

ЕІ пòèòòò ðÛİ èà â ñèñòàİ à ðàçàèèèÿ ààİ èİ âñèèò õñèòã

© 2009 Л.Р. Курманова

кандидат экономических наук, доцент

Уфимская государственная академия экономики и сервиса

Излагаются теоретические подходы к рассмотрению рынка банковских услуг как социально-экономического института, выполняющего одновременно информационную функцию в обеспечении транзакций. Исследуются также такие категории, как риск исполнения сделки по предоставлению банковской услуги и качество услуги.

Ключевые слова: банковские услуги, институт рынка, институциональный подход.

Институциональный подход к рассмотрению экономических явлений и категорий является, на наш взгляд, наиболее адекватной теоретической основой для определения социально-экономической сущности рынка банковских услуг в современном обществе. Процесс обмена как добровольные взаимодействия индивидов с целью приобретения определенных благ или ресурсов осуществляется на основе общественных рыночных соглашений посредством транзакций, что является объектом исследования института рынка.

В научной литературе институт рынка рассматривается как совокупность факторов или субъектов экономических (или социальных) отношений, каждый из которых, во-первых, обладает собственными интересами и признает право на это за другими субъектами; во-вторых, заинтересован либо в получении определенного ограниченного блага (покупатель), либо располагает этим благом в относительном избытке и поэтому заинтересован в его обмене на некоторые другие блага (продавец). Два этих условия характерны для существования рынка¹.

Цель функционирования рынка состоит в эффективной организации обмена, т.е. облегчения проведения рыночных операций (включая получение, передачу и обеспечение надежности информации). Плохая работа института рынка связана, как правило, с невыполнением либо первого, либо второго условия. Но эффективность рынка зависит еще и от того, насколько плотной является сеть взаимодействий между агентами рынка (их прозрачность, информированность, доверительность во взаимоотношениях и пр.).

Рынок является базовым институтом институциональной матрицы, поскольку субъекты, вовлеченные в него, исходят в своем целеполагании и планировании своих действий из наличия этих условий. Если же рынок не институционализиро-

ван, покупатель может просто не найти продавцов - никто не будет расположен отдавать искомое благо, а чаще потому, что "излишнее" благо просто не возникает.

Институт рынка - это один из видов информационных ориентиров, используемых индивидами при осуществлении мыслительных операций по поводу выработки общественного соглашения о паритете их общественных правомочий. Как и любой институт, он есть продукт массового, коллективного сознания людей, синтезирующий многочисленные индивидуальные представления о "ценности" отдельных правомочий и в силу этого обстоятельства признаваемый большинством членов социума².

Согласно представлениям Дж. Ходжсона, любой институт в обществе несет информационную функцию. Основной характеристикой института, его неотъемлемым атрибутом должна являться способность формировать определенность во взаимодействиях индивидов, структурировать и подчинять их действия неким общим правилам. "Современный банковский рынок - это место, где встречаются и подвергаются конкурентной проверке не столько сами предлагаемые банковские продукты, сколько системы планирования, способности банковских институтов делать правильные выводы из всего потока информации и в соответствии с ними принимать тщательно обдуманные решения"³.

Институт рынка можно рассматривать как социально-экономический институт, как информационный ориентир, выработанный общественным сознанием, необходимый для сравнения, соизмерения и обмена разнообразными формами результатов деятельности индивидов. Социальный характер института рынка проявляется в том, что он формирует условия социальной дифференциации общества, т.е. материализованные

¹ Кузьминов Я.И., Юдкевич М.М. Курс институциональной экономики: институты, сети, транзакционные издержки, контракты: Учеб. для студентов вузов. М., 2006. С. 165.

² Коцегулова И.Р. Деньги как институт. СПб., 2006. С. 81.

³ Поршнев А.Г. Банковский менеджмент - актуальная проблема // Деньги и кредит. 1997. □ 4.

правомочия индивидов существенно различаются и представляют собой не только экономическую, но и социальную ценность, определяя социальный статус индивидов.

Институт рынка – это система коллективно выработанных правил, позволяющих придавать определенность всем видам взаимодействий, возникающих в процессе обмена. Роль, которую он играет при осуществлении обмена товарами, т.е. правомочиями, воплощенными в тех или иных видах экономических благ и заведомо предназначенных к обмену, придает данному институту экономический характер и формирует его специфические экономические функции, связанные, прежде всего, с необходимостью снижения трансакционных издержек при рыночных взаимодействиях. Экономическая природа института рынка проявляется в роли, которую он играет в обменных отношениях, в результате которых возникают взаимные контрактные обязательства между его участниками.

В экономической литературе⁴ подчеркивается, что в основе рынка лежат, как минимум, три сети.

Первая – формальная сеть. Она объединяет участников рынка как агентов права, действующих в условиях определенных и известных формальных институтов, которые гарантируют им выполнение условий сделки. Если кто-то захочет просто отнять товар у другого, то он с очень высокой вероятностью будет наказан – понесет неприемлемый для себя ущерб.

Вторая – информационная сеть. Она связывает группы факторов между собой и обеспечивает “дешевое” распространение информации. В эту сеть могут быть не включены новички и изгои, что делает использование рынка для них более затратным.

Третья – сеть реальных контрактов, заключенных между факторами как в настоящем, так и в прошлом. В этих взаимодействиях факторы устанавливают “истинное качество” партнеров и предлагаемых ими благ (товаров, услуг). Успешные контракты между субъектами приводят к формированию доверия, которое позволяет предвидеть поведение партнеров и качество исполнения ими обязательств. В результате складывается совершенно новое видение рынка, гораздо более приближенное к реальности.

Таким образом, в представлении институциональной экономики субъект (покупатель), находясь в центре реальных предложений других субъектов (продавцов), станет выбирать, руководствуясь не только ценовыми, но и каче-

ственными различиями, следовательно, в рамках институционального подхода к анализу рынка можно констатировать, что рынок разбивается на несколько плотных сетей, где покупатели и продавцы хорошо информированы друг о друге и по преимуществу взаимодействуют друг с другом. Это совершенно иной подход, в отличие от стандартного анализа рынка на основе классической равновесной экономической теории.

Для определения понятия “рынок банковских услуг” целесообразно исходить из понятия “рынок финансовых услуг”. Согласно ст. 3 федерального закона “О защите конкуренции на рынке финансовых услуг”, под рынком финансовых услуг понимается сфера деятельности финансовых организаций на территории Российской Федерации или ее части, определяемая исходя из места предоставления финансовой услуги потребителям.

В рассматриваемом определении акцент сделан на территориальной принадлежности явления действительности, называемого рынком, и не сказано, что рынок услуг – это не только территория (место) их предоставления, но и сложная система отношений между субъектами, предоставляющими услуги, потребителями этих услуг, а также субъектами, осуществляющими государственное и негосударственное регулирование указанных отношений. Исходя из этого, можно определить рынок банковских услуг как совокупность отношений, возникающих по поводу удовлетворения финансовых интересов (потребностей) потребителей в банковских услугах на определенной территории, границы которой определяются исходя из места предоставления услуг. В современных условиях сфера деятельности кредитных организаций не имеет географических и национальных границ, это глобальное явление, обладающее значительной финансовой мощностью, большим денежным капиталом, движущей силой воспроизводственного процесса в мировой экономике. Вовлеченность рынка банковских услуг в процессы глобализации экономики позволяет в определении рынка банковских услуг уйти от территориальной локальной принадлежности и определить рынок банковских услуг как совокупность субъект-субъектных социально-экономических отношений, регулируемых системой формальных и неформальных правил, складывающихся по поводу предоставления услуг инвестиционного посредничества в интересах удовлетворения потребностей клиентов на основе ряда операционных действий. Основные этапы операционных действий, которые, на наш взгляд, определяют и организуют взаимодействия между субъектами рынка по заклю-

⁴ Кузьминов Я.И., Юдкевич М.М. Указ. соч.

чению соглашений (договора) на оказание банковской услуги, включают следующие общие операционные правила: 1) восприятие; 2) коммуникативная связь (общение); 3) исполнение требования; 4) отдача.

Формирование рынка банковских услуг регулируется законом спроса и предложения. Следовательно, потребности клиентов приоритетны над интересами производителей банковских услуг. Обеспечение нормальной конкурентной среды является необходимой составляющей рынка и служит условием соблюдения интересов потребителей, повышения количества и качества предоставляемых услуг.

Рынку банковских услуг присуща своя сегментация, ориентированная на клиентскую базу кредитной организации, т.е. по типу потенциальных потребителей. К настоящему времени сформировались следующие сегменты, или типы, рыночных отношений:

- сегмент рынка розничных банковских услуг (ритейл-бизнес) - направлен на обслуживание граждан и домашних хозяйств;
- сегмент рынка оптовых банковских услуг - направлен на обслуживание крупных корпоративных клиентов;
- сегмент рынка инвестиционно-банковских услуг малому и среднему бизнесу;
- сегмент рынка по обслуживанию государственных и муниципальных учреждений;
- сегмент рынка по предоставлению расчетных услуг другим кредитным организациям.

Совокупность данных сегментарных подразделений отражает рынок банковских услуг, который занимает особое место в общественном воспроизводстве.

Особенностью рынка банковских услуг является то, что, саморегулируемый в ходе конкурентной борьбы, он также регулируется государством через Центральный банк. Высокая социальная значимость для общества делает его социально ориентированным рынком, на котором механизмы конкуренции играют подчиненную роль по сравнению с механизмами государственного регулирования.

Субъекты банковских услуг обладают возможностями, которые зависят от институциональных правил поведения по поводу объекта банковских услуг. Институциональные ограничения, характеризующие набор возможностей субъектов, являются сочетанием формальных и неформальных ограничений, формируют набор альтернативных правил поведения субъектов. Комплекс институциональных ограничений порождает различные сочетания ограничений, которые, в свою очередь, отражают затраты на оценку и конт-

роль за ходом заключения и реализации договоров-контрактов субъектов банковских услуг. Чем выше эти издержки (транзакционные издержки), тем в большей степени субъекты будут использовать неформальные ограничения для выработки условий обмена объектами банковских услуг. Самоподдерживающиеся договоры-контракты являются преобладающей формой обмена. Транзакционные издержки - наиболее очевидные свойства институциональной системы банковских услуг, которые выступают основой для ограничения обмена. Эти ограничения состоят из издержек обращения объектов банковских услуг, проявляющихся в ходе рыночных отношений, которые могут быть измерены, и издержек, которые не поддаются измерению (вследствие возникновения неправовых ситуаций). Насколько точно будет дана оценка транзакционных издержек, настолько эффективно будут реализованы отношения субъектов банковских услуг в рамках действующих институтов.

Исследуя институт рынка банковских услуг, нельзя не затронуть такие категории, как риск исполнения сделки по предоставлению банковской услуги и качество услуги.

Объективное наличие банковских рисков, их высокий уровень заставляют находить способы защиты экономических, имущественных интересов субъектов банковских услуг. Актуализация роли рисков в современном обществе, необходимость управления ими сопряжены с концепцией безопасности деятельности и связаны с идеей оптимального распределения ресурса, выделяемого на безопасность. Контрактные отношения по предоставлению банковских услуг строятся таким образом, чтобы минимизировать совокупные транзакционные издержки управления ими. Однако дополнительные издержки субъектов связаны как с банковскими рисками, так и с ограниченной эффективностью институциональных механизмов принуждения к исполнению контрактов (мы назвали бы это институциональным риском, т.е. неспособностью институтов, отвечающих за принуждение к соблюдению участниками контрактов своих обязательств, обеспечить выполнение основных положений сделки). Чем выше уровень риска, тем выше транзакционные издержки. Кредитные организации стремятся переложить риски (диверсифицировать) на множество клиентов, что приводит к увеличению у последних издержек обращения. С ростом издержек банкротства заемщиков, склонных к риску, повышается ставка банковского процента (кредитная ставка), соответственно увеличиваются затраты у всех субъектов по исполнению банковской сделки. Дополнительные транзакцион-

ные издержки связаны с защитой контрактов от возможных рисков. Чрезмерно высокий уровень рисков может привести к ситуации, когда сумма издержек превышает экономическую выгоду от предоставления (приобретения) банковской услуги.

Возникающие дополнительные издержки вследствие рисков по контрактным обязательствам, которых не удалось избежать, могут быть переложены на других субъектов банковских услуг, что существенно ухудшает институциональную среду банковской деятельности. Отметим, что уровень этих рисков может порой достигать таких значений (кумуляция рисков), которые будут угрожать уничтожением ее значительной части, что, в свою очередь, может резко снизить эффективность дальнейшего функционирования всей банковской системы.

Приобретая банковскую услугу, клиент претендует не только на конечный результат, но и на определенный уровень качества предоставления этой услуги. В случае заключения контракта на предоставление банковской услуги и его исполнения, тем не менее, сохраняется риск несоблюдения качества услуги, т.е. реализуются услуги низкого качества, что может обнаружиться далеко не сразу, да и не всегда представляется возможным доказать, что услуга не соответствовала принятым стандартам качества. Формами проявления риска несоблюдения качества банковской услуги могут быть, на наш взгляд, искажение информации о предоставляемой услуге, завышение номинальных качеств предоставляемой услуги в сравнении с возможными реальными, повышение цены постконтрактного обслуживания, например, взимание с заемщика не только банковского процента по кредиту, но и дополнительных комиссионных за ведение ссудного счета и др., что привело к использованию понятия “эффективная процентная ставка”.

Чем менее осязаем “... продукт или услуга, тем больше осязаемых характеристик необходимо предъявить клиенту в рекламных целях”⁵. Следовательно, качество услуги - степень, с которой совокупность свойств услуги соответствует требованию клиента. Эту совокупность свойств

можно назвать качественными характеристиками услуги. Необходимо определить количественно те качественные характеристики, которые должны быть реализованы в ходе осуществления процесса, т.е. количественно определить необходимый результат.

Таким образом, рынок банковских услуг, являясь социальным и экономическим институтом, регулируется системой формальных и неформальных правил, касающихся, на наш взгляд, следующих основных операционных действий: восприятие, коммуникативная связь (общение), исполнение требования, отдача. Психологические потребности клиентов в банковских услугах проходят под тремя девизами: “немедленно”, “неограниченно”, “конфиденциально”. Все этапы операционных действий должны быть сведены к обеспечению следующих задач, имеющих существенное значение для потребителей услуг: современность и техническая зрелость услуги; сроки осуществления платежей и сроки обслуживания; качество услуги и окупаемость услуги; уровень консультации и уровень обслуживания; условия продажи услуги; престиж банка в сравнении с конкурентами; финансовое положение банка; дизайн, условия обслуживания и личное впечатление от работников банка; безупречный исполнительский механизм; информативность и действенность рекламы; конкретные образы банковских услуг; выработка норм поведения сотрудников и конкретных моделей поведения в зависимости от ситуации, исключение конфликтов.

Современное развитие рынка банковских услуг на основе банковских инноваций осуществляется комплексно в рамках тех институтов, которые выработаны членами социума, несущими внешнюю информацию, формирующую собственные ориентиры. Информационные ориентиры позволяют субъектам вступать в обменные отношения на основе добровольного взаимодействия индивидов по поводу определенных благ. Соответственно, институты, вовлеченные в предоставление банковских услуг, формируют институциональную структуру как систему экономических и социальных институтов общества.

Поступила в редакцию 04.03.2009 г.

⁵ Песоцкая Е.В. Маркетинг услуг. СПб., 2000. С. 172.