

## БАНКОВСКИЙ ПРОДУКТ: СОЦИАЛЬНЫЙ ИЛИ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫЙ

**А.И. Серебренникова**, канд. экон. наук, доцент

Уральский государственный экономический университет  
(Россия, г. Екатеринбург)

DOI:10.24412/2500-1000-2023-11-2-152-156

**Аннотация.** Социальная ориентация в деятельности банка непосредственно выражается через конечный результат его деятельности - банковский продукт (услугу). Вместе с тем, в научной литературе и на практике отмечается терминологическая неопределенность в обозначении банковских продуктов, обладающих социальной окраской. Исходя из трактовки значение слова «социальный» в статье рассматриваются отдельные аспекты, присущие таким продуктам. Делается вывод о возможности использования термина социальный банковский продукт в широком смысле и более узкого термина социально ориентированный банковский продукт.

**Ключевые слова:** банковский продукт, социальный банковский продукт, социально ориентированный банковский продукт.

Социальные аспекты деятельности предприятий и организаций различных отраслей экономики в условиях нестабильности мировой экономики и поисков путей дальнейшего развития привлекает все большее внимание. Банки и банковская деятельность в целом не являются исключением. Эти процессы сопровождаются возникновением и разработкой различных концепций и теорий, таких как устойчивое развитие, корпоративная социальная ответственность, социальный банкинг, ESG банкинг, которые в той или иной степени предполагают наличие социальной составляющей.

Несмотря на то, что социальной компоненте отводится существенная роль, до настоящего времени отсутствует четкий набор критериев для оценки социальной направленности. В частности, в отношении банков предлагается показатель «доля доходов от социально ориентированных услуг банка (структурированных по бизнес-линиям и по цели) в общем операци-

онном доходе» [10]. Но в этом случае возникает закономерный вопрос о том, что представляют собой «социально ориентированные услуги банка», т.к. содержание данного термина также не имеет определенного теоретического наполнения. Оставляя за рамками настоящего исследования, определение разницы в понятиях банковский продукт и банковская услуга, заметим, что и том и в другом случае речь идет о конечном результате деятельности банка. Соглашаясь с представлением о продукте как «индикаторе социальной ответственности банка» [4], автор уже подчеркивал необходимость изучения банковского продукта, который с одной стороны выражает отношение банка к потребностям общества, с другой – способе наиболее системно повлиять на экономическое состояние этого общества [7].

В качестве синонима или аналога термина «социально ориентированные услуги банка» могут быть использованы другие термины (табл. 1).

Таблица 1. Термины, используемые для выражения социальной направленности банковского продукта (услуги) [1, 3-13 и др.]

Термин	Автор, использующий термин
Социально ориентированные продукты/ услуги	Котова О.В., Суфиярова М.Д., Милькина И.В., Саакова Ю.В., Чичуленков Д.А.
Социальные программы	Стадухин Д.Н., Миллер А.Е.
Социальные продукты	Серебренникова А.И.
Продукты с социальной направленностью	Васильева Ю.А.
Социально значимые банковские продукты	Микрюков А.В., Милькина И.В., Хозуева Ю.А.
Продукты с выраженной социальной составляющей	Хозуева Ю.А.

Стоит отметить, что в таблицу включены лишь наиболее часто встречающиеся термины, более того, некоторые авторы могут использовать параллельно несколько терминов. Количество различных формулируемых авторами терминов явно свидетельствует о необходимости внесения определенности в терминологию. Общим для всех терминов является то, что авторы, как правило, не раскрывают содержание термина, а используют их как прикладные, т.е. имеющие понятный по умолчанию смысл.

По мнению автора, с точки зрения русского языка, эти термины не могут быть рассмотрены как абсолютные синонимы, усиливая смысловую терминологическую неопределенность. Обратимся к толкованию слова «социальный», которое является определяющим во всех приведенных конструкциях. Для прилагательного «социальный» в толковых словарях представлен ряд значений.

1. Ожегов С.И. трактует слово как «общественный, относящийся к жизни людей и их отношениями в обществе». Аналогичные трактовки представлены практически у всех авторов Евгеньевой А.П., Ефремовой Т.Ф., Ушакова Д.Н. и др.

Исходя из этого значения слова, а также, основываясь на устоявшихся представлениях о банках, как не только о кредитно-финансовых, но и общественных институтах, можно заключить, что любой производимый ими продукт будет иметь социальный характер, т.е. он производится в интересах отдельных субъектов и общества в целом. Отправной точкой является удовлетворение потребностей отдельных хозяйствующих субъектов, будь то юридические или физические лица, т.е. всех, кто хочет и может купить продукт (услу-

гу). Значит, в широком смысле слова все банковские продукты являются социальными (общественными).

Упоминание о социальной ориентации в данном контексте представляется неуместным, т.к. банк не находится вне общества, а является элементом общества и удовлетворяет его внутренние потребности. Разговор о социальной ориентации представляется логичным исходя из более узких трактовок слова, рассматриваемых ниже.

2. Естественная неоднородность социума (общества) привела к несколько иному пониманию смысла слова. Ожегов С.И. дает такое толкование, как «связанное с принадлежностью к какой-н. общественной группе, классу». Аналогичные представления также представлены практически во всех словарях (Евгеньева А.П., Ушаков Д.Н. и др.).

Автор считает такую интерпретацию верной в отношении банковского продукта, т.к. каждый конкретный продукт производится для удовлетворения потребности определенной группы субъектов общества. Удовлетворение потребности отдельной группы приводит к решению более глобальной социальной задачи общества, приобретая «дополнительную социальную ценность» [3].

Например, выдаваемые банками ипотечные кредиты удовлетворяют изначально потребность физических лиц в собственном жилье и решают проблему обеспечения населения жильем на государственном уровне.

Отсутствие потребности клиента в предлагаемом продукте приводит к его вымыванию из продуктовой линейки банка. Одновременно, деятельность банка в целом удовлетворяет потребности обще-

ства, включая все его слои, путем предложения всей совокупности продуктов.

Основная проблема подобного восприятия связана со спецификой выделения отдельных групп клиентов для банков не совпадающая с общепринятым делением общества на социальные слои (группы). Банк является хозяйствующим субъектом, основной целью которого является получение прибыли, поэтому основными критериями при формировании продуктовой линейки будет не принадлежность к социальному слою, а финансовая потребность клиентов и возможность получения максимального дохода от предоставления продукта. Последнее предполагает деление всех клиентов по уровням дохода. Чем более точно будет выполнено такое деление, тем более приемлемым для клиента будет продукт и тем больший доход он сможет принести банку. Даже исходя из критерия - уровень дохода, один и тот же социальный слой для банка может быть разделен на несколько более мелких групп. Таким образом, уже можно говорить о ориентации продукта на определенную группу (социальную ориентацию), т.к. сам банк предоставляющий продукт, находится вне этой группы.

Возникает логичный вопрос о полноте удовлетворения потребностей групп клиентов, приносящих минимальный доход банку. В период начала становления рыночных отношений и становления банковского рынка, естественным является отсутствие полного охвата этих групп клиентов. По мере увеличения сформированности рынка банки вынуждены рассматривать все возможные варианты расширения своей деятельности, даже если они приносят минимальный доход (например, обслуживание пенсионеров) или временно не приносят дохода, но могут способствовать его получению в будущем (например, обслуживание студентов и детей, включая разработку обучающих программ).

3. Следует рассмотреть и толкование устоявшихся словосочетаний, приводимых в толковых словарях, в частности социальное обеспечение и социальная сфера. Ожегов С.И. определяет «социальное обеспечение» как «государственную си-

стему материального обеспечения граждан в старости, а также в случае болезни или нетрудоспособности». Евгеньева А.П. расширяет перечень групп социального обеспечения за счет «семей, где есть дети». В качестве устоявшегося приводится и словосочетание «социальная сфера».

Автор считает значимым проецирование и закрепление смысла этих словосочетаний на общепринятое в наши дни понимание всех терминов, включающих слово социальный, что является неоднозначным.

Подтверждение этому можно найти:

- в определениях социально ориентированных продуктов. В частности, как «банковских продуктов, которые ориентированы на наиболее уязвимые категории населения, к таковым принадлежат пенсионеры, инвалиды, учащиеся, люди с невысоким уровнем дохода, нуждающиеся в поддержке со стороны социальных служб, государства» [2];

- в наличии ссылок на отдельные социальные группы при рассмотрении примеров социальных продуктов или их социальной сущности. Так у исследователей встречается упоминание продуктов для пенсионеров [3, 4 и др.], для молодых семей [3], для детей и их родителей [4] и т.д.

Далеко не всегда и не все представители, упомянутых социальных слоев, могут быть отнесены к уязвимым категориям. Типичным случаем здесь можно считать военных пенсионеров. Предоставление им возможности приобретения жилья по программе «Военной ипотеки» фактически носит характер не социальной поддержки, а выполнения государством ранее принятых на себя обязательств.

Однако, если говорить о реально уязвимых группах населения, то показателем социальной продуктивности продукта можно считать не только возможность удовлетворения при его помощи финансовых потребностей, но и доступность продукта в первую очередь с точки зрения его оплаты (процентные ставки по кредитам, комиссии и т.п.) или повышения реальной выгоды его использования (специальные ставки по депозитам и т.п.).

Подводя итоги приведенных выше рассуждений, автор считает возможным использовать для обозначения банковских продуктов, имеющих четкую социальную компоненту, двух терминов: «социальный продукт» и «социально ориентированный продукт». Под основной отличительной чертой социального продукта предлагается

понимать решение социальных вопросов государства в целом. Для социально ориентированных продуктов использовать дополнительную характеристику – доступность для социально уязвимых слоев общества. При этом социально ориентированный продукт должен рассматриваться как частный случай социального продукта.

#### Библиографический список

1. Васильева Ю.А. Социальная направленность банковских продуктов и услуг // Путеводитель предпринимателя. – 2019. – № 42. – С. 61-66.
2. Котова О.В. Социально ориентированные банковские продукты и услуги // Финансовые и правовые аспекты социально ориентированного инвестирования. Материалы II Всероссийской научно-практической конференции. – Екатеринбург, 2019. – С. 160-167.
3. Котова О.В., Суфиярова М.Д. Ипотечное кредитование как социально ориентированный банковский продукт // Финансовые и правовые аспекты социально ориентированного инвестирования. Материалы III Всероссийской научно-практической конференции. – Екатеринбург, 2020. – С. 102-107.
4. Микрюков А.В. Банковский продукт как индикатор социальной ответственности российских банков // Финансовые и правовые аспекты социально ориентированного инвестирования. Материалы III Всероссийской научно-практической конференции. – Екатеринбург, 2020. – С. 122-134.
5. Милькина И.В. Развитие системы предоставления социально ориентированных финансовых продуктов в Российской Федерации // Муниципальная академия. Научный информационно-аналитический журнал. – 2016. – № 4. – С. 128-133.
6. Саакова Ю.В. Формирование новых кредитных продуктов в условиях развития социально-ориентированного подхода // Путеводитель предпринимателя. – 2015. – № 25. – С. 352-356.
7. Серебренникова А.И. К вопросу о сущности социальных банковских продуктов: основные характеристики // Банковское дело. – 2023. – № 10. – С. 62-68.
8. Стадучин Д.Н., Миллер А.Е. Востребованность населением социально-ориентированных банковских программ // Личность. Культура. Общество. – 2010. – Т. 12. № 3 (57-58). – С. 253-259.
9. Хозуева Ю.А. Повышение роли социально значимых банковских продуктов на примере образовательного кредита // Евразийский союз ученых. – 2014. – № 5-1. – С. 68-70.
10. Чичуленков Д.А. Повышение уровня социальной ответственности субъектов финансового рынка как фактор укрепления доверия к ним // Управленческие науки в современном мире. Сборник докладов Восьмой международной научно-практической конференции. – Санкт-Петербург, 2021. – С. 150-155.
11. Дворядкина, Е.Б. Региональные стратегические приоритеты развития и социально ориентированные некоммерческие организации / Е.Б. Дворядкина, Д.М. Простова // Управленец. – 2021. – Т. 12, № 4. – С. 106-119. – DOI 10.29141/2218-5003-2021-12-4-8. – EDN AFPPBX.
12. Огородникова, Е.С. Гибридная модель сферы социальных услуг: организационно-экономические аспекты / Е.С. Огородникова, А.Е. Плахин, К.В. Ростовцев // Journal of New Economy. – 2022. – Т. 23, № 1. – С. 131-148. – DOI 10.29141/2658-5081-2022-23-1-7. – EDN IQVWDF.
13. Виноградова, Е.Ю. Методика проектирования и этапы создания автоматизированной банковской системы / Е.Ю. Виноградова, А.И. Галимова, Н.М. Фоменко // Цифровые модели и решения. – 2022. – Т. 1, № 2. – С. 4. – DOI 10.29141/2782-4934-2022-1-2-4. – EDN WXWAFJ.

**BANKING PRODUCT: SOCIAL OR SOCIALLY ORIENTED**

**A.I. Serebrennikova**, *Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*  
**Ural State University of Economics**  
**(Russia, Yekaterinburg)**

**Abstract.** *Social orientation in the bank's activities is directly expressed through the final result of its activities – a banking product (service). At the same time, in the scientific literature and in practice, there is a terminological uncertainty in the designation of banking products that have a social connotation. Based on the interpretations of the meaning of the word "social", the article discusses certain aspects inherent in such products. The conclusion is made about the possibility of using the term social banking product in a broad sense and the narrower term socially oriented banking product.*

**Keywords:** *banking product, social banking product, socially oriented banking product.*