

برترین برندهای بانکی در سال ۲۰۱۴

بنیاد تحقیقاتی میلوارد براون Mill ward Brown هر ساله گزارشی درخصوص برترین و با ارزش‌ترین برندهای دنیا منتشر می‌کند. در بخشی از این گزارش به معرفی برترین برند بانک‌های جهان در سال ۲۰۱۴ پرداخته شده است.

بانک‌های جهانی^۱

بر اساس این گزارش پس از بحران مالی سال ۲۰۰۸، بانک‌های آمریکایی و اروپایی در حال بازیابی سریع وضعیت خود هستند، این درحالی است که بانک‌های حوزه بریکس^۲ نتوانسته‌اند وضعیت مطلوبی برای خود فراهم کنند. بانک‌های جهانی توانسته‌اند از بهبود شرایط اقتصادی در شمال آمریکا و اروپا سود برده و پس از پایان بحران اقتصادی، رشد ۱۵ درصدی را تجربه کنند. هرچند اقتصاد جهانی با بهبود نتایج مالی روبه‌رو بوده و بانک‌ها در حال تقویت و بازسازی توان سازمانی خود هستند، اما همچنان یک مسئله این رشد را با کندی روبرو می‌کند و آن ایجاد حس اعتماد مجدد مردم به فعالیت بانک‌ها است.

مشتریان توقع دارند بانک‌ها پس از پایان بحران مالی بتوانند خود را قبل از وقوع یک بحران دیگر و نیاز مجدد به کمک‌های مالی دولت‌ها، تجهیز کنند. تغییر در ساختار اندازه و نوع مشتریان، بانکداری تجاری و سرمایه‌گذاری، اصلاح فرهنگ سازمانی و بهبود در ارتباطات با مشتریان، بخشی از کارهایی است که بانک‌ها برای رسیدن به این خواسته انجام داده‌اند.

بنابر گزارش منتشر شده توسط Brandz، در بین بانک‌های برتر جهانی، بانک HSBC مقام نخست را از آن خود کرده و ارزش برند این بانک مبلغی بیش از ۲۷ هزار میلیون دلار آمریکا تخمین زده شده است. البته

^۱ Global Banks

^۲ BRICS بریکس نام گروهی به رهبری قدرت‌های اقتصادی نوظهور است که از به هم پیوستن حروف اول نام انگلیسی کشورهای عضو یعنی برزیل، روسیه، هند، چین و آفریقای جنوبی تشکیل شده است.

برند HSBC در لیست ۱۰۰ برند برتر دنیا نیز جایگاه بیست و هشتم را داراست. ارزش برند HSBC در سال ۲۰۱۴ نسبت به سال قبل ۱۳ درصد رشد داشته است. پس از این بانک انگلیسی، به ترتیب بانک‌های Citi، J.P.Morgan، Santander و ING جایگاه‌های بعدی را از آن خود کرده‌اند.

Top 10 Global Banks

		Brand Value 2014 \$M	Brand Contribution	Brand Value % Change 2014 vs 2013
1	HSBC	27,051	3	13%
2	Citi	17,341	2	30%
3	J.P. Morgan	12,356	2	28%
4	Santander	11,060	3	20%
5	ING Bank	9,771	3	29%
6	UBS	9,683	2	30%
7	Barclays	9,536	2	19%
8	BNP Paribas	9,453	2	New
9	Standard Chartered	9,150	2	-10%
10	Goldman Sachs	8,400	3	14%

Source: Valuations include data from BrandZ™ and Bloomberg.
Note: Global Banks are defined as those who generate more than 40% of revenues outside their home.
Brand contribution measures the influence of brand alone on earnings, on a scale of 1 to 5, 5 highest.



این رتبه‌بندی مربوط به بانک‌ها جهانی (بانک‌هایی که بیش از ۴۰ درصد از فعالیت‌های اقتصادی خود را خارج از محدوده کشورشان انجام می‌دهند) است. اکنون بهتر است نگاهی به تغییر استراتژی و تاکتیک بانک‌ها برای برون رفت از وضعیت بحران اقتصادی داشته باشیم: یکی از اصلی‌ترین عواملی که در افزایش قدرت تجاری و تمرکز بانک‌ها تأثیر بسزایی دارد پراکندگی جغرافیایی حوزه فعالیت بانک‌هاست. بانک هلندی ING بخش فعالیت بیمه‌ای را از فعالیت‌های بانکی خود جدا کرده و با کاهش فعالیت خود در کشورهای ایالات متحده و شمال آمریکا، بر قاره اروپا و بازارهای در حال رشد آسیا تمرکز کرده است. درآمد خالص این بانک بهبود ۲۲٫۲ درصدی در سال ۲۰۱۳ داشته است. بازپرداخت کمک‌های مالی دولت و تغییر در ساختار و استراتژی سازمانی، از مؤثرترین عوامل در رسیدن به این نتیجه بوده است. در راستای این تغییر

ساختار، بانک ING شعار برندش را به “Think Forward” تغییر داده تا در راستای استراتژی‌های خود باشد. بانک انگلیسی HSBC توانسته خود را کارآمد و به‌روز نگه دارد. پس از بازنگری و اصلاح ۶۳ کسب‌وکار خود در چند سال گذشته، این بانک توانسته وضعیت مطلوب و جایگاه مناسبی را در بازارهای درحال رشد و اروپا از آن خود کند. این بانک سود سهام و سرمایه را افزایش داده و سود خالصش را در سال ۲۰۱۴ به ۱۶ درصد رسانده است. با تقویت اقتصاد اسپانیا، بانک Santander هدف خود را بر گسترش ارائه وام‌های اعطایی به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط قرار داده است. با توجه به بهبود وضعیت اقتصاد اسپانیا و دیگر بازارهای اصلی، همچون برزیل، مکزیک، آمریکا، انگلیس و کل اروپا، این بانک رشد سود بیش از ۹۰ درصد را در سال ۲۰۱۳ گزارش کرده است. علی‌رغم اینکه بسیاری از بانک‌ها حوزه جغرافیای فعالیت خود را محدود کرده و تمرکز تجاری خود را افزایش داده‌اند، بانک فرانسوی BNP Paribas مسیر دیگری را انتخاب کرده و علاوه بر فعالیت در تمام حوزه‌های متنوع بانکی فعلی، به توسعه بازارهای خارج از اروپا، به‌خصوص شمال آمریکا و آسیا-اقیانوسیه می‌اندیشد. این بانک برای اولین بار در فهرست برترین برندهای جهانی قرار گرفته است. بانک سرمایه‌گذاری آمریکایی Goldman Sachs با بازیابی وضعیت پیشین خود، توانسته بیشترین سود را در سه سال گذشته به سهامداران عرضه کرده و قیمت سهام خود را افزایش دهد. بانک چندملیتی Standard Chartered که فعالانه در بازارهای در حال توسعه سرمایه‌گذاری کرده، اولین کاهش سود خود را در یک دهه اخیر تجربه کرده است. بیشترین درآمد این بانک از تجارت در آسیا، آفریقا و خاورمیانه کسب شده است. پس از آشوب‌های ناشی از بحران مالی و رسوایی‌های اقتصادی، بانک سوئیسی UBS تصمیم به تغییر رهبری سازمان گرفته و همچنین استراتژی خود را از بانکداری سرمایه‌گذاری به مدیریت ثروت تغییر داد. سود قبل از کسر مالیات این بانک به ۴۴ درصد رشد در سال ۲۰۱۳ رسیده که نیمی از این سود را در سال ۲۰۱۴ میان سهامداران توزیع خواهد کرد. در سال ۲۰۱۳ بانک آمریکایی J.P. Morgan توانست به حل و فصل مشکلات حقوقی خود پرداخته و با برطرف کردن آنها، نهایتاً مشکلات ناشی از بحران اقتصادی را پشت سر بگذارد. هرچند درآمد کلی بانک افزایش داشته اما سود خالص بانک کاهش پیدا کرده است. بانک انگلیسی Barclays با انتشار بیانیه‌ای به نام “The Barclays Way” هدف، ارزش‌ها و چشم‌انداز خود

را بازبینی و منتشر کرده است. این دستورالعمل شامل مطالبی پیرامون عملیات مرتبط با کسب و کار و تعامل با مشتریان براساس درست‌ترین و درخشان‌ترین راهکار بوده و همچنین خودداری از تصمیم‌گیری در فعالیت‌های بانکی بر اثر فشارهای داخلی یا ناشی از بازار سرمایه را مورد توجه قرار داده است.

بانک‌های منطقه‌ای^۳

بانک آمریکایی Wells Fargo جایگاه نخست در فهرست برترین بانک‌های منطقه‌ای را تصاحب کرده و با ارزش برندی به مبلغ ۵۴ هزار میلیون دلار در لیست ۱۰۰ برند برتر دنیا در سال ۲۰۱۴، جایگاه سیزدهم را کسب کرده است. این بانک توانسته نسبت به سال گذشته میلادی رشدی ۱۴ درصدی را تجربه کند. پس از این بانک، بانک‌های ICBC، China Construction Bank، RBC و Commonwealth Bank of

Top 10 Regional Banks

		Brand Value 2014 \$M	Brand Contribution	Brand Value % Change 2014 vs 2013
1	Wells Fargo	54,262	3	14%
2	ICBC	42,101	2	2%
3	China Construction Bank	25,008	2	-7%
4	RBC	22,620	4	13%
5	Commonwealth Bank of Australia	21,001	3	18%
6	TD	19,950	3	12%
7	ANZ	19,072	3	15%
8	Agricultural Bank of China	18,235	2	-9%
9	US Bank	14,926	3	9%
10	Bank of China	14,177	2	0%

Source: Valuations include data from BrandZ™ and Bloomberg.

Brand contribution measures the influence of brand alone on earnings, on a scale of 1 to 5, 5 highest.



Australia به ترتیب در جایگاه دوم تا پنجم قرار گرفته‌اند.

بانک آمریکایی Wells Fargo با توجه به رشد وام‌های اعطایی و کارمزدهای اکتسابی، سودآورترین بانک آمریکایی در سال ۲۰۱۳ شناخته شده است. درآمد خالص این بانک رشد ۱۶ درصدی را تجربه کرده و ارزش سهام بانک نیز ۳۳ درصد رشد داشته است.

^۳ Regional Banks

بانک US Bank توانسته در سال ۲۰۱۳ با افزایش میزان وام‌های تجاری و دیگر وام‌ها، از جمله کارت اعتباری و خرید مسکن، درآمد بالایی را کسب کند. در حال حاضر این بانک در بیش از سه هزار دفتر در ۲۵ ایالت در حال فعالیت است. دو بانک اصلی و بزرگ کانادایی “TD Bank” و “Royal Bank of Canada” یک کسب‌وکار سالم را در سال ۲۰۱۳ تجربه کرده‌اند. بانک استرالیایی TD Bank با وجود اینکه در بخش بیمه با سختی و مشکلات زیادی روبه‌رو بوده، اما درآمد خالص آن رشد کرده است. بانک RCB توانسته است با درآمدی خالص به میزان حداکثر ۱۲ درصد، نتایج خوبی را به‌دست آورد. بانک TD Bank براساس دارایی‌های خود، یکی از بزرگترین بانک‌ها در ایالات متحده محسوب می‌شود. این بانک در ۱۳۰۰ نقطه از آمریکا به بیش از هشت میلیون نفر خدمات عرضه می‌کند. علاوه بر این TD Bank در ۴۶ کشور در حال انجام فعالیت اقتصادی است.

بانک‌های استرالیایی به علت ثبات اقتصادی کشور و نزدیکی به بازارهای در حال رشد آسیایی به خوبی رونق یافته‌اند. بانک استرالیایی ANZ به‌عنوان سومین بانک بزرگ استرالیا بر اساس بازار سرمایه، با تصاحب بانک of Scotland Royal Bank در شش کشور آسیایی، رشد خوبی داشته است.

بانک استرالیایی Commonwealth Bank با توجه به افزایش قیمت مسکن و وام‌های اعطایی در این حوزه، با رشد قابل ملاحظه‌ای روبه‌رو بوده است. این بانک به بیش از یک میلیون نفر مشتری وام خرید مسکن اعطا کرده است. فعالیت این بانک در محدوده جغرافیایی استرالیا، نیوزلند، آسیا-اقیانوسیه و اروپاست.

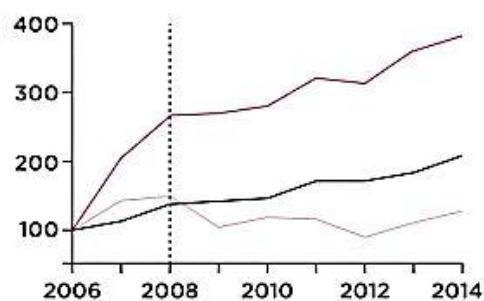
بانک چینی ICBC ، به‌عنوان بزرگترین وام‌دهنده چین، همچنان نقش سنتی خود را در تأمین مالی پروژه‌های دولتی را ایفا می‌کند. همچنین این بانک در حال فعالیت برای جذب مشتریان تجاری جدید و کسب‌وکارهای کوچک است.

دومین بانک دولتی چین China Construction Bank با توجه به رشد کم بازار داخلی، تلاش در توسعه تجارت برون مرزی از طریق افتتاح شعبه‌های بازرگانی در تایپه، نیوزلند، روسیه، دبی، اوساکا و

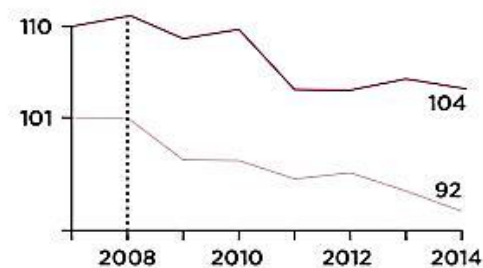
لوکزامبورگ دارد. همچنین این بانک با ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز برای فروشگاه‌های اینترنتی، به سمت بازار خرده‌فروشی حرکت کرده است.

بانک کشاورزی چین Agricultural Bank of China با هماهنگی و برقراری ارتباط میان جوامع روستایی و گسترش کسب‌وکارهای داخلی و بین‌المللی توانسته به روند تبدیل خود به یک بانک تجاری مدرن سرعت بخشد. در حال حاضر این بانک در آسیا، شمال آمریکا و استرالیا فعال بوده و برای حضور در بازار دبی تلاش می‌کند. بانک دولتی چین با فعالیت بازرگانی در ۳۷ کشور، مهمترین بانک بین‌المللی این کشور است. بانک چین Bank of China مصمم است تا از طریق گسترش مبادلات تجاری ارزی با آسیا و لندن، خود را به‌عنوان یک بانک تجاری بین‌المللی معرفی کند. در انتهای این گزارش آمده براساس نتایج تهیه‌شده از سال ۲۰۰۶ تاکنون، بانک‌های جهانی و منطقه‌ای پس از رکود چند ساله، توانسته‌اند ارزش برند خود را ارتقا دهند؛ این

Global bank brand value fluctuates



Trust and recommendation suffer



— Regional — Global — Top 100

در حالی است که با تمام تلاش‌ها و بهبود وضعیت مالی بانک‌ها، شاخص اعتماد مشتریان به آنها به شدت کاهش یافته و در بازیابی نتیجه این شاخص ناموفق عمل کرده‌اند.

<http://www.imarketor.com/topics/>

<http://www.eghtesadonline.com>