

Фролова Елена Александровна, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры экономики Института социально-гуманитарных технологий ТПУ.

E-mail: fea78@tpu.ru

Область научных интересов: социальная ответственность экономических субъектов, институциональный механизм, благополучие человека и общества.

Огородова Екатерина Сергеевна, студент кафедры экономики Института социально-гуманитарных технологий ТПУ.

E-mail: ogorodova-e@yandex.ru

Область научных интересов: социальная ответственность экономических субъектов, благополучие человека и общества.

УДК 005.35

СПОНСОРСТВО И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ГРУППЫ ВТБ)

Е.С. Огородова, Е.А. Фролова

Томский политехнический университет

E-mail: ogorodova-e@yandex.ru

Актуальность работы обусловлена повышенным интересом к вопросам реализации корпоративной социальной политики в контексте мирового экономического кризиса 2008–2010 гг. Цель работы – провести анализ форм реализации корпоративной социальной ответственности в российской финансовой сфере на примере группы ВТБ. Выводы, представленные в работе, получены с использованием таких методов, как анализ и синтез, дедукция, графические методы. Основные результаты работы включают в себя сравнительную характеристику основных форм спонсорской и благотворительной помощи группы ВТБ по базовым направлениям и субъектам за 2011–2012 гг. согласно данным официальных отчетов по корпоративной социальной ответственности, размещенных на официальном сайте организации. Также выявлены достоинства и недостатки корпоративной социальной политики группы ВТБ. В работе доказано, что корпоративная социальная политика группы ВТБ носит диспропорциональный характер, что отражает приоритеты компании в работе с клиентами и местным сообществом.

Ключевые слова:

Корпоративная социальная ответственность, спонсорство, благотворительность, банк.

Отдельные аспекты формирования и реализации социальной ответственности в контексте сочетания альтруизма и эгоизма, общественно ориентированных предпочтений, этики бизнеса, социальных норм и государственного регулирования находят широкое отражение в современных мировых и российских исследованиях.

Социальная ответственность становится свойством, которое имманентно присуще современному государству, современным предприятиям и организациям и, конечно, населению в лице гражданского общества.

Несомненно, российские компании, выходя на международную арену, стараются соответствовать международным стандартам и традициям ведения бизнеса. По этой причине многие из них принимают активное участие в развитии сообщества, как правило, в регионах присутствия, и позиционируют себя как социально ответственный бизнес, в том числе чтобы донести результаты своей деятельности до заинтересованных сторон, публикуют нефинансовые отчеты. По данным РСПП, в настоящее время в России свои нефинансовые отчеты публикуют 133 компании, одной из которых является группа ВТБ [1].

Группа ВТБ — это банк ВТБ, а также его дочерние (доля ВТБ — более 50 % голосующих акций/долей) кредитные и финансовые организации. Дочерние кредитные организации (банки) осуществляют банковские операции. Дочерние финансовые организации предоставляют услуги на рынке ценных бумаг, услуги по страхованию или иные услуги финансового характера. Управляющие компании пенсионных фондов, паевых инвестиционных фондов, лизинговые компании и иные организации осуществляют операции на рынке финансовых услуг. Вместе дочерние банки и финансовые организации образуют Группу ВТБ.

Группа ВТБ обладает уникальной для российских банков международной сетью, которая насчитывает более 30 банков и финансовых компаний более чем в 20 странах мира. ВТБ предоставляет своим клиентам комплексное обслуживание в странах СНГ, Европы, Азии и Африки [2]. Согласно финансовому рейтингу банков ОАО «ВТБ» на февраль-март 2014 года занимает второе место и удерживает эту позицию уже более двух лет, а одна из ее дочерних компаний – ЗАО «ВТБ24» – в этот же период занимает четвертую строку рейтинга. Разделяет головную и дочернюю компании лишь одна позиция, принадлежащая Газпромбанку [3], что, безусловно, является свидетельством лидерских позиций данного банка в сфере финансового обслуживания.

ОАО «ВТБ» работает с корпоративными клиентами и финансовыми организациями, включая государственные структуры и предприятия [4], а ЗАО «ВТБ24» – с физическими лицами, индивидуальными предпринимателями и предприятиями малого бизнеса [5].

Группа ВТБ, являясь крупной международной компанией, использует принципы и традиции ведения бизнеса, распространенные не только на территории России, но и за рубежом, поэтому не может оставлять без внимания такую важную составляющую для международного бизнеса, как корпоративную социальную ответственность (КСО). Первый нефинансовый отчет банка опубликован в 2008 году, и на сегодняшний день банк уже подготовил пятый социальный отчет. В первом отчете основной акцент был сделан на персонал компании, поэтому говорить о спонсорстве в традиционном смысле этого слова не вполне уместно. Однако авторы отчета упомянули и о некоторых инициативах, которые были реализованы в русле поддержки спорта, здравоохранения и местного сообщества. Вместе с тем никаких количественных данных (например, суммы расходов на благотворительность) в отчете 2008 года нет.

Еще более скудным на факты и данные и персоналоцентричным оказался отчет 2009 года, где упомянуты лишь некоторые проекты, поддержанные группой ВТБ. Заметно, что финансовое положение компании, трудности, связанные с основной деятельностью, в том числе вызванные проблемами на мировом финансовом рынке, не позволяют использовать большой объем финансовых ресурсов на КСО. Тем более что это средства, которые компания берет из чистой прибыли, так как затраты на благотворительность не относятся к операционным издержкам в соответствии с нормами Налогового кодекса.

В отчете 2010 года, напротив, появляется объемный самостоятельный раздел под названием «Общие ценности», который описывает вклад компании в развитие общества и природной среды. Таким образом, в течение одного года можно наблюдать существенную смену приоритетов в механизмах реализации КСО. Мы не имеем доступа к инсайдерской информации, но смеем предположить, что данные изменения связаны с изменением приоритетов взаимодействия группы ВТБ и государства в рамках реализации социальной политики. Известно, что для оказания финансовой помощи Правительство РФ выделило банковскому сектору существенный объем ресурсов из Резервного фонда, обеспечив устойчивость в условиях меняющейся финансовой конъюнктуры на мировых рынках и делегировав часть полномочий по реализации социальной политики.

Банк традиционно разрабатывает социальную отчетность в соответствии с требованиями Руководства в области устойчивого развития Глобальной инициативы по отчетности (GRI), непрерывно повышая качество и увеличивая объем раскрываемой информации, в том числе за счет независимого подтверждения данных отчета. Руководство по отчетности в области устойчивого развития, разработанное Глобальной инициативой по отчетности (Global Reporting Initiative, GRI), — рекомендательный стандарт, в основе которого лежит концепция устойчивого развития. Стандарт включает преимущественно количественные показатели результативности компании по трем направлениям: экономика, экология и социальная политика. Руководство удобно для компаний, которые совсем недавно перешли к практике составления социальной отчетности, по форме напоминает обычный финансовый отчет и составляется примерно по тем же принципам.

Как и во многих нефинансовых отчетах, опубликованных в России, отчеты группы ВТБ не имеют единой структуры. Заметно, что составители отчета до сих пор в поиске общего стандарта разработки нефинансовой отчетности. При этом приоритетными направлениями группы ВТБ, на которые направлено основное количество социальных программ, являются спорт,

культура и здравоохранение. Также группа ВТБ уделяет особое внимание сфере образования, в частности предоставляя возможность для получения практических навыков работы студентами вузов.

В рамках данной статьи мы будем рассматривать только те аспекты КСО, которые направлены на общество в целом. Именно эта часть социальной ответственности бизнеса является наиболее незащищенной, поскольку не имеет государственной поддержки и оказывает косвенное влияние на перспективы развития компании, выраженное главным образом в виде нефинансовой выгоды – в имидже компании, в отличие от аспектов КСО, направленных на работников компании, так как именно персонал является одним из ключевых механизмов развития бизнеса и получения прибыли, и, следовательно, их благополучие, образованность и компетентность напрямую влияют на успех компании, так же как и удовлетворенность клиентов банка предоставляемыми услугами и их диверсификация.

В пионерном отчете о КСО финансового сектора России, подготовленном «Альфа-Банком» еще в 2003 году, можно обнаружить лишь те мероприятия, которые реализованы в сфере поддержки общества в целом, и ни слова о персонале или клиентах. Именно благотворительность и оказание спонсорской помощи в сфере культуры, образования, здравоохранения, развития социальной инфраструктуры и помощь малообеспеченным слоям населения – ключевые позиции КСО «Альфа-Банка». За десять последующих лет отчеты компании практически не изменились по структуре, однако стали менее насыщенными по содержанию. К сожалению, в этих отчетах практически нет статистики о динамике социальных инвестиций компании, поэтому невозможно сделать качественные выводы о степени развития социальной ответственности. Поэтому сравнивать социальные отчеты по количественным позициям крайне сложно, тем более что в России до сих пор нет единого стандарта подготовки отчетности.

Согласно отчетам группы ВТБ, на благотворительность в 2012 году направлено на 0,2 млрд руб. больше, чем в предыдущем (рис. 1), что можно рассматривать как свидетельство роста интереса к развитию данного направления. Также это показывает, что группа ВТБ заботится о сообществах, проживающих на территориях пребывания банка.

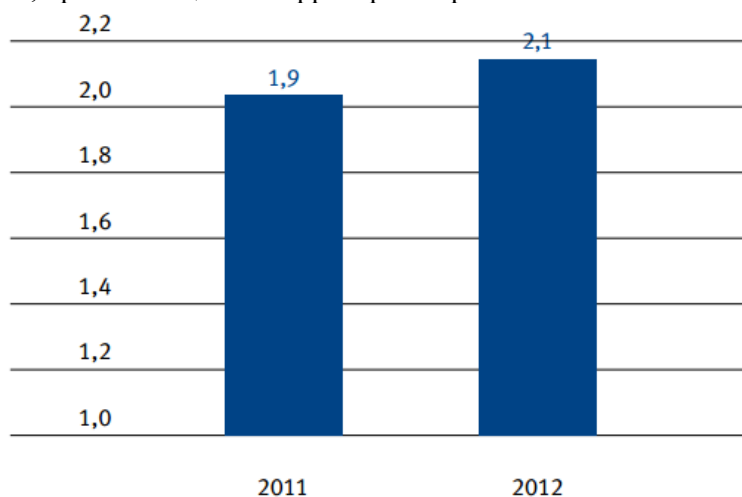


Рис. 1. Динамика расходов на благотворительность компаний группы ВТБ в 2011–2012 гг., млрд руб. [6]

Ключевым субъектом, ответственным за социальные инвестиции группы ВТБ, является банк ВТБ, чьи расходы на благотворительность в общей сумме расходов группы в данной области составляют 90 % и в 2012 году в абсолютном выражении превышают 1869 млн руб., основная часть которых направлены на поддержку российской культуры, искусства, спорта, здравоохранения, образования и деловой сферы. Данное обстоятельство можно считать вполне рациональным, так как головная компания имеет больше средств и возможностей осуществлять данную политику. Также существенную роль играет тот факт, что решения ОАО «ВТБ» принимает самостоятельно, а дочерние компании часто вынуждены подчиняться этой политике.

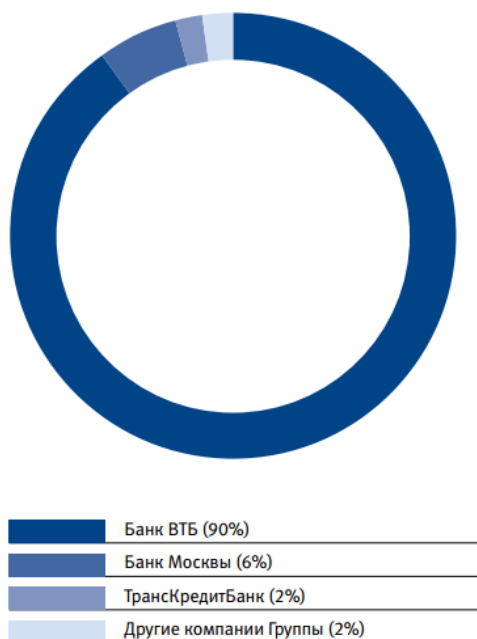


Рис. 2. Расходы компаний группы ВТБ на благотворительность [7]

Теперь рассмотрим затраты группы ВТБ в разрезе основных субъектов и проанализируем, насколько масштабны вложения в виде спонсорской помощи и благотворительных взносов. На основе данных табл. 1 можно сделать вывод, что развитие спорта для группы ВТБ – основной приоритет, социальные инвестиции в этой сфере составляют более 27 % от общего объема, вклад ОАО «ВТБ» в общей сумме составляет 24,6 %. На втором месте – инвестиции в образование, далее – культура и искусство, в конце списка находятся такие направления, как здравоохранение, помощь ветеранам и инвалидам.

Таблица 1. Основные направления корпоративной социальной ответственности компаний группы ВТБ в 2012 г. [6]

| Направления КСО | Расходы (млн руб.) | Доля в общем объеме расходов (%) | Расходы ОАО «ВТБ» (млн руб.) | Доля ОАО «ВТБ» в общем объеме расходов (%) |
|--------------------------------------|--------------------|----------------------------------|------------------------------|--|
| Спорт | 510,97 | 27,33892628 | 459,873 | 24,60503365 |
| Банковские и профессиональные союзы | 505,45 | 27,04358434 | 454,905 | 24,33922590 |
| Образование | 369,11 | 19,74885234 | 332,199 | 17,77396711 |
| Культура и искусство | 295,57 | 15,81416999 | 266,013 | 14,23275299 |
| Религиозные организации | 72,77 | 3,893484286 | 65,493 | 3,504135857 |
| Государственные учреждения и органы | 45,73 | 2,446736793 | 41,157 | 2,202063113 |
| Здравоохранение | 25,80 | 1,380402564 | 23,220 | 1,242362308 |
| Материальная помощь физическим лицам | 25,11 | 1,343484821 | 22,599 | 1,209136339 |
| Ветераны и инвалиды | 18,51 | 0,990358584 | 16,659 | 0,891322725 |
| Итого | 1869,02 | 100 | 1682,118 | 90 |

Группа ВТБ финансирует команды в основных, признанных на международной арене видах спорта, таких как футбол, хоккей, легкая атлетика и спортивная гимнастика, автомобильный спорт, баскетбол и волейбол, большой теннис. Особое внимание уделяется баскетболу, где помимо финансового обеспечения команды группа ВТБ является учредителем одного из самых популярных турниров – Единой лиги ВТБ. Также нельзя не упомянуть команду «КАМАЗ-Мастер», которая при поддержке ВТБ ежегодно участвует и регулярно выигрывает гонку в африканской пустыне (Дакар).

Таким образом, группа ВТБ позиционирует себя в международном бизнес-сообществе как устойчивого, перспективного ответственного партнера. Выбор спорта, в том числе профессионального, в качестве приоритетного направления также свидетельствует об этических приоритетах группы ВТБ – развитие человеческого капитала в части капитала здоровья и популяризации массового участия населения в спортивных проектах и мероприятиях. Если рассматривать данное распределение финансовых ресурсов с экономической точки зрения, то оно представляется вполне рациональным, так как, помогая спортсменам и спортивным школам, компании группы ВТБ оказываются всегда в центре внимания, особенно среди относительно молодого населения, которые постоянно следят за результатами спортивных поединков.

Однако практически полное отсутствие внимания к самым незащищенным слоям населения – инвалидам, ветеранам, детям – заставляет задуматься о проблемах и противоречиях в рамках реализуемой корпоративной социальной политики. Недостаток внимания к проблемам общества в целом, в том числе к проблемам социально незащищенных слоев, может свидетельствовать о слабой проработанности социальной политики и относительно низком уровне социальной ответственности компаний в целом.

Таким образом, тенденции развития социального предпринимательства и социальной ответственности в России – это отражение объективных изменений в отношениях между ключевыми экономическими субъектами: государством, бизнесом и населением, в том числе в контексте мирового финансово-экономического кризиса 2008–2010 гг. и его современных последствий. Постепенно перекладывая ответственность в социальной сфере на плечи населения (платная медицина, образование, культура и спорт) и делегируя полномочия по развитию этих отраслей, в том числе с использованием механизма государственно-частного партнерства, органы власти в России стараются разграничить сферу компетенций в социальной политике в соответствии с имеющимися ресурсами и принятыми обязательствами.

Ухудшение мировой хозяйственной конъюнктуры, усиление неравенства в распределении активов и доходов между отраслями российской экономики формируют устойчивые тенденции преобладания компаний финансовой сферы в числе организаций, привлекательных для наемных работников, так и в числе субъектов, ответственных за отдельные аспекты социальной политики, наряду с государственными корпорациями и сырьевыми гигантами. Таким образом, в ближайшем будущем, видимо, следует ожидать более тесную интеграцию крупного бизнеса и социальной сферы, в том числе по традиционному советскому алгоритму – ведомственные лечебно-профилактические учреждения, подшефные образовательные учреждения, корпоративное жилищное строительство. Тем более что подобные примеры в последние несколько лет довольно распространены, в том числе в Томске.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Национальный регистр и библиотека корпоративных нефинансовых отчетов / Российский союз промышленников и предпринимателей. 2010–2014. – URL: <http://www.rspp.ru/simplepage/157> (дата обращения: 15.04.2014 г.).
2. О группе ВТБ. – URL: <http://www.vtb.ru/group> (дата обращения: 10.04.2014 г.).
3. Рейтинг российских банков / Информационный портал Banki.ru. 2004–2014. – URL: http://www.banki.ru/banks/ratings/?PROPERTY_ID=10®ION_ID=0&sort_param=rating&sort_order=ASC&IS_SHOW_GROUP=0&IS_SHOW_LIABILITIES=0&date1=2014-03-01&date2=2014-02-01 (дата обращения: 17.04.2014 г.).
4. Банк ВТБ / Информационный портал Banki.ru. 2004–2014. – URL: <http://www.banki.ru/banks/bank/vtb> (дата обращения: 17.04.2014 г.).
5. Банк ВТБ24 / Информационный портал Banki.ru. 2004–2014. – URL: <http://www.banki.ru/banks/bank/vtb24> (дата обращения: 17.04.2014 г.).
6. ВТБ: Социальный отчет 2012 / Группа ВТБ: офиц. сайт. 2014. – URL: http://vtbrussia.ru/upload/iblock/979/VTB_SR_2013_FY2012_Preview_20130711.pdf (дата обращения: 18.04.2014 г.).

Поступила 16.05.2014 г.