

рівень відсоткових ставок за кредитними операціями банків, які визначають інфляційну динаміку в країні.

Щоб повноцінно використовувати можливості європейської інтеграції, Національному банку України потрібно здійснити ряд заходів, зокрема: удосконалення процентної політики як основного монетарного інструменту; удосконалення системи валютного регулювання і використання валютних інтервенцій для регулювання грошово-кредитного ринку та інші.

Список використаних джерел:

1. Алехнович А. Макроэкономическая стабилизация в Польше во время мирового кризиса в 2008–2009 гг.: возможные уроки для Беларуси // А. Алехнович. // Центр социально-экономических исследований Беларусь (CASE BELARUS). – 2010. – С. 27.
2. Мороза А.М. Центральний банк та грошово-кредитна політика: Підручник / За ред. А.М. Мороза, М.Ф. Пуховкіної. – К.: КНЕУ, 2005.
3. Офіційний сайт НБУ – Режим доступу до ресурсу: <https://bank.gov.ua>
4. «Про затвердження Положення про основи процентної політики Національного банку України» Постанова правління Національного банку України від 21.04.2016 № 277.
5. «Про Національний банк України» Закон України // Відомості Верховної Ради України (ВВР) – 1999 – № 29 – стаття 15, 27.
6. Ринок Форекс – Режим доступу до ресурсу: <http://www.fxstreet.ru.com>

Суворова А.В.

студентка,

Науковий керівник: Кузнєцова Л.В.

доктор економічних наук, професор,

Одеський національний економічний університет

УЗАГАЛЬНЕННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ БАНКУ

Остання фінансова криза показала, що найкраще у світовій економіці виживають і розвиваються ті банківські установи, які мають високий рівень ділової репутації. Вони здатні формувати навколо себе репутаційну аудиторію та бути надійними гарантами свого продуктового ряду і безперервної діяльності.

Вперше законодавче визначення поняття «ділова репутація» закріпив Закон України «Про банки і банківську діяльність» від 7 грудня 2000 р.: «ділова репутація – сукупність підтвердженої інформації про особу, що дає можливість зробити висновок про професійні та управлінські здібності такої особи, її порядність та відповідність її діяльності вимогам закону». Пізніше до цього закону було внесено зміни. У Законі України «Про банки і банківську діяльність» йдеться: «Ділова репутація – відомості, зібрані Національним банком України, про відповідність діяльності юридичної або фізичної особи, у тому числі керівників юридичної особи та власників істотної участі у такій юридичній особі, вимогам закону, діловій практиці та професійній етиці, а також відомості

про порядність, професійні та управлінські здібності фізичної особи» [1, с. 1]. Однак аналіз статей Закону України «Про банки і банківську діяльність», у яких використано термін «ділова репутація», свідчить про те, що переважно йдеться про ділову репутацію засновників, учасників, голови або членів правління, інших посадових осіб банківської установи, і не враховується інших, не менш важливих, чинників впливу на ділову репутацію банку.

Проведене дослідження дозволило наукові підходи вчених, що займаються аналізом сутності поняття «ділова репутація», поділити на 5 груп.

До першої групи віднесемо вчених, які трактують ділову репутацію з позицій її суб'єктивного сприйняття кожним окремим індивідом. До цієї групи авторів слід віднести відомого австралійського професора Г. Даулінга [2, с. 17], Е. Гріффіна [3, с. 25]. Е. Гріффін зазначає, що ділову репутацію як суму точок зору на суб'єкт «практично неможливо строго зафіксувати, оскільки вона цілковито заснована на людському сприйнятті» [3, с. 25]. Таким чином, автори трактують репутацію суто суб'єктивним сприйняттям приватних думок.

Друга група сформована, на нашу думку, на засадах фінансового аспекту ділової репутації, так званім бухгалтерським підходом. Фахівці вводять поняття «гудвіл» – як фінансове визначення ділової репутації компанії (Г.С. Сінько, В.П. Божко [4, с. 8]), що входить до її ринкової вартості, а також зазначають, що спроможність ділової репутації приносити економічні вигоди у процесі досягнення стратегічних цілей, дає підстави вважати її одночасно цінним ресурсом та активом підприємства. Тоді як А. Корнійчук і Р. Шимчик [5, с. 54] вважають гудвіл лише складовою частиною ділової репутації. На нашу думку, не зовсім доцільно включати гудвіл у склад ділової репутації, адже самий гудвіл є іншою стороною погляду на ділову репутацію, але ніяк не однією зі складових.

До третьої групи, на наш погляд, доцільно віднести вчених, які ділову репутацію розглядають з позицій репутації окремої особи, яка справляє управління даною юридичною особою. Так, К. Гончарова [6] розглядає ділову репутацію топ-менеджменту банку в банках України. Цієї ж точки зору дотримується і А.Л. Анісимов [7, с. 7], визначаючи, що ділова репутація є окремим випадком репутації взагалі і є сформованою думкою про якість (гідності й недоліки) колективу, організації, підприємства, банку, конкретної фізичної особи.

Ділова репутація як правова категорія (четверта група) охарактеризована в Законі України «Про банки і банківську діяльність» [1, с. 1], де переважно йдеться про ділову репутацію засновників, учасників, голови або членів правління, інших посадових осіб банківської установи. Згідно з ч. 1 ст. 1116 Цивільного Кодексу України [8, с. 18], ділова репутація є немайновим благом, яке охороняється законодавством, і яке особа може надати у користування іншим суб'єктам цивільного права. Виходячи з вітчизняних норм права, вплив на репутацію тісно пов'язаний з розповсюдженням інформації, незалежно від істинності чи неістинності розповсюджуваних відомостей. Однак, діюче законодавство не визначає види та склад відносин, предметом яких є ділова

репутація, не закріплює міру майнової відповідальності у разі погіршення ділової репутації.

Остання, п'ята, група науковців розглядають, на нашу думку, ділову репутацію як соціальний феномен, що включає в себе складну систему цінностей, якими володіє організація в уявленнях цільових аудиторій, або деякий простір, «обмежений системою аксіологічних координат» [9, с. 210]. Це система таких цінностей, як матеріальні, моральні, професійні, соціальні, політичні та ідеологічні тощо.

Підсумовуючи проведений аналіз літературних джерел, можна зазначити, що поняття «ділова репутація банку» – це складне переплетіння об'єктивних його характеристик (іміджу, бренду, кваліфікації менеджерів, відомостями про долю на ринку, довготривалості функціонування тощо) із суб'єктивною сумою точок зору певної людини. Категорія ділової репутації є відносно новою, проте є важливою саме у банківській діяльності, адже комплексність до її підходу є передумовою до сталого і стійкого функціонування кожної банківської установи. А це і є основою діяльності кожного банку задля збільшення клієнтської бази та конкурентних переваг й своєї долі на ринку банківських послуг.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про банки і банківську діяльність» – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>
2. Даулінг Г. Репутація фірми: створення, управління и оцінка ефективності // М., 2003. – 368 с.
3. Гріффін Е. Управління репутаційними ризиками: Стратегічний підхід // М., 2009. – 237 с.
4. Сінько Г., Божко В. Аналіз та оцінка ділової репутації підприємств машинобудівної галузі // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2009. – № 4(8). – С. 5-14. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.khai.edu/csp/nauchportal/Arhiv/EUPMG/2009/EUPMG409/Sinko.pdf>
5. Корнійчук А., Шимчик Р. Гудвіл як інноваційна складова ділової репутації підприємства // Матеріали П'ятої Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора ТНТУ, академіка НАН України Чумаченка Миколи Григоровича «Інноваційні засади управління підприємствами в умовах сталого розвитку» ТНТУ імені Івана Пулюя, (Тернопіль, 25 березня 2016 року). – 2016. – С. 54-55. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/15544/2/Conf_2016_Korniychuk_A-Goodwill_is_the_innovative_54-55.pdf
6. Гончарова К. Особливості оцінки рівня ділової репутації топ-менеджменту банку в банківських установах України // Ефективна економіка. – 2015. – № 15. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4867>
7. Анісимов А. Честь, гідність, ділова репутація: громадсько-правовий захист // М., 1994. – 120 с.
8. Цивільний кодекс України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15/page18>
9. Тростянська К. Управління репутаційним ризиком організації, сучасний стан та проблемні аспекти // Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. – 2013. – Т. 18. – № 1. – С. 207-215.