

ISSN 2523-4714

УДК 336.011

Т. В. Прохорова¹, Н. В. Мальцевич¹, Е. С. Ошуркевич²¹ Институт бизнеса БГУ, Минск, Беларусь² ОАО «Белинвестбанк», Минск, Беларусь

РЕАЛИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ БАНКОВСКОЙ СФЕРЫ

В статье дается оценка текущего состояния программ корпоративной социальной ответственности (КСО) в банковском секторе, представлены актуальные подходы в реализации программ КСО в условиях цифровой трансформации банковской системы и перспективные цифровые инструменты КСО в деятельности ведущих банков Беларуси. Особый акцент сделан на развитие современных платформ и программного обеспечения как составляющих стратегии банковского сектора, что позволит качественно улучшить дистанционное обслуживание клиентов и повысить эффективность деятельности банковского сектора в условиях борьбы с COVID-19. Проанализированы ключевые направления интеграции КСО в бизнес-процессы, которые базируются на использовании цифровых технологий, непрерывной адаптации человека к нормам КСО, повышении лояльности клиентов и заинтересованных сторон.

Ключевые слова: коммерческий банк, социальные проекты, корпоративная социальная ответственность, социальная ответственность банков, цифровая трансформация

Для цитирования: Прохорова, Т. В. Реализация социальных проектов в условиях цифровой трансформации банковской сферы / Т. В. Прохорова, Н. В. Мальцевич, Е. С. Ошуркевич // Бизнес. Инновации. Экономика : сб. науч. ст. / Ин-т бизнеса БГУ. — Минск, 2021. — Вып. 5. — С. 157–164.

T. Prokhorova¹, N. Maltsevich¹, E. Oshurkevich²¹ School of Business of BSU, Minsk, Belarus² OJSC «Belinvestbank», Minsk, Belarus

IMPLEMENTATION OF SOCIAL PROJECTS IN CONDITIONS DIGITAL TRANSFORMATION OF THE BANKING SPHERE

The article assesses the current state of corporate social responsibility (CSR) programs in the banking sector, presents current approaches to implementing CSR programs in the context of digital transformation of the banking system and promising digital CSR tools in the activities of leading banks in Belarus. Particular emphasis is placed on the development of modern platforms and software as components of the banking sector's strategy, which will qualitatively improve remote customer service and increase the efficiency of the banking sector in the fight against COVID-19.

The key directions of CSR integration into business processes, which are based on the use of digital technologies, continuous human adaptation to CSR norms, increasing customer and stakeholder loyalty, have been analyzed.

Keywords: commercial bank, social projects, corporate social responsibility, social responsibility of banks, digital transformation

For citation: Prokhorova T., Maltsevich N., Oshurkevich E. Implementation of social projects in conditions digital transformation of the banking sphere. *Biznes. Innovatsii. Ekonomika = Business. Innovations. Economics*. Minsk, 2021, iss. 5, pp. 157–164 (in Russian).

Введение

Возрастание конкуренции в условиях глобализации требует поиска новых решений оптимизации организационной деятельности бизнеса. Многие банки осознают необходимость создания

системы управления, способной не только поддерживать результативность процессов функционирования финансовой системы в краткосрочном периоде, но и обеспечивать ее эффективность развития в долгосрочной перспективе. Данный факт повышает актуальность внедрения в практику деятельности банков цифровых технологий, а также принципов корпоративной социальной ответственности. В результате это позволит оптимизировать регулирование процессов банковской деятельности, регламентировать взаимодействие со стейкхолдерами, обеспечить эффективную ИТ-поддержку в принятии управленческих решений, а также в целом усилить доверие к банковской системе.

Теоретические основы социального проектирования были проанализированы в работах В. И. Курбатова, В. А. Лукова, И. В. Бестужева-Лады, Е. Е. Кучко, И. В. Левицкой [1–4] и др. Отдельные аспекты проектирования социальных систем получили обоснование в работах П. С. Селезневой, А. В. Морозова, Н. В. Радионовой [5–7]. Вместе с тем следует констатировать недостаточный объем научных исследований, в которых этому важному социально-экономическому феномену отводилось центральное место, тем более в отношении банковского сектора. Социальный проект представляет собой комплекс организационно-технических мероприятий по решению социальных проблем определенной группы граждан, находящихся в трудной жизненной ситуации. В Республике Беларусь общественные отношения, возникающие при организации и реализации социальных проектов, регулируются Законом «О социальном обслуживании»¹.

В XXI в. социальные проекты стали признанным инструментом корпоративной социальной ответственности. Корпоративная социальная ответственность должна регулярно пересматриваться с учетом особенностей рыночной деятельности и уровня развития бизнеса, а также изменяющихся экономических тенденций и общей ситуацией. 2020 г. скорректировал представления компаний и общества о КСО, сместился вектор значимости социальных проектов.

Особенности социальных проектов как элемента КСО на современном этапе

Термин «Корпоративная социальная ответственность» неоднократно подвергался изменению вследствие трансформации понятия и миссии бизнеса. К единому пониманию данного понятия ученые-экономисты пришли в конце 1990-х гг., когда КСО перестала быть только внутрикорпоративным аспектом деятельности организации или только вопросом отношений организаций с профсоюзами либо благотворительными фондами. За рубежом классическим считается подход А. Кэрролла, который полагает, что корпоративная социальная ответственность — явление многоуровневое. КСО подразумевает соответствие экономическим, правовым, этическим и дискреционным ожиданиям, предъявляемым обществом к организации в данный период времени [8].

Наиболее молодой и перспективной является теория корпоративной устойчивости, которая продолжает и развивает более масштабную концепцию устойчивого развития.

Концепция устойчивого развития была сформулирована в 1987 г. в докладе Г. Х. Брундтланд и положила начало новому пониманию целей развития всего человечества. Теория корпоративной устойчивости в определенном смысле является проекцией устойчивого развития на уровень одной фирмы. Среди самых ярких последователей этого направления стоит назвать Дж. Элингтона, Т. Диллика и многих других. Так, именно Дж. Элингтон впервые сформулировал знаменитое сегодня понятие тройного итога (triple bottom line), т. е. ответственность по трем направлениям: финансовому, социальному и экологическому. Три основания устойчивости Элингтон обозначил как 3Р (people, planet, profits — люди, планета, прибыль). В соответствии с моделью 3Р между тремя ее элементами происходит постоянный симбиоз, и развитие одного из компонентов приводит к развитию остальных компонентов модели.

Вместе с тем главная характерная черта КСО — это добровольность. По сути, бизнес понимает свою ответственность перед внешней и внутренней средой компании и отдает часть своих доходов на общественные нужды. О добровольном решении компаний по улучшению жизни общества

¹ О социальном обслуживании : Закон Респ. Беларусь, 22 мая 2000 г., № 395-3 : в ред. Законов Респ. Беларусь, 9 июня 2006 г., № 137-3; 13 июля 2012 г., № 427-3; 20 июля 2016 г., № 414-3; 19 июня 2017 г., № 31-3. — URL: https://kodeksy-by.com/zakon_rb_o_sotsial_nom_obslyuzhivanii/1.htm (дата обращения: 20.06.2021).

и защите окружающей среды говорит и Европейская комиссия при определении концепции КСО. «Green Paper» Европейского союза определяет корпоративную ответственность как «концепцию, в рамках которой компании на добровольной основе интегрируют социальную и экологическую политику в бизнес-операции и их взаимоотношения со всем кругом, связанных с компанией организаций и людей» [9]. Такой подход принят большинством стран Европейского союза.

Реализация КСО связана с существенными экономическими издержками, но может и приносить большую выгоду в плане положительного влияния на деловую репутацию компании. В области взаимодействия бизнеса, государства и общества актуальной проблемой является разработка и соблюдение правил и принципов партнерства, конструктивного сотрудничества, т. е. формирование институциональной среды, способствующей повышению социальной активности. Под институциональной средой подразумевается совокупность основополагающих политических, социальных и юридических правил, которые формируют базис для производства, обмена и распределения, и определяют рамки человеческого поведения¹.

Современные проблемы распространения идей КСО: слабая осведомленность стейкхолдеров о сущности концепции; недостаточная освещаемость в средствах массовой информации; низкий уровень взаимодействия стейкхолдеров между собой; отсутствие оптимальной законодательной системы в отношении благотворительности и других форм социальной ответственности.

Как и международные компании, работающие на белорусском рынке, отечественные организации, в том числе и банковского сектора, имеющие многолетние практики корпоративной социальной ответственности, постепенно выходят на новый уровень, помогают не только финансово, но и вовлекают общество.

Новой для бизнеса Беларуси пока остается форма социального проекта, основная особенность которого — возможность осуществления коммуникации сразу со всеми целевыми аудиториями. И эта задача успешно решается посредством применения современных цифровых платформ и программного обеспечения, так как кризис ускорил цифровизацию в банковском секторе.

КСО банковской сферы

Сложнейшая эпидемиологическая обстановка, новые реалии хозяйствования с учетом социального дистанцирования объединили усилия компаний и обычных граждан по оказанию помощи медикам, социально-незащищенным слоям населения и друг другу. Банковский сектор Беларуси не остался в стороне от этих проблем, придерживаясь принципов открытости при оказании помощи, системности, отчетности и добровольности ее проведения.

Социальная ответственность является базовой идеологией корпоративного управления в банковской сфере, задает векторы экономического и социального развития банка, позволяет скоординировано и сбалансировано осуществлять операционное управление деятельностью организации в целях обеспечения устойчивого развития общества. Контент-анализ официальных сайтов белорусских банков свидетельствует о возрастающей роли социальной политики (табл. 1).

Таблица 1

Обзор социальных проектов белорусских банков

Table 1

Review of social projects of Belarusian banks

Социальная сфера	Банк	Название проекта
Благотворительные акции	ОАО «БПС-Сбербанк»	Твори добро
	ЗАО «МТБанк»	Мы строим новый детский хоспис
Здравоохранение	ОАО «Банк Дабрабыт»	MAMA-PRO
	ОАО «Банк развития Республики Беларусь»	Здоровый малыш

¹ Руководство по социальной ответственности : ГОСТ Р ИСО 26000-2012. — Введ. 15.03.12. — URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200097847> (дата обращения: 10.06.2021).

Окончание табл. 1

Ending of the table 1

Социальная сфера	Банк	Название проекта
	ОАО «Белинвестбанк»	Сто тысяч масок врачам, #ОПЛАТИВПОМОЩЬ
	ОАО «Технобанк»	Здоровье как привычка
	ОАО «АСБ Беларусбанк»	Вектор доброты
Поддержка людей с ограниченными возможностями	ЗАО «БСБ Банк»	Так
	ОАО «Технобанк»	Подарки для сильных духом и тех, кто не сдаётся
Поддержка спорта	ОАО «Белагропромбанк»	Генеральный спонсор НОК Беларуси
	ОАО «БПС-Сбербанк»	Минские надежды – 2016
	ЗАО «БСБ Банк»	Baby Cup BSB Bank
	ОАО «АСБ Беларусбанк» ОАО «Банк развития Республики Беларусь»	Спонсоры гандбольного клуба «СКА-Минск»
Финансовая помощь предпринимательству	ОАО «Банк Дабрабыт»	Поддержка социального предпринимательства

Источники: разработано авторами.

Source: author's developed.

Среди глобальных задач, которые ставят перед собой коммерческие банки и кредитно-финансовые организации в рамках корпоративной социальной ответственности, проявляются два возможных направления:

- формирование престижности оказания благотворительной помощи, оказание спонсорской помощи в рамках Указа Президента Беларуси № 300 «О предоставлении и использовании безвозмездной (спонсорской) помощи»;
- создание устойчивой мотивации к социально направленной деятельности как среди сотрудников банка, так и в обществе в целом, а также реализация проектов, направленных на формирование культуры благотворительности.

Коммерческие банки и кредитно-финансовые организации осуществляют наиболее значимые отчисления в рамках оказания безвозмездной (спонсорской) помощи на следующие цели: укрепление и развитие учреждений образования и культуры; оказание помощи ветеранам, инвалидам и многодетным семьям; укрепление учреждений здравоохранения; спортивную и физкультурно-оздоровительную работу; прочие цели.

Традиционно наибольший размер отчислений приходится на спортивную и физкультурно-оздоровительную работу. Вместе с тем в 2020 г. произошло перераспределение средств. На первое место по объемам полученной безвозмездной (спонсорской) помощи вышли организации здравоохранения. Кроме того, увеличилось количество банков, которые оказывали безвозмездную спонсорскую помощь медикам. В 2020 г. из 24 банков, оказывающих помощь, 16 адресовали ее учреждениям здравоохранения, в то время как в 2019 г. из 22 банков – только 11 (табл. 2).

Таким образом, в 2020 г. на благотворительность и спонсорство банки направили более 35 млн р. Практически треть указанной суммы составила поддержка учреждений здравоохранения в условиях сложной эпидемиологической ситуации. Остальные средства были направлены на развитие физкультуры и спорта, укрепление и развитие учреждений образования и культуры, оказание помощи ветеранам, инвалидам и многодетным семьям и прочие цели. Для сравнения: в 2019 г. на «укрепление учреждений здравоохранения» было адресовано только 18 % от общей суммы средств, направленных на благотворительность и спонсорство.

Таблица 2

**Динамика размеров оказания безвозмездной (спонсорской) помощи
белорусскими банками в 2019–2020 гг., бел. р.**

Table 2

**Dynamics of the size of the provision of gratuitous (sponsorship) assistance
by Belarusian banks in 2019–2020, BYN**

Банк	Общая сумма средств на благотворительные цели в 2019 г.	В том числе на укрепление учреждений здравоохранения в 2019 г.	Общая сумма средств на благотворительные цели в 2020 г.	В том числе на укрепление учреждений здравоохранения в 2020 г.
ОАО «АСБ Беларусбанк»	3 055 039	452 300	5 258 807	358 630
ОАО «Белагропромбанк»	4 253 188	1 780 041	3 490 711	379 999
ОАО «Белинвестбанк»	26 917	—	691 277	31 000
ОАО «БПС-Сбербанк»	858 756	—	318 313	—
ОАО «Приорбанк»	2 467 738	161 213	1 951 047	687 325
ОАО «Банк БелВЭБ»	296 795	67 040	946 066	395 103
ЗАО Банк ВТБ (Беларусь)	462 786	60 000	653 173	—
ОАО «Белгазпромбанк»	12 700 446	548 000	3 316 000	560 000
ОАО «Банк развития Республики Беларусь»	9 411 502	3 763 792	10 551 568	7 735 605
ЗАО «БТА Банк»	78 400	—	87 275	4 785
ОАО «Банк Дабрабыт»	219 567	—	45 768	—
ЗАО «Альфа-Банк»	542 067	15 682	1 347 857	51 887
ЗАО «МТБанк»	119 133	52 944	338 847	4 143
ОАО «Франсбанк»	—	—	10 810	—
ОАО «Паритетбанк»	280 743	—	282 671	43 958
ЗАО «Абсолютбанк»	—	—	40 780	—
ОАО «БНБ-Банк»	4 811	—	108 841	36 859
ЗАО «РРБ-Банк»	129 407	—	138 736	—
ОАО «Технобанк»	189 906	—	255 460	7 604
ЗАО «БСБ Банк»	2 115 861	—	1 930 449	3 000
ЗАО «Цептер Банк»	107 612	—	23 915	—
ОАО «СтатусБанк»	19 805	9 805	23 627	—
ЗАО «Банк «Решение»	104 312	—	105 830	1 620
ЗАО «Идея Банк»	13 163	8 163	27 622	5 000
<i>Итого</i>	38 357 960	6 928 982	35 187 369	10 306 518

И с т о ч н и к: разработано авторами на основе [10].

S o u r c e: author's developed on the basis of [10].

Кроме безвозмездной (спонсорской) помощи банки реализуют ряд проектов, направленных на формирование культуры благотворительности посредством перехода в цифровую среду. С одной стороны, этому способствует развитие технологий и всеобщая диджитализация, с другой — к организации благотворительных проектов в онлайн-пространстве подтолкнула сложная эпидемиологическая ситуация 2020 г. Комплекс мер против COVID-19 выделился в отдельное

направление корпоративной социальной ответственности практически во всех банках. Помощь по данному направлению осуществлялась в трех проекциях:

- обеспечение безопасности клиентов банка;
- поддержка сотрудников банка в сложной эпидемиологической обстановке;
- помощь медицинским учреждениям.

Белорусские банки провели масштабную кампанию по перенаправлению клиентов из офисов в дистанционные каналы обслуживания и, исходя из потребностей, оперативно расширили возможности своих сервисов. Развитие дистанционных каналов обслуживания дало возможность клиентам дополнительно обезопасить себя и своих близких в условиях сложной эпидемиологической ситуации, осуществляя финансовые операции в онлайн-режиме.

Одним из первых белорусских банков, который начал эту работу в марте 2020 г., стал ОАО «Белинвестбанк» [11]. Дистанционное обслуживание в банке осуществляется благодаря современному мобильному приложению для смартфона, интернет-банкингу, доступному на компьютере или планшете, а также инновационному мобильному платежному сервису «Оплати™», возможности которого существенно расширены и выходят за рамки стандартных финансовых сервисов. Создана ЭкоСистема для клиентов не только банка, но и любого жителя республики. Именно данный сервис стал примером настоящего антиковидного ресурса в Беларуси.

Сервис бесплатный для пользователей-физических лиц и максимально безопасный, так как позволяет избежать контактов с окружающими. Сервис дает возможность общаться, как в обычном мессенджере, запрашивать средства у близких людей, а также создавать групповые кошельки на общие цели. «Оплати™» позволяет загружать карты лояльности организаций торговли и сервиса, создавать собственные визитные карточки в виде QR-кода и обмениваться ими. При этом контакты будут занесены прямо в адресную книгу пользователя. Сервис включает мобильное приложение для физических лиц и «Оплати-Бизнес™».

С помощью сервиса «Оплати™» банк внедрил бесконтактную и максимально безопасную оплату проезда в общественном транспорте (табл. 3). Первым городом, где была внедрена система, стал Борисов. Система доступна каждому жителю страны независимо от того, клиентом какого банка он является.

Таблица 3

**Динамика развития оплаты проезда
на общественном транспорте с помощью сервиса «Оплати™»**

Table 3

Dynamics of development of payment for public transport using the service «Oplati™»

Показатели	01.08.2020 г.	01.01.2021 г.	01.04.2021 г.
Количество населенных пунктов, в которых внедрен сервис «Оплати™»	27	47	53
Количество билетов, проданных в «Оплати™»	Более 600 100	Более 400 000	Более 4 200 000
Среднее количество билетов, проданных за день	Около 16 000	Около 26 000	Около 36 000

И с т о ч н и к: разработано авторами на основе [12].

S o u r c e: author's developed on the basis of [12].

Существенно расширилась сеть партнеров «Оплати™». Так, если на 1 января 2021 г. сеть партнеров насчитывала более 1,5 тыс. юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, то к апрелю 2021 г. она увеличилась до 2 тыс. [12]. Возможности мобильного платежного сервиса «Оплати™» выходят далеко за рамки традиционных финансовых сервисов. Так, на сегодня в мобильном приложении «Оплати» в разделе «Каталог» внедрена страница «Благотворительность». Учреждения и благотворительные организации, открывшие счет в ОАО «Белинвестбанке», имеют возможность собирать пожертвования пользователей сервиса. В разгар первой волны пандемии коронавируса была организована благотворительная акция по сбору средств для медицинских учреждений #ОПЛАТИВПОМОЩЬ.

Сбор осуществлялся с помощью сервиса «ОплатиTM» и дал возможность каждому жителю страны, в том числе сотрудникам банка, не остаться в стороне от всеобщей проблемы и стать благотворителем быстро, просто, адресно. В списке получателей адресной помощи было более 40 медицинских учреждений. Данные схемы по сбору средств для реализации различных социальных проектов требуют дальнейшего продолжения, так как их механика отработана, а затратная часть минимальна.

Таким образом, для реализации проектов корпоративной социальной ответственности, налаживания партнерских связей и привлечения внимания широкой аудитории к существующим проблемам оправдано внедрение креативных и современных подходов на основе использования функций мобильных приложений.

Выводы

Для достижения целей устойчивого развития в условиях нестабильной экономической ситуации, сложной эпидемиологической обстановки особое значение приобретает реализация социальных проектов в рамках программ корпоративной социальной ответственности. Банки Республики Беларусь имеют успешный опыт разработки и реализации отдельных проектов в различных социальных сферах. Масштабированию проектов, их долговечности на современном этапе может способствовать применение для автоматизации задач проекта программного обеспечения и цифровых платформ.

В настоящее время цифровая трансформация рассматривается как неотъемлемый элемент поддержания конкурентоспособности банков: в среднем треть банковских операций уже производится с помощью цифровых технологий. Повсеместное внедрение цифровых технологий связано с потребностями общества, которое на современном этапе развития инноваций осознает все преимущества, достигаемые за счет использования технологий в банковском секторе.

Реализация рациональной стратегии цифрового преобразования, которая основана на принципах КСО, позволит отдельным банкам, а впоследствии и всему банковскому сектору повысить эффективность деятельности и выйти на новый этап развития финансово-кредитных организаций и экономики в целом.

Список использованных источников

1. Курбатов, В. И. Социальное проектирование : учеб. пособие / В. И. Курбатов, О. В. Курбатова. — Ростов н/Д : Феникс, 2001. — 416 с.
2. Луков, В. А. Социальное проектирование / В. А. Луков. — М. : ФЛИНТА, 2016. — 242 с.
3. Бестужев-Лада, И. В. Поисковое социальное прогнозирование: Перспективные проблемы общества (Опыт систематизации) / И. В. Бестужев-Лада. — М. : Наука, 1984. — 272 с.
4. Кучко, Е. Е. Практики в области социального предпринимательства: опыт Беларуси / Е. Е. Кучко, И. В. Левицкая // Бизнес. Инновации. Экономика : сб. науч. ст. / Ин-т бизнеса БГУ. — Минск, 2018. — Вып. 2. — С. 95–104.
5. Селезнев, П. С. Управление социальными проектами / П. С. Селезнев, С. С. Жук. — М. : Проспект, 2016. — 93 с.
6. Морозов, А. В. Социальное проектирование в социальной работе : учеб. пособие / А. В. Морозов. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 208 с.
7. Радионова, Н. В. Народное социальное предпринимательство как форма и миссия добровольчества (волонтерства) / Н. В. Радионова // Бизнес. Инновации. Экономика : сб. науч. ст. / Ин-т бизнеса БГУ. — Минск, 2020. — Вып. 4. — С. 63–68.
8. Carroll, A. B. A three – dimensional conceptual model of corporate performance / A. B. Carroll // Academy of Management Review. — 1979. — 219 p.
9. Promoting a European framework for corporate social responsibility. Green Paper. European Commission, Directorate – General for Employment and Social Affairs Unit EMPL / D. 1. — 2001.
10. Ассоциация белорусских банков [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://abbanks.by/info/2020/v-proshlom-godu-belorusskie-banki-aktivnee-vsego-podderzhivali-fizkulturu-i-sport/>. — Дата доступа: 10.07.2021.

11. ОАО «Белинвестбанк» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belinvestbank.by>. – Дата доступа: 10.02.2021.

12. Официальный сайт «Оплати» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.o-plati.by/business>. – Дата доступа: 10.06.2021.

References

1. Kurbatov V. I., Kurbatova O. V. Social engineering. Rostov n/D, 2001. 416 p. (in Russian).
2. Lukov V. A. Social engineering. Moscow, 2016. 242 p. (in Russian).
3. Bestuzhev-Lada I. V. Exploratory social forecasting: Prospective problems of society (Experience of systematization). Moscow, 1984. 272 p. (in Russian).
4. Kuchko E. E., Levitskaya I. V. Practices in the field of social entrepreneurship: the experience of Belarus. *Biznes. Innovatsii. Ekonomika = Business. Innovations. Economics*. Minsk, 2019, iss. 2, pp. 95–104 (in Russian).
5. Seleznev P. S., Zhuk S. S. Social project management. Moscow, 2016. 93 p. (in Russian).
6. Morozov A. V. Social engineering in social work. Moscow, 2019. 208 p. (in Russian).
7. Radionova N. V. National social entrepreneurship as a form and mission of volunteerism (volunteering). *Biznes. Innovatsii. Ekonomika = Business. Innovations. Economics*. Minsk, 2020, iss. 4, pp. 63–68 (in Russian).
8. Carroll A. B. A three – dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 1979. 219 p.
9. Promoting a European framework for corporate social responsibility. Green Paper. European Commission, Directorate – General for Employment and Social Affairs Unit EMPL, D. 1, 2001.
10. Association of Belarusian Banks. Available at: <http://abbanks.by/info/2020/v-proshlom-godu-belorusskie-banki-aktivnee-vsego-podderzhivali-fizkulturu-i-sport/> (accessed 10 July 2021) (in Russian).
11. OJSC «Belinvestbank». Available at: <https://www.belinvestbank.by> (accessed 10 July 2021) (in Russian).
12. Official site «Oplati». Available at: <https://www.o-plati.by/business> (accessed 10 July 2021) (in Russian).

Информация об авторах

Прохорова Татьяна Владимировна – кандидат экономических наук, доцент; доцент кафедры бизнес-администрирования, Институт бизнеса БГУ, e-mail: prokhorova@sbmt.by

Мальцевич Наталья Викторовна – кандидат экономических наук, доцент; доцент кафедры бизнес-администрирования, Институт бизнеса БГУ, e-mail: maltsevich@sbmt.by

Ошуркевич Елена Сергеевна – начальник центра информации и общественных связей, ОАО «Белинвестбанк», e-mail: 6990067@mail.ru

Information about the authors

Prokhorova T. – PhD in Economic sciences, Associate Professor; associate professor at the Department of business administration, School of Business of BSU, e-mail: prokhorova@sbmt.by

Maltsevich N. – PhD in Economic sciences, Associate Professor; associate professor at the Department of business administration, School of Business of BSU, e-mail: maltsevich@sbmt.by

Oshurkevich E. – Head of the Center for Information and Public Relations, OJSC «Belinvestbank», e-mail: 6990067@mail.ru

Статья поступила в редколлегию 09.08.2021

Received by editorial board 09.08.2021