

NoksFishes для банківського ринку. Метою дослідження є виявлення сприйняття експертними групами іміджевої моделі банку, що формується в тому числі і за допомогою медіаінструментів. Підводячи репутаційні підсумки 2017 року, аналітики NoksFishes відзначають, що формування банками своїх іміджевих моделей протікало на тлі очищення і перезавантаження банківської системи. Даний процес мав дуальні наслідки для ринку. Так, банки отримали потенційні можливості розширення клієнтської бази за рахунок виведення неплатоспроможних гравців з ринку. При цьому недержавні банки зіткнулися з конкуренцією з боку банків державних, істотно наростили свою частку в сегменті.

Підсумовуючи, можна зазначити, що створення позитивного іміджу українських банків буде забезпечувати формування прихильного відношення громадськості і співробітників, що дозволить банку зайняти стійкі ринкові позиції і забезпечить постійне зростання обсягів продажу банківських продуктів і послуг та прибутку, який є гарантією довгострокового комерційного успіху.

Література:

1. Даниленко Л.В. Все про імідж: від підходів до рекомендацій / Л.В. Даниленко. – 2015. – №34. – С. 50–63.
2. Дослідження ринку банківських послуг України станом на 16.01.2017р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.gfk.ua/>.
3. Дубовик О.В. Маркетинг у банку / О.В. Дубовик, С.М. Бойко, М.А. Вознюк. – Львів: ЛБІ НБУ, 2016. – 275 с.
4. Дослідження іміджу найбільших українських банків. Результати нового дослідження компанії GfK Ukraine 2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.gfk.ua/>
5. Теорія і практика грошового обігу та банківської справи в умовах глобальної фінансової нестабільності: монографія/ О.В. Дзюблюк, В.В. Корнеєв, В.І. Міщенко та ін.; за ред. д.е.н., проф. О.В. Дзюблюка. – Тернопіль: ФОП Осадца Ю.В., 2017. – 298 с.

Мар'яна БУРМІЙ

факультет банківського бізнесу

Тернопільський національний економічний університет

Науковий керівник:

к.е.н., доцент Іващук О.О.

РЕПУТАЦІЙНІ РИЗИКИ БАНКІВ: СУТНІСТЬ, ПРИЧИНИ ТА МЕТОДИ МІНІМІЗАЦІЇ

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 тарівень капіталізації вітчизняних банків.

Нестабільність та непрозорість діяльності національних комерційних банків, їх збитковість та проблеми своєчасного виконання своїх фінансових зобов'язань, призвели до втрати довіри з боку населення та виникнення негативної ділової репутації. Однією з основних причин більш глибокого вивчення і аналізу поняття репутаційного ризику стали кризові явища починаючи з 1998р, 2008-2009рр., та з 2014 р. по теперішній час у банківському секторі України.

В широкому розумінні ризик репутації розуміють, як наявний або потенційний ризик для надходжень та капіталу, який виникає через несприятливе сприйняття

іміджу фінансової установи клієнтами, контрагентами, акціонерами (учасниками) або органами нагляду [3].

На практиці виділяють внутрішні та зовнішні чинники виникнення та посилення репутаційного ризику банку. До внутрішніх факторів можна віднести:

- недотримання банком і його персоналом законодавства, установчих і внутрішніх документів банку, правових норм, принципів професійної етики;
- внутрішнє шахрайство з боку працівників банку; витік інформації (розголошення комерційної таємниці);
- недостатня прозорість діяльності банку;
- невиконання банком договірних зобов'язань перед вкладниками, позичальниками, інвесторами, партнерами;
- недоліки в організації системи внутрішнього контролю й управлінні ризиками банку, у тому числі репутаційними;
- здійснення банком ризикованої ринкової й інвестиційної політики, участь у сумнівних ризикованих альянсах і партнерствах.

Серед зовнішніх факторів виділяють:

- виникнення в банку конфлікту інтересів з акціонерами, клієнтами, партнерами, ЗМІ, іншими зацікавленими особами;
- суспільна думка про банк;
- несумлінне (некомерційне) поведіння банків-конкурентів;
- лідерство або прагнення до лідерства на ринку банківських послуг;
- негативна оцінка діяльності банку, висловлена зовнішніми аудиторськими організаціями, владними або контролюючими органами, впливовими та відомими клієнтами.

Аналіз стану ринку банківських послуг і основних тенденцій його розвитку є необхідною умовою для виявлення репутаційних загроз, а також факторів і причин прояву репутаційних ризиків як у окремого банку, так і банківській системи в цілому. Тому постає завдання проаналізувати зміни в банківському секторі економіки (рис. 1).



Рис. 1. Динаміка кількості діючих банків України [2]

На рис. 1 чітко прослідковується зменшення кількості комерційних банків за останні 5 років. Так, для прикладу, станом на 01.10.2017 р. в Україні здійснювали свою діяльність 88 банків, з яких 17 – із 100 % іноземним капіталом, тоді як на початок року платоспроможними були 96 банків. Станом на 01.09.2018 р. кількість діючих

комерційних банків знизилась до 81, серед яких 23 банки зі 100% іноземним капіталом. Провівши аналіз кількості збанкрутілих банків за цей період, варто зазначити, що більшість банкрутств припадає на невеликі банки, які не мали достатнього рівня ділової репутації. Поряд з цим, для банків з іноземним капіталом ділова репутація – це частина корпоративної культури, яка проявляється і в обслуговуванні, і в підходах до роботи, і в цінностях.

Враховуючи все вище перелічене слід зазначити, що система управління ризиком репутації повинна охоплювати [1]:

- політику й положення щодо управління ризиком репутації, які мають бути розглянуті та затверджені відповідно до обраної банком форми корпоративного управління. Ця політика і положення повинні періодично переглядатися, та охоплювати стандарти роботи з клієнтами та іншими зовнішніми сторонами, роботи з інформацією та наймання персоналу з відповідною позитивною репутацією;
- інформаційну систему управління (форми звітності, схема документообігу тощо) для спостережної ради, правління або профільних колегіальних органів банку щодо моніторингу вразливості всіх видів діяльності банку до ризику репутації;
- процес контролю за репутацією клієнтів банку для уникнення контактів із клієнтами з незадовільною репутацією, що (контакти) можуть негативно вплинути на репутацію самого банку.

В наш час проблема репутаційного ризику постає досить гостро, але головна його особливість полягає в тому, що цей ризик супроводжує банк протягом усього життєвого циклу, тому від нього не можна позбутися, уникнути або звести до нуля. Можна тільки оптимізувати його вплив шляхом раціонального й адекватного управління.

Література:

1. Маслова Н.О. Актуальные вопросы управления репутационным риском банка // Науковий збірник Казанського економічного університету. – 2013 р. – №6 – С. 28-35.

2. Основні показники діяльності банків України. URL: <https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art>.

3. Торяник Ж. І. Бездоганна ділова репутація як основа формування клієнтської бази банку / Ж. І. Торяник, В. Ю. Колісниченко / Економічні науки. Серія «Економіка та менеджмент»: збірник наукових праць Луцького національного технічного університету. – Випуск 13 (50). – Луцьк, 2016. – С. 271–278.

Ярослав БУЧАК

*студент факультет економіки та управління
Тернопільський національний економічний університет*

Науковий керівник:

викладач кафедри банківської справи Сегеда Л.М.

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННИХ ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ В УКРАЇНІ

Останнім часом у всьому світі відбувається поступове звуження сфери використання готівки та паперових платіжних документів, а на противагу цьому збільшується використання нових альтернативних платіжних інструментів, серед яких електронні гроші є невід'ємним компонентом у сучасному Інтернет просторі.

Саме електронна форма грошей все ширше залучається до обігу і стає важливим інструментом фінансової інфраструктури економічно розвинутих країн. Не поступається цим тенденціям і Україна.