

С.М. Савлук (Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана, Україна)

ШЛЯХИ ПРИСКОРЕННЯ КАПІТАЛІЗАЦІЇ БАНКІВ УКРАЇНИ

У статті досліджено основні важелі стимулювання збільшення власного капіталу банків. Проаналізовано зарубіжний досвід їх застосування, визначено можливості його використання в Україні. Надано визначення стимулятивного механізму капіталізації банків, запропоновано класифікацію його складових.

Ключові слова: власний капітал, економічні нормативи, участь у капіталі, участь у прибутку, економічне стимулювання.

Табл. 2. Літ. 10.

С.М. Савлук (Киевский национальный экономический
университет имени Вадима Гетьмана, Украина)

ПУТИ УСКОРЕНИЯ КАПИТАЛИЗАЦИИ БАНКОВ УКРАИНЫ

В статье рассмотрены основные инструменты стимулирования увеличения собственного капитала банков. Проанализирован зарубежный опыт их использования и возможности применения его в Украине. Представлено определение стимуляционного механизма капитализации банков, предложена классификация его элементов.

Ключевые слова: собственный капитал, экономические нормативы, участие в капитале, участие в прибыли, экономическое стимулирование.

S.M. Savluk (Kiyv State Economic University
of Vadym Hetman, Ukraine)

THE WAYS OF ACCELERATING OF UKRAINE'S BANKS CAPITALIZATION

The article considers the key tools to stimulate the banks' capital growth. Foreign experience of their application is analyzed along with the opportunities for their usage in Ukraine. The definition of "stimulation mechanism" is presented as well as the classification of its elements.

Keywords: equity capital; prudential standards; equity participation; profits shareholding; economic incentives.

Постановка проблеми. Однією з головних передумов ефективного управління банком, зокрема забезпечення його фінансової стабільності і надійності, є досягнення адекватного рівня капіталізації. Чим вище капіталізований банк, тим кращі у нього можливості і більша зацікавленість його власників і менеджменту у створенні дієвого ризик-менеджменту з метою уникнення кризових ситуацій та запобігання банкрутства. Тому пошук шляхів прискорення капіталізації банків України є важливим науковим і практичним завданням, що й визначило вибір теми цього дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В сучасній вітчизняній і зарубіжній літературі точиться дискусія з приводу шляхів збільшення власного капіталу банків [3; 5; 6], проте основну увагу науковці і практики приділяють пошуку необхідних фінансових ресурсів. У реальній же дійсності генерування капіталу значною мірою залежить від системи стимулювання, що застосовується банком, від її масштабності та цільового спрямування. Проте цей аспект залишається поза увагою дослідників, що спонукало автора до обмеження об'єкта свого дослідження стимулятивним механізмом нарощування капіталу.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Невирішеними є питання розповсюдження на потреби нарощування капіталу банків тих стимулятивних інструментів, які використовуються ними лише в межах операційної діяльності, а також запровадження в банківську практику України тих інструментів, які застосовуються зарубіжними банками та українськими нефінансовими корпораціями, з їх адаптацією до вітчизняних умов.

Мета дослідження – обґрунтувати додаткові шляхи підвищення ефективності управління капіталом банків.

Основні результати дослідження. Виходячи з прийнятих у літературі трактувань понять «стимулювання» та «мотивація» [2, 158; 10, 258, 427], стимулятивний механізм капіталізації банку можна трактувати як комплекс економічних, адміністративних і моральних важелів впливу на банк, включаючи мотивацію його персоналу, в напрямку нарощування власного капіталу. Склад важелів, що формують структуру цього механізму, наведено в табл. 1.

Таблиця 1. Стимули нарощування власного капіталу банку, авторська розробка

Види стимулювання	Зовнішні	Внутрішні
Адміністративне	Нормативи: обсягу капіталу, відрахувань до фонду гарантування вкладів, вимоги до структури капіталу, відрахувань з прибутку до резервного фонду	Нормативні вимоги банку до розміру і структури капіталу, адміністративна відповідальність за збитки та втрати капіталу, система бюджетування
Економічне	Податкові і монетарні стимули, економічний вплив на котирування акцій банку, на приплив іноземного капіталу	Матеріальне заохочення персоналу за прибуткову діяльність, придбання акцій банку, мотивація клієнтів, акціонерів
Моральне	Зовнішні рейтинги, публікації, перемоги банку в різних номінаціях	Нематеріальне заохочення персоналу: навчання, участь у конференціях, нагороди

Сьогодні в Україні домінують адміністративні важелі нарощування капіталу, зокрема нормативи капіталу, що закріплено Базельськими угодами. Проте, як показала світова фінансова криза, не всі нормативи капіталу відіграли позитивну роль у таких умовах. Це стосується насамперед нормативу адекватності капіталу стосовно загальних активів, який стримував формування достатніх обсягів ліквідності.

Недостатньо розвинені в Україні зовнішні щодо банку економічні стимули нарощування його капіталу. Передусім це стосується системи оподаткування нарощування капіталу. В Україні немає цілісного податкового механізму стимулювання нарощування капіталу взагалі і банківського зокрема. Цей механізм обмежується лише ст. 165.1.18 Податкового кодексу України [1].

До зовнішніх економічних стимулів відноситься і сприяння залученню іноземного капіталу в банківський сектор України. Таке сприяння частково забезпечується адміністративними заходами з боку держави і в більшій мірі – сприятливою ситуацією в банківській сфері. Зокрема, інтенсивний притік іноземного капіталу в банківську систему України в період економічного підйому 2004–2007 рр. стимулювався насамперед підвищеними відсотковими ставками за активними операціями порівняно з європейськими країнами,

зростанням вартості акцій банків, вигідним споживчим кредитуванням в іноземній валюті на закупку імпортованих товарів.

Найбільш вагомими чинниками нарощування капіталів банків, як і фірм та компаній, можуть бути внутрішні системи стимулювання працівників, спрямовані на підвищення ефективності діяльності банків.

Адміністративні важелі внутрішнього стимулювання можна класифікувати відповідно до складових капіталу:

- для статутного капіталу – це чіткий регламент взаємодії відповідальних працівників банку з акціонерами, постійне інформування останніх про події і перспективи банку, ефективна робота наглядової ради як представника акціонерів. Не виключається можливість зобов'язувати працівників купувати акції банку, в тому числі за пільговими цінами, і навіть пропонувати клієнтам стати акціонерами або збільшити наявний пакет акцій банку;

- для резервного капіталу – встановлення порядку розподілу прибутку на користь резервних фондів, а не виплати дивідендів. Мажоритарні акціонери можуть адміністративно нав'язати міноритарним акціонерам рішення не виплачувати (або встановити мінімальний відсоток) дивіденди, спрямувавши прибуток у резервні фонди банку;

- для поточного прибутку – чітка регламентація роботи підрозділів банку, оптимізація їх структури, посадових обов'язків працівників, розробка комплексу нормативних документів, які дають можливість визначити ефективність роботи кожного підрозділу, кожного банківського продукту, кожного працівника та створюють основу для запровадження економічних механізмів стимулювання нарощування прибутку банку.

Проте ключовими у внутрішньобанківському стимулюванні є економічні важелі нарощування капіталу через збільшення прибутку банку, які можна розділити на дві підгрупи: стимулювання клієнтів і стимулювання персоналу банку.

Стимулювання клієнтів є відносно новим інструментом нарощування банківського капіталу. Клієнт може стимулюватися прямою участю в статутному капіталі шляхом продажу йому акцій банку. Найбільший ефект від таких операцій досягається тоді, коли право на придбання акцій надається клієнтам, які приносять значний прибуток або будуть його давати в перспективі. Банк може зменшити свої відсоткові витрати, надаючи таким клієнтам замість високих відсотків за депозитами власні акції. Проте правового механізму для продажу банками акцій пріоритетним клієнтам не створено.

Аналіз публікацій з питань стимулювання персоналу дає можливість виділити два основних варіанти зв'язку між стимулюванням і власним капіталом банку. Перший передбачає встановлення прямого зв'язку між результатами праці банкірів і капіталом банку, коли працівники свідомо пов'язують систему стимулювання з нарощуванням власного капіталу банку. Найпоширенішим інструментом такої системи є преміювання найкращих співробітників акціями банку або надання їм опціонів на право придбання акцій банку в майбутньому за фіксованою ціною. Шляхом надання працівникам можливостей придбання акцій банку за пільговими цінами стимулюється зростання ефективності їх діяльності, в результаті чого зростає прибуток і рівень ринкової

капіталізації банку внаслідок зростання курсу його акцій. Такий підхід можна визначити як стимулювання участю в капіталі, що досить широко використовується в США [7, 232; 9].

Заохочення за допомогою акцій передбачає пільговий з точки зору оподаткування механізм придбання акцій свого банку. Ключовим моментом такого механізму є податкові пільги, коли преміювання акціями до певної межі не включається до доходу працівника і не оподатковується, а від банку не вимагається додаткових витрат готівки. Крім того, винагорода акціями не включається до складу витрат банку, тому не зменшує його прибуток як базу оподаткування.

Другим варіантом зв'язку між стимулюванням і зростанням капіталу є участь працівників у прибутках банку, тобто отримання премій, бонусів і додаткових виплат з прибутку. Найбільш простим і поширеним варіантом такої системи є визначення частки прибутку, яка може бути розподілена між працівниками банку.

Така система найефективніше працює у тих самостійних підрозділах, для яких обчислюється фінансовий результат. Якщо колектив і керівництво бізнес-одиниці банку знає, що отримає 25–30% від заробленого прибутку (чітких нормативів розподілу прибутку немає і вони визначаються банками самостійно залежно від їхньої політики та співвідношення прибутку до фонду зарплати), то вони будуть максимально нарощувати доходи та зменшувати витрати, щоб збільшити прибутки. Але негативною стороною такої системи є стимулювання «апетиту» до ризиків, які погоджуються приймати на себе підрозділи задля максимізації прибутку.

Оскільки оцінювання діяльності банку базується на 3 ключових чинниках: прибуток – ліквідність – управління ризиками, то за такою ж схемою слід будувати і систему стимулювання для банку і його підрозділів, для яких можливо обчислити всі 3 чинники, насамперед для філій банку. При великій кількості можливих варіантів побудови такої системи найбільш доступним для реалізації є встановлення частки прибутку, яка спрямовується на стимулювання працівників з її коригуванням на показники ліквідності та рівень ризику.

На відміну від системи участі в капіталі, участь у розподілі прибутків набула ширшого використання в українських банках. Проте вона більше підходить до найвищої ланки банківського менеджменту та бізнес-підрозділів, для яких можливо визначити прибуток навіть у дещо змінений порівняно з балансовим прибутком формі. В будь-якому випадку для обчислення прибутку цих підрозділів з метою стимулювання слід використовувати доходи та витрати, які залежать від їх діяльності, за винятком накладних витрат, зменшення яких знаходиться поза їх компетенцією. Для інших підрозділів, передусім центрів витрат банку, необхідно створювати специфічні системи стимулювання відповідно до їх функцій. Компонентами системи стимулювання для таких підрозділів можуть бути:

- зменшення витрат у порівнянні з планом та (або) попереднім періодом;
- відсутність фінансових витрат і порушень діяльності;
- чітке виконання покладених функцій і завдань керівництва.

Аналіз публікацій з питань стимулювання засвідчує, що більшість дослідників визнає зв'язок між системою мотивації персоналу та зростанням ефективності й, відповідно, капіталу банків [4]. Проте чітких критеріїв такого зв'язку не наводиться, обмеженою є і статистична база для проведення дослідження. Щоб заповнити цю прогалину, нами було оцінено зв'язок між стимулюванням і зростанням капіталу банків на підставі двох видів показників: відношення витрат на персонал до всіх витрат і до загального обсягу активів (показники стимулювання) і відношення прибутку до капіталу та капіталу до активів (показники прибутковості й капіталізації), визначених за статистичними даними українських банків.

Виходячи з наявної статистики про банки України, можливо визначити залежності між витратами на персонал відносно всіх витрат банку чи його активів та прибутковістю банку і його капіталізацією відносно обсягу активів. Суто теоретично можна припустити, що якщо банк має ефективну систему мотивації, то при збільшенні питомої ваги витрат на персонал у загальній сумі витрат чи їх відношення до маси активів банку повинна зростати прибутковість капіталу та відношення капіталу до активів банку. Проте кореляційний аналіз співвідношення між цими показниками на підставі даних по банківській системі України за 2008 р., коли вона була прибутковою, не виявив такої залежності (табл. 2).

Таблиця 2. Залежність ефективності і капіталізації від рівня оплати праці в банках (коефіцієнти кореляції)*

	Прибуток / Капітал	Капітал / Активи
Зарплата / всі витрати	0,08	0,03
Зарплата / активи	-0,19	0,18

* розраховано за даними [8].

Як свідчать дані табл. 2, залежність між рівнем стимулювання праці, рівнем прибутковості капіталу та фінансовим левериджем не прослідковується. Лише рівень капіталізації активів має незначний зв'язок із співвідношенням зарплати й активів на рівні 18%, що значно нижче за стандартний зв'язку в 70–100%. Тому українським банкам необхідно приділити більше уваги мотиваційним системам, спрямованим на встановлення рівня оплати праці залежно від прибутковості діяльності бізнес-підрозділів і банку в цілому.

Висновки. Стимулятивний механізм нарощування власного капіталу банків необхідно вдосконалювати як на рівні окремих банків, так і на макрорівні. На рівні держави необхідно прийняти відповідний закон, у якому чітко визначити порядок надання опціонів та використання інших стимулятивних інструментів при придбанні та продажу працівниками акцій свого банку, податкові стимули цього процесу, правовідносини між акціонерами та інші аспекти системи заохочення працівників на основі розподілу акцій. На рівні банку мотиваційний механізм повинен концентруватись на заохоченні прибуткової діяльності, а преміювання акціями можна розглядати як один з інструментів цього механізму.

1. Податковий кодекс України. – Харків: Фактор, 2010. – 457 с.
2. Алавердов А.Р. Менеджмент персонала в коммерческом банке. – М.: Маркет ДС, 2008. – 360 с.

3. Алексеев М.Д. Капітал банку: питання теорії і практики. – К.: КНЕУ, 2002. – 276 с.
4. Волгина О.Н. Мотивация труда персонала финансово-кредитных организаций. – М.: Экзамен, 2002. – 128 с.
5. Коваленко В.В., Черкашина К.Ф. Капіталізація банків: методи оцінювання та напрямки підвищення. – К.: УАБС НБУ, 2010. – 141 с.
6. Маричев С.А. Капитализация российской банковской системы: проблемы и перспективы роста // Деньги и кредит.– 2004.– №11. – С. 44–50.
7. Оплата по результату / Под общ. ред. П. Чингоса. – М.: Диалектика, 2004. – 404 с.
8. Показники діяльності банків України на 1.01.2009 року // bank.gov.ua.
9. Growing Company Sales Linked to Richer Benefits Packages // www.winningworkplaces.org.
10. Oxford advanced learner's dictionary (1995). Oxford University Press. Fifth ed. 1427 p.

Стаття надійшла до редакції 11.12.2012.

КНИЖКОВИЙ СВІТ



СУЧАСНА ЕКОНОМІЧНА ТА ЮРИДИЧНА ОСВІТА
ПРЕСТИЖНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ

Україна, 01011, м. Київ, вул. Панаса Мирного, 26
E-mail: book@nam.kiev.ua
тел./факс 288-94-98, 280-80-56



Дипломатичний і міжнародний діловий протокол та етикет: Навчальний посібник. – К.: Національна академія управління, 2011. – 164 с. Ціна без доставки – 25 грн.

Автор: **Ю.О. Чугаєнко.**

У навчальному посібнику викладено основи дипломатичного і міжнародного ділового протоколу і етикету, з історією становлення української протокольної практики і протокольної служби.

Призначений для студентів, що вивчають спецкурс "Дипломатичний і міжнародний діловий протокол та етикет", а також для широкого кола осіб, яким за родом діяльності доводиться контактувати з іноземними установами, організаціями та громадянами.