

*А. С. Ласукова, аспірант  
ДВНЗ “Українська академія банківської справи НБУ”*

## **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В БАНКАХ УКРАЇНИ**

Світова фінансова криза спричинила не тільки необхідність підвищення рівня ліквідності банків в Україні, але і обумовила актуальність удосконалення існуючої системи управління банківським бізнесом. Необхідною умовою забезпечення високого рівня конкурентоспроможності банків, є пошук, впровадження та використання в банківській практиці нових засобів залучення клієнтів та задоволення їх потреб, а також отримання прибутків. Одним із таких засобів є концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). На жаль, на сьогоднішній день в Україні панує фрагментарний підхід до впровадження даної концепції, що пов'язано із значною кількістю проблем, зокрема невпорядкованістю нормативно-правової бази та регулювання соціальної відповідальності, термінологічною невизначеністю, низькою поінформованістю суспільства про соціальну відповідальність бізнесу та її переваги, нестабільною політичною ситуацією, станом вітчизняної економіки, відсутністю конструктивного діалогу між бізнесом та суспільством.

Доцільність впровадження концепції КСВ підтверджена великою кількістю досліджень. Наприклад, консалтинговою компанією Cone/Roper було проведено дослідження, яке показало, що 78 % опитаних заявили про свою готовність придбати продукцію, якщо частина коштів від покупки піде на благодійні справи, 66 % споживачів готові змінити торгову марку на ту, яка підтримує соціальні проекти, а 33 % споживачів обирають виробника не тільки за ціною та якістю, а й за критерієм соціальної відповідальності компанії.

Узагальнення досвіду впровадження концепції корпоративної соціальної відповідальності банками України 1 та 2 груп згідно класифікатора НБУ. Серед банків, що аналізуються, у діяльності лише 16 було виявлено наявність соціальних ініціатив та принципів соціально-відповідального ведення бізнесу. Отримане значення є критично низьким, адже банки, приймаючи активну участь у розподілі фінансових потоків, мають можливість впливати на покращення добробуту суспільства шляхом прямого втручання у вирішення соціальних питань, або здійснювати опосередкований вплив, за рахунок спрямування капіталу своїх клієнтів у соціально-значущі сфери. Основними сферами соціальної діяльності банків України є спонсорські та благодійні проекти, спрямовані на підтримку культури, мистецтва, спорту, дитячих будинків, лікарень.

Аналіз вітчизняного досвіду впровадження концепції КСВ показав, що серед українських банків найбільш наближені до сучасної світової тенденції в сфері КСВ є підходи ПАТ “Комерційний банк “Надра” та ПАТ “Ерсте Банк”. ПАТ “Ерсте Банк” виділяє чотири складові корпоративної соціальної відповідальності в межах своєї діяльності: фінансова грамотність; соціальне підприємництво; благодійність; волонтерство співробітників. Досвід ПАТ “Комерційний банк “Надра” в сфері впровадження концепції КСВ є взірцем для вітчизняних банків. З 2006 р. даний банк стає першим членом Глобального Договору ООН серед фінансових інститутів, який визначає ряд принципів, на яких базується КСВ, що цілком відповідають світовим тенденціям. Концепція КСВ ПАТ “Комерційний банк “Надра” реалізується за такими напрямками: взаємодія із зацікавленими сторонами; взаємодія з суспільством; спонсорські проекти; розвиток корпоративного волонтерства; екологічні програми. Okремо варто відзначити, що тільки даний банк публікує соціальні звіти, використовуючи при цьому міжнародні стандарти.

Отже, вирішення окреслених проблем є необхідною умовою на шляху поширення КСВ серед банків України. Впроваджуючи концепцію КСВ, банки отримують ряд переваг у вигляді покращення іміджу, завоювання прихильності клієнтів, підвищення рівня довіри до банку, покращення якості менеджменту та ефективності роботи персоналу, збільшення сфери впливу та частки на ринку за рахунок розширення кола зацікавлених осіб.