

ББК У9(2)301-933

МЕХАНИЗМЫ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ КРЕДИТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Е.Б. Герасимова

Финансовая Академия при Правительстве РФ, г. Москва

Рецензент О.В. Воронкова

Ключевые слова и фразы: деятельность кредитной организации; повышение качества услуг; устойчивое развитие; финансовая устойчивость.

Аннотация: Рассмотрены механизмы повышения финансовой устойчивости кредитной организации на основе теории феноменологии качества.

Кредитная организация (КО) рассматривается как синергетическая система с неравновесной открытой матричной структурой функционирования. Синергетический эффект на начальной стадии развития КО проявляется в форме экономии финансового потенциала КО, формирования необходимых и достаточных условий организации инновационного бизнеса, а также в форме экономии времени воспроизводственного цикла за счет повышения конкурентоспособности как самой КО, так и выпускаемых ею кредитных услуг (КУ).

Качество услуг КО как динамическая экономическая категория в своем развитии формировалась вокруг следующих парадигм: философской (I цикл), механистической (II цикл), кибернетической (III цикл), системной (IV цикл) и информационной (V цикл).

Эффективность развития КО увеличивается при ее анализе на базе общих и частных экономических законов функционирования КО. Категорию непрерывного улучшения качества услуг КО целесообразно рассматривать как экономическую закономерность рыночной экономики, которая функционально зависит от проявляемых на практике законов стоимости, конкуренции, качества, закона спроса и предложения, а также законов массового производства; самофинансирования; соответствия отношений постоянных затрат к переменным и относительной цены; снижение себе-

Герасимова Е.Б. – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономический анализ и аудит» Финансовой Академии при Правительстве РФ, г. Москва.

стоимости услуг с увеличением объема выпуска; соответствия номенклатуры, качества и объема услуг; потребности и условия спроса; возмещение затрат на производство и сбыт услуг.

Ограниченность ресурсов КО порождает проблему ограниченности производственных возможностей, которая стремится к разрешению противоречий благодаря действию конкуренции и качества при тесном взаимодействии с законами рыночной экономики: спроса и предложения.

Миссия, видение и кредо КО формируют «ядро» бенчмаркингových резервов повышения качества продукции. Бенчмаркинг (benchmarking) необходимо концептуально характеризовать как процедуру установления собственных институциональных требований (законов, стандартов) работы КО в соответствии с концепцией TQM (Total Quality Management – Глобальный менеджмент качества), основанной на знании состояния дел в лучших КО отрасли, к которым принадлежит КО, а также в передовых КО в смежных отраслях во всемирном масштабе, мастерства непосредственных конкурентов и/или предыдущих действий самой КО.

Качество метрического (табличного), диагностического и операционного бенчмаркинга соответствует миссии, видению и кредо КО, а количественная оценка отображается через самооценку менеджмента качества КО с выявлением сценарных деревьев целей реализации резервов в рамках соответствующей программы (рис. 1).

На рис. 2 приведена схема организационно-экономического механизма реализации бенчмаркингových резервов повышения финансовой устойчивости КО.

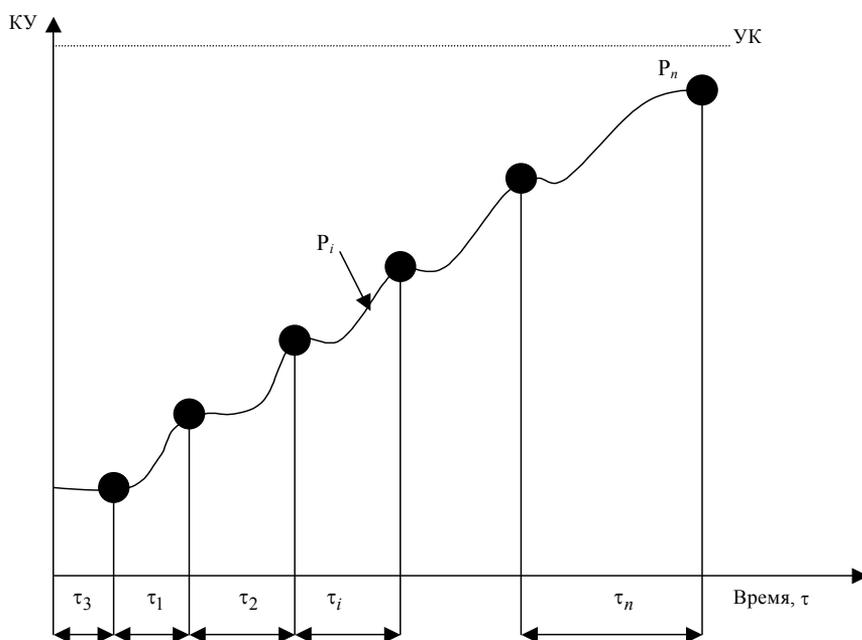


Рис. 1 Кривая качества услуг КО при воздействии n резервов:

i -я реакция, $i = 1, n$; τ_3 – время запаздывания; τ_i – i -е время реализации воздействия резерва P_i на качество функционирования КО

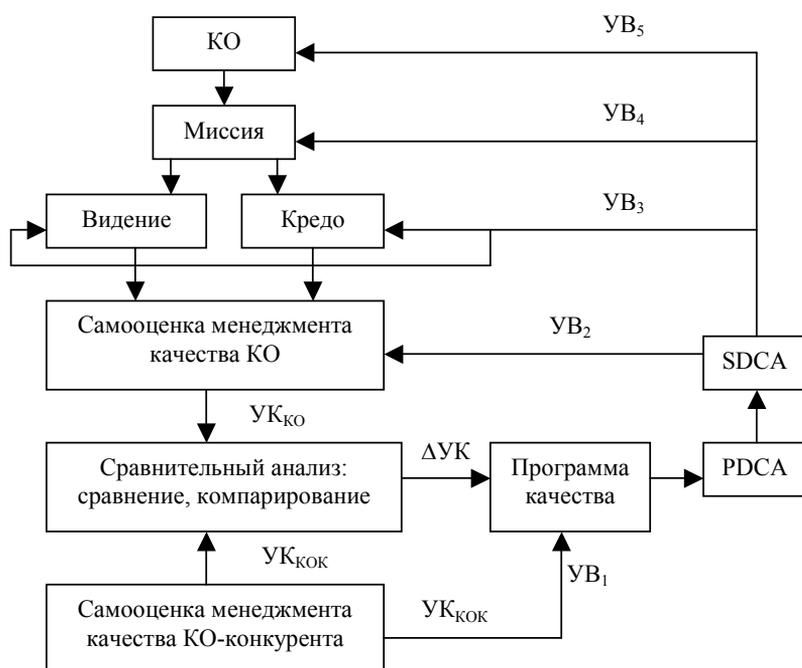


Рис. 2 Схема механизма реализации бенчмаркинг-резервов повышения качества КО, нацеленной на развитие:

$УК_{КО}$, $УК_{КОК}$ – уровень качества КО, нацеленной на развитие и КО-конкурента, соответственно; $\Delta УК$ – изменение уровня качества; $УВ_1$, $УВ_2$, $УВ_3$, $УВ_4$, $УВ_5$ – управляющие воздействия

Миссия финансово-кредитного предприятия М формируется за счет системного объединения видения (В) и кредо (К): $M = B \cup K$, причем видение отражает сущность целей КО (рациональная сторона бенчмаркинга), а кредо – сущность корпоративной культуры КО (интуитивная сторона бенчмаркинга). В рамках реализации бенчмаркинг-стратегии повышения качества функционирования КО миссия дает субъектам внешней среды представление о направлении деятельности КО, ее философии и парадигме качества, институциональных нормах и социальных целях, что способствует созданию определенного имиджа КО. Кроме того, миссия способна стать внутренней, движущей силой КО, консолидировать персонал вокруг корпоративного качества и своего рода «предназначения».

Теория кайзен формировалась на базе десяти ключевых принципов (ориентируйтесь на клиентов, вносите постоянные усовершенствования, открыто признавайте проблемы, содействуйте открытости, сформируйте рабочие группы, управляйте проектами на межфункциональной основе, стимулируйте процессы взаимной поддержки, развивайте самодисциплину, информируйте каждого работника, создавайте условия каждому работнику) и методов планирования улучшений по качеству на базе теории силовых полей К. Левина, формирующие механистическую модель движения экономической системы к точке равновесия [1]. Эволюционная теория развития банковской сферы предполагает рассмотрение КО как неравновесной синергетической экономической динамической системы. Концептуально резервы повышения качества функционирования таких систем

формируются методами сценарного моделирования, причем ядро сценария отображает феноменологию качества (качество БУ), а оболочка формируется концепцией TQM и институциональными предпосылками ее реализации (законодательное регулирование конкуренции на рынке банковских услуг).

Для обеспечения соответствия КУ спецификации, ее надежности, производительности, адаптируемости и ценности для потребителей КО рекомендуется рассматривать подобную «лестницу качества» как процесс развития, предполагающий динамичную программу изменений, состоящую из нескольких кайзен резервов. Возможности, которые это предоставляет КО, являются важным средством сориентировать персонал на конечные изменения и их стратегическую важность. Работа на каждом шаге позволяет КО соответствующим образом мобилизовать и направить кайзен ресурсы на решение данной задачи. В терминах кайзен создаются стандарты, а процесс SDCA обеспечивает внедрение стандарта в операции в качестве наилучшего текущего способа выполнения работ. Без такой консолидации общее улучшение качества в КО принимает не S-образный, а «пилообразный» характер, приводящий систему КО к устойчивому равновесию, нацеленному только на выживание, а не на развитие КО [2]. На рис. 3 приведена схема организационно-экономического механизма реализации кайзен резервов повышения качества финансовой устойчивости КО.

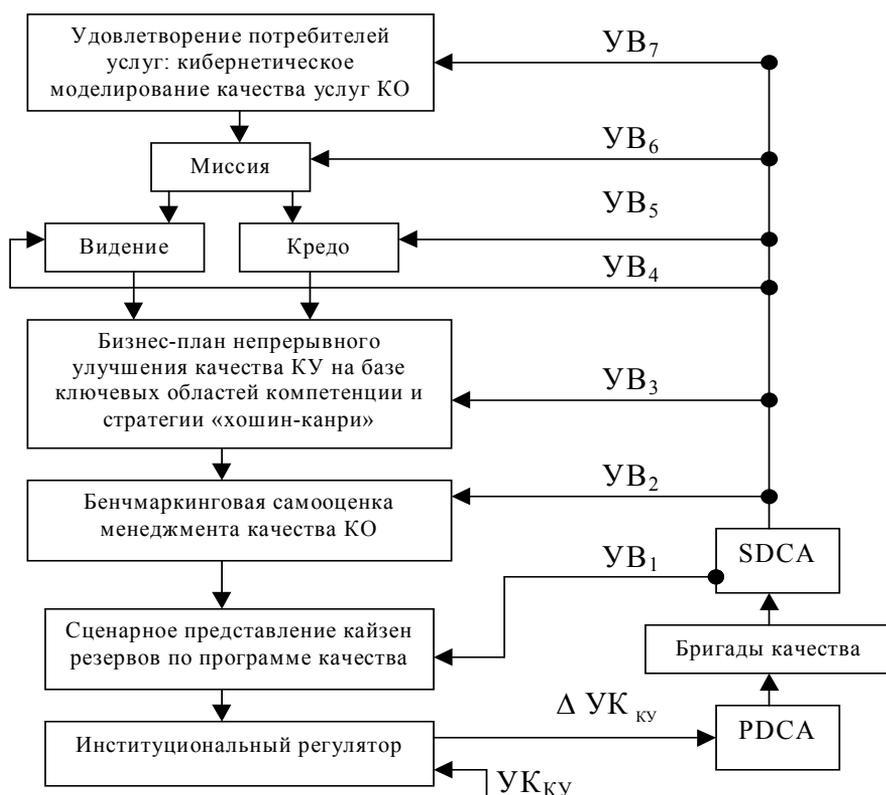


Рис. 3 Схема кайзен механизма повышения качества КУ:

$УК_{КУ}$ – уровень качества КУ; $\Delta УК_{КУ}$ – изменение уровня качества КУ;
 $УВ_1$ – $УВ_7$ – управляющие воздействия

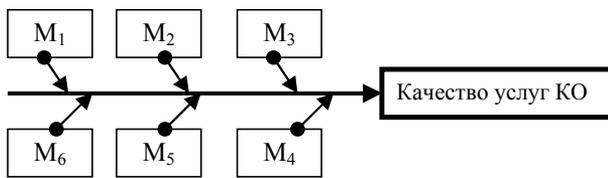


Рис. 4 Формирование качества услуг КО (структурная схема)

Качество кайзен резервов соответствует миссии, видению и кредо КО, а количественная оценка отображается через бенчмаркингую самооценку менеджмента качества

КО с выявлением сценарных деревьев целей реализации резервов в рамках соответствующей парадигмы качества. Выполнение сценариев реализуется посредством операционных подразделений в виде бригад качества с гемба лидерами, причем динамика формирования команд с целью быстрее обеспечения синергии становится способом ускорения внедрения культуры кайзен.

Синергетический эффект КО обусловлен вектором качества шести основных причинных факторов производства – шесть «М»: люди–персонал (man) – M₁, методы (methods) – M₂, материалы (materials) – M₃, машины (machins) – M₄, измерения (measurements) – M₅, окружающая среда (media) – M₆ (рис. 4), причем само качество кредитных услуг формируется на пересечении полей качества факторов M₁–M₆.

$$КУ_{КО} = K_{M1} \cup K_{M2} \cup K_{M3} \cup K_{M4} \cup K_{M5} \cup K_{M6},$$

где КУ_{КО}, K_{M1}, K_{M2}, K_{M3}, K_{M4}, K_{M5}, K_{M6} – качество услуг КО, персонала, методов, банковских «материалов» и «машин», измерений и окружающей среды, соответственно; \cup – знак объединения.

Резервы и механизмы повышения качества кредитных услуг формируются на принципах этапности, причем на первом этапе реализуется кибернетический способ предоставления КО в виде модели «черного ящика» (рис. 5).

В квазистатическом состоянии функционирование КО описывается моделью

$$y = f(x(M_1), \bar{g}) + \bar{\xi}, \quad (1)$$



Рис. 5 Кибернетический способ представления КО в виде модели «черного ящика»

где $\bar{g} = \{g_1(M_2), g_2(M_3), g_3(M_4), g_4(M_5)\}$ – вектор влияющих параметров; $x \in [X_{\min}, X_{\max}]$; $y \in [Y_{\min}, Y_{\max}]$; $M_1 \in [M_{1\min}, M_{1\max}]$; $M_2 \in [M_{2\min}, M_{2\max}]$; $M_3 \in [M_{3\min}, M_{3\max}]$; $M_4 \in [M_{4\min}, M_{4\max}]$; $M_5 \in [M_{5\min}, M_{5\max}]$; $M_6 \in [M_{6\min}, M_{6\max}]$; \min и \max – минимальные и максимальные значения параметров, соответственно; $\bar{\xi}$ – аддитивная модель помехи (погрешности) преобразования.

В модели (1) помеха $\bar{\xi}$ оценивается в виде следующей модели

$$\bar{\xi} = \sqrt{\left(\frac{\partial f}{\partial x} \Pi_x\right)^2 + \left(\sum_{i=1}^3 \frac{\partial f}{\partial g_i} \Pi_{g_i}\right)^2}, \quad (2)$$

где Π_x, Π_{g_i} – помехи x и g_i , соответственно.

Модели (1) и (2) характеризуют модель качества состояния функционирования (живучести) КО, которые в дискретные моменты времени соответствуют модели сертификации КО.

$$N_{(ij)} = \Phi[N1_j(X_j), N2_j(g_i), N3_j(\bar{\xi})], \quad (3)$$

$j = \overline{1, m}$ – количество дискрет; $i = \overline{1, 3}$; Φ – функционал.

В процессе оценки качества КУ меняются параметры $x, g_i, \bar{\xi}, i = \overline{1, 3}$ и, следовательно, меняются параметры сертификации. Для оценки сертификационных возможностей применяют методы информационного анализа КО, которые подразделяют на аналоговые и дискретные (частотные). Первые обеспечивают неэквивалентное отображение кода сертификации вследствие существенных потерь информации в цепи преобразования. Дискретные методы обладают большей производительностью и преобразуют информацию с минимальными потерями и поэтому осуществляют эквивалентное отображение кода сертификации КО. Это в конечном счете приводит к снижению затрат на маркировку и повышению конкурентоспособности КУ.

Разработку дискретных методов целесообразно осуществлять на основе принципов, сформулированных в виде требований.

Требование 1 Необходимым условием оценки качества услуг является наличие КО и его схемы замещения.

Требование 2 Достаточным условием оценки качества услуг является адекватность схемы замещения КО с заранее заданной степенью точности, оптимизирующей затраты на оценку.

Следствие 2.1 Схемы замещения КО эквивалентны, если они выбраны с заданной степенью точности.

Следствие 2.2 Схема замещения может не отражать все услуги КО и внешние возмущения, если обеспечивается оценка качества услуг банка с заданной степенью точности.

Следствие 2.3 Целесообразно использовать схему замещения, выраженную в явном виде.

Требование 3 Необходимым условием оценки качества КУ является сравнение информационного сигнала о качестве услуг и программно-управляемого кайзен сигнала.

Требование 4 Достаточным условием является оценка информационного сигнала о качестве услуг программно-управляемому образцовому кайзен сигналу со степенью точности, определяемой по оптимальной погрешности (помехе) оценки качества, соответствующей оптимальным затратам на оценку.

Следствие 4.1 Любая КО обладает собственным резонансом – точкой бифуркации (*точка бифуркации переходной характеристики качества КО и КУ соответствует состоянию эволюционного развития КО*).

Следствие 4.2. При соответствии кайзен сигнала точке бифуркации погрешность оценки качества услуг минимальна, что соответствует минимальным затратам.

Следствие 4.3 При оценке качества услуг с минимальной погрешностью сравнение кайзен и информационного сигналов качества услуг происходит в точке бифуркации.

Требование 5 Необходимым и достаточным условием оптимальной оценки качества услуг КО является соответствие информационных параметров качества услуг кайзен сигналам в заданном диапазоне; достаточным условием – оценка с заданной точностью, определяемой погрешностью кайзен приближения и оптимизирующей затраты на оценку.

Следствие 5.1 Увеличение числа этапов кайзен технологии снижает погрешность оценки качества услуг КО и затраты на информационный анализ.

Следствие 5.2 Чувствительность кайзен технологии пропорциональна количеству этапов.

Следствие 5.3 Гибкость экономического регулятора оценки качества услуг определяется качеством алгоритмов институционального и инвестиционного управления.

Следствие 5.4 Кайзен технология дифференцирует КО до матричной структуры.

Результаты информационного анализа КО используются на стадии разработки миссии, видения и кредо КО, а также бизнес-плана динамического улучшения КУ (см. рис. 3).

КО, использующие стратегии кайзен и хошин канри выделяют свои кайзен, как сферы постоянных усовершенствований, и проводят различия между ними и хошин, т.е. областями, где они добиваются прорыва. Такая стратегия приносит ощутимую пользу, поскольку объединяет две разновидности изменений, с которыми имеет дело бизнес-подразделение: долговременные системные изменения, направленные на развитие процессов и крупные разовые инициативы. Оба типа изменений важны для стратегии КО, учитывая, что речь идет о разных видах деятельности, которая вряд ли следует одна за другой, и поэтому служит полезным ориентиром для персонала [3].

Реализация ключевых областей компетенции КО (внутренние способности кайзен) формы и природы КО через стратегическую матричную ар-

хитектуру хошин канри осуществляется операционными подразделениями КО, представленными бригадами (кружками) качества с выделением объединений гемба, обладающих наибольшим опытом и инновационными навыками. При этом кайзен рассматривает процесс как элемент качества КУ, а качество КУ – как элемент информационного процесса, реализующего идеи партисипативного управления (*партисипативное управление качеством – управление качеством БУ с вовлечением бригад качества к обсуждению бизнес-плана повышения качества БУ и выработке оптимальных управленческих решений*).

Эволюционные динамические изменения экономических процессов и явлений в XX веке выявили ряд феноменов, основополагающими из которых являются взаимосвязанные феномены капитализма, информации и качества. Феноменология капитализма определяется как диалектическое учение о капитализме, его сущности и закономерностях развития с фиксацией диалектических количественных и качественных моментов, что позволяет делать определенные выводы относительно его последующего развития, причем не только рассматриваемого феномена капитализма, но и других феноменов [4]. Различия определенности качества и количества феномена капитализма, а также его потребностей, формируют информационный капитализм и цивилизацию бизнеса по Ф. Уэбстеру [5] с общими принципами: 1) способность платить становится основным критерием, который определяет доступ к услугам; 2) услуги все чаще предоставляются коммерческими фирмами, а не общественными службами; 3) доступ к услугам определяется прежде всего на основе рыночных критериев (выживают услуги, приносящие прибыль, а те, что приносят убытки исчезают); 4) основным способом регулирования рынка услуг становится конкуренция в противоположность административным мерам; 5) информационные отношения становятся основной формой управления информационного капитализма. Философско-экономическая основа феномена информации базируется на следующих концептуальных положениях: 1) признание информации не только как важнейшей социально-экономической категории, но также и как многопланового феномена экономической реальности, равноправного по своему уровню таким феноменам как «капитализм» и «качество»; при этом, если категории «капитализм» и «качество» характеризуют соответственно структурные и динамические свойства экономической реальности, то категория «информация» характеризует ее семантические свойства, направленность количественных и качественных показателей капитализма и качества, а также взаимосвязь их формы и содержания; 2) гипотеза о единстве фундаментальных законов информации и принципов информационного взаимодействия для самых различных компонентов экономического пространства и уровней его организации и самоорганизации; 3) понимание доминирующей роли информации во всех без исключения эволюционных процессах общества.

Наиболее эффективно системное динамическое взаимодействие феноменов капитализма и информации проявляется в банковской сфере. Возможности исследования данного механизма обусловлены теорией асимметрии информации Дж. Акерлофа [6].

В связи с неравномерным распределением информации между потребителями и производителями КУ на рынке услуг некоторые трансакции, которые были бы оптимальными при наличии полной информации (или хотя бы в условиях симметричного распределения неполной информации), становятся невозможными. Основные причины этого заключаются в том, что производитель обладает большим объемом знаний об услуге, чем потребитель. Такое преимущество позволяет первому вести себя оппортунистически, т.е. попытаться получить заведомо завышенную цену за услугу пониженного качества. Поэтому потребители не могут преодолеть барьер информационной асимметрии и понимают стремления производителей, они настаивают на дисконте к цене. В конечном счете именно это и происходит, одновременно вызывая существенный побочный рыночный эффект – производители высококачественных КУ в целях удержания сбыта также вынуждены соглашаться на цену, пониженную относительно возможной на рынках, при наличии полной информации. Проблема асимметрии информации выявляет институциональную особенность функционирования банковской сферы, причем неопределенность поведения потребителя КУ существенным образом снижается в системах интернет-банкинга (ИБ). С экономической точки зрения ИБ [7] представляет собой систему применения того или иного программного обеспечения качества услуг КО (банка, либо оператора ИБ) по предоставлению доступа к счету клиента через Интернет (с использованием сети Интернет) и осуществлению расчетов в динамике (режим реального времени). В экономической теории существует спектр модификаций понятия качества, появление которых обусловлено сложным комплексным характером этого феномена (табл. 1). Мировая экономика начала XXI века, как сетевая корпоративная геоэкономика, переходит к новому информационному способу производства (информационный капитализм).

Таблица 1

Динамика понятийного аппарата «качество» [8]

Автор	Формирование термина «качество»	Парадигма качества	Категория
1	2	3	4
Аристотель (III в. до н.э.)	<ul style="list-style-type: none"> • Различие между предметами. • Дифференциация по признаку «хороший–плохой» 	Философская	Философская
Гегель (XIX в.)	Качество есть, в первую очередь, тождественная с бытием определенность, так что нечто перестает быть тем, что оно есть, когда оно теряет свое качество	Философская	Философская
Китайская версия	Иероглиф, обозначающий качество, состоит из двух элементов «равновесие» и «деньги» (качество = равновесие+деньги)	Философская	Философская

1	2	3	4
К. Маркс (XIX в.)	Потребительные стоимости «оцениваются», т.е. исследуется их качество (точно так же, как количество их измеряется, взвешивается и т.п.)	Механистическая	Философская
В. Шьюхард (1931 г.)	Качество имеет два аспекта: • объективные физические характеристики; • субъективная сторона: насколько вещь хороша	Кибернетическая	Философская
К. Исикава (1950 г.)	Качество – свойство, реально удовлетворяющее потребителей	Системная	Статическая экономическая
Д. Джуран (1979 г.)	Пригодность для использования (соответствие назначению). Субъективная сторона: качество есть степень удовлетворения потребителя	Системная	Статическая экономическая
ГОСТ 15467–79	Качество продукции – совокупность свойства продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением	Системная	Статическая экономическая
Международный стандарт ИСО 8402–86	Качество – совокупность свойств и характеристик продукции или услуг, которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности	Системная	Статическая экономическая
Международный стандарт ИСО 8402–94	Качество – совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности	Информационная	Статическая экономическая
А. Шадрин (1996 г.)	Качество – информация о свойствах объекта	Информационная	Динамическая экономическая
Б. Герасимов (1998 г.)	Качество – информация о характеристиках объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности	Информационная	Динамическая экономическая
Международный стандарт ИСО 9000-2000	Качество – степень, с которой совокупность собственных характеристик выполняет требования	Информационная	Динамическая экономическая

1	2	3	4
Е. Герасимова, (2002 г.)	Качество – комплексное явление, формирующее соответствующие экономические и исторические формы общественных отношений между производителями и потребителями в целях удовлетворения как индивидуальных, так и общественных потребностей	Информационная	Динамическая экономическая
Е. Герасимова (2003 г.)	Качество – система экономических отношений и связей по поводу производства благ, товаров и услуг. Эти отношения отражают потребительские, эстетические, конкурентные, экономические характеристики, соответствующие современному уровню развития техники и технологии, спроса и предложения, форм рыночных связей и т.п.	Информационная	Динамическая экономическая
Е. Герасимова (2004 г.)	Качество – информация отображения совокупности собственных характеристик объекта, выполняющих требования рыночной конъюнктуры	Информационная	Динамическая экономическая

С экономической точки зрения информация ИБ характеризуется следующими чертами: неоднозначность фиксации потребителя и стоимостной оценки полученного объема информации; неопределенность полезности (качества) информации; динамический механизм старения информации по сравнению со статическим старением основных фондов и материальных потребительских благ; наличие соответствующих фильтров в выборе необходимой информации, уменьшающих у потребителя неопределенность знаний об услугах ИБ. Информационная парадигма экономической теории в области качества формирует информационную парадигму качества (см. табл. 1). В соответствии с информационной теорией анализа процесса восприятия сообщений схему процесса использования качества услуг ИБ представим в виде операционной схемы (рис. 6).

Континуум перемен по качеству услуг ИБ позволяет представить качество услуг как специфически историческую форму общественных отношений между производителями и потребителями услуг и характеризует экономические интересы, выражающие отношения по поводу удовлетворения экономических потребностей их носителей, в результате чего они воспроизводятся как специфически определенные субъекты этих отношений. В рамках информационной парадигмы качества услуг, наполняющей стратегию TQM, необходимо рассматривать качество услуг ИБ как динамическую экономическую категорию через информационное отображение собственных характеристик услуг, выполняющих требования рыночной

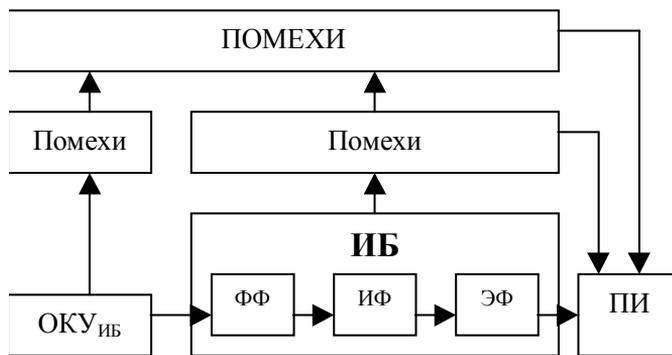


Рис. 6 Операционная схема использования качества услуг ИБ:

ОКУ_{ИБ} – объект качества услуг ИБ; ФФ, ИФ, ЭФ – физический, инструментальный и экономический фильтры; ПИ – потребление информации качества услуг ИБ

конъюнктуры через их точность, надежность, быстродействие и безопасность. Характеристики процесса оказания услуги определяются компонентами шести «М» (см. рис. 4) вектора качества услуг ИБ, а организационно-экономические характеристики – системным взаимодействием институциональных, бенчмаркингвых, кайзен, интеграционных и синергетических резервов повышения качества услуг КО.

Структурная схема данного организационно-экономического механизма приведена на рис. 7.

Концептуально нормальное состояние функционирования схемы (см. рис. 7) определяется компонентами шести «М» вектора качества услуг ИБ, причем формирование и наполнение блока 1 зависит от качества объема продаж КУ и прибыли от их реализации, а также уровня конкурентоспособности услуг и емкости рынка услуг ИБ.

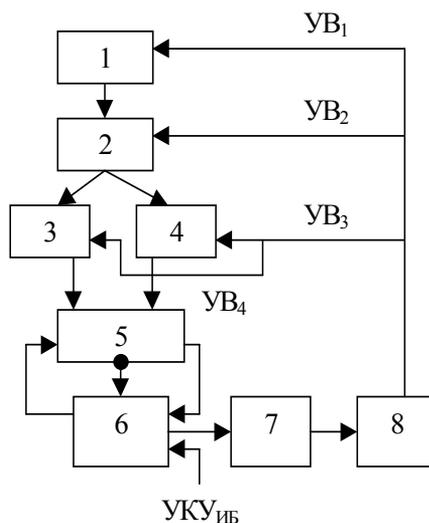


Рис. 7 Структурная схема организационно-экономического механизма повышения качества услуг ИБ:

1 – позиционирование рынка КУ; 2, 3, 4 – миссия, видение и кредо ИБ, соответственно; 5 – формирование и контроль бенчмаркингвых, кайзен, интеграционных и синергетических резервов повышения качества услуг ИБ; 6 – институциональный регулятор; 7, 8 – исполнительные механизмы по циклам Э. Деминга (PDCA и SDCA); УКУ_{ИБ} – уровень качества услуг ИБ; УВ₁–УВ₄ – управляющие воздействия

Миссия ИБ (см. см. рис. 7, блок 2) оценивается сервисными, этическими и эстетическими составляющими А-функций А.Н. Пригожина, нацеленных на минимизацию составляющих затрат с выбором соответствующей стратегии развития ИБ по относительной справедливой уступке компонентов А-функций. Видение (см. рис. 7, блок 2) и кредо (см. рис. 7, блок 3) трансформируются и реализуются через компоненты премии качества. Информационные резервы повышения качества услуг ИБ отображаются в блоках 5 и 6 механизма (см. рис. 7).

Реализация информационных резервов повышения качества услуг ИБ осуществлялась на примере четырех финансово-кредитных организаций – коммерческих банков Тамбовской области (КБ₁, КБ₂, КБ₃ и КБ₄).

Оценка менеджмента качества ИБ вышеперечисленных КБ происходила по девяти критериям, каждый из которых имеет собственный «вес»: 1) руководство – 10 усл. ед.; 2) политика и стратегия – 8 усл. ед.; 3) управление людьми – 9 усл. ед.; 4) ресурсы – 9 усл. ед.; 5) процессы – 14 усл. ед.; 6) удовлетворение заказчиков – 20 усл. ед.; 7) удовлетворенность персонала – 9 усл. ед.; 8) влияние на общество – 6 усл. ед.; 9) результаты бизнеса – 15 усл. ед. Каждый критерий анализируется по десяти индивидуальным показателям, которые могут принимать значения в баллах от 0 до 1 (*важность критериев самооценки обоснована Европейской наградой за качество European Quality Award – EQA*). Для подсчета итогового результата по каждому критерию складывают баллы показателей каждого из них и умножают на его удельный вес. Оценка качества функционирования КБ₁, КБ₂, КБ₃ и КБ₄ в целом осуществляется путем суммирования результатов девяти критериев. Представление относительной важности информационных резервов с целью выбора «стартовой» точки для их решения осуществляется при помощи диаграмм Парето. Для их построения используют резервы, найденные при помощи первоначальной самооценки критериев менеджмента качества (табл. 2, рис. 8). В дальнейшем разрабатывается программа сценарных деревьев целей реализации информационных резервов повышения качества услуг ИБ на основе причинно-следственной диаграммы Исикавы.

Проведенные исследования, выявили, что качество функционирования КБ₁, КБ₂, КБ₃ и КБ₄ составляет, соответственно: 615; 668,5; 813,3 и 433,3 балла, из максимально возможных 1000 баллов (см. табл. 2). Другими словами качество услуг ИБ вышеперечисленных КБ составляет, соответственно: 62, 67, 81,3 и 43,3 %, из необходимых для потребителей 100 %.

Это позволило сформировать информационные резервы ИБ КБ₁–КБ₄ и разработать на их основе соответствующее дерево целей, характеризующее стратегические представления Исикавы (рис. 9).

Диаграмма информационных резервов повышения качества услуг ИБ (см. рис. 9) позволяет реализовать «пирамиды» качества услуг и успеха ИБ (рис. 10) через континуум эволюционных перемен по качеству функционирования КО.

Таблица 2

Исходные данные для формирования информационных резервов повышения качества услуг интернет-банкинга КО

Критерий в порядке убывания важности	Важность критерия, баллов	Полученный результат, баллов				Число информационных резервов ИБ, усл. ед.				Информационные резервы ИБ нарастающим итогом, усл. ед.				Резервы ИБ, %				Кумулятивный итог информационных резервов ИБ, %				Эффективность менеджмента качества услуг ИБ, %			
		КБ ₁	КБ ₂	КБ ₃	КБ ₄	КБ ₁	КБ ₂	КБ ₃	КБ ₄	КБ ₁	КБ ₂	КБ ₃	КБ ₄	КБ ₁	КБ ₂	КБ ₃	КБ ₄	КБ ₁	КБ ₂	КБ ₃	КБ ₄	КБ ₁	КБ ₂	КБ ₃	КБ ₄
6 Удовлетворение заказчиков	20	145	160	180	95	55	40	20	105	55	40	20	105	14,2	12	10,7	18,5	14,2	12	10,7	18,5	72,5	80	90	47,5
9 Результаты бизнеса	15	108	116	135	78,8	41,3	33,8	15	71,3	96,3	73,8	35	176	10,7	10,1	8	12,5	25	22,2	18,7	31	72	77	90	52,5
5 Процессы	14	98	98	109	73,5	42	42	31,5	66,5	138	116	66,5	242	10,9	12,6	16	11,7	35,9	34,9	35,6	42,8	70	70	77,8	52,5
1 Руководство	10	52,5	52,5	92,5	57,5	47,5	47,5	7,5	42,5	185	163	74	285	12,3	14,3	4	7,4	48,2	49,2	39,6	50,3	52,5	52,5	92,5	57,5
3 Управление людьми	9	56,3	60,8	67,5	29,3	33,7	29,3	22,5	60,8	219	192	96,5	346	8,7	8,8	12,0	10,7	57	58	51	61	62,6	67,5	75	32,5
4 Ресурсы	9	58,5	69,8	56,3	38,3	31,5	20,3	33,8	51,8	251	213	130	397	8,1	6,1	18,0	9,1	65,1	64,1	69	70	65	77,5	62,5	42,5
7 Удовлетворение персонала	9	36	47,3	63	13,5	54	42,8	27	76,5	305	255	157	474	14	12,8	14,4	13,4	79,2	77	84	83	40	52,5	70	15
2 Политика и стратегия	8	36	40	70	46	44	40	10	34	349	295	167	508	11	12	5,3	5,9	90,6	89,1	89,5	89,6	45	50	87,5	57,5
8 Влияние на общество	6	24	24	40,5	1,5	36	36	19,5	58,5	385	331	186	566	9	10	10,4	10,3	100	100	100	100	40	40	67,5	2,5
ИТОГО	100	615	669	813	433	385	332	187	567	–	–	–	–	100	100	100	100	–	–	–	–	62	67	81,3	43,3

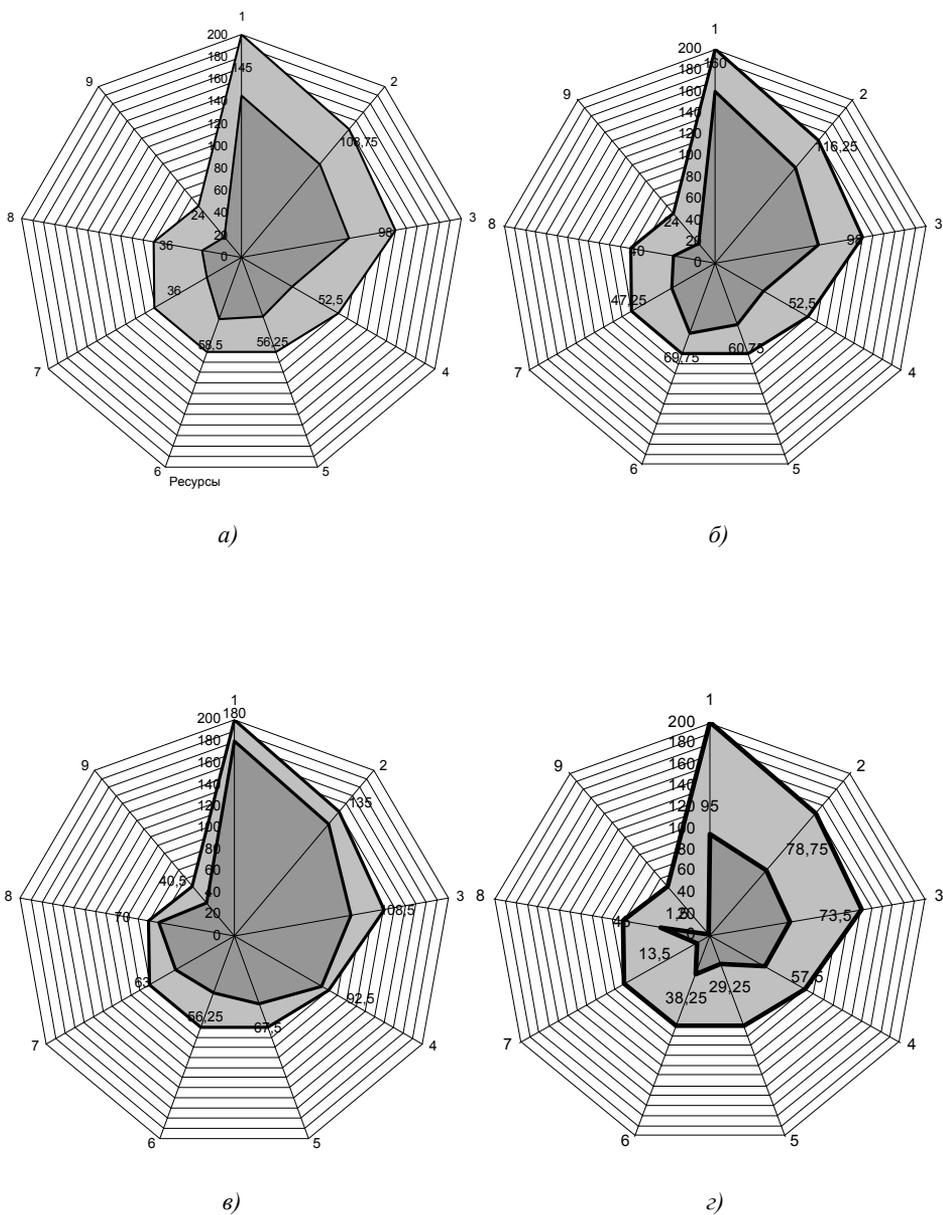


Рис. 8 Диаграммы информационных резервов повышения качества услуг ИБ КБ₁ (а), КБ₂ (б), КБ₃ (в) и КБ₄ (г): 1–9 – критерии самооценки в порядке убывания важности (табл. 2, столбец 2)

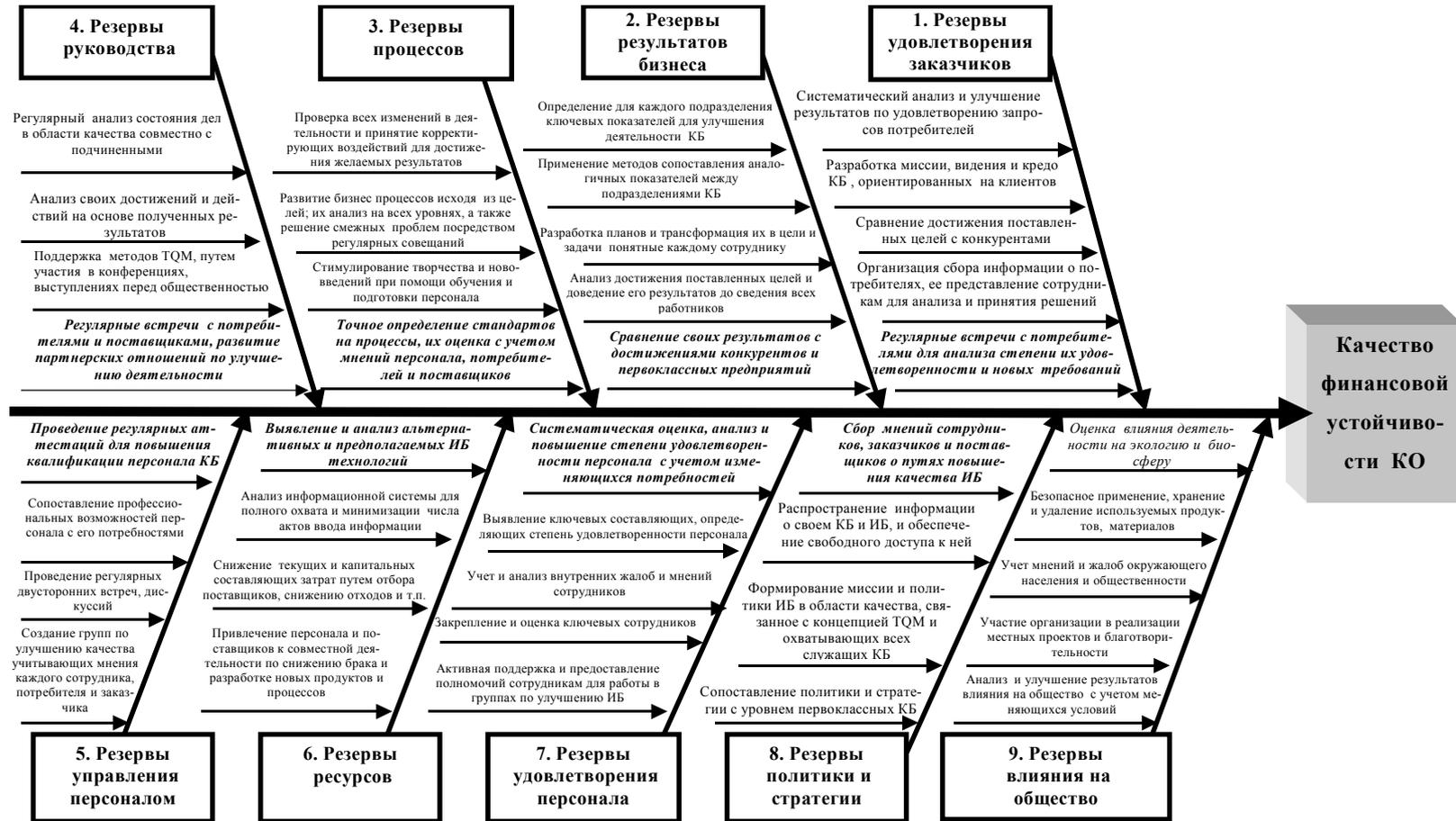


Рис. 9 Дерево целей информационных резервов повышения качества услуг интернет-банкинга КБ₁ – КБ₄

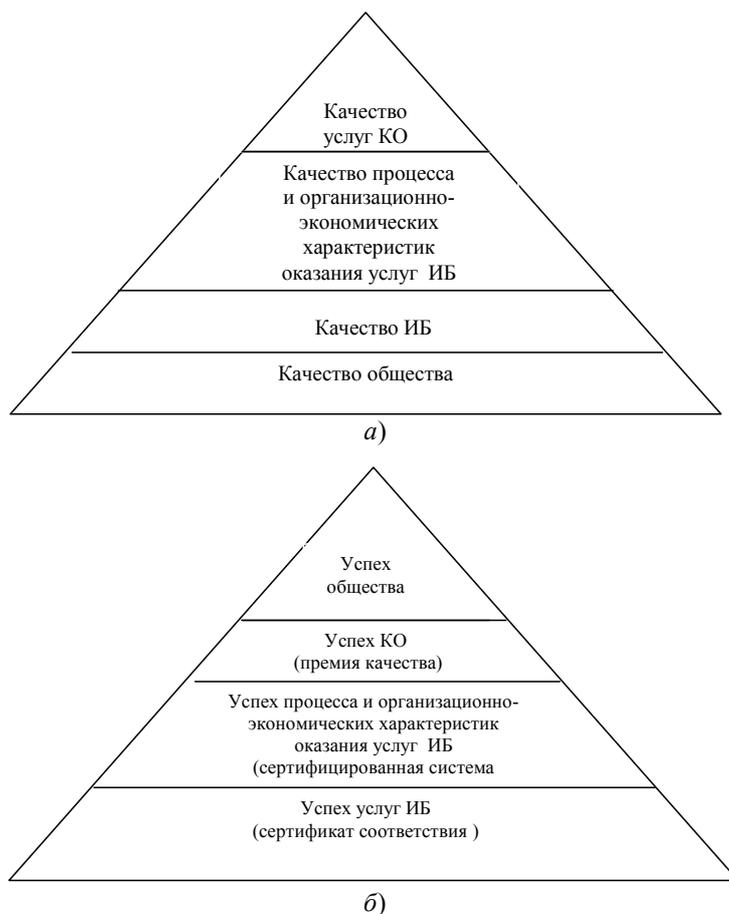


Рис. 10 «Пирамиды» качества услуг (а) и успеха (б) КО

Список литературы

- 1 Wellington, P. Kaizen strategies for customers care / P. Wellington. Pitman, 1995.
- 2 Kaizen strategies for improving. Financial Time: Prentice-Hall, 1995.
- 3 Коленсо, М. Стратегия Кайзен для успешных организационных перемен / М. Коленсо. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 175 с.
- 4 Молчанов, К.В. Феноменология капитализма / К.В. Молчанов. – М.: Край, 2002. – 176 с.
- 5 Уэбстер, Ф. Теории информационного общества / Ф. Уэбстер. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 400 с.
- 6 Akerlof, G. The market for Lemons: Quality Uncertainty and the market mechanism / G. Akerlof // Quarterly Journal of Economics, August 1970, 85. – Pp. 488–500.
- 7 Тедеев, А.А. Электронные банковские услуги и интернет-банкинг / А.А. Тедеев. – М.: Новый индекс, 2002. – 320 с.
- 8 Окрепилов, В.В. Управление качеством : учебник для вузов / В.В. Окрепилов. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: ОАО “Изд-во “Экономика”, 1998. – 639 с.

Ways of Improving Banks Financial Stability

E.B. Gerasimova

Financial Academy by RF Government, Moscow

Key words and phrases: bank activity; services quality improvement; stable development; financial stability.

Abstract: Ways of improving bank financial stability on the basis of the phenomenology theory are considered.

© Е.Б. Герасимова, 2006