

УДК 368.021

¹*М.Н. Степанова*, ²*С.А. Халетская*

¹ Байкальский государственный университет, Иркутск, email: StepanovaMN@bgu.ru

² Иркутский государственный университет путей сообщения, Иркутск,
email: khaletskaya@mail.ru

ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА В СФЕРЕ ОКАЗАНИЯ СТРАХОВЫХ УСЛУГ

Ключевые слова: оценка качества услуг, страховые услуги, качество страхования, методы оценки качества, оценка качества страхования.

Материал направлен на отражение особенностей практической реализации оценки качества в сфере страховых услуг, демонстрацию содержания процедуры сопутствующего анализа и количественного измерения качественных характеристик. Конечная цель исследования связывалась с практической апробацией методик оценки качества страховых услуг и обслуживания клиентов, позволяющих делать вывод о проблемных зонах операционного взаимодействия со страхователями. В качестве объекта наблюдения выбрана страховая компания, занимающая топовые позиции на конкурентном рынке страховых услуг.

¹*M.N. Stepanova*, ²*S.A. Khaletskaya*

¹ Baikal State University, Irkutsk, email: StepanovaMN@bgu.ru

² Irkutsk State Transport University, Irkutsk, email: khaletskaya@mail.ru

PRACTICAL ASPECTS OF QUALITY ASSESSMENT IN THE FIELD OF INSURANCE SERVICES

Keywords: service quality assessment, insurance services, insurance quality, quality assessment methods, insurance quality assessment.

The material is aimed at reflecting the specifics of the practical implementation of quality assessment in the field of insurance services, demonstrating the content of the procedure for accompanying analysis and quantitative measurement of qualitative characteristics. The ultimate goal of the study was associated with the practical testing of methods for assessing the quality of insurance services and customer service, which allow us to conclude about problem areas of operational interaction with policyholders. An insurance company that occupies top positions in the competitive insurance market has been selected as an object of observation.

В настоящее время особенности оценки качества в сфере страхования начинают находить все более активное отражение в специализированных источниках и научной литературе, что обусловлено как социальной значимостью страхования, так и высоким интересом практиков к вопросам квалитетрии. Особый интерес представляют наработки М. В. Карповой [1], В. В. Меркуловой [2; 3], О. В. Нарезневой [4], Л. Б. Ситдиковой [5], С. М. Степановой, И. А. Смирновой, Н. П. Широковой [6], исследования которых были направлены на выбор и обоснование наиболее точных критериев качества страховой услуги и обслуживания клиентов страховых компаний, а также поиск наиболее «удачных» методик количественной оценки качества.

Цель исследования

Цель данной статьи – соединив полученные к данному времени отдельные практико-ориентированные результаты теоретических исследований в области измерения качества страховых услуг, апробировать их применение на примере конкретного страховщика и дать соответствующую оценку.

Объекты и методы исследования

Объект наблюдения – компания, оказывающая страховые услуги, объект исследования – качество оказываемых страховых услуг. В качестве основных методов исследования выбраны предварительный контент-анализ публикаций, отражающих вопросы оценки качества страховых услуг; обобщение и систематизация практического матери-

ала, его анализ; графическая интерпретация; анкетирование. В ходе исследования авторы обращались к таким специальным методам оценки качества услуг, как метод экспертных оценок и метод SERVQUAL.

Результаты исследования

Оценка качества страховых услуг проводилась на примере действующей страховой компании, условно обозначенной авторами аббревиатурой «ГРС» с целью сохранения конфиденциальности данных, имеющих коммерческий интерес.

Для целей оценки качества страхового обслуживания и оказываемых услуг были использованы только те индикаторы из предложенных в отмеченных ранее публикациях, которые подлежали количественной оценке в условиях ограниченности доступа к управленческим данным – они приведены в таблице 1.

Данный этап работы позволил получить следующие выводы. Согласно приведенным данным, в анализируемом периоде росла доля перезаключаемых договоров (с 72,4% в 2021 г. до 78,4% в 2023 г.), что свидетельствует и о повышении лояльности клиентов: изменение на 6 п. п. связано с улучшением условий обслуживания и углублением внедрения цифровых сервисов в деятельность компании, упрощающих процесс автоматической пролонгации договоров. Заметно увеличилось значение коэффициента внедрения инноваций: с 0,684 до 0,741 (динамика данного показателя коррелирует с активной цифровизацией процессов и ориентацией на удобство онлайн-страхования). Сократилось среднее время обслуживания одного клиента (с 24 до 18 минут), что указывает на повышение оперативности и эффективности работы с клиентами и является признаком улучшения качества оказываемых услуг. Между тем, на одном из самых массовых и вместе с тем «проблемных» сегментах ситуация остается не самой лучшей: индикатор потребительского риска в сфере ОСАГО в 2022 г. и 2023 г. демонстрирует превышение количества клиентских жалоб на 10 тыс. заключенных договоров над уровнем значения 2021 года – это привело к снижению позиций компании в со-

ответствующем ренкинге страховщиков, что свидетельствует о снижении клиентской удовлетворенности в сегменте с активным потребительским спросом, что может быть транслировано страхователями и на другие области страховой деятельности данного страховщика. Хотя в краткосрочном срезе это пока своего отражения не нашло: место компании в рейтинге лояльности «ФинУслуги» даже несколько улучшилось – за три года компания поднялась с 6 до 3 места. Несколько снизилась частота судебных разбирательств, что отражает не просто уменьшение количества спорных ситуаций, требующих судебного урегулирования, но и повышение качества взаимодействия с клиентами в разрешении конфликтов.

Таким образом, оценка значений индикаторов качества, выбранных для целей анализа, позволяет сделать предварительный общий вывод о положительных изменениях в деятельности компании, связанных с интеграцией цифровых технологий, улучшением сервиса и реализацией клиентоориентированного подхода. Данные инициативы страховщика привели к таким изменениям в обслуживании клиентов, как развитие телемедицины, большей доступности страхования в режиме онлайн, что особенно важно для жителей удаленных регионов, внедрению инновационных продуктов. Однако, отметим, что полученные результаты носят очень общий характер и не позволяют выявить конкретные проблемные зоны в оказании услуг и причины их возникновения.

Более глубокую оценку качества страховых услуг позволяет провести методика, предложенная С. М. Степановой, И. А. Смирновой и Н. П. Широковой. Она основана на экспертном оценивании ряда характеристик, имеющих отношение к услугам (так называемых «факторов качества»), с определением итогового интегрального показателя, значение которого позволяет отнести качество предоставляемых страховщиком услуг к определенному уровню от высокого и умеренно высокого до низкого [8, с. 25]. Представим особенности ее применения на примере выбранной для целей исследования страховой компании (табл. 2).

Таблица 1

Отдельные показатели, характеризующие качество услуг «ГРС» в 2021–2023 гг.

Показатели качества	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Доля пролонгированных договоров к общему числу договоров страхования, %	72,4	73,5	78,4
Коэффициент внедрения инноваций (отношение числа заключенных договоров страхования посредством сети интернет к общему числу договоров)	0,684	0,723	0,741
Среднее время обслуживания одного клиента, мин.	24	22	18
Индикатор потребительского риска (на примере ОСАГО), ед.	0,15860	0,37053	0,30619
Место в ранкинге страховщиков по уровню жалоб (на примере ОСАГО), место	19	9	11
Место в рейтинге лояльности «ФинУслуги»	6	4	3
Частота судебных разбирательств, %	0,0082	0,0098	0,0077

Примечание: составлено по данным [2; 3; 7; 8].

Таблица 2

Оценка качества страховых услуг «ГРС» в 2021–2023 гг. по методике С.М. Степановой, И. А. Смирновой и Н. П. Широковой, баллы

Факторы качества	Значимость (d_i)	2021 г.		2022 г.		2023 г.	
		k_i	$k_i \cdot d_i$	k_i	$k_i \cdot d_i$	k_i	$k_i \cdot d_i$
Оптимальность соотношения цена-качество	0,152	5	0,76	5	0,76	5	0,76
Имидж и репутация страховщика	0,152	5	0,76	5	0,76	5	0,76
Финансовое положение и рейтинг страховой компании	0,121	5	0,61	4	0,48	5	0,61
Компетентность и профессионализм персонала	0,121	5	0,61	5	0,61	5	0,61
Доброжелательность и культура обслуживания	0,091	4	0,36	4	0,36	4	0,36
Менеджмент качества добросовестного выполнения обязательств	0,121	4	0,48	5	0,61	5	0,61
Полнота предоставленной информации и ее достоверность, условия страхования	0,152	4	0,61	4	0,61	5	0,76
Местонахождение офиса, возможность получения полного пакета услуг	0,091	5	0,46	5	0,46	5	0,46
Сумма	–	–	4,64	–	4,64	–	4,91
Интегральный показатель качества страховых услуг (Q)	–	0,928		0,928		0,983	

Примечание: в таблице k_i – значение i -го показателя; d_i – вес i -го показателя.

Визуализация происходящих в компании изменений представлена на рисунке 1.

Согласно градации, предложенной авторами данной методики, компания на протяжении всего периода исследования демонстрировала высокое качество оказываемых услуг: стабильно высокие оценочные значения по большинству факторов подтверждают успешную работу страховщика, направленную на обеспечение достойного уровня

удовлетворенности своих клиентов; небольшие колебания в значениях отдельных показателей указывают на области с потенциалом дальнейшего совершенствования.

Согласно полученным результатам, в течение трех лет оставалась стабильно высокой оптимальность соотношения «цена-качество», что является показателем успешной ценовой политики и общей удовлетворенности потребностей клиентов.



Рис. 1. Визуализация результатов оценки качества услуг «ГРС» в 2021–2023 гг.

Таблица 3

Критерии оценки воспринимаемого качества обслуживания

Маркер качества	Используемые критерии оценки
Материальность, осязаемость	1. Наличие современной оргтехники и оборудования. 2. Состояние офиса страховой компании. 3. Внешний вид сотрудников страховой компании. 4. Качество информационных материалов (буклетов, проспектов)
Надежность	5. Соблюдение условий о сроках исполнения услуги (заключение сделки, осуществление страховых выплат). 6. Недопущение сотрудниками компании технических (операционных) ошибок и неточностей. 7. Репутация страховщика. 8. Исполнительность сотрудников. 9. Искренность отклика на решение клиентских проблем. 10. Дисциплинированность сотрудников страховой компании
Отзывчивость	11. Оперативность оказания услуг сотрудниками компании. 12. Помощь в решении клиентских проблем. 13. Быстрое реагирование на просьбы и обращения клиентов. 14. Атмосфера доверия и взаимопонимания между клиентами и сотрудниками страховой компании
Убедительность	15. Ощущение безопасности во взаимодействии со страховщиком. 16. Обоснованная убедительность в построении партнёрских отношений, вежливость сотрудников компании. 17. Ощущение поддержки сотрудников компании со стороны ее руководства
Эмпатия (в отдельных источниках – сопереживание)	18. Индивидуальный подход к страхователю. 19. Участие сотрудников в решении проблем страхователей и выгодоприобретателей. 20. Понимание сотрудниками компании потребностей страхователей. 21. Клиентоориентированность. 22. График работы страховой компании

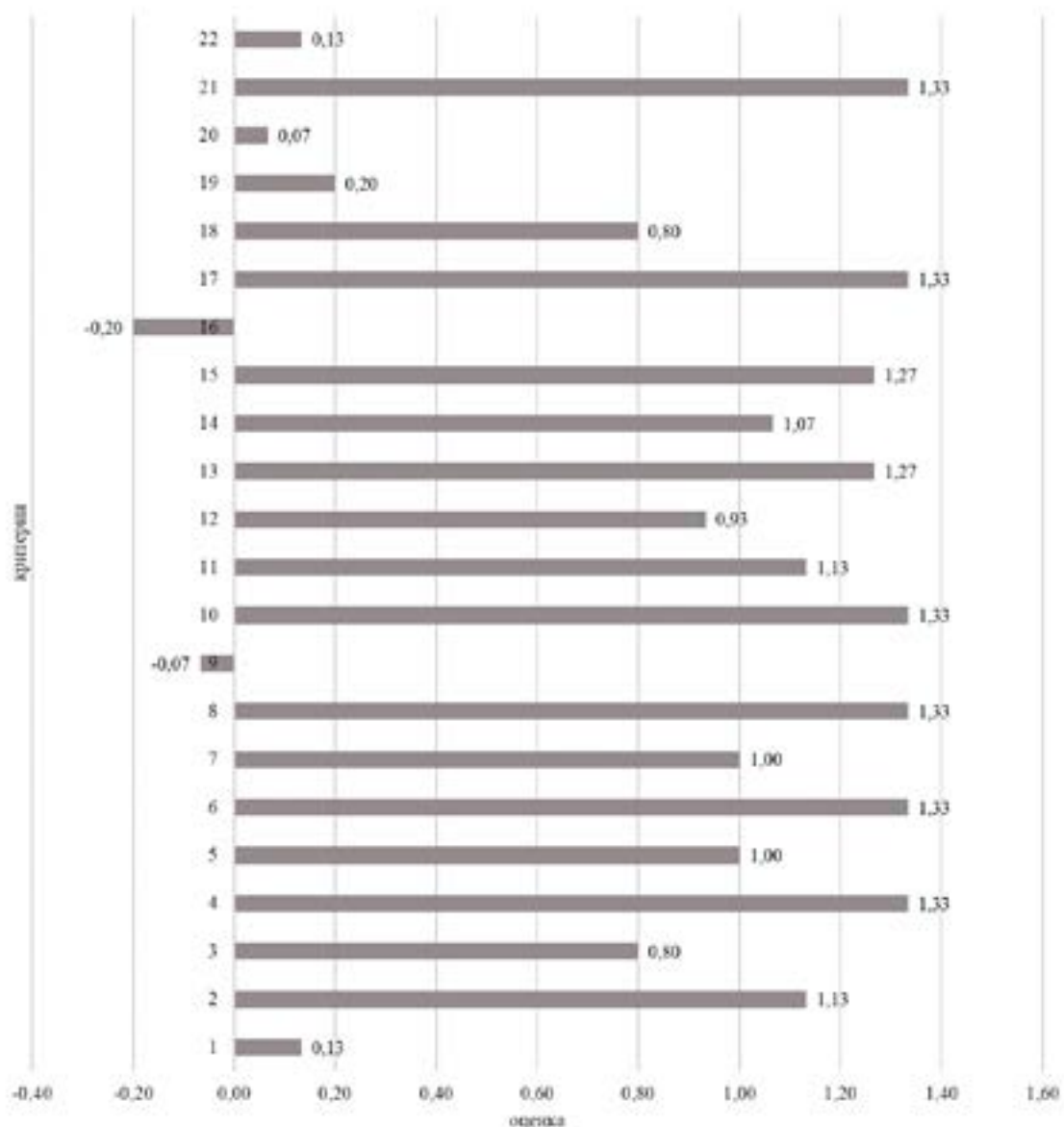


Рис. 2. Средняя оценка показателей качества обслуживания (на примере регионального офиса страховщика), методика SERVQUAL

На отличном уровне сохранялись имидж и реноме компании, свидетельствующие о ее стабильном восприятии как надежного страховщика с хорошей репутацией на рынке, компетентность и профессионализм персонала. Однако доброжелательность и культура обслуживания, оцениваемые в 4 балла, еще не столь высоки, чтобы зафиксировать абсолютную эмпатию по отношению к обратившимся в компанию страхователям и бенефициарам.

В анализируемом периоде небольшое ухудшение демонстрировало финансовое положение страховой компании и определяемая им рейтинговая позиция, что отражало определенные финансовые трудности, связанные с общей макроэкономической нестабильностью и усилением санкционного давления на российский финансовый сектор. Однако возврат к прежнему уровню соответствующее «проедание» нивелировал.

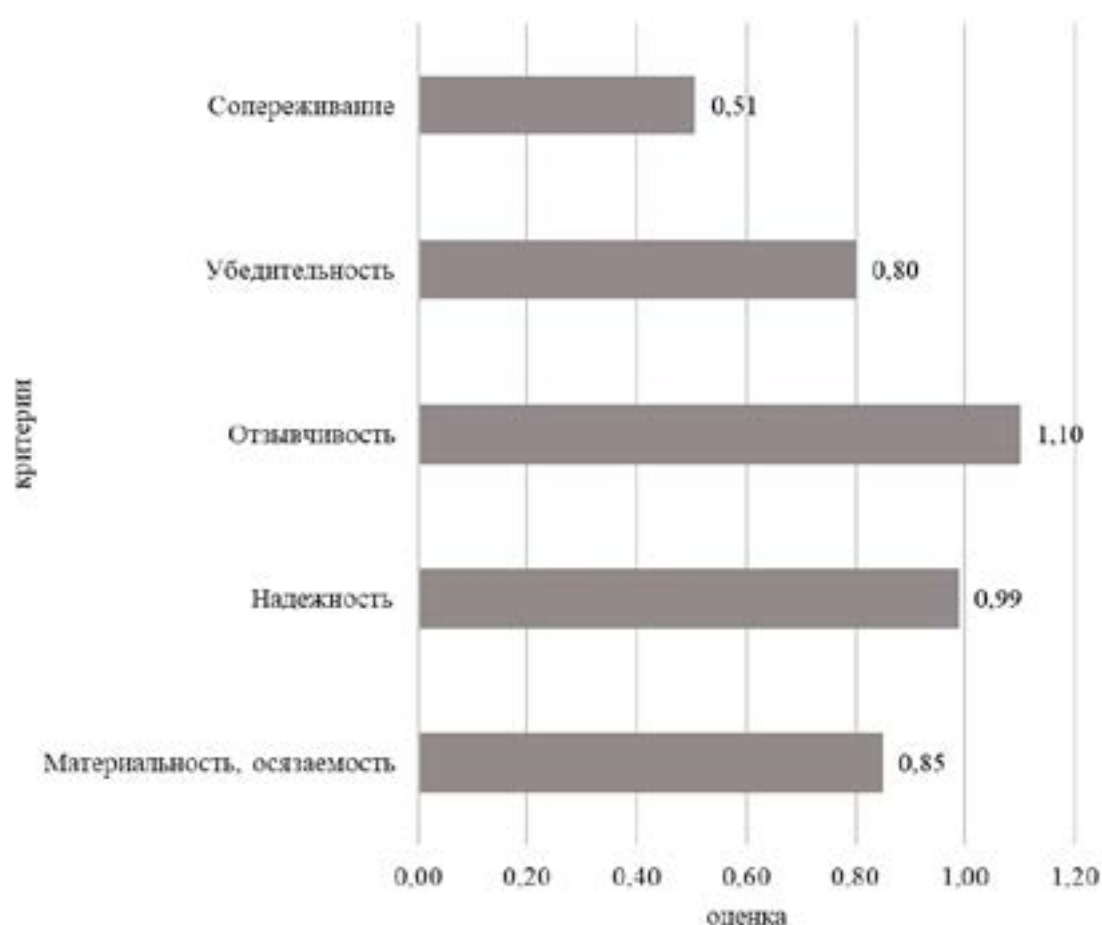


Рис. 3. Оценка показателей качества обслуживания по агрегированным группам (на примере регионального офиса страховщика), методика SERVQUAL

Таблица 4

Уровни «разрывов» в клиентском восприятии качества услуги в региональном офисе страховщика

Уровень разрыва	Содержание
Надежность (критерий 9)	Сотрудники офиса иногда не проявляют гибкости в вопросах помощи клиентам, особенно когда посетители обращаются с просьбой совершить телефонный звонок с номера компании или вызвать такси
Убедительность (критерий 16)	Руководство офиса четко осознает ожидания клиентов относительно качества обслуживания и формулирует конкретные требования к сотрудникам, однако не все сотрудники всегда могут или стремятся соответствовать установленным стандартам

Среди положительных тенденций особо обращает на себя оценка менеджмента качества исполнения обязательств, свидетельствующая о возрастании эффективности процессов управления качеством урегулирования страховых претензий и осуществления

страховых выплат, а также обеспечиваемая страховщиком полнота представляемой информации и ее достоверность.

Дополняет проводимую оценку исследование качества обслуживания клиентов. Для этого возможно обратиться к наиболее распространенной в миро-

вой практике методике SERVQUA, используемой в сфере услуг. Она ориентирована на субъективную оценку удовлетворенности клиентов услугами компании, основанную на восприятии ими пяти ключевых маркеров, касающихся обслуживания: материальные элементы, надежность, отзывчивость, уверенность и эмпатия [7, с. 72], и предполагает обработку ответов клиентов на ряд стандартных вопросов, позволяющих проработать основные критерии качественного обслуживания. В варианте, адаптируемом под деятельность страховой компании, они могут выглядеть следующим образом (табл. 3).

Особенно полезна эта методика может быть для оценки качества обслуживания в удаленных офисах, филиалах и представительствах, где управленческий контроль обслуживания несколько затруднен. Так, в частном случае объектом исследования может быть качество обслуживания в филиалах «ГРС». Самое исследование предполагало личный опрос обратившихся за страховой защитой в Иркутский офис «ГРС» (метод – анкетирование, период – второй квартал 2024 года), на основе которого в соответствии с методикой SERVQUAL оценке подлежали полученные ответы, позволившие проработать критерии качественного обслуживания (табл. 3). В оценке использовалась семибалльная шкала, где значение 7 указывало на полное согласие с утверждением, значение 1 – на полное несогласие. Промежуточные значения от 2 до 6 баллов выражали вариативные уровни согласия или несогласия с заявленным утверждением. Анализ полученных ответов позволил получить панораму достижения индивидуальных критериев качества (рис. 2) и агрегированных маркеров, полученных методом средних значений (рис. 3), что достаточно четко определило зоны составляющих обслуживание, требующие улучшения.

Нулевые значения показателей (критериев) качества услуг означают соответствие между ожидаемым и воспринимаемым качеством обслуживания, подтверждая ожидания клиентов; различие между ожидаемым и воспринимаемым уровнями качества обслуживания отражается в положительных и отрицательных значениях коэффициентов: отрицательные значения свидетельствуют о том, что ожидания клиентов превосходят их реальное восприятие

(негативное неподтверждение), положительные значения указывают на превышение воспринимаемого уровня над ожидаемым (позитивное неподтверждение).

Коэффициенты качества, приближающиеся к нулю или имеющие положительные значения, свидетельствуют о высоком качестве услуги, в то время как отрицательные значения указывают на проблемы с достижением определенных свойств качественного обслуживания, допущенную разницу между восприятием и ожиданиями клиентов и, в том числе, на неэффективную работу страховой компании в области клиентского взаимодействия. Чем меньше показателей с отрицательными значениями, тем выше общее качество оказания услуг, и наоборот.

На основе значений полученных индивидуальных критериев обслуживания может быть рассчитан общий индекс качества услуг, именуемый как «SQI» (Service Quality Index): для исследуемого объекта он составил 0,85 ед., что является достаточно хорошим результатом. Вместе с тем, его отклонение от значения «1,0» свидетельствует о наличии «разрывов», требующих повышения уровня лояльности и эмпатии к клиентам (табл. 4).

Таким образом, на момент исследования качество обслуживания в региональном офисе страховщика могло быть улучшено за счет таких мер, как повышение эмпатии к клиентам (четкое понимание наличия нестандартных потребностей клиентов и адекватный отклик на них), а также взаимодействие с клиентами в соответствии с установленными стандартами. В целом, общий анализ качества обслуживания по методике SERVQUAL подтверждает хороший уровень сервиса в конкретном офисе компании, однако существуют объективные основания считать данный подход частично неточным – это касается конструкции ожиданий в самой методике, где неопределенность формулировок может приводить к различным трактовкам, включая желания клиентов, нормативные ожидания, идеальные стандарты и уровень обслуживания, который потребители надеются получить. Кроме того, эта методика в большей мере ориентирована на компании с одним офисом обслуживания или требует проведения точечных срезов в каждом территориальном подразделении компании.

Таблица 5

Актуальные направления повышения качества услуг в «ГРС»

Проблема	Рекомендации
Обслуживание в сегменте ОСАГО	Оптимизация процесса обработки заявок: дальнейшее совершенствование онлайн-платформ для подачи заявок, автоматизация ввода данных, сокращение времени обработки. Улучшение коммуникации с клиентами: предоставление регулярной информации о статусе заявок, четкое и понятное объяснение процедур, оперативное реагирование на вопросы клиентов
Недостаточная гибкость в обслуживании	Разработка индивидуальных решений: предложение более широкого спектра страховых продуктов и услуг, удовлетворяющих различным потребностям клиентов. Предоставление сотрудникам полномочий для персонализированного обслуживания: обучение клиентоориентированному подходу, предоставление возможности принимать решения на месте, мотивация за превышение ожиданий клиентов. Совершенствование каналов обратной связи: регулярные опросы и фокус-группы для понимания потребностей и предпочтений клиентов, использование этой информации для улучшения сервисных предложений
Несоответствие стандартам обслуживания	Усиление контроля качества: регулярные аудиты качества и оценка эффективности работы для обеспечения соблюдения стандартов. Повышение квалификации сотрудников: проведение комплексных программ обучения по лучшим практикам обслуживания клиентов, навыкам общения и корпоративным правилам. Установление ответственности: четкое определение ролей и обязанностей, привлечение сотрудников к ответственности за несоблюдение стандартов, внедрение системы мотивации, основанной на результатах работы
Неопределенность в ожиданиях клиентов	Проведение углубленных исследований потребителей, использование разнообразных методов исследований, включая фокус-группы и интервью, для получения более глубокого понимания ожиданий и мотивации страхователей. Организация обратной связи с клиентами. Использование карт клиентского пути: визуализация всего клиентского опыта, от первого контакта до послепродажных взаимодействий, для выявления точек соприкосновения, где ожидания могут не оправдываться

Обсуждение

Несмотря на очевидные успехи в сфере обеспечения качества услуг, компания сталкивается с рядом проблем, требующих стратегического решения. Одной из наиболее заметных среди них стало ухудшение качества обслуживания в сегменте ОСАГО: в 2021–2022 гг. наблюдался резкий рост числа обоснованных жалоб по данному виду страхования, что негативно сказалось на позиции компании в рейтинге страховщиков. Другой выявленной проблемой можно считать проявление недостаточной гибкости в обслуживании клиентов. Результаты применения методики SERVQUAL демонстрируют допущение фактов отказа сотрудников решать нестандартные потребности страхователей, что подчеркивает важность повышения клиентоориентированности и внедрения более индивидуализированного подхода в взаимодействии с клиентами. К числу актуальных можно отнести и проблему допу-

щения несоответствия действий сотрудников стандартам качества обслуживания, что может привести к недовольству со клиентов и потере доверия к компании в целом. В таблице 5 представлены некоторые предложения, направленные на решение выявленных проблем.

Выводы

В условиях интенсивной конкуренции, быстро меняющегося страхового рынка и повышения уровня финансовой грамотности населения [9] каждый страховщик стоит перед необходимостью дальнейшего улучшения качества своих услуг, обеспечения не только содержательной ценности, но и сервисной [10]. Эксперты отмечают, что в настоящее время существенного прогресса в области обеспечения качества страховых услуг и эффективности операционной деятельности страховых компаний можно достичь за счет активного внедрения современных цифровых технологий [6].

Основные аспекты, требующие внимания с точки зрения повышения качества обслуживания, включают персонализацию услуг, интеграцию продуктов, повышение качества обслуживания, внедрение новых технологий и улучшение индивидуально-го подхода с помощью IT-решений. Использование современных технологий

для анализа данных клиентов позволяет формировать индивидуальные страховые решения и тарифы, что способствует созданию справедливой стоимости страховки. Это не только удовлетворяет потребности клиентов, но и повышает их лояльность и удовлетворенность предоставляемыми услугами.

Библиографический список

1. Карпова М.В. Система показателей оценки качества страхового обслуживания в российских страховых организациях // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2006. № 5. С. 13-16.
2. Меркулова В.В. Методические подходы к формированию системы показателей оценки качества страховых услуг // Вестник Чувашского университета. 2011. № 1. С. 416-419.
3. Меркулова В.В. Система оценки качества услуг как фактор повышения эффективности страховой деятельности // Петербургский экономический журнал. 2013. № 2 (2). С. 29-34.
4. Нарезнева О.В. Развитие методики анализа качества и конкурентоспособности страховых услуг // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. 2010. № 3. С. 196-202.
5. Ситдикова Л.Б. Теоретические основы критериев оценки качества в сфере оказания услуг // Юрист. 2013. № 6. С. 18-21.
6. Степанова С.М., Смирнова И.А., Широкова Н.П. Оценка качества страховых услуг регионального рынка // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. 2022. № 1 (69). С. 20-26.
7. Информация об относительном количестве жалоб, поступивших в отношении страховых организаций // Банк России. [Электронный ресурс]. URL: https://cbr.ru/insurance/ranking_insurance/#st (дата обращения: 23.10.2024).
8. Рейтинги страховых компаний // Журнал «Финуслуги». 2024. [Электронный ресурс]. URL: https://finuslugi.ru/strahovanie_reitingi (дата обращения: 23.10.2024).
9. Сорокина Т.В., Щукина Т.В., Кулижская Ж.С. К вопросу реализации стратегического перехода от финансовой грамотности к финансовой культуре населения // Известия Байкальского государственного университета. 2024. Т. 34, № 2. С. 290-298. DOI: 10.17150/2500-2759.2024.34(2).290-298.
10. Бахматов С.А., Колесникова Т.В. Формирование конкурентных преимуществ на основе создания и поддержания ценности страхового продукта // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2012. № 3. С. 26-29.
11. Волынец Е. Искусственный интеллект помогает улучшить качество услуг // Электронное издание «Известия». Москва, 2023. [Электронный ресурс]. URL: <https://iz.ru/1497411/ekaterina-volynets/iskusstvennyi-intellekt-pomogaet-uluchshit-kachestvo-uslug> (дата обращения: 05.11.2024).