

УДК 336.5
ББК 65.9(2)262
А-62

Ф.И. АМИНОВА

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ДОСТУПНОСТИ БАНКОВСКИХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ ТАДЖИКИСТАН

В настоящее время, в соответствии со стратегией развития банковского сектора в Таджикистане в течение 2010-2015 гг. [11], реализуется комплекс мероприятий, направленных на развитие банковского сектора страны. Основными направлениями для таких мероприятий стали: совершенствование законодательной и нормативно-правовой базы, банковского надзора, процесса управления НБТ¹, процесса управления в коммерческих банках, повышение доступности продуктов и услуг коммерческих банков, защита потребителей и создание дополнительной инфраструктуры банковского сектора.

Отмечая важность перечисленных направлений, следует остановиться более подробно на доступности банковских услуг. Но прежде чем говорить о «доступности», необходимо определиться с термином «банковские услуги».

В современной экономической литературе единого подхода к определению термина «банковские услуги» не существует. Кроме того, сущность данного термина не отражена ни в одном нормативно-правовом акте. Законом Республики Таджикистан «О банковской деятельности» определены особенности банковской деятельности, раскрыты банковские операции и другие сделки кредитных организаций, но понятие «банковские услуги» не раскрыто. При этом в перечне банковских операций данным законом выделяются несколько видов услуг, например такие, как дистанционные банковские, клиринговые, расчетные и переводные услуги, трастовые услуги и т.д. Поэтому подчеркиваем необходимость определения данного термина на законодательном уровне.

В экономической литературе встречаются разные точки зрения относительно данного понятия, в том числе некоторые авторы отождествляют данное понятие с понятиями «банковский продукт» и «банковская операция». Однако большинство экономистов считают ошибочным отождествление данных терминов.

Статья 797 в части 2 ГК Республики Таджикистан определяет услугу как «совершение определенных действий или осуществление определенной деятельности» исполнителем по заданию заказчика, при этом конкретизируется, что услуга не имеет вещественную форму. В то же время ГК РТ не уточняет понятие «банковская услуга». Несмотря на это, банковская услуга, так же как и услуга,

¹ НБТ – Национальный банк Таджикистана

представляет собой систему экономических отношений, возникающих между исполнителем (банком) и заказчиком (клиентом), при этом банк удовлетворяет потребности клиента по его заданию. С этой точки зрения под банковскими услугами мы понимаем *осуществление определенной деятельности банком по заданию клиента, с целью удовлетворения его потребностей.*

Понятие «банковская услуга» тесно связано с понятиями «банковский продукт» и «банковская технология». Так, мы разделяем мнение Л.В. Кох о том, что *«банковский продукт + банковская технология = банковская услуга.*

Если к банковскому продукту применять различные технологии, которые складываются из определенной последовательности банковских операций, клиент банка получит банковскую услугу.

Таким образом, мы считаем, что банки создают банковские продукты и, используя различные технологии, доводят их до клиента в виде услуги.

Банковский продукт – это то, что клиент в действительности приобретает у банка» [8, с. 29].

В современных условиях Республики Таджикистан для удовлетворения потребностей клиентов возникает задача повышения доступности банковских услуг. При этом под *доступностью банковских услуг следует понимать состояние, при котором каждый клиент банка может воспользоваться услугой банка с удобством и по доступной цене.*

Ранее проведенные нами исследования [7], а также работы других исследователей [4; 6] показали, что основными барьерами, мешающими доступу к банковским услугам и продуктам, являются: недостаточное развитие сети подразделений банков, ценовая доступность, недоверие и осторожное отношение клиентов к банкам, уровень доходов граждан, низкая финансовая грамотность населения, неразвитость институтов кредитных бюро и банковского страхования, неразвитость технологии удаленного банковского обслуживания, региональные различия в уровне социально-экономического развития и т.д.

Регионы Республики Таджикистан недостаточно обеспечены банковскими услугами по разным причинам, при этом данная проблема актуальна и за пределами крупных городов и районных центров. Важно отметить, что в регионах страны доступ к банковским услугам в основном возможен через подразделения банков (центры банковского обслуживания, пункты перевода денег, пункты обмена валют и др.), что вызвано недостаточным уровнем развития информационной инфраструктуры (сети интернет) страны. По данным МВФ, в Республике Таджикистан на 100 тысяч взрослого населения приходится 6,67 отделений банков, что намного меньше, чем в развитых странах [7].

Второй аспект- ценовая доступность. Так, средневзвешенная процентная ставка по всем выданным кредитам в национальной валюте, по данным НБТ [11], в 2013 г. составила 24,33 %, а по всем депозитам составила 0,51 %. Разница между средними процентными ставками, кредитами и депозитами (процентная маржа) составляет 23,82%. Процентная маржа по срочным кредитам (24,65%) и депозитам (15,79%) в национальной валюте составляет 8,86%. В иностранной валюте процентная маржа по срочным кредитам (26,08%) и депозитам (11,76%) составляет 14,32%.

Значение процентной маржи является достаточно высоким показателем по сравнению с другими странами; так, маржа российских банков составляет 5-6% [5], в Европе еще меньше. Высокая процентная маржа выступает одним из факторов слабого уровня развития и доверия к банковской системе и отсутствия конкуренции среди банков, что свидетельствует о том, что банки не всегда идут навстречу населению, индивидуальным предпринимателям и малому бизнесу. Банкам следует еще больше обращать внимание на фактор ценовой доступности и сформировать гибкую ценовую политику.

В то же время, несмотря на то, что в последние годы объемы банковского кредитования растут, следует заметить, что в Таджикистане доступ к различным видам кредитов ограничен. Главные причины ограниченного доступа к кредитам связаны, с одной стороны, с самими заемщиками, которые, как правило, не имеют стабильного финансового положения, достаточного залогового обеспечения и длительной кредитной истории. С другой стороны, как показывает практика, банки не всегда имеют мотивацию и социальную ответственность при кредитовании.

Мероприятия по повышению уровня доступности банковских услуг требуют дифференцированного подхода к разным клиентам, а также учета разного уровня развития территорий страны, территориальных и национальных особенностей, неравномерности размещения и плотности населения, уровня доходов населения и его зависимости от денежных переводов и уровня развития инфраструктуры обслуживания.

На основе вышесказанного и ранее проведенных нами исследований, предлагаем следующие направления повышения доступности банковских услуг в Республике Таджикистан:

- обоснованное развитие сети подразделений банков, о котором мы писали ранее [7];

- развитие банковских услуг в привязке к банковским картам: увеличение и обеспечение возможности осуществления электронных платежей, начисление процентов на остаток денежных средств на карте, предоставление возможности возврата части средств за покупки клиентов с использованием карты. Данные возможности сегодня активно и эффективно используются банками в зарубежных странах;

- развитие и адаптация банковских вкладов под привлечение накоплений населения, в частности для привлечения части денежных переводов. По данным Банка России за 2013 г., объемы денежных переводов в Республику Таджикистан составили более 3 млрд. долл. [10]. Необходимо создать такие условия и предложения, чтобы получатели денежных переводов оставляли часть средств в виде банковских депозитов. Несомненно, кроме адаптации самих продуктов, банкам необходимо заслужить доверие населения;

- развитие и адаптация кредитования под потребности клиентов, в частности под потребности дехканских фермерских хозяйств и домохозяйств. Например, кредитование в сельской местности слабо развито, так как зависимость банка от залога является главным препятствием, потому что земля не может использоваться в качестве залога. Также необходимо развивать и внедрять различные формы

кредитования, такие как экспресс-кредитование, автокредитование, потребительское кредитование, кредитные карты и т.д.

- предложение банковских услуг в форме заключения договоров «комплексного банковского обслуживания», т.е. банк предлагает несколько вариантов сочетания банковских услуг, входящих в пакет услуг, а у клиента есть возможность выбора перечня услуг. Например, при размещении денежных средств во вклады клиенту предоставляется банковская карта, при этом обслуживание банковской карты будет бесплатным. Сегодня банки Таджикистана практически не используют данную возможность, что является, несомненно, большим упущением;

- банкам необходимо направлять больше усилий на предоставление услуг по осуществлению платежей (переводов, осуществляемых физическими лицами в пользу юридических лиц). Несмотря на то, что за последние два года наблюдается стремительный рост количества банковских счетов в 2,5 раза, объемы безналичных расчетов крайне малы. Так, удельный вес количества операций на 1 августа 2013 г. в торгово-сервисных предприятиях составил 3,5% [9] от общего количества сделок. Рост количества счетов частных лиц связан с расширением зарплатных проектов и выплатой пенсий по банковским картам. Количество банковских счетов частных лиц свидетельствует о том, что они охватывают всего 13 % от общей численности населения (более 8000,0 тыс. чел.) и 45 % от среднегодовой численности занятых в экономике (2 291 тыс. чел.), не считая пенсионеров. Население использует банковские карты в основном для снятия наличности. Банкам необходимо заключать договора с организациями различных сфер деятельности с целью предоставления возможности оплаты их услуг физическими лицами. Также необходимо организовать возможность использования банкоматов не только для выдачи наличных, но и для осуществления платежей.

- использование современных информационных технологий для оказания и продвижения банковских услуг, в том числе развитие интернет и мобильного банкинга. Несомненно, в мировой практике интернет-банкинг доказал свою эффективность, которая позволяет банку снижать издержки, повышать уровень доступности и комфортности, а также получать дополнительный комиссионный доход. Также следует отметить появление банков, которые ориентированы на оказание услуг только через интернет (например, Тинькофф кредитные системы в России). Однако с данным направлением в Таджикистане есть сложности в связи с низким уровнем развития интернета. Так, согласно данным ООН, только 13% населения Таджикистана имеют доступ к сети интернет [13], причем они в основном используют интернет в качестве почты и источника информации. Кроме этого, существуют проблемы предоставления доступа к интернету по качеству, и большинство банков не ведут активную деятельность по развитию своих сайтов для предоставления услуг интернет-банкинга;

- использование гендерного маркетинга, который позволяет при предоставлении банковских услуг создавать новые свойства банковских услуг, предназначенных либо для женщин, либо для мужчин. Так, например, выпуск банковских карт либо для мужчин, либо для женщин с особым дизайном и привязкой к ним определенных услуг.

- развитие кобрендинговых продуктов, в рамках которых банки, совместно с другими компаниями в различных сферах бизнеса, предлагают разные банковские продукты и услуги, например банковские карты. Кроме этого, у банка появляется возможность распространения своих услуг через своих партнеров, которые будут заинтересованы в развитии кобрендингового продукта;

- предоставление услуг банковского сейфинга. В настоящее время, многие банки Таджикистана пренебрегают данными услугами, однако мы считаем, что данная услуга может быть востребованной, особенно в подразделениях банка, находящихся вблизи рынков. При предоставлении данной услуги место расположения подразделений банка играет ключевую роль;

- развитие и внедрение банковских услуг с драгоценными металлами, т.е. продажа банком монет и слитков из ценных металлов. Данное направление очень популярно в зарубежных странах, в частности в Российской Федерации, так как оно демонстрирует высокий уровень доходности [12]. Считаем, что данные виды услуг тоже будут пользоваться спросом на банковском рынке Таджикистана;

- повышение уровня информированности населения о банковских услугах, а также об их возможностях через организацию рекламно-разъяснительных мероприятий в городах и на селе;

- повышение уровня и качества обслуживания клиентов банка путем повышения квалификации кадров через организацию семинаров и тренингов.

При этом следует отметить, что перечень перечисленных мероприятий не является исчерпывающим и может быть пересмотрен либо адаптирован под конкретные условия функционирования банка. И здесь следует отметить следующее: сегодня мировая практика показывает, что чаще всего не появляются новые продукты и услуги, а меняются их свойства и они адаптируются к конкретным условиям функционирования банков. Таким образом, при комплексной реализации вышеуказанных мероприятий уровень доступности банковских услуг будет расти.

Список использованной литературы:

1. *Гражданский кодекс Республики Таджикистан. Часть 2 (с изменениями и дополнениями от 22.07.2013).*
2. *Закон Республики Таджикистан «О банковской деятельности» №524 от 19.05.2009. (в редакции закона РТ №782 от 26.12.2011).*
3. *Аминов, Х.И., Аминова, Ф.И. Информационные технологии как фактор достижения конкурентных преимуществ коммерческим банком // Вестник Таджикского национального университета (научный журнал). Серия «экономические науки». Выпуск 2/1. / Х.И. Аминов., Ф.И. Аминова. - Душанбе: Сино, 2012. – С. 75-79.*
4. *Аминов, Х.И. Моделирование и информационные технологии оценки кредитного риска коммерческого банка в условиях Республики Таджикистан: монография./ Х.И. Аминов. – Душанбе: Ирфон, 2010. – 200 с.*
5. *Воробьев, И. Банковская маржа в России по-прежнему выше европейской [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ecpol.ru/2012-04-05-13-45-47/2012-04-05-13-46-26/142-bankovskaya-marzha-v-rossii-po-prezhnemu-vyshe-evropejskoj.html> (дата обращения: 01.02.2014).*

6. Каюмов, Н.Н. Развитие розничного банковского бизнеса в Республике Таджикистан: автореф. дис. ... канд. эк. наук: 08.00.10/ Н.Н. Каюмов [Место защиты: Гос. ун-т упр.]- М., 2011. - 23 с.
7. Кох, Л.В., Аминова, Ф.И. Проблемы функционирования и развития сети банковских филиалов в Республике Таджикистан // Вестник Забайкальского государственного университета (Вестник ЗабГУ). -№ 05 (96)./ Л.В. Кох, Ф.И. Аминова. -Чита: ЗабГУ, 2013. - С. 132-136.
8. Кох, Л.В. Инновации в банковском бизнесе / Л.В. Кох, Е.Н. Смольянинова, В.С. Просалова. – СПб: Изд-во Политехн. ун-та, 2009. – 490 с.
9. Насырова, Н. Развитие современных безналичных расчетов через платежную систему «Корти Милли» // газета asiaplus [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://news.tj/ru/news/razvitie-sovremennykh-beznalichnykh-raschetov-cherez-platezhnyuyu-sistemu-korti-milli> (дата обращения: 20.02.2014).
10. Официальный сайт Банка России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cbr.ru> (дата обращения 10.02.2014).
11. Официальный сайт Национального банка Таджикистана [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.nbt.tj> (дата обращения 10.02.2014).
12. Сайт ИА «Банкир.Ру» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://bankir.ru/> (дата обращения 10.02.2014).
13. Страница Развитие ИКТ // портал Tajik Development Gateway [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.tajik-gateway.org/wp/?tag=развитие-икт> (дата обращения: 20.02.2014).

Reference Literature

1. Civil Code of Tajikistan Republic. Part 2 (with alterations and addenda from 22.07.2013)
2. The Law of Tajikistan Republic “**On Banking Activities**”, №524 from 19.05.2009(in the recension of RT Law №782 from 26.12.2011)
3. Aminov Kh.I., Aminova F.I. Informational Technologies as a Factor of Attaining Competitive Advantages by a Commercial Bank // Bulletin of the Tajik National University (scientific journal) “Economy sciences” series. Issue 2/1. – Dushanbe: Sino, 2012. –pp.75-79.
4. Aminov Kh.I. Modelling and Informational Technologic of Assessment in Reference to Credit Risk for a Commercial Bank under the Conditions of Tajikistan Republic: monograph // - Dushanbe: Irfon, 2010. – 200pp.
5. Vorobyov I. Bank Margin in Russia is Higher as usual that the European one (electronic resource). Availability regime: <http://ecpol.ru/2012-04-05-13-45-47/2012-04-05-13-46-26/142-bankovskaya-marzha-v-rossii-po-prezhnemu-vyshe-evropejskoj.html> (date of addressing: 01.02.2014)
6. Kaюmov N.N. Development of Retail Banking Business in Tajikistan Republic: Synopsis of the dissertation aspiring for Candidate`s degree in Economy: 08.00.10 (place of defence: State University of Management). –М., 2001. –p.23.
7. Kokh L.V., Aminova F.I. The Problems of Functioning and Development in Reference to the Network of Bank Branches in Tajikistan Republic // Bulletin of Zabaykalsk State University (ZabSU Bulletin). -№05(96). –Chita: ZabSU, 2013. –pp. 132-136.
8. Kokh L.V. Innovations in Bank Business// Kokh L.V., Smolyaninova H.N, Prosalova V.S. – Spb: Publishing-house under the Polytechnical University, 2009. -490pp.

9. Nasyrova N. Development of Modern Cashless Settlements through “Korti Milli” (national plastic card) Payment System// “Asia Plus” newspaper (electronic resource). Availability regime: <http://news.tj/ru/news/razvitie-sovremennykh-beznalichnykh-raschetov-cherez-platezhnyuyu-sistemu-korti-milli> (data of addressing: 20.02.2014).
10. Official site of the Bank of Russia (electronic resource). Availability regime: <http://www.cbr.ru> (data of addressing: 10.02.2014).
11. Official site of the National Bank of Tajikistan (electronic resource): <http://www.nbt.tj> (data of addressing: 10.02.2014).
12. “Bankir Ru”/A site (electronic resource): Availability regime <http://bankir.ru/> (date of addressing: 10.02.2014).
13. ICT Development Page // Tajik Development Gateway (electronic resource). Availability regime: <http://www.tajik-gateway.org/wp/?tag=развитие-икт> (date of addressing: 20.02.2014).

Основные направления повышения доступности банковских услуг в Республике Таджикистан

Ключевые слова: банк; банковские услуги; банковские продукты; доступность банковских услуг; интернет-банкинг.

Вопросы повышения доступности банковских услуг являются одной из актуальных проблем современного Таджикистана. В данной статье рассматриваются направления повышения доступности банковских услуг: развитие сети подразделений банков, развитие мобильного и интернет-банкинга, использование комплексного банковского обслуживания и гендерного маркетинга, развитие банковских продуктов и услуг и т.д.

Principal Streamlines Concerned with Elevation of Banking Services Availability in Tajikistan Republic

Key words: bank, banking services, bank products, banking services availability, internet-banking

The issues of elevation of banking services availability is one of the actual problems in modern Tajikistan. The author of the article dwells upon such particulars as: elevation of bank services availability, development of the network of bank subdivisions, development of mobile and Internet banking, usage of complex bank services and gender marketing, bank products and etc.

Сведения об авторе:

Аминова Фируза Исмоиловна, аспирант кафедры банковского дела Санкт-Петербургского государственного экономического университета (г. Санкт-Петербург), **e-mail:** firuzza0386@mail.ru

Information about the author:

Aminova Firuzza Ismailovna, post-graduate student of the department of banking under Saint-Petersburg State Economy University (Saint-Petersburg), **e-mail:** firuzza0386@mail.ru