

ӘОЖ 070(091); 316777(091)

Ж. Есенбек

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

E-mail: esenbek.zhumagaly@gmail.com

PR қызметі: БТА банкі негізінде

Андатпа. Автор өз мақаласында Қазақстан Республикасындағы «БТА банкінің» PR және баспасөз қызметінің атқарымдарын зерттейді. «БТА банкіде» жоғарғы деңгейдегі PR қызметінің жасақталғанын назарға аударады. «БТА банкі» құрылғаннан бастап әртүрлі деңгейдегі жоғарғы рейтингтерді бағындырғандығын атап көрсетеді. «БТА банкінің» PR қызметкерлері БАҚ-пен қарым-қатынас орнату және өзге де жұмыстарды атқаратындығы жөнінде мысал келтіреді. Сонымен қатар автор «БТА банкідегі» демеушілік жұмыстары мен «БТА банкі» менеджерлерінің ұйымдастыруымен 2005 жылы банк жанынан құрылған «Ержан Тәтішев атындағы қоғамдық қор» қызметін қарастырады.

Түйін сөздер: PR қызметі, БТА банкі, БАҚ.

XXI ғасыр – ғылыми технология мен ақпараттық коммуникациялардың қарыштап дамыған кезеңі саналады. Ақпараттық коммуникациялардың құрамына кіретін «Public relations» PR қызметі (қоғаммен байланыс) АҚШ мемлекетінде XIX ғасырдың ортасында қалыптасқан. Ғасыр өте бұл ұғым біздің мемлекетімізге де жетті.

PR-ды зерттеуде отандық ғалымдарымыздың алдында күрделі міндеттер тұр. 1992 жылдан бастап біздің мемлекетіміздің әр саласында PR қызметі еліміздің бет-бейнесін жағымды қалыптасытыру мақсатында құрыла бастады. Ең алдымен, еліміздің жоғары оқу орындарында: әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Т. Рысқұлов атындағы Қазақ экономикалық университеті, Халықаралық бизнес университеті (UIB) ҚМЭБИ университеттерінде PR мамандығы бойынша білім алған алғашқы түлектер бітіріп шықты. Қазіргі таңда PR мамандығын иеленген түлектер әртүрлі салаларда: банктер мен кәсіпорындарда, компаниялар мен фирмаларда, баспасөз қызметі мен БАҚ салаларында қызмет жасап жүр.

Ғаламат күшке ие осы PR қызметі қаржы саласын аттап өтіп кете алмасы сөзсіз. Банк салаларында, инвесторлармен қарым-қатынаста, қаржы саласындағы кикілжіңдерді реттеуде, өмір сүріп

отырған қоғам мен әлемдік нарықта қаржылық бедел қалыптастыру мен БАҚ-пен қарым қатынас орнатуда PR таптырмас құрал саналады.

Еліміздің қаржы нарығында қазығын тереңге мызғымастай берік қаққан банктердің бірі – БТА банкі. БТА банкінің қалыптасу тарихы 1925 жылдың 15 қазанынан бастау алады. Осынау жылдардың ішінде банк үлкен жетістіктерді бағындыра алды. Ұшан теңіз табысқа кенелген банктің салихалы стратегиясын осы PR мамандары жүзеге асырды. Әсіресе соңғы 20 жылдың ішінде банк беделі еліміз бен алыс шет елдерде арта түсті.

БТА банкі – Қазақстандағы екінші деңгейдегі ірі коммерциялық банк. БТА банкі, АҚ (бұрынғы атауы «Тұран Әлем Банкі» АҚ (ТӘБ)). БТА банкі – бүгінде нарықтың барлық саласына қатысушы жетекші қаржылық топқа айналды: корпоративтік және жеке тұлғалар бизнесі, сауданы қаржыландыру, қор рыногы, несиелендіру, шағын және орта бизнесті дамыту, лизинг, ипотека, зейнетақы қоры және т.б көптеген қызмет түрлерін қамтиды. БТА банкінің қазіргі таңда Қазақстан бойынша 22 филиалы, 274 бөлімшесі мен Украинада (Киев), Ресейде, БАӘ-де (Дубай) және Қытайда (Шанхай) халықаралық өкілдіктері бар және банктің желісі Ресейге, Украинаға, Беларусь еліне, Қырғызстанға,

Арменияға, Грузияға, Қазақстан мен Түркияға тарайды. БТА банкі қызметінің стратегиялық бағыты – банк көрсететін қызметтің географиясын әртараптандыру, ТМД елдері мен алыс шет елдер экономикасының түрлі секторларына қатысу ауқымын кеңейту, сондай-ақ банк өнімдерінің түр-түрін дамыту, несие беру және сауданы қаржыландыру, тұрақты да серпінді түрде өсуге ұмтылу.

БТА банкі, негізі қаланған уақыттан бері бірнеше марапаттарға ие болды. 2005 жылы аса беделді «Euromoney» журналының мәлімдеуі бойынша «ТМД-дағы үздік банк» және «Орта Азиядағы үздік банк» деген жоғары мәртебені иеленді. Британдық «The Banker» журналының «Шығыс Еуропадағы шағын банктер арасындағы ең үздігі» мәртебесіне ие болды [1].

Ресейдің зерттеуші ғалымы Г.Г. Почепцовтың пікірінше, имидждік мінездеме PR-дың негізгі саласы. [2]. Олай болса, банк PR мамандары мен банктің имидждік мінездемесіне аса мән береді. Банктің елдегі және халықаралық деңгейдегі рейтингілері имидждік мінездемесін аша түседі. 2010ж. «Business Resource» медиахолдингі 2010 жылдың жетекші банкирлері мен бизнесмендерін анықтау рейтингісінің негізінде БТА банкінің басқарма Төрағасы Әнуар Сәйденнов «2010 жыл банкирі» деп аталды. Рейтинг жеңімпаздары екі кезеңнен тұратын қоғамдық көзқарастың нәтижесі бойынша анықталды. Бірінші кезеңде, 17 іскер қазақстандық БАҚ-тан 22 журналистің, ал жобаның екінші кезеңінде www.profinance.kz ақпараттық-талдау сайтының көрушілері арасында сауалнама жүргізілді. [3].

2010 ж. БТА банкі «Ньюсмейкер «Интерфакс-Қазақстан 2010» байқауының жеңімпазы ретінде 2010 жылы қазақстандық банк секторының өкілдері арасында ақпараттық агенттіктің таспасында көп аталғандар санатының лидері ретінде таңдалды.

Шетел валютасында ұзақ мерзімді рейтинг, шетел валютасында қысқа мерзімді рейтинг, ұлттық валютадағы ұзақ мерзімді рейтинг, «Moody's Investors Service», «Standard & Poor's в СНГ», «Fitch Ratings» агенттіктерінің рейтингілері бойынша, БТА банкі ірі жетістіктерге жетті. Қазақстандағы сауданы қаржыландыру саласындағы үздік банк, Орталық Азиядағы үздік банк, Орталық және Шығыс Еуропадағы және Орталық Азиядағы корпоративтік басқару бойынша үздік банк,

Еуропаның дамушы елдеріндегі корпоративтік басқару бойынша көшбасшы банк, 2007 жылы (Trade Finance) Еуразиялық аймақтағы банктік сектордағы «Еуропаның жақсы компаниясы, ТМД-дағы 2007 жыл Банкі, 2006 жылдың үздік банкі, 2005 ТМД-дағы үздік банк (Евромани), 2007 Қазақстандағы үздік исламдық қаржы институты атана алды.

Қазіргі таңда банктің PR қызметі ауқымды шараларды жүзеге асырып отыр. Сондықтан біз төменде зерттеу объектісі ретінде БТА банкінің PR қызметін алып отырмыз. БТА банкінде баспасөз қызметі құрылған. Баспасөз қызметінің негізгі мақсаты – қаржылық ақпараттық тасқында азаматтарға Қазақстанның экономикалық оқиғаларынан шұғыл әрі шынайы түрде ақпараттармен құлағдар ету.

Белгілі зерттеуші ғалым Жетпісбай Бекболатұлының пікірінше, баспасөз қызметінің негізгі міндеті коммуникативтік-интегративтік саясатты жүзеге асыру болып табылады. Жұртшылықпен байланыс саласында баспасөз қызметі аналитикалық-прогностикалық (тенденцияларды зерделеу, талдау мен болжау), ұйымдастырушылық-басқарушылық (ұйым мақсаттарының орындалуын қамтамасыз ету), ақпараттық (басшылықты ақпаратпен қамтамасыз ету), кеңесшілік-әдістемелік атқарымдарын орындайды [4].

БАҚ өкілдерімен тығыз қарым-қатынас орната отырып, жіберілген сұрақтарға дер кезінде толыққанды жауап беру арқылы екіжақты түсіністікке құрылған қарым-қатынас орнату кез келген PR қызметкерінің негізгі міндеті.

Банк жетекшілері нарық заманында бәсекеге қабілетті болу үшін PR мамандары қызметінің маңыздылығын аса түсінген. Сондықтан банктің баспасөз қызметінде алдыңғы жылдары журналистер қызмет атқарса, қазір баспасөз қызметінде PR басқармасының бастығы, PR менеджері, PR маманы барлығы үш адам қызмет атқарады.

Кезінде Ахмет Байтұрсынов «Газет – халықтың көзі, құлағы һәм тілі» – деп атап көрсеткенін ескерсек, біз өмір сүріп отырған қоғамда, оның ішінде әсіресе банк секторында БАҚ-тың алатын орны орасан зор. Өйткені еліміздің әрбір азаматы қаржы саласында, банк төңірегінде қандай жаңалықтар болып жатқандығын біліп отырулары тиіс.

Зерттеуші ғалым Н.Т. Шыңғысова: «PR ме-

неджерінің жұмысының басым бөлігі баспасөзге материал дайындау болғандықтан, ол жазуды меңгеруі әрі ол материал маңыздылығымен, өткірлігімен, сенімділігімен, пайдалылығымен аудиторияны баурап алуы тиіс. PR маманы жазудың қыр-сырын жетік меңгеріп, баспасөзге қажетті ақпарат бере білуі, БАҚ технологиясын жақсы түсінуі шарт», – деп атап көрсетеді [5].

Бүгінде БТА банкі баспасөзінің PR мамандары «Астана», «Хабар», «КТК», «31» сынды телеарналарға; «Ана тілі», «Жас Алаш», «Айқын», «Түркістан», «Жас қазақ», «Алматы ақшамы», «Курсив», «Бизнес & Власть», «Панорама», «Казахстанская правда», «Прикаспийская коммуна», «Время», «Комсомольская правда», «Караван», «Приуралье», «Деловой Казахстан», «Устинка плюс», «Наше Дело информ» (Семей) басылымдарына; «www.sk.kz», «www.newskaz.ru», «www.kaztag.kz», «www.time.kz», «www.inform.kz» ақпараттық сайттары мен «Интерфакс-Казахстан» агенттігіне банктің саяси ахуалы мен халықаралық, экономикалық табыстары мен жетістіктері туралы ақпараттар жариялаған.

«Қаржы саласындағы PR мамандары баспасөзбен байланыс, өндірістік құрылымдардың түрлі салаларымен байланыс, халықаралық ұйымдардағы қоғаммен байланыс жұмысы, маңызы бар қоғамдық іс-шараларды өткізу, қоғамдық пікірді зерттеу, акционерлер және қаржы құрылымдарымен байланыс, жарнама, маркетингтік тауарларды жылжыту жұмыстарын атқарады», – деп көрсетеді ресейлік зерттеуші ғалым Пашенцев Е.Н. [6].

Осыған орай зерттеу барысында банктің PR мамандары БАҚ-пен байланыс жұмыстары және өзге де қызметтерді жүзеге асырғанын пайымдадық. PR мамандары ұзақ жылдар бойы банктің өркендеуі мен гүлденуі үшін төмендегі іс-шараларды жүзеге асырған:

- БАҚ-қа мониторинг жасау;
- БАҚ-тың сұраныстарын қанағаттандыру;
- баспасөзге арналған банк туралы баспасөз-релизі, анықтама, баспасөз киті, бэкграундер дайындау;
- банктің ұзақ мерзімді жағымды имиджін қалыптастыру;
- банктің рейтингін анықтау;
- басқа шет мемлекеттер банктерінің баспасөз орталықтары мамандарымен байланыс орнату;

- банк басшылығының қатысуымен брифингтер мен баспасөз мәслихатын ұйымдастыру;
- банктің жағымды тұстарын көрсететін БАҚ-қа арнайы промо-акциялар өткізу;
- банк беделін арттыру мақсатында қайырымдылық шараларын өткізу;
- банктің жетістіктері мен табыстары, кемшіліктері жөнінде жылдық есеп жазу;
- әлеуметтік салада әртүрлі тұсаукесерлер ұйымдастыру;
- ашық есіктер мен дөңгелек үстелдер өткізу;
- банктің логотипімен брошюралар, сувенирлер жасау;
- жарнама мамандары мен бірлесе отырып, банктің билбордтары мен жарнама тақтайларын жасау;
- банктің логотипімен фотокөрмелер және жәрмеңкелер ұйымдастыру;
- инвесторлармен қарым-қатынас орнату.

Демеушілік жұмыстарын PR мамандары жүзеге асырады. Зерттеу барысында анықтағанымыз, БТА банкінің дарынды жастарды қолдау мен демеушілік жасауда өзіндік, ешқандай банктерге ұқсамайтын ерекше қолтаңбасы бар. Демеушілік жасау арқылы банк өзінің бедел-абыройын асқақтатып отыр. Профессор Қ.Тұрсын демеушілікке мынадай анықтама береді: «Өзіне PR, сейл промоушн, жарнама және басқа да бағытта демеушілік бейнесін қалыптастырудың әдісі мен шаралардың синтездік кешені. Келісім шарт бойынша демеуші мен көмекті қажет ететін ұйымның арасындағы бір-біріне тиімді жүйе: ол бойынша демеуші (қаржылай материалдық және басқалай) белгілі бір ресурстарды ұсынады, ал көмекті алушы тарап демеушінің маркетингтік мақсатқа жетуіне өз тарапынан әрекет жасайды» [7].

Банк жанынан «Ержан Тәтішев атындағы қоғамдық қоры» 2005 жылы «БТА банкі» менеджерлерінің ұйымдастыруымен құрылды. Бұл қор қоғамдық, мемлекеттік емес, табыс таппайтын ұйым болып табылады. Қордың мақсаты – дарынды әрі талапты жастарға әлемдік және қазақстандық академиялық білім ордаларында грант пен шәкіртақыға білім алуларына жағдай жасайды, сонымен қатар білім беру бағдарламаларын жетілдіру мен енгізу, қаржы-экономикалық және басқа да экономикалық жобаларды жүзеге асыру, коммерциялық

емес ұйымдарға қаржылай техникалық көмек көрсету, халық арасындағы көмек қажет ететін, аз қамтамасыз етілетін топтарға көмектесу. Жыл сайын бұл шәкіртақы мен гранттарды иеленген жастар студент болу құқығына ие бола алады. Жеңімпаздар еліміздің жоғары оқу орындарында оқуда. Шәкіртақы мен гранттар тағайындау – банк беделін арттырудың таптырмас құралы болып есептелінеді. Әрбір шәкіртақы мен гранттарды иеленген жастар БТА банкін насихаттап жүретіні хақ.

Қорытындылай келе, «Кім ақпараттарды уысында ұстаса, сол дүниені билейді!» – деген қағиданы берік ұстанған БТА банкінің PR мамандары алдағы уақытта биік белестерді бағындыруда басқа мекемелерге үлгі болады деген үміттеміз.

Әдебиеттер

- 1 БТА банкінің bta.kz арнайы ресми сайты.
- 2 Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов // Рефл бук Ваклер. – 2003. – С. 179.
- 3 www.profinance.kz арнайы ресми сайты.
- 4 Бекболатұлы Ж. PR және жарнама. – Алматы: Қазақ университеті, 2010. – 65 б.
- 5 Шыңғысова Н.Т. Қазақстандағы PR мен БАҚ тарихы мен тәжірибесі // Сапалы білім – сапалы PR қызметінің іргетасы. – Алматы: Елнұр, 2006. – 27 б.
- 6 Пашенцев Е.Н. Паблик рилейшнз от бизнеса до политики. – М.: Финпресс, 2002. – С. 51.
- 7 Тұрсын Қ., Нұсқабайұлы Ж. Тележурналист анықтамалығы. – Алматы: Білім, 2001. – 290-291 б.

Ж. Есенбек

PR-служба в основе БТА Банка

В своей статье автор рассматривает работу пресс-службы БТА Банка Казахстана. Особое внимание уделяется тому, что БТА Банк имеет качественную PR-службу, благодаря которой стал известным. Подчеркивается, что с момента своего основания БТА Банку присваивали рейтинги высокого уровня. Автор в статье указывает, что специалисты банка по PR-службе занимаются укреплением отношений со СМИ и другими работами.

Ключевые слова: служба PR, Банк БТА, СМИ.

Zh. Esenbek

PR service on basis of BTA Bank

In this article the author considers the effect of PR and work of press service of BTA Bank in Kazakhstan. Particular attention is allocated to that BTA Bank has a high quality PR service through which became famous. It is emphasized that BTA Bank since its founding has achieved different high-level ratings. The author in article specifies that specialists of bank in PR – service are engaged in strengthening of the relations with mass media and other works.

Keywords: service PR, bank BTA, mass Media.