

## 5.11. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА БАНКОВСКИХ УСЛУГ: МЕТОДИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Сафина О.В., к.э.н., доцент,  
кафедра финансов и кредита;  
Ахматов Х.А., ассистент,  
кафедра финансов и кредита

*Ивановский государственный химико-технологический университет, г. Иваново*

В данной статье предложен методический подход к оценке качества банковских услуг с позиции заинтересованных участников рынка и соответствия стандартам качества. Раскрыты клиентоориентированные критерии качества банковских услуг и приведены результаты исследования на примере конкретного коммерческого банка.

Перейти на ГЛАВНОЕ МЕНЮ

Оценка качества банковских услуг в настоящее время является актуальной и своевременной для российских коммерческих банков. Во-первых, это связано с тем, что на рынке банковских услуг осложнена ценовая конкуренция. Во-вторых, на фоне усиления интеграционных процессов и приходом на российский рынок банковских услуг крупных западных банков, имеющих высокие стандарты обслуживания и сертифицированных по системам менеджмента качества ISO 9000 [8], происходит ужесточение конкурентной борьбы и повышение требований клиентов к предлагаемым банками услугам. В связи с этим на первое место в конкурентной борьбе выходит качество банковских услуг.

Несмотря на многочисленные исследования в данной области, в теории и банковской практике до настоящего времени отсутствует единая методология оценки качества банковских услуг, что определило выбор направления дальнейшего исследования.

Банковские услуги оказываются непосредственно клиентам банка, поэтому важно понимать их потребности. Однако процесс предоставления банковских услуг и, соответственно, качество банковских услуг важны не только для клиентов банка, но и для других участников рынка (рис. 1).



**Рис. 1. Участники рынка банковских услуг / заинтересованные в качественных банковских услугах**

Так, например, государство в лице Центрального банка РФ (ЦБ РФ), заинтересовано в минимизации чрезмерных рисков, возникающих при стремлении

участников финансового рынка к извлечению высокого положительного результата от деятельности, разрешенной на основании лицензии регулятора. В данном случае круг регулируемых вопросов касается не только классических операций коммерческого банка [2], но и обеспечения локальной дисциплины [1], соответствия руководителей внутренних пруденциальных служб и менеджеров высшего звена квалификационным требованиям [4], изменения круга собственников, способных оказать существенное влияние на его деятельность [3], и т.д. Внутренним фактором, оказывающим влияние на качество банковской услуги, является степень сбалансированности интересов акционеров и персонала. Сложность баланса интересов проявляется в том, что персонал часто стремится к одновременному росту заработной платы и круга управленческих полномочий, что не только сокращает распределяемую прибыль между акционерами, но и сокращает их роль в определении и реализации стратегического развития коммерческого банка. Влияние на финансовые результаты коммерческого банка оказывают желания клиентов и партнеров наблюдать лояльность в ценовой политике и потребительских характеристиках банковских услуг. Как правило, потенциальные клиенты и партнеры воспринимают как качественные те банковские услуги, использование которых не требует сумм, сокращающих темпы делового оборота, и оптимально ориентированы на их потребности. Кроме того, характеристики предлагаемых банками услуг должны соответствовать принятым внутрифирменным, а также национальным и международным стандартам качества.

Таким образом, под качеством банковских услуг мы понимаем степень соответствия совокупности присущих им характеристик установленным (предполагаемым) потребностям и / или ожиданиям всех заинтересованных участников рынка и принятым стандартам качества.

Следовательно, представляется целесообразным, что оценка качества банковских услуг должна включать всестороннюю оценку, с позиции не только клиентов и / или банка, но и с точки зрения других участников рынка банковских услуг и соответствия принятым стандартам качества. Полагаем, что интегральная оценка качества банковских услуг (ОКБУ) может быть проведена по формуле:

$$ОКБУ = \sum_{i=1}^n ОК_i \times d_i; \sum_{i=1}^n d_i = 1, \quad (1)$$

где  $d_i$  – значимость оценки качества банковских услуг  $i$ -м заинтересованным участником (весовой коэффициент);

$ОК_i$  – оценка качества банковских услуг с позиции соответствия совокупности присущих им характеристик ожиданиям  $i$ -го заинтересованного участника рынка и принятым стандартам качества (баллы);

$n$  – количество участвующих в оценке качества банковских услуг заинтересованных сторон.

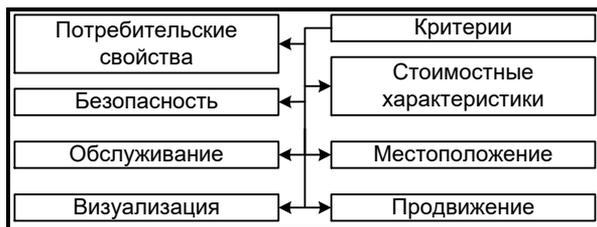
Что касается определения показателя значимости оценки в данной формуле, то он напрямую зависит от стороны, проводящей исследование качества банковских услуг. В свою очередь балльная оценка качества банковских услуг может быть проведена с помощью различных методов, известных в мировой и

отечественной практике. Например, качество банковских услуг с позиции клиентов оценивается такими методами, как холл-тестирование; face-to-face опросы [7, с. 6]; фокус-группы; глубинное интервьюирование; телефонные опросы; метод Servqual [6, с. 84]; метод Servperf [9, с. 321]; метод Mysterycalling; метод Mysteryshopping; метод Net promoter score (NPS) [5, с. 24]; метод Customer satisfaction index (CSI).

Процесс всесторонней оценки качества банковских услуг достаточно трудоемок и, безусловно, каждая из представленных нами сторон оценки обладает своей спецификой. В связи с этим далее рассмотрим особенности оценки качества банковских услуг с позиции каждого из представленных участников рынка. Начнем исследование с позиции оценки качества банковских услуг клиентами банка, как одного из самых заинтересованных в качественных услугах участника рынка.

В теории и банковской практике до настоящего времени отсутствует единый документ, регламентирующий показатели качества банковских услуг. Одни ученые-экономисты выделяют перечень основных показателей банковского обслуживания (до десяти), на базе которых проводится оценка. Согласно другому подходу, оценочные показатели разрабатываются и обобщаются по подгруппам в соответствии с выбранными направлениями оценки. Зарубежные ученые считают, что показатели качества банковских услуг необходимо рассматривать с двух сторон – клиента и / или банка.

Учитывая накопленный международный опыт в разработке и применении оценочных показателей качества банковских услуг, а также основываясь на методологии маркетинг-микс, нами предлагается система клиентоориентированных критериев оценки качества банковских услуг, учитывающая разные аспекты деятельности банка, влияющие на удовлетворенность клиента (рис. 2).



**Рис. 2. Система клиентоориентированных критериев оценки качества банковских услуг**

Мы полагаем, что качество банковских услуг с позиции клиента может быть комплексно оценено представленными критериями, каждый из которых характеризует одну из важных сторон деятельности банка. Любой критерий системы можно описать определенным набором количественных и качественных показателей. Рассмотрим их.

**Первое – визуализация банковских услуг.** Это материальность, осязаемость оказания банковских услуг. Физическое окружение и другие визуальные образы оказывают сильное влияние на клиентов банка и на оценку ими качества банковских услуг. Данный критерий может быть оценен клиентом с помощью таких показателей:

- интерьер помещений;

- внешнее оформление здания банка;
- внешний вид сотрудников банка;
- комфортность внутренней среды офиса для клиента;
- освещение помещений;
- удобный интерфейс веб-сайта банка.

**Второе – потребительские свойства банковских услуг.** Это совокупность характеристик банковских услуг, которые удовлетворяют требованиям целевой аудитории. Данный критерий можно оценить с помощью следующего набора количественных и качественных показателей:

- наличие широкого спектра банковских услуг;
- использование инновационных технологий (IT-технологии, мобильные технологии, интернет);
- известность, узнаваемость бренда;
- свобода выбора сопутствующих услуг (например, страхование);
- простота и понятность условий договора (раскрытие полной стоимости кредита и графика платежей);
- адаптация характеристик банковских услуг под желания клиентов (например, название вкладов, их сроки, возможность пролонгации, капитализации, пополнения и изменения валюты договора).

**Третье – стоимостные характеристики банковских услуг.** Это элементы системы ценообразования банковских услуг с точки зрения целевой аудитории. Их можно оценить с помощью следующих показателей:

- отсутствие комиссий;
- выгодные условия открытия и обслуживания банковских счетов;
- высокие процентные ставки по вкладам;
- отсутствие непредвиденных (скрытых) платежей (публикация эффективной процентной ставки);
- отсутствие сложных схем начисления процентов (например, лестничных), затрудняющих выбор клиента;
- наличие бонусных программ.

**Четвертое – местоположение банковских услуг.**

Это доступность оказания банковских услуг, досягаемость места, где может быть получена услуга, с позиции целевой аудитории. Для клиентов услуга должна оказаться в нужном месте и в нужное время. Данный критерий предлагается оценить с помощью следующего набора показателей:

- транспортная доступность офиса / банкомата;
- длительность операционного времени обслуживания;
- количество филиалов, допфисов банка;
- инфраструктура банковского обслуживания;
- наличие парковки;
- наличие указателей;
- широкий перечень способов предоставления услуг (дистанционное банковское обслуживание, передвижные пункты банковского обслуживания).

**Пятое – продвижение банковских услуг.** Это совокупность мероприятий по информированию, убеждению или напоминанию клиентам об услугах, их преимуществах и выгодах. Данный критерий может быть оценен клиентом с помощью таких показателей, как:

- наличие и информативность бумажных информационных материалов (листовки, буклеты, баннеры и т.д.);
- наличие и частота рекламы в средствах массовой информации;
- наличие и регулярность проведения акций, конкурсов;
- информативность веб-сайта;
- возможность смс-оповещения;
- использование технологии перекрестных продаж;

- интегрированность в федеральные / региональные социальные программы;
- деловая репутация банка;
- готовность рекомендации услуг данного банка своим знакомым.

**Шестое – банковское обслуживание.** Это впечатление, полученное клиентом в момент контакта с персоналом банка и определяющее степень удовлетворенности оказанной услугой и лояльность к банку в целом. Данный критерий может быть оценен клиентом, например, с помощью таких показателей, как:

- компетентность сотрудников;
- личные качества персонала (вежливость, терпимость, доброжелательность, внимательность, манеры);
- соблюдение сотрудниками локальных инструкций;
- наличие ошибок и / или неточностей в процессе оказания услуги и время на их устранение;
- своевременность оказания услуги;
- количество претензий и / или благодарностей (обратная связь);
- быстрота реагирования на просьбы клиентов;
- индивидуальный подход к каждому клиенту;
- возможность круглосуточного самообслуживания;
- возможность посещения банка с детьми;
- наличие консультанта;
- наличие системы электронной очереди.
- время ожидания клиентов;
- отсутствие простоев;
- соответствие количества сотрудников количеству клиентов.

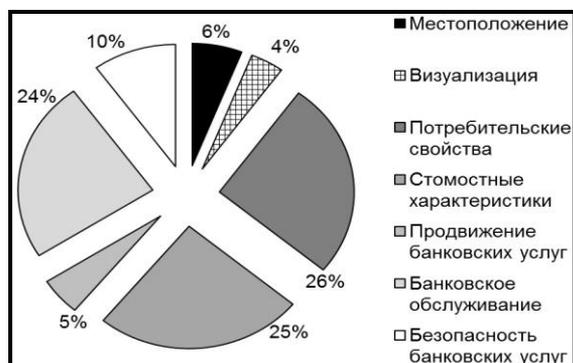
**Седьмое – безопасность банковских услуг.** Это способность внушать доверие клиентам банка в процессе оказания банковских услуг. Данный критерий качества может быть оценен клиентом с помощью таких показателей, как:

- соблюдение законодательства;
- сохранение конфиденциальности личной информации клиента;
- наличие средств защиты информации;
- уверенность в сохранности собственных средств;
- соблюдение банком договорных обязательств;
- компетентность и информированность персонала о предлагаемых услугах;
- наличие системы видеонаблюдения.

Таким образом, оценку качества банковских услуг с позиции клиента банка считаем целесообразным проводить по приведенным критериям и показателям качества. Данная совокупность критериев клиентской оценки качества банковской услуги является перспективной в связи с ее многофакторностью, которая учитывает не только совокупность отдельных семи факторов, но и детализирует каждое отдельное направление критерия в системе оценки. Детальные характеристики критерия позволяют клиенту выставить оценку, ориентируясь на свои субъективные наблюдения, рассуждения и впечатления.

Нами было проведено исследование качества банковских услуг на примере конкретного коммерческого банка, результаты которого приведены ниже. Для оценки качества банковских услуг было привлечено более 240 реальных клиентов коммерческого банка, формирующих его клиентскую базу. На первом этапе клиентам банка было предложено определить значимость элементов системы критериев клиентоориентированности качества банковской услуги. Поскольку

каждый клиент по-своему определил значимость того или иного критерия (были установлены разные весовые коэффициенты потребительским характеристикам), то для однозначной интерпретации мы определили средние значения весовых коэффициентов по каждому элементу системы критериев клиентоориентированности, представленные на рис. 3.



**Рис. 3. Значимость критериев клиентоориентированности качества банковской услуги для потребителей, %**

На втором этапе было предложено оценить на основе балльной оценки степень соответствия каждого критерия потребительским ожиданиям клиентов коммерческого банка. Шкала балльной оценки находилась в диапазоне от единицы до пяти, и каждый балл имел свою, заранее определенную субъективную характеристику:

- 1 балл – наихудшее качество (клиент разочарован);
- 2 балла – качество плохое (клиент в сомнениях);
- 3 балла – удовлетворительное качество (могло бы быть лучше);
- 4 балла – хорошее качество (клиент доволен);
- 5 баллов – качество отличное (лучшая банковская услуга, по мнению клиента).

Средством определения средних баллов по каждому отдельному критерию нам удалось вычислить фактические интегральные значения критериев клиентоориентированности качества банковской услуги, а также ее итоговое значение (табл. 1).

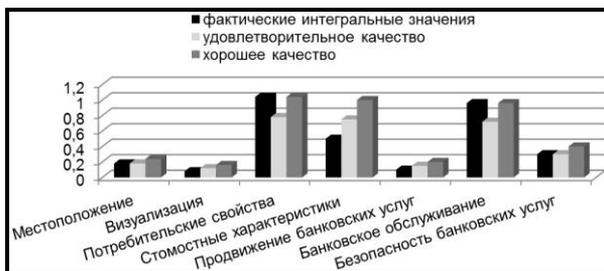
**Таблица 1**

**РАСЧЕТ ФАКТИЧЕСКИХ ИНТЕГРАЛЬНЫХ ЗНАЧЕНИЙ КРИТЕРИЕВ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ КАЧЕСТВА БАНКОВСКОЙ УСЛУГИ**

| Критерии клиентоориентированности качества банковской услуги | Значимость критериев клиентоориентированности | Балл | Фактические интегральные значения |
|--|---|------|-----------------------------------|
| Местоположение   | 0,06  | 3    | 0,18                              |
| Визуализация   | 0,04  | 2    | 0,08                              |
| Потребительские свойства                                     | 0,26  | 4    | 1,04                              |
| Стоимостные характеристики                                   | 0,25  | 2    | 0,5                               |
| Продвижение банковских услуг                                 | 0,05  | 2    | 0,1                               |
| Банковское обслуживание                                      | 0,24  | 4    | 0,96                              |
| Безопасность банковских услуг                                | 0,1   | 3    | 0,3                               |

| Критерии клиентоориентированности качества банковской услуги | Значимость критериев клиентоориентированности | Балл | Фактические интегральные значения |
|--|---|------|-----------------------------------|
| Итого  | 1   | –    | 3,16                              |

Фактические интегральные значения были получены как произведение показателей значимости критериев клиентоориентированности и баллов, присвоенных клиентами, исходя из соответствия критериев клиентоориентированности качества банковской услуги их потребностям. Полученные значения свидетельствуют о преимущественно удовлетворительном качестве банковской услуги. Следует обратить внимание на то, что потребительские свойства банковского продукта и процедура его предоставления, выражающаяся в обслуживании, произвели на клиентов кредитной организации хорошее впечатление, за что были оценены на уровне выше удовлетворительного (рис. 4).



**Рис. 4. Сравнение фактических интегральных значений с абсолютными удовлетворительным и хорошим качеством банковской услуги, веса с учетом баллов**

Проведенное исследование показало, что достижению итогового значения качества банковской услуги уровня «хорошее» по всем критериям препятствуют такие элементы системы клиентоориентированности, как стоимостные характеристики, продвижение банковских услуг и визуализация. Именно по данным направлениям банку необходимо усилить свою работу для повышения качества предоставляемых банковских услуг.

Таким образом, в данной статье предложен методический подход к оценке качества банковских услуг с позиции не только клиентов, но и других заинтересованных в качественных банковских услугах участников рынка, раскрыты клиентоориентированные критерии качества банковских слуг и приведены результаты исследования качества банковских услуг с позиции клиентов регионального коммерческого банка. В дальнейших работах будут раскрыты особенности оценки качества банковских услуг с позиции других заинтересованных в качественных банковских услугах участников рынка.

**Литература**

1. Положение об организации внутреннего контроля в кредитных организациях и банковских группах [Электронный ресурс] : положение Центрального банка РФ от 16 дек. 2003 г. №242-П (ред. от 24 апр. 2014 г.). Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс».
2. Об обязательных нормативах банков [Электронный ресурс] : инструкция Центрального банка РФ от 3 дек. 2012 г. №139-И. Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс».

3. О порядке получения согласия Банка России на приобретение акций (долей) кредитной организации [Электронный ресурс] : инструкция Центрального банка РФ от 25 окт. 2013 г. №146-И. Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс».
4. О требованиях к руководителям службы управления рисками, службы внутреннего контроля, службы внутреннего аудита кредитной организации [Электронный ресурс] : указание Центрального банка РФ от 1 апр. 2014 г. №3223-У (ред. от 12 июля 2016 г. Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс».
5. Андреева А.В. Совершенствование методов измерения лояльности клиентов в процессе маркетингового управления развитием коммерческого банка [Текст] / А.В. Андреева // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2015. – №11. – С. 22-26.
6. Ивашкова Н.И. Расширение аналитических возможностей методики оценки качества услуг SERVQUAL [Текст] / Н.И. Ивашкова // Вестн. Российского экон. ун-та им. Г.В. Плеханова. – 2012. – № 8. – С. 80-87.
7. Кабанова Ю.В. Система оценки качества как эффективное средство решения проблем в сфере банковского обслуживания населения [Текст] / Ю.В. Кабанова // Системное управление. – 2015. – №1. – С. 6.
8. Международные стандарты качества ISO серии 9000 [Электронный ресурс] : официальный сайт. Режим доступа: <https://www.iso.org/directives-and-policies.html>
9. Bazadze K.M. Quality of services and bank servicing in the system of managing competitiveness of banks [Text] / K.M. Bazadze // Business inform. – 2013. – No. 5. – Pp. 318-324.

**Ключевые слова**

Качество банковских услуг; методы; критерии и показатели оценки качества банковских услуг.

*Сафина Ольга Владимировна*

*Ахматов Хусей Ахматович*

**РЕЦЕНЗИЯ**

Актуальность исследования обоснована необходимостью разработки единого методологического подхода к оценке качества банковских услуг. В настоящее время оценка качества банковских услуг является актуальной и своевременной для российских коммерческих банков. Во-первых, это связано с тем, что на рынке банковских услуг осложнена ценовая конкуренция; во-вторых, происходит ужесточение конкурентной борьбы и повышение требований клиентов к предлагаемым банками услугам. Таким образом, именно качество предлагаемых банковских услуг выходит на первое место в конкурентной борьбе.

Научная новизна и практическая значимость. В статье освещены основные аспекты, связанные с понятием и оценкой качества банковских услуг. В отличие от имеющихся в современной экономической литературе подходов к «качеству банковских услуг», авторы предлагают учитывать заинтересованность в предоставлении качественных банковских услуг не только клиентов банка, но и других участников рынка (например, государства в лице Центрального банка РФ, партнеров, инвесторов, акционеров), а также учитывать соответствие предоставляемых услуг стандартам качества. Позиция авторов представляется интересной, но несколько спорной. Тем не менее, в статье заложены основы разработки методологического подхода к оценке качества банковских услуг. Авторами сформулированы клиентоориентированные критерии качества банковских слуг и приведены результаты исследования на примере конкретного коммерческого банка.

Заключение: рецензируемая статья отвечает требованиям, предъявляемым к научным публикациям, и рекомендуется к опубликованию.

*Ермолаев М.Б., д.э.н., профессор, и.о. заведующего кафедры экономики и финансов Ивановского государственного химико-технологического университета, г. Иваново.*

[Перейти на ГЛАВНОЕ МЕНЮ](#)