

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-3>

УДК 330.14:657.9

## ЗМІСТ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ БАНКУ: ОБЛІКОВИЙ АСПЕКТ

## CONTENT OF THE BANK'S SOCIAL CAPITAL: ACCOUNTING ASPECT

**Мельничук Ірина Іванівна**кандидат економічних наук, доцент,  
Університет економіки і підприємництва  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2386-3365>**Лопатовська Оксана Олександрівна**викладач,  
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9301-3833>**Melnychuk Iryna**

University of Economics and Entrepreneurship

**Lopatovska Oksana**

Khmelnyskyi Cooperative Trade and Economic Institute

Стаття присвячена характеристиці соціального капіталу банківської установи. Проведено аналіз досліджень вчених в частині змістового наповнення категорії «соціальний капітал», виявлено наявність проблем його оцінки та відображення в системі бухгалтерського обліку. Обґрунтовано, що банки, маючи в наявності арсенал достатніх засобів для ефективного формування соціального капіталу, можуть розглядати його через призму ключових характеристик в частині соціальної, громадської роботи. Наявність достатнього соціального капіталу забезпечує можливість банку сформувати додаткову вартість у вигляді гудвілу та значно покращити фінансові показники своєї роботи. Оскільки складові соціального капіталу можуть відобразитися за різними статтями фінансових звітів, доречно подавати інформацію про соціальний капітал банку в цілому у нефінансових звітах.

**Ключові слова:** соціальний капітал, банківська установа, довіра, репутація, гудвіл, соціальна відповідальність бізнесу.

The article is devoted to the characteristics of the social capital of a banking institution. The analysis of researches of scientists in a part of semantic filling of a category "social capital" is carried out, existence of problems of its estimation and reflection in system of accounting is revealed. It is substantiated that banks, having an arsenal of sufficient funds for the effective formation of social capital, can consider it through the prism of key characteristics in terms of social, public work. The availability of sufficient social capital provides the bank with the opportunity to generate additional value in the form of goodwill and significantly improve the financial performance of its work. It is possible to assess the social capital of a banking institution by individual components that characterize it. These include: training of employees, staff training, provision and implementation of social guarantees, decent wages, compliance with the code of ethics, combating bribery, maintaining close ties with bank customers, participation in social projects, programs, the bank's work with other financial institutions, which allows you to expand the range of services and interest customers in banking products and more. As the components of social capital may be reflected in different items in the financial statements, it is appropriate to provide information on the social capital of the bank as a whole in the non-financial statements. This submission does not contradict the requirements of regulations governing the submission of reports by banking institutions. In particular, the social component of the banking business, which will characterize the adequacy of the bank's social capital, can be stated in the management report, which contains a separate section for providing such information. This presentation of information to external users allows you to assess the work of the banking institution and, if sufficient, significantly increase the value of the bank's shares and strengthen the institution's position in the banking market. In general, social capital is a promising resource, and therefore it should be accumulated and developed to obtain future economic benefits.

**Keywords:** social capital, banking institution, trust, reputation, goodwill, social responsibility of business.

**Постановка проблеми.** Діяльність суб'єкта пов'язана з багатьма аспектами. Зазвичай мова йде про його забезпеченість фінансовими, матеріальними, трудовими ресурсами, достатністю капіталу, ступенем ліквідності активів, зв'язками з контрагентами тощо. Проте, в останні роки суб'єкти господарювання мають шукати інші джерела, які б дозволили їм покращити показники своєї діяльності. Таким джерелом є соціальний капітал, розвиток якого здатен суттєво позначитися на фінансових і нефінансових показниках розвитку суб'єкта, зміцнити його позиції на ринку тощо. Формування такого капіталу вимагає значних затрат часу, фінансових ресурсів, чіткої програми соціального розвитку в рамках соціальної відповідальності бізнесу. Усе зазначене притаманне для банківського сектору, який є досить прибутковим та може собі дозволити розвиток у даній площині, зважаючи на ряд обставин.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Соціальний капітал є складною категорією, оскільки вивчається вченими на перетині різних наук (економічна теорія, соціологія тощо). Левова частка досліджень припадає на обґрунтування сутності соціального капіталу, його структури [7–10]. Однією з перших звернула увагу на соціальний капітал саме як на об'єкт бухгалтерського обліку Жиглей І. В. [1]. Романенко О. О. [2], Яворська О. Г. [2; 4–5], Боцян Т. В. та Зварич Л. В. [3] вивчали соціальний капітал на прикладі окремої галузі здійснення господарської діяльності. Доробок представлених вчених є значним, оскільки дозволяє діючим суб'єктам господарювання зосередити увагу на ще одній важливій складовій свого ресурсного забезпечення. Проте, дослідження є незакінченими, враховуючи специфіку діяльності окремих суб'єктів, зокрема, фінансовий сектор, який акумулює значні ресурси та має свої характерні складові саме в частині соціального капіталу.

**Мета статті** полягає у вивченні змісту соціального капіталу банківських установ в контексті його визнання об'єктом бухгалтерського обліку.

**Виклад основного матеріалу.** Соціальний капітал є досить новою, порівняно з іншими видами капіталу, економічною категорією, яка вивчається науковою спільнотою з точки зору змістового наповнення, значення, ролі і місця в житті суб'єкта господарювання, оцінки та визнання, організації й методики обліку його елементів.

Зокрема, за галузевим аспектом соціальний капітал досліджували у своїй роботі Романенко О. О. [2] та Яворська О. Г. [2; 4–5], Боцян Т. В. та Зварич Л. В. [3] й інші. Зазначені вчені свою увагу зосередили на індустрії гостинності, вважаючи її перспективною, досить гнучкою, та такою, яка максимально базується на відносинах між працівниками та клієнтами, що призводить до необхідності підвищення не кількості наданих послуг, а саме їх якості, що, в свою чергу, забезпечується складовими соціального капіталу.

В обліковому аспекті суттєвими є напрацювання І. В. Жиглей, яка дійшла до думки, що соціальний капітал є складовою системи обліку підприємства, так як він пов'язаний з такими поняттями, як довіра, зв'язками між співробітниками та зовнішніми стейкхолдерами, що в кінцевому підсумку позначається на результатах діяльності підприємства, ринковій вартості акцій, створює його гудвіл при продажу тощо. При цьому авторка наголошує, що наявність соціального капіталу дозволяє полегшити роботу суб'єкта, зробити її більш ефективною та привабливою, що виявляється в рівні довіри зі сторони внутрішніх та зовнішніх користувачів.

Аналізуючи напрацювання вчених можна дійти до висновку, що в контексті обліку соціальний капітал вивчається з позиції соціальної відповідальності бізнесу, а саме її соціальної складової, що дозволяє відобразити інформацію про трудові ресурси у системі бухгалтерського обліку та фінансовій і нефінансовій звітності. Мельничук М. О. [6], вивчаючи методичні прийоми обліку елементів соціального капіталу, запропонувала використовувати фасетну систему аналітичного обліку облікових номенклатур про соціальний капітал, зважаючи на те, що елементи соціального капіталу являють собою різноманітні об'єкти обліку. Науковець виокремила ряд облікових номенклатур, які є складовими соціального капіталу суб'єкта господарювання.

Таким чином, соціальний капітал є складним за своєю структурою і не маючи матеріальної форми як такої – непростим для сприйняття. Опираючись на дослідження Бурджанадзе І. В. [11] соціальний капітал банку пропонуємо розглядати виходячи з тієї робочої гіпотези, що банківська установа є установою, діяльність якої максимально пов'язана з клієнтами, якістю та умовами їх обслуговування. Саме банки мають кодекси корпоративної культури і працівники їх дотримуються. В банку чітко організована система зв'язків

між підрозділами, що дозволяє ефективно та компетентно виконувати свою роботу працівникам в рамках обмеженої ділянки.

Крім того, банки, а особливо ті, що мають іноземний капітал, сповідають соціальну відповідальність бізнесу, яка за соціальною складовою передбачає:

- постійне навчання працівників, підвищення їх кваліфікації;
- моніторинг професійного вигорання працівників;
- виконання усіх зобов'язань в частині соціальних гарантій працівників, гарні умови праці;
- престиж професії, оплата праці, бонуси, премії;
- організація «неформальних» зустрічей для працівників;
- встановлення вимоги до культури спілкування між працівниками та працівниками і клієнтами;
- налагодження тісних та довготривалих зв'язків з клієнтами банку;
- участь банку у різних благодійних соціальних проектах;
- підтримка соціальної сфери через кредитні програми;
- співпраця банків зі страховиками, що значно розширює спектр послуг для клієнтів банку.

Представлені напрямки роботи банку дозволяють сформувати достатній соціальний капітал, що проявляється у злагодженій роботі його працівників, роботі банку в цілому, довірі клієнтів до банківської установи, іміджу, репутації, що позначається на фінансових показниках роботи банку. Крім того, при продажу, вартість банку зазвичай перевищує вартість його активів, а тому можемо гово-

рити про те, що складові соціального капіталу також створюють той гудвіл, на суму якого вартість банку перевищує його активи.

З точки зору обліку, вартісно виміряти в загальному величину соціального капіталу банку складно, оскільки окремі його компоненти знаходять своє відображення за різними статтями (зобов'язання, витрати тощо). Доречною вбачається оцінка обсягу соціального капіталу в цілому у нефінансовому звіті банку (його достатність чи недостатність), посилаючись на окремі складові, які його характеризують. Таке представлення можливе у Звіті про управління, де банки виділяють корпоративну соціальну відповідальність. Наявність такого розділу у Звіті відповідає вимогам рекомендацій № 982 та Інструкції НБУ № 373. Таким чином, банківські установи мають усі підстави для розкриття інформації, яка включає в себе соціальну складову та характеризує соціальний капітал банку.

**Висновки.** Отже, банки, як суб'єкти фінансового ринку, мають усі правові підстави для розкриття складових соціального капіталу у своїх звітних формах, які надаються як зовнішнім користувачам, так і внутрішнім, що дозволяє їм оцінити соціальну складову розвитку банківської установи, визначити пріоритети розвитку у цій царині. Соціальний капітал, як складова успіху банку, здатен суттєво підвищити його позиції на ринку банківських послуг за умови послідовності дій з його формування, накопичення та розвитку. Зважаючи на ряд складових, які характеризують соціальний капітал, важливо визначитися з ключовими напрямками облікової політики банку, що дозволить відображати його складові у системі бухгалтерського обліку банківської установи.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Жиглей І. В. Соціальний капітал та його місце в системі бухгалтерського обліку. *Вісник ЖДТУ. Серія : Економічні науки*. 2007. № 2(40). С. 53–62.
2. Романенко О. О., Яворська О. Г. Соціальний капітал в умовах інтелектуалізації підприємств сфери туризму та індустрії гостинності. *Економіка та держава*. 2018. № 4. С. 26–31.
3. Боцян Т. В., Зварич Л. В. Соціальний капітал в індустрії гостинності: обліковий аспект. *Економіка. Управління. Інновації*. 2019. Випуск 1(24). URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2019\\_1\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2019_1_4)
4. Яворська О. Г. Соціальний капітал підприємств середнього та малого бізнесу сфери туризму та індустрії гостинності. *Бізнес-Навігатор*. 2018. Випуск 4(47). С. 134–138.
5. Яворська О. Г. Соціальний капітал підприємств індустрії туризму та гостинності. *Проблеми економіки та політичної економії*. 2018. № 1. С. 236–247.
6. Мельничук М. О. Організаційно-методичні аспекти обліку елементів соціального капіталу підприємства. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2020. № 1(67). С. 173–179.
7. Бурджанадзе І. В. Соціальний капітал підходить до визначення і виміру. *Економіка і управління*. 2018. № 4. С. 19–24.

8. Гриненко А. М., Кирилюк В. В. Соціальний капітал: сутність і генезис його трактування. *Соціально-трудова відносина: теорія та практика*. 2017. № 2. С. 321–328.
9. Нафус І. І. Соціальний капітал як категорія економіко-теоретичного дослідження. *Бізнес-Навігатор*. 2018. Випуск 1–1 (44). С. 17–20.
10. Галушка З., Нафус І. Соціальний капітал як економічний ресурс: сутність та методологічні підходи до його оцінки. *Економічна теорія*. 2019. № 1. С. 71–86.
11. Бурджанадзе І. В. Соціальний капітал організації: поняття і методи оцінки. *Економіка і управління*. 2020. № 2. С. 53–62.
12. Про затвердження Методичних рекомендацій зі складання звіту про управління : Наказ Міністерства фінансів України від 07.12.2018 р. № 982. Дата оновлення: 18.01.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0982201-18#Text> (дата звернення: 25.02.2022).
13. Про затвердження Інструкції про порядок складання та оприлюднення фінансової звітності банків України : Постанова правління НБУ від 24.10.2011. № 373. Дата оновлення: 13.05.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1288-11#Text> (дата звернення: 25.02.2022).

## REFERENCES:

1. Zhyhlei, I. V. (2007) Sotsialnyi kapital ta yoho mistse v systemi bukhgalterskoho obliku [Social capital and its place in the accounting system]. *Visnyk ZhDTU. Seriya: Ekonomichni nauky – Bulletin of ZhSTU. Series: Economic Sciences*, 2(40), 53–62. (in Ukrainian)
2. Romanenko, O. O., Yavorska, O. H. (2018) Sotsialnyi kapital v umovakh intelektualizatsii pidpriemstv sfery turizmu ta industrii hostynnosti [Social capital in terms of intellectualization of enterprises in the field of tourism and hospitality industry]. *Ekonomika ta derzhava – Economy and state*, 4, 26–31. (in Ukrainian)
3. Botsian, T. V., Zvarych, L. V. (2019) Sotsialnyi kapital v industrii hostynnosti: oblikovyi aspekt [Social capital in the hospitality industry: accounting aspect]. *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii – Economy. Management. Innovation*, 1(24). Retrieved from [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2019\\_1\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2019_1_4) (in Ukrainian)
4. Iavorska, O. H. (2018) Sotsialnyi kapital pidpriemstv serednoho ta maloho biznesu sfery turizmu ta industrii hostynnosti [Social capital of medium and small businesses in the field of tourism and hospitality industry]. *Biznes-Navigator – Business Navigator*, 4(47), 134–138. (in Ukrainian)
5. Iavorska, O. H. (2018) Sotsialnyi kapital pidpriemstv industrii turizmu ta hostynnosti [Social capital of the tourism and hospitality industry]. *Problemy ekonomiky ta politychnoi ekonomii – Problems of economics and political economy*, 1, 236–247. (in Ukrainian)
6. Melnychuk, M. O. (2020) Orhanizatsiino-metodychni aspekty obliku elementiv sotsialnoho kapitalu pidpriemstva [Organizational and methodological aspects of accounting for elements of social capital of the enterprise]. *Naukovyi pohliad: ekonomika ta upravlinnia – Scientific view: economics and management*, 1(67), 173–179. (in Ukrainian)
7. Burdzhanadze, I. V. (2018) Sotsialnyi kapital: pidkhody do vyznachennia i vymiru [Social capital approaches to definition and measurement]. *Ekonomika i upravlinnia – Economics and management*, 4, 19–24. (in Ukrainian)
8. Hrynenko, A. M., Kyryliuk, V. V. (2017). Sotsialnyi kapital: sutnist i henezys yoho traktuvannia [Social capital: the essence and genesis of its interpretation]. *Sotsialno-trudovividnosyny: teoriia ta praktyka – Social and labor relations: theory and practice*, 2, 321–328. (in Ukrainian)
9. Nafus, I. I. (2018). Sotsialnyi kapital yak katehoriia ekonomiko-teoretychnoho doslidzhennia [Social capital as a category of economic and theoretical research]. *Biznes-Navigator – Business Navigator*, 1–1(44), 17–20. (in Ukrainian)
10. Halushka, Z., Nafus, I. (2019) Sotsialnyi kapital yak ekonomichni resurs: sutnist ta metodolohichni pidkhody do yoho otsinky [Social capital as an economic resource: the essence and methodological approaches to its evaluation]. *Ekonomichna teoriia – Economic theory*, 1, 71–86. (in Ukrainian)
11. Burdzhanadze, I. V. (2020). Sotsialnyi kapital orhanizatsii: poniattia i metody otsinky [Social capital of the organization: the concept and methods of evaluation]. *Ekonomika i upravlinnia – Economics and management*, 2, 53–62. (in Ukrainian)
12. Order of the Ministry of Finance of Ukraine on approval of Methodical recommendations for the preparation of the management report № 982 (dated 2018, December 07). Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0982201-18#Text> (in Ukrainian)
13. Resolution of the NBU Board on approval of the Instruction on the procedure for compiling and publishing financial statements of banks of Ukraine № 373 (2011, October 24). Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1288-11#Text> (in Ukrainian)