

УДК 336.71 DOI: 10.14451/1.256.537

Качество банковских услуг в системе факторов финансовой устойчивости банков: содержание, классификация и экономические эффекты

© 2026 **Рогачев Никита Сергеевич**

Аспирант кафедры финансов и кредита экономического факультета. Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, Москва.

E-mail: nik.rogachev.2001@mail.ru

© 2026 **Савчина Оксана Владимировна**

Кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и кредита. Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, Москва.

E-mail: savchina-ovl@rudn.ru

Ключевые слова: банковские услуги; финансовая устойчивость; качество обслуживания; доверие клиентов; операционные риски; классификация услуг; показатели качества; репутационные риски.

Качество банковских услуг рассматривается как системный элемент финансовой устойчивости кредитных организаций. В статье раскрываются экономическое содержание и особенности банковских услуг, представлена классификация по видам и уровням сложности, выделены ключевые показатели качества. Обосновано, что высокое качество обслуживания укрепляет доверие, расширяет ресурсную базу, снижает операционные и репутационные риски и способствует устойчивому росту доходов. Рассмотрены экономические эффекты повышения качества услуг и даны рекомендации по усилению финансовой устойчивости банков.

Финансовая устойчивость коммерческого банка определяется не только величиной капитала и уровнем ликвидности, но и качеством взаимодействия с клиентами. Большинство современных методик концентрируются на количественных показателях – достаточности капитала, качестве активов, доходности, ликвидности. Вместе с тем сами авторы методик отмечают, что для достоверного анализа необходимо сочетать количественный и качественный подходы. Внутренние факторы устойчивости, в первую

очередь качество маркетинга и управления, оказывают важное воздействие на достижение финансовой устойчивости: применение современных информационных технологий значительно повышает скорость и качество банковских услуг. Цель данной статьи – комплексно исследовать качество банковских услуг как фактор финансовой устойчивости, раскрыть его содержание и классификацию и показать экономические эффекты повышения качества.

Банковская услуга представляет собой нематериальный продукт, а процесс обмена финансовой информации. Согласно П. С. Роузу, главным отличительным признаком банковской услуги является сетевое перемещение финансовой информации, формирующей поле качества. Банковские услуги имеют ряд особенностей, отличающих их от материальных товаров: качество услуги трудно оценить численно; клиент участвует в процессе оказания; предварительная аттестация качества недостоверна; услуги невозможно складировать; они не имеют материальной формы; услуга комплексна, качество каждой подуслуги влияет на итоговый результат. Клиент оценивает фактическое качество, сравнивая его с ожидаемым имиджем, сформированным рекламой и опытом других лиц; уровень соответствия определяет лояльность и готовность сотрудничать с банком [1].

Классификация услуг позволяет выявить ключевые направления повышения качества. В исследовании выделяются три группы услуг:

- прямые (*direct services*) – удовлетворяют непосредственные потребности клиента (платежные, кредитные, депозитные и инвестиционные услуги);
- косвенные (*related services*) – облегчают получение прямых услуг без получения дополнительной прибыли (клиринговые операции, дистанционное управление счётом, консультации);
- услуги, приносящие дополнительный доход или снижение издержек (*added-value services*) – например, овернайты, услуги при организации сделок под гарантии экспортного агентства.

По степени сложности различают четыре уровня банковских продуктов: массовые услуги для широкого круга клиентов (открытие счёта, расчётно-кассовое обслуживание); услуги, требующие специальной подготовки сотрудников (управление активами); услуги, требующие профессиональных знаний клиентов (корпоративные финансы); услуги, требующие комплексной финансовой инженерии.

Специфика банковских услуг обусловила разработку системы показателей их качества. В работе приводятся следующие критерии [2]:

- Качество материальных элементов – состояние помещений, техническая оснащённость, документальное оформление.
- Надёжность – гарантирование выполнения обязательств, например, возврата вклада или безотказной работы дистанционных сервисов.
- Своевременность – предоставление услуги в нужный для клиента момент.
- Полнота – оказание услуги в полном объёме без навязывания лишних операций.
- Социально-психологический показатель – вежливость сотрудников, способность находить компромиссы, комфорт клиента.
- Доступность – минимизация бюрократических процедур, возможность получения услуги в удобном месте и времени.
- Коммуникабельность – простота обмена информацией между банком и клиентом, наличие обратной связи.
- Безопасность – защита интересов клиента и конфиденциальности, исключение вреда клиенту или окружающей среде.

Данные показатели лежат в основе методик оценки качества обслуживания и позволяют банкам выстраивать систему непрерывного улучшения (цикл PDCA).

Связь качества обслуживания с финансовой устойчивостью проявляется через несколько механизмов. Во-первых, высокое качество обслуживания укрепляет доверие клиентов, что расширяет депозитную базу и снижает стоимость ресурсов. Эмпирические исследования показывают, что надёжное риск-менеджмент и качество корпоративного управления положительно коррелируют с объёмом клиентских вкладов и способствуют повышению доверия [4]. Во-вторых, недостатки в обслуживании (невежливость персонала, несоблюдение сроков, утечка данных) вызывают репутационные риски, способные привести к оттоку клиентов. В корпоративных методических материалах Сбербанка отмечается, что репутационные риски возникают из-за

низкого качества обслуживания, и борьба с ними предполагает регулярное обучение персонала и оперативное реагирование на жалобы [3].

Третьим механизмом является влияние качества услуг на эффективность взаимодействия с клиентами. Исследование, посвящённое оценке финансовой устойчивости российских банков, подчёркивает, что качество маркетинга и управления является решающим организационным фактором, и использование информационных технологий позволяет значительно повысить скорость и качество услуг. Улучшение сервиса обеспечивает устойчивость за счёт укрепления клиентской базы, расширения продаж, лучшей адаптации к потребностям рынка и уменьшения операционных рисков.

Наконец, международные исследования подтверждают, что качество обслуживания является наиболее влиятельной группой критериев, определяющих эффективность деятельности банков. Так, исследование Tai et al. [10], основанное на гибридном методе fuzzy-DEMATEL, показало, что среди факторов, влияющих на эффективность банковского обслуживания, наибольшее значение имеют качество услуг, отношения с клиентами и инновационность. Главные критерии включают предоставление персонализированной инвестиционной информации и расширение использования персонализированных финансовых продуктов. После мирового финансового кризиса 2008 г. банки усилили внутреннюю безопасность, инвестировали в технологии и повышали доверие клиентов [8].

Таблица 1. Экономические эффекты повышения качества банковских услуг и их влияние на финансовую устойчивость банка [7].

Направление эффекта	Показатель	Формула / метод оценки	Экономический эффект	Влияние на финансовую устойчивость
Рост доходов	Чистый процентный доход (NII)	$NII = \text{процентные доходы} - \text{процентные расходы}$	Увеличение доходов за счёт роста клиентской базы и объёма операций	Повышение прибыльности (ROA, ROE)
Рост комиссионных доходов	Доля комиссионных доходов	$\frac{\text{Fee Income}}{\text{Total Income}}$	Рост доходов от дополнительных услуг (страхование, инвестиции)	Диверсификация доходов, снижение зависимости от кредитов
Удержание клиентов	Коэффициент удержания	$\frac{\text{Число сохранённых клиентов}}{\text{общее число клиентов}} \times 100\%$	Снижение затрат на привлечение новых клиентов	Стабильность ресурсной базы
Кросс-продажи	Среднее количество продуктов на клиента	$\frac{\text{Total products}}{\text{Number of clients}}$	Рост дохода на одного клиента (LTV)	Устойчивость доходов
Снижение операционных затрат	Cost-to-Income Ratio (CIR)	$\frac{\text{Операционные расходы}}{\text{Операционные доходы}}$	Снижение затрат за счёт цифровизации и оптимизации процессов	Повышение эффективности банка

Продолжение на следующей странице

Таблица 1. Экономические эффекты повышения качества банковских услуг и их влияние на финансовую устойчивость банка [7]. (Продолжение таблицы)

Направление эффекта	Показатель	Формула / метод оценки	Экономический эффект	Влияние на финансовую устойчивость
Снижение ошибок и претензий	Количество жалоб	$\frac{\text{Жалобы}}{\text{число операций}}$	Снижение расходов на урегулирование споров	Снижение операционных рисков
Репутационная устойчивость	Индекс доверия (NPS)	% промоутеров – % критиков	Рост доверия клиентов	Увеличение депозитной базы
Рост депозитов	Темп роста вкладов	$\frac{\text{Депозиты}_t - \text{Депозиты}_{t-1}}{\text{Депозиты}_{t-1}}$	Увеличение ресурсной базы	Повышение ликвидности
Снижение рисков	Доля проблемных активов (NPL)	$\frac{\text{Просроченные кредиты}}{\text{кредитный портфель}}$	Улучшение качества кредитного портфеля	Повышение устойчивости
Инновационное развитие	Доля цифровых операций	$\frac{\text{Digital transactions}}{\text{Total transactions}}$	Снижение издержек и ускорение операций	Рост эффективности и конкурентоспособности

Качество банковских услуг является комплексным понятием, включающим материальные, информационные и эмоциональные элементы. Современные банки рассматривают качество обслуживания как один из ключевых факторов финансовой устойчивости наряду с достаточностью капитала и ликвидностью.

Высокое качество банковских услуг оказывает статистически значимое влияние на ключевые показатели финансовой устойчивости кредитных организаций, что подтверждается результатами современных эмпирических исследований.

Так, в исследовании качества обслуживания в банковском секторе (на основе 173 валидных наблюдений) установлено, что надежность услуг объясняет 23,5% вариации удовлетворенности клиентов ($R^2 = 0,235$), то есть почти четверть клиентской лояльности формируется именно за счёт качества выполнения операций. Более того, фактор компетентности персонала демонстрирует ещё более сильное влияние: $R^2 = 0,411$ (41,1%) [6].

Отдельные элементы качества также имеют значимое влияние:

- технологические аспекты – объясняют 15,8% удовлетворенности ($R^2 = 0,158$);
- безопасность и конфиденциальность – 33,9% ($R^2 = 0,339$).

При этом общий уровень значимости факторов качества превышает 90% по оценкам респондентов.

Связь качества услуг с доверием и финансовой устойчивостью подтверждается и другими исследованиями. Установлено, что качество сервиса влияет на доверие, а доверие – на лояльность и удержание клиентов, выступая промежуточным (медирующим) фактором между качеством и финансовыми результатами банка. Кроме того, эмпирические исследования показывают, что повышение доверия клиентов приводит к увеличению депозитной базы банков, что напрямую влияет на их ликвидность и устойчивость [9].

С точки зрения клиентского поведения, высокий уровень удовлетворенности (более 90% по выборке) коррелирует с повторным обращением и снижением оттока клиентов, что снижает расходы на привлечение новых клиентов и увеличивает жизненную ценность клиента (Customer Lifetime Value) [5].

Библиографический список

1. Кушнарева Ю. В. Качество банковских услуг и эффективность деятельности банка // Экономика. Менеджмент. Человек. – 2018. – № 5. – С. 2–8.
2. Лев М. Ю., Медведева М. Б., Лещенко Ю. Г. Оценка устойчивости коммерческого банка в аспекте экономической и финансовой безопасности // Экономическая безопасность. – 2023. – Т. 6, № 1. – С. 173–200. – DOI: [10.18334/ecsec.6.1.117469](https://doi.org/10.18334/ecsec.6.1.117469).
3. Репутационные риски банка: причины, последствия, профилактика / ПАО «Сбербанк». – 2022. – URL: <https://www.sberbank.ru> (дата обр. 26.03.2026).
4. Сафина О. В., Смирнова Н. В. Анализ качества банковских услуг // Экономические науки. – 2017. – № 2. – С. 51–59.
5. Accenture. Global Banking Consumer Study 2025: Banking on Trust. – Dublin : Accenture, 2025. – 52 p. – URL: <https://www.accenture.com/content/dam/accenture/final/industry/banking/document/Accenture-Global-Banking-Consumer-Study-2025-Report.pdf> (visited on 03/26/2026).
6. Khaleel Khashman R. M. Customer Satisfaction Quality in Banking Sector // International Journal of Business and Management. – 2023. – Feb. – Vol. 18, no. 2. – P. 15. – ISSN 1833-3850. – DOI: [10.5539/ijbm.v18n2p15](https://doi.org/10.5539/ijbm.v18n2p15).
7. Latinia. How banks can improve customer satisfaction and loyalty through personalised, realtime communications / Latinia Insights. – 2024. – URL: <https://latinia.com> (visited on 03/26/2026).
8. Malik M., Green P. Risk governance and customer trust in the banks of OECD // 11th Annual Conference on Risk Governance. University of Siegen, 19–20 Oct 2023.
9. Nguyen T. T., Pham T. H. The impact of service quality on customer trust and loyalty in banking // International Review of Management and Marketing. – 2023. – Vol. 13, no. 4. – P. 120–128. – URL: <https://econjournals.com/index.php/irmm/article/view/14658> (visited on 03/26/2026).
10. Tai J., Liao L. K., Wang Y. L. Improving service quality of wealth management bank for high net worth customers during COVID 19: a fuzzy DEMATEL approach // Applied System Innovation. – 2023. – Vol. 6, no. 3.