УДК 338.2

***Д.Б. Левченко***

***Науковий керівник: к.е.н. О.М. Мартин***

***м. Львів, Львівський державний університет безпеки життєдіяльності***

**ДІЛОВА РЕПУТАЦІЯ БАНКУ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ**

Ділова репутація сьогодні є одним із індикаторів (показників) ефективності системи економічної безпеки банку. Вона на результати діяльності банку, формує перспективи його розвитку, в сучасних умовах набуває фінансового і стратегічного значення. Банківська діяльність потребує невпинного втручання та контролю за цими процесами, а також грамотного управління ними для досягнення банками економічних вигод та поставленої мети.

Економічна безпека банку – це інтегральна категорія, яка визначається як стан, за якого при найбільш ефективному використанні матеріальних, інтелектуальних та фінансових ресурсів реалізуються його основні інтереси, забезпечується стабільність функціонування, фінансово-комерційний успіх, прогресивний розвиток, гарантується захист фінансового та кадрового потенціалу від усіх видів загроз та дестабілізуючих факторів, а також здатність миттєво реагувати на зміни внутрішнього та зовнішнього середовищ, що забезпечить конкурентну перевагу на ринку банківських послуг, зумовлену відповідністю потенціалу й організаційної структури банку його стратегічним цілям і завданням [1, с. 14]. Фактично забезпечення економічної безпеки банку відбувається як безперервний процес, який виступає як цілеспрямована, науково обґрунтована діяльність комерційного банку, яка спрямована на захист життєво важливих його інтересів. Серед численних чинників, що впливають на економічну безпеку банку, до яких у вітчизняній та зарубіжній літературі науковці відносять ступінь впровадження інновацій; рівень ліквідності; охорону інформації; забезпечення прибутковості; кваліфікація співробітників; забезпечення високої винагороди персоналу; організаційна система банків; збереження активів [2, с. 138], на наш погляд, важливо відмітити значення ділової репутації банку.

Ділова репутація є своєрідною унікальною характеристикою кожного банку , її не можна замінити новою технікою чи технологією, не можна скопіювати в іншого підприємства і використати в себе, не можна купити на ринку або отримати без власних зусиль. Ділова репутація розвивається і отримується банком в процесі свого розвитку, в результаті вона впливає на рівень економічної безпеки. Ділова репутація банку – це думка, яка склалася про нього у процесі реальної взаємодії з різними учасниками ринку. Ділова репутація банку складається впродовж певного періоду, але її формування можна прискорити, якщо постійно її оцінювати і підтримувати, тобто управляти, забезпечуючи банкові стабільний стратегічний розвиток. Управління діловою репутацією банку є як складним процесом, який базується на взаємозалежності усіх елементів системи управління репутацією, відповідності усіх елементів управління єдиній меті та стратегії, дотриманні законодавчих норм і правил, використанні постійно інноваційних технологій і методів управління, стимулюванні підвищення кваліфікації персоналу.

Українські науковці відзначають, що банки, які мають високий рівень ділової репутації, мають, відповідно, і стратегічні переваги, а саме [3, с. 44]:

– збільшення конкурентних переваг банку в умовах кризи довіри до бізнесу, особливо фінансової та банківської сфер;

– можливість активно контролювати й управляти ризиками, що стоять перед банком;

– збалансованість фінансових і соціальних імператив діяльності, що сприятиме довгостроковому успіху ведення бізнесу.

Сьогодні перед українськими банками постало два важливих завдання – це формування високого рівня ділової репутації і повернення довіри до банків. На наш погляд, це завдання можна вирішити лише створивши нову систему відносин «банк – ринок банківських послуг – суспільство». Така модель активізації банківської діяльності перетворює банк з об’єкта впливу чинників невизначеного середовища на активний суб’єкт соціально-відповідального бізнесу, що сприятиме підвищенню рівня його репутації. Це в цілому сприятиме підвищенню рівня економічної безпеки банку, економічної безпеки національної економіки, стабільному та безпечному соціально-економічному розвитку суспільства. Управління діловою репутацією як системним бізнес-процесом банку сьогодні виступає як комплекс послідовно здійснюваних заходів щодо формування, підтримки, захисту та перспективного розвитку й підвищення ділової репутації, який реалізується через п’ять етапів: оцінку ділової репутації банку; розробку програми покращення репутації банку; оцінку інтегрального ризику зниження/втрати репутації банку; коригування програми покращення репутації; контроль за зміною ділової репутації банку.

Напрямами покращення ділової репутації банків через призму соціальної відповідальності, які повинен реалізувати банк в найближчий час, є захист вкладів приватних осіб від інфляції, запровадження мікрокредитування специфічної групи клієнтів, як іммігранти, тимчасово переміщені особи, надання консультацій з фінансових та боргових питань клієнтам банку, недопущення використання незаконних фінансових операцій, чесне виконання прямих соціальних зобов’язань, розвиток цільових соціальних програм, пов’язаних з професійною підготовкою персоналу, охороною праці та здоров’я працівників, сприяння дотриманню легальності банківського бізнесу, розвиток молодіжного кредитування житла, організація шкіл фінансової грамотності для різновікових груп населення, підтримка місцевих громад шляхом розвитку соціальних програм, надання малим підприємствам і громадянам фінансових послуг, розвиток різноманітних програм мікрокредитування, створення благодійних програм, надання допомоги інтернатам, лікарням тощо, а також системи «зеленого» банку (екологічні програми кредитування клієнтів на купівлю екологічних автомобілів, фінансує побудову екологічного житла).

Покращення управління діловою репутацією в контексті зміцнення економічної безпеки банків необхідно здійснювати на основі покращення планування і розробки нової стратегії управління діловою репутацією банку. Підвищенню ділової репутації банку повинна сприяти використання орієнтованого підходу на основі маркетингу і пошуку цільових (репутаційних) аудиторій. Цей напрям повинен носити соціально орієнтоване забарвлення, тобто соціальну спрямованість розвитку.

Як свідчить досвід розвитку ділової репутації та програм корпоративної соціальної відповідальності у західних країнах, постійно треба мати на увазі, що процес формування ділової репутації, управління її розвитком та підвищенням не можна розуміти як разовий захід підвищення конкурентоспроможності, він повинен постійно супроводжувати основну діяльність.

**Список використаної літератури:**

1. Штаєр О. М. Удосконалення механізму управління безпекою банку: автореф. дис. … канд. ек. наук: 08.00.08 — Фінанси, грошовий обіг і кредит / Штаєр Оксана Михайлівна; Харківський національний економічний університет. – Харків, 2013. – 23 с.

2. Захаров О.І. Організація та управління економічною безпекою суб’єктів господарської діяльності :навчальний посібник / О.І. Захаров, П.Я. Пригунов. – К., 2008. – 257 с.

3. [Пилипів Н.І.](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=A=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9F%D0%B8%D0%BB%D0%B8%D0%BF%D1%96%D0%B2%20%D0%9D$) Проблеми формування ділової репутації комерційних банків для функціонування системи ділового партнерства / Н.І. Пилипів, М.І. Пилипів // [Актуальні проблеми розвитку економіки регіону](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9673076). – 2014. – Вип. 10(1). – С. 40-49.