

УДК 336.71:3.085

Вербицька Я.Є.

головний спеціаліст,

економіст відділу фінансів підприємств

Головного управління статистики у Сумській області

## МІСЦЕ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ БАНКІВ УКРАЇНИ

### THE ROLE OF SOCIAL RESPONSIBILITY IN PROVIDING THE COMPETITIVE POSITION OF UKRAINIAN BANKS

#### АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена проблемі впливу соціальної відповідальності банків на їхню конкурентну позицію. Обґрунтовано, що забезпечення конкурентної позиції банків передбачає застосування певного інструментарію та методів. Мета статті полягає у визначенні місця соціальної відповідальності банків у забезпеченні їхньої конкурентної позиції на ринку фінансових послуг. Визначено основні положення формування соціальної відповідальності банків у системі забезпечення конкурентної позиції банків, а саме: ініціативи соціально-відповідальної діяльності банків, рівні управління соціальною відповідальністю, принципи.

**Ключові слова:** банк, конкурентна позиція, соціальна відповідальність, заощадження, банківські послуги.

#### АННОТАЦИЯ

Статья посвящена проблеме влияния социальной ответственности банков на их конкурентную позицию. Обосновано, что обеспечение конкурентной позиции банков предусматривает применение определенного инструментария и методов. Цель статьи заключается в определении социальной ответственности банков в обеспечении их конкурентной позиции на рынке финансовых услуг. Определены основные положения формирования социальной ответственности банков в системе обеспечения конкурентной позиции банков, а именно: инициативы социально-ответственной деятельности банков, уровень управления социальной ответственностью, принципы.

**Ключевые слова:** банк, конкурентная позиция, социальная ответственность, сбережения, банковские услуги.

#### ANNOTATION

The article is dedicated to an issue of the influence of social responsibility of the banks on their competitive position. The author has determined that providing the competitive position for the banks consists in application of particular instruments and methods. The article purpose is to determine the place of social responsibility of the banks in providing their competitive position in the market of financial services. The author has indicated the main frameworks of formation of social responsibility of the banks within the system of providing the competitive position of the banks, namely: incentives of the socially responsible activity of the banks; social responsibility levels; principles.

**Keywords:** bank, competitive position, social responsibility, savings, banking services.

**Постановка проблеми.** В умовах сучасної еволюції економічної системи необхідно по-новому осмислювати сутність багатьох категорій, у тому числі і поняття «банк» крізь призму функцій та завдань, що повинен він виконувати для підтримки соціально-економічного розвитку України.

Сучасний банк – це не тільки інститут фінансового ринку, який формує та розподіляє кредитні ресурси для отримання максимального прибутку, а також фінансова установа на

ринку фінансових послуг, для якої соціальна роль та репутація у суспільних економічних відносинах стають першочерговими критеріями забезпечення їхньої конкурентної позиції.

Забезпечення конкурентної позиції банків передбачає застосування певного інструментарію та методів. Одним із них виступає забезпечення соціальної відповідальності банків. Соціальна відповідальність банків підвищує довіру до них з боку клієнтів та конкурентів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Тема соціальної ролі банків на ринку фінансових послуг останніми роками усе частіше зустрічається у працях вітчизняних авторів, зокрема: С.Б. Єгоричева обґрунтовує наявність соціальних аспектів банківського бізнесу, що поступово стають факторами його розвитку та збагачення сутності банківської діяльності [1]; Н.А. Супрун досліджує засади корпоративної соціальної відповідальності як чинника сталого розвитку та зростання конкурентоспроможності підприємницького та суспільного секторів [2]; І.П. Малик визначає роль соціальної відповідальності бізнесу в Україні, а також ступінь її впровадження в бізнес-практику корпорацій [3]; О.М. Діденко ідентифікувала вплив, який здійснюють соціальні ініціативи на діяльність банків [4]; Т.В. Башинським доведено важливість соціальної відповідальності банків в реалізації соціальної політики держави [5].

Поряд із вищезазначеним актуальним питанням залишається дослідження місця соціальної відповідальності банків у забезпечення їхньої конкурентної позиції на ринку фінансових послуг.

**Мета статті** полягає у визначенні місця соціальної відповідальності банків у забезпеченні їхньої конкурентної позиції на ринку фінансових послуг.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Проблематика соціальної відповідальності банків істотно актуалізується в умовах кризових явищ та системних нестабільностей в економічній сфері країни. І, як зазначає І.М. Польова, соціальна відповідальність банківського бізнесу означає дотримання засад якісного управління та ефективного ведення діяльності, орієнтованої на довгострокову перспективу, тобто враху-

вання не лише економічної вигоди при веденні банківського бізнесу, а й чинників соціальної стабільності, корисності для території присутності та місцевого населення [6, с. 121].

З цією думкою погоджується автор статті, визначаючи, що конкурентна позиція передбачає визначення основних індикаторів, за допомогою яких можна оцінити досягнутий рівень стабільності ринкової кон'юнктури щодо капіталізації, збалансованості залучених і розміщених ресурсів банку та їхньої достатності [7, с. 52]. При цьому автор наголошує, що збалансованість залучених і розміщених ресурсів банку та їхньої достатності можлива тільки за умови встановлення у банку програми соціальної відповідальності.

Варто зазначити, що Організація економічної співпраці та розвитку (OECD) розглядає соціальну відповідальність як сталий розвиток і передбачає збалансованість економічних, соціальних та екологічних цілей суспільства, інтеграцію їх у взаємовигідні принципи та підходи [8].

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) Банку – це відповідальне ставлення Банку до свого продукту (послуги), працівників, споживачів, партнерів, акціонерів, активна соціальна позиція, яка полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі з представниками комерційного сектору і суспільства, державної влади, зацікавленими сторонами для надання ефективного сприяння рішенню гострих економічних, соціальних, гуманітарних та екологічних проблем [9].

Соціальна відповідальність передбачає добровільні дії банку, спрямовані на те, щоб у своїй діяльності враховувати інтереси суспільства, працівників, партнерів та інших стейкхолдерів. Корпоративна етика банку являє собою певну культуру взаємодії керівництва і персоналу між собою і з зовнішніми стейкхолдерами, часто на основі «кодексу честі», від неформальних правил і етичних норм до офіційної місії компанії, слідування

Таблиця 1  
Концентрація активів, зобов'язань і капіталу за групами банків України у 2014 р., %

Група	Загальні активи		Зобов'язання		Капітал	
	01.01.2014	01.01.2015	01.01.2014	01.01.2015	01.01.2014	01.01.2015
I група	64,9	73,3	65,3	72,8	58,4	74,5
II група	17,4	14,3	16,5	15,0	22,0	10,2
III група	7,8	7,3	8,4	7,4	6,7	6,9
IV група	9,9	5,1	9,8	4,8	12,9	8,4

Джерело: розраховано автором за матеріалами [11]

Таблиця 2

Аналіз змісту офіційних сайтів банків I групи  
відповідно до соціальної відповідальності за 2014 рік

Назва банку	Назва рубрики	Сутність рубрики
ПАТ «Приватбанк»	Соціальна позиція	Один із найбільших роботодавців України; Приватбанк – зелений банк; Приватбанк навчає фінансовій грамотності; Приватбанк займається благодійністю
ПАТ «Дельта банк»	Банк і суспільство	Сприяння благоустрою місць відпочинку, паркових зон, покращення якості життя тощо
ПАТ «Райффайзен банк Аваль»	Соціальна відповідальність	Відповідальність банківської установи перед суспільством знаходить відображення в надійності фінансового інституту, прозору веденні бізнесу забезпеченні високої якості продуктів і послуг, пропозиції достойних робочих місць для українців, гарантії належних умов праці власному персоналу, а також в екологічній відповідальності та активній благодійній і спонсорській діяльності.
ПАТ «Альфа-банк»	Банк і суспільство	Благодійні програми в галузі здоров'я та екології; підтримка мистецтва та культури; підтримка талановитої молоді; підтримка соціальних проєктів.
ПАТ ВТБ-банк	Соціальна відповідальність	Соціальна корпоративна відповідальність – така ж невід'ємна частина політики групи ВТБ, як фінансова ефективність і націленість на комерційний успіх. Адже результатом роботи групи повинні стати не лише успішні проєкти і прибуткові операції, але і процвітаюче і гармонійне суспільство. Прагнучи сприяти стійкому розвитку суспільства і зрештою підвищувати якість життя людей, група ВТБ на постійній основі надає підтримку охороні здоров'я, спорту, освіті і науці, культурі і мистецтву, соціально незахищеним верствам населення на територіях присутності ВТБ.
ПАТ «Надра банк»	Соціальна відповідальність	Інформація відсутня.

Джерело: складено автором на основі офіційних сайтів банків [12-17]

яким допомагає бізнесу змогу міцнити свої конкурентні позиції у довгостроковій перспективі [10].

Автор розглядає систему соціальної відповідальності банків повинна являти собою сукупність принципів її взаємодії із суспільством, зацікавленими сторонами, такими як співробітники, партнери, акціонери, інвестори, місцеві громади, органи влади, інші стейкхолдери, і основою метою повинно бути забезпечення інтересів вкладників та кредиторів з метою досягнення конкурентної позиції на ринку банківських послуг.

Основними проблемами банківського сектору України протягом 2014 року були значний вплив ресурсів з банківської системи, погір-

шення якості кредитних портфелів банків та збиткова діяльність. Зростання основних показників діяльності банківського сектору за підсумками 2014 року відбулося лише за рахунок курсової переоцінки активів та зобов'язань банків через зниження курсу гривні до основних іноземних валют (табл. 1).

За даними щорічного групування банків за розміром активів, у 2014 році до I групи віднесено 15 банків, до II групи – 20 банків, до III групи – 23 банки та до IV групи – 122 банки. У 2014 році тривав процес концентрації активів, капіталу та зобов'язань у банках I групи, де на 01.01.2015 було сконцентровано 73,3% загальних активів банків України, 74,5% капіталу та 72,8% загального обсягу зобов'язань.

Таблиця 3

**Основні положення формування соціальної відповідальності банків  
у системі забезпечення конкурентної позиції банків**

Напрямок	Видові характеристики	Зміст
Ініціативи соціально-відповідальної діяльності банків	Благодійні справи	залучення уваги суспільства до певної соціальної потреби або допомога в зборі коштів, залучення учасників та волонтерів
	Благодійний маркетинг	зобов'язання робити внески або відраховувати відсотки від обсягів продажу на благодійну справу
	Корпоративний соціальний маркетинг	підтримка кампаній покращення суспільного здоров'я або безпеки, та сприяння захисту навколишнього середовища
	Корпоративна філантропія	пожертвування безпосередньо благодійній організації, як правило у вигляді грошових грантів, подарунків та / або товарів і послуг
	Волонтерська робота в інтересах суспільства	підтримка та заохочення працівників допомагати місцевим громадським організаціям та ініціативам
	Соціально-етичні підходи до ведення бізнесу	впровадження практики ведення бізнесу та інвестиції, що сприяють росту добробуту суспільства та збереженню навколишнього середовища
Рівні управління соціальною відповідальністю	Внутрішній	реалізація банком соціальної відповідальності перед персоналом (створення сприятливих умов праці, соціальний розвиток колективу, сприятливий психологічний клімат, підвищення кваліфікації персоналу, можливість працівників приймати участь в управлінні банком)
	Зовнішній	реалізація соціальної відповідальності перед клієнтами банку (задоволення потреб клієнтів на найвищому рівні)
	Соціальний	реалізація соціальної відповідальності перед громадою, суспільством (в межах території, на якій працює банк сприяння стійкому розвитку суспільства через участь у вирішенні соціальних проблем, підвищення рівня культурного розвитку населення, стимулювання ділової активності)
Принципи	Відкритість та прозорість діяльності	банк має прозоро та об'єктивно здійснювати підготовку обов'язкової фінансової звітності по національним та міжнародним стандартам, а саме: результати фінансової та операційної діяльності; власність на великі пакети акцій та розподіл прав голосу; фактори ризику, що прогноуються; питання, пов'язані з працівниками та зацікавленими особами; структура та політика управління та організаційна структура банку; розкриття системи ціноутворення на банківські послуги та продукти
	Спрямованість діяльності на побудову доброзичливих і взаємовигідних відносин з усіма зацікавленими	ґрунтується на безперечному додержанні принципів корпоративного управління і ділової етики, прийнятих у світовій фінансовій практиці
	Неухильне виконання вимог законодавства та протидія усім видам корупції	чітке дотримання законодавства України: банківського, адміністративного, податкового та іншого
	Стимулювання формування громадянського суспільства через благодійні та спонсорські програми	реалізовується в процесі проектування нових продуктів і послуг банку, в рамках процесу внутрішніх консультацій, з урахуванням фінансової безпеки банку та потреби суспільства

Джерело: складено автором з використанням матеріалів [18; 19, с. 289]

Проведений аналіз змісту офіційних сайтів банків першої групи висвітлює власну соціальну зорієнтованість, що наведено у таблиці 2.

Таким чином, із досліджуваних банків І групи станом на 01.01.2015 тільки шість з них мають рубрику про соціальну відповідальність. Окрім цього, державні банки, такі як ПАТ «Укресімбанк», ПАТ «Ощадбанк», її не мають.

Виходячи із вищезазначеного, доходимо висновку про те, що кожна банківська установа повинна мати таку рубрику з метою підвищення довіри до неї та ефективності управління конкурентною позицією банку. Формування рубрики соціальної відповідальності банків повинно виходити із позицій встановлення ініціатив соціально-відповідальної діяльності, дотримання принципів, визначення рівнів управління соціальною відповідальністю (табл. 3).

**Висновки.** Таким чином, сучасний стан банків України вимагає прийняття трансформаційних заходів щодо покращення їхньої конкурентної позиції, а саме: вирішення питання якості активів та капіталізації банків; стимулювання структурних перетворень у банківській системі; вирішення структурних дисбалансів у балансах банків задля стимулювання сталого розвитку банківської системи, розвиток корпоративного управління в банках, підвищення соціальної відповідальності банків.

Стратегічним завданням у контексті створення передумов для забезпечення конкурентної позиції банків повинна стати побудова такої моделі соціальної відповідальності, яка б віддзеркалювала та враховувала як національний, так і інтернаціональний зрізи. Норми соціальної відповідальності мають формуватися на фундаменті вітчизняного законодавства та бути адаптованими до специфіки історичних, соціокультурних особливостей національного ринку банківських послуг. Використання західного досвіду у цій сфері повинно ґрунтуватися на використанні методів компаративного аналізу, основною метою яких є ознайомлення зі світовою та вітчизняною практикою соціально відповідального банку.

Банки, приймаючи від приватних осіб вклади, повинні захищати їх від тиску інфляції. Здійснюючі кредитування населення, банки створюють нову форму економічних відносин, які повинні сприяти піднесенню соціального рівня життя населення.

У сучасних умовах банки повинні трансформуватися відповідно до виконання ними ролі ефективного, різнопланового діючого елементу системи забезпечення соціальної стабільності суспільства. При зростанні суспільних вимог банкам, щоб досягти певного рівня конкурентної позиції, необхідно враховувати моральні, етичні, релігійні цінності та особливості розвитку культури регіону, в якому він здійснює діяльність.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Єгоричева С.Б. Соціальна роль та соціальна відповідальність комерційних банків / С.Б. Єгоричева // Вісник Української академії банківської справи. – 2008. – № 1(24). – С. 70-75.
2. Супрун Н.А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку Н.А. Супрун // Економіка і прогнозування. – 2009. – № 3. – С. 61-74.
3. Малик І.П. Развитие социальной ответственности бизнеса в Украине / И.П. Малик // Економічний простір. – 2008. – № 13. – С. 112-123.
4. Діденко О.М. Корпоративна соціальна відповідальність як невід'ємна складова функціонування сучасного банку / О.М. Діденко // Вісник Української академії банківської справи. – 2014. – № 1. – С. 14-18.
5. Башинський Т.В. Соціальна відповідальність банківського сектору України // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2014. – № 25. – С. 104-110.
6. Польова І.М. Соціальна відповідальність банківських установ / І.М. Польова // Фінансово-економічний розвиток України в умовах євроінтеграції : збірник матеріалів ІV всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції, 25 березня 2015 р. – Львів : ЛКА, 2015. – С. 121-124 с.
7. Вербицька Я.Є. Напрями забезпечення конкурентної позиції банків України / Я.Є. Вербицька // Стан, проблеми та перспективи вдосконалення економіки України : матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м. Ужгород, 2-3 жовтня 2015 р.) / За заг. ред.: М.М. Палінчак, В.П. Приходько, А. Krynski. – Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2015. – Ч. 2. – С. 51-54.
8. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.management.com.ua/cm/cm037.html>.
9. Базова інформації із корпоративної соціальної відповідальності : посібник / О. Лазоренко, Р. Колишко [та ін.]. – К. : Видавництво «Енергія», 2008. – 96 с.
10. Благов Ю.Е. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление / Ю.Е. Благов // Российский журнал менеджмента. – 2004. – № 3. – С. 17-34.
11. Дані фінансової звітності банків України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat\\_id=64097](http://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=64097).
12. Офіційний сайт ПАТ Приватбанк [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://privatbank.ua/ua/about/social/>.
13. Офіційний сайт ПАТ «Дельта банк» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://deltabank.com.ua/>.
14. Офіційний сайт ПАТ «Райффайзен банк Аваль» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.raiffeisen.ru/about/>.
15. Офіційний сайт ПАТ «Альфа-банк» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://alfabank.ru/society/>.
16. Офіційний сайт ПАТ ВТБ-банк [Електронний режим]. – Режим доступу : <http://www.vtb.ru/social/>.
17. Офіційний сайт ПАТ «Надра банк» [Електронний режим]. – Режим доступу : [http://www.nadrabank.ua/site/page.php?id\\_part=104&lang=RU](http://www.nadrabank.ua/site/page.php?id_part=104&lang=RU).
18. Котлер Ф. Основы маркетинга : пер. с англ. / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – [9-е изд.]. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2003. – 1200 с.
19. Ласукова А.С. Сутність поняття «соціальна корпоративна відповідальність» та його впровадження в банках України / А.С. Ласукова // Научный вестник ДГМА. – 2011. – № 1(7). – С. 286-290.