

6. Русинов Ф. М., Никулин Л. Ф., Фаткин Л. В. Менеджмент и самоменеджмент в системе рыночных отношений. М.: ИНФРА-М, 1996.
7. Идея командных методов работы [Электронный ресурс]. URL: <http://hr-seminars.ru/clause/clause/38017/9737>
8. Самоменеджмент как фактор совершенствования управления современной библиотекой [Электронный ресурс]. URL: http://www.mirrabort.com/work/work_7784.html
9. Резник С. Д. Персональный менеджмент: учебник / С. Д. Резник, С. Н. Соколов, Ф. Е. Удалов, В. В. Бондаренко. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2004.
10. Свободная энциклопедия «Википедия» [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.wikipedia.org>

УДК 336.71

Куницын Игорь Игоревич

РИСК ПОТЕРИ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА: ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ

Рассмотрены категориальные отличия риска потери деловой репутации коммерческого банка и репутационного риска. Изучены причины, приводящие к потере деловой репутации кредитной организации, осуществлена их группировка. Проведена классификация репутационных рисков банка по ряду оснований.

Ключевые слова: деловая репутация, репутационный риск, риск потери деловой репутации, коммерческий банк.

Igor Kunitsyn

RISK OF LOSS OF COMMERCIAL BANK'S BUSINESS REPUTATION: REASONS AND CONSEQUENCES

Categorical differences of risk of loss of commercial bank's business reputation and reputation risk are considered. The reasons leading to loss of business reputation of the credit organization are studied, their group is performed. Classification of reputation risks of bank by a number of the bases is carried out.

Key words: business reputation, reputation risk, risk of loss of business reputation, commercial bank.

В современных экономических условиях, сопряженных с ужесточением конкурентной борьбы на банковских рынках, введением экономических санкций, обострением неопределенности финансовой обстановки, кредитные организации вынуждены совершенствовать механизмы своего функционирования, внедрять инновационные методы управления рисками. Актуализируется необходимость нивелирования рискованных ситуаций не только в области кредитных, валютных, фондовых и других операций, но и в сфере сохранения и укрепления деловой репутации.

С позиции В. В. Астрелиной [4], В. В. Недоспасовой [16, 17], И. С. Важениной [6], деловую репутацию, равно как и ее отсутствие, формирует ряд факторов:

- история, миссия и проработанная стратегия развития банка;
- его надежность и устойчивость;
- динамика финансовых показателей, рыночных позиций, рейтингов;
- международное признание (участие в международных финансовых проектах, конкурсах и т. д.);
- наличие системы антикризисных мероприятий;
- открытость и прозрачность бизнеса, эффективная система информирования;
- степень и характер связи кредитной организации с органами власти, наличие крупных, авторитетных клиентов и партнеров;

- репутация собственников (акционеров) банка, первых лиц, сотрудников, профессионализм последних;
- качество банковского обслуживания, корпоративная культура, уровень трудовой дисциплины;
- социальная ответственность и ориентированность на клиента;
- доступность банка для клиентов, его удобное расположение и наличие широкой филиальной сети.

Потеря деловой репутации (речь идет о положительной репутации, поскольку отрицательную репутацию, подорванную ранее, заведомо трудно потерять) может негативным образом отразиться на базовых показателях деятельности коммерческого банка, таких как: отток клиентской базы и, как следствие, ресурсной базы, сокращение объема размещенных средств, падение доходности и рентабельности банковского бизнеса и др.

При этом риск потери деловой репутации определен регулятором в документах: Письмо Банка России от 30.06.2005 г. № 92-Т «Об организации управления правовым риском и риском потери деловой репутации в кредитных организациях и банковских группах» [1] и «Стандарт качества управления репутационным риском в кредитных организациях» [2] – как возможность возникновения у кредитной организации убытков вследствие несоблюдения требований законодательства, отсутствия механизмов регулирования конфликта интересов, неспособности эффективно противодействовать легализации (отмыванию) преступных доходов и иной противоправной деятельности, недостатков в риск-менеджменте и пробелов в кадровой политике, опубликования негативной информации о банке в СМИ.

Современными учеными риск потери деловой репутации трактуется по-разному. С точки зрения Т. В. Осипенко [19], С. П. Гордеева [9], С. П. Бурланкова [5], он сопряжен с убытками, недополучением дохода, потерей части капитала в результате уменьшения числа клиентов (контрагентов) из-за негативного представления о финансовом состоянии кредитной организации, качестве банковских продуктов и услуг или характере деятельности в целом. Он может повлечь уменьшение или полную потерю стоимости репутационных активов, финансовый ущерб (в виде убытков или недополученной прибыли) и / или падение ликвидности [6, 18]. Вероятность финансовых потерь обусловлена утратой доверия клиентов к банку ввиду неудовлетворенности спектром, качеством, стоимостью предоставляемых услуг; скандалов, ассоциированных с руководством, персоналом, акционерами.

Говоря о риске потери деловой репутации, подчеркнем, что мы не отождествляем его с репутационным риском, являющимся составным элементом операционного риска коммерческого банка и, соответственно, подлежащим регулированию нормативными предписаниями Базельского комитета по банковскому надзору. При этом источниками, своеобразной «питательной средой» операционных рисков, с позиции Базельского комитета, являются операционные ошибки, несоблюдение соответствующих законов [12].

В отличие от риска потери деловой репутации (заведомо положительной), репутационный риск угрожает даже негативной репутации, проявляющей себя в отрицательной стоимости гудвилла.

Р. Дж. Олсоп [18], И. Клименко [14] связывают репутационный риск с возможностью того, что преданная гласности негативная информация о деловой практике кредитной организации, правдивая или нет, приведет к сокращению клиентской базы, дорогостоящим судебным разбирательствам, снижению доходов.

Неординарно трактует репутационный риск А. Заман, понимая под ним результат сравнения, производимого заинтересованными сторонами между тем, как компания и ее служащие должны вести себя согласно ожиданиям, и тем, как они ведут себя в действительности [12].

Причины возникновения репутационного риска А. А. Москвичев [15] указывает следующие: недостаточная финансовая грамотность, отсутствие финансовой и PR части в антикризисной программе, низкое осознание зависимости от общественного мнения, отсутствие поддержки со стороны государства. С. Игнатьева [13], С. Ханафиева [22], В. А. Гамза [7] перечень причин репутационных

рисков дополняют следующими: негативное отношение руководства организации к вопросам этики и корпоративной культуры, социальной ответственности бизнеса; неэтичное поведение и мошенничество со стороны персонала; непродуктивные, высокорисковые или слабоконтролируемые альянсы и партнерства; неконкурентное поведение на рынке; неэффективная система отношений со СМИ; трудовые конфликты; неспособность систем безопасности адекватно защищать важнейшие данные информационной базы и инфраструктуру от хищений, сбоев, несанкционированного доступа, вирусов и диверсий; несоблюдение договорных обязательств; нарушение законодательства и прочее. С позиции Е. П. Андриановой [3], типичными источниками угроз деловой репутации банка, сопряженными с характером его деятельности, выступают: операционные сбои, нарушение законов, инструкций, регулирующих банковскую деятельность, связи с криминальными структурами или участие в легализации доходов, полученных преступным путем.

Оценивая причины возникновения репутационных рисков, Т. С. Савина [21] в дополнение к вышеназванным приводит такие внешние угрозы, как: чрезвычайные происшествия, неэтичное или неправомерное поведение конкурентов и контрагентов, преднамеренное обвинение кредитной организации в низком качестве услуг со стороны заинтересованных групп лиц, отсутствие или недостаточный уровень доверия к банку со стороны представителей власти и населения.

Полагаем, что немаловажным в формировании репутации является узнаваемость банка и его индивидуальность или особенность, наличие позитивных (негативных) отзывов на форумах, в социальных сетях, в средствах массовой информации, инновационность бизнеса, доступность информации о нем, участие в социальных проектах и программах. Соответственно, их отсутствие может служить фактором репутационных рисков и потери доверия к банку в перспективе.

По мнению Д. С. Ёванович [10, 11], существует восемь предупреждающих сигналов риска потери деловой репутации, а именно:

- рост уровня текучести клиентов, потеря доли рынка;
- падение доходов;
- увеличение затрат на привлечение клиентов;
- ценовое давление;
- ухудшение условий работы с контрагентами;
- расширение количества и тематики проверок со стороны контрольных органов;
- усложнение найма и удержания персонала.

Следовательно, своевременное реагирование банковских подразделений, ответственных за управление рисками, на указанные выше сигналы, может способствовать нивелированию рискованных ситуаций и, как результат, сохранению и укреплению деловой репутации кредитной организации.

При этом следует подчеркнуть, что наиболее эффективному управлению поддаются внутренние риски, причинами которых являются действия сотрудников, клиентов, сбои в информационных системах, в отличие от внешних, на форму проявления которых и субъекты, их порождающие, банк может оказать лишь косвенное воздействие.

Аналогичный вывод можно сделать и в отношении объективных и субъективных причин, поддающихся регулированию с разной степенью проникновения со стороны кредитной организации.

Кроме того, управленческие решения должны быть приняты и в отношении статических и динамических рисков, отличающихся степенью их изменения во времени.

При этом главной целью управления выступает недопущение трансформации позитивного образа банка в отрицательную деловую репутацию наряду с предотвращением возникновения финансовых потерь. Управление репутационными рисками как один из элементов планомерно организованной системы риск-менеджмента в банке следует строить на основе комплексности, подразумевающей единство кадрового, информационного, технологического, юридического, финансового звеньев, объединенных общей идеологией управления.

Литература

1. Об организации управления правовым риском и риском потери деловой репутации в кредитных организациях и банковских группах: Письмо Банка России от 30.06.2005 г. № 92-Т // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». URL: <http://base.consultant.ru> (дата обращения 11.07.2015 г.).
2. Стандарт качества управления репутационным риском в кредитных организациях / Ассоциация российских банков. – Официальный сайт Ассоциации Российских банков [Электронный ресурс]. URL: <http://www.arb.ru/site/> (дата обращения 11.07.2015 г.).
3. Андрианова Е. П. Особенности управления деловой репутацией коммерческого банка // Научный журнал КубГАУ. 2013. № 87(03). С. 1–19.
4. Астрелина В. В., Бондарчук П. К. Оценка деловой репутации банка // Деньги и кредит. 2012. № 12. С. 16–23.
5. Бурланков С. П., Ильина И. Е., Родина О. Г. Репутационные риски предприятий сферы обслуживания и оказания транспортных услуг // Современные проблемы науки и образования. 2011. № 6. С. 202–207.
6. Важенина И. С., Пестриков С. А., Шарипов Т. Р. Риски деловой репутации // Журнал экономической теории. 2011. № 3. С. 11–20.
7. Гамза В. А., Ткачук И. Б. Противоправные посягательства на нематериальные активы: организация защиты деловой репутации банка // Управление в кредитной организации. 2006. № 1. С. 91–97.
8. Гойденко Ю. Н. Атаки на репутацию банка: теоретический взгляд на антропологическую природу феномена // Вестник ТОГУ. 2009. № 1 (12). С. 51–56.
9. Гордеев С. П., Щуков В. Н. О влиянии уровня доверия к банку на его конкурентоспособность // Вестник Ивановского государственного университета. 2004. № 4. С. 99–106.
10. Ёванович Д. С. Качественная и количественная стороны оценки эффективности управления репутационным риском банка // Научный вестник МГИИТ. 2010. № 5. С. 58–60.
11. Ёванович Д. С. Особенности управления репутационным риском субъектов инновационной деятельности // Транспортное дело России. 2010. № 12. С. 190–194.
12. Заман А. Репутационный риск: управление в целях создания стоимости / пер. с англ. Ю. Кострубова. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008. 416 с.
13. Игнатъева С. Лучше предупредить, чем бороться с последствиями [Электронный ресурс] // Эксперт Online. URL: <http://expert.ru/ural/2007/47/ignateva/>
14. Клименко И. Управление деловой репутацией: действуй, пока гром не грянул [Электронный ресурс] URL: <http://www.april.by/articles/theory/2007/10/465.html>.
15. Москвичев А. А., Назарова Л. Н. Роль управления репутационными рисками в коммерческом банке // Актуальные вопросы экономических наук. 2009. № 7. С. 29–33.
16. Недоспасова В. В. Влияние финансово-экономических факторов на уровень риска потери деловой репутации коммерческого банка // Логистика. 2010. № 2(51). С. 25–27.
17. Недоспасова В. В. Управление риском потери деловой репутации коммерческого банка // Сборник материалов II Всероссийской научно-практической конференции «Актуальные вопросы экономических наук». Новосибирск: НГУ, 2008. С. 331–336.
18. Олсоп Р. Дж. 18 непреложных законов корпоративной репутации. М.: Вершина, 2006. 376 с.
19. Осипенко Т. В. Построение комплексной системы управления банковскими рисками // Деньги и кредит. 2004. № 3. С. 34–37.
20. Пестриков С. А. Совершенствование управления репутационными рисками организаций автотранспортной отрасли как фактор их устойчивого развития // Транспорт. Транспортные сооружения. Экология. 2012. № 1. С. 178–190.
21. Савина Т. С. Управление деловой репутацией компании: контроль риска снижения (потери) // Вестник Новгородского государственного университета. 2013. № 74. Т. 1. С. 57–61.
22. Ханафиева С. Риск летального исхода // Эксперт-Урал. 2007. № 47. С. 37.