

ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В БАНКАХ УКРАЇНИ

Анотація. У статті досліджено стан впровадження концепції корпоративної соціальної відповідальності в банківському секторі України та визначено основні перепони у її впровадженні. Обґрунтовано необхідність прийняття загальнонаціонального документу, що вирішить основну проблему, з якою стикаються банки на початковому етапі впровадження концепції корпоративної соціальної відповідальності – проблему термінологічної плутанини та відсутності загальновизнаних правил та норм.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, банк, сталий розвиток, соціальні ініціативи, суспільні проблеми.

Вступ. Сталий розвиток суспільства є однією із сучасних проблем, що постала перед людством у ХХІ ст. й вирішення якої покликане налагодити відносини бізнес-структур з суспільством, переорієнтувати економічний та суспільний розвиток на збереження природного та людського потенціалу. Орієнтація України на сталий розвиток обумовлена незадовільним станом оточуючого середовища, загостренням глобальної екологічної кризи, зростанням негативного антропогенного впливу на довкілля. Сьогодні бізнес-структури виступають активними учасниками життя суспільства й приймають участь у вирішенні гострих суспільних проблем, що забезпечується завдяки впровадженню концепції корпоративної соціальної відповідальності. Банки, приймаючи активну участь у розподілі фінансових потоків, мають можливість впливати на покращення добробуту суспільства, шляхом прямого втручання у вирішення соціальних питань, або здійснювати опосередкований вплив, за рахунок спрямування капіталу своїх клієнтів у соціально-значущі сфери. Таким чином, нова суспільна концепція сталого розвитку, що ґрунтується на розумінні тісного взаємозв'язку та необхідності вирішення економічних, екологічних та соціальних проблем реалізується банками за допомогою концепції корпоративної соціальної відповідальності.

Питанню соціальної відповідальності присвячено багато праць зарубіжних вчених, зокрема, Е. Карнегі, М. Фрідман [2], В. Гордін, А. Керролл [1], Ю. Благов [6], М. Портер [3], М. Крамер, Т. Вілсон [4], К. Девіс та інші. Дослідження даного питання вітчизняними науковцями є достатньо обмеженими, з огляду на те, що поняття корпоративної соціальної відповідальності тільки з'явилося в Україні та поступово набуває свого поширення. Так, проблематикою соціальної відповідальності займаються В. Воробей [7], Ю. Бегма, О. Вінніков, О. Редько [5], О. Лазоренко [11] та інші.

Постановка завдання. Метою даної статті є дослідження стану впровадження концепції корпоративної соціальної відповідальності в банках України.

Виклад основного тексту. Керуючись провідними світовими тенденціями, концепцію корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) почали впроваджувати й українські банки. Дослідження вітчизняних вчених в даному напрямку є досить фрагментарними, а практика впровадження концепції КСВ майже відсутня, не дивлячись на створення мережі Глобального договору ООН (ГД ООН) в Україні (2006 р.). Впровадження концепції КСВ в країнах пострадянського простору має свої

специфічні особливості. Зокрема, КСВ, як нове поняття, що приходить в пострадянські країни, зазнає досить часто невірною тлумачення, а бізнес-структури впроваджують лише деякі (вигідні конкретному бізнесу) компоненти. В банках це, наприклад, кодекси етичного ведення бізнесу, спонсорські та благодійні проекти. На нашу думку, серед основних проблем, які є перепонами в активному впровадженні концепції КСВ в Україні є:

- низька поінформованість суспільства та недосконале розуміння терміну КСВ;
- фрагментарний підхід до впровадження концепції КСВ;
- стан економіки країни;
- низький рівень (частіше відсутність) співробітництва бізнесу та органів місцевої влади;
- небажання публікувати та складати нефінансові звіти;
- відсутність законодавчих норм та правил в сфері КСВ, термінологічна невизначеність;
- правовий нігілізм;
- нестабільність політичної ситуації в країні;
- пострадянська система соціального захисту;
- відсутність конструктивного діалогу між бізнесом та суспільством;
- необізнаність суспільства про переваги соціально-відповідального бізнесу, як наслідок, відсутність суспільних ініціатив по впровадженню КСВ.

Аналіз світового досвіду впровадження концепції КСВ довів, що особливого значення набуває стратегічний підхід, в межах якого КСВ буде реалізовуватися на всіх рівнях управління банком, враховувати інтереси та потреби всіх зацікавлених осіб. Так, впровадження соціальної відповідальності повинно відбуватися на трьох рівнях – початковому (дотримання законодавчих норм відносно сплати податків, заробітної платні, створення робочих місць, підвищення кваліфікації персоналу), корпоративному (розвиток соціальної сфери суб'єкта господарювання) та вищому (вирішення проблем та питань, які знаходяться поза межами діяльності компанії: соціальні інвестиції, соціальне партнерство) [8]. До соціальної відповідальності українським бізнес-структурам необхідно залучатися поступово, налагоджуючи усі необхідні зв'язки – з державою, органами місцевої влади, некомерційними організаціями. В цілому, варто зазначити, що жоден з суб'єктів господарювання, що веде діяльність в Україні, не реалізує концепцію КСВ в повному обсязі, що підтверджується даними дослідження благодійного фонду «Демократичне суспільство» у 2006 р. (рис. 1).

Як свідчать дані, представлені на рис. 1, основними соціальними ініціативами українського бізнесу є налагодження соціального партнерства з місцевими громадами та найманими працівниками, а також нівелювання впливу на навколишнє середовище. Виходячи із зазначеного, необхідним є дослідження вітчизняного досвіду впровадження концепції КСВ в банківському секторі України. Для характеристики підходів до соціальної відповідальності банками України нами були обрані банки 1 та 2 групи за обсягом активів згідно класифікації Національного банку. На рис. 2 представлена агрегована інформація щодо банків, які впроваджують концепцію КСВ.

Із всього переліку банків, що входять до 1 та 2 груп, в діяльності лише 16 банків (ПАТ «Приватбанк», АТ «Райффайзен банк Аваль», ПАТ «Укрсоцбанк», ПАТ «ПУМБ», АТ «УкрСиббанк», ПАТ «Альфа Банк», ПАТ «Комерційний банк «Надра», АТ «Дельта Банк», ПАТ «Дочірній банк Сбербанку Росії», ПАТ «Кредитпромбанк», ПАТ «Банк «Південний», ПАТ «Ерсте Банк», ПАТ «ВіЕйБі Банк», ПАТ «Банк Кредит Дніпро», ПАТ «КБ «Хрещатик», АТ «ІМЕКСБАНК») присутні принципи соціального підходу до ведення бізнесу, що є критично низьким значенням, враховуючи те, що

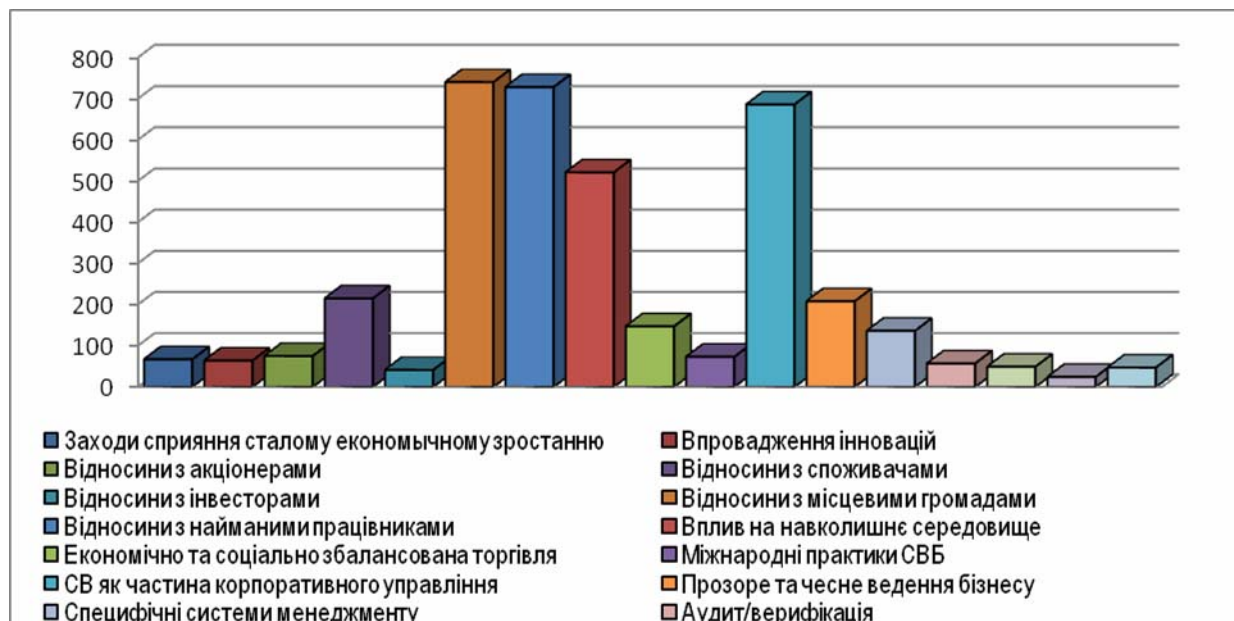


Рис. 1. Практики соціально-відповідального бізнесу, характерні для України [5, С. 13]

банки приймають безпосередню участь у розподілі фінансових потоків та акумулюванні коштів, співпрацюють з усіма суб'єктами та мають можливість впливати на вирішення суспільних проблем. Показовим на рис. 2 є фрагментарний підхід до концепції КСВ та неправильне трактування даного поняття. Українські банки вбачають у КСВ тільки спонсорство та благодійність, що, є помилковим та можна вважати підтвердженням поверхневого розуміння сутності та складності поняття КСВ. Таким чином, можна охарактеризувати КСВ в банківському секторі України як «модну» тенденцію, що прийшла в країну із Заходу, але поки що не знайшла правильного відображення в українських реаліях. Важливо сприймати концепцію КСВ як один із інструментів управління бізнесом.

Одним із найбільш значимих етапів на шляху вирішення суперечностей у розумінні економічної сутності поняття КСВ на державному рівні є створення проектного документу «Концепція національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні», який знаходиться на стадії обговорення. Метою даного проекту є «формування національної системи соціальної відповідальності бізнесу, шляхом визначення принципів, завдань, сфер, суб'єктів та механізмів реалізації соціально-відповідальних ініціатив, що мають на меті досягнення довгострокових цілей Стратегії сталого розвитку України, в тому числі: зростання конкурентоспроможності національної економіки, покращення якості життя, формування громадянського суспільства шляхом розвитку механізмів соціального діалогу, покращення стану екології» [9, С. 4]. В межах даного проектного документу визначено основну термінологію (соціальна відповідальність, стейкхолдери, сталий розвиток та ін.), надано характеристику поточному стану соціальної відповідальності в Україні, охарактеризовано ряд стандартів, які є загальноприйнятими до впровадження, а також розкрито доцільність використання теорії стейкхолдерів, налагоджуючи комунікативні зв'язки із зацікавленими сторонами та сфери реалізації концепції КСВ.

Аналіз вітчизняного досвіду впровадження концепції КСВ показав, що серед українських банків найбільш наближений до сучасної світової тенденції ведення

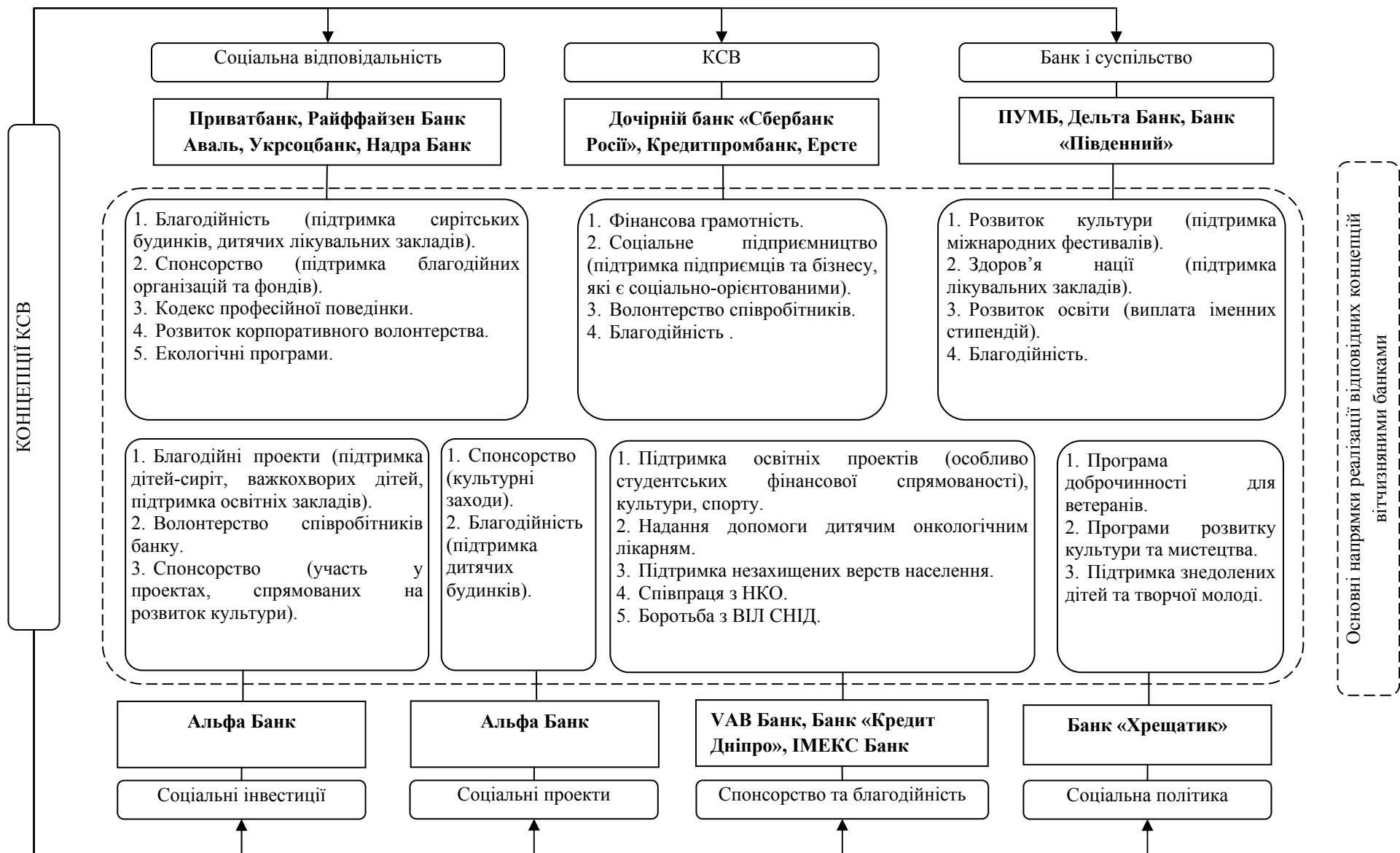


Рис. 2. Підходи до впровадження концепції корпоративної соціальної відповідальності в банках України

соціально відповідального бізнесу є підходи ПАТ «ЕрстеБанк» та ПАТ «Комерційний банк «Надра», на звітах яких зупинимося дещо детальніше.

ПАТ «Ерсте Банк» виділяє чотири складових корпоративної соціальної відповідальності в межах своєї діяльності:

– фінансова грамотність: програма підвищення фінансової грамотності дітей та підлітків (видання книги бізнес-ідей «Хочу заробляти», «Школа фінансової грамотності та підприємництва» для дітей з малозабезпечених сімей); співпраця з міжнародною молодіжною громадською організацією EastWestBusiness (підтримка чемпіонату з бізнес-кейсів, проведення практичних гостьових лекцій з керівниками компаній на тему майбутніх кейсів, підтримка Економічного Клубу, метою якого є знайомство студентів з проблемами глобальної економіки в сучасному світі та тренування навичок дискутування); підвищення фінансової грамотності клієнтів (заснування Ерсте Клубу в межах якого відбуваються зустрічі з клієнтами з питань фінансових інструментів, ефективного використання банківських продуктів);

– соціальне підприємництво: поширення ідеї соціального підприємництва в українському суспільстві та надання підприємцям, що прагнуть розвивати власний бізнес, доступ до безкоштовної юридичної, фінансової та консультативної допомоги (надання консультацій соціальним підприємцям з питань написання бізнес-планів, фінансової звітності, маркетингу та комунікацій, надання позик кращим соціальним підприємцям);

– благодійність: створення Фонду Ерсте (інвестування у тривалі проекти та побудова партнерських стосунків, підтримка особистої та організаційної незалежності громад, їх розвиток, сприяння євроінтеграції);

– волонтерство співробітників.

Такий підхід, звичайно, не є еталонним для всієї банківської системи, але є найбільш наближеним до світової практики, де перевага у кредитуванні часто надається соціально-відповідальним компаніям, де поширюється волонтерство серед працівників банківських установ.

Досвід ПАТ «Комерційний банк «Надра» в сфері впровадження концепції КСВ є колосальним для вітчизняних українських банків. З 2006 р. даний банк стає першим членом ГД ООН серед фінансових інститутів, визначає ряд принципів, на яких базується КСВ (принцип прозорості та відкритості, принцип дотримання інтересів та потреб майбутніх поколінь з метою забезпечення стійкого розвитку, принцип ведення постійного діалогу із зацікавленими сторонами, принцип достовірності), що цілком відповідають світовим тенденціям. Концепція КСВ ПАТ «Комерційний банк «Надра» реалізується в таких напрямках:

– взаємодія з зацікавленими сторонами;

– взаємодія з суспільством (заснування Всеукраїнського благодійного фонду «Дитячий світ», який співпрацює з Міністерством охорони здоров'я України, Міністерством України у справах сім'ї, молоді та спорту; налагодження співпраці з НКО);

– спонсорські проекти (культура: міжнародний проект-спектакль «Дон Кіхот», вистава «Сложи слово Вечность», інші проекти);

– розвиток корпоративного волонтерства (опіка над дитячим будинком «Ясний», допомога Науково-практичному медичному центру дитячої кардіології та кардіохірургії та інші акції);

– екологічні програми (програма «Зелений офіс» - раціональне споживання ресурсів та енергії, зменшення відходів; програма «Зелена толока», «Час Землі» - один раз на рік вимикається освітлення на годину).

Окремо варто відзначити, що тільки ПАТ «Комерційний банк «Надра» публікує соціальні звіти, використовуючи при цьому міжнародний стандарт GRI (Global Reporting Initiative). Також важливим надбанням даного банку стала публікація у 2008 р. разом із Жіночою професійною лігою Посібника з КСВ, в якому було розглянуто світовий досвід впровадження концепції КСВ, досліджено ситуацію в Україні стосовно гендерної рівності у трудових відносинах, проаналізовано активність вітчизняних компаній в освітніх та просвітницьких програмах, а також надано детальну характеристику підходам до впровадження та реалізації концепції КСВ в ПАТ «Комерційний банк «Надра».

Отже, аналізуючи підходи українських банків до впровадження концепції КСВ, варто зазначити, що основними сферами соціальних ініціатив є допомога дітям-сиротам та важко хворим дітям, підтримка дитячих будинків, розвиток культури. Незрозумілим є пасивне ставлення українських банків до оточуючого середовища, враховуючи, що на обслуговуванні знаходиться велика кількість підприємств важкої промисловості, виключення складає тільки ПАТ «Комерційний банк «Надра».

Серед зазначених 16 банків, фактичні дані по реалізації соціальних програм та ініціатив надають лише ПАТ «Комерційний банк «Надра», ПАТ «Ерсте Банк», ПАТ «ВіЕйБі Банк» та ПАТ «Дочірній банк Сбербанку Росії». Варто зазначити, що ПАТ «Кредитпромбанк» було заявлено про ведення бізнесу на засадах корпоративної соціальної відповідальності, проте практичне відображення будь-яких ініціатив чи проектів не мало місця. КСВ, як зазначається на сайті банку, є лише принципом корпоративного управління: «Банк бере на себе зобов'язання, що пов'язують його діяльність з морально-етичними цінностями, реалізує свої соціальні та благодійні ініціативи на постійній основі» [10]. Також варто відзначити досвід ПАТ «Приватбанк», який декларуючи наявність соціальної відповідальності, реалізовує програми допомоги дітям-сиротам та дітям, хворим на рак через мережу банкоматів, пропонуючи клієнту пожертвувати будь-яку суму, уникаючи таким чином своєї безпосередньої участі у допомозі.

Висновки. Підсумовуючи все вище наведене, можна стверджувати, що реалізація концепції КСВ в банківському секторі України не набула поки що широкої популярності, що обумовлено, на нашу думку, зазначеними вище перепонами, а також необізнаністю топ-менеджменту стосовно всіх переваг, які має впровадження концепції КСВ. Зокрема, перевагами для українського банківського бізнесу буде:

- збільшення інвестиційної вартості компанії;
- довіра до банку з боку клієнтів та суспільства в цілому;
- покращення іміджу, ділової та суспільної репутації, статусу банку в суспільстві;
- підвищення мотивації персоналу;
- розширення сфери впливу та частки на ринку за рахунок розширення кола зацікавлених осіб.

Можливо, говорити про комплексне впровадження концепції КСВ в українських банках ще зарано, але однозначно необхідно створювати підґрунтя у вигляді широкої обізнаності суспільства про соціальну відповідальність, налагодження зв'язків банківського бізнесу та держави, некомерційних організацій, визначення кола зацікавлених осіб та його поступове розширення з орієнтацією на їх потреби та інтереси. Обрати необхідно стратегічний підхід із поки що обмеженим колом соціальних обов'язків, який буде розширюватися із покращенням економічної та політичної ситуації в країні. Важливим кроком у поширенні концепції КСВ може стати прийняття проект-документу «Концепція національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні», де буде формалізовано національну модель корпоративної соціальної відповідальності, яка враховуватиме всі особливості

українського суспільства та менталітету громадян, окреслить межі поняття КСВ та визначить основні її складові.

Література

1. Carroll, A. B. Corporate Social Responsibility : Evolution of a Definitional Construct [Electronic resource] / A. B. Carroll. – Access : <http://bas.sagepub.com/cgi/content/abstract/38/3/268>
2. Friedman, M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits [Electronic resource] / M. Friedman. – Access : <http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>
3. Porter, M., Kramer, M. Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility [Text] / M. Porter, M. Kramer // Harvard Business Review, 2009. – Vol. 84(12). – P. 78-94
4. Wilson, Therese CSR and banks: the role that banks could and should play in addressing financial exclusion [Text] / Therese Wilson // Brotherhood of St Laurence's Research & Policy Centre. - Fitzroy Vic., 2008. – 9 p.
5. Бегма, Ю. К., Вінніков, О. Ю., Редько, О. І. Якісне дослідження методів впровадження соціальної відповідальності бізнесу в Україні [Електронний ресурс] / Ю. К. Бегма, О. Ю. Вінніков, О. І. Редько. – Режим доступу : http://www.svb.org.ua/sites/default/files/Yakisne_doslidzhennya_metodiv_vprovadzhennya_SVB_v_Ukrayini_0.pdf
6. Благоев, Ю. Е Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление [Текст] / Ю. Е. Благоев // Российский журнал менеджмента, 2004. – №3. – С. 17-34
7. Воробей, В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? [Електронний ресурс] / В. Воробей // Києво-Могилянська бізнес-студія, 2005. – № 10. – Режим доступу : http://www.management.com.ua/cm/cm_037.html
8. Малик, И. П. Развитие социальной ответственности бизнеса в Украине [Текст] / И. П. Малик // Економічний простір, 2008. – №13. – С. 112-123
9. Національна концепція розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.csr-ukraine.org/userfiles/file/Concept_Draft.pdf
10. Офіційний сайт ПАТ «Кредитпромбанк» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kreditprombank.com>
11. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності [Текст] / Кол. автор.: Лазоренко О., Колишко Р., та ін. – К.: Видавництво «Енергія», 2008. – 96 с. – ISBN 978-966-8163-14-2

Summary. The article examines the status of the concept of corporate social responsibility in Ukraine's banking sector and the main obstacles to its implementation. The necessity of the adoption of a national document that will solve the basic problem faced by banks at the initial stage of introducing the concept of corporate social responsibility - the problem of terminological confusion and lack of universally accepted rules and norms.

Keywords: corporate social responsibility, the bank, sustainable development, social initiatives, social issues.

Стаття надійшла до редакції 6.04.2012