

УДК 336.71

УПРАВЛІННЯ РИЗИКОМ РЕПУТАЦІЇ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

Чорна О.Є.
Філатов Б.Г.

Розглянуто сутність поняття ризику репутації комерційному банку, сформульовано основні категорії ризику та формування позитивного іміджу банку, а також виокремлено основні його складові частини. Окрема частина дослідження присвячена аналізу впливу суспільної думки на репутацію комерційного банку та наведено основні підходи щодо управління та формування позитивного іміджу у суспільстві. Також розглянуто принципи управління ризиком репутації, які застосовуються у закордонній практиці та базуються на системі внутрішнього контролю. Наведено підходи щодо оцінки репутації комерційного банку та запропоновано основні напрямки впливу зменшення ризику репутації.

Ключові слова: ризик репутації комерційного банку, категорії ризику репутації, оцінка ризику репутації, управління ризиком репутації, імідж комерційного банку.

ВСТУП

Розвиток банківської діяльності в Україні, збільшує кількість ризиків і ступінь їхнього впливу на банківську сферу. Набувають актуальності нові види ризиків, якими до останнього часу не було потреби управляти або можливо було управляти без залучення фахівців і технічних ресурсів. Одним з таких ризиків є ризик репутації. Проява цього ризику пов'язана з

тим, що посилюються зв'язки із закордонними фінансовими інститутами; збільшується значення комерційних банків у діяльності промислових та інших організацій, вкладники банків стали піклуватися не тільки про високі доходи, але й про збереження їхнього капіталу. Банкам на сьогоднішній день недостатньо гарантувати високу прибутковість по залученим коштам, але й потрібно надавати гарантії збереження залучених коштів.

У цей час ризик репутації посилюється нестабільним економічним станом в економіці країни в цілому та збільшує негативний вплив на показники ризику всієї банківської системи. Втрата репутації для банків може означати втрату більшості клієнтів банку й ділових зв'язків. Наслідком таких процесів може

Чорна Оксана Євгенівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку і аудиту Дніпропетровський університет економіки та права ім. А.Нобеля

Філатов Богдан Геннадійович, аспірант кафедри обліку і аудиту Дніпропетровський університет економіки та права ім. А.Нобеля, тел. 097 314 05 55, e-mail: ksu.black@gmail.com

бути припинення діяльності банку, або його поглинання іншим банком.

Невирішеним завданням на сьогодні, пов'язаним з ризиком репутації, є визначення факторів і складових частин ризику репутації комерційних банків. Багато факторів, що впливають на репутацію банку, перебувають за межами банківської організації, впливати на які практично неможливо, так само як і визначити їхній кількісний характер і можливий ступінь впливу.

Загальні й спеціальні підходи до оцінки та управління ризиком репутації банків розглянуто у роботах таких вітчизняних і закордонних авторів, як Біляків А. В., Русанов Ю. Ю., Феринга А.Г., Нельсон В.С., Хенні В. Г., Соня Б. Б., Мари Ф., Катрин С. і ін., а також у рекомендаціях Базельського комітету з банківському нагляду й у нормативних матеріалах Національного банку України.

Метою дослідження є формування більш детального визначення поняття ризику репутації комерційного банку у світовий і українській банківській практиці, а також визначення категорії та компонентів ризику.

Завдання статті полягають у емпіричному аналізі сутності та факторів, що впливають на ризик репутації, а також виокремленні та конкретизації принципів управління ризиком репутації комерційного банку.

1 СУТНІСТЬ ТА КАТЕГОРІЇ РИЗИКУ РЕПУТАЦІЇ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

Репутація банку характеризується якістю ведення бізнесу. До її складу входять ділові та морально-етичні риси менеджменту, номенклатура та якість запропонованих продуктів.

Дотепер вважалося, що оцінка репутації банків потрібна лише перед продажем або при злитті банківських установ для збільшення вартості. Це, безсумнівно, є рушійною силою при визначенні та управлінні ризиком репутації, але не виступає єдиним фактором цих процесів. Кількість угод купівлі-продажу комерційних банків в Україні останнім часом зростає, тому оцінка ділової репутації банку користується і буде користуватися великим попитом при підписанні таких угод. Лише з недавнього часу почали використовувати оцінку репутації з метою внутрішнього використання. Це стало потрібним через те, що кожному банку потрібно прогнозувати свої майбутні дії для потенційного зростання та економічної безпеки. Необхідно враховувати динаміку змін в економічному стані, щоб не допустити економічного спаду банку, утримувати певний сектор ринку, та, при можливості, розширювати його.

Ризик репутації залишається найменш вивченим ризиком, оскільки вплив цього ризику проявляється у формуванні суспільної думки про роботу банківської організації та організацій з якими співпрацює банк.

Згідно з методичними вказівками з інспектування банків яка має назву «Система оцінки

ризиків» і схвалена Постанова Правління Національного банку України 15.03.2004 № 104 наводиться наступне визначення ризику репутації: «Ризик репутації – це наявний або потенційний ризик для надходжень та капіталу, який виникає через несприятливе сприйняття іміджу фінансової установи клієнтами, контрагентами, акціонерами або органами нагляду. Це впливає на спроможність банку встановлювати нові відносини з контрагентами, надавати нові послуги або підтримувати існуючі відносини»[1].

Цей ризик може призвести банк до фінансових втрат або зменшення клієнтської бази, у тому числі до притягнення до адміністративної, цивільної або кримінальної відповідальності. Ризик репутації має місце на всіх рівнях організації, і тому банки повинні відповідально ставитися до своїх взаємовідносин із клієнтами та суспільством. Публічне сприйняття іміджу банку можна розділити на дві категорії:

– сприйняття ринком, наприклад нинішніми або потенційними клієнтами, контрагентами, акціонерами (учасниками);

– сприйняття органами державного регулювання, наприклад Національним банком України, Державною комісією з цінних паперів та фондового ринку, Державною податковою адміністрацією, іншими уповноваженими органами [1].

У російському законодавстві наводиться наступне визначення ризику репутації як: «Ризик виникнення істотних негативних змін у публічній думці про банк, що може привести до критичних втрат у залученні грошових ресурсів і клієнтів. Ризик репутації може бути обумовлений діями, які створюють постійний негативний імідж, що стосується всіх операцій банку, внаслідок чого підривається його репутація на певному ринку. Ризик репутації може виникнути як у результаті дій банку, так і в результаті операцій третьої сторони»[2].

В закордонній практиці присутні два визначення ризику репутації, які відображають різноманітність підходів щодо управління цими процесами.

Згідно з методичними рекомендаціями та розробками консультативного банківського об'єднання наводиться наступне визначення ризику репутації комерційних банків: «Ризик репутації - поточний або передбачуваний вплив на дохід або капітал, що є результатом негативної суспільної думки. Це стосується здатності установи встановити нові стосунки або пропонувати послуги або продовжити існуючі відносини. Цей ризик може привести до юридичної відповідальності, фінансових втрат, або зниженню кількості його клієнтів»[3].

Страхова група «ACE Group» наводить інше, більш загальне, визначення ризику репутації у своїх наукових розробках: «Ризик репутації – невиконання регулюючих або юридичних зобов'язань. Невиконання мінімальних стандартів в обслуговуванні й наданні послуг клієнтам» [4].

Виходячи з наведених визначень можна сформулювати чотири категорії ризику репутації комерційних банків:

- сприйняття фінансовим ринком;
- сприйняття органами державного регулювання й нагляду;
- сприйняття банками-контрагентами, нинішніми або потенційними клієнтами;
- сприйняття суспільством.

Кожна з цих категорій вимагає від банку виконання певних нормативів при здійсненні поточної діяльності. Якщо на перші три категорії банк може впливати безпосередньо сам, через виконання нормативів, підвищення рейтингу банку або його цінних паперів, розширення співробітництва з іншими фінансовими установами, підвищення рівня обслуговування та роботи з персоналом банку, то для впливу на категорію «сприйняття суспільством» необхідно залучати спеціалізовані організації та установи. Наприклад такі як засоби масової інформації або PR-агенції, які зможуть побудувати позитивний імідж цілої структури та створити позитивне сприйняття у суспільстві продуктів які пропонує комерційний банк.

Розглянувши критерії ризику репутації комерційного банку можна виділити його складові частини:

- довіра до банку;
- репутація першої особи;
- соціальна позиція банку;
- якість сервісу;
- відношення персоналу до клієнту;
- рекламна політика;
- відносини з державою;
- географія банку (наявності регіональних філій, близькість і доступність офісу банку);
- можливість підтвердити своє міжнародне визнання.

2 ПІДХОДИ ЩОДО УПРАВЛІННЯ ТА ОЦІНКИ РИЗИКОМ РЕПУТАЦІЇ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

При оцінці ризику репутації враховується потенційний вплив суспільної думки на вартість банку як безперервно діючого підприємства. При оцінці суспільної думки не слід забувати про думку усередині самої організації, так звану корпоративну культуру. В міру того, як банк стає усе більше вразливим до суспільної думки, може спостерігатися зменшення здатності банку пропонувати конкурентоспроможні продукти й послуги. Навіть якщо банк пропонує конкурентоспроможні продукти, буде досить важко залучити клієнтів після того, як була підірвана репутація банку. Надання агентських послуг пов'язаних з управління активами та діяльністю суб'єкта господарювання також пов'язане з ризиком репутації.

Для отримання позитивного ефекту, пов'язаного з репутацією комерційного банку, необхідно визначити, систематизувати та ефективно впроваджувати основні напрямки управління ризиком

репутації комерційного банку в рамках системи внутрішнього контролю:

- призначення одного або декількох співробітників, як представників у зв'язках із громадськістю;
- розробка процедур офіційного, послідовного й своєчасного розгляду скарг клієнтів;
- впровадження етичних норм, що визначають загальні принципи кодексу поведінки.

Оскільки репутація - це сприйняття, то вимірювати потрібно саме сприйняття. Це веде до оцінки репутації в безлічі сфер та з використанням різних методів, таких як контекстуальний, об'єктивний й, по можливості, кількісний.

Існують різні методи оцінки репутації банків. Серед них: аналіз засобів масової інформації; опитування зацікавлених сторін (клієнтів, службовців, інвесторів, громадських організацій); оцінка галузевими керівниками та фокус-групами; опитування суспільної думки. Хоча всі вони корисні, особливо важливим є детальний і структурований аналіз того, що говориться в засобах масової інформації, оскільки саме вони формують сприйняття й очікування в усіх зацікавлених сторін.

Сьогодні багато фінансових установ наймають прес-служби для збору повідомлень, що з'являються в засобах масової інформації. Технології текстового й мовного розпізнавання дозволяють цим службам використовувати для цього безліч джерел, у тому числі газети, журнали, телебачення, радіо й блоги. Вони можуть надати інформацію, наприклад, про загальне число повідомлень, про їхню кількість, а також про джерело й автора кожної інформації. Вибірki, звичайно, корисні, однак, через недосконалість використаних комп'ютерних алгоритмів, оцінки повідомлень (позитивна, негативна або нейтральна) є не завжди точними. Крім того, прес-служби схильні пропускати замітки, де назва компанії згадується, але в заголовку або в анотації ця назва не присутня.

Система управління ризиком репутації банку складається з регламентних документів, положень, процедур, процесів, які затверджуються відповідно до обраної форми управління з урахуванням розміру банку та складності його операцій. Ця система повинна включати в себе: політику і положення щодо управління ризиком репутації. У положенні мають бути розглянуті та затверджені відповідно до обраної банком форми управління. Для підвищення ефективності управління ризиком необхідно здійснювати наступні кроки:

- періодично переглядати політику і положення діяльності комерційного банку з метою поліпшення стандартів роботи з клієнтами та іншими зовнішніми сторонами;
- проводити наймання персоналу із відповідною позитивною репутацією;
- здійснювати процес контролю за репутацією клієнтів банку для уникнення контактів з клієнтами із незадовільною репутацією, які можуть негативно вплинути на репутацію самого банку[4].

Крім того, для управління ризиком репутації банк повинен проводити регулярний моніторинг

повідомлень засобів масової інформації про банк, пов'язані з ним структури та клієнтів з метою прийняти відповідні заходи, спрямовані на підтримання та відновлення позитивної репутації банку та його іміджу.

ВИСНОВКИ

Згідно з існуючими підходами та трактовками поняття ризику репутації комерційного банку нами було сформульовано визначення цього поняття.

Ризик репутації комерційного банку – це існуючий або потенційний ризик зменшення надходжень від контрагентів, який виникає у разі невиконання банком державних нормативів та

стандартів щодо кількості і якості надання послуг клієнтам, або/та через погіршення іміджу фінансової установи.

Управління ризиком репутації потребує активних дій не тільки з боку відділу маркетингу, а також активних дій менеджерів усіх підрозділів та персоналу банку. Проявлення ризику репутації не можливо спрогнозувати оскільки більшість цих факторів знаходяться поза межами банківської установи. Впливати на ці прояви можливо тільки непрямими засобами за допомогою рекламних та PR-агенцій. Впливати на внутрішні фактори можливо впровадивши жорсткі внутрішні норми морально етичної поведінки для співробітників банківської установи.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНОЇ ДЖЕРЕЛ

1. Методичні вказівки з інспектування банків "Система оцінки ризиків", схвалено Постановою Правління Національного банку України 15.03.2004 N104 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://uazakon.com/>
2. Офіційний сайт Центрального банку Російської Федерації [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.cbr.ru/analytics/standart_acts/bank_supervision/
3. Reputation Risk [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.bankersonline.com/tools/riskmgmt_reputationrisk.doc
4. Reputation: Risk of risks [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.aceeuropeangroup.com/NR/rdonlyres/2B964DD5-F93E-47C3-BA44-999A0BAEAD40/0/RISK_REPUTATION_REPORT.pdf
5. Базельський комітет по банківському надзору «Международная конвергенция измерения капитала и стандартов капитала: Уточненные рамочные подходы» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.rrms.ru/files/upload/Riskalis-Bazel.pdf>