

Н. Г. ШПАНКОВСЬКА, Ю. Т. ТРУШ (НМетАУ, Дніпропетровськ),
А. В. ТРУШ (Дніпропетровська філія ВАТ «КРЕДОБАНК»)

УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ СПРЯМОВАНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ

Проведено аналіз сучасних теоретичних підходів до визначення сутності соціальної діяльності суб'єктів господарювання. Визначено напрямки розвитку соціальної діяльності комерційних банків. Обґрунтовано доцільність формулювання місії комерційних банків на підставі ключової компетенції і загальні вимоги до місії.

Ключові слова: комерційний банк, соціальна діяльність, управління, сучасні теоретичні підходи

Проведен анализ современных теоретических подходов к определению сущности социальной деятельности субъектов хозяйствования. Определены направления развития социальной деятельности коммерческих банков. Обоснована целесообразность формулирования миссии коммерческих банков на основе ключевой компетенции и общие требования к миссии.

Ключевые слова: коммерческий банк, социальная деятельность, управление, современные теоретические подходы

The modern theoretical approaches to definition of essence of social activity of enterprises are analyzed. The directions of development of social activity of commercial banks are determined. The expedience of formulation of mission of commercial banks and general requirements it must meet to is grounded.

Keywords: commercial bank, social activity, management, modern theoretical approaches

В індустріальну еру суб'єкти господарювання (СГ) створювали вартість, використовуючи передусім матеріальні активи у формі сировини і перетворювали їх у кінцеву продукцію. На початку 90-х років балансова вартість матеріальних активів, створена таким чином, становила 62 % від ринкової вартості СГ. Вже через 10 років ситуація дещо змінилася в бік зменшення частки матеріальних активів до 38 %, а наприкінці століття – до 10...15 % [1, с. 73]. Тому в постіндустріальній або інформаційній ері управління СГ передусім базується на використанні їх нематеріальних активів. Згідно з цим зростання вартості активів досягається удосконаленими соціально-орієнтованими: взаємовідносинами з клієнтами; інноваційними продуктами і послугами; інформаційними технологіями; здібностями, вміннями і мотивацією персоналу; телекомунікаціями та ін. Оцінку соціальної діяльності СГ доцільно здійснювати на рівні держави, оскільки результати її ведення залежать у більшій мірі від стадії еволюційного розвитку і рівня інтелекту суспільства, ніж від закономірностей економічного розвитку окремих СГ. Крім того, результати соціальної діяльності є складовою національного багатства країни, що, в свою чергу, підсилює роль діяльності цього виду, викликає об'єктивну необхідність поглибленого дослідження і обумовлює **актуальність проблеми** її удосконалення.

Вимоги суспільства до функціонування СГ, результатів їх праці та напрямків розподілу отриманих прибутків є загальними стосовно усіх СГ. У дослідженні [2, с. 382] на базі обґрунтованої класифікації суспільних вимог за ознакою їх відношення до СГ виділені основні або загальні вимоги, які висуваються до будь-яких СГ, та конкретні вимоги, які обумовлені галузевими особливостями цих СГ. Так, до сучасних загальних вимог пропонується відносити: протидію фінансово-економічним кризам; охорону навколишнього середовища; врахування особливостей фінансово-господарського механізму регулювання національної економіки та соціальну спрямованість діяльності СГ.

Необхідність дотримання суспільних вимог стосується передусім комерційних банків (КБ), оскільки їх діяльність надає визначальний вплив на економіку держави, фінансово-майновий стан СГ і населення країни, пронизуючи сферу матеріального виробництва і невиробничу сферу національної економіки. При цьому КБ не є самодостатніми інститутами, оскільки їх функціонування можливе тільки за наявності суспільної потреби в банківських послугах і послугах (БПП). Самі ж КБ, як система виробничих відносин, належать до класу складних соціально-економічних систем, що обумовлено: інтересами окремих підрозділів, які не тільки об'єктивно не співпадають між собою, а і часто протирічять один одному та цілями роз-

виту КБ як системи; асиметричністю інформації, на підставі якої учасниками банківського ринку приймаються рішення.

Спрямованість діяльності банків на потреби соціуму особливо загострилася в період трансформаційних процесів, які відбуваються в економіці України з початку її незалежності, що, в більшій мірі, пов'язане з появою недержавних банківських установ, які функціонують в умовах вільної конкуренції [1]. В сучасних умовах ефективний розвиток системи вимагає створення та удосконалення механізму гармонізації взаємодії між її складовими. З позиції соціальної діяльності доречно розглядати зв'язки КБ з клієнтами, трудовим колективом, акціонерами і соціумом, з яких найбільш соціально незахищеними є клієнти і трудовий колектив, тому в даному дослідженні в більшій мірі буде розглядатись соціальна діяльність КБ, спрямована на гармонізацію стосунків з ними.

Суспільні вимоги реалізуються через принципи, які покладаються в основу стратегічних, поточних і оперативних управлінських рішень. Зокрема, стратегії розвитку КБ підпорядковані його місії, тому вона як управлінська домінанта повинна враховувати сучасні та майбутні вимоги суспільства до банків.

У зв'язку з цим *метою даної роботи* є дослідження недостатньо вивченої проблеми – соціальної діяльності КБ та закріплення її принципів в місії шляхом удосконалення її формулювання.

Для досягнення поставленої мети вирішено наступні **завдання**:

- проаналізовано сучасні теоретичні підходи до визначення сутності соціальної діяльності суб'єктів господарювання та надана їх оцінка;
- визначено напрямки розвитку комерційних банків з угрупуванням суспільних потреб;
- запропоновано та обґрунтовано доцільність формулювання місії комерційних банків з відображенням їх ключової компетенції та підсиленням соціальної спрямованості.

Огляд і аналіз літературних джерел та виклад основного матеріалу дослідження

Максимізація прибутку та вартості капіталу СГ є сучасними критеріями оцінки ефективності їх діяльності або впровадження інвестиційного проекту чи будь-якого управлінського рішення і передбачають вибір оптимальної з альтернатив, які розглядаються, при наявності достатнього інформаційного забезпечення. Разом з тим показники прибутковості діяльності та розраховані на їх підставі показники ефективності використання капіталу не характеризу-

ють соціальну спрямованість СГ, а, навпаки, вступають з ними у протиріччя як у зовнішньому середовищі (з інтересами клієнта), так і у внутрішньому, бо нерідко прибутковість СГ досягається зменшенням соціальних виплат трудовому колективу. Деякі автори [1, с. 65] пропонують вирішувати це протиріччя віднесенням соціальних витрат до виробничої собівартості продукції (послуг), але такий спосіб покриття соціальних витрат в остаточному висновку спровокує відповідне підвищення цін на продукцію (послуги), тобто тягар реалізації соціальних програм всередині СГ буде перекладений на споживача. Крім того, деякі суб'єкти господарювання з метою штучного підвищення іміджу, як свідчить зарубіжний досвід [3], намагаються викривляти інформацію, яка стосується їх соціальних програм, що надає асиметричності інформації, якою володіють різні учасники ринку.

Для забезпечення розвитку СГ і суспільства в цілому науковці [1] вважають, що необхідно удосконалювати усі види активів: природно-матеріальний, техніко-технологічний, людський, фінансовий, інформаційний і, безперечно, соціальний, під яким, зокрема, розуміють соціальний капітал.

Стосовно соціальних активів слід відзначити, що їх роль в країнах з ринковою економікою підсилалась наприкінці минулого століття в період зародження інституціональної теорії, яка ґрунтується на соціальних інститутах, що засновані на людській взаємодії. Інституціональна теорія визначає новий вид капіталу – інституціональний, тобто такий, що відображає продуктивні неформальні зв'язки СГ із зовнішнім середовищем. У дослідженнях [1, с. 6, 61; 3] обґрунтовано доцільність використання інституціонального капіталу як прояву соціального капіталу на мікрорівні, який створюється не СГ, а за рахунок розвитку всієї суспільно-економічної системи та попередніх поколінь, а також розроблені механізми його відображення в системі бухгалтерського обліку.

В Україні соціальна діяльність розвивається дуже повільно. Вчені вважають, що основними причинами цього є зтяжний характер реформ, економічний спад, соціальна поляризація в суспільстві [4, с. 38], несприятливий інвестиційний клімат [1, с. 251], недосконалість і нестабільність законодавства [5]. Важливою, на нашу думку, причиною є також розбіжності поглядів самих науковців не тільки відносно вмісту цієї мало дослідженої наукової категорії, а й форми її надання та навіть назви, що показано у табл. 1.

Таблиця 1

Дослідження сутності соціальної діяльності та її складових

Автори, джерело	Визначення і формулювання соціальної діяльності та її складових
Веблен Торстейн [6]	Соціальний капітал розглядається як взаємовідносини між СГ і середовищем, у якому вони функціонують
Данілка В. К., Травін В. В. [1 с. 61]	Соціальний капітал – це актив, здатністю якого є отримання вигоди у майбутньому та тим самим збільшення вартості економічного суб'єкта
Шевчук В. А. [7]	Соціальний компонент є цільовим орієнтиром, який направляє господарство в гуманістичне русло
Небава М. І. [4, с. 38]	Соціальна політика визначається як сукупність законодавчо та нормативно закріплених економічних, правових і соціальних гарантій, які надає суспільство своєму члену в разі безробіття, втрати або різкого зменшення доходів, хвороби, старості та ін.
Великий тлумачний словник [8]	Соціальна діяльність – це суспільна діяльність через уповноважені органи, яка цілеспрямована на забезпечення належного соціального, культурного та матеріального рівня життя членів суспільства та надання допомоги їх різним категоріям.
Чижевська Л. В. [1, с. 163]	Соціальна відповідальність фірм міститься у поступовому змінненні підходів їх поведінки у суспільстві в бік активізації своєї участі у поліпшенні якості життя його членів. У соціально-орієнтованій економіці фірми розглядаються не як створювачі прибутку, а як створювачі цінностей, які добровільно дотримуються високих етичних і професійних стандартів
Сімченко Н. О. [9, с. 65]	Соціальна відповідальність визначається як специфічна компетенція організації

Визначення соціального аспекту діяльності в формулюваннях, наведених в таблиці 1, є або загальним [1, 6, 7], або обмеженим окремими елементами [4, 8]. Разом з тим, різноманітні погляди свідчать про складність проблеми та необхідність адаптивного управління, у першу

чергу, на базі накопиченого вітчизняного досвіду. По-друге, в умовах трансформаційного функціонування економіки створення та постійне удосконалення системи соціального захисту, який є важливим фактором збереження людського капіталу, вимагає виявлення і дослідження світового досвіду. А він свідчить, що у розвинених країнах проблема вирішується не тільки урядом, а і роботодавцями, і суспільними інститутами, до яких відносяться благодійні фонди, громадські організації, спонсори, в якості яких нерідко виступають КБ.

На тлі закордонного досвіду відомі українські вчені вже пропонують забезпечення соціального захисту та справедливості не тільки соціально-орієнтованим обліком, а й контролем [1] та забезпеченням прозорості звітної інформації [10] особливо в галузі соціальної та екологічної діяльності СГ. Так, кожному СГ пропонується мати свою внутрішню систему звітності про соціальний розвиток трудового колективу і соціальне забезпечення інтересів споживачів продукції та послуг, яку слід базувати на даних його бухгалтерського обліку. Вона є основою для статистичної звітності регіонів, галузей і національної економіки. Разом з тим, залишається ще ряд науковців, які вважають, що соціальна політика повинна базуватись на принципах адресності і безпосередньому наданні пільг та допомоги тільки з боку держави, а не СГ, та на диференційованому підході до різних груп населення [6]. З урахуванням останньої вимоги концепція реформування соціальної діяльності СГ повинна також передбачати диференціацію і розвиток спектру надання соціальних послуг за групами їх споживачів, а також удосконалення їх обліку і контролю на рівні СГ.

Успішно працюючі банки вже сьогодні приділяють належну увагу управлінню клієнтською базою [6, с. 239]; розробляють клієнтську політику, яка містить стратегічні і тактичні завдання із залучення успішних клієнтів; створюють бізнес-технології; кодекси прав клієнта; орієнтують свої зусилля на розвиток вітчизняного виробництва шляхом кредитування перспективних проектів, реалізація яких забезпечує додаткові робочі місця, підвищення ВВП країни, обсягів експорту та ін. На наш погляд, перевагою такого клієнтоорієнтованого підходу є забезпечення довіри клієнтів до банку та підвищення його стійкості. Збереженню вкладників і, як наслідок, – їх соціальному захисту також сприяє управління ризиками [11], які притаманні банківській діяльності, з урахуванням

факторів і усталених зворотних зв'язків з клієнтами. Але у часи нестабільної економічної ситуації відсутність чіткого окреслення соціальної спрямованості банківської діяльності з клієнтами зменшує стійкість і дієздатність КБ, як це підтверджує сучасна фінансово-економічна криза, яка загострила взаємовідносини КБ з клієнтами. Крім того, більшість КБ не забезпечили належний соціальний захист своїх працівників, а деякі з них навіть скоротили свої штати.

Деякі КБ свою соціальну діяльність проявляють наданням споживчого кредитування [6, с. 263], окремі види якого мають соціальну спрямованість: безвідсоткові кредити; кредити на лікування, відпочинок і навчання; кредити соціально слабкозахисним верствам населення: молодь, інваліди, пенсіонери за віком. Разом з тим, перелічені види кредитування мало розповсюджені серед КБ України через зловживання та асиметричність інформації, якою володіють кредитори, тобто КБ, і позичальники, якими є споживачі БПП.

Найбільш розвиненими в напрямку соціального захисту є країни Європейського співтовариства (ЄС), в яких відповідальність за соціальну безпеку громадян розподіляється між державами співтовариства, ринком, місцевими органами самоврядування та недержавними суспільними установами. Загальними цінностями Європейської соціальної моделі, дефініція якої прийнята в Барселоні у 2002 році [12, с. 59], є: соціальна солідарність, суспільний діалог і союз соціальної політики з економікою. На підставі цієї моделі у Данії створена і успішно функціонує соціальна модель гнучкої або еластичної безпеки (так звана «flexicurity» або стратегія постдерегуляції), яка поєднує: гнучкі умови договорів з працевлаштування; політику перемін на ринку праці та безперервне удосконалення умов соціального страхування працездатної верстви населення. На наш погляд, досвід стосунків між працівниками та роботодавцями, прийнятий в ЄС, доцільно і можливо адаптувати до взаємовідносин КБ з клієнтами в Україні, оскільки указані взаємовідносини мають багато спільного: причетність до соціуму; вони є елементами однієї системи; наявність протиріч, в наслідок чого їх характерною ознакою є асиметричність інформації, якою вони володіють; клієнти є найбільш незахищеною стороною на ринку БПП, як і робітники на ринку праці, та ін. Але також є і відмінності: різні роль і зміст, розбіжність мети, організаційні особливості, ресурсне забезпечення та ін.

Перелічені спільні риси надають можливість і підставу для аналогії. Тому модель гнучкої безпеки при використанні цього загальнонаукового методу та з урахуванням цілеспрямованості змістовних і організаційних особливостей банківської діяльності доречно розглядати в якості довгострокового інструментарію спрямованого на економічне зростання і соціальну безпеку трудового колективу та клієнтів КБ. Тісне їх співтовариство і економічна інтеграція відповідальності за соціальну сферу та строковість моделі надає можливість розглядати її як стратегію, що, з одного боку, дозволяє поліпшити скоординованим і свідомим способом відносини між клієнтами і банком з урахуванням еластичності ринку БПП, а, з іншого, між безпечністю вкладів і доходів, позик і витрат. Запропонована стратегічна соціальна модель реалізується у тактичних планах діяльності банку, але започатковується у місії яка повинна враховувати соціальну спрямованість діяльності банку для сприяння солідарності та справедливості на базі досягнення стабільності, надійності та економічного зростання.

Визначення ж особливостей соціальної спрямованості можливе через розгляд і усвідомлення місії КБ, оскільки саме через місію вони відображають особливості свого зовнішнього середовища, надають суб'єктам цього середовища уяву про те, що являє собою банк, які блага він дає суспільству, і які переваги даного банку над іншими КБ та фінансовими установами, що пропонують аналогічні послуги. Обґрунтування місії КБ і забезпечення узгодженості сформульованих на її підставі цілей є не менш важливим при досягненні консолідації зусиль партнерських груп та гармонізації їх стосунків. До того ж КБ є системою масового обслуговування, тому його місія повинна давати психологічну установку і позитивно впливати не тільки на дійсних клієнтів КБ, а й на потенційних, та на суспільство в цілому. Усвідомлення місії позитивно впливає і на трудовий колектив КБ, бо зобов'язує його відповідати визначеним в місії стандартам взаємовідносин з клієнтами. Разом з тим дослідження офіційних сайтів провідних КБ України показав, що не всі з них формулюють свою місію та роблять її прозорою для розуміння усіма учасниками ринку, що певною мірою пов'язано з недостатнім усвідомленням топ-менеджерами цінності місії для залучення клієнтів та зі слабкою соціальною орієнтацією діяльності КБ.

Для забезпечення дієвості місії важливо розкрити в ній компетенції КБ, які в науковій

літературі поділяють на стандартні, специфічні та ключові. При їх визначенні вважаємо за можливе використання досвіду світових корпорацій, оскільки за формою їх компетенції, на наш погляд, характерні і для КБ, але їх вміст потребує уточнення з урахуванням особливостей банківської діяльності. Так, стандартна компетенція КБ полягає в його здатності надавати типові БПП, і тому вона є загальною для більшості КБ. Специфічні компетенції КБ представляють собою систему його цінностей та умов надання БПП, які забезпечують банку сучасні переваги і майбутнє лідерство в умовах невідомості, притаманній ринковій економіці, або фінансово-економічної кризи. Специфічна компетенція є умовою інтеграції підтримки і розвитку партнерських взаємовідносин з учасниками ринку і, в першу чергу, з клієнтами КБ, і, як наслідок, забезпечення соціальної відповідальності банку перед ними та перед його трудовим колективом. Ключовими компетенціями є ті специфічні компетенції, яким притаманні властивості складності, унікальності, неповторності, незамінності і саме вони в конкретних умовах роблять КБ конкурентоспроможним. Ключові компетенції конкретного КБ забезпечують йому можливість надавати унікальні БПП і вирішувати завдання, які є нетиповими для більшості його конкурентів, завдяки чому він стає надійним і стійким, що значно підвищує його соціальну привабливість. Тому висвітлення в місії ключових компетенцій в соціальному напрямку є дієвим і вірним кроком уперед, оскільки шляхи підвищення ефективності діяльності та фінансової стійкості КБ, які сьогодні пропонуються науковцями [11, 12], соціальну складову або зовсім не розглядають, або формулюють з погляду її практичної корисності для підвищення «стратегічності» як підсумку конкурентних переваг КБ [13]. Ключові компетенції як система внутрішніх знань, оригінальних банківських технологій одночасно є складовими його комерційної таємниці та місії. Знання банківських технологій є недоступним для клієнтів КБ, що справедливо і для будь-якого іншого ринку з асиметричністю інформації, а досягнення місії КБ забезпечується здатністю його трудового колективу реалізувати ключові компетенції банку.

Аналіз місії деяких банків України на предмет охоплення зовнішнього середовища та її спрямованості наведений в табл. 2. Всі розглянуті місії КБ наголошують на важливості клієнта і його потреб та запевняють в найкращому їх задоволенні саме даним банком. Загальними їх недоліками є відсутність системного підходу

до формулювання місії, яке полягає в визначеності ознак класифікації, за якими виокремлюються групи клієнтів та види БПП.

Таблиця 2

Аналіз місії КБ, які функціонують в Україні

Місія банку	Елементи зовнішнього середовища	Сектор банківських послуг
1	2	3
ВАТ «Ощадбанк»		
Відтворення ідеї тривалого заощадження коштів населення на принципах справедливої доходності та надзвичайної надійності і, завдяки копійчкій роботі, сприяння розвитку економіки України та забезпечення інтересів її громадян. Заради цього зберігається та відбудовується найширша філійна банківська мережа і ставиться мета забезпечити високоякісним сервісом індивідуальних та корпоративних клієнтів приватної та державної форм власності по всій Україні.	Населення, індивідуальні та корпоративні клієнти приватної та державної форм власності	Заощадження
Акціонерно-комерційний банк соціального розвитку «Укрсоцбанк»		
Місія базується на визначенні клієнта як центру уваги банку. З огляду на це, а також спираючись на корпоративні цінності, вибудовуються основні процеси його роботи: банк є універсальною фінансовою установою й обслуговує всіх клієнтів; банк використовує всі свої можливості для того, щоб як фінансовий посередник та консультант, який розуміє інтереси своїх клієнтів та має відповідні фінансові інструменти, допомагати їм вирішувати фінансові проблеми; банк прагне створити такі умови та канали продажу своїх продуктів, які б забезпечили клієнтам максимально можливий вибір часу, місця і способу отримання продукту чи послуги. Банк гарантує надійний захист банківської таємниці.	Всі клієнти	Універсальна фінансова установа

Таблиця 2 (закінчення)

1	2	3
ВАТ «КРЕДОБАНК»		
Найважливіша цінність КРЕДОБАНКу – клієнт. Банк буде сильну позицію на роздрібному ринку у сфері іпотечних кредитів, готівкових кредитів та кредитних карток, а також зміцнює позицію в галузі індивідуальних рахунків, пропонуючи безпечні та сучасні продукти, пристосовані до потреб клієнтів. Банк розвиває відносини з українськими фірмами, пропонуючи їм професійне обслуговування. Для польських фірм, що провадять діяльність в Україні, КРЕДОБАНК є найкращим партнером у бізнесі. КРЕДОБАНК забезпечує акціонерам ефективне управління капіталом та створює умови для кар'єрного розвитку працівників.	Всі клієнти, в тому числі: українські та польські фірми, акціонери, працівники банку	Роздрібний ринок у сфері іпотечних кредитів, готівкових кредитів та кредитних карток; індивідуальні рахунки; ефективне управління капіталом; кар'єрний розвиток

Пропоноване формулювання місії

Найважливіша цінність банку – клієнт. На підставі ключової компетенції банк буде сильну позицію на роздрібному ринку у сфері іпотечних і готівкових кредитів та кредитних карток, а також зміцнює позицію в галузі індивідуальних рахунків, пропонуючи безпечні та сучасні продукти, пристосовані до потреб клієнтів, з метою підвищення їх соціального захисту. Банк, пропонуючи професійне обслуговування, розвиває і консолідує відносини з українськими суб'єктами господарювання, завдяки специфічним компетенціям банк є найкращим партнером у бізнесі для закордонних фірм, які провадять діяльність в Україні. Банк забезпечує акціонерам ефективне управління капіталом та створює умови для кар'єрного і соціального розвитку працівників.	Всі клієнти, в тому числі: українські і закордонні фірми; фізичні особи; акціонери; працівники банку	Роздрібний ринок у сфері іпотечних кредитів, готівкових кредитів та кредитних карток; індивідуальні рахунки; ефективне управління капіталом; кар'єрний розвиток
--	--	---

Відсутність таких класифікацій не дозволяє деяким банкам відобразити усіх клієнтів, потреби яких вони готові задовольнити (ВАТ «Ощадбанк», ВАТ «КРЕДОБАНК»), а також не дає змогу висвітлити ті види БПП, які вони готові надати своїм клієнтам (ВАТ «КРЕДОБАНК»). Однак, навіть недостатньо якісні формулювання місії ВАТ «Ощадбанк» і ВАТ «КРЕДОБАНК» є більш вдалими і дієвими, ніж загальні формулювання, які представлені в місії Акціонерно-комерційного банку соціального розвитку «Укрсоцбанк», оскільки її усвідомлення не надає жодному клієнту відчуття унікальності й потреби. Слід відзначити місію ВАТ «КРЕДОБАНК» як таку, в якій доречно виділені такі групи зовнішнього середовища: клієнти, акціонери і працівники. Це те, що гарантує надання соціальних благ не тільки клієнтам банку, а й його акціонерам, які мають свої очікування по відношенню до банку, і працівникам КБ, які також мають свої соціальні потреби.

Формулювання місії ВАТ «КРЕДОБАНК», з нашого погляду, є найбільш вдалим, і тому воно покладене в основу пропонованого формулювання місії для КБ з урахуванням його ключових компетенцій.

Висновок

Соціальні пріоритети діяльності суб'єктів господарювання особливо ретельно повинні реалізовуватись в періоди фінансово-економічних криз і радикальних перетворень для запобігання таких негативних явищ, як відтік м'язів і зубожіння населення в макроекономічному аспекті, а також задля забезпечення соціального захисту клієнтів і трудового колективу в мікроекономічному.

У зв'язку з цим важливим є усвідомлення сутності соціальної діяльності суб'єктів господарювання. Задля сприяння цьому надані її визначення і оцінка на сучасному етапі розвитку суспільства і СГ. Зокрема, для комерційних банків розглянуті основні напрямки розвитку їх соціальної діяльності. Оскільки суб'єкти господарювання свою соціальну спрямованість декларують суспільству через місію, то обґрунтована важливість наявності її формулювання для комерційних банків, діяльність, яких неможлива без позитивної оцінки суспільства. Крім того, наголошується на доцільності відображення в ній ключової компетенції конкретного КБ та його соціальної спрямованості задля підвищення конкурентоздатності і привабливості для наявних і потенційних клієнтів.

Постановку майбутніх соціальних цілей також необхідно починати з формулювання та усвідомлення місії КБ, яка відображається в стратегічних і тактичних планах за наявності достатнього економічного потенціалу. **Напрямок подальших досліджень** є змістовне визначення економічного потенціалу КБ та удосконалення методів його оцінки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Наукові бухгалтерські школи світу: еволюція, сучасний стан, перспективи розвитку [Текст] // Тези VII Міжн. наук. конф. – Ч. 2. – Житомир: ЖДТУ, 2008. – 484 с.
2. Шпанковська, Н. Г. Принципи економічного аналізу у контексті загальних вимог до промислових підприємств [Текст] / Н. Г. Шпанковська, Н. П. Потрус, Г. М. Болдир // Економіка: проблеми теорії і практики. Зб. наук. пр. – Вип. 250, Т. II. – Д.: ДНУ, 2009. – С. 379-386.
3. Предвидение будущего: Беседы с финансовыми стратегами [Текст] : [пер. с англ.] / под ред. Л. Келенира, Д. Свогермана, В. Ферхуга. – М.: Инфра-М, 2003. – 229 с.
4. [Текст] // Прометей. Регіональний зб. наук. пр. з економіки. – ІЕПД НАНУ І ДЕГІ, 2009. – № 1. – 331 с.
5. Національна економіка [Текст] / за ред. В. М. Тарасевича. – К.: ЦУЛ, 2009. – 280 с.
6. Веблен Торстейн. Теория делового предприятия [Текст] : [пер. с англ.] / Торстейн Веблен. – М.: Дело, 2007. – 288 с.
7. Шевчук, В. А. Физическая экономия: мировоззренческий феномен и философия хозяйствования [Текст] / В. А. Шевчук // Философия экономики. – К.: 2002. – С. 76-107.
8. Великий тлумачний словник сучасної української мови [Текст] / за ред. В. Т. Бусел. – Ірпінь: ВТ Ф «Перун», 2004. – 1440 с.
9. Бутинець, Ф. Ф. Альфа і омега бухгалтерського обліку або моя болісна не сповідь [Текст] : монографія / Ф. Ф. Бутинець. – Житомир: Рута, 2007. – 328 с.
10. Пушкар, М. С. Креативний облік (створення інформації для менеджерів [Текст] : монографія / М. С. Пушкар. – Тернопіль: Карт-бланш, 2006. – 334с.
11. [Текст] // Формування ринкової економіки в Україні. Наук. зб. ЛНУ. – Спецвип. 15 (ч. 2) Обліково-аналітичні системи суб'єктів господарської діяльності в Україні. – Львів: ЛНУ, 2005. – 771 с.
12. [Текст] // Соціально-економічні проблеми регіонального розвитку. Зб. наук. пр. ЗПІЕУ. – Д.: ІМА-прес, 2008. – 439 с.
13. Череп, А. В. Комплексна методика збільшення конкурентних переваг комерційного банку [Текст] / А. В. Череп, Н. В. Данилюк // Економіка: проблеми теорії і практики. Зб. наук. пр. – Вип. 250, Т. II. – Д.: ДНУ, 2009. – С. 321-327.

Надійшла до редколегії 09.02.2010.

Прийнята до друку 25.02.2010.