

MODERN VISIONS ON THE QUALITY MANAGEMENT OF BANKING PRODUCTS VIZIUNILE MODERNE ASUPRA GESTIUNII CALITĂȚII PRODUSELOR BANCARE

Ivan LUCHIAN

ORCID: 0000-0002-8683-7228

Doctor, conferențiar universitar
Institutul Internațional de Management IMI-NOVA

<https://imi-nova.md>

luchian_ivan@mail.ru

FILIP Angela

Doctor, conferențiar universitar
Universitatea de Stat din Moldova

<https://usm.md>

filip77@mail.ru

ABSTRACT

The quality management system of banking products is a complex of activities and technological processes focused on the constant satisfaction of customer requirements and increasing their satisfaction. According to some authors, the quality management of banking products is based on three pillars: the development and improvement of the concept of quality of banking services, the improvement of technological and management processes within the banking institution, monitoring the level of satisfaction of bank customers. Likewise, the quality managing process of banking products consists of three elements: quality standards setting and allocating resources, achieving planned objectives and maintaining the level of banking products quality, the banking services quality monitoring. The aim of the paper is to present a complex modern approach to the quality management of banking products. The research carried out allows the division of the new concepts related to the quality management of banking services into those of marketing and those of banking regulations. Currently, marketing reviews the concept of quality of banking products through the prism of the evolution of the banking industry and of the theoretical foundations of the afferent market functioning. As a result, we find changes in the attitude of the banking product provider in improving the quality management system, customer relationship management and exacerbating the problems of unwanted customers. Prudential regulations tend to result from the social interest of maintaining the health of the banking system in general and of each banking institution in particular, as well as avoiding the involvement of banks in unwanted international and local activity. In this context, we highlight four directions: the stable and secure maintaining of bank's financial situation, ensuring compliance with customer knowledge standards in order to risk management and illegal financial activities prevention, technological regulations, consumer's rights protection in banking market. Currently, there is a certain contradiction between mentioned fields. The related problems can be solved through the harmonious application of different banking management methods, being elaborated the constructive way of forming, maintaining and developing the banks' relations with their clients.

KEY WORDS: bank, quality, consumer, customer, banking product

JEL CLASIFICATION: G21

INTRODUCERE

Pentru început, menționăm opinia cercetătorului din Republica Moldova Larisa Mistrean, că „evoluțiile pieței financiare, concurența destul de mare între băncile din Republica Moldova, creșterea în continuare a necesităților clienților în domeniul diversificării produselor și serviciilor bancare, ajustarea lor la cerințele pieței duc inevitabil la aprobarea noilor metode de asigurare a calității serviciilor bancare”. [1]

Evoluția activității bancare exprimate prin globalizarea bancară, care este etapa în care serviciile bancare s-au răspândit în întreaga lume, devenind universale. Ea schimbă natura și formele concurenței pe piața financiară. Băncile sunt forțate să concureze simultan pe mai multe segmente ale pieței financiare, nu numai între ele, ci și cu alte instituții financiare: societăți de asigurări, fonduri de investiții, fonduri de pensii nestatale și alte societăți financiare.

În acest context, gestiunea calității produselor bancare a devenit un avantaj concurențial important.

Referitor la Republica Moldova, putem prezenta viziunea autorului Alexandru Gribincea: „Implementarea marketingului în băncile comerciale din Republica Moldova are la bază principiul „totul pentru client”. Consecutivitatea priorităților este următoarea: în primul rând – profitul clientului, iar apoi – interesele băncii. „Clientul are întotdeauna dreptate” este filosofia modernă a băncii. Această filosofie și-a găsit reflectare în practică, îndeosebi atunci când lucrătorul bancar, în relațiile cu clienții, tot mai des apare nu în calitate de reprezentant al părții contractuale, dar de consultant calificat, interesat în faptul ca clientul să obțină unele avantaje maxime în cadrul parteneriatului cu banca.” [2]

De asemenea, acest autor afirmă, că una din preocupările principale ale serviciului de marketing din băncile autohtone este formarea relațiilor de parteneriat cu clienții. Însă, în viziunea acestui autor, unica problemă, care împiedică formarea relațiilor de colaborare din băncile comerciale din Republica Moldova și clienții lor este crearea incorectă a structurii organizatorice corespunzătoare acestui scop, băncile preferând copierea automată a structurii respective din alte bănci sau prin transmiterea „testamentară”.

La rândul lor, băncile comerciale din Republica Moldova episodic declară despre grija permanentă față de client manifestată inclusiv prin menținerea unui nivel înalt al calității serviciilor prestate clienților. De exemplu, administrația Mobiasbancă în repetate rânduri vorbește despre oferirea serviciilor de calitate, produsele de calitate și calitatea înaltă a deservirii. [3]

Iar pe site-ul oficial al Moldova-Agroindbank citim: „Extindem constant rețeaua de bănci corespondente pentru a-ți asigura servicii bancare la calitate superioară, cu prețuri avantajoase, în locațiile tale preferate, accesibile oricând și oriunde ai fi”.

Eforturile depuse în acest sens ale unor bănci autohtone au fost recunoscute prin distincții oficiale. De exemplu, Moldova-Agroindbank în anul 2015 în cadrul concursului „Realizări în domeniul calității” a fost decorată cu Premiul mare „Zeița Calității” pentru politica și strategia aplicată de către bancă în domeniul managementului calității. [5]

În opinia noastră, situația în domeniul gestiunii relațiilor dintre băncile comerciale și clienții lor în condițiile Republicii Moldova este mult mai complexă și controversată.

În pofida declarațiilor instituțiilor bancare din Republica Moldova referitoare la implementarea unor sisteme de gestiune a calității deservirii clienților, studiile efectuate de experții bancari au constatat existența unor nemulțumiri din partea consumatorilor produselor bancare referitoare la calitatea acestora. [1]

Prezentul articol are drept scop studierea aspectelor moderne ale gestiunii calității produselor bancare și evidențierea problemelor aferente.

VIZIUNILE DE MARKETING ASUPRA CALITĂȚII PRODUSELOR BANCARE

Complexitatea examinării calității produselor bancare pornește de la diversitatea definițiilor acestora.

În abordare tehnică, produsul bancar este un document bancar specific (sau certificat), care este produs de o bancă pentru a servi un client și a efectua o operațiune. [6]

În abordare tehnologică, produsul bancar este unul dintre diversele servicii oferite de o bancă clienților săi. [7] La fel, în această abordare, produsul bancar este un serviciu bancar separat sau mai multe servicii bancare conexe pe care o bancă le oferă clienților în condiții tipice. [8]

În abordare juridică, produsele bancare înseamnă fiecare și oricare dintre următoarele servicii bancare oferite oricărei părți de către bancă sau oricare dintre afiliații săi în baza legislației în vigoare și licența obținută de la organul abilitat.

În Republica Moldova lista activităților permise băncilor o găsim în Legea privind activitatea băncilor (articolul 14). [9]

În abordare de marketing, produsul bancar este rezultatul activităților bancare legate de satisfacerea nevoilor specifice ale clientului în sfera bănească. [10]

Respectiv, calitatea serviciilor se referă la satisfacerea cerințelor clientului la nivelul așteptărilor acestuia. [11]

De pe aceste poziții calitatea produselor bancare este definită de către autorul Zinkevichi: „Calitatea unui serviciu (produs) bancar poate fi definită ca un ansamblu de proprietăți și caracteristici ale unui serviciu (produs) care îi conferă acestuia capacitatea de a satisface nevoile condiționate și implicite ale clienților.” [12]

Unii experți afirmă: „Calitatea produsului se referă la caracteristicile unui produs sau serviciu care se referă la capacitatea acestuia de a satisface nevoile declarate sau implicite ale clienților. În sensul cel mai restrâns, calitatea poate fi definită ca „libertatea de defecte”. Societatea Americană pentru Calitate definește calitatea ca fiind caracteristicile unui produs sau serviciu care se referă la capacitatea acestuia de a satisface nevoile declarate sau implicite ale clienților”. [13]

În mod similar, Siemens definește calitatea în acest fel. „Calitatea este atunci când clienții noștri revin și produsele noastre nu. [13]

Dezvoltând concepțiile autorilor Alamanova și Seitova [14], putem remarca faptul, că examinarea calității bancare este o sarcină complicată determinată de necesitatea consensului de viziuni ale 6 grupuri de părți implicate:

1. *Evaluarea calității de către clienți* se realizează de către client pe baza sentimentelor și emoțiilor lor și depinde de perceperea caracteristicilor specifice ale deservirii bancare, calitatea serviciilor fiind comparată cu prețurile acestora. Calitatea unui serviciu bancar depinde esențial de procesul de comparare a așteptărilor clientului cu privire la calitatea serviciului înainte de consumul acestuia cu percepția asupra calității serviciului bancar la momentul și după consumul acestuia. Percepția asupra calității serviciilor bancare apare sub două aspecte principale: ce primește clientul de la serviciul bancar (așa-numitul aspect tehnic al calității) și cum primește consumatorul serviciul bancar (așa-numitul aspect funcțional al calității).

Unii autori atrag atenția asupra faptului, că perceperea calității produsului bancar de către client are loc prin prisma a două aspecte [15]:

- *Din punctul de vedere al conținutului sau reieșind din aspectul tehnic*, calitatea se referă la aceea ce consumatorul obține în urma folosirii serviciilor bancare;
- *Din punctul de vedere al conținutului utilitar sau reieșind din aspectul funcțional*, calitatea exprimă utilitatea sau, altfel spus, cum consumatorul obține serviciile bancare.

De regulă, drept criterii ale calității deservirii bancare sunt considerate următoarele [15]:

- Prestarea cât mai corectă a serviciului prin onorarea promisiunilor și executarea lui în cele mai bune condiții;
- Responsabilitate maximă, receptivitatea personalului bancar;
- Competența asigurată prin cunoștințe de specialitate și personal calificat;
- Accesibilitatea serviciului, exprimată prin ușurința contactării băncii, orarul de funcționare, timpul de așteptare pentru prestarea serviciului;
- Viteza și comoditatea deservirii; termenele derulării operațiilor; amabilitatea personalului, politețe, respect, considerație;
- Comunicațiile prin care se asigură informarea consumatorului prin folosirea unui limbaj adecvat, adaptat diferiților clienți;
- Credibilitatea asigurată, de regulă, de numele și reputația băncii;
- Siguranța, care presupune lipsa oricărui pericol, risc, îndoieli în privința prestării serviciului;
- Înțelegerea nevoilor specifice consumatorului;

- Elementele tangibile, care trebuie să fie cât mai atractive;
- Admiterea și corectarea erorilor operaționale.

2. *Evaluarea calității de către managerii băncii* se manifestă prin accelerarea procedurilor și proceselor bancare interne, creșterea eficienței și productivității muncii, creșterea motivației angajaților în vederea atingerii competitivității pe termen lung și stabilității dezvoltării băncii.

3. *Evaluarea calității serviciilor de către băncile concurente* în scopul analizei comparative a vitezei și intensității forței de muncă a proceselor tehnologice, a costurilor, a eforturilor de corectare a erorilor, a eficienței angajaților băncii, a gestionării riscurilor în comparație cu nivelul a costurilor pentru producerea serviciilor bancare.

4. *Evaluarea calității serviciilor de către autoritățile de reglementare* în vederea respectării legislației naționale, menținerii unor practici bancare sigure, satisfacerii nevoilor cetățenilor țării, respectării intereselor societății și ale statului.

5. *Evaluarea calității serviciilor de către proprietarii băncii (acționarii)* în vederea realizării unui raport optim preț-calitate, maximizării profitului băncii și creșterii valorii de piață a afacerii.

• *Evaluarea calității serviciilor de către angajații (colectivul) instituției bancare* se efectuează prin prisma rezultatelor activităților efectuate în cadrul procesului de vânzare a produselor bancare. Din punctul de vedere al lucrătorilor bancari, calitatea este percepută ca un nivel al corespunderii anumitor standarde operaționale și de eficiență, iar factorii determinanți ai calității produselor bancare sunt [17]:

- viteza proceselor operaționale interne; costurile suplimentare suportate în urma admiterii și corectării erorilor; eficiența proceselor de activitate;
- caracterul motivării lucrătorilor; productivitatea muncii;
- nivelul riscurilor de creditare și de altă natură;
- raportul dintre veniturile și cheltuielile legate de elaborarea, implementarea și prestarea serviciilor bancare;
- diferențierea calității serviciilor de același tip în funcție de preț (obișnuite și exclusive), specificul tipurilor de clienți (servicii individuale și de masă) și canalelor de distribuție.

CONCEPȚII PRIVIND GESTIUNEA CALITĂȚII PRODUSELOR BANCARE

Autorul Dinculescu Elena-Silvia afirmă: „Aspecte privind managementul calității în domeniul bancar sunt relativ recente (anii '80 ai secolului al XX-lea constituie punctul de plecare), dar cercetările în domeniu demonstrează importanța preocupărilor susținute pentru îmbunătățirea continuă, mai ales în cadrul sistemelor bancare din statele dezvoltate”. [18]

Sistemul de gestiune a calității – totalitate a structurii organizatorice, metodelor, proceselor și resurselor necesare pentru implementarea și menținerea unor standarde de calitate la toate etapele de vânzare a produsului bancar. [19]

Conform viziunilor expuse de Olga Ștefaniuc, un sistem de gestiune a calității presupune prezența unui număr de elemente, care fac posibilă implementarea integrală a managementului calității [20]:

- elaborarea și implementarea politicii de calitate;
- menținerea raportului constant între calitate și satisfacția clienților;
- crearea unui sistem de planificare a calității, care să includă stabilirea obiectivelor de calitate, pregătirea personalului, implicarea fiecărui angajat în procesul de management al calității;
- descrierea proceselor, organigramelor, procedurilor, instrucțiunilor, adică organizarea modelului de management al procesului;
- implementarea sistemului de control al calității;

- implementarea sistemului de monitorizare a satisfacției clienților;
- implementarea sistemului de control intern al calității;
- asigurarea sistemului de gestionare a informațiilor privind calitatea proceselor și analiza calității de către conducere;
- asigurarea sistemului de îmbunătățire continuă a calității.

Cercetătorul Demkiv propune aplicarea următoarelor principii de constituire a sistemului de gestiune a calității în activitatea bancară [21]:

- Principiul orientării către client (succesul băncii depinde de satisfacția clienților);
- Principiul orientării în bază de proces (gestiunea calității produselor băncii este un proces, dar nu un complex de măsuri statice unice);
- Principiul abordării în bază de sistem (gestiunea calității produselor băncii este un proces complex integrat);
- Principiul abordării analitice (stabilirea sarcinilor calitative presupune validitatea metodelor de realizare a acestora);
- Principiul interacțiunii (activitatea comună a administrației și personalului băncii);
- Principiul instruirii și perfecționării (contribuirea la instruirea calitativă și dezvoltarea calitativă a lucrătorilor);
- Principiul îmbunătățirilor permanente (calitatea produselor bancare necesită o abordare sistemică și îmbunătățiri permanente);
- Principiul relațiilor reciproc avantajoase cu contragenții (baza reciproc avantajoasă contribuie la lărgirea posibilităților calitative ale tuturor participanților în relații).

TEHNICILE DE GESTIUNE A CALITĂȚII PRODUSELOR BANCARE

În practica bancară a țărilor dezvoltate au fost dezvoltate și aplicate cu succes diverse metode de management al calității [20]: TQM, SiX Sigmas, ISO 9000.

Ideea principală a conceptului de management total al calității (TQM) constă în extinderea globală a conceptului de calitate și aprobarea procesului de gestionare a acestuia ca sarcină principală a managementului. Potrivit TQM, managementul general al sistemului calității include componente precum managementul operațional al calității în toate etapele ciclului de viață al produselor bancare, asigurarea calității interne și externe, planificarea și îmbunătățirea calității.

Obiectivele TQM postulează orientarea către client, prioritatea satisfacerii nevoilor acestuia, crearea unei experiențe pozitive pentru consumatori în comunicarea cu banca și îmbunătățirea continuă a calității serviciului. [22]

În același timp, următoarele domenii ale TQM sunt recunoscute ca [22]:

- Optimizarea timpului de procesare pentru tranzacții și produse cheie - plăți, împrumuturi, carduri de credit etc.;
- Reducerea timpului de așteptare pentru clienți; procesarea reclamațiilor scrise și verbale ale clienților, menținerea feedback-ului;
- Amabilitatea și competența personalului de comunicare cu consumatorii;
- Acuratețea și transmiterea la timp a informațiilor către clienți (inclusiv datele privind tranzacțiile finalizate);
- Deschiderea tarifelor și comisioanelor, fără taxe ascunse;
- Răspunsul rapid la întrebările clienților, minimizarea numărului de link-uri intermediare;
- Monitorizarea clienților și conturilor pierdute, analiza cauzelor.

Progresul în toate aceste domenii depinde, în primul rând, de acțiunile angajaților responsabili ai băncii. Prin urmare, se poate susține că managementul calității în instituțiile financiare este în

principal managementul personalului. Eficacitatea acțiunilor băncii, imaginea pe care aceasta o dobândește în mintea clienților - toate acestea sunt determinate de acțiunile clare ale anumitor persoane care îndeplinesc atribuții oficiale.

Conceptul SiX Sigmas (6 Sigma) este o abordare a perfecționării business-ului, care tinde să descopere și să înlăture erorile și cauzele lor prin concentrarea asupra parametrilor de ieșire critic importante pentru consumator. [23]

Elementele cheie ale filozofiei SiX Sigmas sunt [24]:

- *Satisfacția clientului.* Consumatorii determină nivelul calității muncii. Ei se așteaptă la produse de înaltă calitate, fiabilitate, preț adecvat, livrare la timp, servicii bune etc. Cerințele de calitate sunt ascunse în fiecare element al așteptărilor consumatorului. Banca trebuie să identifice și să îndeplinească toate aceste cerințe.

- *Determinarea proceselor, a indicatorilor acestora și a metodelor de control al procesului.* Pentru a îmbunătăți calitatea muncii, este necesar să privim procesele din punctul de vedere al consumatorului. Trebuie eliminate toate elementele de proces care nu aduc valoare consumatorului.

- *Munca în echipă și implicarea personalului.* Rezultatele muncii unei organizații sunt munca angajaților săi. Pentru a obține o calitate înaltă, fiecare angajat trebuie să fie interesat de muncă și interesat de obținerea de rezultate înalte. Implicarea angajaților duce la creșterea satisfacției clienților.

În mod tradițional, se consideră, că reglementarea internațională (iar în unele țări – și la nivel național) este efectuată prin certificarea instituțiilor bancare în baza standardelor ISO 9000, care impune crearea unui sistem de management al calității ca instrument pentru gestionarea calității produselor și proceselor bancare și care se aplică împreună cu standardul COBIT (Control Objectives for Information and Related Technology).

Multe instituții bancare consideră ISO 9000 ca un element de bază practic pentru realizarea unei strategii de management total al calității. ISO 9000 oferă un proces și o structură care permite un progres real și măsurabil și un cadru flexibil care poate fi adaptat la o mare varietate de situații competitive, cum ar fi următoarele [25]:

- *Managementul riscurilor:* instrumente interne de evaluare care împiedică problemele mici să devină surprize mari.

- *Achiziții:* cunoștințe esențiale blocate în documente care altfel s-ar putea pierde în procesul de rotație sau restructurare a personalului.

- *Reducerea erorilor de tranzacție:* instrumente de control al procesului și control al calității. metodologie ușor recunoscută de clienți.

- *Management global:* proceduri și practici definite în mod constant între diferite site-uri și piețe.

ISO 9000 a contribuie pragmatic la un management mai eficient al timpului prin reducerea documentelor inutile și prevenirea erorilor. Elementele de control de proiectare ale ISO 9000 oferă o foaie de parcurs riguroasă pentru dezvoltarea de noi produse. Produsele și serviciile diferitelor instituții financiare se aseamănă din ce în ce mai mult, astfel încât clienții să primească practic același serviciu peste tot. Clienții așteaptă acum soluții personalizate și servicii individuale. Ei sunt solicitanți și critici, deseori mențin cel puțin trei sau patru conturi bancare paralele pentru a schimba mai ușor băncile, dacă performanța și serviciile nu sunt acceptabile. Sistemul de management bazat pe ISO 9000 oferă un cadru obiectiv pentru orientarea și acțiunea zilnică a afacerilor.

GESTIUNEA CALITĂȚII CA ELEMENT ALE MANAGEMENTULUI RELAȚIILOR BĂNCILOR CU CLIENȚII LOR

Calitatea produselor bancare reprezintă un element important al sistemului de gestiune a relațiilor dintre bancă și clienții săi, precum și a competitivității și profitabilității instituției bancare. [17]

În acest context se utilizează termenul de „grijă față de client”, prin care se înțelege asigurarea unui serviciu de calitate, în orice moment, pentru clienții care îl solicită.

Aceasta are loc prin orientarea spre client. Unii experți afirmă: „Așezarea clientului pe primul loc, anticiparea nevoilor și problemelor lui, asigurarea serviciilor solicitate de el, conduc în final la diferențierea calitativă a serviciilor, cu beneficii importante asupra imaginii instituției financiare”. [11]

Orientarea către client este capacitatea de a înțelege așteptările clientului și de a găsi soluția corectă de satisfacere maximă a acestor așteptări. Ea este o abordare a business-ului orientată spre crearea produselor (serviciilor) comode și necesare pentru client în combinație cu o politică transparentă de prețuri. [26]

Gestiunea calității produselor bancare necesită integrare în sistemul de management al relațiilor cu clientele, care la rândul său reprezintă un proces de adaptare continuă a băncii la cerințele pieței, îmbunătățirea deciziilor de marketing, optimizarea procesului de vânzare, având ca scop principal cunoașterea mai amănunțită a clientelei, satisfacerea ei prin livrarea de noi produse și servicii mai calitative și la un preț cât mai convenabil. [27]

Unii experți sunt de opinia: „Clienții băncii sunt dornici de o calitate cât mai bună a serviciilor și de gamă diversificată a produselor. Pentru orice bancă, este vital ca produsele și serviciile pe care le oferă să fie prezentate pe piața cu succes, pentru a se atinge obiectivele de creștere și dezvoltare ale băncii și implicit ale sectorului bancar. Relația dintre client și bancă este foarte importantă și necesită să fie întreținută pentru a asigura loialitatea clienților și pentru a dezvolta cu aceștia relații pe termen lung. Managementul clientelei trebuie să aibă drept scop menținerea și dezvoltarea acestui fond de clienți, prin întâmpinarea necesităților lor. Relația bancă-client este un element cheie al ofertei băncii, fiind o componenta de bază a ofertei totale de produse și servicii ale unei bănci”. [28]

CLIENTUL NEDORIT CA PROBLEMĂ DE GESTIUNE A CALITĂȚII

Studiul efectuat demonstrează, că în practica internațională, normele privind gestiunea calității produselor bancare în mare parte se referă la clienții cu valoare înaltă ca totalitate de beneficii obținute de către instituțiile bancare din deservirea lor. Iar clienților cu valoare mică li se oferă produse maximal standardizate, iar prin respectarea acestor standarde se apreciază calitatea deservirii.

Însă există anumite categorii de clienți, cărora băncile comerciale să le refuze în deservire sau să stabilească condiții mult mai dure de deservire în comparație cu prima categorie de clienți.

Către clienții nedoriți se referă clienții:

- Care încalcă frecvent normele bancare de deservire;
- Cu comportament dubios, cu tentative de operațiuni ilegale;
- Incluși în listele negre în baza informației executorilor judecătorești și birourile istoriilor de credit;
- Care refuză furnizarea informației despre el și activitatea lui la solicitarea băncii;
- Cu valoare negativă, care mai mult aduc pierderi băncilor decât câștiguri;
- Incluși în listele negre internaționale, naționale și interne.

Asupra lor, de regulă, standardele de calitate ale băncii nu se răspândesc. Dat fiind faptul, că listele negre în multe țări au un statut consultativ, de obicei, personalul băncilor face tot posibilul pentru a evita deservirea acestor clienți.

IMPACTUL REGLEMENTĂRILOR BANCARE ASUPRA FUNCȚIONĂRII SISTEMELOR DE GESTIUNE A CALITĂȚII PRODUSELOR BANCARE

Drept o viziune clasică asupra calității produselor bancare, care adesea este abordată de către organele de supraveghere și instituțiile bancare, este măsura corespunderii deservirii bancare normelor legale aferente.

Între orientările principale noi ale activității bancare sunt:

- Gestiunea riscurilor bancare și implementarea sistemelor de gestiune a riscurilor bancare;
- Menținerea capacității de redresare și rezoluție a băncilor;
- Evitarea implicării băncilor în activități ilegale și combaterea fraudelor bancare.

Aceste reglementări, tind să limiteze volumul anumitor operațiuni (tranzacțiilor mari), precum și accesul anumitor categorii de clienți la anumite servicii. Pentru unii clienți sunt prevăzute condiții speciale de deservire (persoanele afiliate, angajații băncii).

Clientul modern trebuie să fie gata de solicitarea unui volum sporit de informații din partea băncii, lungirea timpului de derulare a unor operațiuni bancare din cauza necesității verificării datelor despre clienți, activitățile lor și proveniența mijloacelor bănești.

La fel, el este nevoit să suporte și unele consecințe ale funcționării sistemului de securitate financiară exprimate, de exemplu, prin blocarea unor operațiuni aparte sau posibilității efectuării unor operațiuni din conturile bancare. Toate acestea foarte des se prezintă ca o formă specifică a griii față de client.

Este remarcabil faptul, că pe parcursul ultimilor decenii organele reglementare bancară s-au dezis de prescripții exacte ale proceselor tehnologice în cadrul băncilor comerciale, cu excepția implementării unor standarde absolut necesare prestării unor servicii în cadrul sistemului bancar, ceea ce se poate interpreta ca un stimulente al procesului inovațional în domeniul examinat.

Un domeniu special al reglementării bancare este cel al *protecției consumatorilor produselor bancare*. Este importantă existența unui cadru legal distinct referitor la prezentarea explicită a drepturilor clienților în calitate de consumatori de produse bancare.

De regulă, în multe țări are loc o confuzie în această privință, băncile considerând drepturile consumatorilor doar referitoare la piața de bunuri și servicii nebankare, iar interpretarea legală față de sectorul bancar este foarte vagă. De asemenea, în multe țări, în legătură cu noile reglementări prudențiale în domeniul bancar, s-a format un dezechilibru important între drepturile și obligațiile băncilor și cele ale clienților lor. Acestea au drept rezultat practicile comerciale incorecte ale băncilor și clauzele contractuale abuzive impuse clienților. Iar eforturile organelor abilitate din diferite țări sunt orientate, în mare parte spre combaterea lor.

CONCLUZII

Calitatea produselor bancare este noțiune complexă determinată de influența unui număr mare de factori și atitudinea părților implicate în procesul de prestare a serviciilor bancare. Concepțiilor de calitate a produselor bancare sunt în proces de continuă transformare. La fel, drept consecință, are loc perfecționarea sistemelor de gestiune a calității și a relațiilor instituțiilor bancare cu clienții lor. În același timp, are loc transformarea cadrului de reglementare aferent, având loc racordarea la imperatiile stringente ale perioadei actuale. Aceste două domenii interacționează în mod inevitabil, fiind simultan contradictorii în unele puncte de tangență. Însă cu toate transformările menționate rămâne neschimbată nevoia de satisfacere necesităților clienților, respectându-se interesele economic-financiare ale băncii comerciale și normele prudențiale al activității bancare. În mod inevitabil acest proces a generat anumite probleme, care necesită să fie soluționate.

BIBLIOGRAFIE

1. Mistrean Larisa, *Direcții contemporane privind asigurarea calității produselor bancare*, Revista științifică a Universității de Stat din Moldova, 2011, nr.2(42), p. 132
2. Gribincea Alexandru, *Implementarea marketingului în activitatea băncilor din Republica Moldova și modalități de eficientizare a acestuia*, Revistă Științifică a Universității de Stat din Moldova, 2013, nr.2(62), p. 184-188
3. *Raportul annual al Mobiasbancă – Groupe Société Générale pentru anul 2017*, disponibil la https://www.mobiasbanca.md/storage/com/dezv/4-info-econ-fin/year-reports/2017/4-RAPORT-ANUAL-2017_MBSG.pdf, accesat la 21.09.2021
4. *Bănci corespondente*, <https://www.maib.md/ro/banci-corespondente>, accesat la 15.10.2021
5. *MAIB - apreciată pentru recunoaștere și calitate*, disponibil la <https://www.maib.md/ro/noutati/maib-apreciata-pentru-recunoastere-si-calitate/>, accesat la 21.09.2021
6. *Понятие банковского продукта и банковской услуги*, <https://studbooks.net/1878953/bankovskoe-delo/ponyatie-bankovskogo-produkta-bankovskoy-uslugi>, accesat la 18.10.2021
7. *Banking product*, <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/banking-product>, accesat la 18.10.2021
8. *Банковские продукты*, <https://discovered.com.ua/glossary/bankovskie-produkty/>, accesat la 19.10.2021
9. Legea Nr. 202 din 06.10.2017 privind activitatea băncilor, publicată la 15.12.2017 în Monitorul Oficial Nr. 434-439
10. *Понятие и виды банковского продукта*, <https://studfile.net/preview/6724294/page:3/>, accesat la 21.10.2021
11. *Calitatea serviciilor și relația bancă-clienti*, <https://administrare.info/economie/5745-calitatea-serviciilor-%C5%9Fi-rela%C5%A3ia-banc%C4%83-clien%C5%A3i>, accesat la 20.10.2021
12. Зинкевич В.А., Оптимизация продуктов как устойчивое конкурентное преимущество, https://www.marketing.spb.ru/lib-special/branch/competitive_bank.htm, accesat la 13.10.2021
13. Product quality, <https://the-definition.com/term/product-quality>, accesat la 13.10.2021
14. Аламанова Ч., Сеитова Ж., *Взаимосвязь банковской конкуренции и качества банковских услуг*, <https://cyberleninka.ru/article/n/vzaimosvyaz-bankovskoy-konkurentsii-i-kachestva-bankovskih-uslug/viewer>, accesat la 18.10.2021
15. Gronroos C., A service quality model and its marketing implications / European Journal of Marketing, 1991, Vol. 18, № 4., p. 36-44
16. Popescu Mihai, *Produse și servicii bancare*, http://www.seap.usv.ro/~ro/cursuri/FB/FB_III_PSB.pdf, accesat la 22.09.2021
17. Luchian Ivan, Filip Angela, *Abordările conceptuale ale gestiunii calității produselor bancare*. În: materialele Conferinței Internaționale Științifico-Practice “Creșterea economică în condițiile globalizării” ediția a XI-a, Institutul Național de Cercetări Economice, 13-14 octombrie 2016, Chișinău, Editura INCE, 2016, p. 90-95
18. Dinculescu Elena-Silvia, *Impactul calității serviciilor bancare asupra managementului instituțiilor de credit*, Analele Universității “Constantin Brâncuși” din Târgu Jiu, Seria Economie, Nr. 3/2011, p. 55
19. *Банковские услуги и операции*, <http://www.zavtrasessiya.com/index.pl?act=PRODUCT&id=1767>, accesat la 22.10.2021
20. Штефанюк Ольга, *Современные тенденции в управлении качеством банковских услуг*, https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/57-60_15.pdf, accesat la 22.10.2021
21. Демкив Ю. М., *Концептуальная система управления качеством банковских услуг*, <http://www.irbis-nbuv.gov.ua>, accesat la 23.10.2021
22. *Система управления качеством для банков*, <http://www.web-standart.net/magaz.php?aid=9552>, accesat la 26.10.2021
23. Саакян Д., Искандарян Д., *Модель «Шесть сигм» как эффективный инструмент при минимизации операционных рисков в банках*, <https://sahakyan.files.wordpress.com/2010/03/wp12.pdf>, accesat la 27.10.2021
24. *6 Сигм*, https://www.kpms.ru/General_info/SixSigma.htm, accesat la 29.10.2021
25. Bowen Robert D., *ISO 9000 is the new 'gold standard' for banking*, <https://silo.tips/download/iso-9000-is-the-new-gold-standard-for-banking>, accesat la 29.10.2021

26. Виноградова Мария, *Клиентоориентированный подход: слово – банкам*, <http://rfinance.ru/magazine/?id=11233&aid=11239&tid=13>, accesat la 30.10.2021
27. Ștăhovschi Ada, *Elaborarea unui model de management al relației cu clientela în băncile din zonele transfrontaliere*, https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/394-397_4.pdf, accesat la 01.11.2021
28. *Analiza sistemului de management al clientelei in cadrul unei banci comerciale*, <https://www.rasfoiesc.com/business/management/Analiza-sistemului-de-manageme92.php>, accesat la 03.11.2021