

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЇЇ РОЗВИТКУ

Анотація. Розглянуто проблему зниження довіри до банків України. Розкрито діючу практику соціально відповідального бізнесу в банківській сфері України. Окреслено коло проблем та надано рекомендації щодо покращення соціальної відповідальності банків України.

Ключові слова: банк, соціальна відповідальність, репутація банку, кодекс етики.

Вступ. Проблема зниження довіри до банків України за умов фінансової кризи залишається однією з найбільш гострих. Її вирішення здійснюється в різних напрямках, але головним, на думку більшості дослідників, є підвищення соціальної відповідальності бізнесу в банківській сфері. Соціальна відповідальність бізнесу набуває все більшого значення, тому що вона беззаперечно підвищує довіру до банку клієнтів, партнерів та влади; формує позитивний імідж та репутацію; є додатковим інформаційним чинником; може стати вагомим аргументом захисту банку від чорного піару та інформації щодо нестабільного фінансового стану; підвищує конкурентоспроможність; сприяє залученню депозитів, нарощування кредитного портфелю та збільшує прибутки.

На вирішення цієї проблеми спрямовані дослідження Куліша А., Коника Д., Мельника С., Перегудова С., Даніліна О., Грициної Л., Стародубської М. та інших вчених.

Постановка завдання. Метою даної статті є вивчення теоретичних основ і розкриття діючої практики соціально відповідального бізнесу в Україні, а також дослідження та пошук напрямків підвищення соціальної відповідальності українських банків на основі систематизації існуючих пропозицій щодо цього питання.

Результати. Питання соціальної відповідальності бізнесу знайшли своє відображення у працях багатьох науковців, що зумовило різноманіття підходів до розуміння даного поняття. Проаналізувавши деякі з них, ми вважаємо, що доречно було б вивести власне визначення поняття соціальної відповідальності банку.

Отже, соціальна відповідальність банку – це добровільна стратегія банківської установи, яка охоплює велику кількість суб'єктів та враховує такі напрямки діяльності як підтримка різноманітних соціальних проектів (безпосередня участь у розвитку того середовища, в якому працює банк) та дотримання морально-етичних норм при веденні бізнесу (відносини з працівниками, споживачами, партнерами по бізнесу тощо).

Якщо говорити про вигідність соціальної відповідальності для банків, то необхідно зауважити, що за даних умов економічного розвитку України клієнти не в змозі вивчати депозитну та кредитну політику всіх банків. Тому пріоритетним для них стає позитивний імідж банку, його прозора діяльність, а також ставлення до соціальних проблем суспільства. Адже за умови поширення негативної інформації про банк може статися різкий вплив депозитів і, як наслідок, занепад компанії. В результаті постраждає не лише сама інституція, а й усі юридичні та фізичні особи, пов'язані з нею. Крім того, банкрутство банківської установи іноді викликає ланцюгову реакцію, наслідком якої є крах деяких інших банків країни та фінансових, торговельних та виробничих структур [2].

Репутація банку – найцінніший його актив, а це значить, що зниження соціальної напруги у регіоні та підвищення рівня довіри населення до банку та знань про його діяльність повинні входити у стратегічні плани банку. Особливого значення це набуває сьогодні, коли банки працюють в умовах кризи і вже фінансовий стан деяких банківських установ значно похитнувся.

Незважаючи на значні витрати банку позитивний ефект від соціально орієнтованої діяльності більшість дослідників не піддає сумніву. Німецькі фахівці з Фонду Роберта Боша (Robert Bosch Stiftung) зазначають, що ідеальна конкуренція включає і конкуренцію за гарні справи, які забезпечують успіх бізнесменам та менеджерам [2]. Для західних банків соціальна відповідальність навіть сама стала бізнесом і приносить прибуток.

Можна зазначити, що наша держава вже починає робити перші, ще не дуже впевнені, кроки щодо сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу. Про це свідчить те, що 16 грудня 2005 року в Києві відбувся форум, в якому взяли участь представники понад 100 організацій бізнесу, третього сектора, відповідальні особи Представництва ООН в Україні та Верховної Ради. Вони підписали Меморандум про соціальну відповідальність бізнесу в Україні, а також започаткували всеукраїнський громадський рух «Форум соціально відповідального бізнесу в Україні». Метою його діяльності є:

- сприяння утвердженню у практиці українського бізнесу міжнародних стандартів соціальної відповідальності;

- формування механізмів ефективного діалогу між соціально відповідальним бізнесом, владою, громадськістю та ЗМІ;

- впровадження у практиці соціального проектування сучасних технологій та рішень, підвищення кваліфікації соціальних менеджерів;

- формування ставлення громадськості, законодавчої та виконавчої влади, ЗМІ до благодійності та благодійників як до важливого ресурсу соціального розвитку України;

- створення системи ресурсного забезпечення соціальних проектів та програм [8].

З 15 травня по 6 листопада 2007 року Українська ліга зі зв'язків із громадськістю реалізувала проект «Соціальна відповідальність бізнесу в банківській сфері», що є складовою в рамках ініціативи «Форум соціально відповідального бізнесу».

Метою проекту було запровадження нових стандартів діяльності у сфері соціально відповідального бізнесу, зокрема у банківській сфері, презентація позитивного досвіду банків у цій сфері. Завдання проекту: інформування представників банківської сфери щодо:

- запровадження серед банків України стандартів соціально відповідального бізнесу, загальноприйнятих на міжнародному рівні;

- перехід від спонсорства до якісно вищої соціальної діяльності у сфері соціально відповідального бізнесу;

- налагодження діалогу на регіональному рівні між банківськими структурами, владою та громадськими організаціями у вирішенні важливих соціальних питань регіонів.

Під час виконання проекту було проведено круглі столи у семи обласних центрах (Харків, Сімферополь, Львів, Одеса, Чернігів, Донецьк, Кіровоград) на тему: «Соціальна відповідальність в банківській сфері» [15].

Організація та підтримка даного Форуму є беззаперечно позитивним моментом в організації державної підтримки соціально відповідального бізнесу.

Головним завданням держави у даній сфері є створення сприятливого бізнес-клімату, належних умов для зміцнення конкурентоспроможності національних компаній, заохочення їхнього розвитку, відповідному законодавчому забезпеченні [4].

Але при цьому, державний вплив на соціальну відповідальність бізнесу не повинен носити примусовий характер. До такого висновку доходять як вітчизняні, так і іноземні науковці. Філіп Котлер та Ненсі Лі зазначають, що найважливішим елементом соціальної відповідальності бізнесу є вільний вибір [5].

До заохочувальних кроків держави для підтримки соціальної відповідальності банків слід віднести такі:

- фіскальні засоби (зменшення податкових ставок, включення певних соціальних видатків до валових витрат банку і зменшення таким чином бази оподаткування, так звані «процентні закони» - надання банку право обирати, на які потреби буде витрачена частина його податкових зобов'язань);

- створення бази даних соціальних проектів на рівні областей, районів, міст;
- публікація в засобах масової інформації соціальних звітів банків;
- інформаційно-методична підтримка банківських соціальних ініціатив;
- розробка механізму часткової компенсації банкам будівництва своїх, проте відкритих для загального користування об'єктів інфраструктури (доріг, ділянок комунальних систем та іншого);

- сприяння науковим розробкам теоретичних та методологічних засад соціальної відповідальності бізнесу;

- дії держави на ринку праці, спрямовані на заохочення підвищення зайнятості, лібералізацію ринку праці, спрощення процесу пошуку, найму та підготовки працівників [2].

Зважаючи на стрімкий розвиток бізнесу, прихід в Україну потужних західних інвесторів, особливо важливо впроваджувати нові підходи до менеджменту.

Нині світова бізнес-еліта не сумнівається в необхідності дотримуватися етики підприємництва, а й вважає її основним активом компанії, вирішальним фактором успішності за жорстких умов ринку.

У країнах із розвинутою ринковою економікою поштовхом до інкорпорування етики в бізнес стало посилення конкуренції: корпорації вбачали в ній засіб боротьби та своєрідний фактор переваги. Поряд із зовнішніми факторами переоцінки цілей підприємництва та співвідношення їх із потребами суспільства в соціальній відповідальності бізнес-структури керувалися і внутрішніми мотивами, пов'язаними із необхідністю власного стабільного розвитку та формування позитивного іміджу.

Отже, етика вимагає від бізнесу соціальної відповідальності, тобто узгодження власних корпоративних інтересів із потребами всього суспільства.

Провідні банки України останнім часом активно запроваджують кодекси етики, де передбачено «жорсткі» правила «м'якої поведінки» з клієнтами та партнерами. У нагоді стає досвід провідних європейських, передусім англійських, банків із тривалою історією та давніми традиціями налагодження та регулювання стосунків із клієнтами. Основний етичний принцип їхньої діяльності – це повага до людини, неприпустимість зневаги.

Моральний і соціально відповідальний бізнес є безпечнішим, гарантує стабільність і тривалий розвиток на думку зарубіжних фахівців. Так, американський бізнесмен Джеймс Кук, який інвестує в ринки країн СНД, зазначає, що «вартість кожного долара, заробленого відповідно до принципів етики, збільшується у 20 разів. Західні інвестори готові заплатити значно більше грошей за фірму із сильною командою менеджерів, гнучкими бізнес-моделями та прозорою бухгалтерією».

Далеко не всі банкіри правильно розуміють всі аспекти соціальної відповідальності бізнесу, проте ніхто не заперечує її необхідність для ефективної діяльності банку. Соціальна відповідальність для українських банків перестає бути принципово новим поняттям. Вагома частка банків України не оприлюднює результати своєї соціальної діяльності, а деякі навіть не наголошують на соціальній відповідальності свого бізнесу, що, на нашу думку, призводить до значного зниження їх рейтингу в очах споживачів.

В 2008 році проектним бюро «Ділова культура» в Москві була представлена перша рейтингова система, яка дозволяє оцінити корпоративну соціальну відповідальність російських компаній. Рейтинг є одним із способів для компаній висвітлити свої найкращі сторони. Але рейтинги в області корпоративної соціальної відповідальності мають свої складності.

Дуже важко порівнювати соціальні програми різних компаній з різних галузей та регіонів. Як зазначила заступник директора департаменту соціальної політики РСПП Олена Феоктистова, що методика визначення рейтингу компаній повинна бути більш прозорою для того, щоб рейтинг був визнаний національним. Компанії визнають даний рейтинг корисним та налаштовані використовувати для абсолютно різноманітних цілей – від оцінки ефективності інвестицій в соціальну сферу до брендингу та управління ризиками.

На сучасному етапі соціально-економічного розвитку України одним із головних завдань є зміна моделі соціальної активності бізнесу, обмеженої формулою: «Податки, зарплата плюс благодійність», на повномасштабне економічне партнерство з громадськістю та владою, на відносини, на які прямо впливають показники соціальної відповідальності, що має певні економічні наслідки для комерційної організації [6].

Наприклад, можна просто продавати товари, а можна побудувати процес продажу таким чином, щоб навчати споживачів, як використовувати товар для отримання прибутку. Компанія, яка розробляє програмне забезпечення, може безкоштовно вчити молодь програмуванню. З одного боку — люди отримують спеціальність, з іншого, компанія може відібрати найталановитіших програмістів. Окрім прямої допомоги зі збільшення заможності покупців, це допоможе закрити «дірку» в навчальній системі, коли люди старші 40-років мають проблеми з адаптацією до ринкових умов, особливо в сфері зайнятості. Можна організувати програму стажувань в компанії для школярів із дитячих будинків тощо [3].

Перспективним напрямком прищеплення у бізнесменів почуття соціальної відповідальності бізнесу є включення цієї тематики в усі курси корпоративного менеджменту вищих економічних навчальних закладів України, як це заведено в країнах ринкової економіки. Це безперечно буде сприяти закріпленню ідеї соціально відповідального бізнесу у молодих людей, що призведе до позитивних результатів у майбутньому [1].

Наступним кроком у вирішенні даного питання може стати обов'язкове звітування банків про здійснені заходи соціального спрямування і суму коштів, витрачених на них. Так, наприклад, американський конгрес у 1977 році прийняв закон, котрий зобов'язує американські банки здійснювати соціальні інвестиції на території, де вони працюють. Наступним кроком було виділення кожному банку «підшефної території» та контроль з боку місцевої влади. Наприкінці року банки звітували про здійснені заходи, а за підсумками цих звітів склалися списки активності банків у сфері соціальних інвестицій. Сформовані списки публікувалися у періодичних виданнях з поясненням дрібним шрифтом, що стосуються вони лише соціальної активності банків. Однак багато американських читачів, побачивши свій банк не на початку списку, надавали перевагу іншим банкам і переводили свої рахунки до них.

Щоб повернути втрачену репутацію, банки у наступному році значно підвищували свою соціальну відповідальність [7].

Така методика, хоча вона і має дещо маніпуляційно-примусовий характер, у періоди соціальних негараздів та високої прибутковості банків може стати дієвим механізмом захисту безпеки держави.

Найбільш ефективними заходами, які б поширювали принципи соціальної відповідальності бізнесу в українському суспільстві та стимулювали комерційні організації до вирішення соціальних проблем є наступні:

- створення сприятливих організаційно-правових умов для діяльності суб'єктів господарювання, що беруть участь у вирішенні соціальних проблем;

- надання пільг по податках, зборах, орендній платі та інших платежах підприємствам і організаціям, які займаються шефською, спонсорською, благодійною діяльністю;

- цільова фінансова підтримка недержавних суб'єктів соціальної політики за рахунок бюджетних коштів;

- застосування економічних та інших санкцій до тих, хто діє на шкоду соціальним інтересам територіальної громади;

- налагодження співпраці з податковими органами та проведення консультаційної і ознайомчої роботи тощо;

- акумулювання наявної інформації у сфері соціального підприємництва та адаптація закордонного досвіду соціального підприємництва.

Досвід показує, що соціальна відповідальність корисна усім – компанії, державі, суспільству, тому реалізація цільових соціальних проектів є не менш важливою, ніж відрахування до бюджету на соціальні потреби держави.

Одним із напрямків соціально відповідального бізнесу банку є розробка соціально орієнтованих продуктів.

Отже, корпоративна соціальна відповідальність повинна стати невід'ємною частиною корпоративної стратегії усіх українських компаній та, насамперед, банків. Доцільним буде створення у кожному банку свого кодексу етики для працівників, підходити більш відповідальніше до підбору персоналу, вимагати вивчення ними моральних кодексів банку, де вони бажають працювати.

Також ми вважаємо за необхідне активно оприлюднювати банкам свою соціально орієнтовану діяльність. А головним здобуттям для української банківської системи може стати досвід російських фахівців – створення своєї власної рейтингової системи, яка дозволяє оцінити соціальну відповідальність підприємств. Українські фахівці мають можливість врахувати всі сильні та слабкі сторони російської рейтингової системи, удосконаливши її.

Впровадження концепції соціальної відповідальності є перспективним напрямком розвитку фінансово-банківського сектору України. Для ефективного вирішення даного питання важливим елементом є втручання держави у цей процес та її підтримка соціально відповідальних підприємств, зокрема формування їх зацікавленості, податкові та інші фінансові пільги, сприяння соціальним інвестиціям банків у законодавчому порядку та інше.

Політика поширення ідеї соціально відповідального бізнесу сприяє встановленню справедливої конкуренції.

Висновки. Таким чином, відповідно до поставленої в роботі меті, нами було викладено теоретичні основи і розкрито діючу практику соціально відповідального бізнесу в Україні, а також досліджено та запропоновано напрямки підвищення соціальної відповідальності українських банків на основі систематизації існуючих пропозицій щодо цього питання. Але на цьому не варто зупинятися. Адже кожен

напрямок підвищення соціальної відповідальності бізнесу потребує розробки певної стратегії.

Література

1. Будкин Ю., Будкина Е. Корпоративная социальная ответственность: перспективы развития в России // Профессиональный PR-портал : - [http://www.sovetnik.ru/pressclip/more/№4d – 15987](http://www.sovetnik.ru/pressclip/more/№4d-15987)
2. Волошок Л., Царик І. Соціальна відповідальність банків та необхідність впливу на неї держави // Вісник Національного банку України. – 2008. - № 8. – С. 10-13
3. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? // Києво-Могилянська Бізнес Студія. – 2005. - № 10
4. Жаліло Я. Економічний діалог: партнерство заради успіху. Аналітична доповідь. – К. : Національний інститут стратегічних досліджень. Центр антикризових досліджень, 2007. – 26 с.
5. Котлер Філіп, Лі Ненсі. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / пер. з англ. С. Яринич. – К.: Стандарт, 2005. – 302 с.
6. Маркова Е. Социальная ответственность в деятельности современных российских бизнес-корпораций: политологический анализ : автореферат на соискание ученой степени кандидата политических наук / Российская академия государственной службы при Президенте Российской Федерации. – Москва, 2007. – 25 с.
7. Туркин С. Корпоративная филантропия в Америке // Интернет-журнал «Меценат»: [http:// www.maecenas.ru](http://www.maecenas.ru)
8. www.svb.org.ua/por

Summary. Problems of lowering confidence in the banks of Ukraine have been considered. Standing practice of social responsibility of business in the Ukrainian bank system has been investigated. Some problems have been outlined and recommendations for the improvement of social responsibility of Ukrainian banks have been given.

Keywords: a bank, social responsibility, the reputation of a bank, the code of ethics.

Стаття надійшла до редакції 04.02.2010