

удосконалення у напрямках уніфікації термінології, можливості застосування самостійно обраних методів нарахування амортизації та здійснення переоцінки за правилами, які склались відповідно до П(С)БО. Такі зміни, на нашу думку, сприятимуть формуванню у фінансових та податкових звітах економічно обґрунтованої інформації.

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI // Відомості Верховної Ради України. – 2011. – № 13–14. – С. 556.
1. П(С)БО 7 «Основні засоби»: наказ Міністерства фінансів України 27.04.2000 № 92 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.minfin.gov.ua](http://www.minfin.gov.ua)
2. П(С)БО 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва»: наказ Міністерства фінансів України від 25 лютого 2000 р. № 39 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.minfin.gov.ua/](http://www.minfin.gov.ua/)
4. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV // Відомості Верховної Ради України. – 1999. – №40.

УДК 658.5.330

Торяник Ж. І., к. е. н., доцент

Харківський інститут банківської справи УБС НБУ

## **КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МОНЕТАРНОЇ ПОЛІТИКИ**

У статті обґрунтовано значимість комунікаційної політики НБУ у забезпеченні реалізації ефективної монетарної політики. Розглянуто процес розробки комунікаційної політики та проілюстровано взаємозв'язок цільової аудиторії з найбільш дієвими комунікаційними каналами.

Ключові слова: комунікації, транспарентність, комунікаційна політика, комунікаційні канали

Toryanik Zh.

## **COMMUNICATION POLICY OF NATIONAL BANK OF UKRAINE AS BASIS OF PROVIDING OF EFFECTIVE MONETARY POLICY**

In the article meaningfulness of communication policy of NBU is reasonable in providing of realization of effective monetary politics. A development of communication

---

*Торяник Ж. І.*

policy process is considered and intercommunication of target audience is illustrated with the most effective channels of communication policy.

Key words: communications, transparency, communication policy, channels of communication policy

Торяник Ж. И.

## **КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА НАЦИОНАЛЬНОГО БАНКА УКРАИНЫ КАК ОСНОВА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ МОНЕТАРНОЙ ПОЛИТИКИ**

В статье обоснована значимость коммуникационной политики НБУ в обеспечении реализации эффективной монетарной политики. Рассмотрен процесс разработки коммуникационной политики и проиллюстрирована взаимосвязь целевой аудитории с наиболее действенными коммуникационными каналами.

Ключевые слова: коммуникации, транспарентность, коммуникационная политика, коммуникационные каналы

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.** Однією з стратегічних цілей Національного банку України згідно з Законом України «Про Національний банк України» є підвищення його спроможності ефективно реалізовувати монетарну політику. Одним із чинників ефективної реалізації монетарної політики є її прозорість, зрозумілість й сприйняття громадянами, суб'єктами господарювання, громадськими та міжнародними організаціями, науково-дослідними та навчальними установами. При цьому, для забезпечення транспарентності діяльності Національного банку важливим аспектом є наявність ефективно діючої системи комунікацій між Національним банком з одного боку та громадянами та вищезазначеними суб'єктами господарювання і організаціями з іншого боку.

На сьогодні існує ряд проблем, які стоять на заваді до розбудови ефективної комунікаційної політики в системі НБУ. Зокрема, неналагоджені взаємодії між статистичними підрозділами та внутрішніми і зовнішніми користувачами інформації, методи поширення інформації щодо монетарних процесів не відповідають європейським стандартам, існуючі форми публікацій є низької якості та потребують доповнення, перегляду їх змістовного наповнення та періодичності видання, не активно використовуються такі сучасні

форми комунікацій, як прес-конференції, on-line конференції, круглі столи, інформаційні дні, семінари тощо. Сьогодні в період загострення фінансових проблем у глобалізованому світі розбудова комунікаційної політики НБУ є особливо актуальною.

**Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми.** Дослідженню теорії та практики внутрішньо організаційних і зовнішніх комунікацій присвячені праці таких зарубіжних та вітчизняних вчених як А. Алесіна, Д. Брайан, Ф. Котлер, К. Лонгані, Л. Саммерс, А. Цукерман, В. Білоус, А. Гриценко, М. Гузь, О. Петрик, В. Стельмах та інші. Але, незважаючи на суттєві результати, отримані вченими, питання, пов'язанні з підвищенням ефективності комунікаційної політики центрального банку потребують подальшого доопрацювання.

**Цілі статті.** Метою наукового дослідження є теоретичне обґрунтування та розробка методичних підходів і практичних рекомендацій щодо удосконалення комунікаційної політики Національного банку України.

**Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** В умовах посилення політичної та економічної невизначеності чутливість фінансових та товарних ринків до інформаційних сигналів істотно підвищується. За нестачі достовірної інформації учасники ринку змушені брати до уваги будь-які новини, у т.ч. й неперевірені. В результаті спотворюється процес прийняття рішень із відповідними негативними наслідками для фінансового та реального секторів економіки країни. Так, саме постійний зв'язок із суспільством і учасниками ринку та транспарентність національного банку є запорукою ефективної реалізації монетарної політики. Під поняттям транспарентність (прозорість) центрального банку прийнято розуміти середовище, в якому банк надає всім зацікавленим сторонам необхідну їм для прийняття раціональних рішень інформацію у відкритій, повній, своєчасній і зрозумілій формі.

Для практичних цілей розрізняють кілька видів відкритості у грошово-кредитній політиці, кожна з яких кореспондує з певним видом транспарентності [1]:

- відкритість цілей економічної політики (політична відкритість);

- розкриття інформації про економічні дані, моделі та прогнози (економічна відкритість);

- інформація про стратегію і тактику грошово-кредитної політики, механізми прийняття рішень у цій галузі (процедурна відкритість);

- відкритість інформації про втручання центрального банку на ринку та помилки регулювання (ринкова відкритість) або операційну прозорість, яка стосується висвітлення заходів монетарної політики в разі непередбачених порушень у трансмісійному механізмі.

Ефективність роботи із забезпечення транспарентності діяльності НБУ залежить від наявності чітко налагоджених інформаційних (комунікаційних) каналів, тобто каналів просування інформації до конкретного її споживача або до суспільства загалом. Наявність оперативної, достовірної та повної інформації про політику центрального банку сприяє підвищенню передбачуваності його діяльності економічними агентами та формуванню у них правильних очікувань стосовно майбутніх дій банку.

Саме комплексне використання всіх комунікаційних каналів дозволяє інформувати ключову цільову аудиторію. Комунікаційна політика банку щодо збирання, обробки та поширення інформації направлена на три широкі цільові групи. Це постачальники інформації (банківські установи), співробітники НБУ, які займаються її збором, обробкою та розповсюдженням, та кінцеві користувачі інформації.

Банки подають статистичну інформацію Національному банку України, на виконання норм низки законодавчих актів України [2; 3]. Згідно зі статтею 67 Закону України «Про Національний банк України», НБУ «визначає форми звітності (у тому числі консолідованої), порядок її складання та подання до Національного банку... для банків, розташованих на території України (резидентів і нерезидентів), банківських об'єднань, – для складання грошово-кредитної і банківської статистики» [2]. Перелік, зразки форм статистичної звітності та порядок їх заповнення, періодичність їх складання, терміни та способи подання даних до Національного банку України визначаються Правилами організації статистичної звітності, що подається до НБУ [3]. Згідно з Правилами, координатором статистичної звітності визначений Генеральний економічний департамент НБУ. Розробниками звітності є структурні підрозділи

центрального апарату НБУ. Департамент інформаційних технологій НБУ розробляє відповідне програмне забезпечення.

Процедури подання статистичної звітності виглядають наступним чином. Згідно з Правилами, банки надсилають зведені дані по банку в цілому, у розрізі відокремлених підрозділів банку, у розрізі областей за операціями, здійсненими відокремленими підрозділами банку на території області, у формі файлів електронною поштою територіальним управлінням НБУ з подальшим пересиланням їх Центральній розрахунковій палаті НБУ для надання структурним підрозділам центрального апарату Національного банку України.

Згідно з наказом голови правління НБУ №162 від 02.12.2010 р. «Про взаємодію Національного банку України із засобами масової інформації», виключно на Департамент зовнішньоекономічних відносин покладена організація: взаємодії всіх структурних одиниць НБУ з засобами масової інформації; надання відповідей на запити ЗМІ і оприлюднення інформації про діяльність НБУ; участі представників НБУ у медіа-заходах; підготовка та оприлюднення офіційних заяв, повідомлень, спростувань, прес-релізів тощо.

Згідно з розпорядженням першого заступника голови правління НБУ №40-р від 26.01.2011 р. «Про комунікаційну активність Національного банку України в мережі Інтернет», Департамент зовнішньоекономічних відносин забезпечує: постійну наявність інформації у мережі Інтернет; контроль за функціонуванням та наповненням офіційного сайту НБУ.

Також у підпорядкуванні Департаменту знаходиться редакція періодичних видань НБУ, зокрема таких як «Бюлетень НБУ», «Платіжний баланс і зовнішній борг України» (включаючи англomовні версії), які регулярно публікують статистичну інформацію, та «Віснику НБУ», який публікує аналітичні та наукові матеріали з проблем розвитку фінансового сектору України.

Крім того, Департамент зовнішньоекономічних відносин несе відповідальність за комунікацію з зарубіжними цільовими групами (МВФ, ВБ, ЄЦБ, інші іноземні та міжнародні установи та організації).

Слід підкреслити, що офіційні заяви, прес-релізи тощо є виключною відповідальністю Департаменту зовнішньоекономічних відносин, зокрема, його управління організації інформаційної роботи та зв'язків з громадськістю.

У сфері поширення статистичної інформації Генеральний економічний департамент несе відповідальність за підготовку змістовної частини статистичних та аналітичних матеріалів. Ці матеріали розміщуються на сайті НБУ та публікуються у періодичних виданнях НБУ. Виступи Голови Національного банку України готує заступник директора Департаменту економічного аналізу та прогнозування (в складі Генерального економічного департаменту).

Закон України «Про Національний банк України» визначає інформацію, включаючи статистичну інформацію, яка повинна розповсюджуватися Національним банком зовнішнім цільовим групам, «з метою забезпечення гласності з питань банківської діяльності та статистики платіжного балансу» (ст. 68): поточна банківська інформація, інформація з питань грошово-кредитної та банківської статистики, яка не належить до державної та банківської таємниці; інформація з питань грошово-кредитної і банківської статистики та статистики платіжного балансу відповідно до міжнародних договорів; рішення Правління Національного банку стосовно процентних ставок та умов проведення трансакцій з банками; факти, які є важливими для осіб, що функціонують на фінансовому ринку; інформація про здійснювану НБУ політику рефінансування, валютну політику, в тому числі інформацію про: надані банкам кредити (на строк більше 30 календарних днів) з обов'язковим зазначенням суми кредиту, типу наданого забезпечення та дати відповідного рішення Національного банку; здійснення валютних інтервенцій з обов'язковим зазначенням виду операції (купівля/продаж іноземної валюти), обсягу операції, виду валюти та курсу валютної інтервенції» [2].

Розглянемо більш детально зовнішніх користувачів інформацією з метою визначення найбільш дієвого комунікаційного каналу для їх інформування (рис. 1).

Найбільш розвиненими та усталеними є комунікації з такими цільовими групами як ЗМІ, органи влади України, банківські установи, іноземні та міжнародні організації, установи та проекти. Ці цільові групи чітко визначені у різноманітних законодавчих, нормативних документах НБУ, які згадувалися вище. За результатами дослідження найбільш надійним джерелом актуальної інформації в

кризовий та посткризовий період, якою користуються 100% довірою вітчизняних банкірів (53%), є офіційні заяви НБУ [2].

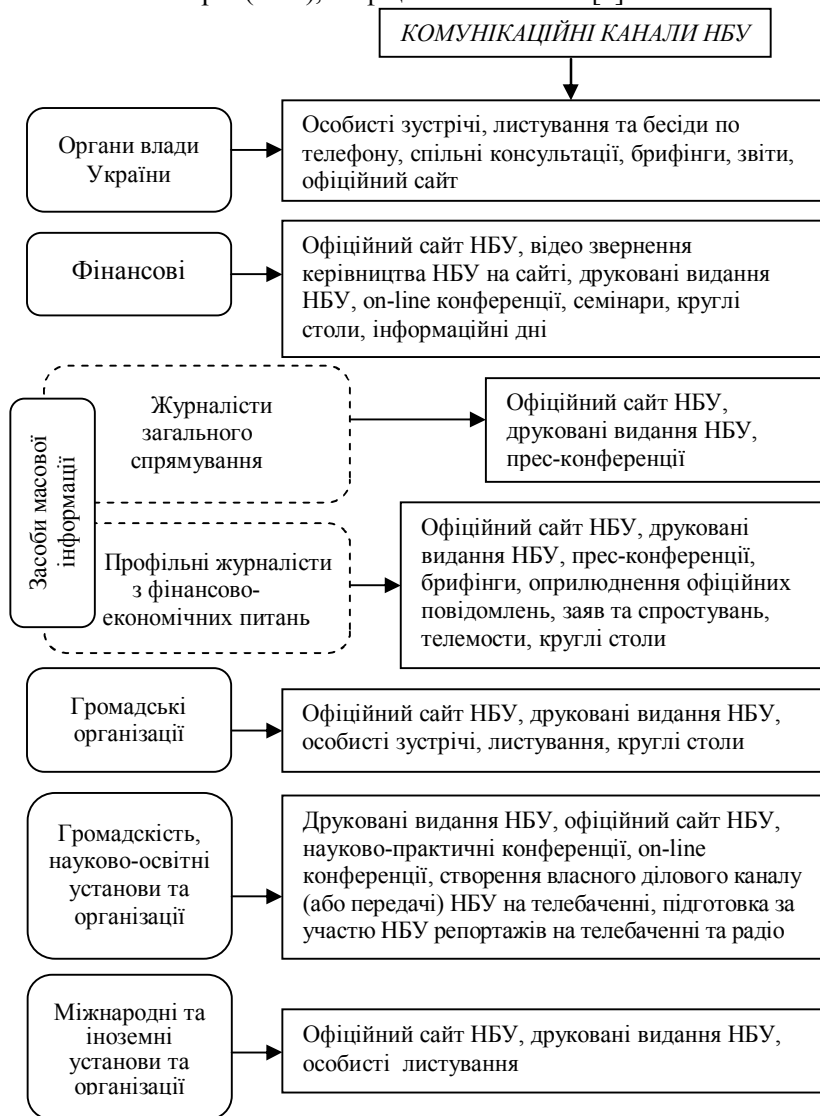


Рис. 1. Схема взаємодії цільової аудиторії з комунікаційними каналами

Тому, сьогодні комунікаційне повідомлення має трансформуватися і перейти від опосередкованого, безособистісного звернення в зону особистої комунікації з цільовою аудиторією через канали прямого двостороннього повідомлення. Основними перевагами персоніфікованих комунікацій є відсутність перериваючого характеру комунікаційного процесу; індивідуальність звернення і доступний для розуміння характер повідомлення; висока інтерактивність процесів обміну інформацією; невисока вартість.

Дещо менш розвиненими є комунікації з такою цільовою групою як науково-освітня спільнота. Її представники не згадуються в жодному з наведених вище ключових документів із зовнішніх комунікацій НБУ. На практиці комунікація відбувається через періодичні видання НБУ, за допомогою сайту НБУ тощо.

Нарешті, найменш розвиненими є комунікації з такими групами як громадські об'єднання, «громадськість», профспілки, підприємці, вкладники проблемних банків, незалежні аналітичні та експертні організації.

Основним каналом впливу інформаційного чинника на стан фінансових ринків і реального сектора економіки є очікування суб'єктів господарювання і учасників фінансових ринків, тому завдання підвищення інформаційної прозорості монетарної політики лежить в площині вдосконалення комунікації НБУ. Комунікація є специфічною діяльністю, яка включає методи та способи подачі інформації та переконання у їх достовірності і правильності. Хоча нині НБУ використовує комплекс методів комунікації, зокрема звіти, прес-конференції, регулярні публікації статистичної інформації, у т.ч., на офіційному веб-сайті НБУ, проте сприйняття інформації суспільством залишається несистемним, про що свідчать високі інфляційні очікування, регулярні спекулятивні сплески на валютному і товарно-грошових ринках.

Вирішення зазначеної проблеми лежить в площині підвищення комплексності комунікації, що зумовлене необхідністю охоплення різних груп суспільства та дотримання чіткої послідовності в реалізації намічених планів. Таким чином, невідкладним завданням для налагоджування в Україні системного й ефективного (такого, що сприяє підвищенню довіри до політики і дій НБУ) процесу організації і структурування потоків інформації між суспільством та НБУ стає



розробка і прийняття стратегії комунікаційної політики із відповідною програмою дій щодо її реалізації. Процес розробки комунікаційної політики може бути поданий у такий спосіб (рис. 2).



Рис. 2. Етапи розробки комунікаційної політики НБУ

Ключовими принципами комунікаційної політики НБУ, мета якої це задоволення потреб користувачів у отриманні якісної та своєчасної інформації, є:

- загальні принципи: об'єктивність та загальнодоступність інформації; відповідність професійним стандартам інформації;

відповідальність НБУ перед постачальниками та користувачами інформації;

- принципи збирання інформації: запровадження стандартів ефективного управління змінами; неухильне дотримання нормативно-законодавчої бази щодо збору даних; інформування (пояснення) постачальників про необхідність отримання даних; регулювання навантаження на постачальників даних;

- принципи поширення даних: задоволення потреб окремих груп користувачів; підготовка адаптованої інформації для полегшення її сприйняття; акцент на інформуванні, а не переконанні у вірності політики.

Комунікаційна політика має бути спрямована на створення сприятливого інформаційного середовища завдяки усуненню чи мінімізації інформаційних ризиків. Це дозволить запобігти завчасному і надмірному реагуванню монетарних змінних на несприятливі поточні і майбутні події, отримати підтримку дій НБУ з боку суспільства і підвищити довіру до монетарної політики. Для реалізації цієї мети необхідно забезпечити прозорість цілей і знань (у частині наукового доведення обґрунтованості рішень) і операційну прозорість дій НБУ (передбачуваність методів практичної реалізації прийнятих рішень).

Наведені цілі комунікаційної політики надають підстави для визначення першочергових завдань у сфері здійснення та супроводу монетарної політики: налагодження чітких процедур і механізмів роз'яснення ключових моментів монетарної політики НБУ, включаючи процес прийняття рішень щодо майбутніх напрямів політики, вибору інструментів реалізації, обґрунтування принципів узгодження монетарної та інших політик, цілей валютної і цінової стабільності; роз'яснення дії трансмісійного механізму монетарної політики та його впливу на стан реальної і монетарної сфер економіки; розкриття основних ризиків та механізмів їх впливу на ключові монетарні показники; окреслення очікуваних наслідків тих чи інших заходів для стану монетарної і реальної сфер; підготовка кваліфікованих фахівців, які володіють спеціальними навичками для вибору вірного стилю оформлення текстів звітів, аналітичних записок, виступів, підбору аргументів та статистичних фактів, часу оприлюднення інформації тощо.

Для широких верств населення вагоме значення має прозорість задекларованих цілей, а довіра до НБУ залежить від зрозумілості і передбачуваності його дій у певних ситуаціях (операційна прозорість).

Так, результати загальнонаціонального опитування з питань фінансової грамотності, показали, що рівень довіри до фінансового сектору України є дуже низьким. Населення користується дуже обмеженим переліком фінансових послуг, особливо в порівнянні з європейськими країнами, серед яких чільне місце належить комунальним платежам (78,0%), банківським рахункам / пластиковим карткам та користуванню банкоматом (61,0%). Близько 13,0% українців роблять заощадження. З тих споживачів, хто не заощаджує кошти, 14,0% пояснюють це недовірою до фінансових установ [5].

Тому для підвищення рівня фінансової культури населення НБУ необхідно широко використовувати такий медіаканал як телебачення (створення власного ділового каналу (або передачі) НБУ на телебаченні або підготовка за участю НБУ постійних репортажів на телебаченні та радіо), адже за результатами дослідження [6] більша частина населення дізнається про фінансову інформацію із засобів масової інформації, а саме теленовин – 43,2%, газет та журналів – 27,5%, інтернет-джерел – 18,4%, а також профільних видань – 3,6%. Сьогодні гостро постає питання про залучення до фінансової системи тих коштів, які перебувають поза банківською системою, зокрема на руках у населення чи використовуються в тіньовій економіці, адже це основний ресурс поповнення фінансового сектору та підтримки його життєдіяльності.

Експерти й науковці відіграють вкрай важливе значення для підвищення прозорості і довіри суспільства до монетарної політики. Саме вони слугують сполучною ланкою між НБУ та широкими верствами населення, які не мають належного рівня знань для адекватного оцінювання інформації щодо розвитку монетарної сфери. Поліпшення комунікації з аналітиками та науковцями лежить в площині створення експертних груп, які займаються проблемами монетарної політики, налагодження регулярного проведення публічних презентацій підготовлених офіційних документів, прес-конференцій, неофіційних презентацій (конференції, семінари, круглі столи) тощо. Оцінити результативність процесу комунікації можна за

кількістю аналітичних статей у наукових та масових виданнях, доповідей, тематичних брошур, які сприяють кращому розумінню широкими верствами населення ключових моментів реалізації монетарної політики. За кардинальних змін напрямів монетарної політики має бути передбачено одночасне застосування сукупності інформаційних методів – публічної заяви уповноваженого представника НБУ, проведення прес-конференції із залученням представників преси, видання аналітичної записки, де наведені різні можливі підходи щодо вирішення проблеми з прогнозами щодо сценаріїв розгортання подій у тому чи іншому випадку – і на цій основі – обґрунтування переваг обраного підходу.

Оприлюднення основних засад грошово-кредитної політики доцільно супроводити прес-конференцією, де уповноважені керівники Ради і Правління НБУ коментуватимуть ті чи інші положення звіту, оприлюднять прогнози щодо перспектив розвитку поточної ситуації, дадуть відповіді на найбільш актуальні питання.

**Висновки.** У процесі вирішення завдання поліпшення комунікаційного забезпечення монетарної політики НБУ слід враховувати, що комунікація є двостороннім процесом, тому необхідно не лише підвищувати прозорість процесу реалізації монетарної політики, а й налагоджувати регулярні потоки до НБУ достовірної інформації щодо широкого спектру показників стану монетарної сфери.

В Україні ще декілька років тому було створено основні елементи системи оцінки фінансової стійкості і запобігання фінансовим кризам (збір та обробка статистичної інформації, аналіз банківської системи і макроекономічних процесів). Проте сьогодні ще не можна стверджувати, що координація окремих елементів і обробка результатів діяльності цієї системи є досконалою.

По-перше, український досвід побудови інформаційних систем сконцентрований більшою мірою у сфері аналізу банківської системи, тоді як в умовах залучення України до глобалізаційних процесів зростає потреба в розгорнутому аналізі стану фінансових і нефінансових корпорацій.

По-друге, досить часто звітність не містить всієї необхідної користувачам інформації та за окремими параметрами її дані неспівставні зі звітністю компаній з інших країн, що створює

перешкоди для повноцінного аналізу і прийняття обґрунтованих рішень іноземними інвесторами та НБУ.

По-третє, в умовах приходу філій іноземних банків однією з найсерйозніших проблем стала відсутність закріплених на рівні законодавства стандартів складання та обов'язкового аудиту зведеної (консолідованої) звітності про фінансово-господарську діяльність групи організацій (материнської і дочірніх компаній).

Вчетверте, в Україні дотепер немає законодавчих вимог розкриття інформації за Міжнародним стандартом фінансової звітності (МСФЗ), тому вітчизняні організації й установи, що їх дотримуються, роблять це за власною ініціативою і не завжди вкладаються у шестимісячний термін з моменту закінчення фінансового року. Інформацію, що надходить з таким запізненням, не можна назвати корисною для ухвалення оперативних рішень з метою раннього виявлення негативних тенденцій у монетарній сфері, де швидкість перебігу подій дуже висока.

Повільний прогрес в сфері розкриття інформації певною мірою обумовлений тим, що основним ініціатором цього процесу були дії регулюючих органів, які сприймалися фінансовими і нефінансовими корпораціями як зовнішня необхідність. Загострення потреби в нарощуванні капіталізації, насамперед за рахунок залучення іноземного капіталу, сприятиме посиленню внутрішньої мотивації фінансових і нефінансових корпорацій до вдосконалення механізмів розкриття інформації. Тому за активного виходу українських установ і організацій на зовнішні ринки капіталу можна очікувати швидкого прогресу в сфері підвищення якості і широти розкриття інформації, у т.ч., що надходитиме до органів державного управління.

НБУ має зосередити зусилля на побудові ефективної інформаційної системи як необхідного елементу системи комплексного фінансового моніторингу. Вона повинна відповідати наступним принципам: гнучкість і адаптивність до потреб розв'язання різноманітних проблемних питань у сфері монетарної політики; єдина інформаційна база та рівний доступ до неї всіх учасників системи; поєднання блоків коротко-, середньо- і довгострокової інформації в агрегованому вигляді і з високим рівнем деталізації; наявність вбудованих аналітичних інструментів для оперативного аналізу та прогнозування тенденцій; відсутність повторів та дублювання

статистичних даних; регулярне оновлення у реальному часі; законодавче визначення відповідальності Казначейства, НБУ, органів управління валютним і фінансовим ринком за достовірність інформації.

Структурно інформаційна система має складатися з трьох основних блоків: отримання з першоджерел вхідної інформації, її аналіз за допомогою аналітичного інструментарію, підготовка і оприлюднення вихідної інформації.

Структура, принципи і цілі функціонування інформаційної системи мають бути узгоджені із загальною спрямованістю стратегії комунікації і Стратегії монетарної політики, що передбачає включення цього завдання у програмні документи НБУ із відповідним визначенням термінів його виконання та джерел фінансового забезпечення. Оскільки остаточне завершення процесу формування інформаційної системи в аспектах досягнення необхідного рівня функціональності та охоплення достатньої кількості учасників потребує певного проміжку часу, в цей період мають бути збережені діючі джерела забезпечення НБУ інформацією.

Наведені рекомендації не лише сприятимуть більшій прозорості політики НБУ, а й слугуватимуть додатковим засобом стабілізації монетарної сфери завдяки: зміцненню наукових засад реалізації монетарної політики; зниженню асиметричності інформації та зменшенню ринкової невизначеності; покращенню координації діяльності економічних агентів, органів державного управління та бізнес-структур.

1. Романченко О. Прозорість регуляторів фінансового ринку та розвиток ризик-менеджменту у фінансових установах / О. Романченко // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ufin.com.ua/analit\\_mat/dm/047.htm](http://ufin.com.ua/analit_mat/dm/047.htm).
2. Закон України «Про Національний банк України» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/679-14/page>.
3. Постанова «Про затвердження Правил організації статистичної звітності, що подається до Національного банку України» від 21.04.2004 р. №177 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0749-04>.
4. Рейтинг бізнес-довіри до банківської сфери // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.prostobankir.com.ua/marketing\\_reklama\\_pr/analitika/rejting\\_biznes\\_doveriya\\_v\\_bankovskoy\\_sfere\\_ilyul\\_avgust\\_2010](http://www.prostobankir.com.ua/marketing_reklama_pr/analitika/rejting_biznes_doveriya_v_bankovskoy_sfere_ilyul_avgust_2010).
5. Фінансова грамотність населення України залишає бажати кращого // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://politiko.ua/blogpost48531>

6. Более 85% работоспособного населения следит за событиями финансового рынка – исследование // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.prostobankir.com.ua/marketing\\_reklama\\_pr/novosti/bolee\\_85\\_rabotosposobnogo\\_naseleniya\\_sledit\\_za\\_sobytyami\\_finansovogo\\_rynka\\_issledovanie](http://www.prostobankir.com.ua/marketing_reklama_pr/novosti/bolee_85_rabotosposobnogo_naseleniya_sledit_za_sobytyami_finansovogo_rynka_issledovanie)

УДК 336.7

Чиж Н. М., к.е.н., доцент,

Дзямулич М. І., к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

### **БАНКІВСЬКІ ІННОВАЦІЇ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

У статті визначено специфіку банківських інновацій, проаналізовано рівень їх впровадження в Україні, обґрунтовано проблеми та перспективи банківських інновацій.

Ключові слова: інновація, інноваційний процес, банківська установа, банківські інновації, банківська система.

Chizh N., Dzyamulich M.

### **BANK INNOVATIONS: PROBLEMS AND PROSPECTS**

The specific of bank innovations is certain in the article, the level of their introduction is analysed in Ukraine, problems and prospects of bank innovations are reasonable.

Key words: innovation, innovative process, bank establishment, bank innovations, banking system.

Чиж Н. М., Дзямулич Н. И.

### **БАНКОВСКИЕ ИННОВАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

В статье определена специфика банковских инноваций, проанализирован уровень их внедрения в Украине, обоснованы проблемы и перспективы банковских инноваций.

Ключевые слова: инновация, инновационный процесс, банковское учреждение, банковские инновации, банковская система.

---

*Чиж Н. М., Дзямулич М. І.*