

	1	2	3	4	5	6	7
1	2	2	2	1	1	6	5
2	0	1	3	0	1	1	1
3	0	0	4	3	2	0	1

Рис. 2. Оптимальное по количеству работников расписание с учетом дополнительных условий таблицы 1

Таким образом, в статье решена задача расписания, показано практическое применение программной среды *MATLAB* для решения бытовых задач заводов, предприятий и/или ВУЗов. В работе так же приведен современный подход к решению задач расписания, возникающих в рамках современной тенденции развития отечественных заводов и предприятий.

Литература:

1. Часть из новых предприятий – это солнечные электростанции [Электронный ресурс]. – Режим доступа \www/ URL: <https://ru.tsn.ua/groshi/za-dva-poslednih-goda-v-ukraine-otkryli-56-novyh-zavodov-karta-predpriyatiy-806085.html>.
2. Жук С. Н. О построении расписаний выполнения параллельных задач на группах кластеров с различной производительностью // Труды ИСП РАН. 2012. №. С.447-454.
3. Genetic Algorithm [Электронный ресурс]. – Режим доступа \www/ URL: <https://www.mathworks.com/discovery/genetic-algorithm.html>.

Піддубна В. Г., аспірант,

Коваленко В. В., д.е.н., професор,

*Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна*

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЗАЛУЧЕННЯ КЛІЄНТІВ ДО БАНКІВ

Сучасний розвиток банківництва пов'язаний з процесом поглиблення кризи недовіри з боку домашніх господарств та суб'єктів економічної діяльності до користування банківськими послугами, що пропонуються банками. При цьому, інноваційна діяльність банків набирає подальших обертів у своєму розвитку, що спричинене саме проблемами формування доступних фінансових ресурсів, які можуть забезпечити потенційні користувачі банківських послуг. З метою вирішення означеної проблеми, заслуговує на увагу процес удосконалення системи корпоративного управління в банках, а саме, використання корпоративної соціальної відповідальності як інноваційного інструменту залучення клієнтів до банків.

Система корпоративного управління у банках має свої специфічні особливості, які визначаються функціями банків як фінансового посередника. Як зазначає С. Міщенко, головне завдання функціонування фінансового сектору полягає у забезпеченні руху фінансових ресурсів від кредиторів до

позичальників та їх трансформації у часі із одних видів в інші з метою ефективного розподілу та спрямування на приріст інвестицій та економічне зростання, поглинання надлишкової грошової маси, перерозподілу ризиків, підвищення рівня ліквідності, досягнення фінансової та економічної стабільності [1].

Основними складовими корпоративного управління в банках є: стратегія розвитку банку та її реалізація, розкриття інформації та прозорість, визначення ролі акціонерів у захисті вкладників та інших зацікавлених осіб, професійна поведінка і чесність працівників банку, розподіл повноважень, компетенцій та відповідальності між акціонерами, спостережною радою і правлінням. У реалізації ефективної моделі корпоративного управління передбачає розробку та впровадження корпоративної соціальної відповідальності банків. З цього приводу заслуговує на увагу наукова позиція О. Поплавської, яка зазначає, що якість життя населення та соціальна стабільність в значній мірі визначається якістю управління, системою партнерських відносин владних структур, приватного сектору та громадянського суспільства в соціальній сфері. Високий рівень участі сфери бізнесу у вирішенні соціальних проблем позитивно впливає на стабільність економіки, що стало очевидним під час сучасної системної кризи [2, с. 58].

Систему соціальної відповідальності банків необхідно розглядати як сукупність принципів її взаємодії із суспільством, зацікавленими сторонами, такими як співробітники, партнери, акціонери, інвестори, місцеві громади, органи влади, інші стейкхолдери, і основою метою повинно бути забезпечення інтересів вкладників та кредиторів з метою досягнення конкурентної позиції на ринку банківських послуг [3, с. 954].

Якщо проаналізувати змісту офіційних сайтів державних банків, до яких потенційно довіра споживачів банківських послуг найбільша, то з шести таких банків тільки ПАТ КБ «Приватбанк» висвітлює власну соціальну зорієнтованість, що сприяє найбільшому залученню клієнтів (рис. 1).

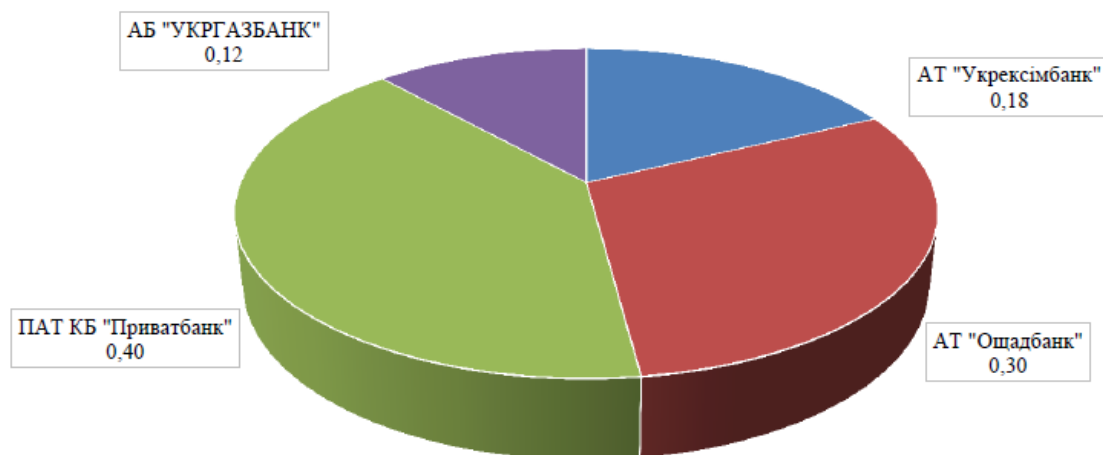


Рис. 1. Питома вага коштів клієнтів у державних банках України станом на 01.07.2017 р.,%

Джерело: складено авторами за матеріалами [4]

Система соціальної відповідальності банків повинна містити у собі наступні елементи:

Ініціативи соціальної відповідальності банків – благодійність, благодійний маркетинг, корпоративний соціальний маркетинг, корпоративна філантропія, волонтерська робота, соціально-етичні підходи ведення бізнесу;

Рівні соціальної відповідальності банків – внутрішній: реалізація банком соціальної відповідальності перед персоналом (створення сприятливих умов праці, соціальний розвиток колективу, сприятливий психологічний клімат, підвищення кваліфікації персоналу, можливість працівників приймати участь в управлінні банком); зовнішній: реалізація соціальної відповідальності перед клієнтами банку (задоволення потреб клієнтів на найвищому рівні); соціальний: реалізація соціальної відповідальності перед громадою, суспільством (в межах території, на якій працює банк сприяння стійкому розвитку суспільства через участь у вирішенні соціальних проблем, підвищення рівня культурного розвитку населення, стимулювання ділової активності);

Принципи – відкритість та прозорість діяльності; спрямованість діяльності на побудову доброзичливих і взаємовигідних відносин з усіма зацікавленими; неухильне виконання вимог законодавства та протидія усім видам корупції; стимулювання формування громадянського суспільства через благодійні та спонсорські програми [3, с. 954; 5, с. 289].

Для удосконалення банками системи корпоративної соціальної відповідальності, за доцільне є використання методів «паблік рилейшнз». Основною метою «паблік рилейшнз» є встановлення позитивних відносин між банком та його потенційними клієнтами, що ґрунтується на існуючих комунікаційних потоках.

Реалізація корпоративної соціальної відповідальності даними методами як інноваційного інструменту мають певні особливості.

По-перше. Визначається потенційна аудиторія споживачів банківських послуг (зазвичай, це молодь, яка навчається для отримання різних рівнів освіти, бажано неекономічного профілю; батьки, які мають потребу у додатковому кредитному фінансуванні; ветерани військових дій, які отримують достатній рівень пенсії та бажають її розмістити на депозити).

По-друге. Створюються благодійні програми підвищення їх фінансової грамотності, за підсумками навчання їм надаються сертифікати з контактною інформацією банку, який реалізував зазначену вище, або надаються запрошення на зустріч ветеранів та молоді з логотипом і даними спонсору – банку.

По-третє. Формується споживча лояльність до банку, який зробив пояснення фінансової поведінки, довів важливість зберігання грошей у банку.

По-четверте. Формуються репутаційні та іміджеві активи банку у цільових аудиторіях, які в подальшому ефективно комерціалізуються.

Таким чином, інноваційний характер «паблік рилейшнз» обумовлений тим, що національні банки не мають достатніх внутрішніх фінансових ресурсів, у них відсутні певні знання про методи «паблік рилейшнз», відсутність спеціалістів за даним напрямом. Але, такий досвід необхідний для застосування топ-менеджерами вітчизняних банків. Витрати на представлений інноваційний інструмент є окупними, так як призводять до

зростання чисельності фінансово грамотних споживачів, збільшують доходи банку.

Література:

1. Міщенко, С. Визначення основних факторів розвитку та ефективності функціонування фінансового сектору України / С.Міщенко // Банківська справа. – 2008. – № 4(82). – С. 31-47.
2. Поплавська О.В. Теоретичні та практичні підходи до аналізу моделей корпоративної соціальної відповідальності та світовий досвід їх реалізації / О.В. Поплавська // Вісник Хмельницького національного університету. – 2017. – № 2. – Том 1. – С. 57-63.
3. Вербицька Я.Є. Місце соціальної відповідальності у забезпеченні конкурентної позиції банків України / Я.Є. Вербицька / Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Вип. 8. – С. 952-955.
4. Показники фінансової звітності банків України станом на 01.07.2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=34661442&cat_id=34798593.
5. Ласукова А.С. Сутність поняття «соціальна корпоративна відповідальність» та його впровадження в банках України / А.С. Ласукова // Научный вестник ДГМА. – 2011. – № 1(7). – С. 286-290.

Радова Н. В., к.е.н., старший викладач,
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна

ТРАНСПАРЕНТНІСТЬ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ФІНАНСОВУ СТІЙКІСТЬ БАНКІВ

Фінансова криза 2008 року, негативний вплив якої на розвиток вітчизняної банківської системи відчутний до сьогодні, довела стратегічне значення