

УДК 339.137:330

Лункіна Т. І., кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування, Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв, Україна

Каратай Т. М., здобувач вищої освіти обліково-фінансового факультету, Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв, Україна

ОЦІНКА СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНОЇ ПОЛІТИКИ У БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ УКРАЇНИ

У статті класифіковані підходи до соціально-орієнтованої банківської політики в Україні. Виділено кількісний підхід, що безпосередньо включає оцінку рівня соціальних інвестицій за рахунок ведення соціально-відповідальної діяльності банківськими установами. Досліджено якісний підхід, згідно з яким здійснюється складання соціальних звітів та соціальних рейтингів. Розраховано соціальні показники, що впливають на формування соціально-орієнтованої політики управлінської системи бізнесом, зокрема банківськими установами.

Ключові слова: соціальна орієнтація, соціальна відповідальність, банківська установа, кількісний підхід, якісний підхід.

Лункина Т. И., кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов, банковского дела и страхования, Николаевский национальный аграрный университет, г. Николаев, Украина

Каратай Т. Н., соискатель высшего образования учетно-финансового факультета, Николаевский национальный аграрный университет, г. Николаев, Украина

ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ ПОЛИТИКИ В БАНКОВСКИХ УЧРЕЖДЕНИЯХ УКРАИНЫ

В статье классифицированы подходы к социально-ориентированной банковской политике в Украине. Выделено количественный подход, который непосредственно включает оценку уровня социальных инвестиций за счет ведения социально-ответственной деятельности банковскими учреждениями. Исследован качественный подход, согласно которому осуществляется сборка социальных отчетов и социальных рейтингов. Рассчитано социальные показатели, влияющие на формирование социально-ориентированной политической управленческой системы бизнесом, в частности банковскими учреждениями.

Ключевые слова: социальная ориентация, социальная ответственность, банковское учреждение, количественный подход, качественный подход.

Lunkina Tatyana, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Finance, Banking and Insurance, Mykolayiv National Agrarian University, Mykolayiv, Ukraine

Karatay Tatyana, applicant for higher education of Accounting and Finance faculty, Mykolayiv National Agrarian University, Mykolayiv, Ukraine

ASSESSMENT OF SOCIO-ORIENTED POLICY IN BANKING INSTITUTIONS OF UKRAINE

Introduction. In today's globalized conditions, the question of socially responsible business and the formation of an appropriate concept and policies for managing it are more relevant. Scientists are investigating this issue in two aspects, namely, from a theoretical and practical point of view. The first aspect is the study of the essence of CSR, the conduct of entrepreneurial activity, the functioning mechanism of the market principles in this concept, the definition of the place of social orientation in modern conditions. The second aspect is the study of practical positions, the separation of this concept from the standpoint of warning and risk management, assessment of the level of social responsibility and summing up the rating, summarizing all the results, as well as the establishment of a standard that will regulate such relationships. But, in our opinion, the implementation of such socially-oriented moments is not possible without identifying a certain number of indicators, reflecting the real situation and the impact of social factors on the banking institutions. This explains the relevance of studying the assessment of socially-oriented policies of banking institutions.

Purpose. The purpose of this article is to determine the approaches to the assessment of socially-oriented policies of banking institutions, as well as to determine the place of rating assessment in the current conditions of the functioning of institutions and organizations.

Results. The article describes approaches of socially-oriented banking policy in Ukraine. A quantitative approach is drawn, which directly includes the assessment of the level of social investment through the conduct of socially responsible activities by banking institutions. The qualitative approach according to which social reports and social ratings are compiled is investigated. The social indicators that influence the formation of a socially oriented political management system by business, in particular banking institutions, are calculated.

Conclusions. Today, among the existing approaches to assessing the formation of corporate social responsibility of banking institutions, there is no single methodology and approach. Those methods that exist are recommended. They do not really have practical use by banking institutions of Ukraine, all this is connected to the absence of certain norms and requirements of the current legislation.

Therefore, in our opinion, it would be advisable, in the context of banking institutions, to introduce methodological recommendations for the assessment of CSR at the legislative level, the accomplishment of which will be mandatory for all banking institutions and exclude subjective nature.

Keywords: social orientation, social responsibility, banking institution, quantitative approach, qualitative approach

JEL Classification: G 21.

Постановка проблеми. У сучасних глобалізаційних умовах більш актуальним постає питання соціально-відповідального бізнесу та формування відповідної концепції і політики управління ним. Науковці досліджують це питання в двох аспектах, а саме: з позиції теоретичних та практичних поглядів. Перший аспект – вивчення сутності корпоративної соціальної відповідальності (далі – КСВ), ведення підприємницької діяльності, механізму функціонування на ринкових засадах цієї концепції, визначення місця соціальної орієнтації в сучасних умовах. Другий – вивчення практичних

позицій, виокремлення цієї концепції з позиції застереження та управління ризиками, оцінки рівня соціальної відповідальності та зведення у рейтингову оцінку, підсумовуючи всі доведені результати, а також створення стандарту, що буде регулювати такі відносини. Але, на нашу думку, реалізація таких соціально-орієнтованих моментів не можлива без визначення певного ряду системи показників, що відображає дійсний стан та вплив соціальних факторів саме на банківські установи. Цим і пояснюється актуальність

вивчення оцінки соціально-орієнтованої політики банківських установ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Теоретичні та методичні аспекти оцінювання соціально-орієнтованої банківської політики на засадах корпоративної соціальної відповідальності досліджується багатьма науковцями. Вплив соціальних аспектів діяльності на фінансові і нефінансові результати як один з основних моментів політики управління установами та організаціями досліджується у працях таких вчених, як: М. Бернетт [9], Ю. Благов [1], Д. Левін, М. Макіннс, О. Савченко [7], С. Сібарі, М. Тоффл, Д. Хейнз, І. Хіррманс, А. Чаттерджи та багатьох інших. Поряд з цим, у науковому просторі дослідження зазначеного питання мають різну спрямованість, а у контексті банківської діяльності є суттєво обмеженими.

Формулювання цілей дослідження.

Метою даної статті є визначення підходів до оцінки соціально-орієнтованої політики банківських установ, а також визначення місця рейтингового оцінювання в сучасних умовах функціонування установ та організацій.

Виклад основного матеріалу дослідження.

На сьогоднішній день в Україні не існує єдиного підходу, який дасть змогу об'єктивно оцінити рівень соціальної відповідальності різноманітних структур і організацій, в тому числі і банківських установ. Велика розгалуженість діяльності знаходиться на перепоні цього підходу, але слід розуміти, що в основі соціально-орієнтованої політики як одного з аспектів соціальної відповідальності лежить ефективний та динамічний розвиток виробничо-господарської діяльності організації або банківської установи. Цим фактом не можна нівелювати, адже саме це дає змогу отримати суспільству соціальний ефект у вигляді робочих місць, конкурентоспроможного та якісного товару, податкових наповнень бюджету всіх рівнів, а також можливість реалізації додаткових спеціальних соціальних програм. Це в кінцевому результаті дає змогу забезпечити високі і стійкі темпи зростання національної економіки та підвищити її статусу на світовому ринку. Нами було виділено декілька підходів до класифікаційної оцінки соціально-відповідального бізнесу (табл. 1).

Таблиця 1 Підходи до оцінки соціально-відповідального бізнесу в Україні

Класифікаційна ознака	Види
1 Підходи, що мають на меті кількісну оцінку рівня соціальної відповідальності	Оцінка рівня соціальних інвестицій
	Розрахунок кількісних показників оцінки соціальної відповідальності
2 Підходи, на основі яких здійснюється якісна оцінка соціальної відповідальності	Складання соціальних рейтингів та соціальних звітів
	Розрахунок якісних показників соціальної відповідальності

Джерело: розробка авторів

В свою чергу, ми повинні розуміти, які саме показники відносимо до кількісних і якісних. Основні кількісні критерії оцінювання рівня соціальної відповідальності банківської установи наведено у табл. 2.

Отже, відбувається поєднання кількісних і якісних критеріїв, що свідчить про інтерпретування кожним науковцем свого бачення стосовно оцінювання рівня соціальної орієнтованості банківських

установ у розрізі стейкхолдерів. Можна виокремити співвідношення середнього розміру заробітної плати у банківських установах до середнього розміру заробітної плати в галузі, частку працівників-інвалідів до загальної кількості працівників банківських установ та інші критерії, адже йдеться вже про висвітлення позиції банківської установи з якісного боку.

Таблиця 2 Кількісні критерії оцінювання рівня соціальної орієнтованості банківських установ у розрізі стейкхолдерів

Стейкхолдери (зацікавлені сторони)	Кількісні критерії
Персонал (трудова відповідальність)	1) співвідношення середнього розміру заробітної плати у банківських установах до середнього розміру заробітної плати в галузі; 2) коефіцієнт плинності кадрів; 3) частка працівників-інвалідів до загальної кількості працівників банківських установ; 4) питома вага коштів, які виділені керівництвом на виплату премій та інших заохочувальних і компенсаційних виплат у фонді оплати праці; 5) кількість робітників, охоплених соціальними пільгами та які мають медичне страхування; 6) частка працівників, які пройшли підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації в загальній чисельності працівників; 7) частка розміру коштів, які були виділені на поточні витрати на охорону праці, техніку безпеки та службу безпеки в загальних витратах банківських установ
Споживачі	1) частка соціальних продуктів і послуг банківських установ у загальному асортименті; 2) частка мікрокредитів у загальному кредитному портфелі банківських установ; 3) рівень достовірності і добросовісності реклами фінансових продуктів і послуг
Бізнес-партнери	1) коефіцієнт виплати дивідендів; 2) частка розміру коштів, які були виділені на публікацію соціальної звітності та соціальну рекламу у витратах на маркетинг; 3) співвідношення розміру коштів, які були виділені на реалізацію соціальних проектів та КСВ до витрат на маркетинг банківських установ
Суспільство та навколишнє середовище	1) частка розміру коштів, які були виділені на участь у благодійних акціях, в інших операційних витратах банківських установ; на спонсорську допомогу місцевих культурних, освітніх і спортивних заходів, в інших операційних витратах банківських установ
Держава (економічна відповідальність)	1) коефіцієнти податкового навантаження на банківський сектор; 2) частка розміру коштів, які були виділені на проведення програм співпраці з органами державного управління та іншими громадськими організаціями, у валових витратах банківських установ

Джерело: складено та доповнено авторами на основі матеріалів [8]

У результаті такої оцінки соціально-відповідального бізнесу складаються соціальні рейтинги банківських установ. Необхідність складання рейтингів КСВ диктується доцільністю створення інструментарію для різних суспільних груп та корпоративної аудиторії, за допомогою якого вони могли б визначитися у багатьох актуальних для них питаннях взаємодії з бізнес-корпораціями [3, с.145].

Варто відмітити, що в Україні для оцінки банківського сектору застосовується індекс прозорості, який здійснює оцінку веб-сайтів компаній на предмет розкриття інформації та діяльності в сфері КСВ за 4 основними критеріями: звітність; зміст; навігація;

доступність. Згідно з оцінками веб-сайтів найбільших банківських установ України у 2016 р. лідером індексу прозорості банківського сектору став ПАТ «Укрсоцбанк», який єдиний має окремий соціальний звіт (нефінансовий звіт), окрім стандартного фінансового звіту, який формується відповідно до національних та міжнародних стандартів.

Слід розуміти, що рейтингова оцінка корпоративної соціальної діяльності банківських установ є дуже недосконалою і носить суб'єктивний характер, адже проводиться різноманітними журналами та порталами, які можуть бути зацікавлені в

результатах оцінки організацій та підприємств.

Можна виділити основні проблемні аспекти рейтингової оцінки КСВ у розрізі банківської системи України:

– рейтинг проводиться лише тих установ, що ведуть соціальну звітність і виділяє їх на фоні інших установ як іміджевих та взірцевих. Даний рейтинг не висвітлює інформацію щодо банківських установ, що нівелює цими аспектами;

– рейтинг КСВ популяризує, як правило, не більше сотні найбільших компаній країни і не висвітлює їхній галузевий розподіл, що не має прямого впливу на діяльність малих, середніх підприємств, а також безпосередньо банківських установ;

– рейтинг охоплює найпопулярніші бренди, а тому створює у свідомості споживача не усвідомлення того, яку соціальну діяльність веде банківська установа, а чергову асоціацію «найбільшої та найактивнішої» банківської установи;

– рейтинги КСВ, складені приватними рейтинговими організаціями можуть бути недобросовісними і мати виключно рекламний характер;

– рейтинги та звіти щодо соціально-екологічного впливу діяльності банківських установ проводяться на замовлення інвестиційних агентів, не є доступними та зрозумілими для широкого загалу населення тощо.

На нашу думку, доречним було б для більш прозорості діяльності банківських установ України щодо КСВ, запровадити рейтинг, що буде висвітлювати інформацію становлення та використання банківськими установами принципів КСВ у своїй діяльності, який буде проводитись під егідою держави.

Головною умовою у мотивуванні, збільшенні прозорості діяльності банківського сектору виступає впровадження нормативу соціального інвестування у банківських установах відповідно до Базеля III і виділення заходів КСВ у окрему статтю витрат балансу, яка буде відокремлена від

інших оперативних витрат банківських установ.

Значне місце в розбудові соціально-орієнтованої банківської системи і створенні ефективної рейтингової системи має місце удосконалення методології рейтингової оцінки та розробка відповідної системи критеріїв оцінки етичності і КСВ з урахуванням міжнародних стандартів та специфіки фінансового сектору. В Україні все ж таки визнають важливість розвитку КСВ банківського сектору, вивчають та систематизують критерії в її оцінку, але це залишається на досить низькому рівні, в т. ч. через важкість збору вихідних даних щодо цього дослідження та відсутність загальноприйнятих стандартів.

Варто відмітити, що в Україні формується рейтинг управління корпоративною репутацією «Репутаційні активісти» від журналу «Бізнес», Агенства PR-Service та Noks Fishes, що відображає репутацію банківських установ згідно з соціальною орієнтованістю та позиціями (табл. 4).

Згідно з цим рейтингом ПАТ «Альфа-Банк» став лідером рейтингу «Репутаційні активісти» серед банківських установ за версією журналу «Бізнес». Це вже третій Національний рейтинг якості управління корпоративною репутацією, який відзначає компанії з високим рівнем організації бізнес-процесів репутаційного менеджменту.

Зокрема, ПАТ «Альфа-Банк» отримав найвищу оцінку експертів за низкою критеріїв рейтингу: медіа активність, інноваційний підхід, іміджевий капітал КСВ. Також дана банківська установа в трійці лідерів за показником стабільності репутації.

Таблиця 4 Рейтингування банківських установ відповідно до репутаційних активістів 2017 р.

№	Банківська установа	Репутаційна стабільність	Іміджевий капітал КСВ	Медіа активність	Інноваційний підхід	Середній бал
1	ПАТ «Альфа-банк»	41,5	41,8	42,8	42,2	41,9
2	ПАТ «Креді Агріколь Банк»	43,5	41,5	42,0	40,8	41,7
3	ПАТ «ПриватБанк»	39,7	40,7	42,7	42,0	41,5
4	ПАТ «ПУМБ»	40,7	41,0	40,7	41,0	40,9
5	АТ «Райффайзен Банк Аваль»	41,8	40,8	42,4	38,2	40,3
6	ПАТ «Укрсоцбанк»	39,3	36,2	38,2	36,5	37,3
7	АТ «ОТП Банк»	37,6	34,8	36,1	34,2	35,7
8	ПАТ «Forward Bank»	37,0	33,3	35,3	37,3	35,3
9	АТ «УкрСиббанк»	37,5	37,5	37,5	31,5	35,2
10	АБ «Укргазбанк»	36,7	36,0	35,1	34,0	35,1

Джерело: складено авторами на основі матеріалів [5]

До трійки лідерів увійшли ще такі банківські установи як: ПАТ «Креді Агріколь Банк» та ПАТ «ПриватБанк», що найкраще підтримують та розвивають свою репутацію

на ринку, а на останньому місці – АБ «Укргазбанк». Якщо аналізувати даний рейтинг за 2016 р., то ситуація була іншою (рис. 1)

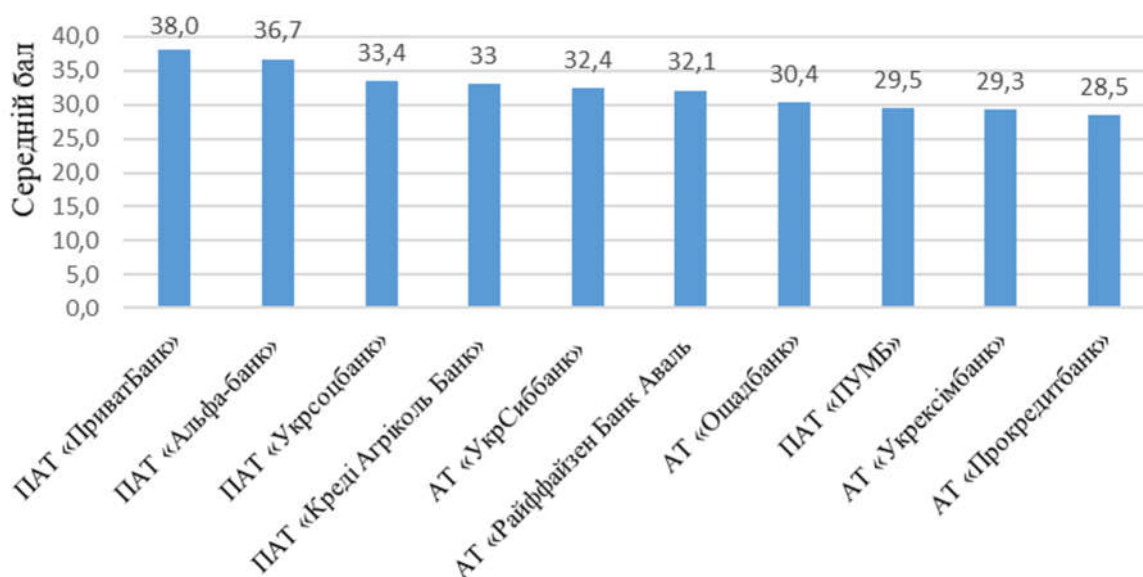


Рисунок 1 – Рейтингування банківських установ України відповідно до репутаційних активістів, 2016 р.

Джерело: складено автором на основі матеріалів [5]

У 2016 році перше місце займав ПАТ «ПриватБанк» (38,0 балів), друге місце – ПАТ «Альфа-банк» (36,7 балів) та трійку лідерів закривав ПАТ «Укрсоцбанк» (33,4 балів).

Необхідно також відмітити витрати, які здійснюють банківські установи на навчання

свого персоналу, адже вони впливають на формування соціальної орієнтованості та в майбутньому на рейтинг установи (табл.5).

Таблиця 5 Рейтинг КСВ банківських установ України за рівнем витрат на навчання персоналу, станом на 01.01.2017 р.

№	Банківська установа	Витрати на рекламу, тис. грн	Чистий прибуток) тис. грн	Витрати на навчання персоналу, тис. грн	% витрат на навчання персоналу у прибутку
1	АТ «Ощадбанк»	47257	464085	99702	21,9
2	АТ «Райфайзен банк Аваль»	24960	3820644	50011	1,3
3	АТ «ОТР Bank»	16182	954124	2911	0,3
4	ПАТ «ПУМБ»	50130	367011	14522	3,9

Джерело: складено автором на основі матеріалів сайту НБУ

Розраховані дані свідчать про те, що банківські установи України по різному приділяють увагу навчанню свого персоналу вбачаючи в цьому різну користь та ефект. На даний момент АТ «Ощадбанк» витрачає майже 22 % свого прибутку на навчання персоналу та підвищення кваліфікації, вбачаючи в цьому найцінніший ефект, це також підвищує вмотивованість працівників і покращує загальний рейтинг та імідж банківської установи в цілому.

Висновки. На сьогоднішній день серед існуючих підходів до оцінки формування корпоративної соціальної відповідальності

банківських установ відсутня єдина методика та підхід. Ті методики, які існують, мають рекомендаційний характер і не мають практичного використання банківськими установами України, це все взаємопов'язано з відсутністю певних норм та вимог чинного законодавства. Відповідно, на нашу думку, у розрізі банківських установ доцільно запровадити методичні рекомендації щодо оцінки КСВ на законодавчому рівні, виконання яких буде обов'язковим для всіх банківських установ та виключатиме суб'єктивний характер.

Література:

1. Благоев Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции : монографія / Ю. Е. Благоев. – СПб. : Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2011. – 2-е изд. – 272 с.
2. Галушка З. І. До питання про соціалізацію банківської діяльності / З. І. Галушка, А. П. Дучинський // Науковий вісник Буковинського державного фінансово-економічного університету : зб. наук. праць. – Чернівці : Вид-во БДФЕУ. – 2012. – Вип. 1 (22). – 468 с.
3. Колот А. М. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : монографія / А. М. Колот, О. А. Грішнова та ін.; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Колота. – К. : КНЕУ, 2012. – 501 с.
4. Максимилиан М. Новая инициатива СОБ : ваши первые сто дней вместе с Impact Economy / М. Масимилиан // Рабочие материалы Impact Economy Том 3 (русское издание). – Женева : Impact Economy, 2013. – 29 с.
5. Міжнародний рейтинг якості управління корпоративною репутацією [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://reparativ.com.ua/>.
6. Представление информации о влиянии корпораций на общество: текущие тенденции и вопросы / Конференция Организации объединенных наций по торговле и развитию. – Нью-Йорк, Женева : ООН, 2004. – № R.04.II.D.18. – 118 с.
7. Савченко А. А. К методологии оценки корпоративной социальной деятельности / А. А. Савченко // Вестник СПбГУ, 2008. – Сер. 8, Вып. 4. – С. 76-106.
8. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.un.org.ua/files/Concept_Paper.pdf.
9. Barnett M. Stakeholder Influence Capacity and the Variability of Financial Returns to Corporate Social Responsibility / M. L. Barnett // Academy of Management Review. 2007. – Vol. 32. – № 3. – P. 794–816.

References:

1. Blagov, Ju. E. (2011), *Korporativnaja social'naja otvetstvennost'* [Corporate Social Responsibility], 2nd ed, *Vysshajaja shkola menedzhmenta*, Sankt-Peterburg, Russia.
2. Galusha, Z. I. and Duchins'kmij, A. P. (2012), "On the question of the socialization of banking activities", *Naukovyi visnyk BDFEU*, vol. 1 (22), pp. 486.
3. Kolot, A .M. and Grishnov, O. A. (2012), *Social'na vidpovidal'nist': teorija i praktika rozvitku* [Social responsibility: the theory and practice of development], KNEU, Kyiv, Ukraine.
4. Maksimilian, M. (2013), *Novaja iniciativa SOB: vashi pervye sto dnei vmeste s Impact Economy* [New SOB initiative: your first hundred days together with Impact Economy], no. 3, Zheneva.
5. Mizhnarodnyj rejtynh iakosti upravlinnia korporatyvnoiu reputatsiieiu, available at: <http://repactiv.com.ua/> (Accessed 4 December 2017)..
6. "Presentation of information on the impact of corporations on society: current trends and issues", *United Nations Conference on Trade and Development*, United Nations, New York, Geneva, 2004.
7. Savchenko, A. A. (2008) "To the methodology for assessing corporate social activities", *Vestnik SPbGU*, vol. 4, pp. 76-106.
8. "Social responsibility of business: understanding and implementation", available at: http://www.un.org.ua/files/Concept_Paper.pdf (Accessed 4 December 2017).
9. Barnett M. (2007), "Stakeholder Influence of Capacity and the Variability of Financial Returns to Corporate Social Responsibility", *Academy of Management Review*, vol. 32, no. 3. pp. 794-816.



Ця робота ліцензована *Creative Commons Attribution 4.0 International License*