

Дослідження воєнно-технічної політики як об'єкта державного управління дає змогу:

- проаналізувати ВТП, починаючи з етапу її формування і до етапу реалізації, як єдину цілісну систему з усіма її внутрішніми і зовнішніми зв'язками;
- пов'язати процес формування ВТП з реальними умовами, які визначають її як результат практичної діяльності посадових осіб і органів управління;
- підкреслити прямий зв'язок між ефективністю ВТП і ефективністю функціонування її системи управління [3];
- зважати на складності процесів формування і реалізації ВТП, які не можуть бути врахованими, якщо її дослідження здійснюються поза межами державної системи управління. До таких складностей потрібно віднести: невизначеність її деяких елементів, насамперед сфер реалізації і взаємозв'язків між ними, змісту управлінської діяльності; складність жорсткої, але життєво необхідної координації діяльності різноманітних структур державного, військового управління і управління ОПК з їх різним внеском у формування цілей, завдань, змісту, складу, структури і механізму функціонування системи ВТП;
- використати результати досліджень ВТП як об'єкта державного управління для підготовки апарату управління, який не має повномасштабного досвіду виконання своїх функцій.

Таким чином, дослідження управлінського аспекту під час формування і реалізації ВТП є необхідними, а методологічні питання набувають особливого значення. Серед них: суть і зміст управлінської діяльності, правила, які забезпечують прийняття обґрунтованих рішень, а також інші основні поняття і категорії, які відображають істотні властивості такого явища, яким є управління ВТП, і значною мірою показують сучасний стан розвитку його теорії [6].

Отже, воєнно-технічна політика має бути одним із пріоритетних напрямів загальної політики держави. Без досконалого технічного оснащення військових формувань її воєнна організація не зможе ефективно й у повному обсязі виконувати завдання оборони і забезпечити її воєнну безпеку, здійснювати стратегію стримування потенційних агресорів та успішно парировати воєнні загрози. Для того, щоб зрозуміти можливі шляхи та напрями розвитку національного оборонно-промислового комплексу (ОПК) України, особливо в співпраці у військово-технічній сфері з країнами – членами Євросоюзу (ЄС) та НАТО, доцільно проаналізувати військово-технічну політику (ВТП) провідних країн світу, які процеси відбуваються в їх ОПК у наступних публікаціях. Це дасть змогу вдосконалити систему державного управління національного ОПК, яка не зашкоджуватиме національним інтересам України щодо забезпечення обороноздатності держави та боєздатності її Збройних сил (ЗС).

### Література

1. Тлумачний словник української мови / за ред. В.С. Калашника. – Харків : Вид-во "Прапор", 2002. – 992 с.
2. Зубарев В.В. Методологічні аспекти оцінки стану військово-технічної політики та її складових / В.В. Зубарев, О.П. Кутовий, О.О. Свергунов, С.М. Химченко. – К. : Вид-во Інтертехнологія, 2009. – 206 с.
3. Смірнов В.О. Воєнно-технічна політика: проблеми формування та управління : монографія / В.О. Смірнов, Л.М. Ленський, С.В. Жданов; за заг. ред. В.О. Смірнова. – К. : Вид-во ЦНДІ ОВТ ЗСУ, 2011. – 216 с.

4. Боднарчук Р.В. Проблеми планування, формування і виконання воєнно-технічної політики в Україні: методологічний аспект / Р.В. Боднарчук // Стратегічна панорама. – 2001. – № 1-2. – С. 143-148.

5. Кузьменко В. Розвиток людської цивілізації на початку ХХІ століття у довгострокових прогнозах Миколи Кондратьєва й Питирима Сорокіна / В. Кузьменко // Стратегічна панорама. – 2010. – № 1. – С. 107-115.

6. Кораблин В. Терминосистема – важливіший елемент науково-методического апарату воєнно-технічних досліджень / В. Кораблин // Военная мысль. – 2009. – № 8. – С. 66-70.

### **Сальникова О.Ф. Анализ воєнно-технічної політики як складової державної політики України**

Проведен анализ воєнно-технічної політики як складової державної політики України. Очерчена схема управління воєнно-технічної політикою, определены ее характерные признаки, основные задания воєнно-технічної політики в современных условиях. Подчеркнута роль воєнно-технічної політики государства, которая направлена на разработку и реализацию мероприятий относительно поддержки и развития воєнно-техніческого потенциала страны, его рационального использования в интересах обеспечения национальной безопасности государства. Сделан вывод, что боеспособность Вооруженных сил и национальная безопасность Украины обуславливаются уровнем воєнно-техніческой політики.

**Ключевые слова:** воєнно-техніческая політика, государственное управление, система управления.

### **Salnikova O.F. The Analysis of Military Technical Policy as an Object of Ukraine's State Administration**

The analysis of military-technical policy as an object of state administration is considered. The chart of control system of military-technical policy is outlined. Characteristics and basic tasks of military-technical policy in modern terms are certain. An author underlines the role of military-technical policy of the state, that is sent to development and implementation of measures for support and development of military-technical potential of the country, its rational use in order to provide state national safety. Military efficiency of Armed Forces and national safety of Ukraine are concluded to be stipulated by the level of the military-technical policy.

**Key words:** military-technical policy, state administration, control system.

УДК 005.336.71

Аспір. У.І. Штибель<sup>1</sup> – Львівський НУ ім. Івана Франка

### **ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ВПЛИВУ БАНКУ НА СОЦІАЛЬНІ ПРОЦЕСИ ТА ЙОГО ДІЛОВУ РЕПУТАЦІЮ**

Розглянуто інформаційно-маркетингові інструменти удосконалення соціальної відповідальності банку, визначено її позитивний вплив на репутацію банківської установи, розглянуто основні міжнародні практики та наведено пропозиції щодо удосконалення рейтингових систем оцінювання рівня корпоративної соціальної відповідальності, підвищення соціально-економічної ефективності соціальних ініціатив на глобальному та локальному рівнях, розроблено методику та здійснено рейтингування українських банків за рівнем їх соціального впливу на суспільство та економіку України.

**Ключові слова:** корпоративна соціальна відповідальність, рейтинг, репутація, етичне інвестування, соціальні критерії.

**Постановка проблеми.** Розвиток соціальної відповідальності банківського сектору є найбільш необхідним кроком сьогодні на шляху трансформації

<sup>1</sup> Наук. керівник: проф. С.К. Реверчук, д-р екон. наук

економіки – еволюції від тоталітарного ладу з централізованим управлінням економікою до демократичного ладу, на основі вільного ринкового господарства з подальшою його орієнтацією на вирішення соціальних завдань. Стимулювання банківського бізнесу до його соціалізації та використання практики корпоративної соціальної відповідальності є складним та багатогранним процесом, який охоплює різноманітні інформаційно-маркетингові інструменти, що потребують вивчення та удосконалення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Інформаційно-маркетингові інструменти удосконалення соціальної відповідальності досліджували такі економісти: А. Чаттерій, Д. Левіне, М. Хопкінс. У вітчизняній літературі це питання не є детально вивчене, а існуючі іноземні дослідження не охоплюють особливостей фінансового сектору, тому тема дослідження є актуальною. Наукова новизна дослідження полягає у тому, що розглянуто нові підходи до рейтингової оцінки та інформаційно-маркетингового стимулювання корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) банків, запропоновано власну розробку рейтингової системи оцінки рівня КСВ (соціального впливу) банків та методику оцінювання рівня соціальної орієнтації банку.

**Метою роботи** є дослідження основних інформаційно-маркетингових інструментів удосконалення соціальної відповідальності банківського сектору та покращення ефективності системи рейтингування соціального впливу банків.

Для досягнення зазначеної вище мети поставлено такі завдання:

- розглянути основні інформаційно-маркетингові інструменти вдосконалення соціальної відповідальності банківського сектору;
- визначити вплив інформаційно-маркетингових інструментів на репутацію банківської установи;
- розробити пропозиції щодо удосконалення рейтингових систем корпоративної соціальної відповідальності та методику оцінки соціального впливу банку.

**Матеріали та результати дослідження.** Ключовим елементом ринкової економіки є підприємницька діяльність. Бізнес сам по собі не має моральної свідомості, а тому не може бути моральним або аморальним. Бізнес – це ризикова діяльність, метою якої є отримання прибутку, а тому йому притаманна економічна свідомість, яка оперує іншими поняттями – "вигода" та "збиток". Тому для формування соціально орієнтованої ринкової економіки є два напрями впливу держави і суспільства: моральна свідомість менеджерів, які ухвалюють бізнес-рішення та економічна свідомість бізнесу, вимогами прибутковості якого керуються менеджери. Синтез морально-економічної свідомості створює нову концепцію бізнесу – етичний (соціальний, соціально-відповідальний) бізнес, тобто бізнес, який прагне до балансу двох показників: ефективності для суспільства – соціального ефекту (social value added – внесок компанії вирішення соціальної проблеми) і вигоди для компанії – впливу на основну діяльність (business value added – економічний ефект (дохід) від реалізації програми). Ініціатива КСВ, згідно зі Зеленою книгою Комісії ЄС (2001 р.), визначається як "добровільна інтеграція фірм соціальної та екологічної складової у їх діяльність та виявлення інтересу до участі у соціальному житті" [3, с. 81].

КСВ виступає філософією банку, реалізується на всіх рівнях управління та впроваджується в усіх структурних підрозділах з першочерговою метою –

отримання фінансового результату від своєї діяльності, покращення іміджу компанії, збільшення вартості, інвестиційної привабливості компанії та її конкурентоспроможності. Репутація є важливим наслідком банківської діяльності та позиціонування банку на ринку. Доцільно виділити сім ключових показників репутації: якість продуктів, послуг та сервісу; інноваційність; рівень корпоративної культури; ефективність управління; корпоративне громадянство; лідерство; фінансовий результат. Усі вони меншою чи більшою мірою належать до категорії КСВ.

Хоча ділова репутація є нематеріальним активом, але вона є фактором, що в подальшому впливає на лояльність бренду і результативність банку: збільшення вартості його акцій і привабливості для споживача. Результати дослідження університету DePaul в США свідчать, що у 2001 р. темпи зростання фінансових показників (зростання обігу та продажів, підвищення валового прибутку, приріст чистого прибутку і зростання вартості акцій) компаній, включених у рейтинг кращих компаній за дотриманням бізнес етики "Business Ethics Best Citizen Companies", на 10 % вищі, ніж показники темпів зростання компаній, що входять в американський фондовий індекс 500 Standard & Poors [8].

Згідно з даними, наведеними в опитуванні "Investing in Responsible Business", упродовж останніх 10 років у 11 компаній, що реалізують концепцію соціальної відповідальності, фінансові показники були вищі, ніж у 11 соціально невідповідальних компаній, а саме: дохід на інвестований капітал вищий на 9,8 %, дохід з активів – на 3,55 %, дохід з продажів – на 2,79 %, прибуток – на 63,5 % [3, с. 82].

Багато банків не розуміють всієї сутності та складності концепції КСВ і ототожнюють її з філантропією та використовують як PR-технологію. Нераціональне використання і недовикористання методів КСВ не приносить вигоди банку (не досягається комерційний ефект, не збільшується інвестиційна привабливість банку), банк втрачає інтерес до соціальної ініціативи, а тому його "благодійництво" стає одноразовим.

Рейтинги КСВ (CSR/Sustainability rating) фактично відображають ефективність застосування концепції КСВ та дотримання її основних постулатів. Рейтинги КСВ мають двосторонній причинно-наслідковий ефект на діяльність банку: по-перше, банк зацікавлений у покращенні своєї репутації, з допомогою високого рівня КСВ; по-друге, банк реалізує принципи КСВ, інвестуючи у підприємства, які мають високий КСВ-рейтинг.

Завдання КСВ-рейтингів полягає у тому, щоб забезпечити прозорість минулої діяльності (тобто підвести підсумок шкоди чи вигоди для суспільства) і перспективу прозорості (тобто, попередити майбутню шкоду) – тобто виміряти наслідки діяльності для того, щоб вони не буде проігноровані і це позитивно вплинуло на рішення менеджменту [6, с. 10].

У 2011 р. більш ніж 5500 компаній у всьому світі видали Звіти про сталий розвиток (соціальний звіт), для порівняння ця цифра складала 800 звітів десяти років тому [9]. Ефективна корпоративна соціальна діяльність вимагає ефективного позиціонування, для банку не достатньо створити соціальний звіт – в інтересах банку правильно донести його зміст до споживача через засо-

би масової інформації, а також, що дуже важливо, через соціальні мережі. Для ефективного позиціонування банком своєї КСВ важливим є доступність інформації та її відображення у КСВ рейтингах. Технологічні досягнення інформаційної ери сприяли доступності інформації та підвищенню швидкості її отримання як самим рейтинговим агентством, так і споживачем. Наприклад, рейтингове агентство Vanno автоматизовано збирає дані з інтернет-сайтів, новин, блогів і форумів, щоб оновлювати свій "Індекс Репутації Компаній" на щоденній основі. Також з допомогою мобільного пристрою споживач може сканувати бар-код компанії чи продукту і через базу даних GoodGuide подивитися детальну інформацію про походження продукту, його корисність, екологічний та соціальний вплив компанії, що його виробляє. Роль технологій у рейтинговій діяльності є ключовим для підвищення об'єктивності і доступності рейтингу кінцевому споживачу, а також саме застосування технологій та інноваційність є необхідністю як для розвитку банку, так і для активізації його соціальної функції [7]. Складений сайтом SustainAbility.com "Рейтинг Рейтингів" (Rate the Raters) наводить оцінку 108 КСВ-рейтингів, пропонує світовими рейтинговими організаціями, серед них: CSRHub, Justmeans Insights, Good Company Ranking, Vigeo Ratings, Calvert Social Index, Oekom Corporate Ratings, EIRIS Company Sustainability Rating, FTSE4Good Selection Criteria, Dow Jones Sustainability Indices, Domini 400 Social Index та багато інших [8]. Ця значна кількість рейтингів у всьому світі не вміщує жодного, який би здійснював відокремлену рейтингову оцінку КСВ фінансового сектору.

Найчастіше основою для кожної окремої методології стають групи показників Глобального договору ООН (економічна та екологічна результативність; результативність організації праці; результативність у сфері прав людини; результативність взаємодії з суспільством; результативність у сфері відповідальності за продукцію), а також близькі за змістом категорії, запропоновані інструкцією Глобальної ініціативи звітності третього покоління (Global Reporting Initiative "G3"): навколишнє середовище, права людини, гідна праця, суспільство, відповідальність за якість продукції, економічний вплив. Ключовими статистичними індикаторами при цьому є: КСВ-дохід, дохід з інвестицій (ROI – Return on Investment), дохід з активів (ROA – Return on Assets), дохід із продажів (ROS – Return on Sales), чистий прибуток та ін.

Існування КСВ як імперативу є, безумовно, позитивним явищем для суспільства, а для суспільства подекуди аморального завідомо потрібно встановлювати законодавчі та суспільні норми позитивної практики, бо вже сама їх наявність дає поштовх до удосконалення і підвищує середній рівень КСВ. Не усі дослідження погоджуються з тим, що публічна оцінка діяльності банку покращує його КСВ результати. У загальній чисельності є банки, які справді покращують свою КСВ, є ті які її погіршують, а є такі, які демонструють свою КСВ-активність, приховуючи під нею інші неетичні дії. Демонстративний характер КСВ великою мірою пов'язаний із тим, що рейтингова оцінка корпоративної соціальної діяльності банку є дуже недосконалою. Істотною умовою для стимулювання, збільшення прозорості і полегшення розрахунку КСВ є поділ банків (зокрема інвестиційних) за етичним критерієм та встановлення регуляторного

нормативу соціального інвестування у "Базелі II" ("Міжнародна конвергенція оцінки та стандартів капіталу") і виділення заходів КСВ в окрему статтю витрат балансу, відмежовано від витрати на маркетинг і рекламу.

Ключове місце у побудові соціально-орієнтованої банківської системи і створенні ефективної рейтингової системи має удосконалення методології рейтингової оцінки і розроблення відповідної системи критеріїв оцінки етичності і соціальної відповідальності з урахуванням міжнародних стандартів та специфіки фінансового сектору. І хоча в Україні та світі визнають важливість розвитку соціальної відповідальності банківського сектору, вивчення та систематизація критеріїв її оцінки залишається на досить низькому рівні, зокрема через важкість збирання емпіричних даних щодо цього явища.

Табл. 1. Якісні критерії оцінювання рівня соціальної відповідальності банку

Зацікавлені сторони	Якісні критерії оцінки соціальної відповідальності
Персонал і топ-менеджери (трудова відповідальність)	1) достойні умови праці, допустима завантаженість та оплата понаднормових годин; 2) структурованість робочої сили в гендерному та віковому розрізі; 3) прихильність працівників та рівень розвитку корпоративної культури); 4) стабільність виплати заробітної плати; 5) наявність освітньо-інформаційних програм для підвищення кваліфікації персоналу; 6) наявність кодексу корпоративної етики;
Споживачі	1) гнучкість процентної політики; 2) стабільність виплат процентів за депозитними вкладками; 3) етичні інвестиції (безпечність та якість товарів, які виробляє підприємство, у яке здійснюються інвестиції); 4) наявність інвестицій у розвиток соціальних підприємств; 5) широта і повнота асортименту банківських продуктів і послуг; 6) високий рівень сервісу та доступне розуміння банківських послуг; 7) наявність освітніх програм для підвищення фінансової грамотності населення; 8) рівень достовірності і добросовісності реклами фінансових продуктів і послуг;
Бізнес-партнери	1) стабільність діяльності і виконання договірних зобов'язань; 2) здійснення платежів у строк та за умовами договору; 3) членство банку та його активна участь у громадських ініціативах, асоціаціях та соціальних програмах) 4) оцінка добросовісності наявних угод з конкурентами про співробітництво;
Суспільство та навколишнє середовище (суспільна та екологічна відповідальність)	1) забезпеченість зайнятості місцевого населення; 2) залученість банку у широкі програми соціального розвитку місцевих громад; 3) наявність публічної інформації про банку, склад його акціонерів, фінансові та соціальні показники; 4) високий рівень діалогу банку із суспільством, ефективність механізму розгляду скарг та пропозицій; 5) наявність спеціального підрозділу з управління соціальною відповідальністю; 6) щорічний випуск соціального звіту; 7) наявність етичного кодексу або кодексу етичного інвестування; 8) участь у міжнародних ініціативах з соціальної відповідальності; 9) приєднання до Глобального договору ООН;
Держава (економічна відповідальність)	1) регулярність виплат загальнодержавних податків; 2) регулярність виплат податків міжнародного значення; 3) дотримання нормативу соціального інвестування; 4) відсутність штрафних санкцій за невиконання екологічних та інших нормативів.

Примітка: розробив автор на основі [4].

Система оцінювання рівня соціальної орієнтації банку охоплює групи кількісних та якісних показників. З урахуванням існуючих міжнародних стандартів і звітності щодо корпоративної соціальної відповідальності, пропонуємо систему критеріїв оцінювання соціально відповідального бізнесу, яка відповідає особливостям зацікавлених сторін у функціонуванні банку чи підприємства, у яке прямо чи опосередковано здійснює інвестиції, у яке здійснюються банківські інвестиції (табл. 1). Наявність критерію у діяльності банку – 1 бал, відсутність – 0 балів.

На основі присвоєння балів критеріям, які наведено у табл. 1, розраховують якісний показник – індекс рівня соціальної відповідальності ( $I_{psc}$ ) за формулою

$$I_{psc} = \frac{1}{n} \sum K_{ij}, \quad (1)$$

де:  $K_{ij}$  – змінна, що набуває значення 1, якщо  $j$ -та ознака є присутньою на  $i$ -му банку,  $i$  дорівнює 0, якщо ознака відсутня;  $n$  – кількість критеріїв, за якими оцінюється соціальна відповідальність банку. Чим ближче значення індексу до 1, тим більш соціально орієнтований банк.

Важливим аспектом є кількісна оцінка міри соціального впливу та відповідальності банків, яка потребує удосконалення існуючої системи фінансово-економічних показників. Основні кількісні критерії оцінювання рівня соціальної відповідальності банку наведено у табл. 2.

Табл. 2. Кількісні критерії оцінювання рівня соціальної відповідальності банку

Зацікавлені сторони	Кількісні критерії оцінки соціальної відповідальності
1	2
Персонал і топ-менеджери (трудова відповідальність)	1) співвідношення середнього розміру заробітної плати у банку до середнього розміру заробітної плати в галузі; 2) співвідношення середнього розміру заробітної плати топ-менеджменту банку до середнього розміру заробітної плати нижчих ланок; 3) коефіцієнт плинності кадрів; 4) частка прийнятих працівників за звітний період у середньообліковій чисельності працівників; 5) частка працівників-інвалідів до загальної кількості працівників банку; 6) питома вага коштів, які виділені керівництвом на виплату премій та інших заохочувальних і компенсаційних виплат у фонді оплати праці; 7) питома вага коштів, які виділені керівництвом на надання соціального пакета працівникам у витратах на персонал; 8) кількість робітників, охоплених соціальними пільгами та які мають медичне страхування; 9) питома вага премій, заохочувальних та компенсаційних виплат у фонді оплати праці в розрахунку на одного працівника; 10) частка працівників, які пройшли підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації в загальній чисельності працівників; 11) кількість працівників, які були прийняті на роботу після закінчення навчального закладу, середньообліковій чисельності працівників; 12) частка розміру коштів, які були виділені на навчання, у витратах на персонал; 13) частка працівників, які одержали путівки в будинки відпочинку, санаторії тощо за рахунок коштів банку, в загальній чисельності працівників;

1	2
	14) частка вартості путівки, яку оплачує роботодавець працівнику; 15) частка розміру коштів, які були виділені на медичне обслуговування, у витратах на трудові та соціальні пільги, що надаються банком; 16) частка розміру коштів, які були виділені на поточні витрати на охорону праці, техніку безпеки та службу безпеки в загальних витратах банку;
Споживачі	1) частка соціальних продуктів і послуг банку у загальному асортименті; 2) частка мікрокредитів у загальному кредитному портфелі банку; 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 проєктів та КСВ до витрат на маркетинг банку;
Суспільство та навколишнє середовище (суспільна та екологічна відповідальність)	1) частка розміру коштів, які були виділені на участь у благодійних акціях, в інших операційних витратах банку; 2) частка розміру коштів, які були виділені на спонсорську допомогу місцевих культурних, освітніх і спортивних заходів, в інших операційних витратах банку; 3) частка розміру кредитного портфелю банку по кредитах у соціальні підприємства, соціальні проєкти та програми; 4) коефіцієнт етичності підприємств, у які здійснюються інвестиції;
Держава (економічна відповідальність)	1) коефіцієнти податкового навантаження на банківський сектор порівняно з ін.; 2) коефіцієнти податкового навантаження на банк до загального податкового навантаження на банківський сектор; 3) відношення виконаних держзамовлень соціального характеру до загальної кількості наданих послуг; 4) частка розміру коштів, які були виділені на проведення програм співпраці з органами державного управління та іншими громадськими організаціями, у валових витратах банку; 5) співвідношення інвестицій у реальну економіку та інвестицій у похідні цінні папери та спекулятивні операції.

Примітка: розробив автор на основі [2].

Динаміку рівня соціальної відповідальності банку за кожним із показників розраховують за формулою коефіцієнта зростання (ланцюгового, базисного):

$$K3 = \Pi_i / (\Pi_{i-1} (\Pi_0)), \quad (2)$$

де:  $K3$  – коефіцієнт зростання показника;  $\Pi_i$  – значення показника в  $i$ -му періоді;  $\Pi_{i-1} (\Pi_0)$  – значення показника в попередньому (базисному) періоді.

Залежно від рівня соціальної відповідальності банку щодо своїх стейкхолдерів, можна виділити показники внутрішньої соціальної відповідальності (кількісні критерії трудової відповідальності) і зовнішньої (кількісні критерії відповідальності перед бізнес-партнерами, суспільством, державою).

Загальні показники зовнішньої та внутрішньої соціальної відповідальності можуть включати кілька або весь перелік наведених критеріїв і розраховуються за формулою [1, с. 12]

$$I_{свс} (I_{свс}) = \sqrt[n]{K3_{П1} \cdot K3_{П2} \cdot K3_{П3} \cdot \dots \cdot K3_{Пn}}, \quad (3)$$

де:  $I_{всв}$  – індекс внутрішньої соціальної відповідальності,  $I_{зсв}$  – індекс зовнішньої соціальної відповідальності;  $KZ_{II}$  – коефіцієнт зростання показника;  $n$  – кількість показників.

Варто окремо виділити такі кількісні індекси соціальної орієнтації банку:

- 1) індекс питомих соціальних інвестицій (ПІ), що характеризує суму соціальних інвестицій в розрахунку на одного робітника:

$$PI = c_i / L_i, \quad (4)$$

де:  $c_i$  – обсяг соціальних інвестицій банку з урахуванням обов'язкових та добровільних витрат на соціальні програми (доброчинність та спонсорство й ін.);  $L_i$  – середньоспискова чисельність персоналу банку;

- 2) частка соціально-орієнтованих (етичних) інвестицій у структурі кредитного портфелю банку:

$$CI = C_i / K_i, \quad (5)$$

де:  $C_i$  – обсяг соціально-орієнтованих (етичних) кредитів, наданих банком в  $i$ -му періоді;  $K_i$  – валовий обсяг кредитів в  $i$ -му періоді;

- 3) частка соціальних інвестицій у сумарному обсязі прибутку до оподаткування (індекс соціальної активності):

$$ICA = CI_i / PI_i, \quad (6)$$

де:  $CI_i$  – обсяг соціальних інвестицій банку в  $i$ -му періоді з урахуванням обов'язкових та добровільних витрат на соціальні програми (доброчинність та спонсорство й ін.);  $PI_i$  – загальна сума прибутку до оподаткування.

Значення індексу соціальної активності в межах [0,05-0,1] свідчить про високий рівень соціальної відповідальності банку. Доцільним є застосування інтегрального показника соціально відповідального банку, який урахуватиме визначені групи критеріїв. Визначення рівня соціальної відповідальності бізнесу на основі нормованого інтегрального показника дасть змогу банку отримати оцінку його соціальної відповідальності від низької до високої і розробити відповідні дії.

Інтегральний показник рівня соціальної відповідальності банку ( $I_{св}$ ) розраховують за формулою [5]

$$I_{св} = I_1 \cdot \omega_1 + I_2 \cdot \omega_2 + I_3 \cdot \omega_3 + I_4 \cdot \omega_4, \quad (7)$$

де:  $I_1$  – індекс зовнішньої соціальної відповідальності;  $I_2$  – індекс внутрішньої соціальної відповідальності;  $I_3$  – індекс соціальної активності;  $I_4$  – індекс рівня соціальної відповідальності;  $\omega$  – вага відповідного індексу в інтегральному показнику, визначена методом експертних оцінок.

Враховуючи складність доступу до даних, які допомагають виміряти наведені вище показники соціальної відповідальності банку, ми пропонуємо власну методику, яка дає змогу зробити зовнішній огляд соціальної активності банку та виконанням ним ряду критеріїв (табл. 3).

Табл. 3. Критерії оцінки соціального впливу банку

Категорія	Підкатегорія	Критерій	
Соціальний вплив та вплив на навколишнє середовище	Продукти/ послуги	1) Соціально відповідальне інвестування (стійкі та етичні інвестиції)	
		2) Інвестиції в соціальні проекти	
		3) Інвестиції у венчурні підприємства, сатрапи та інновації	
		4) Інвестиції у соціальні підприємства	
		5) Облігації соціального впливу	
		6) Кредитування соціальних проектів/підприємств	
		7) Мікрокредитування та фінансування незахищених прошарків населення	
		8) Інше	
	Благодійництво	9) Соціальне партнерство, комунікації та соціальний діалог	
		10) Спонсорство	
		11) Благодійність	
		12) Розвиток суспільства	
		13) Бізнес освіта та фінансова грамотність	
		14) Інше	
	Бізнес етика	15) Еко-, енергоефективність	
		16) КСВ департаменту	
		17) Соціально відповідальний маркетинг	
		18) Чесна та етична торгівля, надання зрозумілої інформації про послуги	
		19) Інше	
Робоче середовище		Права та безпека працівників	20) Здоров'я та безпека
			21) Різноманітність (рівність) працівників
	22) Колективні переговори та спілки		
	23) Права людини		
	24) Справедлива зарплати, компенсації та пільги		
	25) Права зацікавлених сторін		
	26) Чесні партнерські зв'язки та взаємодія		
	27) Інше		
	Корпоративна культура	28) Трудові відносини	
		29) Кодекс корпоративної етики	
30) Розвиток та навчання співробітників			
Корпоративне управління	Фінансові показники та дотримання стандартів	31) Взаємодія із зацікавленими сторонами	
		32) Інше	
Корпоративне управління	Менеджмент та відповідальність	33) Дотримання регулятивних стандартів та сплата податків	
		34) Аудит	
		35) Інше	
		36) Організаційна структура	
		37) Чесний розподіл винагород	
		38) Управління ризиками	
		39) Права акціонерів і відповідальність	
		40) Політичної відповідальність	
		41) Соціально-відповідальне управління	
		42) Чесна конкуренція	
		43) Боротьби з хабарництвом та шахрайством	
		44) Інше	
Прозорість	Соціальна звітність та облік	45) Соціальний звіт	
		46) Облік та аудит соціальних рахунків	
		47) Інше	
	Міжнародна участь	48) Участь у рейтингах та індексах сталого розвитку	
		49) Участь у міжнародних ініціативах та програмах	
		50) Інше	

Максимальна кількість балів, яку може отримати банк – 100 балів та розраховується відповідно до встановлених вагових коефіцієнтів для кожної категорії, підкатегорії та критерію.

$$B_{заг} = \Sigma (B_{крит} \times k_{ваг} (50 / 100)) \times K1 \quad (8)$$

де:  $B_{заг}$  – загальний бал соціального впливу банку;  $B_{крит}$  – кількість балів за критерієм;  $k_{ваг}$  – ваговий коефіцієнт категорії;  $K1$  – корегуючий коефіцієнт, який враховує обсяг щорічної доброчинності банку, відображеної у звітності і наявність окремо створеного банком благодійного фонду (табл. 4).

Табл. 4. Значення корегуючого коефіцієнта при визначенні рівня соціального впливу банку

Частка відрахувань на спонсорство та доброчинність до чистого прибутку банку, %	$K1$ – поправочний коефіцієнт
10<	1
5-10	0,95
2,5-5	0,90
1-2,5	0,85
0-1	0,80
Немає інформації	0,75
Наявний благодійний фонд банку	1,25

Кількість балів за критерієм визначають за 5-зірковим рейтингом і визначає важливість конкретного аспекту соціального впливу: критичне (4), дуже важливе (3), важливе (2), мало важливе (1), зовсім не важливе (0). Максимальний бал за критерієм соціального впливу =  $4 \times 0,5 = 2$ . Негативне твердження за критерієм отримує значення "-" у загальній формулі, таким чином банк може здобувати негативний рейтинг або його зниження через негативний вплив на суспільство.

Враховуючи зростаючу роль суспільства у визначенні репутації банку та впливі на його діяльність, ми пропонуємо створення он-лайн системи визначення соціального впливу банків. Ця система заснована на принципі краудсорсингу, тобто зборі даних від населення у режимі реального часу. Ми здійснили КСВ-рейтингування топ 12 банків України за розміром активів станом на кінець 2013 р. (табл. 5) на основі даних мережі Інтернет (статті, офіційні сторінки сайтів, результати рейтингів та ін.) щодо соціальної активності банків та виконання критеріїв, наведених у табл. 3.

Результати дослідження показують передусім активність банків у соціальній сфері, а також яким чином цю активність оцінює суспільство. Адже початковою метою КСВ-політики банку є підвищення його позитивної репутації у суспільстві та формування довіри, з метою нарощення клієнтської бази та стабільного розвитку банку, поєднуючи економічну вигоду із соціальною.

Запропонована рейтингова он-лайн платформа покликана стати "Вікіпедією соціального впливу", а тому стимулювати менеджмент банку до втілення нових соціальних проектів згідно з чеком-листом уведених нами критеріїв і занесення їх у базу даних соціального впливу, з метою корегування та підвищення

ня достовірності рейтингу банками самостійно. Запропонована методика може стати основою для створення "соціального паспорта" банку, який задекларував свою соціальну позицію та став членом Глобального Договору ООН.

Табл. 5. Рейтинг соціального впливу банків України

№	Назва банку	Кількість позитивних фактів соціального впливу	Кількість негативних фактів соціального впливу	Бали	Наявність благодійного фонду банку	Відображені у звіті витрати Спонсорство і доброчинність, тис. грн	Чистий прибуток банку, тис.грн 2012 р.	Загальний бал отриманий банком
1.	Укрсоцбанк UniCredit	33	3	115	UniCredit Foundation	-	3027	53,9
2.	Райфайзен банк Аваль	27	1	96	Н. Stepic CEE Charity	5871 (1,83 %)	319267	51
3.	ПриватБанк	19	6	39	Помагати просто	-	1330971	18,28
4.	Надра	10	2	31	Дитячий світ	-	157450	14,53
5.	ОТР Bank	11	2	36	-	659 (0,58 %)	113406	14,4
6.	Дельта банк	10	2	29	-	-	91955	10,88
7.	Альфа-Банк	9	3	23	-	769 (2,29 %)	33599	9,78
8.	ПУМБ	7	1	24	-	832 (0,29 %)	278597	9,6
9.	Сбербанк России	6	1	20	-	-	407824	7,5
10.	ВТБ	7	2	18	-	1923 (0,27 %)	(694633)	7,2
11.	Ощадбанк	13	8	18	-	-	662644	6,75
12.	Промінвестбанк	1	3	-7	-	-	(1805945)	-2,63

Примітка: розробив автор на основі річної звітності банків.

Етичні зобов'язання дедалі частіше стають формально визначеними у кодексах поведінки, цінностях банку, а також у таких важливих аспектах, як місія, корпоративне управління та ін., що надає банку ідентичності (від англ. Identity – особистість, індивідуальність, справжність). Дуже важливими є засоби оцінювання етичності поведінки банку, тому виникає однозначна необхідність у розробленні достовірних міжнародних індексів етичності (сталого розвитку), рейтингів КСВ, регулярної соціальної звітності, міжнародних нормативів соціального інвестування та ін.

**Висновки.** На сьогодні серед основних підходів до оцінювання реалізації соціальної відповідальності банку відсутня єдина методика оцінки їх соціальної відповідальності, а ті методики, які існують, мають рекомендаційний характер, не має практики їх використання українськими банками, що пов'язано з відсутністю відповідних норм та вимог закону.

Практика доводить, що у державах, де нормативна база, яка регулює економічні процеси, є недосконалою, довготривалого у часі економічного зростання не досягається, і, навпаки, для держав, де нормативна база сприяє діловій активності суб'єктів господарювання, характерний тривалий економічний розвиток. Уніфікація запропонованої методики оцінювання рівня соціального впливу банку дає змогу досягнути прозорості банківської системи та покращити репутацію українських банків.

## Література

1. Водницька Н.В. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність і методика оцінки. Державне регулювання соціального підприємництва та соціально-відповідального бізнесу / Н.В. Водницька; за заг. ред. Амосова О.Ю. – Харків : Вид-во ХОМО "Союз молодих підприємців", 2008. – 152 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. Ласукова А. Взаємозв'язок соціально-етичного маркетингу та корпоративної соціальної відповідальності / А. Ласукова // Вісник Тернопільського національного економічного університету : зб. наук. праць. – 2012. – Вип. 3. – С. 81-91.
4. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження. [Електронний ресурс]. – Доступний з [http://www.un.org.ua/files/Concept\\_Paper.pdf](http://www.un.org.ua/files/Concept_Paper.pdf).
5. Черних О.В. Управління соціальною відповідальністю на великих підприємствах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами / Черних Олена Вікторівна. Національна академія наук України, Ін-т економіки промисловості. – Донецьк, 2012. – 24 с.
6. Chatterji A. How Well Do Social Ratings Actually Measure Corporate Social Responsibility? / A. Chatterji. [Electronic resource]. – Mode of access [http://www.hbs.edu/faculty/Publication Files/07-051.pdf](http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/07-051.pdf).
7. Hopkins M. Measurement of Corporate Social Responsibility / M. Hopkins. [Electronic resource]. – Mode of access <http://www.mhcinternational.com/monthly-features/articles/110-measurement-of-corporate-social-responsibility>.
8. Rate the Raters. [Electronic resource]. – Mode of access <http://www.sustainability.com/library/rate-the-raters-phase-one#.USlidaVHJlg>.
9. The Top 10 Trends in CSR for 2012. [Electronic resource]. – Mode of access <http://www.forbes.com/sites/forbesleadershipforum/2012/01/18/the-top-10-trends-in-csr-for-2012>.

### **Штибель У.И. Оценка уровня воздействия банка на социальные процессы и его деловую репутацию**

Рассмотрены информационно-маркетинговые инструменты совершенствования социальной ответственности банка, определено ее положительное влияние на репутацию банковского учреждения, рассмотрены международные практики и приведены предложения по совершенствованию рейтинговых систем оценки уровня корпоративной социальной ответственности, повышение социально-экономической эффективности социальных инициатив на глобальном и локальном уровнях, разработана методика и осуществлено рейтинговое оценивание украинских банков по уровню их социального влияния на общество и экономику Украины.

**Ключевые слова:** корпоративная социальная ответственность, рейтинг, репутация, этическое инвестирование, социальные критерии.

### **Shtybel U.I. Measuring Social Impact of the Bank and Improvement its Business Reputation.**

This article reviews the information and marketing tools for improvement of the banks' corporate social responsibility, its positive impact on the reputation of the banking institution, the international practices and proposals for improvement of the corporate social responsibility rating systems, improvement of the socio-economic efficiency of social initiatives on local and global level. The new methodology is developed, and rating of the Ukrainian banks by their social impact on the society and the economy of Ukraine is conducted.

**Key words:** corporate social responsibility, ranking, reputation, ethical investing and social criteria.

УДК 658:001.589

Доц. В.І. Яшук, канд. екон. наук;  
магістрант О.В. Герус – Львівська КА

## **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ**

Досліджено теоретичні засади ефективного управління інноваційною діяльністю та розроблено рекомендації, які сприятимуть підвищенню ефективності управління інноваційною діяльністю. Розглянуто систему категорій і понять, пов'язаних управлінням інноваційною діяльністю. Зокрема, проаналізовано та обґрунтовано необхідність введення нових класифікаційних ознак інновацій. Розкрито сутність управління економічною ефективністю інноваційних проектів, виявлено взаємозв'язок між управлінням інноваційним процесом та теорією циклічного розвитку економіки; розкрито сутність оцінювання економічної ефективності інноваційних проектів як основної складової управлінням.

**Ключові слова:** управління, інновації, інноваційний процес, інноваційний проект, інноваційний мультиплікатор, циклічні коливання в економіці, оцінювання ефективності.

**Аналіз останніх досліджень.** Однією з головних тем багатьох економічних дискусій останніх років є інноваційний розвиток країни. Така зацікавленість не випадкова, оскільки основною причиною кризового стану економіки України є старіння усього індустріального комплексу та вступ економічної системи в стадію спаду довгої хвилі М. Кондратьєва. Теорія циклічності М. Кондратьєва, яка представлена періодичними коливаннями (фази спаду, підйому, депресії) економічної системи, передбачає, що вихід на фазу підйому можливий за умов впровадження інновацій. Тому в публікаціях учених-економістів наголошено, що основою стратегічного курсу України повинні бути проекти, які спрямовані на інноваційний шлях розвитку. Це свідчить про необхідність впровадження фінансово-ефективних проектів з метою покращення інноваційної активності в економіці України, яка на цей час низька.

Проблема комплексного оцінювання ефективності інвестицій, інновацій постійно перебувала й перебуває в центрі уваги вчених-економістів як класиків економічної наукової думки, зокрема М. Кондратьєва, М. Туган-Барановського, так і сучасних учених, таких як: В. Бернс, І. Бланк, Т. Калінеску, Р. Фатхудінов, В. Шапіро та ін. [1-3]. При цьому виникає питання про ступінь новизни й відповідності подібних публікацій реальним економічним умовам і можливості їхнього використання в процесі управління економічною ефективністю інноваційних проектів. Перераховані вище проблеми, їхня актуальність обумовили вибір теми дослідження, визначили її мету й завдання.

**Постановка завдання, мета статті.** Основною метою роботи є дослідження теоретичних основ ефективного управління інноваційною діяльністю та розроблення науково обґрунтованих рекомендацій для підвищення ефективності управління інноваційною діяльністю.

Досягнення зазначеної мети зумовило необхідність постановки та вирішення таких завдань:

- проаналізувати поняття "інновації", використовуючи традиційні теоретичні (фундаментальні) підходи й нові прикладні точки зору з цього питання;