

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 29.12.2014 № 1528)

Ефективна
ЕКОНОМІКА



Дніпровський державний
аграрно-економічний
університет



Видавництво ТОВ «ДКС-центр»



Ефективна економіка № 7, 2016

УДК 336.72

О. О. Примостка,

доктор економічних наук,

професор, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, м. Київ

А. О. Захарчук,

студентка МЕІМ, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, м. Київ

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БАНКІВ

О. О. Prymostka,

Dr. Economic Sciences,

professor, Kiev National Economic University named after Vadym Hetman, Kiev

A. O. Zaharchuk,

IEandM, student, Kiev National Economic University named after Vadym Hetman, Kiev

CORPORATE SOCIAL BANKS RESPONSIBILITY

Досліджено три моделі корпоративного управління: американську, європейську і азіатську, проаналізовано їх особливості, переваги та недоліки. Визначено поняття корпоративної соціальної відповідальності взагалі та для банків зокрема. Структуровано ефекти впровадження та реалізації корпоративної соціальної відповідальності банків. Процес управління корпоративними соціальними програмами розділено на п'ять етапів. Структуровано міжнародний досвід корпоративної соціальної відповідальності банків. Проаналізовано напрями корпоративної соціальної відповідальності у банках України, можна зазначити, що рівень її розвитку та практичного використання банками є на досить низькому рівні. Візуалізовано спрямованість та рентабельність різних заходів соціально відповідного бізнесу. У першу чергу це пов'язано із недосформованістю національної

банківської системи в силу відносно короткої історії її розвитку. Окреслено напрями реалізації політики корпоративної соціальної відповідальності вітчизняними банками.

Investigated three models of corporate governance: the American, European and Asian analyzed their features, advantages and disadvantages. The concept of corporate social responsibility in general and banks in particular. Structured effects of the introduction and implementation of corporate social responsibility of banks. The process of corporate social program is divided into five stages. Structured international experience of corporate social responsibility of banks.

Analyzed areas of corporate social responsibility in banks Ukraine can zapanachyty that the level of development and practical use of banks is rather low. Visualized orientation and profitability of various social events vidpovidnoho business. This is primarily due to the nedosformovanist national banking system because of the relatively short history of its development. Outlined directions of policy implementation CSR domestic banks.

Ключові слова. *Модель корпоративного управління, корпоративна соціальна відповідальність банку, інструменти соціальних стратегій, внутрішня та зовнішня корпоративна соціальна відповідальність банку.*

Keywords. *The model of corporate governance, corporate social responsibility of the bank, the tools of social policies, internal and external corporate social responsibility of the bank.*

Постановка проблеми. Дослідження особливостей і специфіки корпоративної соціальної відповідальності в банківській сфері неможливо без аналізу світового досвіду управління корпоративними відносинами. Модель корпоративного управління відображає специфіку організації та управління корпораціями і характеризується цілим набором елементів, в тому числі: законодавча база регулювання корпоративних відносин; структура володіння акціями; склад і особливості функціонування ради директорів; вимоги до розкриття інформації; роль і значення бізнес.об'єднань. Але у світлі глобалізаційних процесів на соціальній спрямованості національних економік актуально постає питання дослідження власне моделей соціальної корпоративної відповідальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань корпоративного управління присвячена велика кількість робіт, зокрема Курінна І., Малярчук В. [1], Ф. Котлер [2], Плакасов Т. [3], Т. Примак [4], А. Колот [5], Я. Мозговий [6] та ін. Але питання соціальної корпоративної відповідальності банків потребують подальших досліджень, що і зумовило вибір теми дослідження.

Постановка завдання. Дослідити існуючі моделі корпоративного управління, які сформувалися у світовій практиці та визначити переваги та недоліки соціальної корпоративної відповідальності для банків.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідники виділяють три моделі корпоративного управління: американську, європейську і азіатську. Роглянемо детальніше особливості кожної моделі та визначимо їх специфічні особливості. Американська модель корпоративного управління формувалася в умовах розвинутого ринку цінних паперів. Населення і інституційні інвестори активно беруть участь в інвестуванні, власність є «аутсайдерської», для забезпечення прав і законних інтересів акціонерів і інвесторів передбачені процедури моніторингу управління, а ціна акцій відображає якість корпоративного управління. Звичайно, дана модель корпоративного управління має свої недоліки. Перш за все для аналізу якості корпоративного управління необхідні значні фінансові витрати у межах всієї економічної системи. Для забезпечення прав та інтересів акціонерів законодавство передбачає широкий перелік інформації, що підлягає розкриттю в обов'язковому порядку. Широко застосовується судовий захист прав акціонерів і інвесторів. Як правило, структура власності має один рівень, бізнес.групи, і фінансово.промислові мережі відсутні. Індивідуальні акціонери мають права на грошові потоки і формальні права контролю, у той час як реальні права контролю належать менеджерам компанії.

Особливості корпоративного управління в американській моделі пов'язані з дисперсною власністю, тобто міноритарні акціонери не мають достатніх прав контролю дій менеджменту, реальний контроль над корпорацією зосереджений у руках менеджерів, які можуть діяти в своїх особистих інтересах, всупереч інтересів власника і спричиняє виникнення проблеми “агент.принципал”.

У європейському законодавстві виділяють два типи моделей корпоративного управління . німецьку і французьку, але необхідно зазначити, що відмінності між ними не такі значні. Для обох моделей характерне наявність трьох рівнів в системі управління і чітке розмежування наглядових функцій (рада директорів) та функцій управління.

До основних рис німецької моделі корпоративного управління можна віднести по.перше, ключову роль банків, але одночасно фінансовий ринок не відіграє такої ролі, як в американській моделі, перехресне володіння акціями та рівень концентрації, по.друге система участі працівників в управлінні компанією. Банки відіграють значну роль в німецькій моделі корпоративного управління, що пов'язано з делегуванням приватними інвесторами функції управління компанією банкам. У Німеччині дуже розвинені довірче зберігання цінних паперів в банках і застава цінних паперів, тому банки можуть впливати на формування рад директорів корпорацій.

Французька модель управління акціонерних товариством характеризується можливістю вибору системи управління . дворівневої або трирівневої. Дворівнева система управління включає адміністративну раду, яка обирає президента, трирівнева система додатково включає наглядову раду здійснює контроль над діяльністю компанії.

Вплив національної культури дуже помітний у японській моделі корпоративного управління, для якої суттєвими елементами є соціальна спільність, солідарність і корпоративна культура. Японські компанії обмінювалися акціями, формально не продаючи їх; таким чином, зберігалася досить висока концентрація власності при її формальній роздробленості. У результаті таких дій у країні утворилися сучасні фінансово.промислові групи . кейрецу. Дезінтеграція торкнулася перш за все промислових і торгових корпорацій і практично не проникла у банківський сектор. У результаті однією з особливостей моделі корпоративного управління є істотна роль банків; зазвичай банк стає ядром корпорації, фінансові ринки не відіграють значної ролі в економіці країни. Японська модель корпоративного управління характеризується ключовою роллю банків у корпоративній структурі, існуванням фінансово.промислових мереж – кейрецу та системою довічного найму персоналу і велике значення корпоративної культури. В Японії діють так звані головні банки . ті фінансові інститути, з якими підприємства прагнуть встановити найбільш тісну співпрацю, оскільки вони виконують різноманітні функції: є кредитором, акціонером, планує фінансову і інвестиційну політику.

Ключовим елементом японської моделі корпоративного управління виступає система довічного найму персоналу, частка співробітників, працюючих в одній корпорації протягом усього життя, досягає 50%, в зв'язку з цим корпорація перетворюється в свого роду «другу сім'ю», ділова корпоративна культура має величезне значення для даної моделі корпоративного управління. Для японської моделі корпоративного управління характерна невелика частка індивідуальних інвесторів, яка до того ж постійно скорочується, що є свідченням незначної ролі фондових ринків у діяльності корпорацій. Ключовими цілями японських корпорацій є збільшення частки ринку і підвищенням конкурентоспроможності продукції, що і створює висококонкурентну економіку.

Якщо ж говорити про корпоративну соціальну відповідальність (КСВ), то це добровільна ініціатива власника компанії або засновників організації з розробки і реалізації певних соціально.спрямованих, неприбуткових заходів, що мають на меті якісне покращення зовнішнього для компанії або організації середовища. Корпоративна соціальна відповідальність можлива за умови досягнення стійкого розвитку самостійних і відповідальних компаній та організацій, що відповідає їх довгостроковим інтересам, сприяє досягненню соціального миру, безпеки, благополуччя громадян, збереженню навколишнього середовища, дотриманню прав людини. Реалізація корпоративної соціальної відповідальності повинна відбуватись за умови не втручання держави та її відповідних органів до оперативної діяльності компанії. Надмірна регламентація такої діяльності позбавляє КСВ діяльність духу добровільності, соціально.спрямованої діяльності компанії або організації.

Одним зі шляхів розробки та регулювання КСВ діяльності є діалог держави, громадських організацій та представників бізнесу. Тому, політика соціальної відповідальності може бути вироблена і впроваджена в результаті соціального діалогу, і в цьому процесі ключова роль належить саме організаціям роботодавців.

Говорячи про моделі корпоративної соціальної відповідальності у банку потрібно зазначити, що вони аналогічні за своєю сутністю до моделей корпоративного управління нефінансових корпорацій. Американська модель корпоративної соціальної відповідальності банків характеризується філантропічним підходом, що передбачає розподіл частини прибутку компанії для інвестування її суспільно.корисних ініціатив, європейській моделі притаманні інвестиції в суспільство та у власне майбутнє та отримання прибутків соціально і екологічно відповідальним шляхом. Особливість азійської корпоративної соціальної відповідальності банків полягає у високому рівні соціальної та ділової згуртованості, активній ролі держави в ній та прагнення до прогресу цивілізації в цілому.

Процес управління корпоративними соціальними програмами доречно розділити на п'ять етапів:

1. Визначення пріоритетів соціальної політики компанії.

2. Створення спеціальної структури управління соціальними програмами.
3. Проведення програм навчання в області соціальної відповідальності.
4. Реалізація соціальних програм компанії.
5. Оцінка та доведення до відома зацікавлених сторін результатів соціальних програм компанії.

На сьогоднішній день існує певний набір інструментів, які використовуються для реалізації соціальних стратегій корпорацій, зокрема до них можна віднести благодійні пожертви та спонсорську допомогу у формі адресної допомоги, виділеної компанією для проведення соціальних програм як у грошовій, так і в натуральній формі (продукція, адміністративні приміщення, приміщення для проведення заходів, транспорт, обладнання, призові фонди, оплата рахунків організацій.отримувачів допомоги та ін.), делегування співробітників для залучення в соціальні програми, грошові гранти на реалізацію соціальних програм у галузі освіти та на цілі проведення прикладних досліджень. Одним із інструментів реалізації соціальної корпоративної відповідальності може бути створення та підтримка діяльності корпоративного фонду, який має на меті реалізацію соціальної діяльності банку та впровадження програм корпоративного спонсорства, тобто надання різних ресурсів для створення об'єктів або споруд, підтримки організацій або заходів які, як правило, носять публічний характер. Банки можуть реалізовувати політику корпоративної відповідальності через здійснення соціальних інвестицій, які спрямовуються на реалізацію довгострокових партнерських соціальних програм, спрямованих підвищення рівня життя різних верств суспільства.

У вітчизняній банківській системі малий вибір соціальних продуктів і послуг (соціальні рахунки, іпотечне чи енергоощадне кредитування), тому доцільно розширити їх базу спираючись на міжнародний досвід (табл. 1). Вищенаведені лише деякі з широкого спектру послуг, доступні для реалізації банками соціально орієнтованого типу. Багато з них також мають більш низькі процентні ставки за кредитами на інноваційні енергозберігаючі засоби, продукти, товари широкого вжитку, меншу відсоткову маржу за стандартними банківськими продуктами та спрямовують кредитні кошти на реалізацію соціальних і екологічних проектів.

Таблиця 1.

Міжнародний досвід корпоративної соціальної відповідальності банків

Соціальний продукт/послуга банку	Приклад міжнародної практики
Компенсація банком викидів вуглекислого газу та надання “безкоштовного домашнього енергетичного лічильнику” за угодами іпотечного кредитування	Кооперативний банк (Cooperative Bank, Великобританія) пропонує своїм клієнтам за усіма придбаними будинками “безкоштовний домашній енергетичний лічильник”, що дозволяє їм ефективніше використовувати електроенергію і здійснювати енергозберігаючі заходи. Крім того, усі угоди іпотечного кредитування банку включають заходи компенсації викидів вуглекислого газу. Кожного року, протягом усього періоду користування клієнтом іпотекою, банк відшкодовує п'яту частину викидів двоокису вуглецю, що є наслідком процесу енергоспоживанням типової сім'ї. Після проведених консультацій із клієнтами, у 2003 р. компенсовані грошові кошти були використані для лісовідновлення в Уганді, реалізовано проект у Бангладеші щодо будівництва енергоефективних печей, а також проект у Болгарії щодо підтримки виробництва електроенергії на мікро.ГЕС.
Послуга автоматичного пожертвування при розрахунку платіжною картою	Громадянський банк (Citizens Bank, Канада) дозволяє своїм клієнтам вибирати між різними картами VISA, які опосередковано сприяють діяльності організації Oxfam Canada, Amnesty International, а також благодійним програмам Shared Interest, жертвуючи для некомерційних ініціатив 10 центів кожного разу при розрахунку картою VISA. Це дало можливість Громадянському банку пожертвувати 24800 дол. США в організацію “Лікарі без кордонів” (Doctors Without Borders/ Médecins Sans Frontières) у 2007 р.
Надання клієнтам безкоштовних консультацій з фінансових та боргових питань.	У Австрії з метою надання банкірських послуг соціально виключеній категорії населення та її повернення до нормального економічного життя був створений Erste Bank, наприкінці 2007 р. унікальна фінансова установа Zweite Sparkasse, яка в обов'язковому порядку надає своїм клієнтам консультації з фінансових і боргових питань.

Цільові депозити з нижчим відсотком	Невеликий американський банк Chittenden Bank з Вермонту запровадив власну програму соціального інвестування, згідно якої клієнтам пропонується розміщення коштів під спеціальні депозитні програми із низькими відсотками, що дасть можливість для надання недорогих кредитів у розвиток місцевих громад. Щоквартально у спеціальних інформаційних випусках банк звітується перед вкладниками про загальні суми інвестованих коштів та реалізовані проекти.
Кредитування програм регіонального розвитку через цільове фінансування місцевих банків	ShoreBank з Чикаго, перший і найбільший банк регіонального розвитку у США, що керується девізом “Давайте змінимо світ”, аналогічною діяльністю почав займатися ще з моменту свого заснування у 1973 р., а в 2003 р. створив міжнародний фонд для інвестування фінансових інститутів, які кредитують малий бізнес у країнах, що розвиваються.

Впровадження корпоративної соціальної відповідальності банками безпідприємно має позитивні наслідки, підвищуючи ефективність функціонування самих банківських установ. Ефекти від впровадження банком корпоративної соціальної відповідальності проявляються у збільшенні вартості банку та гудвілу, а також зростання добробуту акціонерів банку і зовнішніх та внутрішніх стейкхолдерів (рис. 1).

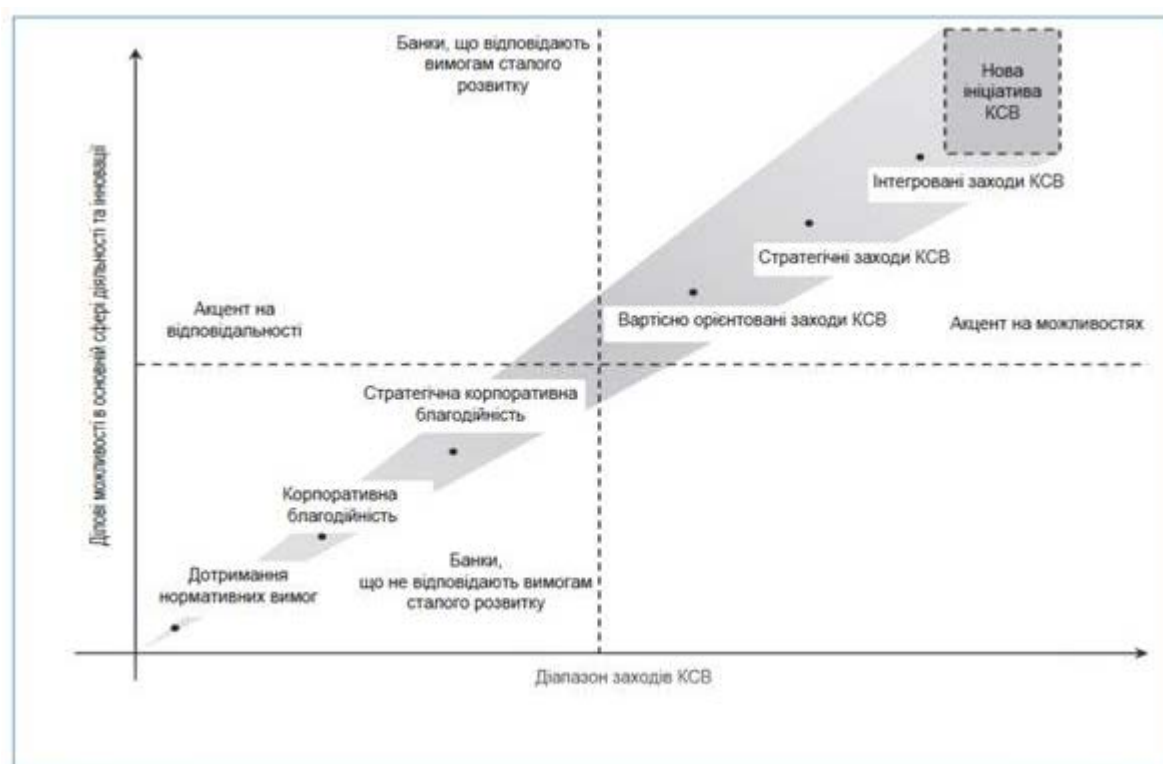


Рис. 1. Спрямованість та рентабельність різних заходів соціально відповідального бізнесу

Основні напрямки реалізації корпоративної соціальної відповідальності доречно поділити на внутрішні та зовнішні. До внутрішніх напрямів відносяться заходи спрямовані на управління та розвиток людських ресурсів через освітні програми і програми підвищення кваліфікації кадрів, що опосередковано впливає на ефективність діяльності банку через надання якісніших послуг, підвищує рівень відданості персоналу окремо взятому банку та толерантності з боку громади. Недержавне пенсійне забезпечення працівників та додаткове медичне та соціальне страхування, надання допомоги працівникам в критичних ситуація та стабільність заробітної плати у сукупності також формують позитивну ділову репутацію та імідж банку. Зовнішні напрями реалізації політики корпоративної соціальної відповідальності доречно поділити на три групи в залежності від цільвих груп та механізмів реалізації політики. До першої групи віднесемо співпрацю з місцевими громадами та місцевою владою та охорона навколишнього середовища, тобто старегію спрямовану на підвищення соціальної свідомості та відповідальності власне територіальної громади. До другої групи включаємо напрями щодо дотримання прав людини та відповідальність перед клієнтами за якість надання послуг, тобто показники які

характеризують людський фактор. Третя група .спонсорство та благодійність . є найширшою, оскільки, їй не притаманні специфічні визначальні риси цільовості спрямування ресурсів, а лише механізм надання.

Проаналізувавши напрями корпоративної соціальної відповідальності у банках України (табл. 2), можна зазначити, що рівень її розвитку та практичного використання банками є на досить низькому рівні. У першу чергу це пов'язано із недосформованістю національної банківської системи в силу відносно короткої історії її розвитку.

Таблиця 2.

Соціальна корпоративна відповідальність в банках України

Напрямки соціальної роботи банків України	П	О	У	Р	П	У	П	А
	Р	Щ	К	А	Р	К	У	Л
	И	А	Р	Й	О	Р	М	Ь
	В	Д	Е	Ф	М	С	Б	Ф
	А	Б	К	Ф	І	О		А
	Т	А	С	А	Н	Ц		Б
	Б	Н	І	Й	В	Б		А
	А	К	М	З	Е	А		Н
	Н		Б	Е	Н	Т		К
	К		А	Н	Б	Б		
			Н	К	А	А		
			К	К	В	Л		
				Б	А	Ь		
Врахування КСВ в стратегії розвитку		+					+	+
Наявність веб.сторінки чи документа у відкритому доступі про КСВ	+			+			+	+
Залучення до реалізації державних соцпрограм			+					
Підвищення ефективності впровадження соцпрограм			+					
Додатковий соціальний захист працівників банку			+					
Покращені умови праці							+	
Розвиток персоналу				+			+	
Створення робочих місць								

для людей з особливими потребами								
Зелений банк	+						+	
Благодійність та спонсорство	+	+	+	+	+	+	+	+
Фінансова грамотність			+					
Популяризація освіти в Україні					+	+		
Благоустрій								
Програми для малого і середнього бізнесу	+			+		+	+	+

Очевидно, що рівень усвідомлення населенням України життєвої необхідності банківських послуг є значно нижчим, ніж у розвинутих країнах, проте фінансова грамотність, так само як і залежність населення від банківських послуг в нашій країні поступово зростає.

Оскільки активізація процесів відновлення економіки внаслідок впливу світової фінансово-економічної кризи створює необхідність перегляду підходів до ведення банківського бізнесу. Одним із напрямків повернення довіри до банків та відновлення їх статусу є соціально відповідальна діяльність, що прямо не пов'язані із банківською діяльністю, проте мають вирішальне значення для добробуту суспільства.

Висновки. Таким чином, корпоративна соціальна відповідальність . не просто данина моді, а життєво важлива необхідність, оскільки соціальні інновації, впроваджені в рамках стратегій корпоративної соціальної відповідальності, не тільки дозволяють банкам продемонструвати свою громадянську позицію, але також стають важливим маркетинговим інструментом, що дає можливість виділитися, розвивати нові продукти і напрямки, створювати емоційний зв'язок між брендом і споживачем, сприяючи тим самим зростанню лояльності у суспільстві. Таким чином, активність в напрямі розвитку корпоративної соціальної відповідальності банків дійсно приносить відчутні економічні результати та підвищують ефективність їх діяльності та виступають перспективним інноваційним напрямом розвитку.

Література.

1. Куріння І., Малярчук В., Саприкіна М., Супрунюк М., Трегуб О. Прозорість і корпоративна соціальна відповідальність. — К.: Поліграфія «Юстон», 2015.— 47 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе [Електронний ресурс] / Ф. Котлер, Х. Картаджайя, А. Сетиаван. – М.: Ексмо, 2011. – Режим доступу до публікації: <http://book.online.com.ua/read.php?book=3734>.
3. Плакасов Т.О. Эффективность инструментов корпоративной социальной ответственности : автореф. дис. наук. степени канд. экон. наук: спец. 08.00.05 „Экономика и управление народным хозяйством” / Т.О. Плакасов. – М., 2012. – 20 с.
4. Примак Т. О. Маркетинг : навч. посібник [Текст] / Т. О. Примак. – К. : МАУП, 2004. – 228 с.
5. Колот А. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів/ А. Колот // Економічна теорія: науковий журнал. – 2013. – №4. – С. 5–27.
6. Мозговий Я. І. Моделі корпоративної соціальної відповідальності в банках / Я. І. Мозговий [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>.
7. Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201108_koncepciya_nacionalnoyi_strategiyi_svb.pdf .
8. Кочетова В. С. Социальная ответственность бизнеса в системе корпоративных коммуникаций / В. Кочетова // Медиаскоп: Электронный научный журнал “Медиаскоп”. – 2010. – № 2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/573>.

9. Максиміліан М. Новая инициатива СОБ: ваши первые сто дней вместе с Impact Economy / М. Масиміліан // Рабочие материалы Impact Economy Том 3 (русское издание). – Женева : Impact Economy, 2013. – 29 с.

References.

1. Kurinnj I., Maliarchuk V., Saprykina M., Supruniuk M., Trehub O. (2015), *Prozorist i korporatyvna sotsialna vidpovidalnist* [Transparency and corporate social responsibility.], Juston, Kyiv, Ukraine.
2. Kotler F. (2011), *Marketynh 3.0: ot produktov k potrebyteliam y dalee – k chelovecheskoi dushe* [Marketing 3.0: for of products to consumers here and hereinafter . human soul], Eksmo, Moscow, Russia.
3. Plakasov T.O. (2012), *Effektyvnost ynstrumentov korporatyvnoi sotsyalnoi otvetstvennosti* [Efficiency of tools the social corporate liability], Moscow, Russia.
4. Prymak T. O. (2004), *Marketynh : navch. posibnyk* [Marketing: teach. guide], MAUP, Kyiv, Ukraine.
5. Kolot A. (2013), ²Corporate social responsibility: the evolution and development of theoretical views², *Ekonomichna teoriia: naukovyi zhurnal*, vol. 4, pp. 5–27.
6. Mozghovyi Ia. I. ²Models of corporate social responsibility in banks² [Online], available at: <http://www.economy.nayka.com.ua> (Accessed 4 May 2016).
7. The concept of the National Strategy of social responsibility in Ukraine, [Online], available at: http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201108_koncepciya_nacionalnoyi_strategiyi_svb.pdf (Accessed 4 May 2016).
8. Kochetova V. S. (2010), ²Social Responsibility in the System of Corporate Communications², *Medyaskop: Elektronii nauchnii zhurnal "Medyaskop"*, vol. 2.
9. Maksymylyan M. (2013) ²New initiayive ovaya SDB: The first hundred days yours Together with Impact Economy², *Rabochye materyali Impact Economy*, Tom 3, pp. 29.

Стаття надійшла до редакції 25.06.2016 р



ТОВ "ДКС Центр"

Вропы