

*Н.А. Дылевская, 3 курс*

*Научный руководитель – А.И. Синкевич, ассистент кафедры банковского дела  
Полесский государственный университет*

Деловая репутация в современных рыночных условиях является важнейшим конкурентным преимуществом любого банка, эффективность деятельности которого во многом зависит от поведения и степени лояльности к нему клиентов, контрагентов и прочих кредиторов и партнеров.

В литературе существует множество определений деловой репутации банка. Наиболее корректным является определение деловой репутации как качественной оценки деятельности банка со стороны клиентов, акционеров, банков–корреспондентов, органов банковского надзора, контролирующих, лицензирующих, налоговых органов, рейтинговых агентств, аудиторских компаний, средств массовой информации.

Репутационный риск возникает из-за недостатков в организации деятельности банка, то есть внутренних факторов и действий со стороны внешних контрагентов. Внутренние факторы репутационного риска обусловлены следующими причинами:

- несоблюдение работниками банка законодательства Республики Беларусь, локальных нормативных актов;
- неисполнение банком договорных обязательств перед кредиторами, клиентами и контрагентами;
- сбой в работе электронных банковских систем, ставшие причиной неисполнения обязательств банка перед клиентами и контрагентами и др.

Внешний характер носит репутационный риск, связанный со следующими факторами:

- недобросовестное поведение банков–конкурентов, распускание ими ложных слухов о неплатежеспособности банка, потере его финансовой устойчивости, неплатежах, невыполнении обязательств перед клиентами и контрагентами;
- опубликование в средствах массовой информации негативных сведений о банке, его работниках, акционерах, членах органов управления;
- снижение рейтинга банка рейтинговыми агентствами и др.

Система управления репутационным риском представляет собой совокупность непосредственно управления данным риском, а также организационной структуры, стратегии, политики, методик и процедур, являющихся средствами его управления.

Система управления риском потери деловой репутации должна включать максимальное число субъектов с четко разграниченными полномочиями. В процесс управления риском потери деловой репутации должны быть вовлечены уполномоченные органы управления, созданные учредителями банка, исполнительные органы, служба внутреннего аудита, другие службы банка, а также служба риск–менеджмента.

В процессе управления репутационным риском банк может отслеживать показатели раннего предупреждения риска, что будет способствовать своевременному выявлению потенциальных источников риска. В состав показателей раннего предупреждения риска, возникающего по причине внутренних факторов, можно включить:

- количество фактов неисполнения или несвоевременного исполнения банком своих обязательств перед клиентами и контрагентами;
- количество фактов внутреннего мошенничества, разглашения работниками банковской тайны;
- количество аварий, сбоев информационно–технологических систем и автоматизированных рабочих мест в подразделениях, осуществляющих банковские операции.

Критериями раннего предупреждения репутационного риска, возникающего по причине внешних факторов, могут быть:

- параметры, характеризующие лояльность общественности к банку, например, количество жалоб и претензий к банку;
- показатель, характеризующий количество фактов внешнего мошенничества и др.

По ряду показателей раннего предупреждения репутационного риска целесообразно разработать и утвердить лимиты, превышение которых будет говорить о существенном повышении уровня риска. Мониторинг показателей раннего предупреждения и соблюдения лимитов на отдельные из показателей необходимо осуществлять на регулярной основе.

Важно обеспечить внутреннюю систему контроля и информирования службой риск-менеджмента уполномоченных органов управления банка. В аналитических отчетах нужно высказывать суждение не только о текущих проблемных вопросах, но и возможных проблемах в будущем.

Управление репутационным риском в современных условиях необходимо для банка, так как результатом потери деловой репутации банка может явиться сокращение объемов финансовой поддержки контрагентов и кредиторов, отток клиентуры, «потеря рынка», что может привести к снижению объемов получаемой прибыли или к возникновению убытков.

### **Список использованных источников**

1. Инструкция Республики Беларусь от 29.10.2012 г. №550 «Об организации системы управления рисками в банках, небанковских кредитно-финансовых организациях, банковских группах и банковских холдингах» // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Национальный центр правовой информации Республики Беларусь. — Минск, 2014.

2. Банковский кодекс Республики Беларусь от 25.10.2000 №441-3 // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Национальный центр правовой информации Республики Беларусь. — Минск, 2014.