

ПОЛІТИКА КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В
БАНКАХ УКРАЇНИ: ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ
ВПРОВАДЖЕННЯ

Козьменко С.М.,

д.е.н., професор, в.о. ректора, проректор з наукової роботи ДВНЗ «УАБС
НБУ»

Говорун Д.А.,

к.е.н., асистент кафедри міжнародної економіки ДВНЗ «УАБС НБУ»

Початок існування незалежної України з власною фінансовою системою відзначився можливістю для банків збільшувати свою дохідність і нарощувати фінансові показники за умов високого рівня інфляційного тиску і низької конкуренції на ринку. Передумовою ж запровадження концепції корпоративної соціальної відповідальності у вітчизняних банках став притік іноземного капіталу – нові гравці на українському ринку розпочинали свою діяльність в рамках експансійної політики великих фінансових груп. Вони на той час вже мали значний досвід функціонування на ринку банківських послуг, що базувався, зокрема, на імплементації головних принципів соціально відповідального бізнесу.

Відсутність загального розуміння основних принципів соціально відповідального бізнесу в Україні й до сьогодні підкріплюється відсутністю у вітчизняній науковій літературі єдиного визначення поняття «корпоративна соціальна відповідальність». Нормативно-правові акти України також не регламентують це питання на достатньому рівні. Однак, провідні науковці єдині в думці, що корпоративна соціальна відповідальність не має обмежуватися лише соціальними програмами банку, а передбачає постійну взаємодію з основними контрагентами на принципах гармонійного співіснування та постійного діалогу. У якості взаємодіючих суб'єктів розглядаються працівники банку, його клієнти, партнери, держава і суспільство в цілому.

Соціальна відповідальність перед працівниками досягається через створення належних умов щодо оплати праці, програм для професійного розвитку персоналу тощо. Проте у вітчизняних банках спостерігається відсутність систематичності щодо програм з розвитку персоналу, встановлення системи оплати праці залежно від результатів діяльності (як процент від здійснених операцій, розповсюджених продуктів тощо), що в умовах

посткризового відновлення належного рівня довіри до банківської системи та високого рівня конкуренції не дозволяє отримувати гідну заробітну плату.

Важлива складова діяльності банку – відносини з партнерами – регламентується як внутрішньобанківськими кодексами етики, так і нормами в межах банківських об'єднань. Наприклад, однією з умов вступу до Асоціації українських банків є безумовне прийняття Кодексу банкіра та згода зі Статутом організації. Проте, поряд із цим у вітчизняній системі спостерігається також низка прийомів ведення не чесної боротьби з конкурентами. Головним інструментом у даному випадку стає інформація. Доволі часто такі дії призводять до суттєвих руйнівних наслідків (до прикладу, розповсюдження недостовірної інформації про недоступність коштів вкладників Промінвестбанку в 2008 році спричинило «ефект доміно», в результаті чого виникла загроза ліквідності всієї системи). Ефективних методів боротьби з такими явищами в Україні ще не віднайдено.

Відповідальність перед суспільством пов'язана безпосередньо з благодійною допомогою дітям, реконструкцією національних історичних пам'яток, підтримкою культури та фінансуванням різних гуманітарних проектів.

По відношенню до держави соціальна відповідальність здійснюється шляхом дотримання вимог законодавства, вчасної сплати податків, а також рекомендацій та постанов НБУ як центрального банку України. З іншого боку, держава реалізує концепцію соціальної відповідальності шляхом участі у статутному капіталі деяких банків.

Проте ідентифікація корпоративної соціальної відповідальності як цілісної системи взаємовідносин між різними суб'єктами найчастіше існує лише на теоретичному рівні. Більшість українських банків ототожнюють КСВ з благодійністю та меценатством або з розкриттям інформації. Принципово відрізняється розуміння цього поняття банками з іноземним капіталом: 45% з них декларують у звітності, що їх соціальна відповідальність є не лише соціальна політика та громадська діяльність, а постійне гармонійне співіснування з різними стейкхолдерами. Найбільш поширений підхід до трактування корпоративної соціальної відповідальності як комплексу взаємозв'язків між групами стейкхолдерів у європейських банках – 63%.

Серед мотивів, які стимулюють банки активніше впроваджувати політику соціальної відповідальності в Україні можна окремо виділити вихід банків на іноземні фондові біржі (Лондонська, Нью-Йоркська, Віденська), вплив іноземних материнських компаній (Uni Credit Group, Raiffeisen Bank International, BNP Paribas), розвиток нових конкурентних переваг.

Банківська система України у контексті соціально відповідальної політики все ще перебуває на шляху становлення – наявні проблеми після кризового періоду не дозволяють зосередитися на соціальних програмах, а реалізація проектів з соціальної відповідальності визначається як додатковий спосіб досягнення переваги у процесі конкурентної боротьби, що все частіше набуває нецінового характеру. До того ж сьогодні практику соціальної

відповідальності фінансові установи не визначають як реальну можливість для досягнення пріоритетів у довгостроковій перспективі.

Українські банки переважно впроваджують американську модель корпоративної соціальної відповідальності. Разом з тим їх уваги позбавлені подекуди дуже важливі аспекти цієї моделі. Зокрема американські компанії мають доволі високий рівень прозорості діяльності. Розкриття інформації здійснюється на добровільній основі і не регламентовано регулятором. В США дуже розвинена роль фондового ринку та ринкових індикаторів щодо ефективності впровадження корпоративної соціальної відповідальності. Увага банків зосереджується на благодійних проектах, оскільки за умов високої прозорості та чутливого фондового ринку подібні методи дають можливість досягати короткострокових результатів щодо досягнення лояльності стейкхолдерів та росту ринкових показників. В той самий час, Україна ближча до Європейських країн, банки яких зосереджують свою соціально-відповідальну діяльність на комплексній роботі з ключовими стейкхолдерами. При цьому рівень прозорості діяльності регламентується регулятором.

Діалог на тему соціальної відповідальності в банках України загалом ведеться на рівні окремих проектів та ініціатив без прив'язки до точних показників, можливості чітко оцінити чи підтвердити досягнутий прогрес. Принаймні, така ситуація впливає з інформації, що розкривається банками. В Україні ще зарано говорити про сформовані інститути всебічної оцінки діяльності фінансових посередників, які враховують соціальний, економічний та екологічний вплив їх діяльності (як позитивний так і негативний) та пов'язують такий вплив із національною стратегією сталого розвитку. Одним з результативних показників, що відображає реалізацію політики корпоративної соціальної відповідальності, є вартість бренду. Особливістю бізнесу в Україні є те, що, незважаючи на високу інтенсивність консолідаційних процесів, стаття «Гудвіл» в активах вітчизняних банків найчастіше рівна нулю.

З метою визначення основних напрямів посилення політики корпоративної соціальної відповідальності у контексті сталого соціально-економічного розвитку в Україні, тривалий час обговорюється Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Проте протягом декількох років даний документ знаходиться у стадії обговорення. Окрім зазначеного документу варто виокремити наступні кроки для максимізації позитивних наслідків політики корпоративної соціальної відповідальності в банках та суб'єктах господарювання інших напрямів діяльності: розробка, затвердження та забезпечення виконання основних принципів щодо політики соціальної відповідальності, які забезпечують побудову відповідної системи управління корпоративною соціальною відповідальністю; поступовий перехід до європейської моделі корпоративної соціальної відповідальності зі створенням відповідних інституціональних умов; підвищення стандартів звітності у сфері корпоративної соціальної відповідальності та сталого розвитку в банках відповідно до найкращого міжнародного досвіду; визначення ролі регулятора у питаннях корпоративної соціальної відповідальності банків.

Козьменко С.М. Політика корпоративної соціальної відповідальності в банках України: основні тенденції та проблеми впровадження / С.М. Козьменко, Д.А. Говорун // Політика корпоративної соціальної відповідальності в контексті сталого соціально-економічного розвитку: матеріали I Міжнар. науково-практичної конференції. – Донецьк: ДонДУУ, 2013. – С.95-98.