

**Тяжкороб І. В.**

*доктор економічних наук, доцент,  
професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування  
Львівського навчально-наукового інституту ДВНЗ «Університет банківської справи»,  
Україна;  
e-mail: ira.tyazhkorob@gmail.com; ORCID ID: 0000-0002-8260-5999*

**Голуб Г. Г.**

*кандидат економічних наук, доцент, декан факультету фінансів та управління  
Львівського навчально-наукового інституту ДВНЗ «Університет банківської справи»,  
Україна;  
email: golub.anna.gr@gmail.com; ORCID ID: 0000-0002-9937-8745*

**Голуб Р. Р.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування  
Львівського навчально-наукового інституту ДВНЗ «Університет банківської справи»,  
Україна;  
email: or.golub@gmail.com; ORCID ID: 0000-0002-1414-3470*

## **ПОЛІТИКА СОЦІАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ: УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ І ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД**

**Анотація.** Зазначено, що в умовах зростання конкурентної боротьби на фінансових ринках особливої актуальності набувають питання впровадження принципів соціального інвестування у діяльність банківських установ. Зазначено, що у 2007—2018 рр. вітчизняні банки мали різний ступень інформаційної відкритості стосовно здійснюваної ними політики корпоративної соціальної відповідальності. Виявлено, що загальною тенденцією останніх років є зростання індексу прозорості банків щодо політики соціальної відповідальності, проте його середній рівень є нижчим, аніж рівень, який мають агропідприємства, компанії енергетики та металургії. Акцентовано увагу на існуванні прямого взаємозв'язку між інформаційною прозорістю банків та їхньою надійністю. Констатовано на основі аналізу нефінансової звітності вітчизняних банківських установ, що в теперішній час відбувається заміна традиційних соціальних програм на волонтерську допомогу з боку співробітників банків, а також переорієнтація з іміджевого аспекту соціального інвестування на стратегічний. Наголошено, що інтеграція політики соціального інвестування в загальну стратегію розвитку банків зумовлює необхідність визначення кількісного впливу соціальних інвестицій на ефективність банківського бізнесу. Визначено обмеженість внутрішніх соціальних інвестицій (інвестиції у навчання персоналу) і несистемний характер зовнішніх соціальних інвестицій (благодійництва) вітчизняних банків. Обґрунтовано на основі результатів кореляційного аналізу щільність і характер зв'язку між зростанням ефективності соціального інвестування, розміром витрат на маркетинг і результативністю банківської діяльності відповідно. Запропоновано поширення зарубіжного досвіду соціального інвестування банків, зокрема, використання таких сучасних інноваційних технологій партнерства банків із зацікавленими сторонами, як грант-мейкінг і паблік рілейшнз.

**Ключові слова:** соціальна відповідальність, соціальне інвестування, грант-мейкінг, паблік рілейшнз, банк.

Формул: 0; рис.: 3; табл.: 1; бібл.: 12.

**Tiashkorob I.**

*Doctor of Economics, Associate Professor,  
Professor of the Department of Finances, Banking and Insurance  
of the Lviv Educational-Scientific Institute of SHEI «Banking University», Ukraine;  
e-mail: ira.tyazhkorob@gmail.com; ORCID ID: 0000-0002-8260-5999*

**Holub H.**

*Ph. D. in Economics, Associate Professor,  
Dean of the Faculty of Finance and Management  
of the Lviv Educational-Scientific Institute of SHEI «Banking University», Ukraine;  
email: golub.anna.gr@gmail.com; ORCID ID: 0000-0002-9937-8745*

**Holub R.**

*Ph. D. in Economics, Associate Professor,  
Associate Professor of the Department of Finances, Banking and Insurance  
of the Lviv Educational-Scientific Institute of SHEI «Banking University», Ukraine;  
email: or.golub@gmail.com; ORCID ID: 0000-0002-1414-3470*

### **BANKING INSTITUTIONS: UKRAINIAN REALITIES AND FOREIGN EXPERIENCE**

**Abstract.** In the context of growing competition in the financial markets, the implementation of the principles of social investment in the banking's activity is of particular relevance. In 2007—2018 domestic banks had varying degrees of information transparency regarding corporate social responsibility policies. The general tendency of recent years is the growth of the transparency index of banks with respect to social responsibility policy. However, the average level of information disclosure by banks on corporate social responsibility is lower than the level that agricultural enterprises, energy and metallurgy companies have. The existence of a direct relationship between the information transparency of banks and their reliability is noted. The non-financial reporting of domestic banking institutions has been analyzed and it has been concluded that traditional social programs are being replaced by volunteer assistance from bank employees and a shift from the image aspect of social investment to a strategic aspect is underway. Integration of the social investment policy into the general development strategy of banks necessitates determination of the quantitative impact of social investments on the efficiency of the banking business. The insignificant volume of domestic social investments (investments in staff training) and the unsystematic nature of external social investments (charity) of domestic banks are determined. Based on the results of the correlation analysis, the density and nature of the relationship between the growth in the effectiveness of social investment, the size of marketing costs and the effectiveness of banking, respectively, are substantiated. It is proposed to disseminate foreign experience in social investment of banks, in particular, the use of such modern innovative technologies of partnership of banks with interested parties as grant-making and public relations.

**Keywords:** social responsibility, social investing, grant-making, public relations, bank.

**JEL Classification** G21, M14

Formulas: 0; fig.: 3; tabl.: 1; bibl.: 12.

**Тяжкороб И. В.**

*доктор экономических наук, доцент,  
профессор кафедры финансов, банковского дела и страхования  
Львовского образовательного-научного института  
ГВУЗ «Университет банковского дела», Украина;  
e-mail: ira.tyazhkorob@gmail.com; ORCID ID: 0000-0002-8260-5999*

**Голуб А. Г.**

*кандидат экономических наук, доцент, декан факультета финансов и управления  
Львовского образовательного-научного института  
ГВУЗ «Университет банковского дела», Украина;  
email: golub.anna.gr@gmail.com; ORCID ID: 0000-0002-9937-8745*

**Голуб Р. Р.**

*кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры финансов, банковского дела и страхования*

## ПОЛИТИКА СОЦИАЛЬНОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ БАНКОВСКИХ УЧРЕЖДЕНИЙ: УКРАИНСКИЕ РЕАЛИИ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

**Аннотация.** Отмечено, что в условиях роста конкурентной борьбы на финансовых рынках особую актуальность приобретают вопросы внедрения принципов социального инвестирования в финансовую деятельность банковских учреждений. Оценена эффективность социального инвестирования отечественных банков. Обоснованы на основании результатов корреляционного анализа теснота и характер связи между эффективностью социального инвестирования и результативностью банковской деятельности. Предложено распространение зарубежного опыта социального инвестирования банков, в частности использование таких современных инновационных технологий партнерства банков с заинтересованными сторонами, як грант-мейкинг и паблик рилейшнз.

**Ключевые слова:** социальная ответственность, социальное инвестирование, грант-мейкинг, паблик рилейшнз, банк.

Формул: 0; рис.: 3; табл.: 1; библи.: 12.

**Вступ.** Останнім часом у країнах з перехідною економікою та у країнах, що розвиваються, концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) стала одним із видів інноваційної управлінської діяльності не тільки промислового підприємства, а й фінансової установи, зокрема банку. Адже банк також є корпоративним підприємством, що здійснює підприємницьку діяльність. Крім того, банк є соціальним інститутом, що передбачає соціальні відносини як у внутрішньому середовищі банку, так і відносини із зовнішнім оточенням — соціумом. Банківські установи, виконуючи роль фінансових посередників шляхом надання доступу до кредитних ресурсів зацікавленим сторонам, займають одну із ключових ніш у сучасній економічній системі, беруть активну участь у підтримці соціальної стабільності в суспільстві. Тому в умовах зростання конкурентної боротьби на фінансових ринках технологія КСВ перетворюється в потужний інноваційний інструмент формування ділової репутації вітчизняного банківського бізнесу і досягнення ним бажаних конкурентних позицій.

Одним із дієвих механізмів реалізації концепції КСВ є політика соціального інвестування, основною метою якої є ухвалення таких інвестиційних рішень, які забезпечать баланс між цільовою соціальною ефективністю і максимально можливим фінансовим результатом. У цьому зв'язку основною проблемою формування соціально орієнтованої інвестиційної політики українських банків є сприйняття ними соціальної відповідальності, переважно як здійснення необґрунтованих витрат. Водночас більшість західних фінансових компаній розглядають підвищення соціальної відповідальності як додаткові резерви та значні конкурентні переваги. Тому на сучасному етапі розвитку вітчизняного банківського сектору особливої актуальності набувають питання популяризації та імплементації принципів КСВ і політики соціального інвестування в основну фінансову діяльність банківських установ.

**Аналіз досліджень і постановка завдання.** Визначення впливу соціальних інвестицій на ефективність банківського бізнесу є важливим аспектом досліджень вітчизняних і зарубіжних учених [1—3; 9—12 та ін.]. Зокрема, аналіз наукових публікацій з цієї тематики показав, що авторами сформульовано передумови інвестування у розвиток проектів КСВ, виділено перешкоди, які заважають розвитку КСВ у банківській діяльності, наголошено на перевагах реалізації політики КСВ і соціального інвестування для економіки країни, регіонів та банківського сектору зокрема.

Проте, не зменшуючи значення наявних в економічній літературі напрацювань з цієї проблематики, слід зазначити, що сьогодні не існує єдиних підходів до реалізації соціально спрямованої інвестиційної політики у банківському секторі. Практика соціального інвестування для вітчизняних банківських установ є відносно новою. Тому аналіз результатів соціального інвестування тих небагатьох банківських установ, які здійснили певні кроки у цьому напрямі, дозволить сформувати первинне уявлення про ефективність цього виду діяльності, а також виявити можливості подальшого її удосконалення з урахуванням світових тенденцій і досвіду.

Таким чином, *метою статті* є визначення тенденцій розвитку соціального інвестування вітчизняних банківських установ та окреслення шляхів підвищення його ефективності з урахуванням зарубіжного досвіду.

Для досягнення поставленої мети використано такі *методи дослідження*, як узагальнення, порівняння, відносних і середніх величин, хронологічний, кореляційний, графічний і табличного аналізу.

**Результати дослідження.** Останніми десятиліттями політика соціального інвестування стає ідеологією корпоративного управління у банківській сфері. Розповсюдження інформації про спрямованість банківських установ на соціальне інвестування та підтримку соціальних цінностей свідчить про пріоритезацію цього напрямку в загальній фінансовій стратегії банків.

Розглянемо етапи та особливості розвитку цього процесу. Так, протягом 2007—2018 рр. діяльність вітчизняного банківського сектору характеризувалась різним ступенем інформаційної відкритості. У перші роки імплементації принципів КСВ у банківську діяльність з десяти найбільших українських банків, які у 2009 р. виконували понад 50% всіх банківських операцій і мали найбільше соціальне навантаження в Україні, лише банк «Надра» опублікував повноцінний звіт зі сталого розвитку українською мовою за 2007—2008 рр., ОТПбанк представив звітність за GRI англійською мовою 2009 року, а Райффайзен Банк Аваль і Укресімбанк розкрили інформацію про соціальну та екологічну відповідальність у річних фінансових звітах [1].

У наступні роки (2012—2017 рр.) підвищення вимог до розкриття інформації про власників банків сприяло формуванню іншого формату взаємин з акціонерами [2; 3], що зумовило подальшу загальну позитивну тенденцію. Так, отримані на основі оцінювання інформації корпоративних сайтів банківських установ щодо КСВ-політики та результатів її впровадження засвідчили про суттєве збільшення максимального значення індексу прозорості в 1,46 раза (з 24% у ПАТ «Укрсоцбанк» до 35% у ПАТ «Креді Агріколь Банк») і середнього його значення на 6,4% (з 19,6 до 26%). Проте, попри досягнуті результати, середній рівень розкриття інформації банківськими установами з КСВ серед компаній реального сектору України 2017 року виявився нижчим, аніж рівень, який мали на той час агропідприємства, компанії енергетики та металургії, та вищим лише відносно рівня добувних компаній [2; 3].

Взаємозв'язок між інформаційною прозорістю банків та їхньою надійністю 2018 року можна охарактеризувати як тісний, оскільки найбільш інформаційно-прозорі банки ввійшли у топ-10 найбільш надійних банків України (*табл.*). Тобто банки, які розглядають корпоративну соціальну відповідальність як один із ключових елементів свого стратегічного розвитку і мають високий рівень відкритості, продемонстрували кращу злагодженість внутрішніх бізнес-процесів, вищий рівень соціальної відповідальності та більш тісний зв'язок із громадськістю порівняно з конкурентами.

Аналіз структури нефінансових звітів банківського сектору показав, що фінансові компанії за 2007—2018 рр. пройшли значний шлях у наповненості нефінансових звітів: від рекламних буклетів до створення інструменту оцінки діяльності компанії у сфері КСВ на основі міжнародних стандартів [2]. При цьому слід зазначити, що практику КСВ у вітчизняному банківському секторі ввели банки, що належать європейським фінансовим групам, які працюють за міжнародними документами, зокрема згідно із Глобальним

договором ООН, серед них: Райффайзен банк Аваль, УкрСиббанк (BNP Paribas), ОТПбанк, Креді Агріколь банк, Кредобанк (РКО ВР), Прокредитбанк та ін. Головною мотивацією для цих банківських груп є збереження власної репутації на ринках Центральної та Східної Європи, що дозволяє їм установлювати нижчі ставки за депозитами порівняно із місцевими банками [5].

Таблиця

**Рейтинг надійності українських банків за якісними показниками\* (2018 рік)**

Назва банку	Оцінка надійності		Місце в рейтингу
	загальний бал	в тому числі оцінка за якісними показниками	
ПАТ «Райффайзен Банк Аваль»	33	7	1
ПАТ «УкрСиббанк»	32	6	2-3
ПАТ «Сітібанк»	32	6	2-3
ПАТ «ІНГ банк»	31	5	4
ПАТ «Креді Агріколь Банк»	29	7	5
ПАТ «ПриватБанк»	26	6	6-8
ПАТ «Укрексімбанк»	26	6	6-8
ПАТ «ОТП Банк»	26	5	6-8
ПАТ «Державний ощадний банк України»	24	6	9-10
ПАТ «ПроКредит Банк»	24	4	9-10

\* Прозорість діяльності банку, збалансованість ризик-менеджменту, репутація.

*Примітка.* Розроблено за [4].

Так, аналізуючи збірки бізнес-кейсів із КСВ в Україні за 2015—2019 р., слід зазначити, що саме практики європейських банківських груп віднесено до найкращих [6]. Зокрема, вдалим прикладом реалізації цілі сталого розвитку «Гідна праця та економічне зростання» є створення і функціонування на базі Platinum Bank у 2014—2016 рр. клубу волонтерів для реалізації проектів із КСВ за допомогою волонтерів — співробітників банку з усієї України і проект «День відповідального банкіра, спрямований на розвиток корпоративного волонтерства та зростання соціальної активності співробітників банку. Крім того, Кредобанком 2017 року створена і реалізується Програма працевлаштування студентів та випускників вищих навчальних закладів «Абсолютент». Результатом зазначених заходів стало підвищення активності співробітників банків до соціальних програм, а також поліпшення рівня організації КСВ заходів.

Для здійснення цілі сталого розвитку «Вжиття невідкладних заходів щодо боротьби зі зміною клімату і його наслідками» UKRSIBBANK BNP Paribas Group 2016 року розпочато і продовжується дотепер Програму кредитування енергоефективних товарів IQ-energy. Здійснення цієї програми тільки протягом 2016—2018 рр. дозволило банку збільшити до 35% кількість звернень за позиками, тобто кількість клієнтів зросла, і суттєво збільшити обсяг кредитів на суму понад 140 млн грн.

Креді Агріколь Банком для досягнення цілі сталого розвитку «Захист екосистем суші» 2016 року розпочато проект «Дерево за автокредит», що передбачає висаджування ялинок від імені клієнтів банку, які оформили кредит на авто. Участь у проекті взяли співробітники банку та їхні діти. Бюджет проекту становив 2016 року 30 тис. грн, а 2017-го зріс до 50 тис. грн. Таким чином банк, позиціонує себе як соціально та екологічно свідомо фінансова установа, підтримує високий рівень довіри з боку клієнтів, свідченням чому є зростаючі обсяги продажів автокредитів.

Суттєвий внесок у розвиток суспільства робить і банківська група. Таким чином, тенденцією останніх років у банківському бізнесі є ототожнення майбутніх успіхів із створенням ключових суспільних цінностей. При цьому довірчі відносини із зацікавленими сторонами розглядаються як важлива умова нормального функціонування ринку банківських послуг. Тому соціальними інвестиціями на корпоративному рівні є інвестиції в трудові ресурси, на територіальному рівні — інвестиції в місцеву громаду, на національному рівні — інвестиції у зміцнення тих цінностей, які об'єднують суспільство своєї країни, а на

глобальному — у формування загальнопланетарних цінностей. Тобто банки, реалізуючи соціальні інвестиції, вкладають у створення прийняттого для своєї діяльності навколишнього світу та отримують як союзники і профспілки, і екологічні рухи, не зважаючи на відмінні інтереси та цілі.

Європейський досвід упровадження принципів КСВ у банківську діяльність переймають й українські державні та приватні банки [6]. При цьому їхня чисельність у вітчизняному банківському секторі з року в рік невинно зростає. Слід зазначити, що соціально спрямовані інвестиційні проєкти здійснюють переважно ті банки, діяльність яких є публічною, а соціальна політика є частиною загальної фінансової стратегії банківської установи. Так, поміж інших, помітний внесок у зменшення нерівності серед населення здійснено державним банком ПрАТ «Ощадбанк» (2014—2018 рр.) — відкрито мережу інклюзивних відділень банку з метою повноцінної інтеграції людей з інвалідністю в суспільство, забезпечення рівного доступу до банківських послуг. Приватний банк «ПУМБ» для реалізації мети сталого розвитку «Якісна освіта» протягом 2018—2019 рр. узяв активну участь у проєкті «Моя кар'єра в Україні», що сприятиме професійній орієнтації молоді.

Ще однією, не менш важливою тенденцією, яку можна відслідкувати у нефінансовій звітності багатьох вітчизняних банківських установ, є заміна традиційних соціальних програм на волонтерську допомогу з боку співробітників банків. Залучення співробітників до волонтерської діяльності має фундаментальне значення для корпоративної культури та репутації банків, що дозволяє налагоджувати ділові та сприятливі відносини у банківській організації, та є важливим елементом кадрової роботи. Як свідчить досвід банків — представників європейських фінансових груп, зокрема, Platinum Bank, Кредобанк (РКО ВР), Креді Агріколь банк та ін., використання потенціалу волонтерства сприяє отриманню позитивного економічного та соціального ефекту від інвестування у соціальну сферу [6].

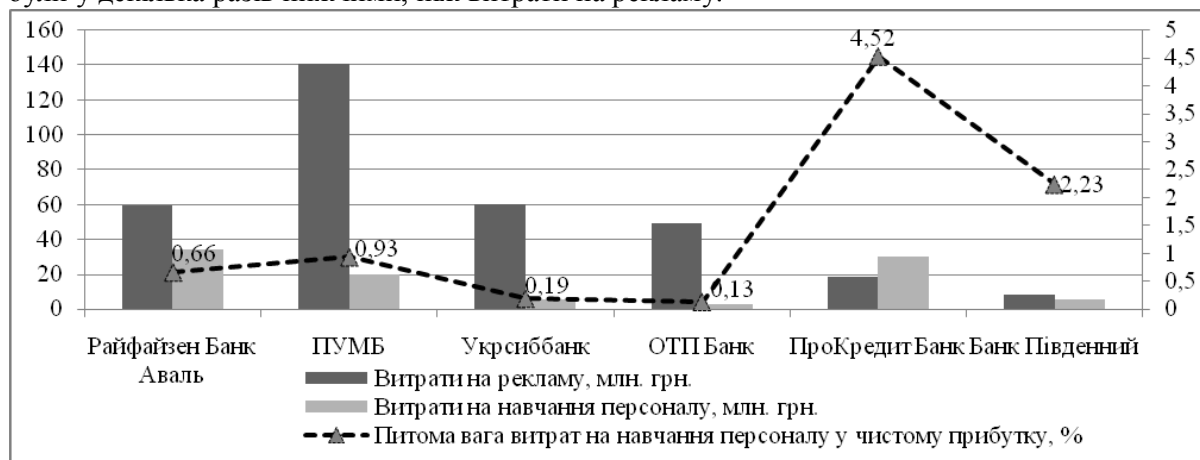
Сучасною тенденцією розвитку КСВ у банківському секторі є й переорієнтація з іміджевого аспекту соціального інвестування на стратегічний, тобто відбувається становлення стратегічного підходу до формування політики соціального інвестування та соціальної відповідальності. Стратегічний характер соціального інвестування передбачає чіткість зобов'язань перед зацікавленими сторонами і взаємозв'язок із фінансовою стратегією банку. Тому визначення не тільки якісного, а й кількісного впливу соціальних інвестицій на ефективність банківського бізнесу стає важливим моментом при обґрунтуванні їх доцільності на перспективу, особливо в умовах нестабільної та нестійкої економічної ситуації. У цьому зв'язку слід зазначити, що інвестиційні витрати щодо реалізації КСВ вітчизняними банками поки що складно оцінити, оскільки в соціальних звітах у більшості випадків вони не оприлюднюються або не виокремлюються.

Аналіз інформації, наявної у фінансовій звітності банків, дозволяє виділити два напрями соціального інвестування з позиції середовища банківської установи: внутрішнє інвестування і зовнішнє інвестування. При цьому внутрішній напрям обмежено витратами на навчання персоналу, а інформації щодо витрат на охорону його здоров'я не надається. Щодо зовнішніх соціальних інвестицій, що мають за мету інвестування у місцеву громаду, споживачів, ділових партнерів й екологію, то вони представлені лише інформацією про благодійницькі, спонсорські витрати або корпоративне волонтерство.

Так, аналізуючи внутрішні соціальні інвестиції підприємств фінансової та страхової діяльності в цілому по країні, слід зазначити, що, за даними Держкомстату, 2018 року витрати на професійне навчання становили 45,0 млн грн, а це лише 0,1% від загальних витрат на робочу силу та відповідає середньому рівню в Україні [7]. При цьому розмір середньомісячних витрат підприємств цього виду економічної діяльності у розрахунку на одного штатного працівника становив 17 грн, що є дуже низьким значенням і викликає сумніви стосовно можливості ефективного здійснення підприємствами цілей сталого розвитку. Підтвердженням неналежної уваги до необхідності професійного зростання персоналу банківських установ є відсутність відображення статті «Витрати на навчання персоналу» у фінансовій звітності більшості вітчизняних банків.

Зокрема, 2018 року лише невелика кількість — п'ять із топ-20 найбільших за активами банків України виокремлювала зазначений вид внутрішніх соціальних інвестицій. Крім того, серед тих банківських установ, що публікують кількісну інформацію про інвестиції у розвиток персоналу, у фінансовій звітності ці інвестиційні витрати мали різну назву та включали інші супутні витрати. Наприклад, в УкрСиббанку — це «Охорона праці, підбір кадрів, тренінги»; в ОТП Банку — «Витрати на професійну підготовку»; у банку «Південний» — «Інвестиційні витрати у програму навчання та розвитку, у систему дистанційного навчання»; у ПроКредит Банку — «Бізнес поїздки, витрати на навчання».

Отже, оцінювання обсягу внутрішніх соціальних інвестицій показало (рис. 1), що найвище значення показника зафіксовано для ПроКредит банку (4,52%) — це єдиний банк, який віддає перевагу навчанню персоналу в порівнянні з витратами на рекламу (вони більші ніж в 1,6 раза). Банки ПУМБ, Райффайзен банк Аваль, УкрСиббанк, ОТПбанк, банк «Південний», хоча і звітували про витрачання коштів на розвиток персоналу, та ці витрати були у декілька разів нижчими, ніж витрати на рекламу.



**Рис. 1. Аналіз ефективності внутрішніх соціальних інвестицій вітчизняних банків (станом на кінець 2018 року)**

*Примітка.* Розраховано на основі річної фінансової звітності банків, викладеної на сайтах банків.

Таким чином, аналіз внутрішніх соціальних інвестицій дозволяє зробити висновок, що українські банки більш схильні витратити кошти на яскраві рекламні кампанії замість інвестування у розвиток свого персоналу. З другого боку, спільною рисою для банків, які входять до трійки лідерів за показником витрат на рекламу і маркетинг [8], є участь у партнерських освітніх, культурних і спортивних програмах. Наприклад, ПУМБ у рамках партнерства з Київською школою економіки ініціював видачу студентських стипендій, а також став співорганізатором фестивалю класичної музики Kamianka Music Fest. Альфа-Банк став спонсором призового фонду студентського конкурсу «Розробка мобільних додатків-2019» у рамках Олімпіади IT-Universe. Універсал Банк підтримав проєкт «Пробіг під каштанами», зібрані в рамках якого кошти спрямовуються на придбання необхідного обладнання та витратних матеріалів для Центру дитячої кардіології та кардіохірургії МОЗ України [8]. Тобто банки починають більше уваги приділяти не тільки удосконаленню технологій надання фінансових послуг, а й позиціонуванню себе у соціальному середовищі як соціально відповідальної організації і створенні відповідної репутації.

Оцінювання ефективності зовнішніх соціальних інвестицій вітчизняних банків проведено на основі розрахунку індексу питомих соціальних інвестицій та індексу соціальної активності [9, с. 12—16] з використанням річної фінансової звітності, оприлюдненої на сайтах відповідних банків. У цьому зв'язку слід зазначити, що не всі вітчизняні банки надають кількісну інформацію про добродійні, спонсорські та волонтерські проєкти. Це

пов'язано, передусім, із несприятливими умовами податкового законодавства та відсутністю альтернативних стимулів для благодійництва юридичних осіб.

Отже, згідно з першим показником ефективності використання зовнішніх соціальних інвестицій — індексу питомих соціальних інвестицій банків (рис. 2), до трійки лідерів входять два державні банки (Укргазбанк — 9,52 тис. грн / особу і ПриватБанк — 4,545 тис. грн / особу), а також Банк «Глобус» (4,723 тис. грн / особу). Найменше витрачають на добродійність у розрахунку на одного працюючого ПУМБ (58 грн) та Ощадбанк (15 грн).

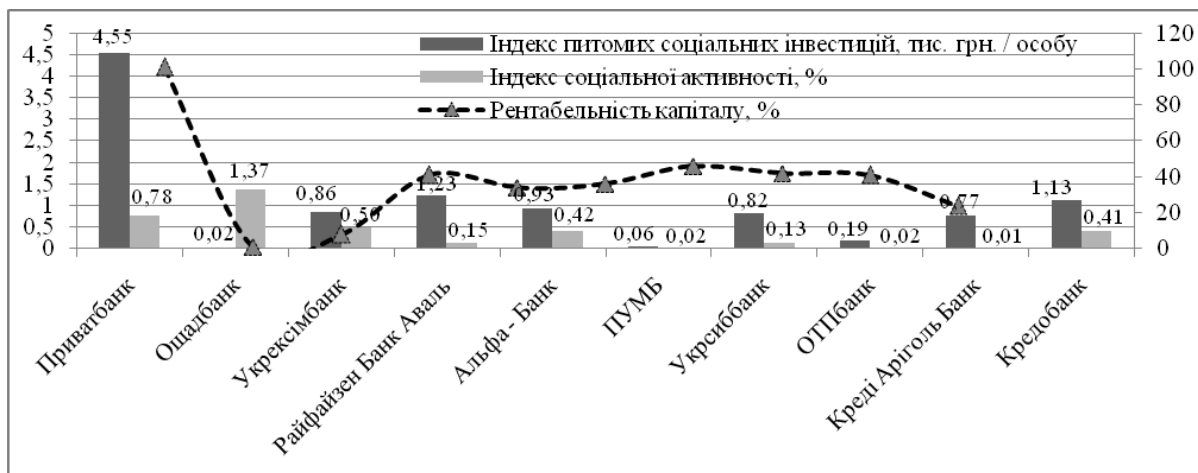


Рис. 2. Співвідношення зовнішніх соціальних інвестицій та рентабельності капіталу банків (станом на кінець 2018 року)

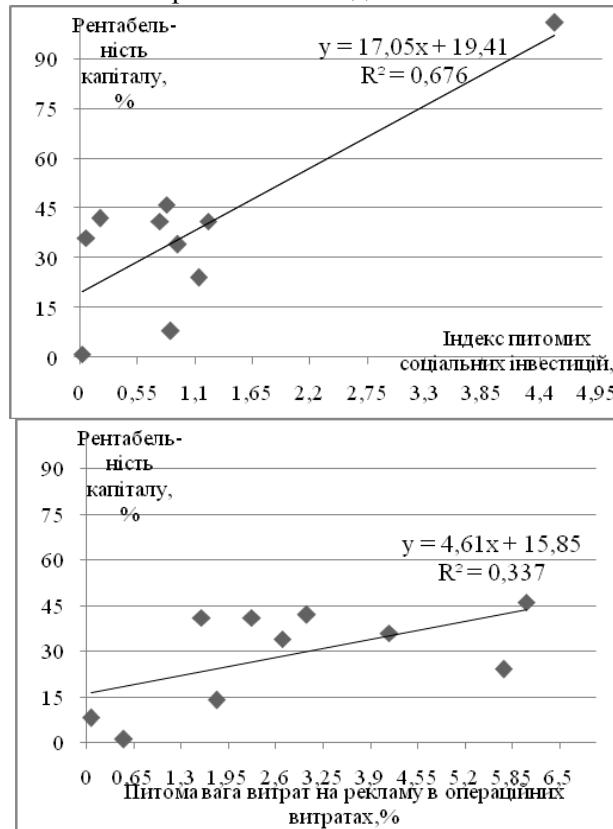
Примітка. Розраховано на основі річної фінансової звітності банків, викладеної на сайтах банків.

Згідно з другим показником ефективності використання зовнішніх соціальних інвестицій — індексу соціальної активності, високий рівень соціальної відповідальності мають Індустріал банк (8,58%), Комінвестбанк (6,78%) та Укргазбанк (4,52%), оскільки значення їхніх індексів лежать у межах від 5 до 10%. При цьому найнижча питома вага витрат на добродійність у прибутку до оподаткування спостерігається для ОТПбанку та ПУМБ, відповідно по 0,02%.

Слід також зазначити, що як за індексом питомих соціальних інвестицій, так і за індексом соціальної активності існує дуже великий розмах між максимальними і мінімальними значеннями показників (9—10 пунктів), що свідчить про різний ступінь свідомості банків стосовно економічної доцільності соціального інвестування. Водночас поєднання економічної вигоди із соціальною сприятиме підвищенню позитивної репутації банків у суспільстві та формуванню довіри, що в кінцевому підсумку проявиться у нарощенні клієнтської бази і стабільному розвитку банку. Зокрема, попри останні позиції за вищенаведеними індексами, банки ПУМБ та Укргазбанк — єдині, хто опублікував звіти про стійкий розвиток (відповідно, у 2016—2018 рр. та 2018 р.), у яких конкретизовано обсяги і види соціальних інвестицій. Зокрема, банківська діяльність банку ПУМБ 2018 року в порівнянні з 2016-м характеризується значним збільшенням обсягів інвестицій в охорону праці та безпеку співробітників — у 5,1 раза, інвестиції у розвиток та навчання персоналу зросли у 3,7 раза, витрат на волонтерські проекти — у 2,2 раза. Отже, банк поступово активізує свою роботу в соціальній сфері. У цілому на кінець 2018 року збільшення загального обсягу інвестицій у стійкий розвиток сприяло оптимізації структури клієнтської бази банку.

Порівнюючи результати кореляційного аналізу впливу зміни індексу питомих соціальних інвестицій на зміну рентабельності капіталу, проведеного для десяти найбільших за обсягом активів та інших банків України (рис. 3), можна констатувати, що на 67,65% зміна рентабельності капіталу обумовлена зміною індексу питомих соціальних інвестицій, тобто

між цими показниками існує прямий і помітний, однак поки що нестійкий зв'язок ( $0,6 < R^2 = 0,6765 < 0,7$ ). Водночас спостерігається слабкий і нестійкий кореляційний зв'язок між рентабельністю капіталу та вагомністю витрат в операційній діяльності банків ( $0,3 < R^2 = 0,3373 < 0,5$ ), тобто лише на 33,73% підвищення рівня рентабельності капіталу залежить від зростання розміру маркетингових і рекламних бюджетів.



**Рис. 3. Кореляційні поля залежностей рентабельності капіталу відповідно від індексу питомих соціальних інвестицій та питомої ваги витрат на рекламу в операційних витратах банківських установ України**

*Примітка.* Авторська розробка.

Відтак, на основі вищевикладеного можна зробити висновок, що у вітчизняній банківській системі відбувається поступова імплементація принципів соціального інвестування в банківську діяльність. Переважна більшість банківських установ у рамках соціальної діяльності працюють поки що «точково», на вимогу певних представників суспільства. Лише деякі банки асоціюють свою інвестиційну діяльність із корпоративною соціальною відповідальністю і мають чітку лінію стратегічної поведінки в цьому напрямі. На теперішній час соціальне інвестування у банківського секторі поки що не має системного характеру.

**Висновки.** Таким чином, у нашій країні іще не накопичено достатнього досвіду ведення соціально відповідального бізнесу. Банківські установи не повною мірою оцінили значимість цього виду діяльності на фінансових ринках, що призводить до певної втрати конкурентоспроможності вітчизняних банків у середньостроковій перспективі. У цьому зв'язку ми зробили спробу виділити три загальні напрями підвищення ефективності соціального інвестування у вітчизняній банківській сфері, серед яких: удосконалення механізму державного регулювання процесу соціального інвестування; удосконалення механізму взаємодії державних, регіональних органів влади і бізнес-структур, зокрема банків; підвищення ефективності менеджменту з корпоративної соціальної відповідальності

банків [10]. Розвиваючи виділені напрями, слід зазначити, що найкращі західні практики можуть бути достатньо ефективно використані вітчизняними банківськими структурами за умови їхньої адаптації до наявних соціально-економічних і правових умов функціонування.

Зокрема, новою формою партнерства у процесі соціального інвестування, яку Європейська асоціація венчурної філантропії рекомендує активніше засвоювати банківським установам, є грант-мейкінг. Як представлено у звіті «Стратегії соціальних інвестицій для банків», зазначена технологія відмінно працює в тих випадках, коли традиційні інструменти соціального інвестування є недостатньо ефективними [11]. Подібні ситуації виникають з появою нових видів соціально орієнтованого підприємництва, коли інвестори (зокрема банківські установи) не можуть встановити ступінь готовності соціальних підприємств до управління капіталом, оцінити ризики, і визначити характер передбачуваних соціальних результатів (ефектів). У цьому зв'язку ефективною є взаємодія грантмейкерів (філантропічні та/або державні організації, які надають гранти), інвесторів і здобувачі фінансування щодо визначення умов використання грантів на основі конструктивного діалогу [12]. При цьому можливими каналами комунікації між інститутами філантропії та суб'єктами фінансової галузі є інтерактивні майданчики для обговорення природи соціальних проблем, знаходження форм співробітництва та обміну досвідом.

Серед заходів, що підтвердили свою ефективність у західній практиці, але не набули широкого розповсюдження серед вітчизняних банків, є й використання у банківській діяльності методів «паблік рілейшнз». Інноваційність цієї технології полягає у формуванні репутаційних та іміджевих активів банку в цільових аудиторіях, які в подальшому ефективно комерціалізуються. Для чого спочатку визначається потенційна аудиторія споживачів банку, які потребують додаткового кредитного фінансування або які бажають розмістити свій дохід на депозит. Далі створюються програми підвищення їхньої фінансової грамотності як благодійні проекти, за підсумками навчання за якими видається сертифікат з контактними даними банку, що реалізував таку програму, або надаються запрошення на різного характеру зустрічі. Таким чином створюється споживча лояльність до комерційного банку, який пояснив правила фінансової поведінки і наголосив на важливості заощадження коштів у банківській установі. У результаті витрати на подібні інноваційні технології призведуть до зростання числа грамотних споживачів фінансових послуг і сприятимуть збільшенню доходів банківських установ.

#### Література

1. Гуляева Л. П. Впровадження принципів сталого розвитку у банківському секторі економіки України / Л. П. Гуляева // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. — 2010. — № 119. — С. 63—67.
2. Корпоративное управление в банках и компаниях реального сектора 2016 [Электронный ресурс] // IBI Rating Agency. — 2016. — Режим доступа : <http://ibi.com.ua>.
3. Індекс прозорості сайтів українських компаній 2017 / укладачі : Зінченко А., Резнік Н., Саприкіна М. — Київ : Юстон, 2018. — 28 с.
4. Топ-20 найбільш надійних банків: українці довіряють іноземному капіталу [Електронний ресурс]. — 2019. — Режим доступу : <https://www.epravda.com.ua/news/2019/11/7/653456>.
5. Надійні банки України 2020: рейтинг, детальний аналіз [Електронний ресурс] // Finsee. — 2020. — Режим доступу : <https://finsee.com>.
6. Бібліотека КСВ [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://csr-ua.info/csr-ukraine/library>.
7. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
8. Витрати банків на рекламу — рекордні [Електронний ресурс] / Міністерство фінансів України. — 2019. — Режим доступу : <https://minfin.com.ua/ua/2019/06/19/38133850>.
9. Черних О. В. Управління соціальною відповідальністю на великих підприємствах : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 — Економіка та управління підприємствами / О. В. Черних. — Донецьк : Національна академія наук України, Ін-т економіки промисловості, 2012. — 24 с.
10. Тяжкороб І. В. Перспективи розвитку соціального інвестування в банківському секторі / І. В. Тяжкороб, Т. Р. Марканич // Вісник Університету банківської справи». — 2019. — № 2—3. — С. 95—100.
11. Social impact strategies for banks — Venture philanthropy and social investment [Electronic resource]. — 2014. — March 01. — Available at : <https://evpa.eu.com/knowledge-centre/publications>.
12. Chung A. An Impact Assets issue brief exploring critical concepts in impact investing [Electronic resource] / A. Chung, J. Emerson. — 2010. — Available at : <http://www.impactassets.org/files/Issue%20Brief%2010.pdf>.

*Статтю рекомендовано до друку 26.04.2020*

*© Тяжкороб І. В., Голуб Г. Г., Голуб Р. Р.*

## References

1. Hulciaeva, L. P. (2010). Vprovadzhennia pryntsyviv staloho rozvytku u bankivskomu sektori ekonomiky Ukrainy [Introduction of principles of sustainable development in the banking sector of the Ukrainian economy]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Ekonomika — Bulletin of the Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economy*, 119, 63—67 [in Ukrainian].
2. Korporativnoe upravlenie v bankah i kompaniyah real' nogo sektora 2017 [Corporate governance in banks and companies in the real sector 2017]. (n. d.) *ibi.com.ua*. Retrieved from <http://ibi.com.ua/> [in Ukrainian].
3. Zinchenko, A., Reznik, N., & Saprykina, M. (2018). *Indeks prozorosti saitiv ukrainskykh kompanii 2017 [Index of Transparency of Ukrainian Companies' Sites 2017]*. Kyiv: Iuston [in Ukrainian].
4. Top-20 naibilsh nadiinykh bankiv: ukraintsi doviriavut inozemnomu kapitalu [Top 20 most trusted banks: Ukrainians trust foreign capital]. (2019). *www.epravda.com.ua*. Retrieved from <https://www.epravda.com.ua/news/2019/11/7/653456/> [in Ukrainian].
5. Nadiini banky Ukrainy 2020: reitynh, detalnyi analiz [Reliable Banks of Ukraine 2020: Rating, Detailed Analysis]. (n. d.). *finsee.com*. Retrieved from <https://finsee.com/> [in Ukrainian].
6. Biblioteka KSV [CSR Library]. (n. d.). *csr-ua.info*. Retrieved from <http://csr-ua.info/csr-ukraine/library> [in Ukrainian].
7. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. (n. d.). *www.ukrstat.gov.ua*. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
8. Ministerstvo finansiv Ukrainy. (n. d.). Vytraty bankiv na reklamu — rekordni [Advertising costs of banks — record]. *minfin.com.ua*. Retrieved from <https://minfin.com.ua/ua/2019/06/19/38133850/> [in Ukrainian].
9. Chernykh, O. V. (2012). Upravlinnia sotsialnoiu vidpovidalnistiu na velykykh pidpriemstvakh [Corporate Social Responsibility Management at Large Enterprises]. *Candidate's thesis*. Donetsk: Natsionalna akademiia nauk Ukrainy, In-t ekonomiky promyslovosti [in Ukrainian].
10. Tiazhkorob, I. V., & Markanych, T. R. (2019). Perspektyvy rozvytku sotsialnoho investuvannia v bankivskomu sektori [Perspectives of development of social investment in the banking sector]. *Visnyk Universytetu bankivskoi spravy — Bulletin of the Banking University*, 2—3 [in Ukrainian].
11. Social impact strategies for banks — Venture philanthropy and social investment (2014, March 01). *evpa.eu.com*. Retrieved from <https://evpa.eu.com/knowledge-centre/publications>.
12. Chung, A. & Emerson, J. An Impact Assets issue brief exploring critical concepts in impact. (n. d.). *www.impactassets.org*. Retrieved from <http://www.impactassets.org/files/Issue%20Brief%2010.pdf>.

*The article is recommended for printing 26.04.2020*

© Tiazhkorob I., Holub H., Holub R.