

повинна здійснити ряд законотворчих та регуляторних кроків в напрямку збільшення довіри населення до банків (за рахунок підвищення капіталізації Фонду гарантування вкладів фізичних осіб, стабілізації курсу національної валюти), зменшення ризиковості кредитних операцій (розвиток

інституту кредитних бюро, прийняття закону про банкрутство фізичних осіб), збільшення попиту на автомобілі та житлову нерухомість (за рахунок зниження вартості нових автомобілів та новобудов), зниження рівня процентних ставок (за рахунок зниження реальної інфляції).

### Список літератури

1. Бережанський А. У світовому автопромі – криза, в Україні – автомобільний бум [Електронний ресурс] / А. Бережанський // Тиждень.UA. – 2012. – № 9 (226). – Режим доступу : <http://tyzhden.ua/Economics/43800>.
2. Основні показники діяльності банків України / Національний банк України. Офіційне інтернет-представництво [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=36807&cat\\_id=36798](http://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=36807&cat_id=36798).
3. Статистичні дані з офіційного інтернет-представництва Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat\\_id=57897](http://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=57897).

Отримано 06.06.2014

### Summary

This paper observes the activities of banks in the credit and investment market in Ukraine. The author analyzed key factors that determined the dynamics of the banking activity in the pre-crisis and post-crisis period. As a result, there made a conclusion that in Ukraine has been formed a number of supply and demand factors that hinder the implementation of credit and investment potential of the banking system, it means that effective implementation of credit and investment potential of the banking system Ukraine using only market-based instruments is impossible in the short term without government support.

УДК 336.713:005.35

*О. М. Діденко, Харківська обласна дирекція АТ “Райффайзен Банк Аваль”,  
директор з питань роздрібного бізнесу*

## КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК НЕВІД’ЄМНА СКЛАДОВА ФУНКЦІОНУВАННЯ СУЧАСНОГО БАНКУ

*У статті розкрито ключові особливості ведення банківського бізнесу на засадах концепції корпоративної соціальної відповідальності. Ідентифіковано вплив, який здійснюють соціальні ініціативи на діяльність банку. Доведено вплив концепції на приріст вартості банківського бізнесу.*

*Ключові слова: банк, корпоративна соціальна відповідальність, вартість.*

**Постановка проблеми.** Активізація процесів відновлення економіки внаслідок впливу світової фінансово-економічної кризи 2008–2009 рр. створює об’єктивну необхідність перегляду підходів до ведення бізнесу, банківського зокрема. Одним із напрямків повернення довіри до банків, відновлення їх статусу та провідних позицій на ринку є соціально відповідальна діяльність, що дозволяє вирішувати проблеми, які прямо не пов’язані з банківською діяльністю, проте мають вирішальне значення для суспільства та його добробуту.

За останні декілька років концепція корпоративної соціальної відповідальності стала об’єктом дискусій не лише теоретиків, а й практиків банківської діяльності. Світовий досвід її

використання в бізнесі доводить дієздатність концепції, у першу чергу, у контексті збільшення вартості банку. Вплив соціальних ініціатив на нематеріальні аспекти бізнесу є визначальним, а саме внаслідок реалізації заходів у межах концепції корпоративної соціальної відповідальності суттєво покращується репутація, імідж, банк позитивно позиціонує себе на ринку банківських послуг. Актуальність теми статті обумовлена також зміщенням акцентів у конкурентній боротьбі з кількісної площини у якісну, де цінний аспект має дещо другорядне значення порівняно з іншими благами, які можна отримати від співпраці з конкретним банком.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання розвитку бізнесу на засадах концепції корпоративної соціальної відповідальності є об’єктом дебатів різних дослідників та наукових

© О. М. Діденко, 2014

шкіл. Проблема впливу соціальних аспектів діяльності як на фінансові, так і нефінансові результати порушується у працях таких учених, як М. Л. Бернетт [6], А. К. Чаттерджі, Д. І. Левін, М. В. Тоффл [7], Д. Хейнз, С. Сібарі, А. Дж. Сікула [8], І. М. Хіррманс, П. Аказпорн, М. МакІннс [9], О. О. Савченко [5], Ю. Є. Благов [1] та багатьох інших. Поряд з цим у науковому просторі дослідження зазначеного питання мають різну спрямованість, а у контексті банківської діяльності є суттєво обмеженими.

**Невирішені раніше частини проблеми.**

Неоднозначність висновків внаслідок розрізненості отриманих результатів проведених досліджень щодо місця корпоративної соціальної відповідальності та її ролі обумовлює виникнення різноманітних тлумачень концепції, ступеня корисності ефектів, які вона генерує й, відповідно, в цілому її сприйняття не тільки менеджментом і персоналом, а й суспільством. Особливо загострюється зазначена проблема в контексті банківської діяльності, оскільки соціальні та екологічні ризики здійснюють непрямий вплив, а впровадження соціальних ініціатив на постійній основі у відповідності до концепції вимагає значних капіталовкладень. Саме тому дослідження впливу, який здійснює концепція корпоративної соціальної відповідальності на банківський бізнес у фінансовому та нефінансовому контексті діяльності банку, є актуальним та складає безумовний науковий інтерес.

**Метою статті** є ідентифікація ключових напрямків впливу концепції корпоративної соціальної відповідальності на банківський бізнес, а також ефектів, які виникають внаслідок реалізації соціальних ініціатив банком.

**Виклад основного матеріалу.** Концепція корпоративної соціальної відповідальності у розвинутих країнах впроваджується суб'єктами господарювання вже тривалий проміжок часу, що дозволило сформувати перелік не лише успішних практик її імплементації у діяльність, а й правил, стандартів та норм. На противагу цьому, у країнах, що розвиваються, дане явище лише починає поширюватися й правильне трактування концепції саме як ініціативи, спрямованої на інвестування частини прибутку для покращення добробуту суспільства, позитивного позиціонування на ринку, підвищення рівня транспарентності функціонування має першочергове значення. Обов'язок банків, як і інших суб'єктів господарювання робити внесок у сталий розвиток країни, обумовлений стрімким погіршенням стану економічних та екологічних систем, необхідністю ведення конструктивного діалогу з громадськістю, державою, персоналом з метою

покращення якості життя. Отже, ключовими напрямками ініціатив банку в контексті корпоративної соціальної відповідальності є:

- охорона навколишнього середовища (скорочення викидів в атмосферу, рециркуляція матеріалів, програми електронного документообігу);
- благодійна діяльність;
- участь у соціальних акціях (підвищення обізнаності щодо прав людини, охорона здоров'я, підвищення фінансової грамотності тощо);
- місцевий розвиток (активне партнерство з некомерційними організаціями у напрямку зменшення рівня безробіття в регіоні, соціального розвитку);
- програми для персоналу (забезпечення найкращих умов праці, рівних можливостей, підвищення кваліфікації, волонтерські проекти тощо) [1, 4].

За даними ООН [10] в Україні концепцію корпоративної соціальної відповідальності офіційно впроваджують лише 3 зі 180 зареєстрованих банків (ПАТ "Платинумбанк", ПАТ "Індустріалбанк", ПАТ "ПУМБ"), проте майже всі банки групи найбільших на своїх веб-сайтах мають розділи, присвячені соціальним аспектам діяльності. Ініціатива ООН під назвою "Глобальний договір" зобов'язує суб'єктів господарювання, що є її підписантами, публікувати змістовні звіти щодо прогресу в напрямку соціальної відповідальності. На нашу думку, саме це і є одним із пояснень представленої статистики мережею Глобального Договору ООН.

Непідготовленість та інформаційна необізнаність громадськості щодо переваг концепції корпоративної соціальної відповідальності, неправильне її тлумачення топ-менеджментом як обов'язку слідувати законам та нормам, обмеження ініціатив лише благодійністю є одними з найбільш гострих проблем, що постають в пострадянських країнах на шляху соціалізації бізнесу.

Вирішення зазначених проблем можливе лише за рахунок правильної ідентифікації ефектів, які може отримати банківський бізнес внаслідок реалізації принципів соціальної відповідальності. Відповідно до праці [5] всі ефекти можна розділити на дві великі групи:

- ефект зміни добробуту безпосередньо банку (та його акціонерів включно) – бізнес-ефект корпоративної соціальної відповідальності;
- ефект зміни добробуту зовнішніх і внутрішніх стейкхолдерів (за виключенням акціонерів банку) – соціальний ефект корпоративної соціальної відповідальності.

Поштовхом до проведення емпіричних досліджень щодо ідентифікації бізнес-ефекту

корпоративної соціальної відповідальності для підприємств різних сегментів економіки стала вимога підвищення прозорості діяльності. Дослідників, перш за все, цікавили питання, чи здійснюють взагалі соціально відповідальні заходи вплив на економічну результативність бізнесу, який характер (позитивний чи негативний) має цей вплив. Основним інструментарієм оцінки бізнес-ефекту на той час були рейтинги та індекси, проте з часом стали з'являтися стандарти, методики самооцінки, соціальний аудит, оцінювання ризиків, аналіз дискреційної діяльності, окремо аналіз екологічних показників тощо. На базі розробленої методології провідними зарубіжними науковцями було доведено щільність зв'язку між концепцією корпоративної соціальної відповідальності та вартістю акцій на фондовому ринку, показниками рентабельності капіталу та активів, рентабельністю інвестицій та ін. Усі зазначені показники характеризують фінансовий аспект діяльності суб'єкта господарювання, проте ключова характеристика корпоративної соціальної відповідальності – довгостроковість, дозволяє стверджувати про переважання нефінансових ефектів від провадження концепції.

Панування в останні декілька років вартісно орієнтованого підходу у веденні банківського бізнесу передбачає можливість трактування конкурентоздатності банку, його іміджу, репутації з точки зору практичної та вартісної цінності. У даному контексті вартісним виразом конкурентоздатності банку у боротьбі за залучення інвестиційного капіталу є гудвіл, який виступає виразником ефективності провадження концепції корпоративної соціальної відповідальності.

Гудвіл – це сукупність спільних нематеріальних переваг банку, що здатні приносити прибуток і є ресурсами, що використовуються у фінансово-господарській діяльності. Структура вартості гудвілу є сумою вартості трудового капіталу та сукупної вартості репутації [2]. Саме таке розуміння гудвілу дозволяє банку переорієнтувати менеджмент та конкурентну політику, оскільки, як уже зазначалося, конкурентна боротьба ведеться саме у нефінансовій сфері, де якісне опанування концепції корпоративної соціальної відповідальності стане безумовно найбільшою перевагою. Спрямованість та рентабельність різних заходів соціально-відповідального банківського бізнесу представлені на рис. 1.

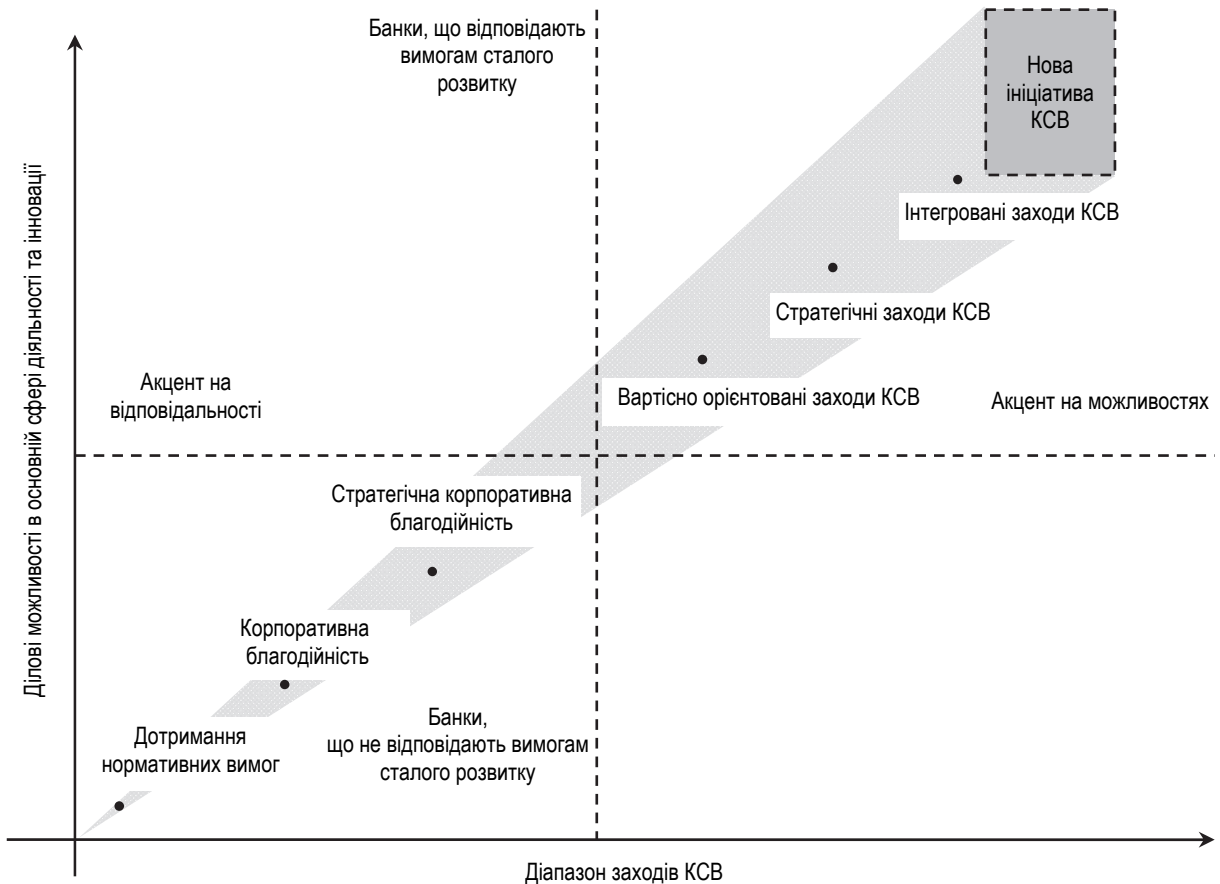


Рисунок 1 – Спрямованість та рентабельність різних заходів соціально відповідального банківського бізнесу [3]

Роль концепції корпоративної соціальної відповідальності в межах збільшення вартості банківського бізнесу може виявлятися у наступних трьох напрямках:

1) економічний напрямок:

- отримання та максимізація прибутку (як у коротко-, так і довгостроковій перспективі);
- покращення продуктивності (якість обслуговування);
- збереження та збільшення інвестиційної вартості банку;
- створення та збереження робочих місць (справедлива оплата праці, підвищення кваліфікації персоналу, створення можливостей розвитку);

2) соціальний напрямок:

- здоров'я (персоналу та нації в цілому);
- відповідність діяльності чинному законодавству;
- участь у соціальних проектах, що покликані вирішити гострі соціальні проблеми, їх ініціація;
- відсутність дискримінації, дотримання прав людини;

3) навколишнє середовище:

- внесок у сталий розвиток суспільства;
- ефективне використання природних ресурсів;
- реалізація проектів по збереженню навколишнього середовища.

В Україні (див. рис. 1) розуміння доцільності впровадження концепції корпоративної соціальної відповідальності починається з визнання необхідності дотримання усіх законів та нормативно-правових актів, що відповідно до піраміди Керролла є нижньою сходинкою відповідальності банку. В умовах обмеженості фінансових ресурсів їх економія є цілком виправданою, що унеможливує розширення спектра відповідальності до корпоративної благодійності. Саме усвідом-

лення топ-менеджментом та власниками бізнесу всього переліку вигод дозволяє ефективно імплементувати концепцію в діяльність – створити цінність для зацікавлених сторін та, відповідно, перейти на вищі рівні піраміди Керролла: етичну та дискреційну відповідальність. Отже, продукування концепцією корпоративної соціальної відповідальності вигід для банківського бізнесу виправдовує витрати на забезпечення реалізації соціальних заходів.

**Висновки.** Підводячи підсумок, варто зазначити, що перегляд ключових підходів до ведення банківського бізнесу створив об'єктивне підґрунтя для впровадження концепції корпоративної соціальної відповідальності. Зміна пріоритетів на вартісно орієнтовані методи ведення бізнесу дозволяють створити цінність для всіх зацікавлених сторін поряд із вирішенням найбільш важливих соціально-екологічних питань. Стратегічні заходи соціально відповідального бізнесу суттєво визначають роль банку у забезпеченні сталого розвитку країни. Відповідно до усього зазначеного щодо реалізації соціальних проектів варто зауважити про головну мету діяльності банку. Як і раніше, цією метою залишається отримання прибутків, проте вартісний підхід дозволяє дещо розширити це бачення й додати створення цінності для всіх груп зацікавлених сторін. Активна реалізація банками проектів у межах концепції корпоративної соціальної відповідальності в Україні обумовлена інтеграцією країни у фінансовий та економічний європейський простір, де слідування принципам соціальної відповідальності є обов'язковою умовою активного інвестування. Інтеграція концепції у діяльність банку та системне соціальне інвестування в установу забезпечать у майбутньому стійку конкурентоздатність, де важливу роль матиме репутація та імідж банку.

### Список літератури

1. Благоев Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции : монография / Ю. Е. Благоев. – СПб. : Изд-во “Высшая школа менеджмента”, 2011. – 2-е изд. – 272 с.
2. Денисов А. А. Корпоративная социальная ответственность и управление конкурентоспособностью бизнеса [Электронный ресурс] / А. А. Денисов. – Режим доступа : [http://netocracy.us/Articles/2007\\_05\\_05.pdf](http://netocracy.us/Articles/2007_05_05.pdf). – Заглавие с экрана.
3. Максимилиан М. Новая инициатива СОБ: ваши первые сто дней вместе с Impact Economy / М. Масимилиан // Рабочие материалы Impact Economy Том 3 (русское издание). – Женева : Impact Economy, 2013. – 29 с.
4. Представление информации о влиянии корпораций на общество: текущие тенденции и вопросы / Конференция Организации объединенных наций по торговле и развитию. – Нью-Йорк, Женева: ООН, 2004. – № R.04.II.D.18. – 118 с.
5. Савченко А. А. К методологии оценки корпоративной социальной деятельности / А. А. Савченко // Вестник СПбГУ, 2008. – Сер. 8, Вып. 4. – С. 76-106.
6. Barnett M. L. Stakeholder Influence Capacity and the Variability of Financial Returns to Corporate Social Responsibility / M. L. Barnett // Academy of Management Review. 2007. – Vol. 32. – № 3. – P. 794–816.

7. Chatterji A. K. How Well Do Social Ratings Actually Measure Corporate Social Responsibility / A. K. Chatterji, D. I. Levine, M. W. Toffel // Working Paper N 33. Cambridge, MA: Harvard University, John F. Kennedy School of Government, 2007
8. Heinze D. Relations among Corporate Social Responsibility, Financial Soundness and Investment Value in 22 Manufacturing Industry Groups / D. Heinze, S. Sibary, A. J. Sikula // Ethics and Behavior. – 1999. – Vol. 9. – № 4. P. 331–347.
9. Herremans I. M. An Investigation of Corporate Social Responsibility Reputation and Economic Performance / I. M. Herremans, P. Akathaporn, M. McInnes // Accounting, Organizations and Society. – 1993. – Vol. 18. – № 7/8. P. 587–604.
10. United Nations Global Compact [Electronic resource] : official web-page. – Mode of access : <http://www.unglobalcompact.org/index.html>. – Title from the screen.

Отримано 30.05.2014

### Summary

The article describes the key features of the banking business based on the corporate social responsibility concept. The impact of social initiatives on the bank is identified. The influence of the concept on the added value of the banking business is proved.

УДК 330.142.222

*Я. М. Кузнiченко, аспiрант ДВНЗ “Українська академiя банкiвської справи Нацiонального банку України”; заступник начальника вiддiлу методологiї стандартiв капiталу управлiння пiдготовки до впровадження нових методiв нагляду Департаменту нормативно-методологiчного забезпечення банкiвського регулювання та нагляду Нацiонального банку України*

## ВИКОРИСТАННЯ ІНДИКАТИВНОГО ПОКАЗНИКА З МЕТОЮ ВИБОРУ СПОСОБУ РОЗРАХУНКУ ВИМОГ ДО КАПІТАЛУ БАНКУ ДЛЯ ПОКРИТТЯ ОПЕРАЦІЙНОГО РИЗИКУ

*У статті проаналізовано структуру балансу банку в контексті визначення балансових складових, що беруть безпосередню участь у формуванні його доходів, та окремі показники діяльності банкiвської системи України. Метою аналізу є обґрунтування застосування індикативного показника, за допомогою якого доцільно обрати спосiб розрахунку вимог до капiталу банку для покриття операцiйного ризику, та його використання в українській банкiвській практицi.*

*Ключові слова: капiтал, операцiйний ризик, лiнiйна регресивна модель, індикативний показник, доходні активи, валовий дохід, коефіцієнт кореляції, достатність капiталу.*

**Постановка проблеми.** Інтеграція банкiвської системи України до європейського співтовариства обумовлює потребу в подальшому наблизненні методичних пiдходiв до оцiнки достатності капiталу в частині врахування операцiйного ризику до положень Базельського комiтету з банкiвського нагляду. Згiдно з Мiжнародною конвергенцією вимiру капiталу і стандартiв капiталу (Базель II) [1] iснує можливість вибору способу розрахунку вимог до капiталу для покриття операцiйного ризику мiж базовим, стандартизованим або вдосконаленим пiдходами. Запровадження у вiтчизняну банкiвську практику пруденцiйних вимог до капiталу з метою покриття операцiйного ризику, на наш погляд, потребує застосування нарівні з критерiя-

ми, передбаченими Базелем II, індикативного показника щодо способу обчислення таких вимог.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми розуміння сутності операцiйного ризику, його виявлення, оцiнки, управлiння та контролю досліджувались у працях багатьох вiтчизняних науковцiв, серед яких: С. О. Дмитров, К. Г. Гончаров, О. В. Меренкова, А. Т. Кияк, А. Б. Камiнський, О. В. Васюренко [4], О. М. Сидоренко [4] та iншi.

**Невирішені частини проблеми.** Українськими вченими бiльшою мiрою висвітлені теоретичні пiдходи до розуміння сутності операцiйного ризику та особливостей його iдентифікації в процесі управлiння ризиками банку. Водночас недостатньо вивченим залишається питання найбільш прийнятної методики розрахунку операцiйного