

8. Дубина М.П. Значення сільськогосподарської кооперації в аграрному секторі економіки / М.П. Дубина // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21,8 – С. 204–209.
9. Решетникова Т.П. Організаційно-економічні методи управління конкурентоспроможністю підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.06.01 / Т.П. Решетникова ; Донецький нац. ун-т. – Донецьк, 2003. – 16 с.
10. Кузьмін О.С. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : [навч. посіб. для студ. спец. «Міжнародна економіка»] / О.С. Кузьмін, Н.І. Горбаль. – Львів : Компакт-ЛВ, 2005. – 304 с.
11. Балабанова Л.В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга : [монография] / Л.В. Балабанова, А.В. Кривенко. – Донецк : ДонГУЭТ, 2004. – 147 с.
12. Бондаренко Г.С. Управління конкурентоспроможністю автотранспортного підприємства : автореф. дис. ... канд. економ. наук : спец. «Підприємництво, менеджмент та маркетинг» / Г.С. Бондаренко. – Х., 2001. – 19 с.
13. Галелюк М.М. Система управління конкурентоспроможністю машинобудівного підприємства / М.М. Галелюк // Вісник економічної науки України. – 2008. – № 2. – С. 14–27.

Аннотация. В статье определено теоретическое значение конкурентоспособности. Рассмотрены подходы исследователей к сущности понятий «конкурентоспособность», «управление конкурентоспособностью». Проанализированы основные смысловые элементы и сформулировано авторское определение каждого из понятий.

Ключевые слова: сельскохозяйственная кооперация, сельскохозяйственные кооперативы, конкурентоспособность, управление конкурентоспособностью, управление конкурентоспособностью сельскохозяйственных кооперативов.

Summary. In the article certainly theoretical value of competitiveness. Approaches of research workers are considered in relation to essence of concept «competitiveness», «management by a competitiveness». Basic semantic elements are analysed and author determination is formulated each of concepts.

Key words: agricultural co-operation, agricultural co-operative stores, competitiveness, principles of competitiveness, management by the competitiveness of agricultural cooperative stores.

УДК 336.71

Христин А. І.

*аспірант кафедри банківської справи
Одеського національного економічного університету*

Khrystin A. I.

*PhD of Banking Department
Odessa National Economic University*

СУТНІСТЬ ТА ЧИННИКИ ВИНИКНЕННЯ РЕПУТАЦІЙНОГО РИЗИКУ БАНКІВ

ESSENCE AND FACTORS OF THE BANKS' REPUTATION RISK ORIGIN

Анотація. У статті проведено аналіз сучасних теоретичних положень щодо визначення сутності репутаційного ризику банку та прикладних проблем оцінки й управління таким ризиком. Доведено, що ризик втрати ділової репутації виникає як наслідок дії внутрішніх і зовнішніх чинників: недотримання банком законодавства України; здійснення ризикованої кредитної, інвестиційної, ринкової та рекламної політики; недоліки в кадровій політиці та в організації системи внутрішнього контролю; публікації у ЗМІ негативної інформації про банк. На засадах сучасних методів управління ризиками запропоновано розробити методичний інструментарій, що дає змогу оптимізувати вплив репутаційного ризику на діяльність банку.

Ключові слова: банк, репутаційний ризик, механізм управління, ділова репутація, довіра, чинники впливу, негативна інформація.

Постановка проблеми. Процеси фінансової глобалізації, лібералізації руху капіталів, концентрації банками значних обсягів капіталу, активів та зобов'язань, що характеризуються великим обсягом і складністю операцій, системною пов'язаністю та складною замінністю, приводять до виникнення та накопичення великої кількості ризиків, одним з яких є репутаційний.

Ускладнення сучасної банківської діяльності з урахуванням впливу інформаційних та комунікаційних техно-

логій призведе до необхідності постійного вдосконалення процесів управління ризиками, що мають різні зони формування та прояви. Це обумовлює практичну необхідність раціональної організації управління ризиками як одного з головних елементів банківської діяльності.

За якісного управління ризиками у суспільстві формується позитивна думка та довіра до банку, що забезпечує йому конкурентоспроможність на фінансовому ринку

та сталий розвиток. За таких обставин набувають особливого значення питання ідентифікації, виміру, регулювання та нагляду за ризиками банків, для ефективного вирішення яких необхідно передусім своєчасно визначити чинники їх виникнення та формування.

В останні роки серед певного набору банківських ризиків виділяється ризик утрати ділової репутації банку, який є найменш вивченим та не врегульованим, тому недооцінюється в багатьох банках. Найбільш негативний вплив ризику втрати ділової репутації проявляється в різкому відтоку вкладів населення, що призводить до зниження ліквідності банку та погіршення його фінансової стійкості, тому виникає необхідність уточнення й логічного впорядкування чинників, які сприяють виникненню репутаційних ризиків. Зазначене обумовлює актуальність даного дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам визначення сутності та формування методів управління операційним ризиком присвячено наукові праці як іноземних дослідників: Г. Даулінга, А. Замана, В. Нельсона, В. Хенні тощо, так і вітчизняних: О. Гребешкової, Н. Маслової, О. Чорної, Н. Пилипів та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Разом із тим аналіз наукової літератури, законодавчих актів дає змогу стверджувати, що невирішеними проблемами залишаються теоретичні та прикладні підходи до визначення сутності, необхідності управління, оцінки та методів регулювання репутаційного ризику банків. Для вирішення зазначених проблем передусім необхідно виділити чинники, які впливають на репутацію банку, визначити їх види та можливий ступінь негативного впливу на результати банківської діяльності.

Мета статті полягає у дослідженні сутності репутаційного ризику банків та визначенні чинників, що впливають на ділову репутацію банку.

Завдання статті полягають в емпіричному аналізі сутності й особливостей прояву репутаційного ризику банку, визначенні необхідності формування дієвих методів управління, а також систематизації зовнішніх та внутрішніх факторів, що впливають на ризик репутації.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах діяльності банків питання їх ділової репутації та, як наслідок, довіри з боку клієнтів і ділових партнерів особливо гостро постає в період фінансових криз. Так, причиною виникнення фінансових криз 1998 р. і 2008–2009 рр. стала нестабільність діяльності комерційних банків унаслідок низької довіри клієнтів, що є відображенням негативної ділової репутації [1, с. 3].

У своїй науковій праці Н. Маслової стверджує, що для фінансово-кредитних організацій ділова репутація великою мірою визначає переваги клієнтів і партнерів, забезпечує міцність та ефективність ділових зв'язків, фінансові показники та ринкове благополуччя банку [2, с. 27].

Загальні та спеціальні підходи до оцінки та управління ризиком репутації банків висвітлено в нормативних матеріалах Національного банку України та рекомендаціях Базельського комітету з банківського нагляду.

Так, Національний банк України пропонує визначити ризик репутації банку у такий спосіб: ризик репутації – це наявний або потенційний ризик для надходжень і капіталу, який виникає через несприятливе сприйняття іміджу банку клієнтами, контрагентами, акціонерами (учасниками) або органами нагляду, який впливає на спроможність банку встановлювати нові відносини з контрагентами, надавати нові послуги або підтримувати наявні відносини, та може призвести банк (або його керівників) до фінансових утрат або зменшення клієнтської бази, притягнення до адміністративної, цивільної або кримінальної відповідальності [3].

Зауважимо, що наднаціональні органи регулювання – «Велика двадцятка» і Базельський комітет із банківського нагляду – ретельно досліджували причини кризи 2008 р., а також системні ризики і чинники, що сприяють їх виникненню, накопиченню та реалізації. Базельський комітет у проміжних консультативних документах висвітлює такі важливі моменти, що пов'язані з репутаційним ризиком банків:

- репутаційний ризик можна визначити як ризик, що виникає внаслідок негативного сприйняття з боку покупців, контрагентів, акціонерів, інвесторів і регуляторів, який може вплинути на здатність банку підтримувати існуючі або встановлювати нові ділові відносини та отримувати тривалий доступ до джерел фінансування;

- репутаційний ризик, зазвичай через неявні механізми впливу, може привести до підвищення кредитних, ринкових і правових ризиків, а також ризиків ліквідності, кожен з яких, своєю чергою, може негативно позначитися на прибутку, ліквідності або капіталі банку;

- керівники банку повинні вжити відповідних внутрішніх нормативних документів (policies) та процедур для ідентифікації чинників і джерел репутаційного ризику під час виходу на нові ринки, впровадження інноваційних продуктів та послуг або напрямів діяльності. Крім того, процедури стрес-тестування повинні враховувати репутаційний ризик, щоб керівництво мало чітке уявлення про його наслідки [4].

Необхідно зазначити, що в остаточному варіанті рекомендацій «Базеля III» репутаційні ризики не згадуються. У розділі «Моніторинг» зазначеного документа основна увага приділяється незалежним стандартизованим інструментам аналізу ризиків контрагента (кредитних і комплаєнс-ризиків), зокрема визначається таке:

- щоб зрозуміти основні аспекти потреби в банківській ліквідності, банкам слід часто проводити дослідження можливих невідповідностей у договірних відносинах. Такий підхід корисний для порівняння профілів ризиків різних інститутів і виявлення банками і регуляторами моменту, коли може виникнути необхідність у додатковій ліквідності;

- засоби моніторингу ринку – джерела оперативних сигналів про можливі проблеми з ліквідністю – повинні включати додаткові дані про юридичних осіб, які дозволяють оцінити їх фінансовий стан, засоби й умови фінансування [5].

Такий перехід рекомендацій Базельського комітету, на нашу думку, від репутаційних ризиків до ризиків взаємодії з контрагентами пояснюється тим, що нівелювання ризиків утрати ділової репутації часто зводиться до впровадження процедур аналізу кредитних та комплаєнс-ризиків.

Здійснення постійного контролю банками негативних відгуків у пресі і соціальних мережах, а також безпосередніх відгуків клієнтів є лише одним із засобів вирішення більш широкого завдання. Проте перевірка відгуків поступово стає частиною кредитного, а іноді і комплаєнс-звіту та поряд з іншими заходами включається в розділ «Контроль репутації» (Reputation check) [5].

Отже, репутаційні ризики – це ризики виникнення в банку збитків через формування в суспільстві негативного уявлення про його фінансову стабільність або якість продуктів та послуг. Репутація представляє собою якісну оцінку діяльності банку, авторитет його реальних власників.

Аналіз проблем виникнення, ідентифікації та управління репутаційними ризиками в банківській системі України дає змогу стверджувати, що ризики переважно виникали та накопичувалися за умови стрімкого розвитку роздрібного банківського бізнесу з початку 2000 р., а реалізувалися ризики в період кризи, у 2008–2009 рр., коли банки були не в змозі своєчасно виконувати фінансові зобов'язання перед клієнтами, насамперед – перед вкладниками. Справа в тому, що саме населенню притаманні так звані банківські паніки,

тому для роздрібного банку репутація повинна бути важливою та переважаючою. Але українські банки в умовах кредитної експансії та кредитного буму приділяли ризику втрати довіри недостатньо уваги. Незважаючи на негативний вплив клієнтської паніки на діяльність «Промінвестбанку», не всі банки формували ефективну превентивну політику управління потенційними репутаційними ризиками.

Конкретні приклади банків, ефективно керуючих репутаційними ризиками, привести важко (ефективність може бути перевірена тільки негативними подіями), однак можна припустити, що банки, які активно кредитують або залучають вклади населення, повинні прагнути сформувавши позитивну ділову репутацію.

Принциповим моментом в управлінні ризиком втрати ділової репутації є те, що не до всякого банку він може бути віднесений повною мірою. Ризик утрати ділової репутації актуальний тільки для банків, що мають позитивну ділову репутацію. Якщо банк має негативну ділову репутацію, то даний вид ризику йому не властивий.

У цілому для визначення впливу кризових ситуацій на діяльність банків експерти ранжують банківські ризики за ступенем важливості в такий спосіб: кредитний ризик – 60%; ризик ліквідності та платоспроможності – 55%; валютний ризик – 42%; цінновий ризик – 35%; операційний ризик – 30%; ризик репутації – 20%; IT-ризик – 18%; інфляційний ризик – 10% [6].

Зазначимо, що найбільший рівень ризику притаманний кредитному, репутаційний становить 20%, водночас загальна комп'ютеризація банківської діяльності також може призводити до серйозних репутаційних втрат.

Отже, питання оцінки ризику втрати ділової репутації й управління ризиком ділової репутації є вкрай актуальними як для іноземних, так і для вітчизняних банків. Зазначені проблеми активно вивчаються вченими та розробляються експертами, з'явився навіть термін «репутаційна економіка» (Reputation Economy), означаючий, що для клієнта набагато важливіше «хто ви», чим «що ви продасте» [7].

Наприклад, Reputation Institute, що пропонує клієнтам в усьому світі власну систему оцінки й управління репутацією, виділяє такі етапи управління репутаційним ризиком:

- вивчення та первинний вимір ризику;
- настроювання (customization) параметрів вивчення й управління;

- інтеграція в системи бізнес-планування;
- крос-функціональна реалізація та звітність;
- повна інтеграція з довгостроковою стратегією та бізнес-плануванням. Рекомендовані етапи управління репутаційним ризиком, на нашу думку, можуть бути використані банками під час формування стратегії управління ризиками втрати ділової репутації.

Зауважимо, що для формування ефективної системи управління репутаційним ризиком банку (ризиком втрати ділової репутації) як одного з банківських ризиків під час її побудови необхідно враховувати дію внутрішніх і зовнішніх факторів, основними з яких є:

- недотримання банком законодавства України, внутрішніх документів, звичаїв ділового обороту, професійної етики, невиконання договірних зобов'язань;
- здійснення ризикованої кредитної, інвестиційної, ринкової та рекламної політики, високого рівня операційного ризику, недоліків в організації системи внутрішнього контролю;
- недоліки в кадровій політиці під час підбору та розміщення кадрів;
- публікації у ЗМІ негативної інформації про банк.

Прикладом матеріалізації ризику втрати ділової репутації є швидке зниження ліквідності банку внаслідок закриття на нього лімітів на міжбанківському ринку та панічного відтоку вкладів населення.

Специфіка даного виду ризику ускладнює його кількісний аналіз: імовірність виникнення ризику може оцінюватися тільки експертним шляхом, як і кореляція між виникненням ризикової події та розміром збитку.

Таблиця 1

Основні внутрішні та зовнішні чинники виникнення та посилення репутаційного ризику банку

ВНУТРІШНІ ФАКТОРИ	ЗОВНІШНІ ФАКТОРИ
Недотримання банком і його персоналом законодавства, установчих і внутрішніх документів банку, правових норм, принципів професійної етики	Виникнення в банку конфлікту інтересів з акціонерами, клієнтами, партнерами, ЗМІ, іншими зацікавленими особами
Недоліки кадрової політики під час підбору та розміщення кадрів, некомпетентність або безвідповідальні дії персоналу й органів управління; трудові конфлікти	Негативна оцінка діяльності банку, висловлена зовнішніми аудиторськими організаціями, владними або контролюючими органами, впливовими та відомими клієнтами
Внутрішнє шахрайство з боку працівників банку; витік інформації (розголошення комерційної таємниці); свідомі дії співробітників, що підривають репутацію банку (диверсії)	Опублікування негативної інформації про банк у ЗМІ й Інтернеті, критичне обговорення діяльності банку в Інтернет-блогах
Недостатня прозорість діяльності банку	Зниження рейтингів банку рейтинговими агентствами
Неконкурентне та неетичне поведіння банку на ринку банківських послуг	Лідерство або прагнення до лідерства на ринку банківських послуг
Неефективна система відносин зі ЗМІ	Несумлінне (некомерційне) поведіння банків-конкурентів
Невиконання банком договірних зобов'язань перед вкладниками, позичальниками, інвесторами, партнерами	Загальна негативна ситуація (економічна, політична, демографічна, соціальна тощо) у світі, країні, банківській системі
Недоліки в організації системи внутрішнього контролю й управлінні ризиками банку, у тому числі репутаційними	Розпускання помилкових (необґрунтованих) слухів і інформації про діяльність банку, пред'явлення різних претензій і обвинувачень на адресу банку з боку різних груп громадськості
Нездатність банку ефективно здійснювати свою діяльність та якісно надавати послуги своїм клієнтам (неефективний менеджмент)	Суспільна думка про банк
Відсутність роботи над образом банку й контролю над іміджем	Надзвичайна подія, що порушує діяльність банку
Здійснення банком ризикованої ринкової й інвестиційної політики, участь у сумнівних ризикованих альянсах і партнерствах	

Для виявлення й оцінки (у тому числі з урахуванням довгострокової перспективи) чинників виникнення ризику втрати ділової репутації ризик-менеджмент банку повинен проводити реорганізаційне управління ризиком втрати ділової репутації, що повинне здійснюватися в рамках вбудованої в банку системи управління всіма банківськими ризиками. Автором систематизовано основні чинники виникнення та посилення репутаційного ризику (табл. 1).

Із наведеної таблиці видно, що існує велика кількість чинників, які сприяють виникненню репутаційних ризиків, при цьому зроблено висновок, що найбільш яскраво й істотно репутаційний ризик проявляється під час виникнення ситуації публічних скандалів.

Зазначимо, що вплив різних чинників на репутаційні ризики є досить складним та взаємопов'язаним процесом: часто один чинник ризику породжує появу іншого, чим ще більше підсилює репутаційні ризики (наприклад, недостатня інформаційна прозорість банку (внутрішній фактор) може викликати внутрішнє шахрайство з боку його персоналу (внутрішній фактор), розпускання помилкових (необґрунтованих) слухів про діяльність банку (зовнішній фактор), опублікування негативної інформації про банк у ЗМІ).

Розуміння керівництвом банку сутності ризику втрати ділової репутації та необхідності управління ним на сучасних засадах засобів мінімізації можливих втрат зазвичай викладаються в пояснювальній записці до річної звітності банку. Цікавий факт: відповідно до звітності, деякі банки під ризиком втрати ділової репутації розуміють тільки появу негативних публікацій у ЗМІ, і, відповідно, управління цим ризиком полягає в призначенні спеціального співробітника, що відслідковує такі публікації. Зазначене, на нашу думку, теж підтверджує необхідність урахування дії всіх чинників репутаційного

ризиком під час створення ефективної системи управління ризиком втрати ділової репутації.

Висновки. Проведене дослідження свідчить, що відмінними рисами репутаційного ризику банку, що визначають його специфіку, є те, що цей ризик:

– безпосередньо пов'язаний із проблемою зменшення рівня або втрати довіри, авторитету, поваги та лояльності до банку з боку різних груп громадськості;

– підсилюється, коли існує розрив у сприйнятті банку корпоративною аудиторією та самим банком;

– негативно позначається на образі всього банку (саме образ і його складові частини – імідж і репутація – є головними об'єктами репутаційного ризику) і приводить до виникнення різних, досить важких наслідків для банку;

– впливає на всі види діяльності банку, погіршуючи його фінансову стійкість, збутові можливості, здатність відповідати за своїми зобов'язаннями;

– здатний перетворюватися та викликати появу інших ризиків (від форс-мажорних подій до внутрішніх корпоративних ризиків), зокрема ризик втрати ліквідності.

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.

Проведений аналіз дав змогу зробити висновок, що в сучасній теорії та практиці банківського ризик-менеджменту відсутній повноцінний і адекватний механізм управління репутаційним ризиком, що враховує внутрішні та зовнішні чинники впливу на виникнення такого ризику. У зв'язку із цим на засадах сучасних методів управління ризиками необхідно розробити методичний інструментарій, що дає змогу оптимізувати вплив даного ризику на банк.

Список використаних джерел:

1. Пилипів Н.І., Пилипів М.І. Проблеми формування ділової репутації комерційних банків для функціонування системи ділового партнерства : матеріали науково-практичної конференції молодих учених та студентів (02 квітня 2015 р.) / Н.І. Пилипів, М.І. Пилипів. – Івано-Франківськ : Івано-Франківський університет права імені Короля Данила Галицького, 2015 р. – 306 с.
2. Маслова Н. Бренд банку: сутність, елементи, вплив на клієнтів / Н. Маслова // Вісник КНТЕУ. – 2010. – № 5. – С. 24–32.
3. Постанова Національного Банку України «Положення про здійснення банками фінансового моніторингу» від 26.06.2015 № 417 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/v0417500-15>.
4. Basel Committee on Banking Supervision (2009). Consultative Document. Proposed Enhancements to the Basel II Framework [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bis.org/publ/bcbs150.pdf>.
5. Basel Committee on Banking Supervision (2011). Basel III: a Global Regulatory Framework for More Resilient Banks and Banking Systems [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bis.org/publ/bcbs189.pdf>.
6. Использование природоохранной идеологии в формировании имиджа предприятий [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://sci.aha.ru/ARC/d12.htm>.
7. Kasper Ulf Nielsen, Nicolas Georges Trad. Can Banks Recover Their Reputations. Reputation Institute White Paper [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.reputationinstitute.com/thought-leadership/whitepapers>.

Анотація. В статті проведено аналіз сучасних теоретических положень по визначенню сутності репутаційного ризику банку та прикладних проблем оцінки та управління таким ризиком. Доказано, що ризик втрати ділової репутації виникає як наслідок дії внутрішніх та зовнішніх факторів, таких як: невиконання банком законодавства України; здійснення ризикованої кредитної, інвестиційної, ринкової та рекламної політики; недоліки в кадровій політиці та в організації системи внутрішнього контролю; публікації в ЗМІ негативної інформації про банк. На основі сучасних методів управління ризиками запропоновано розробити методичний інструментарій, що дає змогу оптимізувати вплив репутаційного ризику на діяльність банку.

Ключові слова: банк, репутаційний ризик, механізм управління, ділова репутація, довіра, фактори впливу, негативна інформація.

Summary. The aim of this article was to analyze the modern theoretical positions determining the nature of reputational risk of the bank and to apply problems in the evaluation and management of such risks. It was proved that the risk of loss of reputation arises as a consequence of the internal and external factors, such as: non-bank legislation of Ukraine; implementation of credit risk, investment, market and promotional policies; deficiencies in personnel policy and the organization of internal control; publications in the media with the negative information about the bank. It was proposed to develop methodological tools on the basis of modern risk management techniques in order to optimize the impact on reputational risk of the bank.

Key words: bank, reputational risk management mechanism, goodwill, trust, influence factors, negative information.