

НЕГАТИВНЫЕ ОТЗЫВЫ РОЗНИЧНЫХ КЛИЕНТОВ БАНКОВ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Голикова Анна Сергеевна, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Golikava Hanna, PhD in Economics, Docent, golikova.a@polessu.by

Аннотация. В статье приведены результаты проведенного исследования по анализу содержания отзывов розничных клиентов банков, размещённых на сайте myfin.by. Автором приводятся ситуационные эпизоды, которые вызвали наибольшее недовольство среди потребителей, анализируется содержание групп, которые были сформированы на основе выявленных эпизодов.

Ключевые слова: банк, розничный клиент, негативный отзыв, ситуационный эпизод.

Отрицательные отзывы в сети Интернет стали обыденной практикой в работе любых организаций, и банки – не исключение. Во всемирной сети легко можно оставить отзыв как на специализированных сайтах, так и в социальных сетях. Изучение отзывов позволяет оценить уровень удовлетворённости работой банков, предоставляемыми финансовыми продуктами и услугами, коммуникацией с представителями финансовых организаций, а также ситуации, которые вызывают раздражение среди потребителей. С этой целью автором было проведено исследование негативных отзывов розничных клиентов, которые они размещали в сети Интернет.

Для того, чтобы изучить негативные отзывы, которые оставляли розничные клиенты белорусских банков, была сформирована база данных. Источником для её создания послужил сайт myfin.by. На отдельной странице пользователи сайта могут опубликовать пост о своём негативном или позитивном опыте взаимодействия с банком. Сформированная база данных охватывает временной период с августа 2024 года по август 2025 года и содержит 831 негативный отзыв. Каждый из них содержит информацию о банках, на которые публиковался отзыв, дате публикации, содержание отзыва, а также содержание ответа банка (в случае, если таковой был).

После изучения содержания отзывов были определены 70 ситуационных эпизодов, которые приводили к возникновению конфликтов или недовольству розничных клиентов и, как следствие, желанию поделиться своим опытом с интернет-аудиторией. Один отзыв может иметь более чем один ситуационный эпизод, поэтому их количество составило 1104 эпизода за весь анализируемый период.

Например, розничный клиент банка мог написать отзыв, в котором сначала он был недоволен нерабочим состоянием банкомата или инфокиоска, а после негативно отзывался на работу отделения банка – ему пришлось долго ждать в очереди, когда он сможет провести требуемую ему операцию, в результате чего до закрытия осталось мало времени и его отказались обслуживать. В данном примере можно выделить три ситуационных эпизода: 1) нерабочее состояние банкоматов и инфокиосков; 2) длительное ожидание в очереди отделения банка; 3) отказ от обслуживания.

В целом количество отрицательных отзывов и ситуационных эпизодов за анализируемый период возрастает. При этом в определённые месяцы – декабрь, ап-

рель, июль они достигают пиковых значений. Интересно отметить, что определённые ситуационные эпизоды реализуются только у конкретных банков, и совершенно не распространены у других.

Для упрощения работы ситуационные эпизоды были объединены в тематические группы. В частности, были выделены следующие группы:

1. Банковские продукты и услуги, которые включают в себя кредиты, депозиты, банковские платёжные карточки, счета, платежи и переводы, обмен валюты.
2. Коммуникация с потребителями при их обращении в банк с целью получения консультаций, разъяснений непонятных вопросов, решения возникших проблем и претензий
3. Работа отделения банка, которая включает и время ожидания в очереди, и недовольство качеством предоставляемых услуг, и организацию работы в банке.
4. Работа мобильного и интернет-банкинга, в которую входит их общая оценка функционирования, сложности входа в мобильное приложение, совершения транзакций.
5. Работа технических устройств и оборудования – банкоматов, инфокиосков, электронных очередей и табло.

Наибольшую долю в общем количестве ситуационных эпизодов составляют инциденты, относимые к группе банковских продуктов и услуг. На 7 п.п. меньше отзывов, связанных с коммуникацией с потребителями. Также следует отметить, что на работу мобильного и интернет-банкинга и технических устройств и оборудования приходится меньшая доля эпизодов, чем на работу отделений банка. При этом если более детально рассматривать структуру жалоб на банковские продукты и услуги, то наибольший удельный вес составляют негативные эпизоды, возникающие при пользовании банковскими платёжными карточками и счетами. Значительная доля ситуационных эпизодов также приходится на операции с иностранной валютой и кредиты, в то время как депозиты и переводы и платежи занимают меньший удельный вес в структуре. Однако следует учитывать, что структура ситуационных эпизодов от месяца к месяцу не одинакова.

Рассмотрим более детально динамику эпизодов по каждой тематической группе, акцентируя внимание на наиболее часто реализуемых инцидентах. Начнём с наименее распространённых ситуационных эпизодов.

Наименьшее количество негативных эпизодов возникало за анализируемый период по работе технических устройств и оборудования. Однако практически каждый месяц их количество растёт, достигнув в августе 2025 г. своего максимального значения. При этом чаще всего эти эпизоды связаны с работой банкоматов и инфокиосков. Например, их малым количеством в небольших городах и неудобным месторасположением, их нерабочим состоянием, сбоях в работе при попытке совершить операцию.

Динамика негативных эпизодов, которые были реализованы в отношении розничных клиентов, по мобильному и интернет-банкингу непостоянна. В августе и декабре 2024 г. было зафиксировано их наибольшее количество, после чего на несколько месяцев их значения снижались. Но начиная с апреля 2025 г. количество негативных эпизодов постоянно растёт, достигнув к августу того же года своих максимальных значений, что в основном связано с общим недовольством в работе мобильного приложения. Также розничные клиенты жаловались на невозможность совершить операции в мобильном приложении, войти в систему мобильно-

го или интернет-банкинга или были недовольны сложным процессом обновления мобильного приложения.

Количество ситуационных эпизодов, связанных с работой отделения банка, увеличивается с августа 2024 по апрель 2025 года, после чего идёт на спад. Чаще всего клиенты были недовольны тем, что им приходилось подолгу ждать своей очереди для получения услуги. При этом их количество, несмотря на снижение всех остальных эпизодов, на протяжении всего анализируемого времени остаётся высоким. В меньшей степени, но также довольно часто клиентами упоминались эпизоды, связанные с неудовлетворённостью качеством обслуживания в отделении, а также временем работы отделения банка.

Эпизоды, относимые к группе коммуникации с клиентом, чаще всего возникали в декабре, феврале и апреле, после чего их количество снизилось, увеличившись только в июле и августе. В большей степени за анализируемый период были реализованы эпизоды, когда потребителю финансовых продуктов и услуг приходилось подолгу ожидать ответа на свой запрос: это могла быть неспособность дозвониться в кол-центр, долгое ожидание ответа в чате или обещание перезвонить, которое не выполнялось. Лидирующими по частоте эпизодами также были инциденты, когда розничные клиенты сталкивались с хамством, обманом, введением в заблуждение со стороны сотрудников банка. Выплёскивались негативные эмоции и в случаях, когда обращения потребителей в банки рассматривались длительный период. Немало возмущает потребителей изменение условий обслуживания по продукту без уведомления об этом клиента (с их точки зрения), а также формальный ответ на запрос для разрешения проблемных ситуаций.

Что касается негативных эпизодов по банковским продуктам и услугам, то всплеск недовольства также отмечается в определённые месяцы – декабрь и февраль, в то время как после последнего месяца зимы их количество постепенно идёт на спад. Однако такая динамика отличается от продукта к продукту.

Если говорить про БПК и счета, то наибольшее количество негативных эпизодов было реализовано в феврале и июле. Это было связано с вводом комиссий за обслуживание счетов и БПК, а также недовольство работой системы начисления манибэка и бонусов клиентам банка. Что касается обмена валют, то чаще всего потребителям не нравилось, что сотрудники банка отказывали в обмене валют из-за наличия пятен, потёртостей, изношенности. Также весьма часто описывались потребителями ситуации, при которых в одном и том же банке или банкомате они покупали иностранную валюту, а потом, через некоторое время, при попытке её обмена, им отказывали в обратном обмене. Недовольство вызывает и взимание комиссий за так называемую «изношенность» купюр.

Количество негативных эпизодов, реализуемых по кредитам и картам рассрочек, достигает своего максимума в декабре, а начиная с февраля постоянно прирастает. Это связано, прежде всего, с недовольством при немотивированном отказе в получении кредита. Также розничные клиенты негативно отзывались о наличии комиссий за оформление кредита, суммы которых включались в размер выдаваемых заёмных средств.

Что касается переводов и платежей, то чаще розничный клиент был недоволен сроками зачисления денег при их переводе или возврате. Практически каждый месяц кто-либо из клиентов оставался недоволен наличием банковских лимитов на перевод денежных средств.

Следует также упомянуть наиболее часто реализуемые ситуационные эпизоды, которые были отнесены нами к группе «Иное». Среди них наибольшее недовольство возникало у розничных клиентов, когда они сталкивались с блокировкой БПК, счёта, транзакции или мобильного приложения. С этим эпизодом очень взаимосвязан вторая, также весьма часто реализуемая ситуация, когда клиенту невозможно разблокировать их онлайн и необходимо лично с паспортом прийти в отделение банка. Также в своих отзывах клиенты достаточно часто жалуются на введение в заблуждение (обман) при продаже (консультировании) продукта (услуги), при этом наибольший всплеск таких эпизодов приходится на ноябрь 2024 года.

Также была проведена группировка негативных эпизодов в зависимости от банка, в котором они происходили. В тройку антилидеров за анализируемый период входят ЗАО «БНБ-Банк», ЗАО «МТБанк» и ОАО «Белагропромбанк». Однако если строить антирейтинг негативных эпизодов по отзывам клиентов ежемесячно, то на лидирующие позиции выходят также и другие банки. Например, в ноябре 2024 г. наибольшее количество негативных эпизодов возникало у ЗАО «Альфа-банк», а в мае и июле 2025 г. чаще всего в отзывах упоминался ОАО «АСБ Беларусбанк». Нередко в разные месяцы в тройку лидеров попадали и «Приорбанк» ОАО, ОАО «Банк Дабрабыт», ОАО «Белинвестбанк», ОАО «СтатусБанк». При этом негативные эпизоды могут публиковаться как ответная реакция на определённые изменения, принимаемые банками в обслуживании клиентов.

Итак, негативные отзывы будут оставаться удобным способом для розничных клиентов выразить своё недовольство банком. Для банков же это возможность не только изучить основные критические ситуации, приводящие к ним, но и возможность наладить эффективную коммуникацию, которая сможет повысить уровень доверия клиентов.