

УДК 336.719:005.35

Т. П. Гончаренко, канд. екон. наук, доц.,
Є. Ю. Заєць, магістрант,
ДВНЗ “Українська академія банківської справи НБУ”

ПОСИЛЕННЯ ТРАНСПАРЕНТНОСТІ БАНКУ НА ЗАСАДАХ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

У даній статті пропонується застосування кодексу корпоративної соціальної відповідальності для банків з метою підвищення їх прозорості (підвищення рівня прозорості діяльності); розкриваються основні принципи, які повинен включати кодекс корпоративної соціальної відповідальності будь-якого банку; зазначаються основні аспекти діяльності банку, що мають підлягати обов'язковому розкриттю.

Ключові слова: прозорість, корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), принципи корпоративної соціальної відповідальності, якість корпоративного управління банком, репутаційний менеджмент, інвестиційна привабливість, довіра населення.

Постановка проблеми. Прозорість інформації щодо діяльності банку є дуже важливим фактором його ефективного функціонування. Адже дотримання банком стандартів прозорості та відкритості зумовлює забезпечення стабільності його діяльності в перспективі та підвищення рівня довіри клієнтів. До того ж важливою тенденцією сьогодення стає підвищення уваги з боку суб'єктів банківського бізнесу до таких чинників розвитку, як корпоративна етика, корпоративна соціальна відповідальність, кадрова політика. Важливість урахування цих факторів у стратегіях розвитку полягає в необхідності постійного покращення відносин із різними групами стейкхолдерів, а також у підвищенні вартості банку за рахунок таких нематеріальних активів, як репутація та етика.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика питань, пов'язаних із розумінням сутності корпоративної соціальної відповідальності, методів і підходів до управління нею знайшла своє відображення в роботах таких відомих вчених, як П. Друкер, Ф. Котлер, М. Портер, Г. Прингл, М. Томпсон, М. Фрідман та багато інших. Серед вітчизняних дослідників цього наукового напрямку слід відзначити О. Гирик [3], А. Кретову, О. Лазоренко [7; 8], С. Мельник, Г. Осовську, О. Федорову. Наразі науковий пошук головним чином сконцентрований на розробці науково-методичних підходів до управління корпоративною соціальною відповідальністю в бізнес-середовищі загалом, проте надзвичайно неохопленими є питання щодо розробки практичних рекомендацій із формування засад КСВ для структур, які працюють у фінансово-кредитній сфері.

Метою статті є обґрунтування необхідності підвищення рівня прозорості діяльності банків і шляхів реалізації даного завдання, зокрема за

рахунок впровадження “Кодексу корпоративної соціальної відповідальності банку”.

Виклад основного матеріалу. За даними Conference Board, які вона оприлюднила у 2000 році, компанії, що мають соціально-відповідальну орієнтацію, отримують майже на 10 % більше доходів з інвестованого капіталу, більш ніж на 60 % вищий чистий прибуток і на 3 % більше доходів з активів, ніж компанії, що не провадять соціально відповідальний бізнес. У 2006 р. дослідження Conference Board було підтверджене вченими Краківського економічного університету (Польща).

Результати щорічного опитування, яке проводиться українським фондом “Ефективне управління”, показують, що на фоні високої зацікавленості вітчизняних компаній у веденні господарської діяльності на основі запровадження етичних стандартів, лише незначна частка з них перетворює цей інтерес на конкретний результат. У даному дослідженні з’ясовано, що трохи більше ніж 28 % вітчизняних підприємств, враховуючи і банки, мають затверджені цінності та кодекс поведінки. Відповідно до Звіту про глобальну конкурентоспроможність 2013, рівень корпоративної етики серед українських компаній поступається більшості порівнюваних країн, у результаті чого Україна за цим показником посідає 130 місце зі 148 країн.

У тому ж дослідженні з’ясовано, що найбільш етичною поведінкою в галузевому розрізі характеризуються саме банківські установи (4,07 бала), проте ця оцінка не сильно відрізняється від мінімальної зафіксованої серед галузей України – 3,58 [4; 5].

Згідно з даними дослідження Всесвітнього економічного форуму “Звіт про глобальну конкурентоспроможність 2013” до факторів, які впливають на корпоративну етику, належать: ступінь орієнтованості на клієнта, інтенсивність конкуренції на внутрішньому ринку, хабарі та неформальні платежі, наявність зафіксованих елементів корпоративної етики [4; 5].

Дещо по-іншому виглядає ситуація з корпоративною соціальною відповідальністю (КСВ). Так, згідно з дослідженням “КСВ 2005–2010, UNITER, 2011” важливість корпоративної соціальної відповідальності та її сприяння веденню бізнесу в Україні підтвердили 38; 19 % опитаних відзначили, що впроваджують КСВ у відповідь на дії конкурентів. Більш стрімкому розвитку системи КСВ перешкоджає, на думку 61 % респондентів, брак вільних коштів, при цьому близько 60 % вітчизняних компаній з КСВ частіше за все розуміють проведення благодійних акцій, при тому, що у світовій практиці благодійність до системи корпоративної соціальної відповідальності не належить! В Україні, згідно з результатами опитування керівників бізнесу, політика корпоративної соціальної відповідальності насамперед спрямована на внутрішню кадрову політику – проекти для розвитку персоналу. Ще менше поширена практика участі бізнесу в екологічних та інфраструктурних проектах розвитку території присутності, проектах взаємодії з суспільством у таких сферах, як охорона здоров’я, спорт, освіта, культура та соціальний захист [5].

Для комплексного розуміння поняття “корпоративна соціальна відповідальність”, на нашу думку, доцільно розкрити сутність цього поняття.

У наукових колах не сформувалось єдиної думки з приводу визначення КСВ, отже, наведемо декілька визначень, які, на нашу думку, більшою мірою розкривають сутність даного поняття.

Світова рада компаній зі сталого розвитку: КСВ – це довгострокове зобов’язання компаній поводитися етично та сприяти економічному розвитку, одночасно покращуючи якість життя працівників і їх родин, громади та суспільства загалом.

Організація економічного співробітництва та розвитку (OECD): корпоративна соціальна відповідальність являє собою сталий розвиток і передбачає збалансованість економічних, соціальних та екологічних цілей суспільства, інтеграцію їх у взаємовигідні принципи та підходи [6].

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) банку – це відповідальне ставлення банку до свого продукту (послуги), працівників, споживачів, партнерів, акціонерів, активна соціальна позиція, яка полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі з представниками комерційного сектору і суспільства, державної влади, зацікавленими сторонами для ефективного сприяння рішенню гострих економічних, соціальних, гуманітарних та екологічних проблем [7].

Корпоративна соціальна відповідальність передбачає добровільні дії банку, спрямовані на те, щоб у своїй діяльності враховувати інтереси суспільства, працівників, партнерів та інших стейкхолдерів. Корпоративна етика банку являє собою певну культуру взаємодії керівництва і персоналу між собою та з зовнішніми стейкхолдерами, часто на основі “кодексу честі”, від неформальних правил і етичних норм до офіційної місії компанії, слідування яким допомагає бізнесу зміцнити свої конкурентні позиції в довгостроковій перспективі [5].

Діяльність банку має бути спрямована таким чином, щоб принципи корпоративної соціальної відповідальності стали частиною його стратегії, культури й основної діяльності, відкритості, готовності звітувати за свої дії перед громадою та суспільством. Взаємодія банку з суспільством має ґрунтуватися на чіткому розумінні соціальної місії та ролі, яку він виконує у місцевому та державному масштабі.

Ми вважаємо, що система корпоративної соціальної відповідальності банку повинна являти собою сукупність принципів її взаємодії з суспільством, зацікавленими сторонами, такими як: співробітники, партнери, акціонери, інвестори, місцеві громади, органи влади, інші стейкхолдери та визначення його головних суспільних цінностей.

Принципи корпоративної соціальної відповідальності мають встановлювати основні засади, якими керується банк у процесі реалізації соціально значущої діяльності. Перш ніж визначити найголовніші принципи

КСВ банку, на нашу думку, варто сформувати основні види корпоративної соціальної відповідальності (таблиця 1) [3].

Таблиця 1 – Види корпоративної соціальної відповідальності

Вид КСВ	Характеристика
Внутрішня корпоративна соціальна відповідальність	<ul style="list-style-type: none"> • управління та розвиток людських ресурсів через освітні програми і програми підвищення кваліфікації кадрів; • охорона здоров'я працівників і безпека праці; • додаткове медичне та соціальне страхування співробітників; • недержавне пенсійне забезпечення працівників; • стабільність заробітної плати; • надання допомоги працівникам у критичних ситуаціях
Зовнішня корпоративна соціальна відповідальність	<ul style="list-style-type: none"> • співпраця з місцевими громадами та місцевою владою; • взаємини з бізнес-партнерами, постачальниками та споживачами; • відповідальність перед клієнтами за якість наданих послуг; • дотримання прав людини; • спонсорство та благодійність; • сприяння охороні навколишнього середовища

В Україні соціальна відповідальність банківського бізнесу лише починає свій розвиток. Проведений аналіз змісту офіційних сайтів вітчизняних найбільш популярних і розвинених банківських установ показав, що лише 8 банків публікують елементи КСВ, всі інші серед досліджених жодним чином не висвітлюють власну соціальну зорієнтованість (табл. 2).

Таблиця 2 – Аналіз банківських установ України на наявність на офіційному сайті рубрики, присвяченої корпоративній соціальній відповідальності, за станом на грудень 2013 р.

Банківська установа, яка має рубрику	Назва рубрики	Сутність рубрики	Банківські установи, які не мають рубрики
ПАТ "ПРИВАТБАНК"	"Соціальна позиція банку"	Стимулювання зниження безробіття в країні, надання пільг працівникам банку, працевлаштування інвалідів	ПАТ "ОЩАДБАНК" ПАТ "УКРЕКСІМБАНК" ПАТ "УКРСИББАНК" ПАТ "ФІНАНСИ ТА КРЕДИТ"
ПАТ "ДЕЛЬТА БАНК"	"Банк і суспільство"	Сприяння благоустрою місць відпочинку, паркових зон, покращення якості життя тощо	ПАТ "АЛЬФА БАНК" ПАТ "ВТБ БАНК" ПАТ "СБЕРБАНК РОСІЇ"
ПАТ "РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ"	"Соціальна відповідальність"	Відповідальність банківської установи перед суспільством знаходить відображення в надійності фінансового	ПАТ "УКРСОЦБАНК" ПАТ "ПРОМІНВЕСТБАНК" ПАТ "БРОКБІЗНЕСБАНК"

		інституту, прозорому веденні бізнесу, забезпеченні високої якості продуктів і послуг, пропозиції достойних робочих місць для українців, гарантії належних умов праці власному персоналу, а також в екологічній відповідальності та активній благодійній і спонсорській діяльності	ПАТ "БТА БАНК" ПАТ "IDEA BANK" ПАТ "ІМЕКСБАНК" ПАТ "БАНК КИЇВСЬКА РУСЬ" ПАТ "БАНК КРЕДИТ ДНІПРО" ПАТ "КРЕДІ АГРІКОЛЬ" ПАТ "КРЕДОБАНК" ПАТ "ОТР БАНК"
ПАТ "УКРГАЗБАНК"	"Корпоративна культура банку"	<ul style="list-style-type: none"> орієнтація на клієнта; інвестиційна привабливість банку; банк для працівників; банк для суспільства та держави 	ПАТ "PLATINUM BANK" ПАТ КБ "ПРАВЕКС-БАНК" ПАТ "БАНК ФОРУМ" ПАТ "ХРЕЩАТИК" ПАТ "БАНК НАЦІОНАЛЬНИЙ КРЕДИТ"
ПАТ "НАДРА"	"Соціальна відповідальність банку"	<ul style="list-style-type: none"> відкритість і прозорість; ведення постійного діалогу з зацікавленими сторонами; достовірність; дотримання інтересів і потреб майбутніх поколінь з метою забезпечення стійкого розвитку 	ПАТ "ВСЕУКРАЇНСЬКИЙ АКЦІОНЕРНИЙ БАНК"

Продовження таблиці 2

Банківська установа, яка має рубрику	Назва рубрики	Сутність рубрики	Банківські установи, які не мають рубрики
ПАТ "ПУМБ"	"Кодекс корпоративної етики"	<ul style="list-style-type: none"> репутація; клієнтоорієнтованість; надійність; відповідальність; прозорість; самовдосконалення; професіоналізм; інноваційність; соціальний захист 	
ПАТ "City Commerce bank"	"Соціальна відповідальність"	<ul style="list-style-type: none"> розуміння банком соціальної відповідальності; соціальні проекти 	
ПАТ "Universal Bank"	"Наші цінності"	Однією з цінностей, визнаних банком, є соціальна	

		відповідальність	
--	--	------------------	--

Джерело: складено автором за даними офіційних сайтів банків.

Зважаючи на початковий етап розвитку даної категорії в Україні, слід зауважити про її позитивну тенденцію. Але з цих 8 банків жоден не надає пріоритетного значення корпоративній соціальній відповідальності в цілому, а лише зорієнтований на активну діяльність у розрізі певної складової: підтримання якості надання послуг, благодійність, благоустрій міст, захист навколишнього середовища тощо. Виходячи з цього можна зробити висновок про недостатньо сформовану політику корпоративної соціальної відповідальності банків.

Для вирішення даного питання та покращення взаємовідносин банку з суспільством, що, безумовно, є позитивним аспектом його діяльності, на нашу думку, доцільно створити “Кодекс корпоративної соціальної відповідальності”, який включав би основні принципи щодо регулювання КСВ (рис. 1).

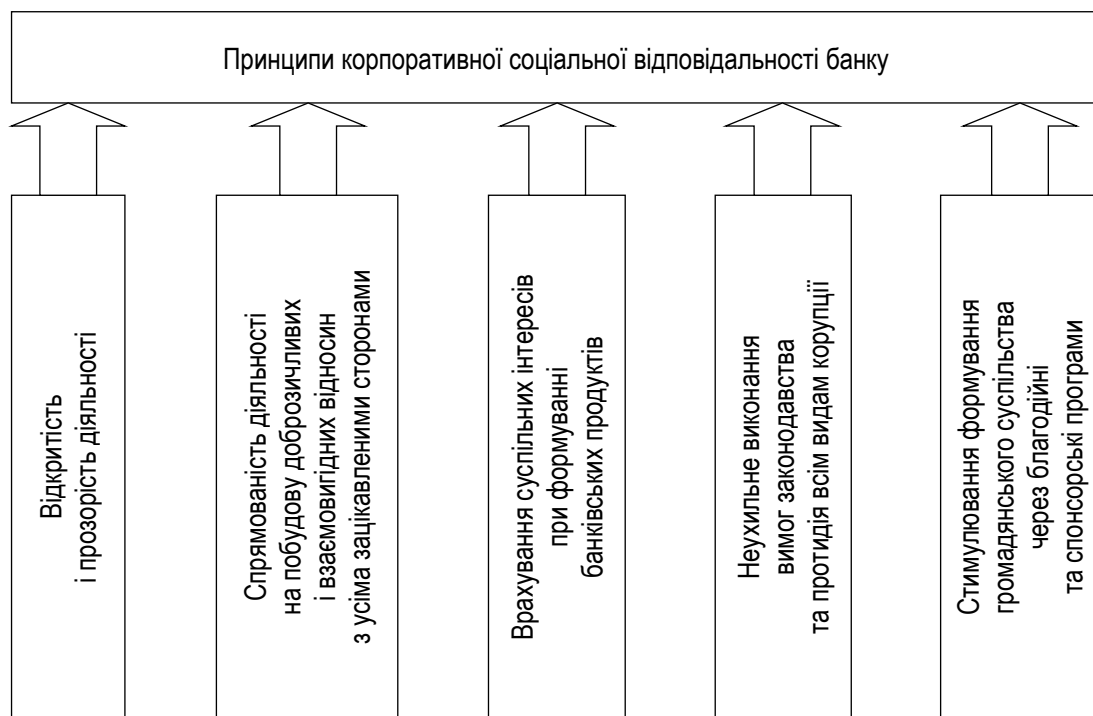


Рисунок 1 – Принципи корпоративної соціальної відповідальності банку

Розкриємо сутність визначених нами принципів.

Відкритість і прозорість. Банк має прозоро та об’єктивно здійснювати підготовку обов’язкової фінансової звітності за національними та міжнародними стандартами, проходити аудиторські перевірки зазначеної звітності, готувати обов’язкову регулярну й особливу інформацію емітента на ринку цінних паперів, що вимагається регулюючими органами, регулярно

проходити рейтингові оцінювання за національною та міжнародною шкалою. Фінансову звітність, обов'язкову інформацію фінансового та фондового ринку, річний звіт, незалежний аудит і рейтинги банк повинен поширювати з використанням інформаційних каналів, що обслуговують біржові майданчики, новинних стрічок провідних світових і вітчизняних інформаційних агенцій. Для більш широких верств населення банк повинен оприлюднювати зазначену інформацію через друковані та електронні засоби масової інформації, включаючи мережу Інтернет.

Виходячи з вищесказаного слід зазначити, що, на нашу думку, розкриттю повинні підлягати аспекти діяльності банку, що представлені на рисунку 2.

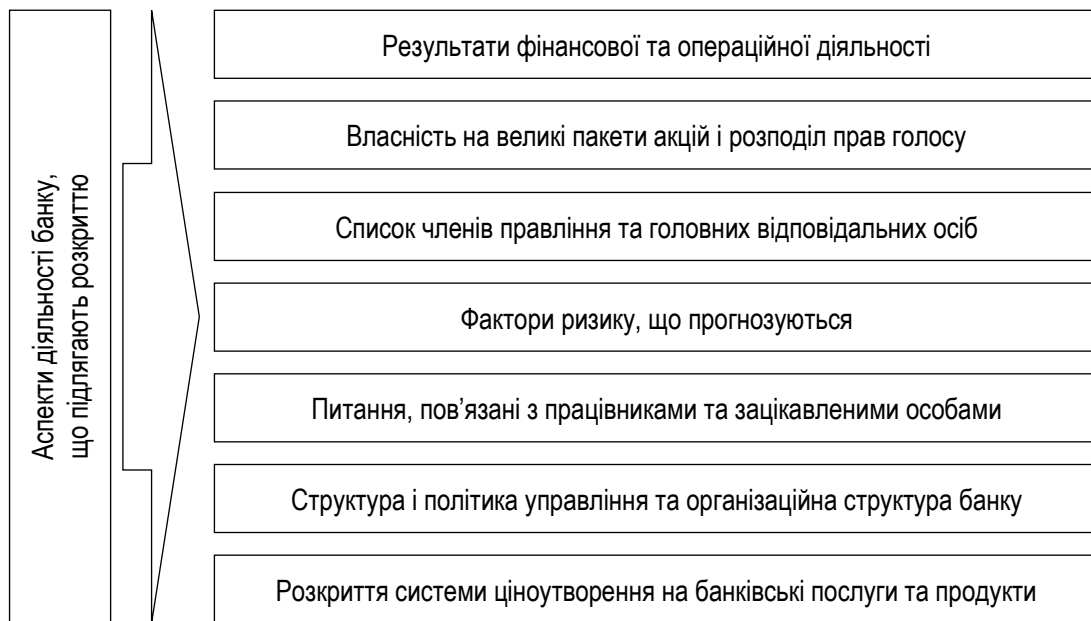


Рисунок 2 – Аспекти діяльності банку, що мають підлягати обов'язковому розкриттю

Інформаційна прозорість може бути досягнута лише за умови ефективного застосування принципу повного та своєчасного розкриття всієї суттєвої інформації, необхідної для користувачів для прийняття ефективних управлінських рішень.

Принцип *спрямованості діяльності на побудову доброзичливих і взаємовигідних відносин з усіма зацікавленими сторонами* має ґрунтуватися на безперечному дотриманні принципів корпоративного управління та ділової етики, прийнятих у світовій фінансовій практиці. Співробітники та керівники банку повинні брати участь у процесі виявлення й оцінки інтересів, очікувань і побоювань зацікавлених сторін, з якими вони взаємодіють, використовуючи двосторонні форми комунікацій, що дозволяють зробити цей процес найбільш ефективним. Взаємини з акціонерами та інвесторами повинні будуватися банком на принципах

прямого конструктивного діалогу відповідно до міжнародних стандартів, які визначають норми ведення бізнесу.

Принцип неухильного виконання вимог законодавства та протидії усім видам корупції полягає в чіткому дотриманні законодавства України: банківського, адміністративного, податкового та ін. Особлива увага має приділятися комплексній участі в розвитку банківського законодавства через роботу з законодавчими ініціативами в професійних об'єднаннях та асоціаціях, створених за галузевими, територіальними й іншими принципами. Даний принцип має розкриватись через створення та прийняття внутрішніх правил, у яких повинна бути прописана поведінка персоналу стосовно будь-яких проявів корупції, контролю банківських операцій із високим ступенем ризику, пов'язаних з витратами за дорученням клієнтів і контрагентів (здійснення подарунків від чужого імені, представницькі витрати тощо, пожертвування, спонсорська діяльність).

Стимулювання формування громадянського суспільства через благодійні та спонсорські програми як принцип КСВ має забезпечувати банківській установі позитивне ставлення з боку окремих членів суспільства та їх груп, реалізація якого надасть банку чітко виражені конкурентні переваги у формі стійкої лояльності клієнтів, як реальних, так і потенційних.

Врахування суспільних інтересів при формуванні банківських продуктів. Цей принцип повинен реалізовуватись у процесі проектування нових продуктів і послуг банку, у рамках процесу внутрішніх консультацій, з урахуванням фінансової безпеки банку та потреби суспільства

Висновки. Таким чином, можна стверджувати, що хоча вітчизняні банки і усвідомлюють важливість розробки системи корпоративної соціальної відповідальності й етики ведення бізнесу як інструмента підвищення власної репутації та як наслідок підвищення конкурентоздатності, насправді ж спостерігається низька активність щодо впровадження хоча б мінімального набору елементів цих систем.

Водночас впровадження системи корпоративної соціальної відповідальності може наділити банк такими конкурентними перевагами, як:

- покращення якості корпоративного управління завдяки запобіганню ризикам різних рівнів;
- покращення репутаційного менеджменту та збільшення обсягів реалізації банківських продуктів та послуг і частки ринку;
- розширення можливостей для залучення, утримання, мотивування клієнтів АТ “Умовний банк”;
- оптимізація операційних процесів і зменшення виробничих витрат;
- підвищення доступу до інвестиційних капіталів і підвищення лояльності інвесторів;
- налагодження та побудова дієвих відносин з іншими компаніями, урядовими структурами та неурядовими організаціями.

Подальші дослідження мають вестись у напрямку формування методичних рекомендацій щодо розробки системи корпоративної соціальної

відповідальності, як банківськими так і іншими організаціями, окремих її елементів, процедур, програмних заходів.

Список літератури

1. Благов Ю. Е. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление / Ю. Е. Благов // Российский журнал менеджмента. – 2004. – № 3. – С. 17–34.
2. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? [Електронний ресурс] / В. Воробей // Києво-Могилянська бізнес-студія, 2005. – № 10. – Режим доступу : http://www.management.com.ua/cm/cm_037.html.
3. Гирик О. С. Вплив корпоративної соціальної відповідальності на активізацію банківської діяльності / О. С. Гирик // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – № 20(4). – С. 188–196.
4. Звіт про конкурентоспроможність регіонів України 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.feg.org.ua/uploadfiles/documents/ukraine_inthe_world_2012_ukr_web.pdf.
5. Звіт про конкурентоспроможність регіонів України 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.feg.org.ua/uploadfiles/documents/ukraine_inthe_world_2013_ukr_web.pdf.
6. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.management.com.ua/cm/cm037.html>.
7. Лазоренко О. Базова інформація із корпоративної соціальної відповідальності : посібник / О. Лазоренко, Р. Колишко [та ін.]. – К. : Енергія, 2008 – 96 с. – ISBN 978-966-8163-14-2.
8. Лазоренко О. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: експертна думка / О. Лазоренко. – К. : Стилос, 2007. – С. 10–28.

Отримано 17.01.2014

Summary

This paper proposes the application of codes of corporate social responsibility for banks to improve their transparency (increased transparency), reveals the basic principles that the Code of Corporate Social Responsibility of any bank should include, indicates the main aspects of the bank that should be subject to obligatory compulsory disclosure.

Гончаренко, Т.П. Посилення транспарентності банку на засадах корпоративної соціальної відповідальності [Текст] / Т.П. Гончаренко, Є.Ю.Заєць // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: зб. наук. праць.- Суми: УАБС НБУ, 2014.- Вип. 38.- С. 95-104.