

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ СРЕДА ФОРМИРОВАНИЯ МЕХАНИЗМА РАЗВИТИЯ СФЕРЫ БАНКОВСКИХ УСЛУГ В ПЕРИОД ФОРМИРОВАНИЯ ПОСТСЕРВИСНОЙ МОДЕЛИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

© 2011 П.А. Леонтьев

Таганрогский технологический институт “Южный федеральный университет”

E-mail: leontevp@gmail.com

Институциональная среда формирования механизма развития сферы банковских услуг в период формирования постсервисной модели экономического развития характеризуется рядом основных вопросов, значимая роль которых отводится работе с частными клиентами - массовым потоком и розничными.

Ключевые слова: экономическое развитие, постсервисная модель, банковские услуги, институциональная среда.

С точки зрения теории институциональных изменений Д. Норта, институциональная среда, или институты, представлена группой индивидуальных, вовлеченных в целевую деятельность. Ограничения, накладываемые институциональной структурой (вместе с другими ограничениями), определяют множество возможностей. В нашем случае деловые единицы, обладающие целевой функцией (максимизация прибыли), будут накапливать знания и опыт, позволяющие ей укрепить свои позиции для выживания в контексте повсеместной редкости ресурсов, конкуренции, стремлении минимизации транзакционных издержек¹.

Д. Норт считал, что тормозом в экономическом развитии являются транзакционные издержки, возникающие вследствие того, что информация обладает ценой и асимметрично распределена между сторонами обмена, что институциональная структура определяет, какие типы знания необходимы, чтобы получить максимальную отдачу, а конкуренция вынуждает организации постоянно инвестировать в приобретение знаний опыта с целью выживания.

С точки зрения Оливера Уильямсона, фирма, или хозяйствующий субъект, и рынок рассматриваются как альтернативные механизмы управления транзакциями с акцентом на сравнительные преимущества и недостатки каждого².

Теория Уильямсона показывает, что принятие решения об интеграции может быть обусловлено не только стремлением усилить рыночную власть, но и соображениями оптимизации структуры управления. Такая логика открывает допол-

нительные перспективы в теории регулирования, в том числе и на рынке банковских услуг.

Функционирование коммерческого банка с точки зрения положений так называемой теории фирмы³ и, в частности, теории банковской фирмы⁴ идентифицируется как:

- институциональная система;
- субъект рынка финансовых услуг;
- финансовый посредник;
- контролирующий посредник;
- стимулятор и регулятор деловой активности.

Банк представляет собой субъект рынка банковских услуг, которые преимущественно и классифицируются. В целом, подход с точки зрения теории фирмы позволяет либо создавать специализированные банковские структуры, либо унифицировать деятельность банков, формируя в организационных структурах универсальных банков специализированные подразделения.

Такой подход является обычным для организации деятельности фирмы, он основан на функциональной адаптации. При этом оптимизируются, главным образом, функциональные связи банка. Данный подход достаточно универсален, он применим к построению структуры не только банковской, но и вообще любой хозяйствующей единицы.

Тем не менее, с точки зрения проблематики системных построений в рамках подхода, основанного на постулатах теории банковской фирмы, возможно создание класса систем, ограниченного лишь функциональным аспектом. Такой признак функционирования является главенству-

ющим в области существования коммерческих банков и ограничивает его институциональные возможности составляющими корпоративной этики или различными кодексами корпоративного управления.

Следует отметить, что развитие теоретических представлений позволяет к системе банковских институтов отнести следующие базовые институты: “институт денег”, обеспечивающий институциональную форму реализации экономической деятельности кредитных организаций; “институт рынка”, представляющий систему коллективно выработанных норм и определяющий условия функционирования рынка банковских услуг; “институт права собственности”, определяющий различные организационно-правовые формы собственности кредитных организаций как институциональных субъектов (рис. 1).

тельства”, “сберегательные институты”, “институт кредита”, “институт залога”.

Современное развитие рынка банковских услуг осуществляется комплексно в рамках тех институтов, которые выработаны членами социума, несущими внешнюю информацию, создающую 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 среду как систему экономических и социальных институтов общества.

После описания возможных видов взаимодействия коммерческих банков с другими агентами рыночной экономики и их встраивания в рыночную систему рассмотрим основные харак-



Рис. 1. Институциональная среда банковской деятельности

Источник. Курманова Л.Р. Теория и методология институционального развития регионального рынка банковских услуг: автореф. дис. ... д-ра экон. наук. Йошкар-Ола, 2009. С. 12.

Банковские институты, направленные на обеспечение выполнения банковским сектором его функций в экономике, включают также комплементарные, дополнительные институты, традиционно существовавшие или заимствованные в российскую экономику: “институт предпринима-

теристики коммерческого банка с точки зрения самого банка как системы взаимодействий, причем не в статическом виде, когда взаимодействие осуществляется исключительно исходя из количественных характеристик самого банка, а в динамическом, который подразумевает постоянное

видоизменение самой сущности коммерческого банка как рыночного института, с учетом требований рынка.

По мнению О.А. Абелева, раскрыть особенности взаимодействия коммерческого банка с другими рыночными институтами возможно через его основные динамические характеристики⁵:

1. Иерархия.

Двухуровневая банковская система основана на взаимосвязи банков в двух плоскостях:

1) вертикальной - соподчиненность банков в банковской системе;

2) горизонтальной - равноправие банков на каждой ступени.

Развитая банковская система как элемент рыночной экономики должна и может быть только двухуровневой.

С учетом изложенного выше можно утверждать, что банковская система Российской Федерации в настоящее время включает⁶:

- Банк России;
- Агентство по страхованию вкладов (АСВ)⁷ как элемент верхнего уровня банковской системы (с точки зрения организационно-правовой формы Агентство представляет собой государственную корпорацию);
- отечественные коммерческие банки и НКО;
- филиалы и иные территориально удаленные подразделения (кроме представительств) отечественных коммерческих банков и НКО на территории РФ;
- зарубежные филиалы отечественных коммерческих банков и НКО;
- российские заграничные банки и их филиалы за рубежом;
- действующие в России дочерние банки (и дочерние НКО) иностранных банков (и НКО), а также филиалы указанных дочерних организаций на территории РФ;
- действующие в России филиалы банков (и НКО), не являющихся резидентами РФ;
- финансовый омбудсмен.

Необходимо понимать, что динамизм не обошел стороной и данный аспект функционирования коммерческих банков. Действительно, если некоторое время назад банковские системы развитых стран считались давно сформировавшимися и эффективность их функционирования не подвергалась сомнению, то в свете появления новых технологий, технико-информационного прогресса общества, а значит, и набора банковских ус-

луг и операций вопрос об исключительности выбора того или иного типа иерархической структуры становится гораздо более актуальным. Одной из причин стагнации банковского сектора во многих странах выступает именно консерватизм, “застарелость” тех концепций, которые были эффективны десятки лет назад. При этом речь не идет о тотальной перестройке всей системы взаимодействий банка; понятно, что базовый набор операций остается единым и неизменным, но его эффективность существенно зависит от постоянного обновления “линейки” услуг банка на рынке.

2. Самоорганизующаяся система.

После последних изменений в структуре самой экономики требования к банковским услугам со стороны участников рынка изменились, трансформировались, а следовательно, и характер банковского продукта также изменился и трансформировался.

Кардинальным изменением самого набора банковских продуктов служит появление ряда абсолютно новых услуг и трансформация старых. Такие виды услуг, как обслуживание кредитных и дебетовых карт, работа с электронными деньгами, интернет-банкинг, возникли относительно недавно, но в развитых странах уже успели завоевать популярность у потенциальных клиентов коммерческих банков. Такой переход, в первую очередь, означает, что ареал взаимодействия банка на рынке существенно расширяется с каждым днем.

В данном случае рассматриваемый вопрос о сущности изменений банковского продукта с течением времени связан преимущественно со сферой взаимодействия коммерческого банка со своей клиентской базой. Банковский продукт, как одна из важнейших составляющих деятельности любого коммерческого банка, занимает главное место по той причине, что, в отличие и от банковской операции, которая базируется на уже имеющихся в банке определенном наборе услуг, и в отличие от банковской услуги, которая базируется на производимом банком продукте, сам банковский продукт является именно той составляющей, благодаря которой банк существует и развивается.

Большинство западных банков стремятся, чтобы весь персонал, включая операционных работников, принимал участие в продаже клиенту продуктов и услуг. Убираются стойки с бро-

нированными стеклами, отделяющие сотрудников банка от клиента. Зал принимает формат открытого пространства с диванами и креслами, сетью доступа к Интернету, получения экспресс-почты. По периферии зала находятся банкоматы, каналы “горячей” линии и др. - все необходимое для самообслуживания.

Сотрудники сосредоточиваются на том, чтобы предложить клиенту наиболее сложные финансовые продукты. А все системы банка помогают им, подсказывая, какие продукты наиболее проходные в данной ситуации именно для этой категории клиентов. Идет информация о новых банковских продуктах.

Стоит отметить положительный аспект - данную схему с определенной корректировкой уже успешно используют некоторые российские банки. В настоящее время клиенты требуют индивидуального качественного подхода. Практически прошел период, когда клиенты вереницей стояли у окошка операционного работника и терпеливо ждали своей очереди. Одни сотрудники банка были перегружены, другие - свободны. Возможность свободного общения и выбора продукта, максимальное использование техники (банкомат, Интернет), самообслуживание способствуют увеличению продаж, повышению имиджа банка. Все это не отменяет профессионализма банковских сотрудников в данных залах - как специалистов банковского дела, так и специалистов - продавцов, коммуникаторов, клиентщиков. Умение войти в контакт с клиентом, быть приветливым, расположить к себе клиента, уметь провести с ним эффективные деловые переговоры - все это свидетельства классного специалиста, все это престиж банка.

Схема работы по формированию именно такого банковского специалиста известна: отбор людей, обучение, оценка его труда, поощрение. При этом важно банку (в лице его руководства и руководителей подразделений) вести жесткую линию на внедрение в корпоративную культуру таких профессиональных клиентских отношений.

Качество управления процессом развития розничных услуг банка заключается в установлении четких целевых задач и приоритетов в выделении нужных средств под эти задачи, в жестком оперативном контроле за возможными отклонениями от намеченных целей, в серьезной работе в этом направлении всей управленческой команды банка.

В качестве примера инновационного финансового управления и клиентоориентированности в области предоставления банковских услуг обратимся к деятельности ОАО «Национальный Банк “ТРАСТ”», который к приоритетному направлению развития в 2011 г. относит рост доходности кредитного портфеля за счет: концентрации активности на массовом клиентском сегменте, агентских продаж, пакетных продаж, развития систем мотивации, синергетического эффекта от объединения усилий бизнесов, технологий продаж “от более прибыльных продаж к менее прибыльным”, развития удаленных сервисов (СДБО, мобильный банк, функциональность АТМ, контакт-центр) (рис. 2).

Так, на институциональную среду благополучно влияет модификация финансового института, которая, в свою очередь, имеет следствием увеличение роста количества привлеченных клиентов, а также образование новых, сопряженных с кредитным учреждением участников финансового рынка. Уровень банковского обслуживания является как раз одним из наивысших критериев оценки качества, удовлетворенности клиентов, клиентоориентированности и, соответственно, изменения структуры рынка. Так, из приведенной ниже структуры (см. рис. 2) видим, что привлекается дополнительная, временная единица - консультант, это изменяет структуру банка как отдельного института и увеличивает качество банковского обслуживания.

Используя трехуровневую систему управления, достигают максимального положительного эффекта в области банковского обслуживания.

Необходимое условие для обеспечения высокого уровня сервиса - хорошая подготовка персональных менеджеров, под управлением которых находятся капиталы клиента.

Таким образом, исследование особенностей, функций и этапов управления качеством услуг в банке дает возможность получить важную информацию для формирования эффективной модели анализа качества взаимосвязей между клиентом и банковским учреждением.

Также при разработке любых технологий и видов сервисного обслуживания в банках следует уделять внимание не только качеству и уровню стандартов взаимодействия с клиентами, но и параллельно с этим предоставлять клиентам информацию обучающего характера - для объективного понимания тезауруса банковской дея-

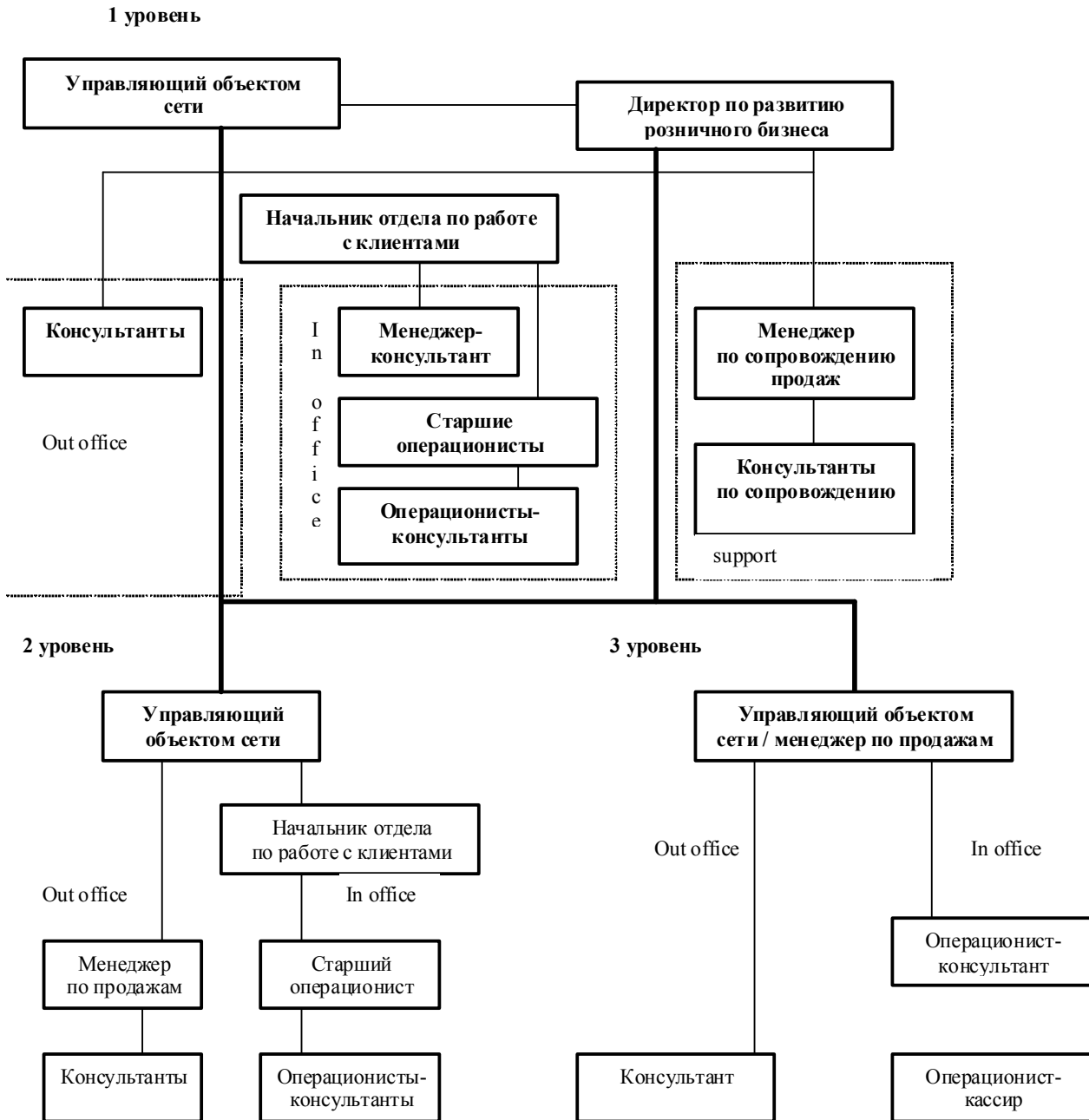


Рис. 2. Структура управления розничным бизнесом ОАО «Национальный банк «ТРАСТ»»

Составлен автором на основе аналитических данных розничного блока ОАО «НБ «ТРАСТ»».

тельности. Только при одинаковом представлении всех актуальных вопросов финансовых взаимоотношений между клиентом и банком возможно положительное взаимодействие клиента и банка и, как следствие, формирование конструктивного имиджа и репутации банка.

Применение комплексной модели управления качеством услуг в банке обеспечит повышение уровня прибыльности и капитализации, а также будет способствовать привлечению новых клиентов в банковские учреждения и удовлетво-

рению интересов уже существующих клиентов банковских учреждений РФ.

Банк в условиях российской экономической ситуации не должен превратиться в рынок, где главным является «обслужить». Банк - это интеллектуальная компания, в первую очередь, и именно поэтому одним из приоритетных механизмов его развития должно быть постоянное повышение уровня взаимодействия с клиентами, совершенствование качества деловой этики. Только в этом случае клиент станет доверять, а банк будет

иметь высокий уровень репутации и такой же уровень капиталов.

Институциональная среда формирования механизма развития сферы банковских услуг в постсервисной модели экономического развития оценивается, в целом, входящими в его состав институтами и соответствующими критериями. Иерархизация системы показателей, отвечающих многоуровневому “дереву целей” банковского сектора, является логическим завершением процесса построения “дерева показателей оценки реализуемости системы целей национального банковского сектора и сектора банковских услуг” (ДОРСЦ). ДОРСЦ в формализованном виде отражает все основные стороны и связи регулирования формирования, функционирования и развития национального банковского сектора, т.е. позволяет оценить реализацию его системы целей и представляет собой концептуальную модель. Такой подход значительно упрощает процесс сопоставления концептуальной модели с фактическим ее состоянием, что позволяет ее использовать в практической деятельности, а именно при регулировании, прогнозировании и планировании деятельности исследуемого секто-

ра. Следовательно, показатели, сгруппированные по блокам и уровням, дают системное представление об объекте, создавая информационную модель действительного и будущего состояния национального банковского сектора и входящих в его состав институтов, а также позволяют определить действенность институциональной системы его регулирования.

¹ North D.C., Thomas R.P. The Rise of the Western World: A New Economic History. Cambridge, 1973. P. 87.

² Williamson O. Markets and Hierarchies. N.Y., 1975.

³ Природа фирмы / под ред. О.И. Уильямсона, С.Дж. Уинтера. М., 2001.

⁴ Уильямсон О. Экономические институты капитализма: фирмы, рынки, отношенческая ориентация. СПб., 1996.

⁵ Абелев О.А. Коммерческий банк в структуре рыночных взаимодействий: дис. ... канд. экон. наук. М., 2009. С. 35 - 37.

⁶ Тавасиев А.М., Бычков В.П., Москвин В.А. Банковское дело: базовые операции для клиентов: учеб. пособие / под ред. А.М. Тавасиева. М., 2005. С. 29.

⁷ О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации: федер. закон от 23 дек. 2003 г. № 177-ФЗ.

Поступила в редакцию 03.04.2011 г.