

2.8. Соціальні технології: можливості та перспективи використання

Білошапка В.С.

2docent@ukr.net

кандидат економічних наук, доцент,
професор кафедри банківської справи та страхування
ДВНЗ «Київський національний
економічний університет імені Вадима Гетьмана»
м. Київ, Україна

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СОЦІАЛЬНИХ ПРОГРАМ БАНКІВ

В умовах перманентних економічних криз багато банків переглянули своє ставлення до соціальних програм і дійшли висновку, що, незважаючи на відсутність комерційної складової, навіть такі програми повинні піддаватися перевірці на якість і ефективність. Більш того, саме економічна криза зажадала від банків підвищення їх соціальної відповідальності щодо клієнтів.

Реалії свідчать, що під час кризи для багатьох клієнтів банків на перший план вийшла вартість банківського продукту. Скорочення заробітної плати, зростання безробіття збільшили кількість неповернень банківських кредитів. У відповідь на ситуацію, що склалася, деякі банки проявили соціальну відповідальність і розробили спеціальні програми підтримки позичальників, які постраждали від кризи. Першими відреагували на зростання простроченої заборгованості банки з державною участю, які оголосили програми реструктуризації боргів іпотечним позичальникам. Слідом за ними багато банків запропонували спеціальні програми допомоги своїм клієнтам. Механізм простий: для погашення заборгованості оформлюється новий кредит за нижчою ставкою і на більш тривалий термін, що істотно знижує щомісячну боргове навантаження. Звісно, до подібних заходів вдаються не всі банки, деякі навіть при більш лояльних термінах, навпаки, підвищують відсоток по кредиту.

Практичну реалізацію концепції соціальної відповідальності слід розглядати з позиції раціонального вибору [1,42], що здійснюється менеджером банку. Але також слід враховувати, що на формування інституціонального забезпечення локальної

соціальної відповідальності впливає соціально-економічний розвиток країни в цілому, стан банку та запити клієнта [2,539].

Соціальна відповідальність актуалізується при виникненні надзвичайної ситуації. Наприклад, з 2014 року в зв'язку з військовими подіями банкам забороняється нарахування пені та/або штрафів на основну суму заборгованості із зобов'язань за кредитними договорами та договорами позики громадянам України, які зареєстровані та постійно проживають або переселилися із зони АТО. Банки, інші фінансові установи, а також кредитори зобов'язані скасувати зазначеним особам нараховані штрафні санкції за цей період.

У банках найбільш розвиненим напрямом, який можна віднести до соціальних програм, все ж поки залишається спонсорство і благодійність. Соціальні програми традиційно розглядаються як спосіб зацікавити найменш заможних клієнтів – пенсіонерів і молодь. Що стосується пенсіонерів, то вони привабливі як довгострокові і надійні вкладники. Якщо говорити про молодь, то доходи цієї категорії громадян з часом збільшуються, і будь-якому банку вигідно заздалегідь залучити такого клієнта на довгострокову перспективу. Представники соціальних категорій громадян є найнадійнішими клієнтами і позичальниками, які максимально повно і своєчасно виконують свої зобов'язання. Практично кожен банк формує хоча б один банківський продукт для соціально слабо захищених верств населення, працюючи на перспективу.

Наприклад, Укрсоцбанк у своїй діяльності намагається не лише надавати високоякісні фінансові послуги населенню, а й долучатися до соціальної складової повсякденного життя кожного. З огляду на стабільні вектори соціальної діяльності, банк обрав і планує розвивати в майбутньому наступні напрями: благодійність та волонтерство; охорона здоров'я та пропагування здорового способу життя; фінансова грамотність; розвиток культури.

Зазначимо, що тенденція заміни традиційних соціальних програм на волонтерську допомогу з'явилася серед банків у період економічної кризи. Все більше банків починають масштабні програми та ініціативи, рушійною силою яких є саме їх співробітники. Для банку залучати співробітників до волонтерської діяльності – дуже важливо. Це дає можливість співробітникам не тільки бачити, але й розуміти, що їх банк реально робить для країни, для суспільства в цілому. Волонтерство ніяк не пов'язане з фінансовим становищем банку, воно пов'язане з особистими якостями задіяних у ньому учасників.

Укрсоцбанк вже багато років вважає стійкий екологічний розвиток одним із найважливіших напрямів діяльності організації. Завдання банку – довгі роки приносити користь суспільству, клієнтам, працівникам, акціонерам, теперішнім та майбутнім поколінням. Захист довкілля та зміни клімату – це надзвичайно важливі і перспективні питання, які не можна виключати із соціального, політичного та економічного кругозору.

Укрсоцбанк підтримує розвиток екології, розробляє політику у сфері захисту навколишнього середовища, вбачаючи у цьому значні перспективи. «Зелена політика» є орієнтиром для банку, адже це важлива частина соціальної відповідальності, що дає результати: зниження навантаження на навколишнє середовище, економія витрат бізнесу і, зрештою, уповільнення зміни клімату.

Власної політики екологічної та соціальної відповідальності дотримується і Укргазбанк. Згідно неї банк оцінює, відстежує та звітує про екологічні і соціальні ризики кредитних проектів. Банк пропонує екодепозити, кошти яких спрямовані на фінансування проектів по захисту навколишнього середовища. Заощадження населення працюють на поліпшення екології України.

Використана література:

1. Carroll A. B. 1991. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons* 34 (4): 39–48.

2. Сіренко Н. М. Інституціональне забезпечення локальної соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектора економіки. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. Т.1. – №32. – 2020. –С.536-544.

Манелюк Ю.М.

mjm@ukr.net

кандидат політичних наук, доцент,
доцент кафедри політичних технологій
ДВНЗ «Київський національний
економічний університет імені Вадима Гетьмана»
м. Київ, Україна

ПОЛІТИЧНА МАНІПУЛЯЦІЯ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ ТА МЕТОД ВПЛИВУ

Важливим питанням сучасної української політики є формування політичної свідомості за допомогою ЗМІ. Часто, домінуючим методом такої діяльності є маніпуляція свідомістю громадян, особливо під час виборчих кампаній. Оскільки саме під час виборчих кампанії та чи інша політична сила намагається сформувати суспільну думку в потрібному їй напрямку.

Під маніпуляцією розуміємо таємну дію суб'єкта, яка направлена на об'єкт з метою планування його діяльності. Маніпуляція в політиці використовується з метою здобуття, використання та утримання політичної влади. Здобуття політичної влади, як правило, здійснюється шляхом виборів.

Результати соціологічних досліджень показують, що більшість виборців судять про кандидата в депутати чи президенти за тим образом, який йому створюють медіа, особливо телебачення. За блискучою рекламною упаковкою важко буває визначити справжні ділові та особисті якості кандидатів та визначити їх політичні позиції.