

Технология управления

Оценка эффективности декларирования корпоративных ценностей в российском банковском секторе

Evaluation of effectiveness of publicly declarative corporate values in Russian banking industry

Просвиркина Е.Ю., аспирант Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», специальность 08.00.05, e.prosvirkina@mail.ru

Prosvirkina E.Y., Postgraduate student of the National Research University "Higher School of Economics, specialization 08.00.05, e.prosvirkina@mail.ru

Аннотация:

В данной статье анализируется влияние публично декларируемых ценностей на результаты деятельности пятидесяти крупнейших банков на российском рынке. Для выявления зависимостей рассчитан индекс ценностей (CV-Index) и проанализированы корреляции между данным индексом и финансовыми показателями банков в программе SPSS. Для расчета индекса проведен детальный анализ информации, размещенной на сайтах банков, в кодексах этики и корпоративного поведения, и все выявленные ценности сгруппированы в семнадцать категорий. Исследование подтвердило наличие статистически значимой корреляции между индексом ценностей и чистой прибылью банков.

Summary

In this article the influence of publicly declarative values on the performance of top fifty banks in Russia is analyzed. For determination of correlations an index of corporate values (CV-Index) is calculated as well as relationship between this index and financial indicators of banks are examined in SPSS program. In order to calculate CV-Index the detailed research of banks' websites, codes of ethics and corporate behavior is conducted. All the defined corporate values are categorized into seventeen groups. The research has confirmed a statistically significant correlation between CV-Index and net profit of banks.

Ключевые слова:

Корпоративные ценности, публично декларируемые ценности, российский банковский сектор, результаты деятельности, оценка эффективности.

Keywords

Corporate values, publicly declarative values, Russian banking industry, organizational performance, evaluation of effectiveness.

В настоящее время существует ряд исследований, которые эмпирически подтвердили связь между наличием корпоративных ценностей и результатами деятельности бизнес – организаций [5,с. 14].

Интервью 395 руководителей крупных корпораций в 30 странах показало, что публичное декларирование ценностей компании положительно сказывается на репутации и отношениях с клиентами. Исследование также выявило, что компании,

демонстрирующие превосходные финансовые результаты, чаще строят свою систему управления на ценностях, в то время как менее успешные компании уделяют меньшее внимание формулированию корпоративных ценностей. Руководители более результативных организаций считают, что корпоративные ценности, социальная и экологическая ответственность оказывает положительное влияние на финансовые показатели [5, с. 4]. Управление, основанное на ценностях, позволяет строить отношения со всеми стейкхолдерами на этических принципах, повышать доверие к организации и улучшать финансовые показатели [2, с. 536]. Изучение корпоративных ценностей, кодексов этики и их влияния на организационные результаты в различных странах и секторах экономики подтвердило наличие корреляции между этими показателями [4; 3].

Можно предположить, что корреляция между декларируемыми ценностями и организационными результатами будет наблюдаться и на российском рынке. Для изучения данной гипотезы был проанализирован российский банковский сектор.

1. Методология исследования корпоративных ценностей в российских банках

Основным источником информации стали официальные сайты банков, годовые отчеты, кодексы этики и кодексы корпоративного поведения. Сбор информации осуществлялся по пятидесяти наиболее крупным банкам России. За основу выбора банков был использован рейтинг Banki.ru, рассчитанный по ключевым показателям деятельности с использованием отчётности кредитных организаций РФ, публикуемой на сайте Банка России [1].

В связи с тем, что основная цель исследования не только изучение существующих корпоративных ценностей, но и определение их влияния на финансовые результаты банков, необходимо было собрать данные, касающиеся финансовых индикаторов деятельности. Ключевые параметры исследования, показатели и источники информации представлены в таблице 1.

Таблица 1

Параметры исследования

| <i>Группа параметров</i> | <i>Параметры</i> | <i>Показатели, характеризующие каждый параметр</i> | <i>Источник информации</i> |
|--------------------------|---------------------------------|--|--|
| Характеристика банка | Тип собственности | - Государственный - Частный | Официальный сайт банка |
| | Возраст | - Год создания | Официальный сайт банка |
| | Структура акционерного капитала | - Высокая концентрация - Умеренная - Распылённая | Официальный сайт банка и годовой отчёт |
| | Филиальная сеть | - Количество филиалов | Сайт Банка России www.cbr.ru |
| | Численность персонала | - Количество сотрудников | Официальный сайт банка/ годовой отчет |
| | «Национальность» | - российский или | Официальный сайт банка |

| | | | |
|--|-----------------------------------|--|--|
| | капитала» | международный | |
| | Тип преобладающей стратегии | - Универсальный - Корпоративный - Розничный | Официальный сайт банка |
| | Продуктовая ниша | - Универсальная - Специализированная | Официальный сайт банка |
| | Клиентская ниша | - Универсальная - Специализированная | Официальный сайт банка |
| Финансовые показатели банка | Активы и обязательства | - Численное значение активов и обязательств | Сайт Банка России www.cbr.ru |
| | Финансовая устойчивость | - Численное значение показателя N1 ratio (Capital / Risk-WeightedAssets) | Сайт Банка России www.cbr.ru |
| | Чистая прибыль | - Численное значение прибыли | Финансовая отчетность банка по МСФО / РСБУ |
| | Рентабельность активов и капитала | - Численное значение рентабельности | Портал Banki.ru www.banki.ru |
| | Прибыль на акцию (EPS) | - Численное значение EPS | Агентство Thomson Reuters www.reuters.com |
| Показатели роста за последние три года | Рост продаж | - Значение показателя, % | Агентство Thomson Reuters www.reuters.com |
| | Рост показателя EPS | - Значение показателя, % | Агентство Thomson Reuters www.reuters.com |
| | Рост дивидендов | - Значение показателя, % | Агентство Thomson Reuters www.reuters.com |
| Корпоративные ценности и требования к компетенциям сотрудников | Источник информации о ценностях | - Сайт банка - Кодекс этики - Кодекс корпоративного поведения | Официальный сайт банка, кодексы этики и корпоративного поведения |
| | Корпоративные ценности | - Формулировка ценностей - Количество упоминаний | Официальный сайт банка, кодексы этики и корпоративного поведения |
| | Требуемые компетенции | - Формулировка компетенций | Официальный сайт банка |

Все данные были обработаны программой SPSS.

2. Характеристика выборки

Среди исследованных финансовых институтов преобладают банки, которые оперируют на российском рынке около 20 лет. 62% выборки составили банки, функционирующие 14-20 лет; 30% - более 20 лет. Самые «молодые» банки, вошедшие в выборку, существуют около шести лет.

В связи с тем, что финансовый сектор России молод, основная доля банков, попавших в исследование, является для российского банковского сектора ветеранами. Неудивительно, что именно они имеют наибольшие активы. Основную долю выборки также составили частные банки с отечественным капиталом. В исследование также включено 30% международных банков для анализа различий в системе управления, основанной на ценностях в российской и международной среде.

Большая часть банков выборки крупные по численности персонала. У 48% численность сотрудников превышает пять тысяч человек и у 44% банков численность

колеблется от 1000 до 5000 работников. Кроме того, в качестве показателя, характеризующего банки, была выбрана структура акционерного капитала. В том случае, если ключевой акционер владеет более 50% акций, то банк имеет высокую концентрацию собственности (равно когда он имеет двух акционеров, каждый из которых владеет более 35% акций). В том случае, если в банке три – четыре равноправных акционера, то его можно охарактеризовать как банк со средней концентрацией собственности. Наконец, если у банка много миноритарных акционеров, то структура акционерного капитала расплывчатая. В исследовании 72% составили банки с высокой концентрацией и 18% - со средней.

Другими показателями стало географическое присутствие, измеряющееся в размере филиальной сети, а также тип преобладающей стратегии. В исследовании приняли участие банки с широкой региональной сетью. 80% банков имеют более 40 филиалов, при этом 3% банков оперируют только в одной географической зоне.

Большинством банков предлагаются комплексные услуги как для физических, так и для юридических лиц. Универсальная стратегия преобладает в 78 % выборки. Также основная доля банков трудится в универсальных продуктовой и клиентской нишах. Под специализированными нишами мной понимаются банки, которые предлагают либо ограниченный набор финансовых продуктов, либо работают с узким кругом клиентов (например, ОАО «ТрансКредитБанк» предлагает услуги для транспортной и смежных с ней отраслей).

3. Корпоративные ценности, декларируемые банками

Из пятидесяти банков, по которым была собрана информация, большая часть публично декларируют ценности. В связи с тем, что информация, которая может повысить имидж компании, чаще всего становится публичной, можно предположить, что остальная часть банков не только не публикует информацию о своих корпоративных ценностях, но и вовсе не ориентируется на управление, основанное на ценностях. Среди банков, у которых не удалось обнаружить публично декларируемые ценности, ОАО АКБ «Связь-Банк», ЗАО «Глобэксбанк», ОАО КБ «Восточный», ОАО «МИНБ», ОАО «Бинбанк», ЗАО АКБ «Национальный Клиринговый Центр», ОАО «СКБ-банк» и ЗАО «ТКБ». Если же банк декларирует ценности, то чаще всего эта информация размещается на его официальном сайте, либо публикуется в кодексах этики, корпоративного поведения или корпоративного управления.

Банки декларируют разнообразные корпоративные ценности. Однако зачастую под разными формулировками понимаются одни и те же ценности. В исследовании все

сформулированные ценности были сгруппированы в следующие категории: стремление к совершенству (развитие); социальная ответственность; инициативность и креативность; уважение к традициям; репутация; командный дух; законность; партнёрство со стейкхолдерами; приверженность; результативность и эффективность; общечеловеческие ценности; профессионализм; цивилизованное ведение; клиентоориентированность; открытость. Все остальные декларируемые ценности, не вошедшие в какую-либо из перечисленных категорий, были отнесены к группе «другие ценности».

Наиболее часто декларируемыми ценностями в российском банковском секторе являются клиентоориентированность, командный дух, результативность и эффективность, профессионализм и социальная ответственность.

Для представления данных о корпоративных ценностях банков был рассчитан индекс ценностей по формуле $CVIndex_i = E_j^{17}$, где E_{ij} – количественный показатель, равный сумме повторений той или иной корпоративной ценности, если банк i декларирует корпоративную ценность $j \in [0; 17]$. Данный показатель используется для анализа ценностей в различных странах [2, с. 531].

Оценка количества повторений каждой ценности осуществлялась на основе подробного изучения официального сайта и опубликованных документов, включая разные кодексы, пресс-релизы и публичные выступления. Банки с наибольшим значением индекса ценностей представлены в таблице 2.

Таблица 2

Банки с наибольшим значением индекса ценностей

| Рейтинг банка (по общим активам) | Банк | CV index |
|----------------------------------|-----------------------------|----------|
| 8 | ЗАО «ЮниКредит Банк» | 146 |
| 42 | АКБ «Абсолют Банк» (ЗАО) | 145 |
| 47 | ЗАО АКБ «НОВИКОМБАНК» | 131 |
| 2 | ОАО «Банк ВТБ» | 119 |
| 1 | ОАО «Сбербанк России» | 95 |
| 9 | ОАО АКБ «РОСБАНК» | 43 |
| 39 | ОАО «СМП Банк» | 29 |
| 5 | ВТБ 24 (ЗАО) | 27 |
| 18 | ОАО «АК БАРС БАНК» | 26 |
| 30 | Банк «Возрождение» (ОАО) | 25 |
| 26 | ЗАО «Банк Русский Стандарт» | 24 |
| 29 | ООО «ХКФ Банк» | 23 |
| 25 | ОАО Банк «Петрокоммерц» | 21 |
| 16 | ЗАО КБ «Ситибанк» | 19 |
| 7 | ОАО «АЛЬФА-БАНК» | 18 |
| 10 | ЗАО «Райффайзенбанк» | 17 |

| | | |
|----|--------------------------|----|
| 21 | «ИНГ БАНК (ЕВРАЗИЯ) ЗАО» | 16 |
| 3 | ГПБ (ОАО) | 13 |
| 37 | ОАО «ОТП Банк» | 13 |
| 13 | ОАО «ТрансКредитБанк» | 12 |

У 36% банков количественное значение индекса варьируется от 1 до 10. Можно предположить, что банки, чаще декларирующие свои ценности и повторяющие их в разнообразных официальных документах и пресс – релизах, систему управления строят на основе ценностей. Другие банки, напротив, единожды упомянув ценности, скорее всего, это делают как «дань моде», не придавая серьёзного значения управлению, основанному на ценностях. Видно, что наибольшее значение показателя ценностей не связано с рейтингом банка по активам. Скорее всего, нет зависимости между значением активов и индексом.

4. Выявление взаимосвязей между публично декларируемыми ценностями и результатами деятельности банков

Для оценки результатов деятельности банков используются различные показатели. Ключевым из них является значение совокупных активов: чем больше активов у банка, тем более успешным он считается. Чаще всего именно на основе ранжирования совокупных активов составляются рейтинги банков. Тем не менее, на анализе данного показателя останавливаться не стоит, так как и другие показатели берут во внимание при комплексном анализе финансового состояния банков. В данном исследовании были проанализированы следующие данные:

- 1) Совокупные активы и обязательства;
- 2) Финансовая устойчивость;
- 3) Чистая прибыль;
- 4) Рентабельность активов и капитала;
- 5) Прибыль на акцию;
- 6) Показатели роста продаж; дивидендов и прибыли на акцию.

Перед проведением исследования была выдвинута гипотеза о наличии положительной корреляции между финансовыми показателями банков и корпоративными социальными ценностями. Для подтверждения данной гипотезы необходимо было проанализировать следующие гипотезы-следствия:

Гипотеза – следствие 1. В банках, которые декларируют корпоративные ценности, финансовые результаты деятельности выше по сравнению с теми банками, где эти ценности не декларируются вовсе.

Гипотеза – следствие 2. Чем выше индекс ценностей, тем лучше финансовые результаты деятельности банков.

Оказалось, существует только одна статистически значимая зависимость: между чистой прибылью и индексом ценностей. Значения корреляции Пирсона и значимости коэффициента корреляции, рассчитанные в программе SPSS, представлены в следующей таблице:

Таблица 3

Статистически значимая корреляция между чистой прибылью и индексом ценностей

| | | ROE | Индекс ценностей |
|----------------|---|-------|------------------|
| Чистая прибыль | Корреляция Пирсона | ,326* | ,514** |
| | Значимость коэффициента корреляции (2-сторон.) | ,021 | ,000 |
| | Объем выборки (количество исследованных банков) | 50 | 50 |
| | Объем выборки | 50 | 50 |

*. Корреляция значима на уровне 0.05 (2-сторон.).

**. Корреляция значима на уровне 0.01 (2-сторон.).

Представленные результаты анализа показывают, что зависимость между чистой прибылью и индексом ценностей существует только в том случае, если корреляция значима на уровне 0,01. В связи с тем, что значимость корреляции в рассматриваемом примере равна 0,000 можно говорить о наличии статистически значимой корреляции между выбранными показателями. Таким образом, проведенное исследование подтвердило, что чистая прибыль и индекс ценностей являются зависимыми переменными.

Не было обнаружено зависимости между индексом ценностей и чистыми активами, рентабельностью активов и капитала, финансовой устойчивостью. Таким образом, выдвинутая гипотеза подтвердилась только частично.

На базе расчёта индекса удалось определить банки, которые уделяют наибольшее внимание ценностям (ЗАО «ЮниКредит Банк», АКБ «Абсолют Банк» (ЗАО), ЗАО АКБ «Новикомбанк», ОАО «Банк ВТБ» и ОАО «Сбербанк России»).

Литература

1. Рейтинги банков// <http://www.banki.ru/banks/ratings/>
2. Donker H., Poff D., and Zahir S. (2008) Corporate Values, Codes of Ethics, and Firm Performance: A Look at the Canadian Context. *Journal of Business Ethics*, Vol. 82, No. 3, pp. 527-537.
3. Loe, T., Ferrell L. and Mansfield P. (2000) A Review of Empirical Studies Assessing Ethical Decision Making in Business. *Journal of Business Ethics*, Vol. 25, pp. 185-204.
4. Pava, M., Krausz, J. (1996) The Association Between Corporate Social Responsibility and Financial Performance: The Paradox of Social Cost. *Journal of Business Ethics*, Vol. 15, pp. 321-357.
5. Van Lee R., Fabish L, and McGaw (2005) N. The Value of Corporate Values. *Strategy and Business*, Vol. 39, pp. 1-15.

References

1. Rating of banks// <http://www.banki.ru/banks/ratings/>
2. Donker H., Poff D., and Zahir S. (2008) Corporate Values, Codes of Ethics, and Firm Performance: A Look at the Canadian Context. *Journal of Business Ethics*, Vol. 82, No. 3, pp. 527-537.
3. Loe, T., Ferrell L. and Mansfield P. (2000) A Review of Empirical Studies Assessing Ethical Decision Making in Business. *Journal of Business Ethics*, Vol. 25, pp. 185-204.
4. Pava, M., Krausz, J. (1996) The Association Between Corporate Social Responsibility and Financial Performance: The Paradox of Social Cost. *Journal of Business Ethics*, Vol. 15, pp. 321-357.
5. Van Lee R., Fabish L, and McGaw (2005) N. The Value of Corporate Values. *Strategy and Business*, Vol. 39, pp. 1-15.

Статья поступила в редакцию 04 ноября 2012 года.