

Аналитическая справка по обращениям за 2 квартал 2025 года

Анализ обращений физических и юридических лиц за отчётный квартал.

1. Общие сведения

Общее количество поступивших обращений за 2 квартал 2025 года составило 1103.

2. Распределение обращений по видам

Вид обращения	Количество	Доля от общего (%)
Вклад/Депозит - Общая консультация по вкладу	1	0.09%
Звонки со стороны роботов (общее)	11	1.00%
Бонусы	7	0.63%
Вопрос по кредитному лимиту	16	1.45%
Вопрос по клирингу	93	8.43%
Вопрос по Мобильное приложение	33	2.99%
Диспутная ситуация	178	16.14%
Предложение в банк	146	13.24%
Расторжение договора	29	2.63%
Карта Аво Платинум	288	26.11%
Подозрение на мошенничество	108	9.79%
Консультация по погашению кредита	182	16.50%
AVO UZCARD - Закрытие карты	11	1.00%
Итого	1103	100%

Наибольший удельный вес обращений (26.11%) приходится на вопросы, связанные с использованием карты AVO Platinum, что указывает на высокую активность клиентов.

Вопросы по погашению кредита (16.50%) и диспутные ситуации (16.14%) совокупно составляют около трети от всех обращений. Это свидетельствует о высоком интересе и чувствительности клиентов к вопросам выполнения обязательств, штрафов, условий погашения и споров по операциям.

Предложения от клиентов (13,24%) демонстрируют активную вовлечённость пользователей и их заинтересованность в повышении качества обслуживания, что создаёт ценную основу для обратной связи и развития сервисов.

Основные недостатки нарушения

- Недостаточная информированность клиентов о продуктах и услугах (высокий уровень обращений за консультацией).
- Отдельные случаи, связанные с банкоматами и клирингом, требуют анализа внутренних процедур и технической поддержки.

Рекомендации по результатам анализа

1. Усилить клиентское сопровождение по продукту AVO Platinum, в том числе через обновлённые справочные материалы (FAQ, видеоинструкции);

2. Оптимизировать процесс урегулирования диспутов:

- реализовать отслеживание статуса обращений в приложении.

3. География обращений

Распределение обращений по регионам свидетельствует о наибольшей активности клиентов из г. Ташкента (20,68%) и Ташкентской области (13,96%). Это объясняется высокой концентрацией населения и значительным уровнем банковского присутствия в этих регионах.

Андижанская область	77	6.99%
Бухарская область	40	3.63%
Джизакская область	57	5.17%
Кашкадарьинская область	101	9.15%
Навоийская область	50	4.53%
Наманганская область	51	4.62%
Самаркандская область	79	7.16%
Сырдарьинская область	35	3.17%
Сурхандарьинская область	54	4.90%
Ташкентская область	154	13.96%
Ферганская область	89	8.07%
Хорезмская область	36	3.26%
Республика Каракалпакстан	51	4.62%
Ташкент (город)	228	20.68%
Потенциальный клиент	1	0.09%
Итого	1103	100%

Выводы: •

Наиболее высокая активность наблюдается в столичном регионе (г. Ташкент и область), где сосредоточено 34.64% всех обращений. Это требует концентрации усилий по повышению качества сервиса в этих регионах.

- Средний уровень обращений наблюдается в регионах Ферганской долины (Фергана, Наманган, Андижан) и Самарканде — от 5% до 9%, что указывает на устойчивый интерес клиентов к продуктам банка.
- Наименьшее количество обращений поступило из Бухарской и Сырдарьинской областей — возможна недоинформированность клиентов или низкий уровень проникновения услуг, что означает требования усиления маркетинговых работ в данных регионах.

4. Характер обращений.

Тип обращений	количество	Доля от общего (%)
Заявление	957	86.76%
Жалоба	64	5.81%
Предложение	82	7.43%
Итого	1103	100%

Выводы:

- Высокий процент заявлений (более 86,76%) подтверждает, что большая часть клиентов использует каналы связи с банком в первую очередь для информации и решения стандартных операций.
- Жалобы на уровне 5,81% требуют внимания: важно регулярно проводить качественный анализ причин, предмета и источника жалоб.
- Полученные предложения (7,43%) представляют ценность как обратная связь для развития новых или улучшения существующих продуктов.

5. Каналы поступления обращений

Канал поступления	Количество	Доля от общего (%)
Устные обращения	948	85.95%
Электронные обращения	76	6.89%
Письменные обращения	79	7.16%
Итого	1103	100%

Выводы:

- Преобладание устных обращений свидетельствует о том, что для значительной части клиентов важен живой диалог, оперативность и возможность немедленного решения.
- Письменные обращения занимают второе место - что означает актуальность запросов, жалоб и вопросов требующих формального рассмотрения.
- Количество электронных обращений снизилось по сравнению с предыдущим периодом, что означает ухудшения качество работы онлайн-каналов и своевременную обратную связь.

Рекомендации:

- Повысить доступность информации на цифровых платформах, чтобы снизить долю устных запросов по типовым вопросам.
- Регулярно анализировать причины письменных обращений.

6. Статус рассмотрения обращений по срокам.

Всего за отчетный период поступило 1103 обращений, из них:

- **990 Обращений (89,75 %)** - поступили напрямую в Банк
- **113 Обращений (10,25 %)** - поступили через государственные органы

Общая медиана срока рассмотрения составила - 1 день, что соответствует требованиям по оперативному реагированию.

Обращения через госорганы:

Статус	Количество	Медиана срока (дней)
Закрыто в срок	99	9
Закрыто с продлением	3	15
В работе	11	-
Закрыто с просрочкой	-	-
Итого	113	9

Обращения напрямую в банк:

Статус	Количество	Медиана срока (дней)
Закрыто в срок	980	1
Закрыто с продлением	-	-
В работе	10	-
Закрыто с просрочкой	-	-
Итого	990	1

Выводы:

- 97,83 % обращений были закрыты в срок, что говорит о высокой исполнительской дисциплине.
- Просрочек не зафиксировано, что является положительным показателем.
- Обращения, поступившие через госорганы, требуют большего времени на рассмотрение (медиана - 9 дней), в то время как обращения напрямую в банк закрываются значительно быстрее - в среднем за 1 день.