

Современные стратегии деловой репутации российских коммерческих банков.

Научный руководитель – Шлейтере Светлана Владимировна

Широкова Елизавета Дмитриевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: Lizashirokova@gmail.com

Деловая репутация — универсальный показатель для всех групп стейкхолдеров. Это обусловлено несколькими причинами.

Во-первых, в условиях глобальной рыночной экономики можно наблюдать трансформацию конкурентных преимуществ практически на всех видах рынков. Такие критерии, как доступная цена и надлежащее качество утратили былую значимость в вопросах долгосрочного и устойчивого развития. Теперь стейкхолдеры обращают все большее внимание на деловую репутацию организаций, которую нельзя имитировать, а можно лишь построить и заслужить с помощью целенаправленных действий. Хорошая деловая репутация служит для потребителей, инвесторов, контрагентов и кадров лакмусовой бумагой, которая определяет, с какой компанией стоит сотрудничать и выстраивать деловые взаимоотношения. Формирование и поддержание хорошей деловой репутации — долгий и кропотливый процесс, требующий привлечения немалых ресурсов, однако именно эта характеристика способна стать экономическим рычагом в стратегическом развитии компании. Еще в 2006 году Аналитический банковский журнал провел исследование, в котором банкирам задали вопрос, является ли репутация банка одним из его главных конкурентных преимуществ. Более 77% опрошенных банковских менеджеров однозначно ответили утвердительно, еще 20,5% сказали: «скорее «да»[applewebdata://B7E4F8B2-BE83-4674-8EC4-D2892F5E1B06#_ftn1](#).

Во-вторых, для банковских структур сформированный нематериальный актив в виде хорошей деловой репутации встает на первое место по своей важности, так как именно он определяет сможет ли банк не только конкурировать, но и существовать на финансово-кредитном рынке. Это объясняется тем, что люди, доверяя свои деньги банку, хотят быть уверенными в его надежности и стабильности, знать, что ни смотря ни на какие изменения в политической или социальной сферах жизни общества, их вклады и счета будут в безопасности. В противном случае, они не станут доверять свои деньги финансовой организации. Высокую значимость деловой репутации для банков подтверждает также тот факт, что Банк России регулярно формулирует и обновляет перечень требований к деловой репутации, несоответствие которым может стать причиной отзыва лицензии у финансово-кредитной организации. Так, в 2018 году Банк России опубликовал перечень требований к деловой репутации руководителей, членов органов управления, персонала и собственников финансовых организаций, для того чтобы сделать их работу более ответственной и профессиональной[applewebdata://B7E4F8B2-BE83-4674-8EC4-D2892F5E1B06#_ftn2](#).

В-третьих, банковская деятельность неразрывно связана с большим количеством внутренних и внешних рисков. В отдельную группу выделяются риски, связанные с потерей деловой репутации. Их влияние на деятельность кредитных организаций велико, а управление такими рисками представляет из себя большую сложность. Международный регулятор в рамках Базельских соглашения II и III признает необходимость регулирования репутационного риска в системе управления собственным капиталом банка, но не предлагает конкретных методов его резервирования под данный вид риска. Также обзор,

выпущенный Pricewaterhouse Coopers (PwC) и Economist Intelligence Unit (EIU) в 2005 г., показывает, что для 34% респондентов (риск-менеджеров западных банков, принявших участие в опросе) риск потери репутации является наиболее актуальным и значительно превосходит рыночные и кредитные риски (по 25% респондентов)[applewebdata://B7E4F8B2-BE83-4674-8EC4-D2892F5E1B06#_ftn3](#).

Таким образом можно сделать вывод, что банковские структуры должны уделять особое внимание процессу формирования своей деловой репутации и стремиться постоянно поддерживать ее на должном уровне. В данной работе был проведен анализ банка, как объекта PR, сформулированы ключевые репутационные характеристики, проанализирована деловая репутация Тинькофф Банка и представлены рекомендации по ее улучшению.

[applewebdata://B7E4F8B2-BE83-4674-8EC4-D2892F5E1B06#_ftnref1](#)

Источники и литература

- 1) Федеральный закон "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части совершенствования обязательных требований к учредителям (участникам), органам управления и должностным лицам финансовых организаций" от 29.07.2017 N 281-ФЗ (последняя редакция) — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221390/ (дата обращения 20.12.2021).
- 2) Важенина И.С. Деловая репутация банка: особенности формирования и управления, Финансы и кредит. 2006. №27 (231).
- 3) Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. — М.: ИНФРА-М, 2003., 368с .
- 4) Ким Ю. К. Репутационные риски в сфере банковских услуг // Человеческий капитал и профессиональное образование №2 (10) 2014. (дата обращения: 28.12.2021)
- 5) Официальный Сайт Банка России — URL: https://www.cbr.ru/business_reputation/?utm_source=w&utm_content=page (дата обращения: 20.12.2021).