

УДК 311.21:347.715-044.3:336.71

Я. В. Колеснік,*кандидат економічних наук, провідний економіст,
Національний банк України,
E-mail: yana.kolesnik@bk.ru*

Статистичні підходи до оцінювання ділової репутації банківських установ

Проаналізовано визначення ділової репутації, розглянуто різні підходи до оцінки ділової репутації та її обліку як нематеріального активу банку. Запропоновано статистичний експрес-метод оцінки ділової репутації на основі матриці параметрів.

Ключові слова: банк, ділова репутація, ризик втрати ділової репутації, гудвіл, рейтинг.

На сучасному етапі Україна активно залучена в процеси глобалізації, однією з ключових сфер якої є фінансова, зокрема функціонування банківської системи. Тому вивчення методів оцінки ділової репутації та управління нею з кожним роком набуває все більшої актуальності. Наразі поняття “ділова репутація” не має єдиного, загальноприйнятого визначення. На основі аналізу літературних джерел можна виділити декілька поглядів на цей предмет дослідження.

Комерційний банк – це, перш за все, фінансовий посередник, націлений на отримання прибутку і надання послуг юридичним та фізичним особам у високо конкурентному середовищі, а тому хороша ділова репутація – це найважливіший фактор успішної діяльності. Погіршення ділової репутації здатне миттєво підірвати фінансову стійкість банку, а також викликати застосування заходів пруденційного нагляду аж до відкликання ліцензії.

В опублікованих результатах досліджень таких вітчизняних і закордонних авторів, як О. Васюренко, Ж. Довгань, Л. Домбровська, С. Катрин, О. Кириченко, Ф. Мар, А. Феринг, О. Чорна наведено окремі підходи до оцінювання репутації банків. Аналогічні матеріали містяться у рекомендаціях Базельського комітету з банківському нагляду і в нормативних актах Національного банку України (далі – НБУ) [1; 2; 3]. У роботах учених встановлено сутність ризику репутації банку та визначено підходи до формування його позитивного іміджу. Разом з тим, на сьогодні відсутні дослідження кількісної оцінки репутації банку.

Метою статті є визначення основних підходів до виконання статистичного (кількісного) оцінювання ділової репутації банківських установ.

З погляду бухгалтерського обліку, ділова репутація – це нематеріальний актив, що дає банку стійку конкурентну перевагу на ринку [4]. В українському праві ділова репутація – це нематеріальне благо, яке представляє собою оцінку діяльності

особи (як фізичної, так і юридичної) з позиції її ділових якостей. Ділова репутація може враховуватись у складі нематеріальних активів поряд з авторськими правами, ноу-хау і торговими марками, може бути як позитивною, так і негативною [5].

Законодавством України ділова репутація банку визначається як “... 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” [6]. Учасниками цивільного обороту при цьому є не тільки клієнти і контрагенти банку, а і наглядові органи, які в першу чергу цікавлять рівень фінансової стійкості банку, а не його імідж або рекламний образ.

Вважаємо, що найбільш доцільним є дотримання такого визначення: ділова репутація банку – це динамічна характеристика його поведінки, що формується в суспільстві протягом досить тривалого періоду часу. Вона складається на основі інформації – як публічної, так і тої, що надходить із професійних співтовариств, – про методи ведення бізнесу в різних ситуаціях.

Отже, ділову репутацію банку можна розглядати як своєрідний “рейтинг” банку з погляду різних цільових груп, отриманий у результаті комплексного оцінювання, виконаного, у тому числі, і статистичними методами. Ділова репутація банку формується під впливом ряду факторів, включаючи: фінансовий стан; репутацію першої особи банку; соціальну позицію банку (наприклад, наявність благодійних програм); якість сервісу; поведінку персоналу; рекламну та брендову політику; взаємини з державою і регулюючими органами; географію банку; наявність авторитетних клієнтів і міжнародного визнання (участь у міжнародних проектах, рейтинги, премії та ін.). Тобто можливі такі підходи: з одного боку, ділова репутація – це важлива якісна характеристика громадської думки про організацію, з іншого – один із нематеріальних

активів організації, який підлягає статистичному (кількісному) оцінюванню.

Якісна оцінка ділової репутації. Рейтинговий метод оцінки ділової репутації полягає в ранжуванні групи банків за рядом показників. За експертів, що оцінюють відповідність організації тим чи іншим критеріям, можуть виступати як професійні експерти, так і референтні групи населення (аналог соціологічних опитувань). Прикладами складання незалежними організаціями рейтингів ділової репутації є рейтинги журналу “Fortune” і газети “Financial Times”.

В Україні дослідження, присвячене діловій репутації українських банків, щорічно проводять провідний український бізнес-портал Delo.UA та бізнес-портал Prostobankir.com.ua.

Рейтинги впізнаваності та довіри споживачів складаються за результатами опитування громадської думки на основі міжнародної методики Global Reputation Index (GRI), розробленої відповідно до управлінських принципів Reputation Institute [7]. Серед чинників, що враховуються цією методикою, зазначимо “дружелюбність” зовнішнього середовища до компанії, знання споживачами окремих брендів і ставлення до них, а також якість інформаційного поля (обсяг і тональність згадувань про компанію в засобах інформації).

Крім рейтингів ділової репутації, існують близькі до них рейтинги корпоративного управління (РКУ). В рамках РКУ отримують оцінку багато факторів, що безпосередньо впливають на рівень ділової репутації компанії, насамперед взаємини між акціонерами, менеджментом, радою директорів та іншими фінансово зацікавленими особами. Наявність високого рейтингу корпоративного управління працює на поліпшення ділової репутації компанії. На жаль жоден з банків такого рейтингу поки не має. Існує рекомендаційний метод, який полягає в обговоренні ділової репутації фірми експертами PR-компаній і у виробленні рекомендацій щодо її поліпшення. Так само, як і при рейтинговому методі, фахівці аналізують кожен компонент ділової репутації оцінюваної компанії, але ніякого порівняння з іншими учасниками ринку не проводять. За результатами подібного дослідження складають аналітичну довідку, що передається менеджменту банку.

Кількісна оцінка ділової репутації. Світова практика визнає, що ділова репутація є нематеріальним активом компанії та має свою вартість. При цьому можлива оцінка як ринкової, так і балансової вартості ділової репутації. Наприклад, маркетингологи під оцінкою ділової репутації розуміють оцінку бренду компанії.

Технологія складання рейтингів заснована на використанні методу надлишкових прибутків. Цей метод передбачає, що репутація – це бренд, який допомагає компанії отримувати більше при-

бутку порівняно з ситуацією, якби вона продавала небрендований товар. Розрахунок вартості ділової репутації відбувається у два етапи. На першому виявляють надлишкові доходи, що з'явилися за рахунок впливу бренду. На другому отриманий результат множать на спеціальний експертний коефіцієнт, спосіб знаходження якого – ноу-хау компаній “Brand Finance” і “Interbrand” (зазначимо, що закритість способу розрахунку цього коефіцієнта є найслабшою стороною методу) [8; 9].

Ділова репутація, що виникла у зв'язку з придбанням майнового комплексу (в цілому або його частини), враховується у складі нематеріальних активів. Для цілей бухгалтерського обліку вартість придбаної ділової репутації визначається розрахунковим шляхом як різниця між купівельною ціною, що сплачується продавцю при придбанні майнового комплексу кредитної організації (в цілому або його частини), та сумою всіх активів (їх відповідної частини) за вирахуванням суми всіх зобов'язань (їх відповідної частини) з бухгалтерського балансу на дату її покупки (придбання). Активи і зобов'язання майнового комплексу (в цілому або його частини) повинні бути відображені в бухгалтерському балансі на дату його покупки (придбання) за залишковою вартістю, або за поточною ринковою вартістю, або за іншою вартістю, визначеною відповідно до договору про покупку (придбання) майнового комплексу. Придбана позитивна ділова репутація може перевірятися на зменшення корисності відповідно до українського законодавства і іншими нормативно-правовими актами [10; 11].

У зарубіжній діловій практиці матеріальна оцінка ділової репутації має назву гудвіл (англ. Goodwill). Гудвіл – це сукупність факторів ділової репутації, доброго імені фірми (бренду), вигідності розташування, впізнаваності торгової марки й іншого, що дозволяє зробити висновок про майбутнє перевищенні прибутковості цієї фірми порівняно з середньою прибутковістю аналогічних фірм. Гудвіл розраховується як різниця покупної вартості компанії і справедливої ринкової вартості чистих активів (вартість усіх її активів і зобов'язань з бухгалтерського балансу). Передача гудвілу означає передачу прав на фірму і її ділові зв'язки при продажу підприємства (наприклад, передача інфраструктури та інформації про клієнтів) [12].

Згідно з МСФЗ 3 “Об'єднання бізнесу”, гудвіл – майбутні економічні вигоди від використання активів, які неможливо індивідуально ідентифікувати та визнати окремо. МСФЗ 36 “Знецінення активів” вимагає не амортизувати гудвіл, що утворюється при злиттях і поглинаннях, а періодично проводити перевірку на предмет його знецінення шляхом переоцінки придбаної компанії. “Ділова репутація – актив, який представляє собою майбутні економічні вигоди від об'єднання бізнесу,

які не можуть бути визначені і визнані окремо від інших активів. Майбутні економічні вигоди від об'єднання бізнесу можуть виникнути в результаті ефекту від спільного використання придбаних ідентифікованих активів або виникнути від активів, які окремо незадовольняють критеріям визнання у фінансовій звітності" [13].

Банківські установи надають інформацію про ділову репутацію в таких формах звітності [14]:

- звіт про фінансовий стан – ділова репутація показується залежно від ступеня деталізації звіту про фінансовий стан у складі інших активів або окремою статтею, якщо подання такої інформації необхідно для розуміння фінансового стану кредитної організації;

- звіт про фінансові результати – визнаний у звітному періоді збиток від знецінення ділової репутації показується у складі інших операційних витрат або окремою статтею, якщо ця стаття є суттєвою і її роздільне подання необхідне для розуміння фінансових результатів діяльності кредитної організації.

Отже, гудвіл виникає, коли банк отримує стабільно високі прибутки і його прибуток на власний капітал вище середньогалузевого рівня. Позитивна ділова репутація збільшує вартість банку під час продажу або злиття, а негативна ділова репутація знижує її, у зв'язку з чим виникає необхідність управляти ризиком втрати ділової репутації банку.

Автор пропонує методику побудови рейтингової моделі оцінки ділової репутації на основі використання матриці параметрів, що дозволяє провести розподіл банків на однорідні групи з однаковою якістю ділової репутації.

До ділової репутації банку, що працює з клієнтами, контрагентами, партнерами, акціонерами та іншими цільовими групами, кожною такою групою пред'являється певний набір вимог. Крім універсальних банків, що працюють у всіх клієнтських сегментах банківського ринку і надають повний спектр банківських послуг, існує достатня кількість банків, спеціалізованих під конкретну ринкову нішу. Пред'являти однакові вимоги до оцінки ділової репутації усіх цих груп недоцільно, тому критерії оцінки ділової репутації повинні враховувати належність банку до тієї чи іншої групи. Наприклад, можна провести групування банків за розміром капіталу або активів. Крім того, вважаємо за доцільне виділити всередині кожної з цих груп універсальні банки і групу спеціалізованих банків. Залежно від необхідної деталізації всередині спеціалізованих банків також можливий подальший поділ на групи. Потім усередині кожної групи слід проводити окрему кластеризацію за єдиною схемою.

Для кожного банку в однорідній групі (порядковий номер $i = 1, 2, \dots, n$) визначається набір показників $K_i = (k_{1i}, k_{2i}, \dots, k_{ni})$, які повинні характеризувати ділову репутацію банку.

На наступному етапі для побудованих характеристик банку необхідно оцінити діапазон їх допустимих змін, що в загальному випадку може мати доволі складний вигляд. У найпростішому випадку, наприклад для експрес-оцінки репутації банку, діапазон допустимих значень показника можна задати деяким граничним числом (пороговим значенням), і банк вважається "хорошим" щодо цього показника, якщо відповідне значення більше (менше) порогового. Основні труднощі на цьому етапі – знаходження еталонної послідовності значень $K_0 = (k_{10}, k_{20}, \dots, k_{n0})$, з якою і буде порівнюватися конкретний набір K_i . Усі банки, що потрапили в один і той самий кластер, вважаються банками з однаковою "хорошою" діловою репутацією, хоча їх індивідуальні характеристики можуть істотно відрізнятися у рамках допустимих значень.

Для уніфікації отриманих результатів можлива заміна індивідуальної характеристики банку його бінарною характеристикою шляхом перетворення значення K_{ij} на 0 або на 1 (1 у разі, якщо k_{ij} потрапляє в інтервал допустимих значень, 0 – в іншому випадку). До однорідної групи потраплять банки з бінарними характеристиками, що збігаються або є близькими.

При такому підході основним питанням залишається підбір показників для оцінки ділової репутації і, відповідно, вибір еталонної послідовності для оцінки порогових значень. Основна складність цього дослідження, що підтверджує також і досвід зарубіжних авторів, полягає у відсутності або неповноті джерел якісної і достовірної інформації про внутрішні процеси в банках.

Для статистичної експрес-оцінки автором пропонується система показників ділової репутації однорідної групи комерційних банків, яка базується тільки на відкритих загальнодоступних даних.

1. Позитивний фінансовий результат банку за підсумками періоду.
2. Незниження розміру власного капіталу банку.
3. Норматив достатності (адекватності) регулятивного капіталу (не менше 10%) перевищує середній показник по банківській системі ($H2 = 14,54\%$ станом на 01.10.2016 року).
4. Банк не має порушень обов'язкових економічних нормативів.
5. Зростання обсягу залучених коштів не нижче середнього показника по банківській системі (станом на 01.10.2016 року це зростання по банківській системі склало 2,3%).
6. Частка кредитів клієнтам в активах не нижче 50%.
7. Прострочених позичок менше, ніж сформованих резервів на можливі втрати за позиками.
8. Основна частина доходів надходить від кредитування клієнтів (частка процентних доходів за кредитами перевищує 50% доходів).

9. Наявність у банку місії.

10. Доступність звітності банку.

11. Достатність обсягу інформації, що розкривається, про структуру власності банку відповідно до законів України і нормативних актів НБУ.

12. Інформативність сайту (регулярність оновлення, зручна навігація, наповнення).

13. Стія клієнтська база (нефінансовий сектор), приріст коштів клієнтів не нижче, ніж по банківській системі в цілому: 5,54% на 01.10.2016 року.

14. Помірна залежність від міжбанківського ринку (частка залучених коштів банку на міжбанківському ринку України не більше 25%, на 01.10.2016 року становить 29%).

15. Помірні середньозважені ставки по вкладах населення (не більше 14%).

16. Наявність рейтингу кредитоспроможності міжнародних та національних рейтингових агентств.

Кожному банку привласнювалися бали (0,5; 1 та 2) за всіма 16-ма запропонованими позиціями. Для оцінки банку по конкретній позиції використовувалися тільки відкриті джерела: дані розрахунку, дані про банк із сайту НБУ і дані власного сайту банку.

Підсумковий бал для кожного банку обчислювався підсумовуванням позицій 4, 5, 9–12 з ваго-

вим коефіцієнтом 0,5, позицій 2, 4, 7, 8, 13, 15, 16 – з коефіцієнтом 1 і позицій 1, 3, 14 – з коефіцієнтом 2. Потім розраховувалися результативний бал, середнє арифметичне значення і середньоквадратичне відхилення.

Аналізуючи отримані результати, було зроблено висновок про доцільність групування банків за такими підгрупами:

а) банки підгрупи 1 – бали, нижчі за середні;

б) банки підгрупи 2 – середні бали;

в) банки підгрупи 3 – бали, вищі за середні.

Отже, застосування вказаної методики дозволяє кожному банку оцінити своє становище в групі порівнянних за величиною банків. Зазначимо, що для спрощення розрахунків можливе використання скороченого набору показників. Разом з тим, кількісний аналіз ускладнюється через специфіку показників, що визначають імовірність виникнення певних ризиків, які, у свою чергу, оцінюються тільки експертним шляхом. Для оцінювання ризику втрати репутації доцільно проводити постійний моніторинг на основі розробленої банком системи показників. У цілому питання статистичного оцінювання й управління діловою репутацією банку вимагають подальшого опрацювання та наразі представляють безсумнівний як теоретичний, так і практичний інтерес.

Список використаних джерел

1. Основні принципи ефективного банківського нагляду [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=45251>
2. Методичні вказівки з інспектування банків “Система оцінки ризиків” : Постанова Правління НБУ від 15.03.2004 р. № 104 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/v0104500-04/page>
3. Положення про порядок реєстрації та ліцензування банків, відкриття відокремлених підрозділів : Постанова Правління НБУ від 08.09.2011 р. № 306 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1203-11>
4. Положення про застосування Національним банком України заходів впливу за порушення банківського законодавства : Постанова Правління НБУ від 17.08.2012 р. № 346 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1590-12/print1331069273780712>
5. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI станом на 20.11.2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
6. Про банки і банківську діяльність : Закон України від 07.12.2000 р. № 2121-III станом на 19.11.2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>
7. 2016 Global RepTrak®100. Reputation Institute [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.reputationinstitute.com/research/Global-RepTrak-100.aspx> – Screen title.
8. Brand Finance. Official site [Electronic resource]. – Access mode : <http://brandfinance.com/>. – Назва з титул. екрану.
9. Methodology. Interbrand. [Electronic resource]. – Access mode : <http://interbrand.com/best-brands/best-global-brands/methodology/>
10. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV станом на 25.06.2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14>

11. Інструкція з бухгалтерського обліку основних засобів і нематеріальних активів банків України : затверджена Постановою правління НБУ від 20.12.2005 р. № 480 станом на 26.09.2014 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

<http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0040-06>

12. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 19 “Об’єднання підприємств” : затверджене наказом Міністерства фінансів України від 07.07.1999 № 163 станом на 09.08.2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

<http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0499-99>

13. Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ) [Електронний ресурс] Режим доступу :

http://minfin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=408095 – Назва з титул. екрану.

14. Про затвердження Правил організації статистичної звітності, що подається до Національного банку України : Постанова Правління НБУ від 01.03.2016 р. № 129 [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

https://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=105456

References

1. Osnovni pryntsypy efektyvnoho bankivskoho nahliadu [Basic principles of effective bank supervision]. *bank.gov.ua*. Retrieved from <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=45251> [in Ukrainian].

2. Postanova Pravlinnia NBU vid 15.03.2004 r. № 104 “Metodychni vkazivky z inspektuvannia bankiv “Systema otsinky ryzykyv” [National Bank of Ukraine Board Resolution of 15.03.2004 № 104 “Methodological instructive regulations on bank inspection “Risk assessment system”]. *zakon2.rada.gov.ua*. Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/v0104500-04/page> [in Ukrainian].

3. Postanova Pravlinnia NBU vid 08.09.2011 r. № 306 “Polozhennia pro poriadok reiestratsii ta litsenzuvannia bankiv, vidkryttia vidokremlyenykh pidrozdiliv” [National Bank of Ukraine Board Resolution of 08.09.2011 № 306 “Regulation on the procedure of registration and licensing of banks, opening separate units”]. *zakon2.rada.gov.ua*. Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1203-11> [in Ukrainian].

4. Postanova Pravlinnia NBU vid 17.08.2012 r. № 346 “Polozhennia pro zastosuvannia Natsionalnym bankom Ukrainy zakhodiv vplyvu za porushennia bankivskoho zakonodavstva” [National Bank of Ukraine Board Resolution of 17.08.2012 № 346 “Regulation on the usage by the National Bank of Ukraine of sanctions for violations of banking legislation”]. *zakon2.rada.gov.ua*. Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1590-12/print1331069273780712> [in Ukrainian].

5. Podatkovyi kodeks Ukrainy vid 02.12.2010 r. № 2755-VI stanom na 20.11.2016 r. [Tax Code of Ukraine of 02.12.2010 № 2755-VI as of 20.11.2016]. *zakon5.rada.gov.ua*. Retrieved from <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> [in Ukrainian].

6. Zakon Ukrainy vid 07.12.2000 r. № 2121-III stanom na 19.11.2016 r. “Pro banky i bankivsku diialnist” [Law of Ukraine of 07.12.2000 № 2121-III as of 19.11.2016 “On the banks and banking activity”]. *zakon3.rada.gov.ua*. Retrieved from <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2121-14> [in Ukrainian].

7. 2016 Global RepTrak®100. Reputation Institute www.reputationinstitute.com. Retrieved from <https://www.reputationinstitute.com/research/Global-RepTrak-100.aspx> [in English].

8. Official site of Brand Finance. *brandfinance.com*. Retrieved from <http://brandfinance.com> [in English].

9. Interbrand Site. Methodology. *interbrand.com*. Retrieved from <http://interbrand.com/best-brands/best-global-brands/methodology/> [in English].

10. Zakon Ukrainy vid 16.07.1999 r. № 996-XIV stanom na 25.06.2016 r. “Pro bukhholderskyi oblik ta finansovu zvitnist v Ukraini” [Law of Ukraine of 16.07.1999 № 996-XIV as of 25.06.2016 “On accounting and financial reporting in Ukraine”]. *zakon.rada.gov.ua*. Retrieved from <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14> [in Ukrainian].

11. Postanova Pravlinnia NBU vid 20.12.2005 r. № 480 stanom na 26.09.2014 r. “Instruktsiia z bukhholderskoho obliku osnovnykh zasobiv i nematerilnykh aktyviv bankiv Ukrainy” [National Bank of Ukraine Board Resolution of 20.12.2005 № 480 as of 26.09.2014 “Instruction on accounting of fixed assets and intangible assets of the banks of Ukraine”]. *zakon5.rada.gov.ua*. Retrieved from <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0040-06> [in Ukrainian].

12. Polozhennia (standart) bukhholderskoho obliku 19 “Obiednannia pidpriemstv” : zatverdzhene Nakazom Ministerstva finansiv Ukrainy vid 07.07.1999 r. № 163 stanom na 09.08.2013 r. [Regulations (standard) on the accounting 19 “Association of enterprises”. Confirmed by the order of Ministry of Finance of Ukraine of 07.07.1999 № 163 as of 09.08.2013]. *zakon3.rada.gov.ua*. Retrieved from <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0499-99> [in Ukrainian].

13. Mizhnarodni standarty finansovoi zvitnosti (MSFZ) [International financial reporting standard (IFRS)]. *minfin.kmu.gov.ua*. Retrieved from http://minfin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=408095 [in Ukrainian].

14. Postanova Pravlinnia NBU vid 01.03.2016 r. № 129 “Pro zatverdzhennia Pravyi organizatsii statystychnoi zvitnosti, shcho podaietsia do Natsionalnoho banku Ukrainy” [National Bank of Ukraine Board Resolution of 01.03.2016 № 129 “On the confirmation of the Regulations on the organization of statistical reporting, submitted to the National Bank of Ukraine”]. *bank.gov.ua*. Retrieved from https://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=105456 [in Ukrainian].

Я. В. Колесник,

*кандидат экономических наук, ведущий экономист,
Национальный банк Украины*

Статистические подходы к оценке деловой репутации банковских учреждений

Проанализированы определения деловой репутации, рассмотрены различные подходы к оценке деловой репутации и ее учету как нематериального актива банка. Предложен статистический экспресс-метод оценки деловой репутации на основе матрицы параметров.

Ключевые слова: банк, деловая репутация, риск потери деловой репутации, goodwill, рейтинг.

Ya. V. Kolesnik,

*PhD in Economics, Senior Economist,
National Bank of Ukraine*

Statistical approaches to the evaluation of business reputation of banks

In the article different approaches to the estimation of goodwill and considering it as an intangible asset at the bank are considered. The author proposed the statistical express method for the evaluation of goodwill based on the usage of the matrix of the characteristics. The goodwill can be considered as the original “rating” of the bank from the point of view of different task groups. This rating can be received as a result of integrated assessment, also made by statistical methods. The goodwill which appeared in connection with the purchase of property complex (in whole or its part) is considered as part of intangible asset. It is proved that positive goodwill increases the cost of the bank during its sale or consolidation, and negative goodwill lowers it, and in connection with this fact there emerges the necessity of managing the risk of losing the bank’s goodwill. The author proposes the method of building the rating model of the estimation of goodwill. For building the rating model of the estimation of goodwill the usage of the matrix of the characteristics is proposed, which allows to divide the banks in homogeneous groups with similar quality of goodwill. Every task groups imposes a particular set of requirements to the goodwill of the bank that works with clients, contracting parties, partners, shareholders and other task groups. It is inappropriate to make the same demands to the estimation of goodwill of all these groups, that is why the criteria of the estimation of goodwill should consider the belonging of the bank to a particular group. For example, we can group the banks according to the capital or assets dimension. Besides that it is useful to indicate universal banks and the group of specialized banks inside each group. Depending on the necessary specification inside the specialized banks it is also possible to divide them further into groups. Then inside each group it is useful to perform a different clusterization according to the unified pattern.

For the statistical express estimation, the author proposes a system of criteria of goodwill of the homogeneous group of commercial banks which is based only on open public data. During the analysis of the received results it is proposed to use the grouping of the banks into subgroups. The usage of the indicated method allows each bank to evaluate its position in the group of the banks similar in value.

Keywords: bank; business reputation; risk of business reputation loss; goodwill, rating.

Бібліографічний опис для цитування:

Колеснік Я. В. Статистичні підходи до оцінювання ділової репутації банківських установ / Я. В. Колеснік // Статистика України. – 2016. – № 4. – С. 27–32.