

**УТВЕРЖДАЮ**

**Генеральный директор**

**РА "SNS RATINGS"**

**" \_\_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2019г.**

## **Методология присвоения**

### **Индивидуального Рейтинга качества обслуживания клиентов коммерческим банкам**

#### ***1. Введение.***

Как показало изучение наилучшей мировой банковской практики, в настоящее время успешность деятельности любого коммерческого банка и его конкурентоспособность определяются, прежде всего не ценовыми факторами, а качественными характеристиками, одной из которых является качество обслуживания потребителей банковских услуг, так как качество обслуживания оказывает серьёзное влияние на конкурентоспособность услуг и банка, а значит и на рентабельность, стабильность доходов и прибыльность банка.

В данное время, когда Республика Узбекистан семимильными шагами интегрируется в мировое финансово-экономическое пространство и широко открывает двери не только для привлечения внешних иностранных инвестиций в экономику страны в целом, но и для организации работы крупных международно-известных финансовых институтов и банков на территории Республики Узбекистан данное положение для отечественных коммерческих банков становится очень и очень актуальным. Это подтверждает тот факт, что только за последний год, лицензию на осуществление банковской деятельности на территории Республики Узбекистан получили: Народный банк Казахстана (Halyk Bank), который является учредителем банка Tenge Bank в Узбекистане, Грузинский TBC Bank, который приобрел 51% акций ООО Inspired, которая работала в Узбекистане под брендом Raume, а также рассматриваются поданные заявки других зарубежных финансовых учреждений желающих работать в Узбекистане. Следующим этапом, вероятнее всего следует ожидать экспансию, т.е. приход на отечественный финансовый рынок уже крупных западных финансовых игроков, имеющих высокие стандарты обслуживания и сертифицированных по системам

менеджмента качества ISO 9000. Все это позволяет говорить о том, что для отечественных банковско-финансовых учреждений закончились “тепличные” искусственно созданные для них условия спокойной и практически безконкурентной работы, когда почти все коммерческие банки и другие участники финансового рынка предоставляли своим клиентам стандартный и почти одинаковый, весьма ограниченный набор банковско-финансовых услуг и при этом, особо не беспокоились о том, что его клиент может уйти в другой банк, с более качественным сервисом и более широким ассортиментом предоставляемых финансовых услуг. С учетом этого, в целях поднятия банковской системы страны на новый более высокий и качественный уровень, а также в целях повышения конкурентоспособности банковско-финансовых учреждений путем повышения уровня обслуживания клиентов и подготовки отечественных коммерческих банков к работе в условиях жесткой конкуренции, прежде всего со стороны иностранных банков, входящих на финансовый рынок Узбекистана, сегодня одной из первоочередных и актуальнейших задач стоящих перед всем банковским сообществом Узбекистана является организация проведения на регулярной основе Рейтинга качества обслуживания клиентов коммерческим банкам. В этих целях Рейтинговым агентством “STANDARD END SENSITIVE RATINGS” (далее по тексту: РА “SNS RATINGS”) разработана и внедрена в рейтинговую практику агентства Методология присвоения “Индивидуального Рейтинга качества обслуживания клиентов коммерческим банкам”

## ***2. Общие положения.***

Цель настоящего отчета – ознакомить с рейтинговой методологией присвоения Индивидуального Рейтинга качества обслуживания клиентов коммерческим банкам всех ключевых участников рейтингового процесса, включая клиентов банка(как физических так и юридических лиц), сами рейтингуемые банки, пользователей рейтингов банков и банковских ценных бумаг, таких как институциональные инвесторы, финансовые контрагенты и рейтинговые консультанты в инвестиционно-банковских компаниях. Методология присвоения Индивидуального рейтинга качества обслуживания клиентов коммерческим банкам”, разработана во исполнение пункта 4 Постановления Президента Республики Узбекистан “О мерах по дальнейшему развитию и повышению устойчивости банковской системы Республики” от 12 сентября 2017 года № ПП-3270. Разработанная Рейтинговым агентством “SNS RATINGS”.

Данная Методология присвоения “Рейтинга качества обслуживания клиентов коммерческим банкам” является стандартной для всех коммерческих банков, независимо от формы собственности и

применяется на основании единого и неизменного подхода к оценке всех офисов банков Узбекистана без исключений.

**Индивидуальный Рейтинг качества обслуживания клиентов коммерческих банков** - один из видов рейтингов, присваиваемых Рейтинговым агентством “SNS RATINGS”, по своей сути является **некредитным**(специализированным) рейтингом и представляет собой субъективное мнение агентства о реальном уровне удовлетворенности клиентов банка - качеством их обслуживания, выраженное путем присвоения каждому индивидуальному коммерческому банку своей рейтинговой оценки по утвержденной национальной рейтинговой шкале РА “SNS RATINGS”.

**Рейтинговая шкала** – заранее заданная бальная шкала, означающих понижающееся/повышающееся значение рейтинговой оценки качества обслуживания коммерческим банком своих клиентов. Рейтинговая шкала РА “SNS RATINGS” содержит название уровня, цифровые обозначения и описание особенностей. Следует особым образом отметить, что Рейтинговая шкала, используемая Агентством “SNS RATINGS” для выражения данного мнения не является взаимозаменяемой, сопоставимой или эквивалентной со шкалами, используемыми рейтинговым агентством “SNS RATINGS” для других видов **некредитных (специализированных)** рейтингов.

Ввиду того, что присвоенный РА “SNS RATINGS” коммерческому банку **“Индивидуальный Рейтинг качества обслуживания клиентов коммерческих банков”** по своей сути **не является кредитным рейтингом**, то он соответственно и не связывается с оценкой способности коммерческого банка исполнять принятые на себя финансовые обязательства и **не отражает мнение Рейтингового Агентства “SNS RATINGS” о кредитоспособности, или финансовой** надежности, или о финансовой устойчивости коммерческого банка.

Вместе с этим, в соответствии с положениями настоящей Методологии, Рейтинговое агентство “SNS RATINGS” оставляет за собой право **изменить или отозвать** индивидуальнѣй Рейтинг качества обслуживания клиентов коммерческих банков в любой момент времени на основании информации, полученной, по мнению агентства, из достовернѣх и надежных источников, и/или информации, **полученной от рейтингуемого банка в рамках регулярного мониторинга**, либо в связи с непредставлением информации коммерческим банком или в связи с не транспарентностью банка.

**Транспарентность (Transparency)** — раскрытие банком всем заинтересованным лицам (кредиторам, инвесторам, общественности) целей деятельности, правовых, институциональных и экономических основ, **принципиальных решений** и их обоснования, **данных и информации**, прямо или косвенно

связанных с деятельностью банка, а также условий подотчетности в полном объеме, в доступной форме и на своевременной основе.

**Рэнкинг** - технически упорядоченная по какому-либо линейному показателю статистическая (цифровая) информация, сведенная в таблицу (по убыванию/возрастанию). Практически все виды Рэнкинга составляются на основе уже готовых данных, представленных либо самими рейтингуемыми коммерческими банками, либо другими уполномоченными на это органами.

### **3. Методология присвоения “Индивидуального Рейтинга качества обслуживания клиентов коммерческим банком”.**

#### **3.1. Процесс выставления рейтинга.**

После получения и принятия к рассмотрению Заявки от коммерческого банка на присвоение **Индивидуального Рейтинга качества обслуживания клиентов коммерческим банком**, банку (вслед за этим в адрес банка направляется письмо и Договор с описанием условий выполнения работ по рейтинговой оценке), затем Рейтинговое агентство “SNS RATINGS” встречается с руководством рейтингуемого коммерческого банка.

#### **3.2. Встреча с руководством коммерческого банка.**

Встреча с руководством рейтингуемого банка, предполагает прежде всего знакомство с руководящим составом банка, а также разработка и утверждение плана совместных работ по рейтинговой оценке банка. Также дается первичная оценка качеству и полноте представленных банком данные. Для получения более общего представления о различных направлениях деятельности банка (в случае необходимости) организуется совместная встреча финансовых аналитиков агентства с несколькими представителями высшего руководства банка или руководителями крупных подразделений банка или его дочерних компаний. Впоследствии контакты между финансовыми аналитиками Рейтингового агентства “SNS RATINGS” и специалистами банка осуществляются на регулярной основе.

#### **3.3. Анализ качества обслуживания банками своих клиентов.**

Логическая схема методологии, в соответствии с которой агентство “SNS RATINGS” производит анализ и присвоение Рейтинга качества обслуживания клиентов коммерческого банка, **в первую очередь** включает изучение уровня лояльности клиентов к банку и его услугам, так как наличие лояльности, т.е. благоприятного отношения клиентов как к самому коммерческому банку, так и к его банковским продуктам, служит основой для получения стабильного объема продаж банковских услуг, что в свою очередь является стратегическим показателем его

успешности. В рамках данной Методологии, **под лояльностью клиентов к банку** следует прежде всего понимать положительное отношение потребителей ко всему что касается деятельности данного/рейтингуемого коммерческого банка: оказываемым банковским услугам, персоналу, имиджу банка, исходящей от банка информации, рекламным обращениям, символике и т. д. Как известно из практики, первоочередной основой для лояльности клиентов к банку **служит позитивный опыт**, который потребитель приобрел в процессе пользования банковскими продуктами или услугами того или иного коммерческого банка. Другим важным фактором показателем оценки качества обслуживания клиентов коммерческими банками может служить **уровень обслуживания** потребителей услуг банка. В рамках данной **Методики** рейтинговой оценки, показатель **уровня обслуживания клиентов** определяется **как интегральный**, т.е. включающий в себя ряд частных, например, таких показателей как культура обслуживания клиентов, компетентность банковского персонала скорость банковского обслуживания, спектр или ассортимент видов услуг предоставляемых потребителям, наличие в банке внутренней системы менеджмента качества и т.д.).

#### **4. Процедура анализа**

В целях данной Методики, прежде чем перейти к описанию процедуры анализа, **необходимо дать чёткое определение самому предмету проводимого анализа**, т.е. определить, что Рейтинговое агентство **понимает под качеством банковских услуг**. Проведенное рейтинговым агентством “SNS RATINGS” изучение имеющейся наилучшей международной практики в сфере оценки качества предоставляемых потребителям банковских услуг позволяет утверждать, что качество банковских услуг должно удовлетворять, установленные и/или предполагаемые потребности, не только клиентов банка, но и других заинтересованных в нем сторон (акционеров, сотрудников, инвесторов, кредиторов, государство), а также соответствовать принятым стандартам качества. Таким образом, **под качеством банковских услуг** Рейтинговое агентство “SNS RATINGS” **понимает** степень соответствия, совокупности присущих им (банковским услугам) характеристик, установленным (предполагаемым) потребностям и/или ожиданиям всех заинтересованных участников рынка и принятым стандартам качества.

С учетом этого, для получения полноценной и справедливой **Рейтинговой оценки качества обслуживания клиентов коммерческими банками** необходимо провести анализ в виде анкетирования, интервьюирования, экспресс-опросов, и др. методов исследования всех участников рынка банковских услуг, заинтересованные в качественных банковских услугах, включая

следующие группы: клиентов банка(отдельно юридических и физических лиц), банковский персонал, акционеров банка, заинтересованные государственные структуры, партнеры коммерческого банка.

Производимый финансовыми аналитиками Рейтингового агентства “SNS RATINGS” анализ вышеуказанных заинтересованных в качественных банковских услугах групп, основывается на изучении ряда количественных и качественных факторов по каждой отдельно взятой группе методом выборочного Анкетного опроса.

Итоговая Рейтинговая оценка качества обслуживания клиентов коммерческому банку будет определена по результатам суммирования баллов полученных в результате Анкетного опроса(Анкеты-опросники приведены в Приложениях№1,2,3,4 к настоящей Методологии) и других доступных средств законного получения необходимой для присвоения Рейтинга информации с учетом коэффициента веса по каждой группе.

В результате проведенного анализа со стороны РА “SNS RATINGS” будет написан и передан коммерческому банку соответствующий рейтинговый Отчет, параллельно с этим, банку также выдается Сертификат обозначающий рейтинг по данной методике.

### **Публикация рейтингов**

Результаты присвоенного рейтинга в обязательном порядке публикуются в СМИ(газета Банковские ведомости, Банк Ахборотномаси), на информационных вэб-сайтах заинтересованных организаций и учреждений, а также на веб-сайте Рейтингового Агентства РА “SNS RATINGS” в виде Пресс-релиза или краткого обоснования рейтинга в течение 15 (пятнадцати) рабочих дней с момента присвоения банку Индивидуального Рейтинга качества обслуживания клиентов.