

ШЛЯХИ АДАПТАЦІЇ МОДЕЛЕЙ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНСЬКЕ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩЕ / THE ADAPTATION WAYS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MODELS IN UKRAINIAN BUSINESS ENVIRONMENT

Григор'єва О., канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємства та управління персоналом
Полтавський національний технічний університет ім. Ю. Кондратюка, Україна

Учасник конференції

У статті розглянуто основні моделі корпоративної соціальної відповідальності, визначено їх характерні риси та особливості та відмінності, а також можливість їх застосування в діяльності українських підприємств та організацій. Виділено основні ознаки, завдання та переваги соціально відповідальної діяльності. Окреслені основні шляхи адаптації моделей корпоративної соціальної відповідальності в українське бізнес-середовище як з боку держави, так и на регіональному рівнях.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, моделі корпоративної соціальної відповідальності, економічна відповідальність, екологічна відповідальність, соціальна відповідальність.

Ukraine's transition to sustainable economic development, its integration into the European and global communities require the introduction of modern practices of co-operation between the state and business, and also business and societies, that would enhance the mutual responsibility of all participants of public life, create conditions for future stable development of society.

At present, in the most economically developed countries of the world the phenomenon of "corporate social responsibility" became widespread, it is understood as responsibility of organization, the company's decisions and actions impact on society and the environment.

Practice implementation of social responsibility in the activities of Ukrainian enterprises and organizations at an early stage, it is mainly used by foreign enterprises and corporations operating in the territory of Ukraine, therefore it is important to define models of corporate social responsibility operating in the territories of developed countries and ways of their adaptation and distribution to the activities of Ukrainian enterprises and organizations.

Traditionally, among the models of corporate social responsibility, there are American, European and Asian models, each of which has specific features and characteristics.

Specific features of the American model are the voluntary nature of business participation in solving social problems; state interference occurs through the promotion of socially responsible activities; priority is the solution of social problems at the level of the local community and a particular region.

A significant feature of the European model of corporate social responsibility is the prominent role of the state. The European model considers the state as an institution that executes the accepted rules of behavior. In Europe, social responsibility is an integral strategy of states development.

The corporate social responsibility in Japan is actively supported by the country's cultural traditions. According to the Japanese (Asian) model of responsibility, social cohesion at the company level and business cohesion at the level of the industrial group are envisaged.

Each of these models of corporate social responsibility can be extended to the activities of Ukrainian enterprises and organizations according to set priorities and values. However, it should be noted that, given the mentality and the country's legal system, the most adapted European model of corporate social responsibility, presupposes the active participation of the state in solving social problems.

Social responsibility should be considered by enterprises and organizations as a combination of economic, social and environmental responsibility.

Implementation and dissemination of corporate social responsibility in the activities of Ukrainian enterprises should take place by combining the efforts of the state and business in order to harmonize the goals of social policy and business objectives of Ukrainian business environment companies.

Keywords: corporate social responsibility, models of corporate social responsibility, economic responsibility, ecological responsibility, social responsibility.

Перехід України до сталого економічного розвитку, її інтеграція до європейського і світового співтовариства вимагають запровадження сучасних практик взаємодії держави і бізнесу, а також бізнесу і суспільства, які б дозволили посилити взаємну відповідальність усіх учасників суспільного життя, створити умови для подальшого стабільного розвитку суспільства, заснованого на врахуванні якнайширшого кола інтересів.

На сьогодні у найбільш економічно розвинених країнах світу набуло поширення явище «соціальної відповідальності бізнесу», що розуміється як відповідальність організації, компанії за вплив рішень і дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорості та етичної поведінки, яка сприяє сталому розвитку, у т.ч. здоров'ю і добробуту суспільства; зважає на очікування заінтересованих сторін; відповідає чинному законодавству і міжнародним нормам поведінки; інтегрована у діяльність організації та практикується в її відносинах.

Практика впровадження соціальної відповідальності в діяльність українських підприємств та організацій знаходиться на початковій стадії, переважно її використовують іноземні підприємства та корпорації, що здійснюють свою діяльність на території України, тому важливим є визначення моделей корпоративної соціальної відповідальності, що діють на територіях розвинених країн та шляхи їх адаптації та поширення у діяльність українських підприємств та організацій.

Традиційно, серед моделей корпоративної соціальної відповідальності виділяють американську, європейську та азіатську моделі, кожна з яких має специфічні ознаки та характерні риси [1].

Американська модель є найбільш лібералізованим варіантом соціальної політики держави, який базується на принципі відокремлення соціального захисту від вільного ринку й обмеженні захисту лише тих, хто не має інших доходів, крім соціальних виплат. Саме через це американська економіка є однією з найменш регульованих державою. Держава регулює соціально-трудова відносини на рівні підприємства і значно менше – на рівні галузі та регіону через прийняття законодавчих і нормативних актів. Американські корпорації у своїй діяльності більшу увагу приділяють зовнішній соціальній відповідальності, тобто основний акцент припадає на поведінку корпорацій на ринку, розбудові позитивних відносин

підприємства з регіональною та місцевою владою, на охороні навколишнього середовища. Американська модель соціальної відповідальності передбачає максимальну самостійність корпорацій у визначенні свого суспільного внеску. Держава підтримує й стимулює цей напрям діяльності бізнесу через просвітництво та створення системи стимулів, а саме через пільги чи субсидії, не втручаючись у формування програм соціальної відповідальності. Відповідальна соціальна діяльність і благодійна діяльність корпорацій стимулюються відповідними податковими пільгами, що встановлені на законодавчому рівні. Крім благодійництва, важливим напрямом соціальної відповідальності американських корпорацій є заходи з охорони навколишнього середовища. Таким чином, специфічними рисами американської моделі є: добровільний характер участі бізнесу у вирішенні соціальних проблем; соціальна діяльність компанії має чітко окреслені напрями; компанії контролюють цільове використання витрачених коштів та очікують на конкретні результати заходів; втручання держави відбувається через заохочення соціально відповідальної діяльності; пріоритетом є вирішення соціальних проблем на рівні місцевої громади та окремого регіону.

Другою моделлю соціальної відповідальності є європейська модель. Вона принципово відрізняється від американської. Сьогодні соціальну відповідальність в Європі розглядають як один із механізмів підвищення конкурентоспроможності й водночас як добрий засіб зростання стандартів життя громадян. Більшою мірою європейська модель соціальної відповідальності орієнтована на три сфери прояву соціальних ініціатив, а саме: економіку, зайнятість та охорону навколишнього середовища [3]. Порівнюючи її з американською моделлю, можна зазначити, що перша ставить за мету прибутковість, а європейська відносить до неї додаткові питання відповідальності перед працівниками і місцевими співтовариствами. Відповідно соціальна відповідальність поширюється на умови праці, заробітну плату, випуск якісної продукції та надання послуг, охорону навколишнього середовища, зайнятість у конкретному регіоні, реалізацію соціальних ініціатив населення. Також важливо зазначити, що характерною ознакою європейської моделі корпоративної соціальної відповідальності є помітна роль держави. Європейська модель розглядає державу як інститут, що приводить у виконання прийняті правила поведінки. В Європі соціальна відповідальність є складовою стратегії розвитку держав. Саме тому більшість країн ЄС уже розробили або розробляють національні стратегії соціальної відповідальності [2]. Характерною ознакою європейських країн є розуміння соціальної відповідальності як частини міжнародної репутації держави, а також національних компаній, представлених за кордоном. І саме через це запровадження соціальної відповідальності є невід'ємною частиною і для діяльності державних органів влади. Таким чином, за європейської моделі соціальної відповідальності, держава виступає в ролі інституту, який визначає правила поведінки і стежить за їх дотриманням. У європейській моделі благодійні заходи не є поширеними, що зумовлено високим рівнем податків, відсутністю пільг та інших стимулів [1].

Азійська модель корпоративної соціальної відповідальності сформована у Японії. Найхарактернішою її рисою є активна роль держави. У зв'язку з тим, що держава тривалий час брала участь у стратегічному плануванні бізнесу, частково підхід до соціальної відповідальності японської моделі нагадує європейський, оскільки роль держави теж є дуже впливовою. Водночас японський бізнес більше, ніж європейський, зосереджується на внутрішніх програмах, завдяки яким компанія стає для працівника сім'єю. Соціальна відповідальність корпорації в Японії активно підтримується культурними традиціями країни. Відповідно японська модель відповідальності передбачає соціальну згуртованість на рівні компанії і ділову згуртованість на рівні індустріальної групи. Управління бізнесом орієнтоване не лише на отримання прибутку, воно також повинно базуватися на правильному сприйнятті буття, суспільства і навколишнього світу, усвідомленні своєї відповідальності перед суспільством і прагненні до прогресу цивілізації взагалі. Основні риси японської системи соціальної відповідальності визначає низка концепцій, яких немає в американській моделі. Найважливішими з них є колективне прийняття рішень, відповідальність перед працівниками та соціальна відповідальність керівництва. Так, Японія першою у світі стала розвивати так званий менеджмент із «людським обличчям». У бідній на природні ресурси країні традиційно культивується принцип «Наше багатство – людські ресурси», відповідно до якого створюються умови для найбільш ефективного їх використання [6]. До найбільш поширених напрямів соціальної відповідальності перед працівниками належать такі, як система довічного найму, допомога в придбанні житла, стимулювання сімейних династій, навчання спеціалістів, фінансова допомога при народженні дітей, а потім їх навчання, щедрі вихідні допомоги, корпоративні пенсії. Протягом останніх років у соціальній відповідальності Японія набирає обертів, охоплює всю структуру управління в компанії, не обмежуючись внутрішнім спрямуванням [3]. Тут підприємства реорганізують свої структури через заснування офісу соціальної відповідальності бізнесу, що їх традиційно контролювали відповідні відділи, такі як відділ інвестицій та відділ управління навколишнього середовища. Певна кількість японських корпорацій заснували департаменти соціальної відповідальності бізнесу, які розповсюджують інформацію про соціальну відповідальність, приділяючи значну увагу зацікавленим партнерам та публікуючи звіти значним є вплив держави, розповсюджена практика серед компаній володіння об'єктами соціальної інфраструктури; забезпечення соціально-побутових благ на колективній основі; поширеність соціально-побутових ініціатив, що спрямовані на задоволення потреб працівників.

Деякі дослідники моделей корпоративної соціальної відповідальності, зокрема Колот А.М. [1] в окрему модель корпоративної соціальної відповідальності виділяють британську модель, у якій поєднуються риси європейської та американської моделей. Принциповим моментом британської моделі соціальної відповідальності є яскраво виражена активність самого бізнесу у створенні проєктів у сфері соціальної відповідальності, що за своєю суттю цілком відповідає принципу добровільності [3]. Загальною рисою цієї моделі є, передусім, активна підтримка бізнесу з боку держави й добре розроблена система заходів соціального забезпечення та охорони здоров'я. У Великобританії ініціатором вияву соціальної відповідальності з боку підприємницьких структур виступають здебільшого урядові органи. Останнім доручена і координація зусиль щодо впровадження соціальної відповідальності у практику. Участь влади в розвитку соціальної відповідальності виявляється в налагодженні партнерства з власниками підприємств, які беруть участь у фінансуванні проєктів, стимулюванні учасників. У такий спосіб відбувається поєднання європейської участі держави у формуванні соціально відповідального бізнесу та американського добровільного внеску корпорацій у вирішення соціальних питань.

Кожна з перелічених моделей корпоративної соціальної відповідальності може бути поширена у діяльність українських підприємств та організацій залежно від поставлених пріоритетів та цінностей. Проте слід зазначити, що, враховуючи менталітет та систему права країни, найбільш адаптованою є європейська модель корпоративної соціальної відповідальності, яка передбачає активну участь держави у вирішенні соціальних завдань.

Загалом соціальна відповідальність повинна розглядатися підприємствами та організаціями як поєднання економічної, соціальної та екологічної відповідальності, що включає в себе наступні завдання.

Беззаперечно, що основу соціально відповідальної діяльності бізнесу повинно складати: виробництво якісних і безпечних для використання товарів і послуг; повну сплату усіх видів податків; виплату регулярної заробітної плати своїм працівникам і внесення свого вкладу в їх соціальне забезпечення; дотримання вимог антимонопольного законодавства; дотримання

законодавчих норм в області охорони довкілля і вимог держави до екологічно чистого виробництва; забезпечення безпеки, здоров'я і охорони праці своїх працівників, дотримання норм трудового права; дотримання прав людини, що передбачені Конституцією України та Глобальним договором ООН [4].

Формуючи соціально відповідальний бізнес, підприємства та організації можуть приймати на себе додаткові зобов'язання. Так, наприклад у сфері економічної діяльності та корпоративного управління це може бути: розроблення та послідовне дотримання внутрішньокорпоративних кодексів або інших документів власної ділової етики; постійний розвиток якості, споживчої властивості і соціальної значущості своєї продукції і послуг; підтримка добросовісної ділової практики, встановлення надійних стосунків із своїми постачальниками, дистрибуторами і клієнтами, відаючи перевагу компаніям, що відповідають вимогам соціальної відповідальності; підтримка розвитку малого і середнього бізнесу, включаючи власні технологічні ланцюжки, а також участь у відповідних галузевих і міжгалузевих програмах і фондах.

У сфері підтримки безпеки навколишнього природного середовища: розробка заходів технологічного характеру, спрямованих на економію споживання енергії, водних і інших ресурсів; організація перероблення відходів виробництва і очищення стічних вод, поступове впровадження безвідходних технологій виробництва; обмеження викидів речовин, що руйнують озоновий шар, парникових газів, хімічних речовин та інших шкідливих викидів в атмосферу; організація раціонального землекористування і підтримка біорізноманітності й природних місць існування, зокрема рекреаційних зон і заповідників.

У сфері соціальної політики: участь в соціальних інвестиціях через свої внутрішні і зовнішні соціальні програми; розвиток свого персоналу через систему професійної підготовки кадрів; реалізація соціальних проектів спонсорського і благодійного характеру на територіях своєї присутності, підтримуючи їх соціальне благополуччя, безпеку і стійкість; участь в спонсорських і благодійних програмах державного або місцевого значення, спрямованих на рішення гострих загальнонаціональних проблем; підтримка соціальних проектів в галузі культури, спорту і освіти; участь у спільних проектах держави та бізнесу, спрямованих на рішення соціальних і екологічних проблем суспільства; участь в міжнародних благодійних і соціальних проектах; підтримка громадських та некомерційних організацій громадянського суспільства; регулярні діалоги та співпраця із зацікавленими сторонами (стейкхолдерами): акціонерами і інвесторами, співробітниками і профспілками, постачальниками і споживачами, представниками місцевих, регіональних державних органів влади, засобами масової інформації, професійними об'єднаннями, громадськими і некомерційними організаціями й іншими, і на цій основі вносити необхідні зміни у свою діяльність; підвищення відкритості і прозорості свого бізнесу через системи регулярної соціальної звітності і міжнародної звітності по стійкому розвитку, що дозволяють покращувати якість управління виробництвом, соціальним розвитком і нефінансовими ризиками.

Зрозуміло, що впровадження заходів, спрямованих на поширення соціальної відповідальності бізнесу, потребують значних зусиль и витрат з боку підприємства, проте є необхідними для підвищення конкурентоспроможності підприємств та організації, поширення їх діяльності на міжнародному рівні, забезпечення сталого розвитку.

Основними перевагами соціально відповідального бізнесу є: розширення доступу до нових ринків за рахунок використання міжнародних стандартів; формування позитивного іміджу компанії за рахунок підвищення лояльності клієнтів, вартості бренду, налагодження партнерських зв'язків; удосконалення виробничих процесів – зростання продуктивності праці, ріст прибутковості діяльності, економія витрат при використанні екологічно безпечного устаткування; стабільність трудових ресурсів; ефективний ризик – менеджмент; залучення коштів спеціалізованих фондів «соціальних інвестицій» під програми корпоративної соціальної відповідальності для відповідальних бізнес-лідерів. Покращення іміджу України шляхом впровадження в українську бізнес практику моделей корпоративної соціальної відповідальності сприятиме також збільшенню обсягу іноземних інвестицій до вітчизняної економіки.

Основними шляхами впровадження та поширення корпоративної соціальної відповідальності в діяльність українських підприємств, на нашу думку, є наступні.

З боку держави: розроблення та послідовна реалізація Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні, проект якої було розроблено ще у 2011 році, проте вона так й залишилася не затвердженою та не прийнятою до реалізації; проведення щорічних форумів по соціальній і екологічній відповідальності бізнесу і формам його взаємодії з державою; розроблення й поширення регулярних урядових публічних комунікацій (заяв) по розвитку системи соціально-екологічної відповідальності бізнесу; розроблення провідними асоціаціями бізнесу, а також галузевими асоціаціями виробників рекомендацій по впровадженню на добровільній основі міжнародних стандартів управління і звітності в області сталого розвитку і екології; бюджетне фінансування і тендерний розподіл проектів розширення корпоративної соціальної відповідальності, сталого розвитку і екологічної звітності серед найбільш потужних підприємств України; залучення бізнесу для реалізації пріоритетних національних проектів розвитку корпоративної соціальної відповідальності.

На місцевому рівні: проведення спеціальних форумів по сталому розвитку регіонів, на яких формулюються соціальні і екологічні пріоритети регіональної влади із запрошенням бізнесу до участі в найважливіших заходах регіональних адміністрацій; розроблення і реалізація спеціальних цільових програм і соціальних інвестицій в соціальній, екологічній і культурній областях з прямою пайовою участю регіональних адміністрацій і компаній в їх фінансуванні; участь представників регіональних і муніципальних органів в заходах бізнесу, у тому числі в так званих діалогах по його соціальній відповідальності з метою вироблення конкретних рекомендацій для бізнесу в розвитку своїх громадських програм; проведення семінарів і спеціальних заходів для розвитку міжсекторального соціального партнерства за участю усіх його сторін: влади, бізнесу і громадянського суспільства; залучення місцевих підприємств, установ та організацій до реалізації спільних соціальних програм влади, громади і бізнесу для підвищення їх ефективності і гарантованій прозорості витрачання об'єднаних засобів.

Отже, впровадження моделей корпоративної соціальної відповідальності в діяльність українських підприємств та організацій дозволить гармонізувати цілі соціальної політики держави та бізнесу цілі компаній українського бізнес-середовища. За умов підтримки держави, наслідування досвіду успішних практик соціально відповідальної діяльності міжнародних і вітчизняних компаній партнерство держави та бізнесу може перетворитися у потужний ресурс розвитку корпоративної соціальної відповідальності підприємств перед навколишнім середовищем, суспільством, громадою, соціально незахищеними верствами населення, а відтак сприятиме реалізації завдань сталого розвитку.

Література:

1. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку., за наук. ред. проф. А.М. Колога. – К., КНЕУ, 2012 – 500 с.
2. Корпоративна соціальна відповідальність., за заг. ред. Т.С. Смовженко, А.Я. Кузнєцової. – Вид. друге, виправл. і доповн. – К., УБС НБУ, 2010. – 314 с.
3. Волинець У. Моделі соціальної відповідальності., Волинець У. – [Електронний ресурс]., Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe?..

4. Концепція національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні: проект станом на 01.02.2011. [Електронний ресурс], Режим доступу: <http://www.svb.org.ua/publications/kontseptsiya?natsionalnoi?strategii?otsialnoi?vidpovidalnosti?biznesu>.

5. Комарницький І.Ф., Галушка З.І. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент управління сучасним підприємством., І.Ф. Комарницький, З.І. Галушка., Економічні науки: зб. наук. пр. Буковинського університету. – 2010. – Вип. 6., С. 78–91.

6. Зінченко А.Г. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні 2005-2010: стан та перспективи розвитку: аналітичний звіт., А.Г. Зінченко, М.А. Саприкіна. – К., Видавництво «Фарбований лист», 2010. – 56 с.

JEL E44, G23

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ТА ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКІВ ПОХІДНИХ ФІНАНСОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ

Даниліна С.О., канд. екон. наук, доцент
Одеський національний економічний університет, Україна

Учасник конференції

The research is devoted to the analysis of the structure and peculiarities of the development of the world and domestic market derivatives of securities. The essence, purpose and advantages of using derivative securities, as well as their role at the present stage, are determined. The classification of financial derivatives is considered. Financial product lines of financial derivatives are analyzed. The regional structure of the global stock market of derivative securities and the dynamics of the global derivatives market are investigated. The main tendencies and prospects of using derivatives as financial market instruments and financial risk hedging instruments are determined. The dynamics and trends of development of the world and domestic derivatives markets are investigated. The main problems that impede the full development of the securities market in Ukraine are outlined. The comparative characteristics of volumes and structure of stock and over-the-counter derivatives markets are given.

Keywords: securities market, world and domestic derivatives markets, stock and over-the-counter markets.

Трансформація фінансового сектору України впродовж останніх років і переходу до вільного курсоутворення сприяли розширенню використання похідних інструментів як із метою хеджування ризиків, переважно валютних, так і з метою одержання додаткового доходу. Однак стрімкий розвиток фінансового сектору та необхідність запровадження нових інструментів із метою стимулювання ринку капіталів і запобігання фінансовим ризикам потребують подальшого вдосконалення використання похідних інструментів і методів регулювання цього сегменту ринку.

Світовий ринок похідних фінансових інструментів на сьогоднішній день за обсягами торгів перевищує обсяг ринків основних фінансових інструментів і має доволі динамічні темпи розвитку. Ця тенденція не змінилася, незважаючи на їх негативну славу після початку світової фінансової кризи. Причини популярності строкового ринку – широкі можливості ринку похідних інструментів для інвесторів, які переслідують зовсім різні цілі на фінансовому ринку. Крім того, операції на строковому ринку є більш вигідними у порівнянні з операціями на ринку базового активу. Це пов'язано не тільки з «ефектом важеля», але і з відсутністю транзакційних витрат, що виникають при проведенні операцій на ринку базового активу. Завдяки процесу глобалізації світової економіки, похідні фінансові інструменти з'являються у все більшій кількості на регіональних та національних фінансових ринках країн, що розвиваються, та країн з перехідною економікою.

Але водночас у багатьох країнах, і Україна не є виключенням, у досвіді запровадження похідних фінансових інструментів має місце недостатня послідовність та відсутність системного підходу як у спробах формування ринків похідних цінних паперів, так і в намаганнях впроваджувати окремі види деривативів.

У міжнародній практиці деривативи (похідні інструменти) є важливим елементом функціонування фінансових, грошових і товарних ринків. Однак через їх комплексність і пов'язаність з іншими активами та фінансовими інструментами використання деривативів є складною сферою діяльності фінансових інститутів, яка потребує особливих форм регулювання і нагляду з боку регуляторів. Незважаючи на поширення практики використання деривативів, цей сегмент ринку ще залишається недостатньо врегульованим, що сприяє розвитку «тіньового банкіngu» та може наражати фінансові установи на значні ризики [1, с. 187].

У світовій практиці похідні інструменти найбільш активно почали застосовуватися в 1980-х роках після лібералізації фінансових ринків. Із часом ці інструменти набули самостійної форми та використовуються переважно вже не як інструменти хеджування, а як інструменти фінансового та грошового ринків.

У вітчизняній практиці фінансові деривативи, зокрема форвардні угоди та ф'ючерси, вперше почали використовуватися наприкінці 1990-х років на грошовому ринку за ініціативою Національного банку України як інструменти хеджування валютних ризиків. Однак через наявність у цей час фактично фіксованого валютного курсу та відсутність потреби у хеджуванні валютних ризиків вони не набули поширення. У кінці 2000-х і на початку 2010-х років проблеми використання похідних інструментів, особливо фінансових, знову актуалізувались, однак через відсутність законодавчої та нормативної бази ці процеси також не набули поширення. Незважаючи на це, вітчизняні банки активно підтримали використання фінансових деривативів, і в 2015 р. їх обсяг у банківському секторі перевищив 400 млн. грн. [2, с. 289]

Можливість хеджування позицій у процентних ставках, цінних паперах, валютах і сировинних товарах значною чисельністю учасників світової фінансової системи сприяє поступовому зростанню ринку деривативів в сучасних умовах. Значений інструмент дозволяє не лише ефективно мінімізувати ризики, а й використовується у багатьох випадках у спекулятивних цілях, що викликає занепокоєння у національних та наднаціональних органів управління.

Деривативи дозволяють торгувати базовими активами навіть за високого рівня ринкових ризиків. Корпоративні та фінансові інвестори використовують похідні інструменти для захисту від змін на ціни комплектуючих, матеріалів, валютних курсів, процентних ставок тощо. Згідно з даними Міжнародної Асоціації свопів та деривативів 92% з числа 500 найбільших компаній у світі використовують похідні фінансові інструменти у системі фінансового менеджменту [3].