

АНАЛИЗ КАЧЕСТВА БАНКОВСКИХ УСЛУГ

Е.Б. ГЕРАСИМОВА,

кандидат экономических наук,

Финансовая академия при Правительстве РФ

Эволюционная теория развития экономических процессов и явлений предполагает рассмотрение коммерческого банка как предприятия особого рода, производящего услуги. Динамика понятийного аппарата «услуга» (табл. 1) позволяет выявить семантику слова «service» (услуга) через следующие ее отличительные свойства применительно к банковской сфере [3]:

- 1) деятельность по оказанию потребителю (клиенту) помощи или содействия в получении прибыли;
- 2) система, удовлетворяющая определенным потребностям;
- 3) квалифицированная помощь или совет, подходящий для повседневного использования.

В экономической теории существует спектр модификаций понятия качества. Категория качества возникла и наполнилась содержанием в процессе общественно-трудовой деятельности человечества. Появление множества дефиниций обусловлено сложным, комплексным характером этого феномена (рис. 1, табл. 2) [2].

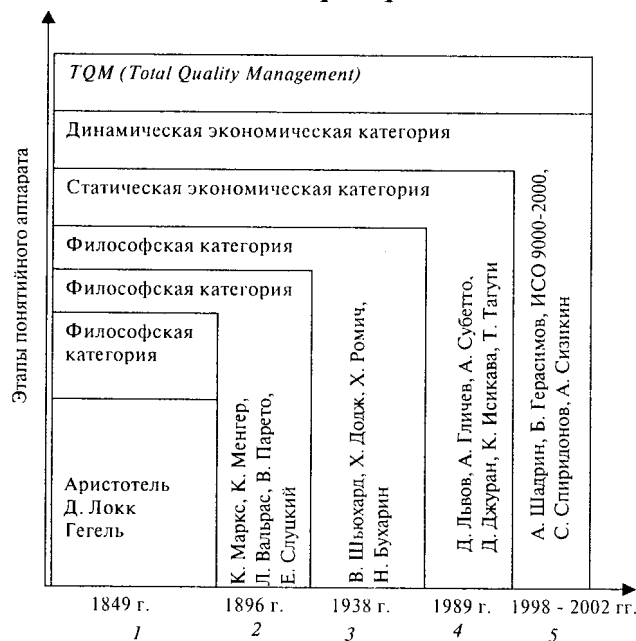


Рис. 1. Динамика понятийного аппарата «качество»: 1 - 5 - парадигмы качества; 1 - философская; 2 - механистическая; 3 - кибернетическая; 4 - системная; 5 - информационная; TQM - концепция всеобщего менеджмента качества

Таблица 1

Динамика понятийного аппарата «услуга»

№	Семантическое определение	Источник
1	Помощь, пособие или угождение	<i>Даль В.</i> Толковый словарь живого великорусского языка. - М.: Русский язык, 1991. - С. 512
2	Действие, приносящее пользу другому	<i>Ожегов С.И.</i> Словарь русского языка. - М.: СЭ, 1980. - С. 826
3	Все виды труда, непосредственно не занятые изменением и приобретением форм материи и сил природы. Это виды труда, которые посредством обслуживания самого потребления вещей направлены на удовлетворение разнообразных индивидуальных запросов населения	<i>Финансово-кредитный словарь.</i> - М.: Финансы и статистика, 1994. - С. 256
4	Виды деятельности, работ, в процессе выполнения которых не создается новый, ранее не существовавший продукт, но изменяется качество уже имеющегося, созданного продукта. Это блага, предоставляемые не в виде вещей, а в виде деятельности	<i>Современный экономический словарь.</i> - М.: Инфра - М., 1997. - С. 352
5	Результат взаимодействия исполнителя и потребителя и собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребностей потребителя. По функциональному назначению услуги, оказываемые населению, подразделяются на две группы: 1) материальные, обеспечивающие восстановление (изменение, сохранение) потребительских свойств изделий или изготовление новых изделий по заказам граждан, а также перевозку грузов и людей, торговые, банковские услуги и т.п.; 2) нематериальные (социально-культурные), обеспечивающие поддержание и восстановление здоровья, духовное и физическое развитие личности, повышение профессионального мастерства и т.п.	<i>Мишин В.М.</i> Управление качеством. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. - С. 298

Рассмотрим развитие дефиниций категории «качество», начиная с древнейших времен до наших дней.

Таблица 2

Динамика понятийного аппарата «качество»

Автор	Формирование термина «качество»	Парадигма качества	Категория
Аристотель (III в. до н.э.)	Различие между предметами. Дифференциация по признаку «хороший - плохой»	Философская	Философская
Гегель (XIX в.)	Качество есть, в первую очередь, тождественная с бытием определенность, так что нечто перестает быть тем, что оно есть, когда оно теряет свое качество	Философская	Философская
Китайская версия	Иероглиф, обозначающий качество, состоит из двух элементов «равновесие» и «деньги» (качество = равновесие + деньги)	Философская	Философская
К. Маркс (XIX в.)	Потребительные стоимости «оцениваются», т.е. исследуется их качество (точно так же, как количество их измеряется, взвешивается и т.п.)	Механистическая	Философская
В. Шьюхард (1931 г.)	Качество имеет два аспекта: объективные физические характеристики; субъективная сторона: насколько вещь хороша	Кибернетическая	Философская
К. Исикава (1950 г.)	Качество – свойство, реально удовлетворяющее потребителей	Системная	Статическая экономическая
Д. Джуран (1979 г.)	Пригодность для использования (соответствие назначению). Субъективная сторона: качество есть степень удовлетворения потребителя	Системная	Статическая экономическая
ГОСТ 15467-79	Качество продукции - совокупность свойства продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением	Системная	Статическая экономическая
Международный стандарт ИСО 8402-86	Качество - совокупность свойств и характеристик продукции или услуг, которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности	Системная	Статическая экономическая
Международный стандарт ИСО 8402-94	Качество - совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности	Информационная	Статическая экономическая
А. Шадрин (1996 г.)	Качество - информация о свойствах объекта	Информационная	Динамическая экономическая
Б. Герасимов (1998 г.)	Качество - информация о характеристиках объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности	Информационная	Динамическая экономическая
Международный стандарт ИСО 9000-2000	Качество - степень, с которой совокупность собственных характеристик выполняет требования	Информационная	Динамическая экономическая
Б. Герасимов С. Спиридонов (2002 г.)	Качество - комплексное явление, формирующее соответствующие экономические и исторические формы общественных отношений между производителями и потребителями в целях удовлетворения как индивидуальных, так и общественных потребностей	Информационная	Динамическая экономическая
Б. Герасимов А. Сизикин (2003 г.)	Качество - система экономических отношений и связей по поводу производства благ, товаров и услуг. Эти отношения отражают потребительские, эстетические, конкурентные, экономические характеристики, соответствующие современному уровню развития техники и технологии, спроса и предложения, форм рыночных связей и т.п.	Информационная	Динамическая экономическая
Б. Герасимов Н. Сапожников (2004 г.)	Качество - информация отображения совокупности собственных характеристик объекта, выполняющих требования рыночной конъюнктуры	Информационная	Динамическая экономическая

Качество банковских услуг в соответствии с требованиями концепции TQM и международных стандартов качества ИСО 9000-2000 и ИСО 14000 - это степень, с которой совокупность собственных характеристик банковских услуг выполняет требования.

TQM (Total Quality Management) - всеобщий менеджмент качества - основан на методологии предотвращения проблем. Обеспечить качество в современных условиях означает не только удовлетворить ожидания потенциальных потребителей, но и, следуя развитию техники и технологии,

влиять на предпочтения и ожидания этих потребителей [7].

Банковская сфера имеет свою специфику, которая заключается в том, что банку невыгодно оказывать услуги, рассчитанные на усредненный уровень требований. Современный банк, активный элемент конкурентной среды, стремится выделить и должным образом проанализировать ту часть рынка банковских услуг, те группы потребителей, на потребности которых намерен ориентироваться.

Боле того, исходя из метода «сегментации», можно утверждать, что один банк не может удовлетворить разнообразные потребности в различных услугах. Наоборот, каждый банк сосредоточивается, осознанно или нет, на тех сегментах, которые для

него предпочтительнее с точки зрения производственных, финансовых и сбытовых возможностей.

Отчасти достижение качества банковских услуг связано со специализацией банковской деятельности. Такой путь предпочло руководство Федеральной резервной системы (ФРС) США, стремясь к преодолению экономического кризиса 1930-х гг. Преодоление финансового кризиса, обеспечение сохранности средств вкладчиков было достигнуто жестким разделением прав на оказание определенных услуг между разными финансовыми институтами [9]. Такая специализация сохраняется в финансовой системе США до настоящего времени.

Проиллюстрируем это положение на примере функциональной структуры коммерческого банка (рис. 2).

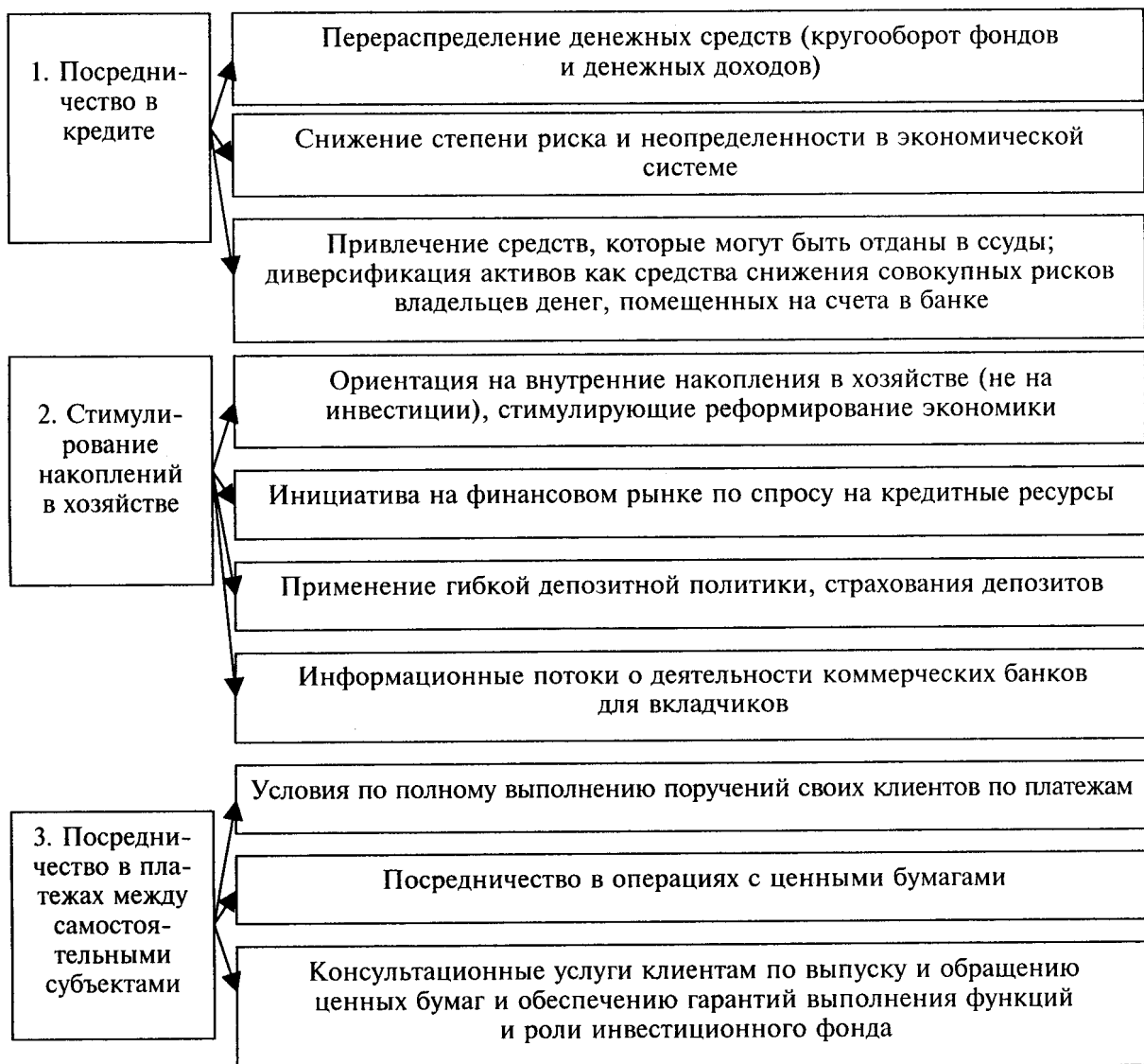


Рис. 2. Функциональная структура коммерческого банка

Главным отличительным признаком банковской услуги, по мнению П.С. Роуза, является сетевое перемещение финансовой информации, формирующей поле качества услуги [8].

Классификация банковских услуг основана на ряде критериев, характеризующих особенности их предоставления клиентам. В их числе [3]:

а) направленность на удовлетворение потребностей клиента;

- *прямые услуги (direct services)*, удовлетворяющие непосредственные пожелания клиента (платежные, коммерческие, инвестиционные услуги);
- *косвенные или сопутствующие услуги (related service)*, облегчающие или делающие более удобным предоставление прямых услуг без получения клиентом дополнительной прибыли (клиринговые услуги, телефонное управление счетом (домашний банк), консультационные услуги, выдача пластиковой карточки на базе депозитного счета);
- *услуги, приносящие дополнительный доход или снижение издержек (added-value services)* при использовании прямых услуг (инвестирование текущих остатков по счетам в однодневные депозиты - овернайт, услуги банка при организации сделки под гарантию Агентства экспортного кредитования).

б) сегментация по группам клиентов. Исходя из степени сложности, существует следующая градация сложности банковских продуктов:

- *1-й уровень* - продукты и услуги, которые могут быть востребованы большим количеством потребителей (открытие счетов, управление денежной наличностью, клиринговые услуги);
- *2-й уровень* - услуги, требующие специального уровня подготовки банковских кадров (управление активами, инвестиционные услуги);
- *3-й уровень* - услуги, требующие профессиональных знаний в области использования услуг (услуги в области корпоративных финансов, управление смешанными активами);
- *4-й уровень* - услуги, требующие специальных знаний в сфере финансового планирования, финансового инжиниринга).

Специфика банковской деятельности сообщает качеству банковских услуг ряд особенностей:

- 1) качество банковских услуг трудно оценить численно;

- 2) потребитель услуг (клиент) сам является участником технологии ее выполнения;
- 3) мала достоверность предварительной аттестации качества услуг;
- 4) услуги не складываются, оперативно реализуются, сразу получаются клиентом;
- 5) услуги не могут иметь чисто материальный вид;
- 6) применительно к конкретному клиенту нельзя сначала попробовать качество услуги (испытать), а потом вновь ее правильнее оказать;
- 7) качество услуг, как правило, комплексно, т.е. важно качество каждой подуслуги [1].

В связи с этим для банковских услуг существует специфический набор показателей их качества [1]:

1. Качество материальных элементов, используемых при оказании услуги.
2. Надежность оказываемой услуги (например, при оказании банковской услуги - гарантированность получения вклада клиентом).
3. Своевременность - обеспечение предоставления услуги строго в нужное клиенту время.
4. Полнота - предоставление клиенту услуги в полном объеме.
5. Социально-психологический показатель, определяющий вежливость по отношению к клиенту, его комфортность, т.е. гибкость и предусмотрительность сотрудников, степень гармоничной увязки с оперативными запросами и положениями клиентов.
6. Доступность - возможность клиентов без дополнительных проблем воспользоваться предлагаемой ему фирмой услугой.
7. Коммуникабельность - обеспечиваемая фирмой, предоставляющей услугу, возможность простых и оперативных, информационных и материальных обменов.
8. Безопасность, т.е. гарантирование того, что предлагаемая услуга не причинит вреда жизни и здоровью клиента, будет безвредна для окружающей среды.

Особенности показателей качества услуги связаны со специфичностью оценки ее качества кли-

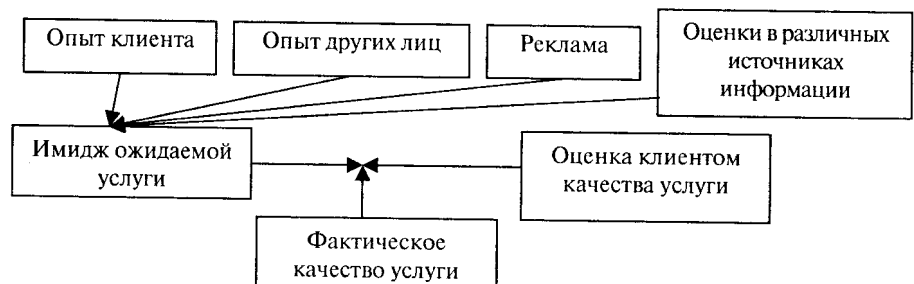


Рис. 3. Реальный процесс оценки качества банковской услуги

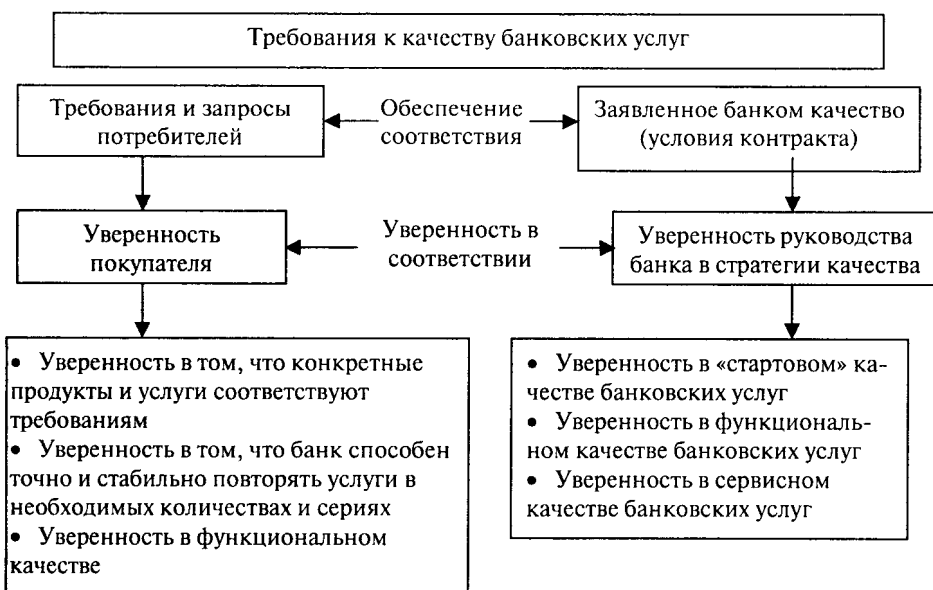


Рис. 4. Проблемы гарантирования качества банковских услуг в условиях рынка потребителя

ентом в процессе оказания услуги. На рис. 3 приведен процесс оценки качества услуги.

Итак, клиент, оценивая предоставляемую услугу, сравнивает ее фактическое качество с тем, которое им ожидалось. Как правило, потенциальный потребитель услуги осознанно обращается именно к данному производителю услуг. В его сознании под действием собственного опыта или опыта других лиц, рекламы и оценок в различных источниках информации создается определенный имидж ожидаемой банковской услуги.

Именно от того, в какой степени фактическое качество услуги будет соответствовать данному имиджу, и будет зависеть, как оценит ее качество клиент, останется он постоянным клиентом данного банка или в дальнейшем обратится к его конкурентам. Все это необходимо учитывать, оценивая качество услуги при ее разработке и совершенствовании.

На рис. 4 представлены основные проблемы, связанные с качеством банковских услуг, возникающие в условиях рынка потребителя [1]. Следует отметить, что многие из них существуют и в условиях экономики с централизованным планированием. Однако в условиях жесткой конкуренции эти проблемы особенно обостряются, определяя будущее банков, выходящих на

рынки сбыта со своими услугами. Средством, помогающим решать проблемы гарантирования качества банковских услуг, явилась сертификация.

С помощью непрерывных процессов управления качеством - цикла PDCA, состоящего из последовательных фаз, банки добиваются непрерывного улучшения качества услуг (рис. 5) [1].

Цикл управления качеством (PDCA) состоит:

из *P (Plan)* - планирования (определение целей и задач, определение способов достижения целей);

из *D (Do)* - выполнения (обучение и подготовка кадров, проведение работ);

из проверки *C (Check)* - определение и оценка результатов выполненных работ;

из *A (Activity)* - действия (разработка и реализация управляющих воздействий).

Однако, достигнутый банком уровень качества услуг необходимо закрепить с помощью институциональной процедуры сертификации, обеспечив соответствующее гарантирование.

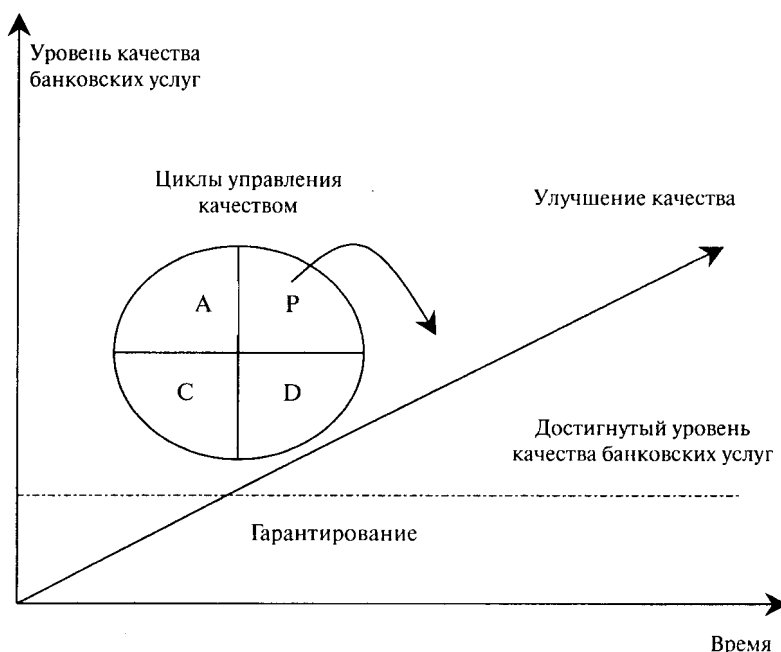


Рис. 5. Процессы управления, улучшения и гарантирования качества банковских услуг

Как правило, у каждого коммерческого банка свой приоритетный рынок. В основе выявления целевых групп клиентов, на которых должны быть сконцентрированы сбытовые усилия банка, лежат разнообразные признаки: правовые, экономические, географические, демографические и др.

Для каждого сегмента (выбранного каким-либо способом) определяются его рыночно-производственные характеристики, а на их основании – перспективные для деятельности банка (целевые) сегменты.

Они делятся на 4 группы:

- **Рыночные характеристики:**
 - общий размер сегментов;
 - темпы развития рынка;
 - прогноз ожидаемых темпов развития;
 - общее количество существующих и потенциальных клиентов;
 - важнейшие характеристики клиентов (требования к банковским услугам, частота их приобретения, характеристики финансового положения и др).
- **Показатели услуги:**
 - планируемая цена услуги;
 - относительные доходы и расходы при предоставлении услуги;
 - уровень и характер риска при предоставлении услуги;
 - ожидаемый эффект от введения новой услуги или нового качества услуги.
- **Показатели конкуренции:**
 - количество конкурентов;
 - данные об основных конкурентах;
 - относительные доли банка и его конкурентов на рассматриваемом сегменте рынка;
 - сравнительные характеристики (наличие и структура ресурсов, стоимость и качество услуг, квалификация служащих, наличие филиалов, показатели финансовой устойчивости, оценка динамичности инноваций, перспективы развития и т.д.).
- **Характеристики среды:**
 - экономические, политические, демографические;

- существующее и ожидаемое влияние спроса на услуги для данного сегмента.

Несмотря на инновационные цели создания многих коммерческих банков, в настоящее время их капитал используется главным образом в краткосрочных торгово-посреднических операциях и крайне неэффективно в производственной сфере.

Развитие количественной и качественной характеристик банковских услуг должно происходить в рамках реализации стратегии современного коммерческого банка, которая должна наиболее эффективно контролировать потоки денежных ресурсов, циркулирующих в различных секторах национальной экономики.

Управление банковскими услугами следует базировать на анализе и учете их жизненных циклов, проведении последовательной политики по одновременному снижению стоимости банковских услуг и росту денежных поступлений от их оказания.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Аристов О.В.* Управление качеством. - М.: ИНФРА-М., 2003. - 240 с.
2. *Герасимов Б.И., Спиридонов С.П.* Анализ качества. - М.: Машиностроение, 2003. - 170 с.
3. *Иванов А.Н.* Банковские услуги: зарубежный и российский опыт. - М.: Финансы и статистика, 2002. - 176 с.
4. *Потапова А.В.* Структурно-институциональные сдвиги в Российской экономике. - М.: Московская окраина. 2001. - 172 с.
5. *Роуз П.С.* Банковский менеджмент: Предоставление финансовых услуг: Пер. с англ. - 2-е изд. - М.: Дело Лтд, 1995. - 640 с.
6. *Miller, Roger LeRoy, VanHoose, Davia D.* Modern Money and Banking. 3rd edition. MacGrawHill, 1993. 793 p.
7. *Oakland, John S.* Total Quality Management: text with cases. ВН, Oxford, 2000. 380 p.
8. *Rose, Peter S.* Money and Capital Markets: Financial Institutions and Instruments in a Global Marketplace. 6th edition. MacGrawHill, 1997. 722 p.
9. *Thomas, Lloyd Brewster.* Money, Banking and Financial Markets. MacGrawHill, 1997. 678 p.