

Я. І. Мозговий, аспірант

ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»

СТРАТЕГІЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ, ЯК КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА БАНКУ

В статті аналізуються основні підходи до визначення сутності поняття корпоративна соціальна відповідальність. Визначаються головні переваги для банківських установ від впровадження в їх діяльність даної стратегії.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, банк, стейкхолдери.

Постановка проблеми. В умовах значного спаду економіки в наслідок фінансової кризи актуальність проблеми корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) останнім часом значно зростає. І не зважаючи на те, що КСВ все ще залишається дискусійним питанням, більшість науковців та практиків погоджуються з тим, що вона є фундаментальною стратегією задля досягнення стабільного розвитку, який так потрібен сучасному глобалізованому світові.

Дієва стратегія КСВ передбачає ефективний ризик менеджмент, високу якість управління, толерантне ставлення до всіх стейкхолдерів, стабільний розвиток та відповідальний процес прийняття рішень. Саме тому важливо знайти причини не спрацювання механізму КСВ в банках та попередити руйнівні для економіки події у майбутньому через підвищення ефективності даного механізму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями корпоративної соціальної відповідальності займалися такі зарубіжні вчені як Керол, Роулі, Берман, Зігель, Веддок та інші, що розглядали у своїх роботах міжнародний досвід з впровадження та розвитку КСВ. Окрім того такі вітчизняні дослідники, як Т. С. Смовженко, А. Я. Кузнецова, Л. Волошок,

В. Воробей та інші аналізують український досвід компаній з використання концепції КСВ. Однак, не зважаючи на існуючі наукові напрацювання в цій області, питання корпоративної соціальної відповідальності в банківських установах залишається не до кінця визначеним і потребує подальшого дослідження.

Мета статті полягає в систематизації наукових поглядів щодо корпоративної соціальної відповідальності в банках та визначення головних переваг для банку в разі використання даної стратегії.

Виклад основного матеріалу. Поняття «корпоративна соціальна відповідальність» не має загальноприйнятого універсального визначення. Як його синонім часто застосовуються терміни соціальна відповідальність бізнесу, корпоративне громадянство, інші. Наведемо декілька визначень КСВ, які розроблені як в Україні так і ті, що використовуються в міжнародній практиці.

За визнанням Форуму соціально відповідального бізнесу [5], офіційно оприлюдненому у 2006 р., це є відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

Згідно з визначенням Європейського Альянсу корпоративної соціальної відповідальності, КСВ – це концепція залучення соціальних і екологічних напрямків у діяльність бізнесу на засадах добровільності та взаємодії між усіма зацікавленими сторонами [2].

Міжнародна організація праці у своїй резолюції про сприяння життєспроможним компаніям зазначає, що КСВ – це добровільна ініціатива ділових кіл, яка стосується діяльності, що перевищує просту вимогу дотримання букви закону. КСВ не може підмінити собою правове регулювання, забезпечення дотримання законів та ведення колективних переговорів [4].

Наприклад, є ціла низка досліджень, опитувань про те, як у різних національних бізнес спільнотах трактують та сприймають сутність КСВ.

У західних бізнес компаніях, згідно з опитуванням «Глобального Бізнес Барометру» [6] найбільше респондентів вважають, що сутність КСВ полягає у врахуванні інтересів зацікавлених представників суспільства під час прийняття бізнес-рішень (табл. 1).

Таблиця 1

Результати опитування «Глобального Бізнес Барометру» щодо сутності КСВ

Суть КСВ полягає в:	Кіль-ть	%
Врахування інтересів зацікавлених представників суспільства під час прийняття бізнес-рішень	426	38,4
Максимізація прибутків та діяльність в інтересах акціонерів	349	31,4
Добровільна відмова від деяких прибутків через прагнення зробити «правильні речі»	182	16,4
Впровадження добробуту через працевлаштування та виплату податків підприємством своєчасно та у повному обсязі	80	7,2
Підтримка ініціатив, що напряду приносять користь суспільству, але не завжди є прибутковими для акціонерів	73	6,6
В цілому	1110	100

Позиція російського бізнесу, репрезентована Асоціацією менеджерів, містить у собі тлумачення корпоративної соціальної відповідальності як філософію поведінки та концепцію, що вибудовується діловою спільнотою, компаніями та окремими представниками бізнесу відповідно до своєї діяльності. Метою цієї діяльності є сталий розвиток для майбутніх поколінь [1].

Отже, узагальнене трактування цього поняття включає:

- корпоративну етику;
- корпоративну соціальну політику стосовно суспільства;

- корпоративну політику у сфері охорони навколишнього середовища;

- принципи і підходи до корпоративного управління та корпоративної поведінки;

- питання дотримання прав людини (включаючи рівні можливості для жінок і чоловіків, осіб, які мають особливі соціальні потреби, для різних вікових груп) у відносинах з постачальниками, споживачами, персоналом.

Зважаючи на вищезазначене вважаємо за доцільне запропонувати власне визначення поняття КСВ для банківського бізнесу. Отже корпоративна соціальна відповідальність в банках являє собою добровільну діяльність фінансової установи, спрямовану на прийняття відповідальних та зважених управлінських рішень з метою врахування і задоволення інтересів усіх стейкхолдерів банку.

Щоб відповісти на питання необхідності впровадження практик КСВ в банках України необхідно проаналізувати досвід національних та міжнародних об'єднань з КСВ. Серед них – мережа Глобального Договору ООН, Європейський Альянс корпоративної соціальної відповідальності та інші. Цей досвід дає контури витоків певних позитивних якісних ознак їх національного суспільного розвитку, які виявляються спільними для багатьох країн. Саме під цим кутом є сенс аналізувати потенційний зиск, який може мати банк від імплементації КСВ у свою бізнес практику. Він, зокрема, полягає у такому:

1. Поліпшення управління завдяки запобіганню ризикам.
2. Покращення репутаційного менеджменту.
3. Покращення маркетингових показників
4. Краща мотивація співробітників.
5. Покращення доступу до капіталів та лояльність інвесторів.
6. Кращий діалог з партнерами, урядовими структурами та неурядовими організаціями.
7. Поліпшення фінансових та економічних показників діяльності.

Отже, аргументуючи ці сім положень, звернемо увагу на таке.

1. Поліпшення управління завдяки запобіганню ризикам різного гатунку (найчастіше називаються соціальні, економічні, юридичні). Як приклад, можна навести ризики конфлікту поміж акціонерами та менеджерами акціонерного товариства або місцевою владою, збільшення податкового навантаження, проблеми з інвесторами тощо. Наповнення портфеля ризиків, прийняття відповідних рішень за цих умов супроводжують будь-який бізнес і характеризуються особливим типом взаємозв'язку об'єктивних обставин та суб'єктивної діяльності, що сприяє як їх утворенню, так і вирішенню. Досягнення успіху у прийнятті сталих рішень у цих умовах залежить не стільки навіть від професійності, скільки від існування та дотримання у суспільстві чітких норм корпоративної соціальної відповідальності. Зокрема КСВ використовується задля управління не фінансовими ризиками.

Нефінансові ризики мають таку особливість – за значної вірогідності настання ризикової події вони можуть призводити до значного збитку. Нефінансові ризики більшою мірою індивідуальні і не мають універсального рішення.

Мета управління нефінансовими ризиками в банку – підтримувати стратегію розвитку в довгостроковій перспективі з урахуванням балансу інтересів зацікавлених сторін.

Принципи управління:

- обов'язковість використання стейкхолдерівського підходу в системі управління ризиками, тобто, на базі діалогу із зацікавленими сторонами для розуміння їх інтересів, впливу на їх вибір поведінки, пошук взаємовигідних рішень.

- необхідність спеціальної роботи з формування соціального капіталу компанії у вигляді підвищення потенціалу взаємодовіри та взаємодопомоги. Модель управління нефінансовими ризиками за допомогою взаємодії із зацікавленими сторонами наведено на рисунку 1.



Рис. 1. Модель управління нефінансовими ризиками через КСВ

Процес управління нефінансовими ризиками є системний і безперервний. У центрі цього процесу стоять стейкхолдери, що визначені банком. За результатами діалогу з ними виявляються основні проблеми, ідентифікуються ризики та розробляється план реагування. Цей процес відображено у внутрішньому колі рисунку. Система управління нефінансовими ризиками базується на взаємодії із зацікавленими сторонами від установлення стратегічних цілей до аудиту звітності та подальшого вдосконалення всієї системи. Рух управління нефінансових ризиків наведено у зовнішньому колі рисунку [3].

2. Покращення репутаційного менеджменту за результатами отримання реального сталого публічного визнання, зміцнення позицій

власного бренду та й загалом іміджу банку. Так, наприклад, у щорічному переліку «The Fortune Global 500» журналу Fortune International найбільш поважних компаній, одним із 8-ми показників для визначення їх діяльності є соціальна відповідальність [7].

3. Покращення маркетингових показників, як то частка ринку, обсяг збуту послуг тощо відбувається також внаслідок масової підтримки населенням саме тих банків, які постійно публічно дотримуються КСВ. Відповідно до досліджень уподобань споживачів, які проведено у США, 83% опитаних переважно довіряють саме тим компаніям, що роблять внески у різні соціально-добродійні справи, тобто є суспільно відповідальними. Навіть 89% з них виявило готовність змінити підтримку звичної компанії на іншу тотожну заради реалізації запропонованої нею нової суттєвої соціальної ініціативи небайдужої для споживачів [11].

4. Розширення можливостей для залучення, утримання, мотивування співробітників компанії. Не варто оминати те, що 79% опитаних працівників компаній вказують на своє бажання працювати у соціально відповідальних корпораціях [10]. Адже такий підхід тісно пов'язаний з рівнем оплати праці, наповненістю соціального пакету тощо, тобто з системою розвитку персоналу. Доцільно підкреслити аксіому західного бізнесу про неможливість будувати саме конкурентоспроможний бізнес на невмотивованій робочій силі.

5. Покращення доступу до капіталів та лояльність інвесторів. Розмірковуючи над цим напрямком впровадження КСВ, варті суттєвої уваги розроблені ООН, «Принципи відповідального інвестування», які акцентують увагу на дотриманні соціальних стандартів та принципів корпоративного управління у комерційних проектах при їх інвестуванні [10].

6. Кращий діалог з партнерами, урядовими структурами та неурядовими організаціями являє собою ключ доступу до відкритого широкого діалогу і налагодження солідарної співпраці.

7. Поліпшення фінансових та економічних показників діяльності. Численні дослідження, проведені в різних країнах, показують практично прямий зв'язок між якістю політики соціальної відповідальності компанії і поліпшенням її фінансових показників [8, 9].

Висновки. Таким чином КСВ є основою для відповідальної конкурентоспроможності для цивілізованої частини світу. Можна також виділити певні практики українського комерційного сектору, який спрямовує свої кошти, ресурси, час на діяльність з КСВ та допомагає вирішувати деякі соціальні та інфраструктурні проекти, сприяє підвищенню конкурентоспроможності комерційних структур, рівню компетенції своїх співробітників. Впровадження в діяльність банківської установи концепції КСВ надає їй ряд безсумнівних переваг з ризик менеджменту, завоювання ринку, управління персоналом тощо, які подекуди важко набути іншими методами.

Отже, український банківський сектор, бажаючи інтегруватися у європейський, або ширше – у світовий діловий простір, має цілеспрямованіше просувати свої стратегії КСВ у відповідь на різноманітні ризики соціального та економічного плану та виклики глобалізованого середовища.

Список літератури

1. Дослідження Асоціації менеджерів Росії [Електронний ресурс]. – 2004. – Режим доступу : http://www.amr.ru/search/index.php?phrase_id=39421.
2. Європейський Альянс корпоративної соціальної відповідальності [Електронний ресурс] / European Alliance for CSR. – Режим доступу : <http://ec.europa.eu/enterprise/>
3. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності [Текст] / кол. автор. : О. Лазоренко, Р. Колишко, та ін. – К. : Енергія. - 2008 – 96 с.
4. Резолюции, принятые на 96-й сессии Международной конфедерации труда [Текст] / Международное Бюро Труда. – Женева. – 2007. – с.8.

5. Соціальна відповідальність бізнесу : принципи системної дії. [Електронний ресурс] / Форум соціально відповідального бізнесу України. - 2006. – Режим доступу : <http://www.slideshare.net/innovationgirl/social-responbusiness>
6. Business barometer: The Global Business Confidence [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://graphics.eiu.com/upload/eb/Barometer4.ppt>
7. Global 500 2010: Annual ranking of the world's biggest companies [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://money.cnn.com/magazines/fortune/global500/2010/>
8. Levine, M. A. The Benefits of Corporate Social Responsibility [Text] / M. A. Levine // New York Law Journal. – 2000. – pp. 76–88.
9. Orlitzky, M. Corporate social and financial performance: a meta-analysis [Text] / M. Orlitzky, F. L. Schmidt, S. L. Rynes // Organization Studies. – vol. – 24. – pp. 403–441.
10. Principles for Responsible Investment [Електронний ресурс] / An investor initiative in partnership with UNEP Finance Initiative and the UN Global Compact . – Режим доступу : <http://www.unpri.org/>
11. The 2010 Corporate Social Responsibility Perceptions Survey [Електронний ресурс] / The Burson-Marsteller Blog. – Режим доступу : http://www.burson-marsteller.com/Innovation_and_insights/blogs_and_podcasts/BM_Blog/Lists/Posts/Post.aspx?ID=170

Summary

The article analyses main approaches to the definition of the corporate social responsibility. It determines major pros for the banking institutions from the implementing of this strategy.