

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА РОЗНИЧНЫХ УСЛУГ БАНКА**

**Воробьева Р.С.**, магистрант

Научный руководитель – Квасникова В.В., к.э.н.,  
доцент каф. «Финансы и коммерческая деятельность»  
Витебский государственный технологический университет  
г. Витебск, Республика Беларусь

Анализ существующих методик оценки качества розничных банковских услуг показал, что они учитывают состояние материально-технической базы банка, развитость технической инфраструктуры для дистанционного обслуживания клиентов, профессионализм сотрудников, при этом оценка характеристик самих банковских продуктов не предусматривается. Однако потребитель выбирает, прежде всего, тот банк, который предлагает лучшие условия кредитования, открытия депозитов, осуществления валютно-обменных операций и т.д. Исходя из этого, разработанная методика оценки качества розничных банковских услуг включает: оценку условий и культуры обслуживания розничных клиентов; оценку конкурентоспособности розничных банковских продуктов.

Для оценки условий обслуживания и культуры обслуживания розничных клиентов предлагается использовать методику «тайный клиент». «Тайные клиенты» после посещения отделений банков производят оценку комплекса показателей. Условия предоставления услуг характеризуются: расположением отделения банка, его режимом работы транспортным сообщением, интерьером и площадью помещения, техническими средствами для клиентов и др. Культура обслуживания розничных клиентов оценивается: внешним видом сотрудников, культурой и манерой общения, заинтересованностью в решении вопросов клиентов, знанием банковских продуктов и т.д.

Для оценки конкурентоспособности розничных банковских продуктов предлагается использовать смешанный метод. Суть метода состоит в определении конкурентоспособности розничных банковских продуктов на основе фактических значений показателей продуктов-аналогов конкурентов.