

Роль качества в банковской сфере

© 2009 А.К. Бахшиян

Рассматриваются вопросы качества услуг банка, его роль в современных условиях развития банковского дела в России.

Ключевые слова: банк, качество банковской услуги, технический уровень продукции, петля качества, показатели качества, конкурентоспособность.

Проблемы повышения качества банковского обслуживания привлекают внимание ученых и практиков в течение длительного времени. Формирование современной теории банковских услуг берет свое начало в 80-90-х гг. прошлого столетия и продолжается по настоящее время.

Создание Европейского экономического и валютного союза, ужесточение норм банковского контроля, а также интенсивное внедрение электронных технологий положили начало пересмотру международных принципов, которые обеспечили качество обслуживания клиентов.

Качество банковских услуг во многом зависит от уровня организации деятельности банка в целом. Особую значимость тема качества банковских услуг приобретает в условиях либерализации рынка банковских услуг, возрастая с приходом крупных иностранных банков и перспективной вступления России в ВТО.

Высокая рентабельность розничного бизнеса стимулирует появление на рынке новых игроков, в числе которых иностранные банки. Привлекательность сегмента кредитования населения стала для многих из них решающим аргументом в пользу начала работы в России. Однако ни один из участников рынка за исключением крупных банков, контролируемых государством, не может быть уверен в устойчивости своих позиций: распределение долей и состав лидеров способны измениться за короткий промежуток времени.

Из-за отличий в законодательстве, менталитете, историческом развитии банковской системы применять зарубежную модель подхода к качеству банковских услуг без корректировки на специфику рынка нельзя.

Практически нет работ, в которых исследовались бы вопросы внедрения в практику механизма повышения качества, предоставления банковских услуг и механизма функционирования системы управления качеством. Другой проблемой регулирования качества и распространения передовых методов стимулирования и повышения качества банковского обслуживания является низкая компетентность банков в вопросах оценки качества, информация о которой оста-

ся во многих случаях предметом коммерческой тайны.

В настоящее время в большинстве банков повышение качества обслуживания сдерживается недостатками в системе финансовой оценки и планирования качества в отдельных подразделениях банка. Показатели качества банковского обслуживания с трудом поддаются формализации, поэтому оценка качества осуществляется в основном лишь в соответствии с мнением экспертов.

Обратимся к Экономическому словарю, где качество определяется как совокупность свойств, признаков продукции, товаров, услуг, работ, труда, обуславливающих их способность удовлетворять потребности и запросы людей, соответствовать своему назначению и предъявляемым требованиям. Качество оценивается мерой соответствия товаров, работ, услуг условиям и требованиям стандартов, договоров, контрактов, запросов потребителей. Принято различать качество продукции, работы, труда, материалов, товаров, услуг.

Рассмотрим, как описанные выше определения качества применимы в современных условиях развития банковского дела в России.

Роль кредитных организаций в формировании макроэкономических показателей государства огромна. Стабильно функционирующему банку легче преодолеть негативные последствия цикличности, что особенно актуально в условиях кризиса. К тому же следует отметить, что стабильное функционирование банковского института играет ключевую роль в обеспечении снижения социальной напряженности в условиях финансовой нестабильности.

Становление современной российской банковской системы началось в 90-х гг. прошлого века. Первые десять лет наша банковская система строилась хаотично, без внятной политики или стратегии денежных властей. Многие недостатки российской банковской системы отражали трудности и противоречия осуществляемых в стране преобразований. Кроме того, банки унаследовали от прошлого отсутствие гибкости, неготовность вести честную конкурентную борь-

бу, стремление получать ресурсы из госказны. Многие банки пошли по пути “искусственной коммерциализации”, превратились в денежных спекулянтов-посредников, предпочитающих кредитовать посреднические структуры.

Высокие и устойчивые темпы экономического роста и достигнутая макроэкономическая стабильность потребовали выработки новых решений, направленных на обеспечение поступательного развития банковского сектора на основе укрепления его устойчивости, повышения конкурентоспособности российских кредитных организаций, совершенствования банковского регулирования и надзора, усиления защиты интересов и укрепления доверия вкладчиков и других кредиторов банков.

Стратегия развития банковского сектора Российской Федерации, принятая в декабре 2001 г., способствовала реализации основных направлений совершенствования банковской системы и укреплению российского банковского сектора.

Стратегия развития предусматривала совершенствование нормативного обеспечения банковской деятельности, завершение перехода кредитных организаций на использование международных стандартов финансовой отчетности, создание условий для предотвращения использования кредитных организаций в противоправных целях (прежде всего таких, как финансирование терроризма и легализация доходов, полученных преступным путем), повышение качества предоставляемых кредитными организациями услуг¹.

С развитием банковской системы появилась необходимость сегментации банков на группы. Банковское сообщество разделяет банки на эшелоны (круги)². В первый эшелон входят самые активные и крупные банки, они же - самые надежные, которые работают с большим числом контрагентов, размещают большие объемы средств. Во второй эшелон входят средние по размерам и по активности (и по надежности) банки, а в третий - все остальные мелкие московские и региональные банки, многие из которых осуществляют операции на межбанковском рынке эпизодически, работают с узким кругом “своих” контрагентов.

Объектом исследования для нас являются банки “второго круга”, предоставляющие розничные услуги.

В последние годы в связи с активным ростом, развитием и многообразием банковских ус-

луг растет финансовая грамотность населения, избирательность, приобретается опыт пользования банковскими услугами; расширяется информационное поле: публикации в прессе, рейтинги банков, форумы, положительные и отрицательные рекомендации, отзывы коллег, знакомых, родственников.

В прошлом выбор банка носил спонтанный характер. Сейчас при больших возможностях выбора и при практически равном наборе банковских услуг и условий их предоставления фактор спонтанности практически отсутствует.

Ранее для привлечения клиентов банку было достаточно прорекламировать свои услуги, в настоящее время для большинства потенциальных клиентов основными аргументами в пользу выбора банка являются не только процентная ставка, местоположение, но и качество предоставления банковских услуг и их сопровождения. Так как процентная ставка в банках “второго круга” практически идентична, то качество оказания и сопровождения услуг является одним из основных, а часто и единственным критерием, определяющим приобретение услуги и выбор банка.

При профиците банковских розничных услуг важно кастомизировать предлагаемые услуги и сервисы, чтобы их качество наиболее точно соответствовало представлениям о высоком качестве в восприятии клиентов, и было максимально приемлемым для клиентов.

Высокое качество обладает эффектом мультипликатора; умножает результаты, достигнутые рекламой, маркетингом и продажами. В основе этого мультипликативного эффекта - позитивное отношение к банку, которое создается у клиента благодаря качественному личному обслуживанию и мотивирует их рекомендовать банк другим людям. Некоторые банки фактически полностью строят свой бизнес на рекомендациях и повторных сделках. Исследования показывают, что один довольный клиент может направить в банк двух-трех новых клиентов³.

Но банки - это особая организация, и определение качества банковских розничных услуг подтверждает определение в Экономическом словаре, однако не раскрыто в достаточной мере. Главной особенностью банковского качества является, прежде всего, сохранение количественных показателей клиентской базы при увеличении качественных критериев. Цель розничной банковской услуги сводится к улучшению качества жизни населения с предоставлением кредитов и займов. Качество предоставления услуг,

¹ См.: Заявление Правительства Российской Федерации и Центрального банка Российской Федерации о Стратегии развития банковского сектора Российской Федерации на период до 2008 г.

² Шкала банковской активности Рус-Рейтинг.

³ Шоул Дж. Первокласный сервис как конкурентное преимущество: Пер. с англ. М., 2006.

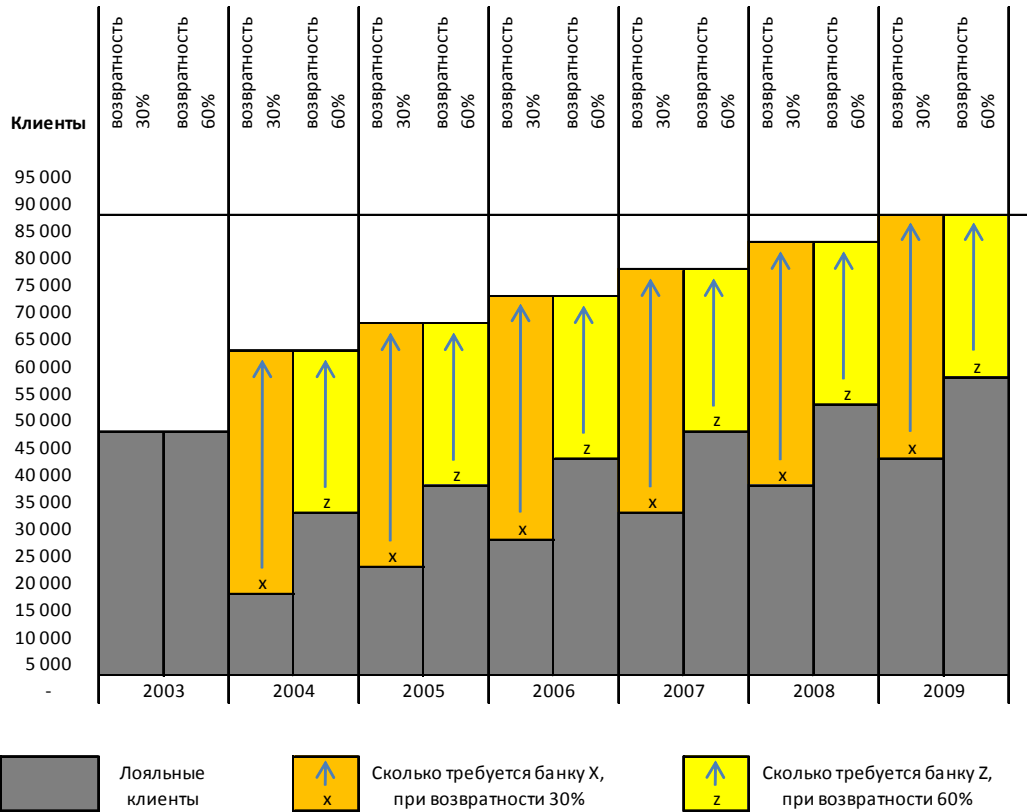


Рис. Влияние лояльности клиентов на конкурентные позиции банка

безусловно, ведет к увеличению количества клиентов, но отсутствие скоринга потенциальных клиентов может привести к увеличению доли заемщиков, не выполняющих условий договора кредитования. Наибольшую актуальность эта проблема приобретает во время кризиса.

Под качеством будем понимать совокупность полезных свойств, позволяющих удовлетворять определенные материальные или духовные потребности клиента, что, безусловно, приведет к увеличению количества клиентов и прибыли банка. И чем эффективнее такое соединение, а именно банков, продукции и клиентов, тем больше объем выпуска продукции и богатство нации⁴. По мнению А. Смита вмешательство государства в управление предприятием не несет синергетического эффекта. Центральная идея учения Смита заключалась в том, что экономика будет функционировать лучше, если исключить ее регулирование государством. Тогда экономическая самозаинтересованность будет заставлять предприятия выпускать продукцию, нужную покупателям, и производить ее по максимально низкой цене. В нашей стране роль государства в управлении банка мала, из чего можно сделать

⁴ Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М., 2007.

вывод, что банки будут пытаться превзойти своих конкурентов и получить максимум прибыли.

Важно отметить, что повышение качества не должно понижать количественные показатели банка, к таким показателям можно отнести: прибыль, количество клиентов, долю лояльных клиентов и другие показатели, которые влияют на ликвидность банка и составляют его целостность. Лояльность клиентов мы определяем как основной показатель качества услуг, так как именно благодаря лояльным клиентам происходит укрепление позиций на конкурентном рынке финансовых услуг.

Лояльность (от французского или английского loyal - верный) - 1) верность действующим законам, постановлениям органов власти; 2) корректное, благожелательное отношение к кому-либо, чему-либо⁵.

Исходя из термина лояльности, выведем понятие лояльного клиента в банковской сфере.

Для банка лояльный клиент - это клиент, который не имеет негативной характеристики при взаимодействии с банком, соблюдает все условия договора, планирует повторно пользоваться услугами и рекомендовать своим знакомым.

Лояльность - важная составляющая конкурентного преимущества, основное влияние на

⁵ Большая Советская Энциклопедия.

повышение лояльности оказывает качественная составляющая банковских услуг.

Харви Томсон в своих трудах вывел закономерность лояльности клиентов на конкурентные позиции банка⁶.

Представим это утверждение графически (см. рисунок). Основная концепция заключается в том, что чем больше процент лояльных клиентов, тем меньше затрат на привлечение клиентов.

В данном примере рассмотрены два банка X и Z, которым для достижения роста бизнеса и доходов необходимо равное количество клиентов.

В банке X лояльность клиентов низкая и только 30% клиентов продолжают сотрудничество с банком более 1 года. В банке Z лояльность клиентов выше, 70% клиентов продолжают сотрудничать с банком более 1 года.

Вывод: банку X для обеспечения развития нужно ежегодно находить замену 70% клиентов, которые уходят к конкурирующим банкам. Это влечет дополнительные материальные и ресурсные затраты на привлечение новых клиентов, которые значительно выше, чем затраты на обслуживание уже существующих клиентов.

Управление качеством и его внедрение, безусловно, предполагают участие человеческого фактора. Для определения эффективности внедрения качества необходим анализ довольства (материального и морального), рисков, прибыли, надежности, ликвидности и лояльности.

По определению В.В. Окрепилова, сущность банковской услуги составляют:

- технический уровень продукции;
- петля качества (спираль качества);
- показатели качества;
- конкурентоспособность товара.

Технический уровень продукции - относительная характеристика ее качества, основанная на сопоставлении значений показателей, характеризующих техническое совершенство оцениваемой продукции, со значениями соответствующих базовых показателей. Технический уровень продукции является составной частью ее качества, отражается в различных показателях и повышается в результате применения оригинальных конструкторских решений, использования новых материалов внедрения прогрессивных технологических процессов производства и контроля качества выпускаемой продукции.

Петля качества (спираль качества)⁷ - жизненный цикл продукции, включающий следующие этапы, на которых осуществляется управле-

ние качеством: маркетинг; поиск и изучение рынка; проектирование и разработка технических требований; разработка продукции; материально-техническое снабжение; подготовка и разработка производственных процессов; производство; контроль, испытания и приемка; упаковка и хранение; реализация и распределение продукции; монтаж и эксплуатация; техническое и гарантийное обслуживание; утилизация.

Показатели качества - взаимосвязанная совокупность показателей продукции, характеризующих ее назначение, надежность, технологичность, уровень стандартизации и унификации, эргономические, эстетические, экологические свойства, патентно-правовые аспекты, транспортабельность, безопасность и экономические параметры.

Конкурентоспособность - способность изделия быть более привлекательным для потребления по сравнению с другими изделиями аналогичного вида и назначения благодаря тому, что его качественные и стоимостные характеристики в большей степени соответствуют требованиям данного рынка и потребительским оценкам.

Соглашаясь с основными понятиями о сущности банковского кредитования, сформулированными В.В. Окрепеловым, мы понимаем, что при нынешних реалиях сущность банковской розничной услуги носит двойственный характер. Дуализм роли качества кредитования заключается в том, что:

- для банка это инструмент достижения максимальных экономических результатов;
- для клиента - прозрачность, удобство, надежность, приемлемость условий кредитования.

В современной банковской России во время всемирной глобализации и интеграции качество становится неотъемлемым инструментом продвижения банковских услуг, в том числе розничных.

Розничная услуга заключается в оказании физическим лицам набора банковских услуг на основе возвратности, платности и срочности⁸.

Основными участниками рынка розничных банковских услуг в Российской Федерации являются банки, небанковские кредитно-финансовые организации, физические лица⁹.

В настоящий момент не существует общепринятого определения сущности качества розничной банковской услуги. Предлагаем использовать следующее определение.

Сущность качества розничной банковской услуги - поиск оптимально приемлемых финан-

⁶ Томсон Х. Выигрышные стратегии формирования и поддержания лояльности клиентов: Пер. с англ. М., 2005.

⁷ Ребрин Ю.И. Управление качеством. Таганрог, 2004.

⁸ Банковское дело / Под ред. О.И. Лаврушина. М., 2005.

⁹ Гиссин В.И. Управление качеством продукции: Учеб. пособие. Ростов н/Д, 2000.

совых, экономических и других параметров банковской услуги, которые полностью соответствуют условиям стратегии банка и требованиям клиента.

Розничные банковские услуги нацелены на удовлетворение различных потребительских нужд населения, таких, как приобретение товаров длительного пользования, строительство и приобретение жилья, обучение, лечение, отдых и т.п.

Повышение благосостояния граждан является одной из приоритетных задач государства, очень важно адаптировать отечественный рынок розничных банковских услуг к национальным особенностям, используя опыт развитых стран.

На текущее состояние рынка розничных банковских услуг оказывает воздействие ряд факторов. Условно их можно разделить на макроэкономические факторы и факторы, определяемые состоянием банковской системы. Последние, определяя развитие отечественного рынка розничных банковских услуг, в свою очередь, находятся под воздействием макроэкономических факторов.

Макроэкономические факторы. На макроуровне существенное влияние на развитие рынка розничных банковских услуг в РФ оказали следующие факторы: ресурсная база, управленческий и кадровый потенциалы, состояние инфраструктуры, способность банков развивать новые технологии, повышать качество и снижать издержки, связанные с оказанием банковских услуг. Экономический рост повышает общий объем доходов населения и, соответственно, спрос на розничные банковские услуги. В связи с этим высокие темпы экономического роста являются необходимым условием последовательного развития розничных банковских услуг.

Оценить качество услуг гораздо сложнее, чем качество товара. Ведь клиент воспринимает не только результат услуги, но становится соучастником ее оказания. Для того чтобы измерить качество банковской услуги, необходимо понимать, что представляет собой качество обслужи-

вания в банке. Банковская услуга как товар - это неосязаемое, нематериальное действие или выполнение работы, не ведущее к владению чем-нибудь материальным. Как правило, такие действия или виды работ происходят в момент непосредственного контакта производителя банковской услуги и ее потребителя. По этим причинам, по мнению специалистов, качество банковской услуги имеет отношение к интерактивному процессу, происходящему между банком и клиентом.

Качество банковской услуги существенно зависит от процесса сравнения потребителем своих ожиданий качества банковской услуги до ее потребления с непосредственным восприятием качества банковской услуги в момент и после ее потребления. Восприятие качества банковской услуги потребителем в момент ее потребления происходит по двум главным аспектам: что потребитель получает от банковской услуги (технический аспект качества) и как потребитель получает банковскую услугу (функциональный аспект качества)¹⁰.

Качество услуг банка зачастую зависит от типа банка, в разных типах банка действуют разные законы и нормы качества. В настоящее время существует множество банков с различными типами форм собственности. Банки можно классифицировать в зависимости от того или иного критерия.

Исследование проблемы оценки качества управления банком требует предварительного рассмотрения исходных положений об управлении. Ключом к этому может стать трактовка категории "управление" как трудовой деятельности и как системы отношений, реализуемых в процессе этой деятельности.

Говоря о качестве розничного кредитования нельзя забывать и о качестве портфеля. Выдача кредита всем и всегда при наивысшем сервисе так или иначе приведет к банкротству, но банки в погоне за клиентом готовы на все.

Поступила в редакцию 04.03.2009 г.

¹⁰ Новаторов Э.В. Методика оценки качества банковских услуг // Практический маркетинг. 2001. № 10.