

УДК 336.71

Христин А.І.

*аспірант кафедри банківської справи
Одеського національного економічного університету***СУЧАСНІ НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ
ДО ОЦІНКИ РЕПУТАЦІЙНОГО РИЗИКУ БАНКІВ****MODERN SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL APPROACHES
TO THE ASSESSMENT OF REPUTATIONAL RISK OF BANKS****АНОТАЦІЯ**

У статті проведено аналіз сучасних теоретичних положень щодо визначення сутності ділової репутації та репутаційного ризику банку. Визначено та охарактеризовано основні причини недостатнього теоретичного обґрунтування та розробки прикладного інструментарію оцінки й управління репутаційним ризиком, розглянуто прикладні проблеми його оцінки. Систематизовано різні підходи до оцінки репутаційного ризику: прес-рейтинги, анкетування, кластерно-рейтинговий метод, експертний. Запропоновано на засадах сучасних методів управління ризиками розробити методичний інструментарій, що дає змогу оптимізувати вплив репутаційного ризику на діяльність банку.

Ключові слова: банк, ділова репутація, репутаційний ризик, управління, методи оцінки, гудвіл.

АННОТАЦИЯ

В статье проведен анализ современных теоретических положений по определению сущности деловой репутации и репутационного риска банка. Определены и охарактеризованы основные причины недостаточного теоретического обоснования и разработки прикладного инструментария оценки и управления репутационным риском, рассмотрены прикладные проблемы его оценки. Систематизированы различные подходы к оценке репутационного риска: пресс-рейтинги, анкетирование, кластерно-рейтинговый метод, экспертный. Предложено на основе современных методов управления рисками разработать методический инструментарий, позволяющий оптимизировать влияние репутационного риска на деятельность банка.

Ключевые слова: банк, деловая репутация, репутационный риск, управление, методы оценки, гудвилл.

ANNOTATION

The aim of this article was to analyze the modern theoretical positions determining the nature of business reputation and reputational risk of the bank. It was identified and described the main causes of insufficient theoretical substantiation and development applied toolkit for assessment and management of reputation risk, it was considered applied problems of its evaluation. It was systematized the different approaches to the assessment of reputational risk; such as: press-ratings, surveys, cluster-rating method, expert approach. It was proposed on the basis of modern risk management techniques to develop methodical toolkit to optimize the impact of reputational risk on the bank's activities.

Keywords: bank, business reputation, reputation risk management, methods of assessment, goodwill.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку банківської діяльності в Україні ускладнюється процесами посилення недовіри суспільства до банків, виникненням «фінансових», «кредитних» майданів, у результаті яких формується та накопичується один з основних і найбільш значущих ризиків – репутаційний, що впливає на ефективність функціонування та рівень капіталізації вітчизняних банків.

На сьогоднішній день у теорії та практиці ризик-менеджменту даному ризику не приділяється належної уваги: репутаційний ризик є недостатньо дослідженим, тому недооцінюється більшістю фахівців і топ-менеджерів банків. Однак аналіз функціонування вітчизняних та іноземних банків в Україні свідчить, що в умовах конкуренції на ринку банківських послуг саме репутаційний ризик серед нефінансових ризиків здобуває все більшого значення, тому що його недооцінка й ігнорування призводять до різних, досить катастрофічних для банків наслідків (аж до банкрутства). Отже, сучасні умови банківської діяльності потребують розробки та використання ефективних методів оцінки репутаційного ризику банків із метою якісного управління та мінімізації збитків, що доводить актуальність даної статті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми визначення та оцінки репутаційного ризику банків у сучасній економічній літературі висвітлено у наукових працях таких вітчизняних і закордонних авторів, як А. Біляків, Ю. Русанов, А. Феринг, Ф. Мари, Катрин, В. Шкардун, А. Школін тощо, а також у рекомендаціях Базельського комітету з банківському нагляду й у нормативних матеріалах Національного банку України.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Разом із тим у наукових дослідженнях та практичних рекомендаціях відсутні загальноприйняті рекомендації щодо оцінки ділової репутації банків. Сучасні методи та підходи щодо оцінки репутаційного ризику характеризуються в наукових працях, але їх систематизація та конкретизація щодо банківської діяльності тільки отримують поступове висвітлення.

Мета статті полягає в аналізі сучасних методів оцінки репутаційного ризику банку. Для досягнення поставленої мети у дослідженні реалізовано такі завдання: визначено сутність ділової репутації банку, її особливості; обґрунтована необхідність управління репутаційним ризиком та систематизовані сучасні методи оцінки рівня такого ризику.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проведений аналіз наукових праць сучасних

дослідників, присвячених проблемам управління та оцінки репутаційного ризику банків, свідчить, що однією з головних причин недостатнього теоретичного обґрунтування та розробки прикладного інструментарію оцінки й управління репутаційним ризиком як самостійного виду банківських ризиків є складність його оцінки.

Насамперед необхідно відзначити, що проблеми практичної оцінки репутаційного ризику банку є результатом невирішених проблем оцінки його ділової репутації, тому що сама репутація банку – це нематеріальний актив, і виміряти її у вартісному або натуральному еквіваленті досить складно.

У сучасних умовах існують такі проблеми оцінки ділової репутації банків України: багатofакторність ділової репутації банку; низька культура зацікавлених сторін; втрата довіри до банківської системи України; відсутність універсальних і загальноприйнятих підходів до визначення ділової репутації банку й ризику її втрати; проблема правового регулювання; відсутність дієвих інструментів управління репутаційним ризиком.

Багатofакторність ділової репутації проявляється в складності її кількісної і якісної характеристик. На даний момент не існує чіткої системи показників, за допомогою яких можна виміряти ділову репутацію банку. Як джерело конкурентної переваги ділова репутація банку впливає на всю його поточну і майбутню діяльність та фінансові результати.

Наступною проблемою, що ускладнює оцінку ділової репутації банку, є низький рівень культури взаємин зацікавлених сторін. Зацікавлені сторони банку діляться на тих, які впливають на банк, і тих, які споживають інформацію про банк і приймають на підставі цього рішення. Необхідно відзначити, що зацікавлені сторони, що роблять безпосередній вплив на діяльність і ділову репутацію банку, відповідно, впливають і на рівень його репутаційного ризику.

Слід зауважити, що в сучасних кризових умовах діяльності банків України відсутні інструменти для формування позитивної ділової репутації банками. Саме тому багатьма банками одним з основних інструментів підвищення своєї ділової репутації в суспільстві, у тому числі у фінансових колах, є звертання до міжнародних рейтингових агентств, таких як Fitch, Moody's, Standard & Poor's, The banker, і українських, найбільш відомих з яких Національне рейтингове агентство «Рюрік» та агентство «Кредит-Рейтинг». ЗМІ також здатні значно впливати на ділову репутацію вітчизняних банків, що підтверджується великою кількістю публічних скандалів.

Особливість вітчизняного ринку банківських послуг полягає в низькій культурі споживання фінансової інформації, а також слабкої фінансової грамотності населення. Довіра до банку формується зі слів друзів, родичів і таких джерел, як ЗМІ, реклама, публікації в Інтернеті.

Відповідно, відсутність установлених правил користування фінансовою інформацією серед зацікавлених сторін значно погіршує реальне становище банку на ринку й підвищує його репутаційний ризик.

Незважаючи на заходи Національного банку України, все ще недостатньою є прозорість структури власників банків; окрім того, наявність інформаційної асиметрії, властивій банківському сектору, ускладнюється не до кінця налагодженою корпоративною культурою ведення банківського бізнесу [1, с. 143]. Недостатня відкритість банківської системи України обмежує можливості для формування й управління діловою репутацією й репутаційними ризиками, а також підсилює всі інші банківські ризики.

Відзначимо, що ефективне рішення проблем підвищення культури зацікавлених сторін у банківській сфері економіки, а також підвищення якості інформації про банки в суспільстві здатне підвищити не тільки ділову репутацію окремого банку, але й довіру до банківської системи в цілому.

Однією з найважливіших причин наявності проблем в оцінці репутаційного ризику банків є відсутність універсальних і загальноприйнятих підходів до визначення сутності ділової репутації банку й ризику її втрати. Базельський комітет визначає репутаційний ризик банку як ризик, пов'язаний із негативним сприйняттям банку з боку клієнтів, контрагентів, акціонерів, що може негативно вплинути на здатність підтримувати існуючі ділові відносини й забезпечувати постійний доступ до джерел фінансування.

Необхідність управління репутаційним ризиком банку обґрунтована рекомендаціями наднаціонального регулятора: у рамках управління ринковим ризиком або другим компонентом Базеля II у розділі «Інші ризики». У рекомендаціях визначається: незважаючи на те що такі ризики, як репутаційний і стратегічний, нелегко піддаються виміру, банки повинні продовжувати розробляти методи управління всіма аспектами цих ризиків [2]. Таким чином, Базельський комітет пропонує самим банкам розробляти положення і процедури оцінки репутаційного ризику.

На нашу думку, існуюча в Україні нормативно-правова база не дає комплексного уявлення про такі категорії, як ділова репутація банку й ризик її втрати (репутаційний ризик). Нерозробленість понятійного апарата приводить до того, що вітчизняні банки під час формування своїх внутрішніх методик і процедур зіштовхуються з необхідністю власного розуміння даної категорії.

Необхідно відзначити, що дослідження, присвячені діловій репутації банків, в іноземній науковій літературі та різних незалежних публікаціях проводяться тривалий час, тоді як в Україні дана тематика досліджується тільки в

останнє десятиліття. Для виявлення й оцінки факторів виникнення ризику втрати ділової репутації, ефективної оцінки самого ризику, а також вивчення ступеня схильності банку впливу зазначеного ризику необхідно використовувати різні критерії та індикатори, передбачені його внутрішніми документами.

Однак до цього часу не сформована система критеріїв, а також не визначені базові принципи побудови банками методик управління ризиком втрати ділової репутації, що ще раз доводить слабкий розвиток даного напрямку у вітчизняній практиці управління банківськими ризиками.

Усунення позначених проблем лежить безпосередньо в площині поведінки самих банків, прийняття ними на себе відповідальності перед клієнтами, партнерами, суспільством. Вітчизняним банкам необхідно розробити підходи, які б сприяли зміцненню довіри до банківської системи, зокрема вдосконаленню корпоративного стратегічного управління ризиками банку.

Таким чином, рішення позначених проблем вимагають формування єдиного універсального тлумачення категорій ділової репутації банку й репутаційного ризику. Відсутність у чинному вітчизняному законодавстві чітких визначень, недостатня теоретична й практична розробленість проблем управління репутацією банку приводять до того, що управління ризиком її втрати (репутаційним) здобуває розмиту форму.

Для визначення ефективних методів управління репутаційним ризиком банку на засадах оцінки його рівня передусім, на нашу думку, необхідно визначити причини їх застосування. Сучасні умови діяльності банків дають змогу виділити такі причини управління репутаційними ризиками банків:

- довгострокові інвестори й акціонери зацікавлені у створенні довгострокової вартості бізнесу з метою забезпечення безперервності й стабільності рівня виплачуваних дивідендів; для реалізації даної мети необхідно зміцнювати ступінь стабільності зв'язків з іншими зацікавленими партнерами;

- клієнти банків, окрім цінової привабливості умов надання банківських послуг, прагнуть відібрати найбільш надійні та стабільні банки із сильною репутацією;

- персонал банку менш схильний до зміни місця роботи, а також більш мотивований на результат праці, якщо ідентифікує себе з банком-роботодавцем;

- інвестори та вкладники в умовах економічної нестабільності прагнуть до мінімізації втрат шляхом вибору найбільш надійних банків, навіть на менш привабливих комерційних умовах угод;

- інвестори та вкладники віддають перевагу найбільш прозорим банкам, особливо в кризових ситуаціях;

- безперервне співробітництво з органами державної влади, зокрема з питань дотримання

інтересів суспільства, дає змогу забезпечити інтеграцію дотримання принципів економічних, екологічних і соціальних стандартів у систему управління банком і мінімізувати його ризики;

- налагоджена система комунікацій з аналітиками, експертами, рейтинговими агентствами з питань розкриття банківської інформації дає змогу мінімізувати інформаційну асиметрію на ринку.

Проведений аналіз спеціальної літератури та прикладних аспектів управління банківськими ризиками дав змогу систематизувати різні підходи до оцінки репутаційного ризику. У результаті були виділені такі: прес-рейтинги, анкетування, кластерно-рейтинговий метод, експертний.

Найпоширенішим і простим методом оцінки репутаційного ризику банків є прес-рейтинги. Так, динаміка частки негативної інформації щодо діяльності банку в ЗМІ, зміна суспільної думки щодо прозорості результатів його діяльності якісно характеризують банківський репутаційний ризик. Рейтинговий метод оцінки ділової репутації полягає в ранжируванні групи банків по окремих індикаторах. Експертами, що оцінюють відповідність банку тим або іншим критеріям, можуть виступати як професійні експерти, так і референтні групи населення – наявні або потенційні клієнти банку (аналог соціологічних опитувань).

Аналіз результатів проведеного В. Пахомовим соціологічного опитування свідчить, що основними рушійними силами репутації виявилися позиція «якість послуг та продуктів банку» (рекомендується використовувати вагомий коефіцієнт 4), а також позиції «прозорість і відкритість діяльності» (коефіцієнт 3) і «фінансове становище» (коефіцієнт 2) [3, с. 44]. На нашу думку, у зв'язку з нерівнозначністю різних ЗМІ в даній методиці необхідно використовувати і коефіцієнт джерела інформації.

Наступним методом оцінки ділової репутації є кластерно-рейтинговий метод. Згідно з запропонованою В. Астреліною та П. Бондарчук методикою експрес-методу оцінки ділової репутації формуються три групи банків зі схожим рівнем репутації за результатами оцінки 20 позицій, об'єднаних у категорії «фінансові показники», «транспарентність», «стабільність розвитку» і «думка професійного співтовариства» [4, с. 19].

Однак для того щоб отриманий результат відображав групування і за рівнем репутаційного ризику, на нашу думку, необхідно ще оцінювати такі індикатори, як: зміна обсягів прибутку, зміна клієнтської бази, зростання витрат на залучення нових клієнтів, негативні публікації, коефіцієнт плинності кадрів, зміна кількості скарг на діяльність персоналу банку. Ці ж показники рекомендується відображати у звітності банку щодо репутаційного ризику.

Ще одним методом оцінки ділової репутації є експертний метод, який являє собою комплексну оцінку репутаційного ризику. Оцінка

проводиться на основі суджень фахівців, які оцінюють зовнішні й внутрішні фактори, включаючи якість ризик-менеджменту, на засадах розподілу їх по трьом групам: низький рівень, середній рівень, високий рівень. На відміну від попередніх підходів рівень ризику визначається виходячи з порівняння отриманих показників з установленими лімітами, а не з позиції банку в рейтингу.

Після проведеного аналізу іноземного досвіду оцінки репутаційного ризику автором були виділені основні критерії, що вказують на низький рівень репутаційного ризику. Серед них – конкурентоспроможність на ринку і позитивне суспільне сприйняття, мінімальна кількість скарг і порушень законодавства, ефективність внутрішнього банківського контролю, наявність досвіду успішного виходу з кризових ситуацій тощо.

Крім зазначених методів виміру ділової репутації, існує бухгалтерський – оцінка гудвіла. В іноземній практиці матеріальна оцінка ділової репутації має назву гудвіл (англ. – goodwill). Гудвіл – це сукупність факторів ділової репутації, позитивного ім'я банку (бренда), вигідності місця розташування й іншого, що дає змогу зробити висновок про майбутнє перевищення прибутковості даного банку порівняно із середньою прибутковістю аналогічних фірм [5, с. 231].

Гудвіл розраховується як різниця покупної вартості компанії та ринкової вартості чистих активів (вартість усіх її активів і зобов'язань по бухгалтерському балансу). Передача гудвіла означає передачу прав на фірму та її ділові зв'язки під час продажу підприємства (наприклад, передача інфраструктури й інформації про клієнтів).

Ризик-менеджер може виміряти репутацію, взявши, наприклад, різницю між вартістю активів банку та вартістю його продажу. Одержання цифри у вигляді вартісної різниці, по суті, і є кількісною оцінкою, але важко розробити план практичних заходів щодо управління репутацією, маючи лише одну цифру, крім того, складності такого виміру пов'язані з її природою. Клієнти банку, його партнери, рейтингові агентства – це перш за все люди, які виносять свої судження багато в чому завдяки емоційному сприйняттю.

Висновки. Ділова репутація банку – це динамічна характеристика його поведінки, що формується в суспільстві протягом досить тривалого періоду часу. Вона складається на основі як публічної інформації, так і інформації, що надходить із професійних співтовариств стосовно методів ведення банківського бізнесу в різних ситуаціях. Погіршення ділової репутації здатне миттєво підірвати фінансову стабільність банку, а також викликати застосування мір нагляду регулятора, аж до відкликання ліцензії.

Ділову репутацію банку можна розглядати як якусь комплексну оцінку, своєрідний «рейтинг» банку з погляду різних цільових груп. Втрата ділової репутації банку формується під впливом низки факторів, включаючи: фінансовий стан, репутацію першої особи банку, соціальну позицію банку (наприклад, наявність благодійних програм), якість сервісу, поведінку персоналу, рекламну й брендову політику, взаємини з державою й регулювальними органами, географію банку, наявність авторитетних клієнтів і міжнародного визнання (участь у міжнародних проектах, рейтинги, премії та ін.).

Для створення умов для якісного управління репутаційним ризиком банку Національному банку України необхідно розробити стандарт якості управління репутаційним ризиком у банках, в якому обґрунтувати необхідність визначення певних показників, що характеризують репутаційний ризик, важливість визначення кола осіб і рівнів управління, залучених у контроль репутаційного ризику, і вироблення внутрішніх банківських інструкцій і методик щодо управління цим видом ризику. Вибір якісних і кількісних показників репутаційного ризику повинен бути наданий на розсуд банків.

Управління діловою репутацією банку можна розділити на два напрями: управління ризиками (погрозами) і управління кризовою ситуацією. Ці напрями вимагають застосування різних інструментів і підходів, а також різної швидкості їхнього застосування. Управління кризовою ситуацією вимагає участі вищого керівництва банку і як працюючий процес являє собою продукт діяльності багатьох підрозділів банку, включаючи PR-служби. У цілому питання оцінки й управління діловою репутацією банку вимагає подальшого їх опрацювання і представляють безсумнівний як теоретичний, так і практичний інтерес.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кузнєцова Л.В. Інноваційні фінансові інструменти захисту банків від ризиків на кредитному ринку / Л.В. Кузнєцова // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». – 2015. – Вип. 15. – Ч. 2. – С. 142–145.
2. Proposed enhancements to the Basel II framework / Bank for International Settlements. – 2009 [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.bis.org>.
3. Пахомов В. Як оцінюється репутація й діловий імідж банків / В. Пахомов // Директор-Инфо. – 2002. – № 20. – С. 43–45.
4. Астрелина В.В. Оцінка ділової репутації банку / В.В. Астрелина, П.К. Бондарчук // Гроші й кредит. – 2012. – № 12. – С. 16–23.
5. Вулфел Ч.Дж. Энциклопедия банковского дела / Ч.Дж. Вулфел ; пер. з англ. – Самара : Федоров, 2000. – 1584 с.