежащим в основе человеческих взаимоотношений и общественного разделения труда; при определенных условиях она может приобретать товарную форму и являться предметом гражданского оборота [10, с. 109].

Разграничение категорий «оказание услуги» и «обслуживание» представлено в работе К. Хаксевера, Б. Рендера, Р. Рассела, Р. Мердика, которые определяют оказание услуги как любой эпизод, при котором покупатель вступает в контакт с сервисной организацией и получает впечатление о качестве их услуги [1, с. 57]. Процесс оказания услуги, с точки зрения данных авторов, может восприниматься в зависимости от интересов наблюдателя: как социальное взаимодействие, как экономический обмен, как производственный процесс, как контракт между сервисной организацией и покупателем. Обслуживание потребителей является типичной операцией при личном оказании услуг, в то время как основную функцию в большинстве сервисных организаций составляет процесс выполнения – это те действия, которые соединяют систему обслуживания, операции выполнения и поставку фактически существующей услуги клиентам. Следовательно, по мнению данных авторов, обслуживание – это составная часть более широкого понятия «оказание услуги».

Подобный подход к определению понятий «процесс обслуживания», «предоставление услуги», «оказание услуги» содержится и в национальных стандартах. В соответствии с ГОСТ Р 52113-2003 «Услуги населению. Номенклатура показателей качества» процесс обслуживания – это совокупность операций и действий, выполняемых исполнителем услуг при непосредственном контакте с потребителем в процессе оказания (предоставления) услуг⁹.

В соответствии с ГОСТ Р 50646-2012 «Услуги населению. Термины и определения» оказание (предоставление) услуги – это деятельность исполнителя услуги, необходимая для обеспечения выполнения услуги¹⁰, т.е. термины «оказание услуги» и «предоставление услуги» могут использоваться как синонимы.

¹ Котляров И.Д. Сущность услуги как экономического блага // Вестник Омского университета. Сер. Экономика. 2012. № 3. С. 79–86.

² Лазарева Т.И. О соотношении правовых категорий «услуга» и «обслуживание» // Ученые записки Казанского университета. Сер. Гуманитарные науки. 2008. Т. 150. № 5. С. 130–136.

³ Попова Д.Г. Услуга как объект гражданских прав и ее соотношение с категорией «социальная услуга» // Вестник КемГУ. 2012. Т. 1. № 4 (52). С. 351–358.

⁴ Туристские услуги. Туристское обслуживание: сборник нормативно-правовых и информационных материалов / под ред. В.С. Сенина, А.Д. Чудновского. М.: Финансы и статистика, 2005. 224 с.

⁵ Завьялова Л.В., Узинская С.В. Обслуживание физических лиц в коммерческом банке: методологический и организационный аспекты // Вестник Омского университета. Сер. Экономика. 2010. № 1. С. 147–157.

⁶ Попова Д.Г. Услуга как объект гражданских прав и ее соотношение с категорией «социальная услуга» // Вестник КемГУ. 2012. Т. 1. № 4 (52). С. 351–358.

⁷ Фадеева Н.В. Анализ основных дефиниций сферы услуг с позиций процессного подхода к менеджменту качества // Вестник ТГТУ. 2011. Т. 17. № 4. С. 1131–1147.

⁸ Там же.

⁹ ГОСТ Р 52113-2003. Услуги населению. Номенклатура показателей качества. Введен в действие 01.07.2004. М.: Стандартинформ, 2003. 22 с.

¹⁰ ГОСТ Р 50646-2012. Услуги населению. Термины и определения. Введен в действие 01.01.2014. М.: Стандартинформ, 2014. 14 с.

В стандарте ГОСТ ISO 9000-2011 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь»¹¹ отмечается, что предоставление услуги может включать в себя:

- деятельность, осуществленную на поставленной потребителем материальной продукции (например, ремонт неисправного автомобиля);
- деятельность, осуществленную на поставленной потребителем нематериальной продукции (например, составление заявления о доходах, необходимого для определения размера налога);
- предоставление нематериальной продукции (например, информации в смысле передачи знаний);
- создание благоприятных условий для потребителей (например, в гостиницах и ресторанах).

В ГОСТ Р 50646-2012 «Услуги населению. Термины и определения» выделяются следующие этапы оказания услуги:

- 1) обеспечение необходимыми ресурсами;
- 2) технологический процесс исполнения;
- 3) контроль;
- 4) испытание;
- 5) приемка;
- 6) процесс обслуживания.

Основной частью процесса оказания (предоставления) услуги, связанной с изменением состояния объекта услуги, является технологический процесс.

Таким образом, в рассмотренных стандартах понятия «предоставление услуги» и «оказание услуги» являются синонимами. Процесс обслуживания является составной частью более широкого процесса «оказание услуги» наряду с такими этапами, как обеспечение ресурсами, технологическим исполнением услуги, контролем и испытанием, и проявляется в личном контакте сотрудника сервисной организации и клиента. Однако в сфере услуг технологический процесс исполнения услуги может совпадать с процессом обслуживания, поскольку в некоторых ситуациях клиент является непосредственным участником оказания услуги.

¹¹ ГОСТ ISO 9000-2011. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. Введен в действие 01.01.2013. М.: Стандартинформ, 2013. 30 с.

Для каждого банка процесс обслуживания клиентов имеет индивидуальный характер с учетом специфики его деятельности и стратегии развития. Тем не менее можно выделить ряд специфичных для кредитных организаций особенностей обслуживания.

1. Протяженность во времени. Клиент может обслуживаться в кредитной организации длительный период времени, однако его взаимодействие с данной организацией может состоять в нескольких личных контактах с персоналом (например, при подписании договора на продление обслуживания) и в использовании технических средств банка (банкоматов, пунктов выдачи наличных денег).

2. Отсутствие постоянной необходимости нахождения в кредитной организации в момент выполнения банковских операций. Клиенту необходимо присутствовать в банке в момент заключения договора, однако предоставление услуги не заканчивается, когда клиент покидает кредитную организацию. Сотрудники банка продолжают осуществлять работу по удовлетворению потребностей клиента без его личного присутствия в организации. Примером может служить начисление процентов по вкладу, кредиту, обслуживание лицевого или расчетного счета, зарплатные проекты.

3. В некоторых ситуациях клиенту, обратившемуся в банк, отказывают в предоставлении услуги (например, при получении кредита). Тем не менее процесс обслуживания реализуется при оформлении документов на получение кредита, несмотря на последующий отказ в получении услуги.

4. Использование современных технологий в обслуживании клиентов позволяет уменьшить нагрузку на сотрудников банков и облегчить получение услуги для клиента. Использование устройств самообслуживания и систем дистанционного банковского обслуживания сокращает частоту и продолжительность личных контактов клиентов с кредитной организацией.

Таким образом, большинство современных исследований касается в основном подходов, пытающихся на общем теоретическом уровне разграничить и определить взаимосвязь понятий «обслуживание», «услуга», «оказание услуги», «предоставление услуги», в то время как понятие «процесс обслуживания клиентов в банке», его сущность и содержание остается недостаточно исследованным. Тем не менее изучение сущности и особенностей вышеназванных категорий дает

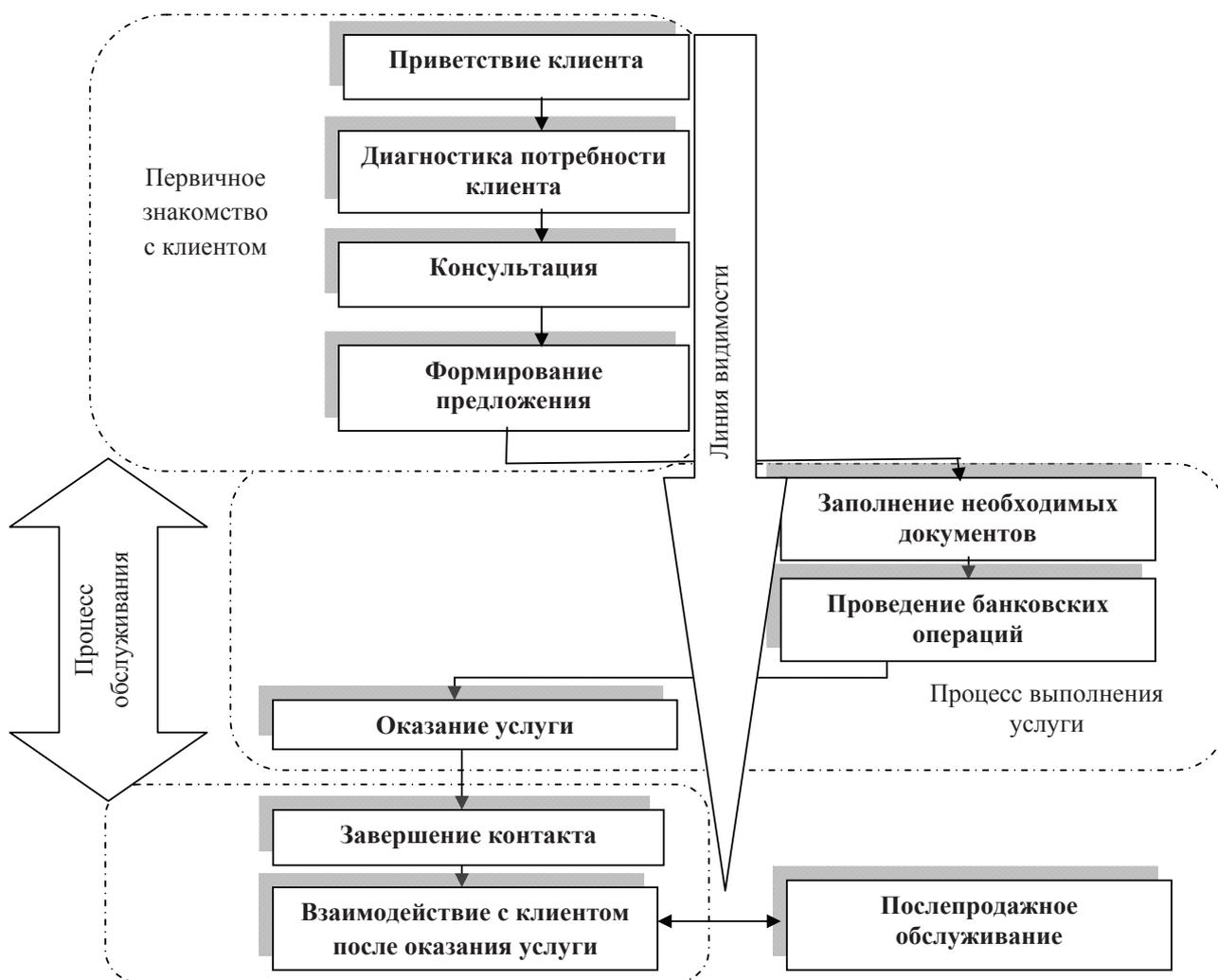
основание уточнить термин «процесс обслуживания в банке», определив его содержание следующим образом. Процесс обслуживания в банке – это этап оказания услуги, проявляющийся в непосредственном (или опосредованном с помощью технических средств) контакте персонала банка с клиентом, целью которого является удовлетворение потребностей клиента путем предоставления ему конкретных банковских услуг с помощью выполнения одной или совокупности последовательных операций и с использованием банковских технологий. Поскольку целью деятельности любой коммерческой организации, в том числе и банка, является получение прибыли, то процесс обслуживания клиентов – это основной бизнес-процесс любого банка, так как именно от результатов обслуживания потребителей будет зависеть его функционирование и успешное развитие.

Состав, сложность и продолжительность процессов обслуживания, присущих тому или иному виду

услуг, зависят в первую очередь от характера объекта услуги, в качестве которого могут выступать как денежные средства (ценные бумаги) клиента или банка, так и информация (в случае, если речь идет о консультационных услугах). Но выявление и рассмотрение этапов процесса обслуживания клиентов в банке достаточно проблематично, поскольку любая, даже небольшая кредитная организация предоставляет клиентам довольно широкий ассортимент банковских услуг, а процессы обслуживания в зависимости от вида услуги также могут быть различной степени сложности. Тем не менее анализ подходов к определению понятия «обслуживание» и учет особенностей банковской сферы позволяют разработать принципиальную схему предоставления банковской услуги в виде последовательных операций (см. рисунок).

Приведенный рисунок позволяет также отразить место процесса обслуживания в общей схеме предоставления услуги клиенту. Согласно схеме,

Схема процесса предоставления банковской услуги



предоставление услуги состоит из нескольких процессов:

- 1) собственно обслуживания (непосредственного контакта потребителя с сотрудниками банка);
- 2) выполнения услуги (оформления необходимых документов и выполнения ряда банковских операций);
- 3) послепродажного обслуживания, предполагающего последующее взаимодействие кредитной организации с клиентами после оказания услуги.

Линия видимости, представленная на рисунке, разграничивает две зоны – видимую и не видимую для клиента. В невидимой зоне осуществляется выполнение услуги – проведение необходимых операций, составление, согласование и подписание документов, а также большая часть послепродажного обслуживания. В видимой зоне осуществляется процесс обслуживания – непосредственное взаимодействие сотрудника кредитной организации с клиентом. Находясь в данной зоне, клиент оценивает качество обслуживания и предоставления банковской услуги в целом. Требования к качеству обслуживания формируются каждым потребителем услуги, и удовлетворенность качеством услуги будет зависеть от того, в какой степени, по мнению потребителя, они (требования) соответствуют своему назначению. При этом к каждому конкретному виду услуг и конкретной сервисной организации потребитель будет предъявлять свои специфические претензии. Требования потребителя к качеству продукта в общем виде можно определить как выражение определенных потребностей, которые участвуют в формировании отношений пригодности продукта для целей потребителя. Очевидно, что критерии качества обслуживания с точки зрения потребителя будут разными.

Оценить качество услуги гораздо сложнее, чем качество товаров, поскольку клиент воспринимает не только результат услуги, но становится соучастником ее оказания¹². Качество услуги следует понимать как синтез таких показателей, как качество используемых для производства услуги технических средств и других материальных объектов, а также уровень оказываемого клиенту сервиса. Причем последний показатель является решающим в оценке клиентом качества обслуживания в организации [11, с. 20].

¹² Ватолкина Н.Ш. Управление качеством в сфере услуг: учебно-методическое пособие. Саранск: 2006. 80 с.

Проблема определения критериев качества обслуживания достаточно широко обсуждается в научной сфере. Существуют различные подходы к определению критериев качества обслуживания в различных сферах деятельности. При этом большинство авторов рассматривают критерии качества обслуживания совместно с критериями качества услуг в целом. Содержание основных подходов к этому вопросу представлено в табл. 2.

Большая часть подходов, представленных в табл. 2, устанавливает критерии, по которым клиент оценивает качество отдельных элементов обслуживания, таких как персонал (его квалификацию, профессиональные навыки и умения), физическое окружение (внешнее и внутреннее оформление здания, наличие информационных материалов). Однако ряд подходов содержит как критерии качества обслуживания, так и критерии качества услуг, например безопасность и надежность результата услуги. Таким образом, оценить качество обслуживания гораздо сложнее, чем качество товара, поскольку клиент одновременно воспринимает результат услуги и сам участвует в процессе ее оказания, оценивая, таким образом, процесс обслуживания и результат услуги.

На основе результатов проведенного анализа критериев качества обслуживания можно предложить следующий подход, согласно которому все перечисленные выше критерии будут разделены на две группы: количественные (которые потребитель может оценить объективно) и качественные (по которым он может дать только субъективную оценку). Такой подход к определению критериев оценки качества процесса обслуживания представлен в табл. 3.

Количественные и качественные характеристики оценки качества обслуживания потребителями должны постоянно изучаться, оцениваться и контролироваться организацией – производителем услуг (в данном случае банком). Если эти характеристики не будут отвечать изменяющимся запросам клиентов, то организации необходимо вносить существенные изменения в способ или процесс обслуживания потребителей.

Таким образом, по результатам проведенного исследования содержания и критериев качества обслуживания клиентов в банке можно утверждать, что процесс обслуживания в банке – это один из этапов оказания услуги, проявляющийся в непосредственном (или опосредованном с помощью технических средств) контакте персонала

Таблица 2

Подходы к формированию критериев качества обслуживания

Авторы, источник	Критерии	Содержание критериев
А. Парасурман, В. Цейтамль, Л.А. Бери [1, с. 123]	Материальность. Надежность. Отзывчивость. Уверенность. Сопереживание	Восприятие помещений, оборудования, внешнего вида персонала и других физических свидетельств услуги. Способность выполнить обещанные услуги точно и основательно. Желание помочь клиенту, быстрое оказание услуги. Воспринимаемая компетентность и вежливость персонала. Формируемое доверие компании и персонала к себе. Безопасность услуг. Доступность (физический и психологический контакт с сотрудниками должен быть легким и приятным), коммуникативность (фирма информирует потребителей об услугах на понятном им языке), понимание (стремление лучше понять специфические потребности клиента и приспособиться к ним)
И.А. Романов*	Материальное качество. Нематериальное качество. Психологическое качество. Время обслуживания	Заметные для потребителя качество приобретаемой продукции, ресторанного питания, отделки номеров в гостиницах, срок службы запасных деталей и т.д. Заметные для потребителя достоверность рекламных объявлений, отсутствие ошибок при составлении различной документации и т.д. Гостеприимство, вежливость, обходительность и т.д. Время, затраченное на предоставление услуги
К.Б. Зельцерман, Е.А. Скриптунова ^{2*}	Процедурная сторона. Персональная сторона	Спектр услуг, процедура их предоставления, технические характеристики качества, быстрота, эффективность, надежность, соответствие стандартам качественного обслуживания, процедуры взаимодействия с клиентом, послепродажное обслуживание. Приветливость, стремление продавца помочь клиенту, умение продавца слушать, «читать» клиента, ориентированность продавца на потребности клиента, навыки презентации, навыки работы с претензиями, трудными клиентами, умение получать обратную связь от клиента
Т.А. Пономарева, М.С. Супрягина ^{3*}	Пространственные показатели. Информационные показатели. Профессиональные показатели. Претензионные показатели	1. Характеризуют «качество окружающей среды» услуги или условия ее предоставления (внешнее оформление здания, внутреннее оформление помещения). 2. Характеризуют информационную обеспеченность клиентов (информация о деятельности точки продаж, информация об услугах, оформление информационных материалов). 3. Характеризуют уровень сервиса, предлагаемый клиентам (уровень профессиональной подготовки и квалификации персонала). Могут быть использованы для оценки характеристик по п. 1–3 и как самостоятельная группа показателей в виде системы сбора и обработки информации по отзывам и претензиям клиентов
Б. Андерсен [12, с. 102]	«Твердые» и «мягкие» показатели. Финансовые и нефинансовые показатели. Меры результата и меры процесса. Меры, определяемые в соответствии с целью	«Твердые» меры – это чистые факты, которые можно измерить непосредственно. «Мягкие» меры – это менее осязаемые вещи, которые приходится оценивать косвенно, т.е. это, по сути, количественные меры и качественные меры. Финансовые показатели – это основные и производные показатели, которые имеют непосредственно финансовый характер и/или используют денежные значения как единицу измерения. Нефинансовые показатели – общий знаменатель всех показателей, единица измерения которых не может быть денежной. Эти показатели могут быть как прямыми, так и косвенными. Эти два подхода часто используют, чтобы показать различие между западным и японским образом мышления, когда дело касается менеджмента. Западная культура менеджмента ставит на первое место результат и соответствующие меры результата, и именно поэтому

Окончание табл. 2

Авторы, источник	Критерии	Содержание критериев
		использует количественные системы, основанные на измерении достижений. В соответствии с традиционным японским пониманием наиболее важный аспект – это ведение процесса в достойной манере, что в свою очередь приводит к желаемому результату. Существует способ классификации типов показателей, учитывающий цель, с которой используется тот или иной показатель. Выделяют три их основных типа: меры результата, диагностические меры, меры компетенции
Р. Исаев [13, с. 9]	Внешние атрибуты. Внутренние атрибуты. Персонал офиса	Наружное оформление офиса, расположение в городе, прилегающая к офису территория, график работы офиса. Обустройство и интерьер офиса (общее оформление и отделка, план (схема) офиса, зона ожидания клиентов, зона обслуживания клиентов, зона 24Ч7, удобство, функциональность, информационные стенды и материалы, безопасность и охрана офиса, современные и информационные технологии). Организация работы офиса и прочие атрибуты (наличие очередей, чистота, тишина, порядок в офисе, микроклимат в офисе, возможность и удобство посещения офиса с детьми). Внешний вид, манера общения с клиентами, наличие и доступность консультанта для клиента
ГОСТ Р 52113-03 Услуги населению. Номенклатура показателей качества ^{4*}	Показатели назначения услуг. Показатели безопасности. Показатели надежности. Показатели профессионального уровня персонала	Показатели назначения услуг характеризуют набор свойств услуги, определяющий качество выполнения функций, для которых она предназначена. Показатели безопасности характеризуют безопасность результата и процесса предоставления услуг для жизни, здоровья, имущества граждан и окружающей среды. Показатели надежности характеризуют свойства надежности и стойкости к внешним воздействиям результата услуги, помехозащищенности результата и процесса оказания услуги, надежности предоставления услуги потребителю. Показатели профессионального уровня персонала организации (исполнителя услуг) включают 3 подгруппы: уровень профессиональной подготовки и квалификации; способность к руководству (для руководителей предприятий, менеджеров, метрдопелей и др.); знание и соблюдение профессиональной этики поведения

^{*} Романов И.А. Международные стандарты качества предоставления услуг: общий подход к развитию проблемы. URL: <http://quality.eur.ru/MATERIALY4/ms-uslug.htm>.

^{2*} Зельцерман К.Б., Скриптунова Е.А. Система оценки качественного обслуживания стратегических клиентов. URL: <http://axima-consult.ru>.

^{3*} Пономарева Т.А., Супрягина М.С. Качество услуг: качественные параметры оценки. URL: <http://lexgroup.ru>.

^{4*} ГОСТ Р 52113-2003. Услуги населению. Номенклатура показателей качества. Введен в действие 01.07.2004. М.: Стандартинформ, 2003. 22 с.

Таблица 3

Критерии качества процесса обслуживания клиентов кредитной организации

Характеристики	Критерии качества процесса обслуживания
Количественные	Численность обслуживающего персонала, время ожидания обслуживания, продолжительность процесса обслуживания
Качественные	Предоставление информации в достаточном объеме на сайте и в структурном подразделении банка, компетентность персонала, понятное изложение информации, вежливость персонала, способность к реагированию и контактам, эстетичность и удобство обстановки

банка с клиентом. Целью данного этапа является удовлетворение потребностей клиента путем предоставления ему конкретной банковской услуги с помощью выполнения одной или совокупности последовательных операций и с использованием банковских технологий. При определении критериев качества процесса обслуживания клиентов кредитной организации целесообразно выделять две группы характеристик: количественные (численность обслуживающего персонала, время ожидания обслуживания, продолжительность процесса обслуживания) и качественные (предоставление информации в достаточном объеме на сайте и в структурном подразделении банка, компетентность персонала, понятное изложение информации, вежливость персонала, способность к реагированию и контактам, эстетичность и удобство обстановки).

Список литературы

1. *Хаксевер К., Рендер Б., Рассел Р., Мердик Р.* Управление и организация в сфере услуг. СПб: Питер, 2002. 752 с.
2. *Баринов Н.А.* Услуги. Саратов: Надежда, 2003. 224 с.
3. *Прищепенко В.В.* Семантика, дефиниции и соотношение понятий «продукт», «товар», «услуга» // Маркетинг в России и за рубежом. 2001. № 2. С. 12–20.
4. *Деружинский Г.В., Раецкий М.Д.* Теоретико-методологические аспекты понятий «услуга», «обслуживание», «сервис» как экономических категорий // Terra Economicus. 2011. Т. 10. № 1-2. С. 30–36.
5. *Михалев И.В.* Методологические подходы к определению и структуре сферы услуг // Сервис в России и за рубежом. Электронный журнал. 2012. № 10. С. 12–23. URL: http://old.rguts.ru/electronic_journal/number37/contents.
6. *Яценко А.В.* Услуга. Устоявшаяся терминология и допущения в работах российских и зарубежных авторов // Вестник академии. 2007. № 1. С. 120–122.
7. *Савинов Л.И., Рябова Е.Н.* Теоретические подходы к содержанию понятия «услуга» // Сервис PLUS. 2010. № 3. С. 14–19.
8. *Стригунова Д.П.* Соотношение понятий «услуга» и «обслуживание» в сфере туризма // Туризм: право и экономика. 2005. № 5. С. 5–8.
9. *Ивлиева Т.Н., Смолина Е.В.* Книги ...напрокат? Что такое «библиотечная услуга» и «библиотечное обслуживание» // Библиотечное дело. 2005. № 5. С. 24–26.
10. *Ватолкина Н.Ш.* Услуга – социально-экономический феномен и объект управления // Проблемы теории и практики управления. 2011. № 3. С. 101–109.
11. *Варьяш И.Ю.* Индикаторы ожидаемой экономической активности: 2010–2011 гг. // Банковское дело. 2010. № 7. С. 16–21.
12. *Андерсен Б.* Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования. М.: Стандарты и качество, 2005. 432 с.
13. *Исаев Р.А.* Способы обеспечения и улучшения качества обслуживания клиентов банка // Методы менеджмента качества. 2011. № 6. С. 4–11.

CUSTOMER SERVICE IN BANKING: CONTENT AND QUALITY CRITERIA

Ol'ga A. NOVOKRESHCHENOVA

Ogarev Mordovia State University, Saransk, Republic of Mordovia, Russian Federation
nol55@yandex.ru

Article history:

Received 25 May 2015
Accepted 9 June 2015

JEL classification: D19, G21

Keywords: maintenance, service, servicing process, quality criteria, bank

Abstract

Importance The research analyzes scientific literature and existing definitions of such concepts as *servicing, service, delivery of service* to specify the definition of *the customer servicing process in banking*. Considering the specifics of banking, I constructed a banking service delivery graph and devised an approach to setting up the customer service quality criteria for the credit institution.

Objectives The objective of the research is to develop a theoretical framework of the financial sector. Since currently scientific literature fails to provide a single and clear definition of *the customer servicing process in the credit institution*. Most of researches into the *servicing* category deal with generic issues without going deeper into the specifics of banking activities.

Methods The research relies upon an analysis of regulatory literature and my own researches.

Results As a result of the research, I clarify the concept of *the customer servicing process in banking* and point where this process is located within the general process of customer servicing. Having systematized the existing approaches to formulating the service quality criteria as they are given in scientific literature, I elaborated my own approach to setting up the *customer servicing quality criteria for the credit institution*.

Conclusions and Relevance I conclude that, notwithstanding various approaches to the definition of servicing, the customer servicing process in banking constitutes one of service delivery steps when banking personnel directly (or indirectly via technological means) communicates with the customer. When determining the servicing process quality criteria, quantitative (unbiased) and qualitative (biased) characteristics should be taken into account.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2015

References

1. Haksever C., Render B., Russel R., Murdick R. *Upravlenie i organizatsiya v sfere uslug* [Service Management and Operations]. St. Petersburg, Piter Publ., 2002, 752 p.
2. Barinov N.A. *Uslugi* [Services]. Saratov, Nadezhda Publ., 2003, 224 p.
3. Prishchepenko V.V. Semantika, definitsii i sootnoshenie ponyatii “produkt”, “tovar”, “usluga” [Semantics, definitions and correlation of the concepts “product”, “goods”, “service”]. *Marketing v Rossii i za rubezhom = Marketing in Russia and Abroad*, 2001, no. 2, pp. 12–20.
4. Deruzhinskii G.V., Raetskii M.D. Teoretiko-metodologicheskie aspekty ponyatii “usluga”, “obslyuzhivanie”, “servis” kak ekonomicheskikh kategorii [Theoretical and methodological aspects of the terms “services”]. *TERRA ECONOMICUS*, 2012, vol. 10, no. 1-2, pp. 30–36.
5. Mikhalev I.V. [Methodological approaches to the service sector definition and structure]. *Servis v Rossii i za rubezhom*, 2012, no. 10, pp. 12–23. (In Russ.) Available at: http://old.rguts.ru/electronic_journal/number37/contents.
6. Yatsenko A.V. *Usluga. Ustoyavshayasya terminologiya i dopushcheniya v rabotakh rossiiskikh i zarubezhnykh avtorov* [Service. The existing terminology and assumptions as given in the proceedings of Russian and foreign authors]. *Vestnik akademii = Academy's Herald*, 2007, no. 1, pp. 120–122.
7. Savinov L.I., Ryabova E.N. Teoreticheskie podkhody k sodержaniyu ponyatiya “usluga” [Theoretical approaches to the concept of service]. *Servis PLUS = Service PLUS*, 2010, no. 3, pp. 14–19.
8. Strigunova D.P. Sootnoshenie ponyatii “usluga” i “obslyuzhivanie” v sfere turizma [Correlation of the concepts “services” and “servicing” in tourism]. *Turizm: pravo i ekonomika = Tourism: Law and Economy*, 2005, no. 5, pp. 5–8.

9. Ivlieva T.N., Smolina E.V. Knigi ...naprokat? Chto takoe “bibliotechnaya ushuga” i “bibliotechnoe obsluzhivanie” [Borrowable books? What is a library service and library servicing?]. *Bibliotechnoe delo = Librarianship*, 2005, no. 5, pp. 24–26.
10. Vatolkina N.Sh. Ushuga – sotsial’no-ekonomicheskii fenomen i ob’ekt upravleniya [Service is a socio-economic phenomenon and a target of management]. *Problemy teorii i praktiki upravleniya = Problems of Theory and Practice of Management*, 2011, no. 3, pp. 101–109.
11. Var’yash I.Yu. Indikatory ozhidaemoi ekonomicheskoi aktivnosti: 2010–2011 gg [Expected economic activity indices for 2010–2011]. *Bankovskoe delo = Banking*, 2010, no. 7, pp. 16–21.
12. Andersen B. *Biznes-protsessy. Instrumenty sovershenstvovaniya* [Business Process Improvement Toolbox]. Moscow, Standarty i kachestvo Publ., 2005, 432 p.
13. Isaev R.A. Sposoby obespecheniya i uluchsheniya kachestva obsluzhivaniya klientov banka [Methods for ensuring and improving the customer service quality in the bank]. *Metody menedzhmenta kachestva = Quality Management Methods*, 2011, no. 6, pp. 4–11.