

по сравнению с крупными сельскохозяйственными предприятиями. Они возделывают сельскохозяйственные культуры на землях, которые по качеству на 7—8 баллов ниже по сравнению с крупными сельскохозяйственными предприятиями.

Однако доля объема производства их продукции, в общем ее объеме агропромышленного комплекса хотя и незначительно, но растет. Так, удельный вес фермерских хозяйств в стоимости товарной продукции в 2003 г. составил 46,6 %.

Сдерживающими факторами эффективного развития фермерских хозяйств являются неадекватная нормативно-правовая база, слабая материально-техническая база, отсутствие денежных средств на строительство объектов производственного назначения, приобретение техники и оборотных средств.

В настоящее время активно ведется реформирование убыточных сельхозпредприятий посредством их преобразования в фермерские хозяйства. Это предусмотрено в Программе совершенствования АПК Республики Беларуси на 2001—2005 гг.

Первые результаты деятельности реформированных таким образом хозяйств свидетельствуют о том, что они располагают потенциалом эффективного функционирования.

Наиболее убедительным примером может служить крестьянское (фермерское) хозяйство «Дубрава» Витебского района, взявшее в апреле 1999 г. в аренду с правом выкупа имущество колхоза «21 партсъезд». Все экономические показатели выросли в несколько раз, из неплатежеспособного колхоза фермерское хозяйство превратилось в рентабельное. Уже весной 2003 г. оно расширило свой потенциал за счет аренды второго колхоза «Фрунзе».

Дальнейшее развитие фермерского движения в нашей республике предполагает разработку и реализацию комплекса мероприятий:

- создание системы финансовой поддержки обеспечения фермеров финансовыми и материальными ресурсами;
- организацию консультационных служб;
- формирование экономической среды, стимулирующей развитие кооперирования фермерских хозяйств, создание их ассоциаций и кооперативов.

О.А. Морозевич, ассистент

БГЭУ (Минск)

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА БАНКОВСКИХ УСЛУГ

На достаточно насыщенном рынке банковских услуг именно качество обслуживания клиентов предопределяет успех конкурентной борьбы. Качество как обобщенный критерий оценки соответствия использу-

ется давно, однако в отечественной литературе отсутствуют конструктивные решения по его оценке.

Широко рекламируемая на западе (а в последнее время и в России) методика SERVQUAL (от service quality — качество услуг) базируется на усредненном мнении клиента. Мы же считаем, что оценка качества, усредненная по множеству клиентов, столь же информативна, как и «средняя температура по больнице», нельзя, однако, полагаться и на оценку, данную отдельным клиентом.

По нашему мнению, нельзя также принимать за достоверную оценку качества услуги, данную специалистами банка, поскольку требования клиентов в формулировках лиц, предоставляющих услуги, и самих клиентов часто не совпадают. Тем не менее, указанные оценки несут в себе объективное начало, поскольку являются составными частями оценки качества услуги.

Оценка качества банковской услуги, данная клиентом, определяется особенностями самого «оценщика»: тип клиента, специфика деятельности, возраст физического лица и даже его пол. В общем случае эта оценка существенно зависит от результата сравнения ожиданий качества банковской услуги, сформированных до ее потребления, с восприятием качества в момент и после ее потребления по двум главным аспектам. Первый — что потребитель получает от банковской услуги (технический аспект оценки качества). Техническая оценка качества осуществляется каждым клиентом исходя из спектра потребляемых им услуг. Второй — как потребитель получает банковскую услугу (функциональный аспект оценки качества). Существенное влияние на функциональную оценку качества банковской услуги оказывает уровень обслуживания банками клиентов (отношение банковского персонала к клиенту и т.д.). Еще один фактор, влияющий на функциональную оценку качества, — ожидания потребителей относительно качества. Если эти ожидания не подтверждаются, клиенты уходят из банка, подтверждение же ожиданий ведет к долгосрочной лояльности клиентов к банку.

Следовательно, оценки банковских услуг, данные клиентами, неоднозначны и в ряде случаев противоречивы. Поэтому их использованию, например, для выработки стратегии и тактики развития банка, должны предшествовать дифференциация клиентов, выбор и удовлетворение потребностей определенной группы (или определенных групп) клиентов (с учетом ее размерности) как критического фактора успеха. При этом следует понимать, во-первых, что сложившиеся (реальные) и предполагаемые (скрытые) потребности могут со временем меняться, а любой банковский продукт морально устаревает. Во-вторых, что новые услуги потребитель в принципе не способен оценить в полном объеме (можно ли оценить то, не зная что?).

Глубина несовпадений оценок потребителя и производителя банковских услуг определяется несколькими причинами, среди которых разрыв между ожиданиями потребителя относительно качества банковской услуги и реакцией руководства банка на эти ожидания, между по-

ниманием руководства банка ожиданий потребителя и процессом внедрения системы качества в этом банке, между внедренной руководством банка системой качества и уровнем подготовки персонала банка, между существующей в банке системой качества и продекларированными через СМИ ее возможностями, между ожиданиями потребителей банковской услуги и процессом предоставления банком этой услуги, а также между пониманиями банком и клиентом роли предоставляемой услуги (по мнению банка, предоставляемая услуга — это истинное требование клиента, а не средство, способное удовлетворить это требование).

Качество банковской услуги, таким образом, является объективно-субъективным понятием: объективным, потому что оно (как свойство) присуще услуге (назовем эту составляющую качества «врожденным качеством»), а субъективное, потому что оно зависит от требований, которые клиент предъявляет к услуге, — «приобретенное качество». При этом «врожденное качество» определяется нормированным (корпоративным, отраслевым, государственным или международным стандартом) или заявленным (лицом, предоставляющим услугу) перечнем свойств услуги, а «приобретенное качество» — ее полезностью.

Другими словами, качество банковской услуги формируется всей средой ее существования: и внутренней, и внешней. При этом часть внешней среды, подверженная влиянию банка, управляется либо банком, либо «стихией» рынка. Это необходимо учитывать при создании системы формирования качества банковской услуги.

Т.Ю. Надольный, соискатель

БГЭУ (Минск)

АКТУАЛЬНОСТЬ И НЕОБХОДИМОСТЬ СТАНОВЛЕНИЯ ВНУТРЕННЕГО РЫНКА ДРАГОЦЕННЫХ МЕТАЛЛОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Создание в Республике Беларусь основ современной рыночной экономики настоятельно требует от государственных органов всех уровней целенаправленных усилий по формированию рыночных институтов, стимулированию развития всех видов рынков и рыночных инфраструктур.

К числу важнейших из них относится и рынок драгоценных металлов, становление и развитие которого, связанное с накоплением золотовалютных резервов, имеет первостепенное значение для стабилизации экономики и обеспечения устойчивого экономического роста.

Золотовалютные резервы в национальной экономике играют ту же роль, какую в каждом домашнем хозяйстве и частном предпринимательстве играют личные сбережения. Они представляют собой важнейшее средство экономического регулирования, ресурсное обеспечение, используемое для решения любых стратегических задач. Их наличие является по-

202