

АНАЛІЗ НЕОБХІДНОСТІ СОЦІАЛЬНОГО ІНВЕСТИВАННЯ В БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ

Визначено та проаналізовано необхідність соціального інвестування в банківській сфері та доведено доцільність плідної співпраці банків та суспільства на шляху до сталого соціально-економічного розвитку держави

Ключові слова: інвестування, соціальне інвестування, банківська сфера

Постановка проблеми. Банківська система відіграє важливу роль в економічному розвитку держави, оскільки володіючи широким спектром функціональних можливостей вона забезпечує фінансову стабільність та служить джерелом запозичень, що використовуються на різні державні та суспільні цілі. Комерційна діяльність банківських установ на пряму впливає на суспільне життя населення, а майбутня успішна діяльність можлива лише при умові врахування розвитку соціально-економічної середовища функціонування.

В ринковій економіці пріоритетною метою роботи банківських установ є отримання прибутку, а соціальні аспекти, на жаль, розглядаються як другорядні. Проте сталий розвиток банківської сфери неможливий без плідної взаємодії з суспільством. Вищезазначені відносини проявляються не тільки у контрактній основі з акціонерами та персоналом, але і з державою, засобами масової інформації та усіма зацікавленими сторонами.

В умовах зростаючої конкурентної боротьби потенціал зростання банківського бізнесу все більше визначається дією нематеріальних факторів. Довіра до банківської системи є важливою умовою стабільного функціонування ринку банківських послуг, а рівень прибутковості установи все більше залежить не від технології надання послуг, а від вдалого позиціонування банку в соціумі, яке будується на соціальній відповідальності та репутації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У сучасній вітчизняній науці теоретичні та практичні аспекти соціального інвестування досліджували Баюра Д.О., Бондаренко А.В., Вінніков В.С., Геєць В.М., Нестерова Н.С., Омелянович Л.О. [1-4] та інші. У контексті корпоративної соціальної відповідальності банків вищезазначену проблему досліджували Волошок Л., Царик І. [5], Карасьова З.М., Решетняк А.А. [6], проте питання соціального інвестування в банківській сфері, в розрізі корпоративної соціальної відповідальності, залишаються малодослідженим та потребують додаткової уваги з боку наукової спільноти.

Мета дослідження. Оцінка доцільності соціальних інвестицій банківськими установами під впливом громади та глобальних практик, а також визначення ролі суспільства в стимулюванні корпоративної соціальної відповідальності банків.

Викладення основного матеріалу. Одним із важливих завдань щодо вдалого позиціонування великих банків в сучасних умовах є вирішення питань корпоративної соціальної відповідальності. Соціальні інвестиції в громаду можна вважати найбільш передовою формою соціально-відповідальної поведінки банківських установ. У зарубіжній науковій літературі "соціальні інвестиції" найчастіше стосуються діяльності бізнесу громади та передбачають стратегічну, цілеспрямовану, довгострокову політику компаній у громадах, де вони мають своє

представництво, що приносить взаємні вигоди всім учасникам процесу. Зазвичай соціальні інвестиції включають партнерські соціально орієнтовані проекти бізнесу, місцевої влади і некомерційних організацій.

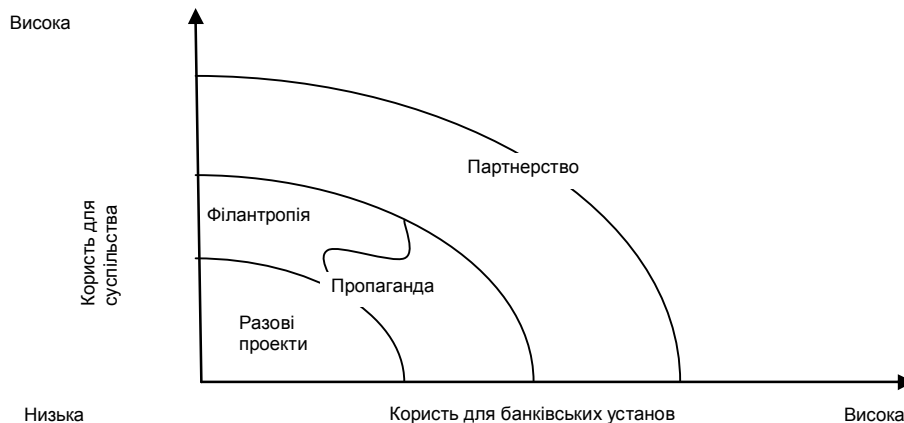
Побудова довгострокових довірчих відносин із зовнішньою середою функціонування є необхідним елементом стратегії, якої повинні дотримуватися ті банківські установи, які планують залишитися на конкурентному ринку. Від сучасних банків вимагається не тільки пропонувати якісний продукт за помірною ціною та забезпечувати робочі місця, але і проявляти соціальну відповідальність, тобто вносити добровільний вклад у розвиток суспільства в соціальній, економічній та екологічній сферах, виходячи за рамки визначеного законом мінімуму.

Корпоративне соціальне інвестування в банківській сфері – це виділення коштів комерційними банківськими установами на суспільно-корисні цілі. Такий вид інвестування є структурною складовою соціальної відповідальності банку (корпоративної соціальної відповідальності) як зобов'язання банків діяти економічно, соціально і екологічно виправданими методами з врахуванням інтересів усіх зацікавлених сторін: інвесторів, клієнтів, працівників, партнерів, територіальних громад і громадськості в цілому.

В переважній більшості банківських установах корпоративні соціальні інвестиції розглядаються як складові програми зв'язків із громадськістю, спрямовані на розширення зовнішніх контактів та створення сприятливого іміджу банку. Соціальні інвестиції при цьому можуть забезпечувати досить значний в обсягах та тривалий за часом економічний та соціальний ефект завдяки розвитку людського капіталу банку, покращанню загальної репутації в стратегічній перспективі, запровадженню ресурсозберігаючих технологій тощо.

Фундаментальні ідеї щодо взаємодії бізнесу із суспільством належать науковцям McKinsey Global Institute (MGI) [7], які досліджували питання необхідності поглибленого розуміння еволюціонуючої глобальної економіки, в розрізі доцільності врахування соціальної складової ведення бізнесу. Ключем до успіху в просуванні соціально відповідальної політики установ є взаємовигідне партнерство між банками та суспільством, що дозволяє реалізувати поставлені цілі обом сторонам. Перспективи розвитку форм взаємодії між банківськими установами та суспільством представлені на рис. 1.

Разові проекти зазвичай активно висвітлюються, але приносять мало користі суспільству і банкам. При розширенні поля взаємодії користь для обох сторін збільшується, але з ухилом в один бік. Займаючись філантропією, банки вкладають значні засоби в розвиток суспільства, тоді як пропаганда направлена на поліпшення репутації комерційного банку. Інколи активна соціальна реклама може навіть завдати шкоди, якщо слова не узгоджуються з діями



Перспективна взаємодія між банками та суспільством [7]
взаємодії між банківськими установами та суспільством
Рис. 1.

Найбільша користь для обох сторін досягається за рахунок партнерства. В цьому випадку банк створює цінності шляхом постановки стратегічних цілей, а суспільство покращує якість життя [7].

Для встановлення партнерських відносин між банківськими установами та суспільством необхідно:

- по-перше, виявити сферу, в якій банк сконцентрує свою соціальну відповідальність (залежить від запитів суспільства);
- по-друге, розуміти потреби суспільства і представити ту користь, яку принесе банку задоволення суспільних вимог;
- по-третє, обидві сторони цієї взаємодії повинні визнавати вигоду, яку вони отримують від плідної співпраці, оскільки відносини, які ґрунтуються на реальному розумінні перспектив для обох сторін, мають більшу вірогідність бути успішними.

Таким чином, будуючи партнерські відносини між суспільством та банківськими установами останнім необхідно представляти їх в довгостроковій перспективі. По суті, соціальна політика банків є інвестицією, яка повинна бути оцінена по пріоритету, ресурсам та часовим показникам.

Передовий міжнародний досвід показує, що соціальне інвестування бізнесу тісно пов'язано з концепцією корпоративної соціальної відповідальності, яка узагальнює підходи до розвитку ділової етики, корпоративної філантропії, корпоративного громадянства, стійкого розвитку та захисту навколишнього середовища [8].

В Російській Федерації, під корпоративною соціальною відповідальністю розуміють добровільний внесок бізнесу до розвитку суспільства в соціальній, економічній та екологічній сферах, що безпосередньо пов'язаний з основною діяльністю компанії та виходить за рамки визначеного законодавством мінімуму. Саме тому актуалізується визначення соціальних інвестицій бізнесу як матеріальних, технологічних, управлінських або інших ресурсів, а також фінансових засобів компанії, що спрямовуються за рішенням керівництва на реалізацію соціальних програм, розроблених із врахуванням інтересів основних внутрішніх і зовнішніх зацікавлених сторін у припущенні, що в стратегічному відношенні компанія отримає певний (хоча і не завжди і не просто вимірюваний) соціальний і економічний ефект [9].

Прикладом соціально відповідального банку, який постійно займається соціальним інвестуванням різних проектів є "Комерцбанк" (нім. Commerzbank) – другий за величиною активів банківський концерн Німеччини. Активи "Комерцбанку" складають близько 400 млрд. євро, 36 тис. працівників обслуговує близько 15 мільйонів клієнтів в більш ніж 40 країнах світу.

Банк ставить перед собою наступні завдання в області корпоративної соціальної відповідальності:

- підвищення рівня довіри клієнтів і посилення індивідуального підходу до вирішення їх проблем;
- підвищення культури підприємництва;
- підвищення рівня інформаційної прозорості своєї діяльності;
- підтримка підприємств малого і середнього бізнесу, у тому числі родинного підприємництва;
- фінансова підтримка підприємств-експортерів високотехнологічної продукції;
- фінансування проектів, що відповідають вимогам екологічності, соціальної спрямованості і етичності;
- фінансування інноваційних розробок в області таких "глобальних викликів часу", як виснаження паливних запасів, зміни клімату і демографічної ситуації [10].

Серед українських банків Надра Банк був першою фінансовою установою в Україні, який розпочав роботу у напрямі корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), визначивши для себе соціальну діяльність, як одну з найважливіших складових бізнес-стратегії і місії. З 2008 року вищезазначений банк є членом організаційного комітету Глобального договору ООН, що надає йому можливість не лише черпати досвід інших організацій, але і оцінювати власні дії у сфері впровадження програм КСВ.

Для переважної більшості банківських установ України інструментами соціальної політики банків є добродійність і спонсорська діяльність, що включає підтримку проектів в області спорту, освіти і охорони здоров'я, мистецтва, кіно і телебачення, театральної і музичної творчості, ділових конференцій та виставок. Надання фінансової підтримки супроводжується відстеженням цільового використання коштів, проте не всі банки відображають надані соціальні інвестиції, добродійність і спонсорську діяльність у щорічних соціальних звітах, що фактично є вимогою часу.

В ході дослідження виявлено, що перевагами корпоративного соціального інвестування для банківських установ можуть бути наступні:

- перехід від "стихийної" благодійності до системного вирішення суспільних проблем;
- участь у формуванні соціального благополуччя громади через партнерські програми та проекти соціального розвитку;
- налагодження взаємовигідних ділових стосунків з органами влади та іншими зацікавленими сторонами;
- підвищення конкурентоспроможності через формування та посилення позитивного іміджу в середовищі клієнтів та партнерів.

Механізм впровадження корпоративного соціального інвестування може здійснюватися через проведення конкурсу соціальних проектів для неприбуткових

організацій. До участі у конкурсі, за рішенням інвестора, можуть долучатися й соціальні державні установи та ініціативні групи громадян. У відповідь на внесок банківської установи отримувачі таких інвестицій популяризують банк серед громадськості як безпосередньо, так і через ЗМІ, включають назву банку та його логотип у свої друковані видання, розміщують на інформаційних проспектах тощо.

Висновки та перспективи подальших досліджень.

В нашій державі комерційні банки поступово розуміють значущість проведення проектів КСВ. Вважаємо, що перспективи очевидні і відмова від їх використання є черговим упущенням української економіки. Але успіх проведення даної політики неможливий без партнерства між бізнесом і суспільством.

Аналіз стану соціального інвестування в банківській сфері та його пріоритетів дозволить не лише підвищити ефективність витрачання ресурсів на соціальні цілі, а й виявити поточні проблеми в цій галузі, повернути суспільну увагу до практики соціально відповідального ведення бізнесу. Позитивні сторони такої практики вже усвідомлюються багатьма вітчизняними банками, оскільки інвестування коштів на реалізацію соціальних програм підпорядковується не лише досягненню конкретної "іміджевої" мети, а й виступає складовою довгострокового стратегічного розвитку банківських установ.

Список використаної літератури:

1. *Бондаренко А.В., Омелянович Л.О.* Соціальне інвестування як фактор забезпечення соціально-економічного розвитку держави // Вісник Донбаської національної академії будівництва і архітектури. – 2009. – № 5(79). – С.201-203. 2. *Баюра Д.О.* Соціальне інвестування як вищий рівень корпоративної соціальної відповідальності // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2011. – №24. – С. 212-218. 3. *Винников В.С.* Управление социальным инвестированием в корпорациях: теоретико-методологический аспект: автореферат диссертации на соискание ученой степени

кандидата экономических наук: спец. 08.00.05 "Экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями и инвестиционной деятельностью)" / В.С. Винников – М., 2007. – 24 с. 4. *Несторова Н.С.* Теоретичні аспекти соціальних інвестицій в Україні // Збірник наукових праць Національного університету податкової служби України. Економічні науки. – 2010. – №2. – С. 147-155. http://www.nbu.gov.ua/e-journals/znpnudps/2010_2/pdf/10nnsiiu.pdf 6. *Волошко Л., Царик І.* Соціальна відповідальність банків та необхідність впливу на неї держави // Вісник Національного банку України. – 2008. – №8. – С.10-13. 7. *Карасьова З.М., Решетняк А.А.* Соціальна відповідальність бізнесу в банківській сфері України та тенденції її розвитку // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. – 2010. – №2(9). С. 46-51. 8. Making the most of Corporate social responsibility. McKinsey Quarterly. December 2009. Tracey Keys, Tomas Malnight, and Kees van der Graaf. McKinsey Global Institute. <http://mckinseyquarterly.com> 9. *Lockett, A., Moon, J., Visser, W.* "Corporate Social Responsibility in Management Research: Focus, Nature, Salience and Sources of Influence", Journal of Management Studies, Vol.43 (1), 2006. pp.115-136. 10. Доклад о социальных инвестициях в России за 2004 год / Под общей ред. С.Е. Литовченко. – М.: Ассоциация Менеджеров, 2004. – 80 с. 11. Bericht zur unternehmerischen Verantwortung 2009. Commerzbank AG. Frankfurt am Main. <http://commerzbank.de>

РУДЕНКО М.В. – кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту Севастопольського інституту банківської справи Української академії банківської справи Національного банку України.

Надійшла до редакції: 03.04.12 р.