

УДК 336.71:3.085

*С.Б. Єгоричева, канд. екон. наук, доц.,
Полтавський університет споживчої кооперації України*

СОЦІАЛЬНА РОЛЬ ТА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ

У статті розглядається діяльність комерційних банків з точки зору сучасних процесів соціалізації суспільства. Обґрунтовується наявність соціальних аспектів банківського бізнесу, що поступово стають факторами його розвитку та збагачення сутності банківської діяльності. Характеризуються рівні корпоративної соціальної відповідальності банків.

Ключові слова: комерційний банк, сутність банку, соціальна роль банків, "етичні" банки, соціальна відповідальність бізнесу.

Постановка проблеми. В умовах постійної еволюції сучасної економічної системи необхідно по-новому осмислювати сутність багатьох економічних категорій, у тому числі і поняття "банк", його функції та місце у формуванні нових соціально-економічних відносин в Україні.

Сучасний банк – вже не просто джерело кредитних ресурсів і комерційне підприємство, покликане тільки заробляти прибутки для власників, а високотехнологічний фінансовий інститут, для якого його соціальна роль та репутація у суспільстві є надзвичайно важливими і поступово стають суттєвими факторами розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній економічній літературі – вітчизняній та зарубіжній – існує велика кількість робіт, присвячених різноманітним аспектам діяльності банків, особливостям функціонування окремих їх видів, закономірностям становлення та розвитку банківських систем. Вчені та практики аналізують сутність банків та їх роль у суспільно-економічному житті.

Становлення ринкової економіки спочатку викликало необхідність поглибленого аналізу діяльності банку як комерційного підприємства на відміну від попереднього його розуміння як установи. Узагальнюючи різноманітні існуючі трактування сутності банку, можна сказати, що більшість науковців погоджується із визначенням банку як кредитно-фінансового підприємства, що діє у сфері обміну і здійснює основні базові функції та виконує специфічні операції з метою отримання прибутку [9, с. 33]. Разом з тим, не можна не погодитися з думкою професора О.І. Лаврушина про те, що визначень сутності банку може бути декілька, все залежить від того, яка сторона його діяльності у даний момент є предметом розгляду [3, с. 285].

Тому актуальним залишається дослідження тих аспектів діяльності комерційних банків, що поглиблюють наше уявлення про сутність цих фінансових інститутів. Наприклад, цікаві гіпотези містяться у статті професора Ю.І. Коробова, який на підставі аналізу еволюції економічних систем, грошей та банківських послуг у напрямку віртуалізації робить висновок про можливість формування нової концепції банку як банку-технології [7, с. 19].

Разом з тим, на нашу думку, ще не знайшла достатнього відображення у наукових дослідженнях тема соціального аспекту діяльності банку як інституту, що має безпосередній вплив на темпи, стабільність та якість розвитку сучасного суспільства. У цьому плані вітчизняні науковці більше зосереджують свою увагу на етичних принципах роботи банківських працівників [2, 4]. Поняття соціальної відповідальності бізнесу та проблеми її становлення в умовах перехідної економіки аналізуються у ряді публікацій у російській науковій літературі [11, 12]. Проте в контексті загальносвітової тенденції соціалізації суспільства, коли соціальні цінності, цілі та обмеження, що ними накладаються, стають орієнтирами діяльності будь-якого економічного суб'єкта, виокремлення та дослідження соціальних аспектів діяльності комерційних банків є шляхом збагачення нашого уявлення про багатогранну сутність цих фінансових інститутів.

Метою даної роботи є визначення та аналіз основних напрямків реалізації соціальної ролі банків в умовах сучасної економіки, а також дослідження деяких аспектів корпоративної соціальної відповідальності комерційних банків, феномен якої практично вже сформований у розвинутих країнах, але тільки зароджується в умовах української економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сьогоднішній день комерційні банки

перетворюються в інститути цивілізованого глобального ринку, що являють собою великі високотехнологічні центри обліку та обробки фінансової інформації, реалізації механізмів фінансування різних секторів економіки і перспективних форм життєдіяльності суспільства. Це є свідченням того, що банки починають виконувати певну соціальну роль, що не дозволяє розглядати їх як звичайні комерційні підприємства, які створюються тільки з метою отримання прибутку. У банках цілого ряду зарубіжних країн вже існують етичні кодекси працівників, де основним обов'язком кожного співробітника визнається осмислення суспільного значення банку та втілення цієї ідеології у практичній діяльності. Основними рисами зазначених кодексів є орієнтація на загальнолюдські цінності та розуміння соціальної відповідальності бізнесу, прибуток якого повинен формуватися з урахуванням певних етичних принципів.

Соціальний аспект цільових установок банківського менеджменту, на думку багатьох економістів, пов'язаний, насамперед, з необхідністю найбільш повного задоволення потреб клієнтів у наборі та якості необхідних їм послуг, швидкості виконання операцій, культурі обслуговування. Зараз стандарти життєдіяльності українського суспільства стрімко змінюються і поступово наближаються до рівня розвинутих країн, в яких невід'ємною частиною життя громадян є користування широким спектром банківських послуг. Різноманітні взаємовідносини з банками розширюють матеріальні можливості, сприяють підвищенню соціального статусу людини.

Комерційні банки, приймаючи від приватних осіб вклади, захищають їхні заощадження від інфляції, крім того, розміщення коштів на строкові депозити та довірче управління активами дозволяють клієнтам отримати реальний додатковий доход. Здійснюючи кредитування населення, банки взагалі створюють новий тип економічних відносин, сприяють принципівому покращенню якості життя людей, одночасно привчаючи їх до відповідальності у здійсненні фінансових операцій, оскільки суттєвою умовою одержання кредиту є гарна кредитна історія, акуратне та добросовісне обслуговування навіть найменших позик. За даними аналітиків, у наш час середньостатистичний американець вже не може підтримувати звичний рівень споживання та спосіб життя без користування банківськими позичками. Таким чином, банки мають

безпосереднє відношення до формування та підтримання стабільності середнього класу, який вважається основою сучасної демократії.

Стабільність сучасного суспільства багато у чому залежить від рівномірності розподілу суспільного багатства, і пом'якшення існуючих диспропорцій належить до складних, проте необхідних завдань держави та громадянського суспільства. У цьому плані заслуговує на увагу ініціатива американських та європейських банків щодо запровадження мікрокредитування такої специфічної групи клієнтів, як іммігранти [8]. Їх, у цілому, низький рівень життя та проблеми з визначенням платоспроможності викликають збільшення банківських ризиків, проте якщо отримані позички забезпечать успішний розвиток малого бізнесу у цьому прошарку населення, то результатом буде створення нових робочих місць, підвищення середнього рівня життя у країні та суспільний добробут.

Загальновідомо, що у розвинутих країнах люди сьогодні вже не можуть обійтися без банківських послуг, це стало частиною їх соціального життя. Дуже часто наявність у людини банківського рахунку є обов'язковою умовою для прийняття на роботу, тому позбавлення можливості бути клієнтом банку може бути рівнозначним втраті робочого місця та засобів для існування.

На повернення таких громадян до нормального економічного життя було спрямоване створення відомим австрійським банком Erste Bank наприкінці 2007 року унікальної фінансової установи Zweite Sparkasse, що надаватиме банківські послуги людям, які з певних причин не мають доступу до звичайних банківських рахунків і яких у країні нараховується більше 12 тисяч. На відкритті першого офісу банку президент Австрії Хайнц Фішер (Heinz Fischer) відмітив, що "ця нова фінансова установа спроможна допомогти людям, які не мають можливості здійснювати фінансові операції, повернутися до впорядкованого життя і знов стати частиною суспільства. Реалізація цього проекту є значним вкладом у соціальну стабільність країни" [22].

Відтепер вищезазначена категорія людей має можливість звернутися до Zweite Sparkasse і на три роки відкрити процентний банківський рахунок з платіжною картою без овердрафту. Вважається, що цього строку людині достатньо для подолання фінансових проблем. Одночасно клієнтам в обов'язковому порядку надаються консультації з фінансових та боргових питань.

Зрозуміло, що рівень усвідомлення населенням України життєвої необхідності банківських послуг є значно нижчим, ніж у розвинутих країнах, проте він поступово зростає. Тому з точки зору надання всім громадянам можливості користуватися банківськими послугами і відчувати себе рівноправними членами суспільства, велике значення має повноцінна діяльність Ощадбанку України. Він має найбільшу серед банків кількість відділень – більше 6 тисяч, з них майже половина розташовані у сільській місцевості, яка ще залишається недостатньо привабливим ринком для інших комерційних банків. Для багатьох громадян саме установи Ощадбанку слугують єдиним каналом, через який вони сприймають вітчизняну банківську систему і мають можливість отримувати певні банківські продукти. Тому держава, яка є власником банку, при прийнятті управлінських рішень щодо перспектив його розвитку, оптимізації мережі установ повинна знаходити “золоту середину” між соціальним призначенням цього банку та рівнем очікуваної рентабельності його діяльності.

Таким чином, на нашу думку, можна зробити висновок про те, що у сучасних умовах банки з фінансово-кредитних інститутів з традиційною роллю в економіці поступово перетворюються на ефективний, різнопланово діючий елемент системи забезпечення соціальної стабільності суспільства.

Діяльність комерційних банків з недопущення використання банківської системи з метою відмивання доходів, одержаних незаконним шляхом, також можна вважати серйозним внеском у забезпечення економічної та соціальної стабільності держави. Виконуючи функції суб'єктів фінансового моніторингу, банки протидіють розвитку тіньової економіки, сприяють дотриманню легальності бізнесу, прозорості господарських операцій (більш докладно див., наприклад, [5, с. 82-87]).

Разом з тим, не можна не відмітити ще один аспект банківської діяльності, що має яскраво виражений соціальний характер. У країнах, де ринкові відносини почали формуватися недавно і культура взаємовідносин громадян з фінансово-кредитними інститутами знаходиться на стадії формування, надзвичайно актуальною проблемою є підвищення рівня загальної фінансової грамотності населення. Останнє повинно бути державною справою, але оскільки це безпосередньо пов'язано з перспективами розвитку банківського бізнесу та формуванням

лояльного ставлення до фінансових інститутів, найбільш прогресивні банківські установи активно здійснюють заходи щодо роз'яснення приватним особам змісту та корисності банківських продуктів.

Справа у тому, що, наприклад, плани розширення діяльності банку шляхом реклами його послуг можуть не реалізуватися, оскільки люди її просто не розуміють. Соціологічні дослідження, проведені у Російській Федерації, засвідчили, що 62 % респондентів вважають банківські послуги складними і незрозумілими, при цьому 33 % опитаних мають вільні кошти і готові вийти з ними на ринок, але не знають, як це зробити [13].

Одним з методів вирішення з боку банків зазначеної проблеми є випуск освітньо-інформаційних корпоративних видань, хоч цей процес в Україні тільки розпочинається. “Першими ластівками” можна вважати інформаційні бюлетені та газети ПроКредит Банку, Укрсоцбанку, Приватбанку тощо. Цікаво, що ПроКредит Банк навіть визнав формування широкого розуміння фінансових послуг і довіри до банків невід'ємною частиною власної стратегії. Цей банк активно залучає для участі в акціях школярів, які поширюють інформацію про банківські установи, їх продукти, а також про роль і значення заощаджень.

Взагалі, молодіжна клієнтська аудиторія – одна з найбільш перспективних з точки зору передових банківських структур. Попри те, що більшість проєктів, пов'язаних із залученням молодих споживачів банківських послуг, практично не окупаються, вони є засобом при звичаювання потенційних клієнтів до банківських послуг, ознайомлення з можливостями банківської сфери, розкриття вигідності співробітництва з фінансовими інститутами.

Останнім часом у зарубіжних країнах і в Україні банки активно розвивають стратегію залучення і виховання майбутніх клієнтів шляхом надання можливості школярам і студентам користуватися платіжними картками. Це особливо ефективно, якщо поєднувати з проведенням спеціальних навчальних курсів, організацією шкіл фінансової грамотності та ін., що надає можливість підростаючому поколінню вже з юного віку навчатися не просто витратити гроші, але і контролювати свої витрати, заощаджувати та ставитися до фінансів відповідально.

На нашу думку, соціальний аспект банківської діяльності полягає також у сприянні

економічному розвитку у цілому, а особливо регіональному. Саме з останнім банки, що стають суспільними інститутами, тісно пов'язують свою діяльність, зміцнюючи тим самим ресурсну базу подальшого розширення власних операцій. Sun National Bank, що є одним з найбільш впливових фінансово-кредитних інститутів на південному сході США, сформулював свою місію у даному аспекті наступним чином: “Ми віримо, що здійснення бізнесу у місцевій громаді означає бути її частиною. Різноманітними зусиллями банк підтримує організації та програми, що сприяють змінам у громадах, які ми обслуговуємо” [21].

Проблеми регіонального розвитку знаходяться у центрі уваги і багатьох українських банків. Так, у концепції діяльності ПроКредит Банку як “банку-сусіда” основним завданням визначається сприяння економічному та соціальному розвитку шляхом надання малим підприємствам і звичайним громадянам фінансових послуг на справедливих умовах. І це дійсно реалізується через різноманітні програми мікрокредитування, депозитні програми для масових вкладників тощо. UniCredit Bank Україна ставить за мету стати надійним інноваційним партнером, який може надати величезні можливості для розвитку місцевих об'єднань та громад. Банк “Надра”, проводячи по всій країні щорічні конкурси на кращий бізнес-проект з правом отримання фінансування на найсприятливіших умовах, визнає, що таким чином він “виконує соціальну місію, підтримуючи вітчизняний бізнес безпосередньо у регіонах” [10].

У практичній реалізації цього соціального аспекту банківської діяльності можливі і нетрадиційні рішення. Так, британська Комісія з незапитаних активів в даний час аналізує питання створення “соціального інвестиційного банку”, ресурсами якого стануть кошти недіючих рахунків банків та будівельних товариств. За підрахунками комісії, обсяг таких коштів може становити від 400 млн. до 2,8 млрд. фунтів стерлінгів, які є найдешевшими ресурсами і тому повинні працювати у найменш розвинутих громадах країни. Голова комісії та один з провідних фінансистів Великобританії Рональд Коузен (Ronald Cohen) зазначив з цього приводу: “Існує унікальна можливість створити новий Соціальний інвестиційний банк, що буде діяти як міст між громадським та фінансовим співтовариствами” [19].

Зростання суспільного усвідомлення соціальних цілей банку знайшло своє

відображення у створенні останнім часом так званих “етичних банків”, основними принципами роботи яких є прозорість діяльності, менша відсоткова маржа та спрямування кредитних коштів на реалізацію соціальних проектів або проектів з охорони навколишнього середовища. Серед цих банків можна назвати Banque Alternative Suisse (Швейцарія), Ethikbank (ФРН), Cultura Sparebank (Норвегія) тощо.

Особливо відомим в останній час став Grameen Bank із Бангладеш, який спеціалізується на мікрокредитуванні і у 2006 році одержав Нобелівську премію миру за сприяння подоланню бідності. Саме концепція його засновника і директора Мухаммада Юнуса (Muhammad Yunus) про кредитування найбільш вразливих позичальників без забезпечення, тільки на основі довіри та відповідальності, дозволила значно поліпшити умови життя населення та рівень загального розвитку сільських районів Бангладеш.

У сучасних умовах перетворення бізнес-структур, у тому числі і банківських, у рівноправних партнерів соціального розвитку, на думку спеціалістів, є однією з причин формування і розвитку феномену соціальної відповідальності бізнесу. Існують різні визначення цього поняття. Наприклад, офіційні документи Євросоюзу визначають корпоративну соціальну відповідальність як концепцію, в рамках якої компанії на добровільній основі інтегрують соціальну і екологічну політику в бізнес-операції та у свої взаємини з усім колом організацій та осіб, пов'язаних з компанією [14]. Іншими словами, соціальна відповідальність бізнесу – це відповідальність тих, хто ухвалює бізнес-рішення, перед тими, на кого прямо чи опосередковано ці рішення впливають. Звичайно, це визначення не може бути повністю втілене у життя хоча б тому, що неможливо прорахувати всі наслідки окремого масштабного рішення. Проте соціальна відповідальність вважається етичним принципом, який повинен бути задіяний у процесі ухвалення рішень. Ці зобов'язання ґрунтуються на моральних нормах і цінностях, набутих у процесі соціалізації.

Незважаючи на те, що бізнес за своєю природою є егоїстичним і головною його метою є власний розвиток, у сучасних умовах він все більше набуває рис соціальної спрямованості. І репутація фінансових інститутів, ризик втрати якої вважається одним з найсуттєвіших банківських ризиків, безпосередньо залежить від того, наскільки банки реально дотримуються у

своїй діяльності проголошених принципів соціальної відповідальності.

У розвинутих країнах відповідальність бізнесу формується у рамках загальновизнаного механізму, складовими якого є демократична держава, громадянське суспільство і власне бізнес, що оперативно реагує на законні вимоги перших двох суб'єктів. У нашій країні, на жаль, і досі відсутні ефективні інститути громадянського суспільства, що є однією з причин відсутності уваги до практичної реалізації та наукового вивчення проблем корпоративної соціальної відповідальності. Тільки у 2006 р. в Україні було започатковано рух "Соціально відповідальний бізнес України", одним з ініціаторів якого став президент банку "Надра" І. Гіленко [20].

В економічній літературі відмічається, що у міру свого розвитку соціальна відповідальність бізнесу, у тому числі і банківського, проходить декілька рівнів, першим з яких є добросовісне виконання прямих зобов'язань перед суспільством з точки зору регулярної виплати заробітної плати, дотримання норм трудового законодавства, своєчасної та повної сплати податків [11, 12]. Слід зауважити, що банківські структури з перших кроків створення української банківської системи беззаперечно дотримувалися цих норм, сприяючи тим самим виходу країни з економічної та соціальної кризи.

Другий рівень пов'язаний із розвитком партнерських внутрішньофірмових відносин з урахуванням інтересів працівників на основі цільових соціальних інвестицій у професійну підготовку та підвищення кваліфікації персоналу, охорону його праці та здоров'я. Комерційні банки і тут, як правило, знаходяться на лідируючих позиціях. Наприклад, у "Доповіді про соціальні інвестиції у Росії" Асоціації менеджерів Росії міститься інформація про те, що найбільша частка вкладень у розвиток персоналу – 75,9% від загального обсягу соціальних інвестицій – спостерігається саме у фінансовому секторі [6].

Наступний рівень соціальної відповідальності охоплює програми та заходи, сфера яких виходить за рамки компанії. Історично першим стало здійснення благодійної діяльності, що є одним із шляхів згладжування нерівності матеріального стану різних верств суспільства і, зрештою, веде до укріплення його основ. За даними американського фонду Giving USA, перше місце за обсягами благодійних пожертвувань займають США, де у 2006 році на благодійність було витрачено 295,02 млрд.

доларів, що по відношенню до ВВП складає 1,7%. Наступні у переліку Великобританія (0,73% від ВВП), Франція (0,14%), ПАР, Сінгапур, Туреччина та Німеччина [1, с. 119].

Практика свідчить, що банки країн з перехідною економікою при здійсненні благодійності пройшли шлях від разових випадкових акцій до формування внутрішньокорпоративної політики у цій сфері. Як правило, зараз розробляються спеціальні програми, затверджуються відповідні кошториси. Проте аналіз матеріалів Інтернет-сайтів провідних українських банків показав, що тільки деякі з них (в основному, які належать банкам з іноземним капіталом) мають окремий розділ "соціальна відповідальність", причому банки, як правило, поки що розуміють соціальну відповідальність тільки як надання благодійної допомоги. Так, банк "Надра" наголошує: "у сучасному світі від бізнесу очікують не тільки якісних послуг та сплати податків, а й активної участі у вирішенні соціальних проблем суспільства та сприяння розвитку культури" [18]. Основний напрямок благодійних заходів цього банку – підтримання підростаючого покоління шляхом надання допомоги інтернатам, лікарням, створення фонду "Дитячий світ" тощо.

Проте корпоративна соціальна відповідальність у найбільш широкому розумінні передбачає участь бізнесу у реалізації на всіх рівнях державної соціально-економічної політики, спрямованої на стабільний розвиток. Ще у середині 2003 року дев'ять найбільших банків із семи країн світу ухвалили за участю Світового банку так звані "Принципи Екватора", тобто основні засади соціально відповідального фінансування проектів. Відповідно до цих принципів банки зобов'язувалися безпосередньо не кредитувати проекти, в яких позичальники не погоджувалися або були не в змозі дотримуватися екологічних та соціальних політик цих банків [17]. А в середині 2006 року британська газета Financial Times оголосила перших лауреатів заснованої нею премії "Соціально відповідальний банк року". Це почесне звання було присвоєно британській фінансовій групі HSBC як банку, що успішно поєднував досягнення бізнес-цілей із захистом навколишнього середовища та соціальних прав населення при фінансуванні промислових проектів.

В усьому світі фінансові інститути все частіше цікавляться можливістю називатися "зеленими" банками, що впроваджують екологічну ідею у свою діяльність. Вони

кредитують своїх клієнтів на покупку “гібридних” авто, які використовують альтернативне паливо, фінансують побудову екологічного житла. Крім того, декілька великих банків ухвалили рішення про будівництво своїх нових відділень, спираючись на екологічні стандарти. Учасники ринку фінансових послуг помітили, що проекти із захисту навколишнього середовища підвищують довіру до них клієнтів і громадськості.

Невеликий американський банк Chittenden Bank з Вермонту запровадив власну програму соціально відповідального банківського бізнесу, до якої активно підключає своїх клієнтів. Пропонуючи вкладникам, серед інших, два види депозитів з невеликими відсотками, він роз’яснює, що ці кошти будуть використані безпосередньо для надання недорогих кредитів у розвиток місцевих громад. Банк визначив п’ять основних напрямків соціально відповідального інвестування: доступне житло, економічний розвиток, сільське господарство, відродження та розвиток громади, освіта, і щоквартально у спеціальних інформаційних випусках звітується перед вкладниками про загальні суми інвестованих коштів та конкретні приклади успішних проектів. Крім того, банк на своєму сайті роз’яснює клієнтам зміст соціального інвестування та історію його становлення [16].

Інший американський банк – ShoreBank з Чикаго, перший і найбільший банк регіонального розвитку у США, що керується девізом “Давайте змінимо світ”, аналогічною діяльністю почав займатися ще з моменту свого заснування у 1973 р., а в 2003 році створив міжнародний фонд для інвестування фінансових інститутів, які кредитують малий бізнес у країнах, що розвиваються [15]. Можна навести ще багато прикладів соціальної спрямованості діяльності регіональних банків США, та й інших країн, що є додатковим аргументом необхідності продовження теоретичної дискусії про роль та практичний аналіз роботи невеликих місцевих банків.

Саме їх соціальна роль, висока корпоративна відповідальність та нормальна прибутковість свідчать про те, що ці банки мають право на існування навіть в умовах консолідації національних банківських систем.

Висновки. Таким чином, формулювання та аналіз соціальних аспектів банківської діяльності дає підстави для розширення трактування сутності банку не тільки як кредитно-фінансового комерційного підприємства, а і суспільного інституту, який власними методами сприяє розвитку та підтримці стабільності сучасного суспільства. Разом з тим, важливим аспектом є кількісна оцінка міри соціального впливу та відповідальності, що включає розробку певної системи фінансово-економічних показників.

Крім того, на сьогодні зростають суспільні вимоги щодо врахування у банківському бізнесі моральних, етичних і навіть релігійних цінностей. Щоб бути успішним, банк повинен приділяти увагу особливостям культури регіону, в якому працює. Це дуже цікаве явище, на нашу думку, потребує подальшого поглибленого вивчення та аналізу.

Список літератури

1. Банки и общество: обязательства вне коммерции // Банковское обозрение. – 2007. – № 9. – С. 118-121.
2. Горячек І., Вернер М. Банківський кодекс для керівників банку // Вісник НБУ. – 2000. – № 8. – С. 34-36.
3. Деньги. Кредит. Банки: Учебник / Под ред. О.И. Лаврушина. – М.: Финансы статистика, 2001. – 448 с.
4. Дмитренко М. Бізнес-етика і соціальна відповідальність у банківській системі // Вісник НБУ. – 2004. – № 7. – С. 14-17.
5. Сгоричева С.Б. Комерційні банки України у системі боротьби з легалізацією доходів, одержаних злочинним шляхом // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції “Економічна безпека країни: проблеми теорії та практики в умовах демократичної трансформації форми влади”. – Полтава: Астроя, 2007. – 156 с.
6. Иванова П. Бизнес не хочет быть крайним // Банки и бизнес. – 2004. – № 10 // www.vam.amr.ru/archive/18/25/.
7. Коробов Ю.И. Сущность банка и ее эволюция в современных условиях // Банковские услуги. – 2005. – № 7-8. – С. 14-19.
8. Микрокредиты спасут иммигрантов от бедности // Банковская практика за рубежом. – 2007. – № 7.
9. Мочерний С.В., Тришак Л.С. Банківська система України. – Львів: Тріада плюс, 2004. – 304 с.
10. “Надра” понравилось отбирать финансировать лучшие бизнес-проекты // Комп&ньоН. – 2004. – № 46. – С. 40.
11. Соболева И. Социальная ответственность бизнеса: глобальный контекст и российские реалии // Вопросы экономики. – 2005. – № 10. – С. 90-102.
12. Хоминич І.П. Бизнес-стратегия компании в сфере корпоративной социальной ответственности // Банковские услуги. – 2007. – № 3. – С. 2-12.
13. Шубина Т.А. Финансовое просвещение населения как канал коммуникации при продвижении бренда / Организация продаж банковских продуктов. – 2007. – № 2 // www.reglament.net.
14. EU Green Paper “Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility” // http://ec.europa.eu/employment_social/socdial/csr/greenpaper.htm.
15. Private Investment for Social Goals: Building the Blended Value Capital Market // www.eforum.org/pdf/Initiatives_Blended_Value_Report_2004.pdf.
16. www.chittenden.com.
17. www.ft.com, 04.06.2003.
18. www.nadra.com.ua.
19. www.newsvote.bbc.co.uk.
20. www.pr-liga.org.ua.
21. www.sunnbnj.com.
22. www.uaBanker.net, 28.11.2007.

Summary

In the article commercial banks activity is considered from society socialization modern processes point of view. The existence of social aspects of the bank business that gradually are becoming factors of its development and bank activity essence enrichment is substantiated. Levels of bank corporate social responsibility are characterized.

Отримано 07.01.2008