

# Model jakości usług finansowych w Polsce

*Praca pod redakcją naukową Józefa Garczarczyka*

*Poznań 2004 Akademia Ekonomiczna w Poznaniu*

Nieuniknioną konsekwencją zmian gospodarczych oraz wzrostu poziomu wykształcenia, świadomości i zamożności społeczeństwa jest konieczność dokonania zmian w działalności firm świadczących usługi finansowe. Istotnymi cechami tego rynku są rosnąca konkurencja i jednocześnie coraz wyższy poziom jego nasycenia, co powoduje w tych firmach wzrost znaczenia jakości usług i zadowolenia klientów. Firmy świadczące usługi finansowe, aby przetrwać, muszą przyjąć odpowiednią strategię zarządzania jakością w zakresie oferty rynkowej, ocenianej z punktu widzenia wymagań konsumentów. Do wartości najbardziej obecnie cenionych przez klientów oprócz ceny należy zaliczyć właśnie szeroko rozumianą jakość usług finansowych. Składają się na nią m.in.: kwalifikacje i wiedza pracowników, sprawność i szybkość obsługi, dostępność usługi oraz czas realizacji zleceń. Rosnąca rola jakości wiąże się również z nowym spojrzeniem na zasady działalności marketingowej, czego wynikiem jest rozwój marketingu partnerskiego. W myśl tych zasad, jakość i obsługa klientów stały się głównymi elementami relacji zachodzących między instytucją finansową a jej klientami. W tym ujęciu właśnie inwestycje w poprawę jakości traktuje się jako źródło wielu korzyści, m.in. w postaci wzmocnionej lojalności klientów, pozyskiwania nowych klientów dzięki rekomendacjom, większych szans realizowania strategii *cross-selling* i *up-selling*,

satysfakcji i zwiększonej lojalności pracowników. Eliminuje to konkurowanie ceną, obniża koszty i zwiększa zyski przedsiębiorstwa.

Tak rozumując, należy traktować jakość jako kategorię ekonomiczną, która jest efektywnym źródłem przewagi konkurencyjnej instytucji finansowych. Waga problemu pozwala stwierdzić, że konieczne jest wprowadzenie kompleksowego systemu zarządzania instytucją finansową przez jakość. Właściwy przebieg tego procesu wymaga zatem wypracowania w firmie modelu zarządzania bazującego na dostarczaniu kompleksowej jakości usług. Model powinien obejmować całą firmę, wszystkie zachodzące w niej procesy i uczestniczących w nich ludzi. Podstawą tego procesu staje się wiedza o zmieniających się w czasie zachowaniach i preferencjach klientów. Informacje pozyskane z prowadzonych systematycznie badań, dotyczących percepcji usług, muszą być zweryfikowane pod kątem oczekiwań klientów wobec badanych atrybutów usługi finansowej. Tym właśnie zagadnieniom poświęcona jest recenzowana praca, w której zespół pod kierunkiem prof. Józefa Garczarczyka postawił sobie za cel opracowanie wielowymiarowych modeli jakości usług bankowych i ubezpieczeniowych. Po raz pierwszy w Polsce dokonano kwantyfikacji relacji między wyznacznikami jakości usług finansowych w kolejnych fazach budowy systemu zarządzania jakością w bankach i zakładach ubezpieczeń.

Praca stanowi zwartą, logicznie spójną całość. Rozważania podzielono na osiem rozdziałów. W ramach każdego rozdziału syntetycznie przedstawiono zagadnienia, ilustrując je licznymi wykresami. Pierwsze trzy rozdziały mają charakter wprowadzający. Dotyczą przede wszystkim pojęcia i roli jakości w zarządzaniu instytucją finansową, jak również metod pomiaru i analizy jakości usług finansowych. Skoncentrowano się tutaj na metodzie pomiaru jakości usług SERVQUAL, co wydaje się uzasadnione ze względu na fakt, że model ten stał się punktem wyjścia do empirycznych badań i analiz prezentowanych w dalszej części opracowania. W następnej kolejności dokonano wnikliwej analizy rynku usług finansowych, wskazując jednocześnie na kierunki jego rozwoju. Po wskazaniu uwarunkowań funkcjonowania rynku będącego przedmiotem rozważań, omówiono rozwój i strukturę, osobno, rynku bankowego i ubezpieczeniowego. Na uwagę zasługuje przedział czasowy prowadzonych analiz, obejmujący okres od momentu rozpoczęcia przekształceń rynkowych w Polsce do 2003 r. W rozdziale trzecim skoncentrowano się natomiast na analizie strony popytowej rynku usług finansowych, omawiając preferencje, opinie i zakres korzystania z usług przez klientów indywidualnych oraz instytucjonalnych w podziale na rynek usług bankowych i ubezpieczeniowych. Tutaj jednak rozważania poszerzono jeszcze o rynek funduszy inwestycyjnych i emerytalnych.

Niezwykle interesujące są kolejne cztery rozdziały, w których zostały zaprezentowane modele jakości w poszczególnych czterech fazach systemu zarządzania jakością w instytucjach finansowych, tj. fazie identyfikacji atrybutów jakości, przygotowania systemu zapewnienia jakości, realizacji systemu zapewnienia jakości oraz oceny jakości świadczonych usług. Punktem wyjścia w tej części opracowania był model jakości SERVQUAL, ujmujący jakość jako rozbieżność między oczekiwaniami klientów a ich percepcją usługi. W modelu tym wyodrębniono pięć luk powstających na kolejnych etapach świadczenia usługi i to właśnie te rozbieżności i przyczyny ich powstawania stały się punktem odniesienia rozważań w kolejnych rozdziałach. Rozpoznanie luk na poszczególnych etapach modelu jakości było możliwe dzięki ośmiu ogólnopolskim badaniom prowadzonym przez zespół prof. J. Garczarczyka w latach 1999-2003. Ich uczestnikami byli zarówno

menedżerowie banków i zakładów ubezpieczeń, jak również klienci indywidualni i instytucjonalni. Waleorem tej części książki jest czytelna prezentacja wielowymiarowych analiz prowadzonych według różnorodnych metod statystycznych.

Każdy z czterech rozdziałów ma podobną strukturę. Na początku zidentyfikowano atrybuty jakości usług i przeanalizowano determinanty jakości. Następnie dla każdej fazy systemu zarządzania jakością zaprezentowano wielowymiarowe ekonometryczne modele jakości usług, rozpoznano ukryte czynniki jakości, przedstawiono segmentację instytucji finansowych w zależności od stopnia zaawansowania systemu jakości oraz oszacowano wielkości luk w modelu jakości. Wszystkie te elementy poddano analizie osobno dla banków i zakładów ubezpieczeń.

Całość kończy rozdział ósmy, będący swego rodzaju syntezą przeprowadzonych badań i analiz. Prezentuje on modele jakości usług bankowych i ubezpieczeniowych. Pokazują one w przejrzysty sposób, na jakim etapie procesu świadczenia usług dochodzi do największych zakłóceń, czyli z czego wynika brak najwyższej jakości usług w polskich firmach finansowych.

Recenzowana praca podejmuje bardzo ważny temat, zarówno ze względu na przeobrażenia systemowe rynków finansowych, wzmożoną konkurencję, jak i rosnący stopień nasycenia tego rynku i pojawiające się w związku z tym problemy zarządzania. Stanowi pionierskie w Polsce studium, zawierające liczne empiryczne i teoretyczne informacje. Sposób zebrania i opracowania materiału oraz wsparcie go obszernym przeglądem literatury zapewniają wiarygodność uzyskanych wyników. Badania zilustrowano wieloma wykresami, prezentującymi wyniki w różnych przekrojach. Wszystko to ułatwia śledzenie toku wywodów i powoduje, że książkę czyta się z dużym zainteresowaniem. Do istotnych walorów opracowania należy zaliczyć fakt, że stanowi ona podsumowanie aż 13-letniego dorobku naukowego zespołu autorów. Umożliwia to pełną i obiektywną interpretację mechanizmów rządzących tym rynkiem.

Książkę tę z powodzeniem można adresować zarówno do studentów kierunków ekonomii, zarządzania czy marketingu jak również praktyków – kadry zarządzającej instytucji finansowych oraz pracowników bezpośrednio obsługujących klientów.

*rec. Edyta Rudawska*