

3. *Semenov GA, LA Andruschenko*. Organization of accounting of payments to staff on pay. [Electronic resource]. — Mode of access : // nbuv.gov.ua. [in Ukrainian]

4. *Solomchenko J*. Organization of the payments of salaries in the enterprise / D.Solomchenko // Bulletin of the Kiev Institute of Business and Technology. — 2004. Number 1. — P. 46—50. [in Ukrainian]

5. *Shulga N*. Accounting and audit payments of wages and analysis of efficient use of human resources : Abstract. Thesis. for obtaining sciences. degree candidate. Econ. sciences specials. 08.00.09 «Accounting, Analysis and Audit (by sector)» / NV Shulga. — Kyiv, 2008. — 24 p. [in Ukrainian]

6. Law of Ukraine «On Accounting and Financial Reporting in Ukraine» dated 16.07. 1999 № 996-XIV [electronic resource]. — Mode of access : // <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14/> [in Ukrainian]

7. International Accounting Standard (IAS) 19 «Employee Benefits». [Electronic resource]. — Access :// http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/929_011/.

8. NBU Resolution «On approval of the Plan of Accounts for banks in Ukraine and instructions on the use of the Chart of Accounts of Banks of Ukraine» dated 17.06.2004 № 280. [Electronic resource]. — Access :// <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0918-04/> [in Ukrainian]

9. NBU Resolution «On approval of rules for accounting of income and expenses of banks in Ukraine» dated 18 June 2003roku number 255. [Electronic resource]. — Access :// <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0583-03/> [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 30.05.2013 р.

УДК 368

Залетов О. М.,

к.е.н., доц., доц. кафедри страхування
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ

O. M. Zaletov

PhD, Associate Professor,

Associate Professor, Department of Insurance,

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY INSURANCE COMPANIES

АНОТАЦІЯ: Стаття присвячена проблемам розвитку соціальних інвестицій страхових компаній. Розглянуто поняття корпоративної соці-

льної відповідальності; проаналізовано особливості формування соціальних інвестицій страхових компаній.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: страхова компанія, страховий ринок, соціальні інвестиції, корпоративна соціальна відповідальність.

ANNOTATION: this article is devoted to problems of social investments of the insurance company. The term of corporate social responsibility is grounded; the features of social investments of insurance company.

KEYWORDS: insurance company, insurance market, social investment, corporate social responsibility.

У сучасних умовах страховий ринок стає основним фінансовим механізмом захисту суспільства від різного роду небезпек і однією із систем мінімізації виробничих, екологічних, побутових, політичних, техногенних, соціальних і фінансових ризиків.

Кризові процеси в економіці й зокрема на фінансових ринках змінили очікування потенційних клієнтів страхових компаній до страхових послуг. З одного боку, цільові клієнти страховиків змушують останніх шукати й застосовувати на практиці інноваційні рішення щодо просування страхових продуктів. З іншого боку, з'явилися нові форми й можливості формування довіри населення до страхової компанії, надання достовірної інформації про діяльність страховика й залучення клієнтів до реалізації страхових послуг.

У цьому зв'язку зростає актуальність пошуку нових форм діалогу страхових компаній і їхніх клієнтів на етапі формування попиту на страхові послуги.

Проблемам діяльності страхових компаній присвячені наукові праці таких провідних учених, як: Базилевич В. Д. [1], Внукова Н. М. [2], Гаманкова О. О. [3], Осадець С. С. [4], Ткаченко Н. В. [5], Фурман В. М. [6] та інших. Проте наразі не існує загально визнаних підходів до трактування поняття «соціальні інвестиції страхових компаній», залишаються недостатньо розробленими теоретико-методологічні засади досліджень проблем корпоративної соціальної відповідальності страхових компаній. Зазначене визначає необхідність подальших наукових досліджень у цій сфері.

Тому метою даної статті є розвиток теоретико-методологічних засад дослідження соціальних інвестицій страхових компаній, аналіз особливостей формування корпоративної соціальної відповідальності страхових компаній.

Концепція соціальної відповідальності існує вже близько 50 років — з 60—70-х років минулого сторіччя. Однак невід’ємною частиною бізнес-практики вона стала лише протягом останнього десятиліття. Актуальність практики корпоративної соціальної відповідальності в сучасному світі викликана такими причинами:

— зростання добробуту, що викликає зростання потреб і запитів суспільства, і відповідно очікувань від діяльності страхових компаній, що підвищує роль репутації та бренду в цих умовах;

— глобалізація і поширення мережі Інтернет, що робить легкодоступною інформацію при цьому створює значні ризики для репутації страхової компанії;

— посилення конкуренції на світовому і національних ринках, що змушує страхові компанії шукати нові конкурентні переваги;

— вплив світової кризи, що значно похитнув довіру до фінансового сектору, який в очах громадськості опинився головним її винуватцем.

Сучасна ринкова економіка з її конкуренцією підштовхує роботодавця до соціальної відповідальності бізнесу, тому що сьогоднішній працівник всі частіше вже не просто реагує на розмір зарплати й премій, він цікавиться «соціальним обличчям» підприємства. І в результаті корпоративна соціальна відповідальність стає конкурентною перевагою [7].

Як справедливо відзначає А. В. Шибаєва [8], критеріями надійності й стабільності страхової компанії стають не прибуток і страхові премії, а усвідомлення (насамперед, на рівні топ-менеджменту страхової компанії) корпоративної відповідальності страхового бізнесу й асоціювання страховика частиною громадянського суспільства (модель «корпоративного громадянства»).

С. Перегудов [9] визначає корпоративну соціальну відповідальність як зобов’язання, які беруть на себе компанії, підприємства, бізнес-групи для рішення суспільно значимих проблем як у рамках самий бізнес-співтовариства, так і за його межами, тобто на муніципальному, регіональному, національному, а іноді й глобальному рівнях.

Як зазначає Б.С. Батаєва [10], концепція корпоративної соціальної відповідальності виникла з концепції соціального консенсусу, що означає неконфронтаційний розвиток суспільства, досягнення балансу інтересів різних груп і верств суспільства, що виражається в соціальній згоді з приводу розподілу ресурсів і сус-

пільного продукту. Ще однією важливою причиною виникнення цього явища є підвищення значення етики бізнесу на певному щаблі розвитку капіталістичних систем розвинених країн — переходу від періоду «дикого капіталізму» до його цивілізованих форм.

Будучи не в силах у необхідному обсязі фінансувати заходи щодо соціального захисту населення і вирішувати соціальні проблеми, що нагромадилися, держава в партнерстві з бізнесом і некомерційним сектором може вирішувати багато питань спільними зусиллями.

Як зазначає Д. Бланд, уряди хочуть позбутися обов'язку підтримувати рівень добробуту своїх громадян, оскільки це вимагає занадто великих витрат. Але при цьому вони панічно бояться результатів майбутніх виборів, якщо спробують впровадити нелюдську систему, що погіршує життя тих співгромадян, які не в змозі платити ринкові ціни за свої пенсії й охорону здоров'я. Тому уряди й прагнуть перекласти як можна важкий тягар на страхові компанії [11]. У свою чергу це сприяє активному проникненню страхових послуг у життя сучасного суспільства.

На нашу думку, концепція соціальної відповідальності бізнесу — це досягнення комерційного успіху на основі етичних норм і повазі до людей, участі в удосконалюванні суспільства й захисту навколишнього середовища.

Особливість соціальної відповідальності страхових компаній полягає в тому, що, крім виконання власних соціальних зобов'язань стосовно клієнтів (страхувальників, застрахованих, вигодонабувачів), співробітників і партнерів, страхові компанії за допомогою різних страхових і інвестиційних програм сприяють підприємствам у реалізації соціально-відповідальної поведінки.

Зокрема, корпоративне медичне страхування й страхування життя в рамках компенсаційного пакета є одними з найефективніших інструментів мотивації персоналу й найзатребуванішим складовим елементом соціального пакету для співробітників підприємств різного профілю.

З іншого боку, страховики є активними меценатами. Наприклад, з 2010 року в Україні діє Всеукраїнський благодійний фонд «Олександра Сосіса», який за 4 роки роботи надав допомогу провідним науковцям, журналістам і громадським діячам у вигляді грантів у розмірі понад 1,3 млн грн, а також матеріальну допомо-

гу працівникам страхового ринку та членам їх родини на загальну суму понад 300 тис. грн.

Зовнішні соціальні інвестиції відіграють важливу роль у позиціонуванні страхових компаній на ринку і є предметом створення гарного іміджу у суспільстві. Вони складаються із благодійних і спонсорських проектів. Зокрема, страховики США щорічно виділяють понад 500 млн дол. на підтримку малозабезпечених верств населення, охорону здоров'я, освіту та соціальні послуги.

Страховий ринок також переймається проблемами екології. Зокрема, напередодні 3-ої зустрічі сторін Кіотського протоколу (о. Балі, Індонезія, грудень 2007 р.) провідні світові страховики AIG, Allianz, AXA і Swiss Re були серед 150 компаній, що підписали резолюцію про зміну клімату, заклик до світових лідерів щодо всеосяжної боротьби зі зміною клімату в рамках Організації Об'єднаних Націй.

Значний досвід соціальний інвестицій страховиків і в освітній сфері. Наприклад, Благодійний фонд страхової індустрії (ISCF, США) виділив 750 тис. дол. на розробку програми грамотності та розвитку дітей молодшого віку із малозабезпечених родини. Починаючи з жовтня 2013 року можна завантажувати освітні відео матеріали зі спеціального сайту www.sesamestreet.org, в т. ч. є також мобільний додаток до смартфонів.

Розвиток мікрострахування, що передбачає надання якісних страхових послуг за доступними цінами на малозабезпечених верств населення, етичне ведення бізнесу, відповідальність перед споживачем, участь у розвитку місцевого співтовариства, взаємодія із владними структурами в рамках державно-приватного партнерства також є елементами корпоративної відповідальності страхового бізнесу.

Фактично страхові компанії виступають своєрідним мотиватором соціально-відповідальної поведінки населення і суб'єктів господарської діяльності за рахунок зниження ризиків прийняття «безвідповідальних рішень» за допомогою тарифної політики за програмами майнового страхування, особистого страхування й страхування відповідальності.

Корпоративна соціальна відповідальність страхових компаній носить багаторівневий характер:

- 1) своєчасна оплата податків, виплата заробітної плати, створення нових робочих місць;

- 2) забезпечення працівників адекватними умовами не тільки роботи, але й життя: підвищення рівня кваліфікації працівників,

профілактичне лікування, будівництво житла, розвиток соціальної сфери;

3) добродійна діяльність.

До внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності страхових компаній можна віднести: безпеку праці, стабільність заробітної плати, страховий захист співробітників і членів їх родин, розвиток людських ресурсів через навчальні програми підготовки й підвищення кваліфікації, надання допомоги працівникам у критичних ситуаціях тощо.

До зовнішньої корпоративної соціальної відповідальності страхових компаній можна віднести: спонсорство й добродійність, сприяння охороні навколишнього середовища, взаємодія з місцевим співтовариством і місцевою владою, готовність брати участь у кризових ситуаціях, фінансова та моральна відповідальність перед споживачами страхових послуг.

Таким чином, корпоративна соціальна відповідальність страхових компаній визначається як добровільний внесок страхових компаній у розвиток громадянського суспільства через механізм соціальних інвестицій, які розподіляються на внутрішні (стосовно працівників) і зовнішні (внесок у суспільний розвиток).

Специфіка соціальних інвестицій страхових компаній у людський капітал багато в чому обумовлена структурою страховиків, що полягає в створенні робочих місць, виплаті заробітних плат для штатних співробітників, комісійної винагороди, бонусів і нагород для страхових агентів, вживанні заходів щодо охорони праці, турботі про здоров'я персоналу (за допомогою медичного страхування, пенсійного страхування й страхування від нещасних випадків), інвестиціях в освіту співробітників (курси підвищення кваліфікації, спеціалізовані вищі заклади освіти, зовнішні й внутрішні тренінги), допомоги працівникам у критичних ситуаціях і т. д.

Література

1. Страхування: Підручник / За ред. В. Д. Базилевича. — К.: Знання-Прес, 2008. — 1019 с.

2. Внукова Н. М. Страхування: теорія та практика: навч. посіб. / Н. М. Внукова, В. І. Успенко, Л. В. Временко. — Х. : Бурун книга, 2009. — 656 с.

3. *Гаманкова О. О.* Ринок страхових послуг України: теорія, методологія, практика: [Монографія] / О. О. Гаманкова. — К.: КНЕУ, 2009. — 283 с.
4. *Страховання: Підручник / Керівник авт. колективу і наук, ред. С. С. Осадець.* — Вид. 2-ге, перероб. і доп. — К.: КНЕУ, 2002. — 599 с.
5. *Ткаченко Н. В.* Забезпечення фінансової стійкості страхових компаній: теорія, методологія та практика [Текст] : монографія / Н. В. Ткаченко; Нац. банк України, Ун-т банк. справи. — Черкаси : Черкаський ЦНТЕІ, 2009. — 570 с.
6. *Фурман В. М.* Страховання: теоретичні засади та стратегія розвитку: Монографія. — К.: КНЕУ, 2005. — 443 с.
7. *Хмельник Ю. Г.* Социальное управление человеческими ресурсами в страховой компании. Теория и практика управления: новые подходы. — М.: Университетский гуманитарный лицей, 2007. — № 10. — С. 34—37.
8. *Шibaева А. В.* Рекламная кампания страховщиков как инструмент реализации корпоративной социальной ответственности страхового бизнеса / А. В. Шibaева // Культура народов Причерноморья. — 2012. — № 232. — С. 218—220.
9. *Перегудов С.* Социальная ответственность бизнеса и корпоративное гражданство / С. Перегудов // Мировая экономика и международные отношения. — 2005. — № 11. — С. 45—48.
10. *Батаева Б. С.* Корпоративная социальная ответственность / Б. С. Батаева // Вестник Финансовой академии. — 2007. — № 1(41). — С. 91—96.
11. *Бланд Д.* Страховой бизнес и профессионализм / Д. Бланд // Вестник Финансовой академии. — 1998. — № 1(5). — С. 44—50.

Reference

1. *Insurance: Textbook / V. D. Bazilevich.* — K.: Znannya Press, 2008. — 1019 p. [in Ukrainian]
2. *Vnukova N. M.* Insurance: Theory and Practice : teach. guidance's. / N. M. Vnukova, V. I. Uspalenko, L. V. Vremenko. — Kh.: Burun Book, 2009. — 656 p. [in Ukrainian]
3. *Gamankova O. O.* The insurance industry of Ukraine: Theory, Methodology, Practice [The book] / O. Gamankova. — K.: KNEU, 2009. — 283 p. [in Ukrainian]
4. *Insurance: Textbook / Principal author. team and Sciences, ed. S. S. Osadets.* — Ed. 2nd, revised. and add. — K.: KNEU, 2002. — 599 p. [in Ukrainian]
5. *Tkachenko N. V.* Ensuring financial stability of insurance companies: Theory, Methodology and Practice [Text]: monograph / N. V. Tkachenko, Nat. Bank of Ukraine, Univ bank. case. — Cherkasy «Cherkasy CSTEI», 2009. — 570 p. [in Ukrainian]

6. *Furman V.* Insurance: Theoretical Approaches and Strategy Development: Monograph. — K.: KNEU, 2005. — 443 p. [in Ukrainian]
7. *Khmelnik Y. G.* Social management of human resources in the insurance company. Theory and practice of management : new approaches. — M. : University lyceum. — 2007. — № 10. — S. 34—37. [in Russian]
8. *Shibaeva A. V.* Advertising campaign insurers as a tool of the corporate social responsibility of the insurance business / A. V. Shibaeva // Culture of the Black Sea. — 2012. — № 232. — S. 218—220. [in Russian]
9. *Peregoudov S.* Social responsibility and corporate citizenship / S. Peregoudov // World Economy and International Relations. — 2005. — № 11. — S. 45—48. [in Russian]
10. *Bataeva B.S.* Corporate social responsibility / B. S. Bataeva // Bulletin of the Finance Academy. — 2007. — № 1 (41). — S. 91—96. [in Russian]
11. *Bland D.* Insurance business and professional / D. Bland // Bulletin of the Financial Academy. — 1998. — № 1 (5). — S. 44—50. [in Russian]

Стаття надійшла до редакції 18.06.2013 р.