

УДК 336.71:005.35

Мозговий Я. І.

*Аспірант кафедри міжнародної економіки
ДВНЗ «Українська академія банківської справи
Національного банку України», м. Суми*

МОДЕЛІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В БАНКАХ

Yaroslav Mozghovyi

MODELS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN BANKS

Анотація. В статті досліджуються основні моделі корпоративної соціальної відповідальності. Розглядається міжнародний та національний досвід впровадження різних моделей корпоративної соціальної відповідальності в банках.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, моделі корпоративної соціальної відповідальності, банк, філантропія, соціально-відповідальні інвестиції.

Annotation. The article investigates main models of the corporate social responsibility. International and Ukrainian experience of CSR models implementation in banking activity is analyzed.

Key words: corporate social responsibility, models of corporate social responsibility, bank, philanthropy, socially-responsible investments.

Вступ. Кілька десятиліть міжнародна економічна спільнота веде дискусії щодо місця корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в роботі компаній. Не зважаючи на насиченість та інтенсивний характер наукових та практичних полемік, одностайного судження стосовно даного питання не знайдено. Не виняток і банки, що на тлі приголомшливих збитків у період фінансової кризи поставили під питання дієвість та ефективність стратегій КСВ

у фінансовому секторі. Поточні дебати і докази, що протирічать один одному вимагають пояснення нестійкого і змінного зв'язку між КСВ та прибутком.

Тисячі виконавчих директорів по всьому світу ініціюють фундаментальні інвестиції у робочу силу, спільноту, оточуюче середовище тощо, тому особливо важливо зрозуміти сприйняття менеджерами взаємозв'язку між фінансовими та соціальними цілями їх компаній. Опитування, що проводилися серед менеджменту компаній та основні дослідження по даній тематиці виявили кілька моделей сприйняття корпоративної соціальної відповідальності. І хоча ці моделі не пропонують одного «вірного» шляху осмислення КСВ, вони надають певні межі розуміння щодо соціальної політики і майбутнього соціально відповідальної поведінки бізнесу. Ці моделі пропонують розробникам політик більш ефективний шлях щодо осмислення багатогранної концепції КСВ.

Аналіз основних досліджень та публікацій. Питанням КСВ присвячені роботи ряду вітчизняних та зарубіжних вчених. Західні наукові школи вже достатньо великий проміжок часу розглядають різні аспекти КСВ, тому у цій області існує достатньо велика кількість наукових та практичних напрацювань, серед яких можна виділити роботи таких вчених, як Керол, Роулі, Берман, Зігель, Фрідман, Веддок та інші. Але не зважаючи на потужний пласт доробків у цій сфері, було недостатньо приділено уваги саме фінансовим посередникам. Що стосується вітчизняної наукової думки, то такі українські науковці, як Карасьова З. М., Решетняк А. А., Купцова О. Є., Ботвіна Н. О., Єгоричева С. Б. у своїх працях торкнулися деяких аспектів КСВ, в тому числі і що стосується фінансових посередників. В свою чергу Мельник С. В., Лазоренко О., Колишко Р. розглядали питання моделей КСВ проте не звернули увагу на даний аспект у світлі функціонування банківських установ. Таким чином проблематика моделей КСВ з точки зору практики їх застосування у галузі фінансового посередництва не була достатньо висвітлена та потребує більш детального вивчення.

Постановка задачі. Метою роботи є систематизація наукових поглядів щодо моделей КСВ та їх застосування в банках.

Виклад основного матеріалу. На сьогоднішній день виділяють три найбільш популярні моделі корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), які відповідають трьом моделям корпоративного управління: американська, європейська, японська.

В американській моделі навіть на сьогоднішньому етапі переважає філантропічний підхід, що передбачає розподіл частини прибутку компанії для інвестування її суспільно-корисних ініціатив. Подібного роду добродійна діяльність часто не пов'язується з основною діяльністю компанії і легко може бути скорочена залежно від економічної ситуації і політики компанії [10].

Не зважаючи на те, що американські компанії дали поштовх до виникнення американської моделі КСВ, наразі абсолютна більшість великих національних та транснаціональних банків та компаній в США ставляться до КСВ як до стратегічного аспекту власного бізнесу, щорічно публікуються фундаментальні звіти з КСВ, в яких відображається складна та насичена структура соціальної активності звітуючих компаній перед суспільством, споживачами, акціонерами, персоналом, партнерами тощо. Філантропія сьогодні розглядається великими компаніями лише як один з аспектів КСВ. Наприклад один з найбільших банків світу – Bank of America виділяє таке поняття, як «корпоративна філантропія», як один з аспектів широкогранної політики компанії з соціальної відповідальності, вкладаючи в це поняття значно більше сенсу, ніж прийнято, фактично ототожнюючи його з КСВ. На сайті банку зазначено: «КСВ – це інвестиція в довгостроковий успіх банку». Відповідно до програм соціальної відповідальності Банк Америки спрямовує власні зусилля на якісну зміну життя суспільства, тому філантропічні зусилля асоціюються в компанії роботою на добровільних началах, розвитком громади, соціальними інвестиціями, підтримкою культурних та творчих програм і ініціатив з захисту навколишнього середовища тощо. Лише на програми філантропії в 2009 році Банком Америки було витрачено більше 200 млн. дол. США.

Американська модель КСВ частіше втілюється в життя або ж на малих фірмах, в яких недоцільно впроваджувати комплексну політику КСВ на рівні стратегії, оскільки для цього недостатньо ні фінансових ні людських ресурсів, або ж в банках і компаніях країн, що розвиваються, зважаючи на відносну новизну соціальних ініціатив в цих країнах.

Прикладом втілення американської моделі соціально відповідальної поведінки компанії може бути соціальна політика деяких банків, що функціонують на території України. Наприклад Uni Credit Bank розглядає соціальну відповідальність саме як спонсорську та філантропічну, певна частина прибутку спрямовується на спонсорство та меценатство. Об'єктом окремої уваги банку є діти, молодь, учасники та інваліди війни, освіта, охорона здоров'я та спорт.

Що стосується Райффайзен Банку Аваль, то сприймаючи КСВ як комплексне поняття, керівництво української дочірньої компанії все ж особливу увагу приділяє саме філантропії, про що свідчить інформація представлена на сайті банку. Основний акцент у благодійній діяльності банку – це підтримка дитячих закладів для сиріт та дітей із проблемних сімей, а також дитячих лікувальних закладів. Крім того, банк активно підтримує проекти, спрямовані на розвиток культури та духовності українців.

Цієї ж моделі соціально відповідальної поведінки дотримується Профін банк, що є дочірнім банком Société Générale S.A, що входить в одну з найбільших груп з фінансових послуг в Єврозоні. Соціальна політика групи спрямована на підтримку благодійних проектів, меценатство класичної музики й розвиток регбі в усьому світі.

Не чужою є подібна практика й таким українським банкам, як Родовід і Фінанси та Кредит, що роблять основний акцент в своїй діяльності на меценатські проекти. Слід також зазначити, що деякі українські банки зазначаючи у власній політиці соціальної відповідальності більш широкі межі її впровадження, всеодно на практиці основну увагу приділяють саме філантропії, фактично дотримуючись американської моделі соціальної відповідальності.

Вищезазначені приклади політик КСВ банків, що пов'язані з допомогою дітям, реконструкцією національних історичних пам'ятників, фінансуванням гуманітарних проектів, проектів із будівництва і устаткування дитячих лікарень, підтримкою національної культури є відповідним підтвердженням дієвості і ефективності американської моделі КСВ.

У сучасних економічних умовах американська модель соціально відповідальної поведінки компаній використовується доволі широко. І цьому факту є принаймні два пояснення.

По-перше, вона досить легко втілюється в життя, результати її реалізації часто є публічно наочними. Важливим є і той факт, що з погляду інвестора, участь компанії в добродійній діяльності характеризує її як соціально стійку і, значить, за інших рівних умов, привабливішу для зовнішніх вкладень.

По-друге, ця модель у разі грамотного її втілення, знаходить найбільш відгук з боку населення та громадських організацій, оскільки дозволяє цим групам сприймати компанію як таку, що піклується про потреби мешканців міста, району або регіону [10].

Основним повідомленням, які банк чи компанія, що застосовує американську модель КСВ, може нести цільовим групам і використовувати у побудові зовнішніх комунікацій, є стабільність і надійність. Банк, що активно вкладає в добродійність, повинен мати достатньо прибутку для того, щоб не тільки забезпечити підтримку власної діяльності, а й для того, щоб витратити частину цього прибутку на потреби інших. Іноді ще виділяють екологічний аспект сприйняття компанії суспільством, але у випадку банківських установ проблема зменшення екологічного навантаження не є такою нагальною як для промислових підприємств, проте багато фінансових посередників всеодно є активними учасниками ініціатив по захисту природи, оскільки екологічність роботи компанії зачіпає не тільки її ставлення до навколишнього середовища, а, в даному випадку, ступінь гармонійної інтеграції компанії в навколишнє співтовариство. Як будь-який член місцевого співтовариства, компанія, що вкладає зусилля і гроші в підтримку і розвиток своїх «сусідів по регіону»,

викликає симпатію і довіру, оскільки не тільки користується ресурсами співтовариства, а й інвестує в нього.

Таким чином, обираючи американську модель соціально-відповідальної поведінки, банкам необхідно забезпечити залучення місцевої влади, громадських організацій і населення в процес вибору об'єктів соціального інвестування, а також відстежувати результат від цих вкладень.

Відповідно до європейської моделі КСВ, соціально-відповідальна діяльність компанії пов'язана з досягненням її бізнес-цілей і є частиною стратегії створення додаткової інвестиційної привабливості компанії. Практично всі ініціативи, що фінансуються компанією в рамках такої моделі, мають безпосередньо стосуватися підвищення прибутку.

Поштовхом до розвитку соціальної відповідальності в Європі став закон, що зобов'язав пенсійні фонди інформувати громадськість про те, чи вкладають вони надходження від пенсійних внесків у діяльність соціально відповідальних компаній. Взагалі, сектор інвестицій в соціально відповідальний бізнес (socially responsible investments – SRI) у світі постійно зростає. Сьогодні активи тільки європейських SRI-фондів сягають \$15 млрд. Інвестиції у соціально-відповідальний бізнес постійно зростають як в США так і в Європі. Активи соціально відкритих фондів зросли до 2,71 трлн дол. США в 2007 році. Лише з 2005 до 2007 року соціально відповідальне інвестування зросло більше ніж на 18 відсотків, в той час, як більш ширша сфера активів під професійним управлінням зростає менше, ніж на 3 відсотки [1]. Європейський ринок соціально-відповідальних інвестицій зріс з 1 трлн Євро в 2005 році до 1,6 трлн Євро в 2007 році. Дослідження фінансово-консультаційної компанії Selent показують, що до кінця 2011 року ринок соціально відповідальних інвестицій зросте до 3-х трлн дол. США [8].

Найбільш популярними об'єктами інвестицій у рамках цієї моделі є:

- розвиток персоналу компанії,
- внесок в розвиток муніципальних утворень, де функціонує компанія,
- розвиток науки, освіти і технологій,

- добродійні внески за участю працівників компанії,
- програми приведення діяльності компанії відповідно до світових галузевих стандартів,
- природоохоронна діяльність.

Європейської моделі КСВ дотримується німецький Deutsche Bank AG. Цей банк розглядає КСВ як інвестиції в суспільство та у власне майбутнє. Керівництво банку вбачає своєю першочерговою соціальною відповідальністю міжнародну конкурентоспроможність банку задля отримання відповідного прибутку та росту компанії. Другим пріоритетом банку, як соціально відповідальної одиниці, є отримання прибутків шляхом який є і соціально і екологічно відповідальним. Третім та найбільш видимим шляхом реалізації КСВ банку є підтримка соціальних проектів.

Серед українських банків дану модель намагаються перейняти банк Хрещатик. У принципах КСВ банку виділено внутрішню та зовнішню відповідальність.

До внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності належить:

- управління та розвиток людських ресурсів через освітні програми і програми підвищення кваліфікації кадрів;
- охорона здоров'я працівників та безпека праці;
- додаткове медичне та соціальне страхування співробітників;
- недержавне пенсійне забезпечення працівників;
- стабільність заробітної плати;
- надання допомоги працівникам в критичних ситуаціях.

До зовнішньої корпоративної соціальної відповідальності належить:

- співпраця з місцевими громадами та місцевою владою;
- взаємини з бізнес партнерами, постачальниками і споживачами;
- відповідальність перед клієнтами за якість наданих послуг;
- дотримання прав людини;
- спонсорство і благодійність;
- сприяння в охороні навколишнього середовища.

Деякі банки, що функціонують на території України, такі як ОТР, Піреус банк активно не займаються розвитком власної політики КСВ, натомість посилаючись на звіти з соціальної відповідальності материнських компаній по яких визначити роль та активність регіональних банків майже неможливо.

Сьогодні європейська модель соціально відповідальної поведінки адаптується найбільш великими фінансовими та промисловими компаніями, що досягли певного рівня стабільності бізнесу. Європейська модель має на увазі економічне обґрунтування соціальних ініціатив і їх інтеграцію в стратегію розвитку компанії. Тому, перед впровадженням цієї моделі, керівництву банку необхідно бути впевненим, що, крім визначення об'єктів вкладень і виділення відповідних коштів, вся діяльність компанії буде переглянута з точки зору її відповідності моделі корпоративної соціальної відповідальності. До того ж, мають бути розроблені та закріплені механізми контролю за ефективністю вкладених коштів.

З погляду інвестора, європейська модель є привабливішою при оцінці соціально відповідальної поведінки компанії, оскільки може бути виміряною конкретними результатами, у тому числі й грошовими.

Соціальна відповідальність корпорації в Японії підтримується культурними традиціями країни. Азійська модель корпоративної відповідальності передбачає соціальну згуртованість на рівні компанії і ділову згуртованість на рівні індустріальної групи.

Для азійської моделі характерною є активна роль держави, яка впродовж тривалого часу брала участь у стратегічному плануванні бізнесу. Управління бізнесом, з японської точки зору, не може обмежуватися тільки організаційним розвитком і отриманням прибутку. Воно має базуватися на правильному сприйнятті буття, суспільства і навколишнього світу, усвідомленні своєї відповідальності перед суспільством і прагненні до прогресу цивілізації в цілому.

Ще у 1956 р. в документах групи «Донкай», зокрема, в Декларації «Відповідальності керівників бізнесу перед суспільством» корпорацію

проголошено громадською організацією. На менеджерів покладался обов'язок стежити за підтримкою рівноваги між акціонерами і робочими, постачальниками і споживачами. Також декларувалося соціальне призначення і соціальна відповідальність організації в рамках всього суспільства.

Для зазначеної моделі характерним є сприйняття підприємства як «виробничої сім'ї». Працівник вважається членом такої сім'ї, а значить, його відповідальність і права, виходять далеко за рамки звичайних трудових обов'язків. У свою чергу, корпорація підтримує його на всьому життєвому шляху: допомагає в придбанні житла, виділяє фінансову допомогу при народженні дітей, а потім їх навчанні, виплачує щедрі вихідні допомоги і корпоративні пенсії [10].

Яскравими представниками реалізації японської моделі КСВ є такі банки, як Mizuho, Mitsubishi UFJ та Sumitomo Mitsui.

Особливості розуміння соціальної відповідальності у межах азійської моделі виявляються в специфічних інститутах «довічного найму», «принципі старшинства» при оплаті праці і просуванні по службі. Ці механізми не закріплені законодавчо, але є практично соціальним імперативом, що реалізовується в більшості крупних компаній.

Деякі дослідники [9] також виділяють британську модель КСВ, яка поєднує у собі елементи американської та континентальної моделей. Принциповим її моментом є яскраво виражена ініціативність самого бізнесу в утворенні проектів у сфері КСВ, що по своїй суті повністю відповідає принципу добровільності. Загальною рисою цієї моделі є, перш за все, активна підтримка бізнесу з боку держави та добре розроблена система заходів соціального забезпечення та охорони здоров'я. Участь влади у розвитку КСВ виявляється налагоджені партнерства із власниками підприємств у секторі освіти, які беруть участь у фінансуванні проектів, наданні податкових пільг, просуванні ініціатив щодо відповідності національних стандартів до міжнародних.

Висновки. Таким чином виділяють три основні моделі корпоративної соціальної відповідальності: американська, європейська та азійська.

В американській моделі навіть на сьогоднішньому етапі переважає філантропічний підхід, що передбачає розподіл частини прибутку компанії для інвестування її суспільно-корисних ініціатив. Подібного роду добродійна діяльність часто не пов'язується з основною діяльністю компанії і легко може бути скорочена залежно від економічної ситуації і політики компанії.

У сучасних економічних умовах американська модель соціально відповідальної поведінки компаній використовується доволі широко, оскільки вона досить легко втілюється в життя, результати її реалізації часто є публічно наочними ця модель у разі грамотного її втілення, знаходить найбільш відгук з боку населення та громадських організацій, оскільки дозволяє цим групам сприймати компанію як таку, що піклується про потреби мешканців міста, району або регіону.

Відповідно до європейської моделі КСВ, соціально-відповідальна діяльність компанії пов'язана з досягненням її бізнес-цілей і є частиною стратегії створення додаткової інвестиційної привабливості компанії. Практично всі ініціативи, що фінансуються компанією в рамках такої моделі, мають безпосередньо стосуватися підвищення прибутку.

З погляду інвестора, європейська модель є привабливішою при оцінці соціально відповідальної поведінки компанії, оскільки може бути виміряною конкретними результатами, у тому числі й грошовими.

Азійська модель корпоративної відповідальності передбачає соціальну згуртованість на рівні компанії і ділову згуртованість на рівні індустріальної групи. Для азійської моделі характерною є активна роль держави. Управління бізнесом, з японської точки зору, не може обмежуватися тільки організаційним розвитком і отриманням прибутку, воно має базуватися на правильному сприйнятті буття, суспільства і навколишнього світу, усвідомленні своєї відповідальності перед суспільством і прагненні до прогресу цивілізації в цілому.

Список літератури

1. Bean, J. Socially responsible investing All industry analysis [Електронни ресурс] / J. Bean. - Режим доступу : <http://www.slideshare.net/jbigdaddy/socially-responsible-investing-industry-analysis>.
2. Friedman, M. The Social Responsibility of Business Is to Increase its Profits [Text] / M. Friedman // New York Times Magazine. – 13.09.1970. – P. 122-126.
3. Graves, S. B., Waddock, S. A. Beyond built to last: stakeholder relations in built-to-last companies [Text] / S. B. Graves, S. A. Waddock // Business and Society Review. - 2000. - vol. 105. - P. 393 – 418.
4. Levine, M. A. The Benefits of Corporate Social Responsibility [Text] / M. A. Levine // New York Law Journal. – 2000, August 13.
5. Mazurkiewicz, P. Corporate environmental responsibility : Is a common CSR framework possible? [Електронний ресурс] // World Bank. - Режим доступу : <http://www.scribd.com/doc/36512067/csrframework-1>.
6. Redman, E. Three Models of Corporate Social Responsibility: Implications for Public Policy [Електронний ресурс] // Surveys: Policy and Social Perspectives from Community, Political, and Corporate Leaders : Roosevelt review. - Summer 2005, P. 95-108. Режим доступу : <http://files.meetup.com/1325336/Three%20Models%20of%20CSR.pdf>.
7. Rowley, T. A brand new brand of corporate social performance [Text] / T. Rowley, B. Shawn // Business and Society. – 2000. – № 39, P. 397 – 418.
8. Звіти фінансово-аналітичної компанії Celent. – Режим доступу : <http://www.celent.com>.
9. Мельник, С. В. Шляхи стимулювання соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу [Електронний ресурс] / С. В. Мельник, Т. А. Тресвятська, Л. В. Будьонна – Режим доступу: www.lir.lg.ua/shlahi.doc
10. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності [Текст] / кол. автор. : О. Лазоренко, Р. Колишко, та ін. – К. : Енергія. - 2008 – 96 с.
11. Сайти вітчизняних та закордонних банків.

Мозговий, Я.І. Моделі корпоративної соціальної відповідальності в банках [Електронний ресурс] / Я.І. Мозговий // Ефективна економіка: електронне наукове фахове видання. – 2011. – №9. - Режим доступу - <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=700>.