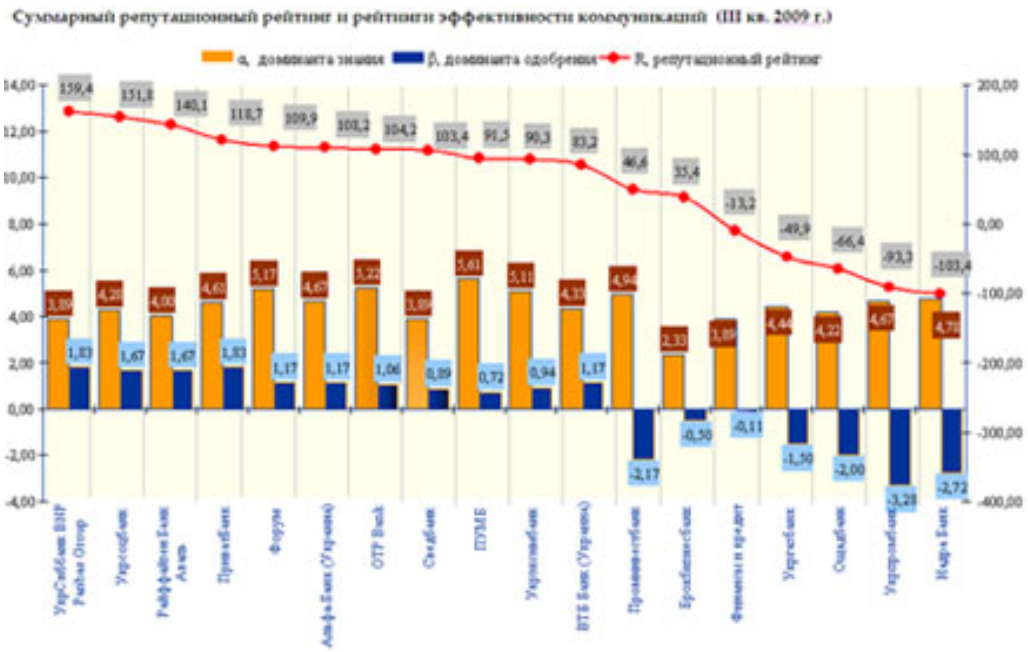

По итогам III квартала т.г. (согласно мнению аналитиков фондового рынка) в группу лидеров репутационного рейтинга (также как и во II кв. т.г.) вошли такие банки как УкрСиббанк, Укрсоцбанк, Райффайзен Банк Аваль, Приватбанк и банк Форум. В зоне негативного значения репутационного рейтинга — Ощадбанк, Укрпромбанк и банк Надра. Впервые негативное значение репутационного рейтинга показали банк Финансы и Кредит и Укргазбанк.

Такие результаты зафиксированы информационно-консалтинговой компанией «ComInform» и Коммуникационной группой «PRT» в ходе проведенного исследования репутационной стабильности и коммуникативной эффективности крупнейших украинских банков по итогам III кв. 2009 года (RC-Index). Цель проекта — показать взаимозависимости между репутационными и имиджевыми характеристиками банков, представленными в СМИ. В публичной версии проекта содержаться показатели, полученные на базе оценок одной экспертной группы – фондовых аналитиков. Методология исследования предполагает оценку экспертами (фондовыми аналитиками) репутации банков и банковского медиаполя (одного из базовых инструментов формирования имиджа) в разрезе универсальных репутационных факторов (блоков) — «банковские продукты, сервисы», «маркетинг, продвижение сервисов», «бизнес, ликвидность банков», «внешние коммуникации» и «внутренние коммуникации».

Наряду с определением лидеров репутационных и коммуникационных рейтингов, исследование позволяет зафиксировать следующие взаимосвязи:

? рост значений репутационного рейтинга практически у всех исследуемых банков произошел на фоне сокращения их количественной представленности в СМИ. В то же время, качественная представленность банков в медиа значительно возросла как в позитивной, так и негативной области медиаполя;

? изменилась структура репутационного рейтинга: при оценке фондовыми аналитиками деятельности банков в III кв. 2009 г. вырос суммарный числовой эквивалент «знания» и незначительно вырос суммарный числовой эквивалент «одобрения». Это

свидетельствует о том, что эксперты существенно не изменили эмоционального портрета для большей части исследуемых банков, но при этом были достаточно осведомлены о деятельности банков в разрезе анализируемых репутационных факторов (что обусловило общий рост суммарного рейтинга);

? максимальное влияние в III кв. 2009 г. на формирование аналитиками фондового рынка репутации банка оказал такой репутационный фактор (блок) как «банковский продукт», что обусловлено в том числе активным продвижением банками своих сервисов и продуктов в СМИ. Влияние же в III кв. 2009 г. на репутационный рейтинг таких факторов, как «внешние коммуникации», «внутренние коммуникации», «бизнес, активы» уменьшилось;

? в тоже время, такие информационные поводы, как понижение банкам рейтингов международными рейтинговыми агентствами и ухудшение финансовых показателей, не повлияли существенно на формирование мнения о финучреждениях данной группой экспертов (фондовые аналитики);

? практически не изменился порядок представленности банков в репутационном рейтинге III кв. т.г. по сравнению со II кв. т.г. (Исключение - падение репутационного рейтинга банков Финансы и кредит, Укргазбанк, Укрэксимбанк и рост рейтинга OTP Bank). Что свидетельствует о стабильном восприятии данной экспертной группой (фондовыми аналитиками) предложенных репутационных факторов банков при неоднородных изменениях в медиаполе объектов исследования, происходивших в III кв. т.г. по сравнению со II кв. т.г. А в некоторых случаях — об отсутствии приоритетов информационного воздействия на данную экспертную группу.

Справка: Национальный индекс репутационной стабильности и коммуникативной эффективности» (сокращенно «RC-Index») — инновационный аналитический продукт, задача которого определить степень и механизмы влияния системы коммуникаций исследуемых объектов на их репутационные показатели.

Объектами исследования были выбраны банки категории «крупнейшие» по рейтингу НБУ: OTP Bank, Альфа-Банк (Украина), Брокбизнесбанк, ВТБ Банк, Надра, Ощадбанк, ПриватБанк, Проминвестбанк, ПУМБ, Райффайзен Банк Аваль, Сведбанк, Укргазбанк, Укрпромбанк, УкрСиббанк, Укрсоцбанк, Укрэксимбанк, Форум, Финансы и Кредит.

Экспертная группа: для некоммерческой публичной части исследования данные репутационного опроса (R') даны по одной стейкхолдерской группе — аналитикам фондового рынка. В опоросе приняли участие аналитики фондового рынка, которые представляли такие компании как: Altana Capital, Astrum Investment Management, BG Capital, Concorde Capital, Gainsfort, Автоальянс Инвест, Инэко-Инвест, Арт-Капитал, КИНТО, Сократ, ТАСК, УАИБ, Феникс Капитал, Универ Капитал.
Методология исследования предполагает оценку экспертами (фондовыми аналитиками) репутации банков и банковского медиаполя (одного из базовых инструментов формирования имиджа) в разрезе универсальных репутационных факторов (блоков) – «банковские продукты, сервисы», «маркетинг, продвижение сервисов», «бизнес,

ликвидность банков», «внешние коммуникации» и «внутренние коммуникации».

Опрос экспертов проводился с 1 по 15 октября.

Компьютерный ввод и математическая обработка данных проводилась с 16 октября по 17 ноября 2009 г. Контент-анализ информационного пространства охватывал период с июля 2009г. по сентябрь 2009г. и включал анализ присутствия банков в печатных, Интернет-СМИ и информационных агентствах.

Источник: banker.ua