

DOI 10.58351/2949-2041.2026.36.7.011

Васильева Елена Васильевна, д.э.н., профессор
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Медведева Татьяна Артемовна, студентка
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Стецкая Касиния Юрьевна, студентка
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ РОССИЙСКИХ БАНКОВ НА ОСНОВЕ ТРАДИЦИОННОГО РАНЖИРОВАНИЯ И ИНДЕКСА КАЧЕСТВА ВПЕЧАТЛЕНИЙ

Аннотация. В статье рассматривается оценка эффективности социальных проектов российских банков в условиях развития ESG-подходов и корпоративной социальной ответственности. Цель исследования заключается в анализе социальных инициатив Сбербанка, ВТБ и Альфа-Банка на основе традиционного ранжирования и индекса качества впечатлений EEQI.

Ключевые слова: ESG, качество впечатления, проектный менеджмент.

В современных условиях корпоративная социальная ответственность (КСО) становится одним из ключевых элементов стратегического развития банковского сектора. Финансовые организации все активнее реализуют социальные проекты, направленные на поддержку образования, спорта, экологических программ, цифровой инклюзии и устойчивого развития общества. Социальные инициативы банков постепенно перестают быть исключительно инструментом формирования положительного имиджа и становятся частью долгосрочной стратегии развития организаций.

Особую роль в современных условиях играют ESG-подходы, предполагающие интеграцию экологических, социальных и управленческих факторов в деятельность организаций. Банковский сектор активно внедряет ESG-принципы в систему проектного управления, формируя масштабные программы поддержки населения, образовательных инициатив и устойчивого развития.

Несмотря на широкое распространение КСО, проблема оценки эффективности социальных проектов остаётся недостаточно разработанной. Традиционные методы оценки ориентированы преимущественно на количественные показатели, такие как количество реализуемых инициатив, объём инвестиций, охват аудитории и число участников программ, однако подобные методы не позволяют учитывать качество восприятия проектов, эмоциональное вовлечение участников и общий социальный эффект взаимодействия.

В связи с этим возникает необходимость использования комплексных методов оценки, сочетающих количественные и качественные показатели эффективности социальных проектов. В данной статье предлагается интегрированный подход, объединяющий традиционное ранжирование социальных инициатив и индекс качества впечатлений EEQI. Такой подход позволяет оценивать не только масштаб и стратегическую значимость проектов, но и качество их восприятия аудиторией.

Цели исследования заключается в проведении анализа социальных проектов российских банков и в выявлении наиболее эффективных инициатив на основе совмещения традиционного ранжирования и индекса качества впечатлений EEQI.

Теоретические основы оценки социальных проектов.

Корпоративная социальная ответственность представляет собой систему добровольных обязательств бизнеса перед обществом, направленных на достижения устойчивого социального и экономического развития. В банковской сфере КСО включает широкий спектр направлений: образовательные проекты, экологические программы,



поддержку спорта, развитие цифровой среды, благотворительные инициативы и программы социальной поддержки населения.

Современные банки используют социальные проекты как инструмент формирования устойчивой репутации, повышения уровня доверия клиентов и укрепления долгосрочных отношений с обществом. Дополнительно социальные инициативы позволяют банкам повышать инвестиционную привлекательность и соответствовать международным стандартам ESG.

С развитием проектного менеджмента социальные программы банков стали реализовываться как комплексные долгосрочные проекты с определёнными целями, сроками, показателями эффективности и системой управления. При этом всё большее значение приобретает не только масштаб проекта, но и качество взаимодействия участников с инициативой.

Традиционные методы оценки социальных проектов основаны преимущественно на количественном анализе. Наиболее распространёнными критериями являются количество мероприятий, число участников и охват аудитории. Однако подобные методы не учитывают субъективное восприятие проектов и не позволяют оценить уровень эмоциональной вовлечённости участников.

Для решения данной проблемы в исследования используется индекс качества впечатлений ЕЕQI (experience evaluation quality index), позволяющий оценить качество взаимодействия аудитории с проектами. Данный подход основывается на анализе эмоциональных, когнитивных, поведенческих и социальных аспектов восприятия социальных инициатив.

Интеграция традиционного ранжирования и ЕЕQI позволяет сформировать комплексную модель оценки эффективности социальных проектов банков, учитывающую как количественные, так и качественные характеристики.

Традиционное ранжирование социальных проектов.

Для анализа эффективности социальных проектов российских банков была разработана система традиционного ранжирования, основанная на концепции проектов в отдельных направлениях социальной деятельности. В рамках исследования учитывались показатели типичности реализуемых инициатив, количество проектов в конкретной сфере, масштаб и регулярность их реализации, а также охват аудитории.

Оценка проводилась по четырехбалльной шкале, где 1 балл соответствует низкому уровню проектной активности, 2 балла – умеренному уровню, 3 балла – высокому уровню, а 4 балла – очень высокой концентрации социальных инициатив и стратегической значимости направления для банка.

Исследование проводилось на основе открытых годовых отчетов, ESG-стратегий и аналитических материалов Сбербанка, ВТБ и Альфа-Банка. В качестве критериев были выбраны ключевые направления социальной проектной деятельности банков, включающие образовательные проекты, экологические и ESG-инициативы, спортивные программы, социальную поддержку населения, молодёжные и карьерные программы, цифровую социальную инклюзию, благотворительные инициативы и проекты устойчивого развития.

Таблица 1

Ранжирование социальных проектов

Критерий	Сбербанк	ВТБ	Альфа-Банк
Образовательные проекты	4	3	4
Экологические и ESG-проекты	4	3	2
Спортивные проекты	4	4	1
Социальная поддержка населения	3	3	2
Молодёжные и карьерные программы	4	3	4
Цифровая социальная инклюзия	4	3	3
Благотворительные инициативы	3	3	3
Проекты устойчивого развития	4	3	2



Результаты анализа показывают, что Сбербанк демонстрирует наиболее высокую концентрацию социальных инициатив по большинству направлений. Банк активно развивает образовательные и молодёжные программы, реализует масштабные экологические проекты и поддерживает цифровую инклюзию населения. Значительное количество проектов связано с ESG-трансформацией и устойчивым развитием. Среди наиболее известных инициатив Сбербанка можно выделить «Зелёный марафон», «СберСтажировки», «Школа 21», программы цифрового обучения населения и экологические инициативы в сфере устойчивого развития.

ВТБ демонстрирует высокую активность в области спортивных программ и социальной поддержки населения. Банк реализует крупные спортивные инициативы федерального масштаба, поддерживает образовательные проекты и участвует в программах устойчивого развития. При этом количестве экологических и ESG-проектов в банке остаётся более умеренным по сравнению со Сбербанком.

Альфа-Банк наиболее активно представлен в сфере образовательных и молодёжных инициатив. Банк реализует проекты поддержки студентов, молодых специалистов и технологических сообществ, а также участвует в цифровых образовательных программах. Вместе с тем количество спортивных и экологических инициатив существенно уступает другим участникам исследования.

Таким образом, традиционное ранжирование позволяет определить приоритетные направления социальной деятельности банков и выявить различия в масштабах реализации социальных инициатив. Однако данный метод преимущественно отражает количественные показатели и не учитывает качество восприятия проектов участниками.

Оценка социальных проектов с использованием индекса EEQI.

Для оценки качества восприятия социальных проектов был разработан индекс качества впечатлений EEQI. Данный индекс позволяет учитывать эмоциональные, когнитивные и социальные аспекты взаимодействия участников с проектами [1].

Формула расчёта индекса имеет следующий вид:

$$EEQI = 0.20S + 0.25E + 0.20C + 0.15B + 0.20So,$$

где показатель S отражает сенсорное восприятие проекта участниками и связан с визуальным оформлением, удобством взаимодействий и общим впечатлением от участия в инициативе. Показатель E характеризует эмоциональную вовлечённость аудитории и степень положительного эмоционального отклика на проект. Компонент C отражает когнитивное восприятие, то есть уровень полезности проекта с точки зрения получения новых знаний, навыков и опыта. Показатель B связан с поведенческой вовлечённостью участников и отражает готовность аудитории принимать дальнейшее участие в инициативах банка, рекомендовать проект другим участникам и взаимодействовать с программой в будущем. Компонент So характеризует социальный эффект проекта, включая общественный отклик, влияние на социальную среду и формирование позитивного восприятия инициативы в обществе. Для интерпретации результатов исследования была разработана шкала оценки индекса качества впечатлений EEQI, позволяющая определить уровень эффективности социальных проектов и качество их восприятия участниками. Каждый показатель оценивался по шкале от 1 до 10.

Таблица 2

Интерпретация значений индекса EEQI

Диапазон EEQI	Интерпретация
≥ 9.0	Очень высокий уровень эффективности и вовлечённости аудитории
7.5 – 8.9	Высокий уровень эффективности проекта
6.0 – 7.4	Средний уровень эффективности, отдельные элементы требуют доработки
< 6.0	Низкий уровень эффективности проекта



Проекты Сбербанка демонстрируют высокий уровень эмоционального и социального воздействия. Особенно высокие показатели наблюдаются у «Зелёного марафона», что связано с массовым характером проекта, высокой вовлечённостью участников и положительным общественным восприятием.

Таблица 3

Результаты оценки проектов Сбербанка [5;6]

Проект	S	E	C	B	So
«Зелёный марафон»	8.5	9.2	7.5	9.0	9.3
«СберСтажировки»	7.5	7.8	9.5	9.2	8.5
«Сберегаем вместе»	7.8	8.5	8.8	8.6	8.9

Наиболее высокие показатели проектов ВТБ демонстрирует инициатива «Спортивная страна». Проект характеризуется высоким уровнем поведенческой вовлечённости и широким охватом аудитории

Таблица 4

Результаты оценки проектов ВТБ [3;4]

Проект	S	E	C	B	So
«ВТБ – России»	8.8	9.3	7.5	7.8	8.5
«Спортивная страна»	9.0	8.8	7.2	9.5	8.7
«ВТБ Образование»	7.5	7.6	9.3	8.5	7.8

Проекты Альфа-Банка демонстрируют высокий уровень когнитивного взаимодействия и вовлеченности молодёжной аудитории. Особенно высокие показатели наблюдаются у образовательных инициатив банка.

Таблица 5

Результаты оценки проектов Альфа-Банка [2]

Проект	S	E	C	B	So
«Альфа-Шанс»	7.8	8.7	9.5	8.6	8.8
«Альфа Эко»	7.5	7.9	8.5	8.4	7.8
«Альфа-Будущее»	7.6	8.5	9.4	8.8	8.6

Результаты оценки эффективности социальных проектов.

Результаты исследования показывают, что наиболее эффективными являются проекты, сочетающие высокий уровень стратегической значимости, широкий охват аудитории и положительное восприятие со стороны участников.

Среди проектов Сбербанка наиболее высокие результаты демонстрирует «Зелёный марафон». Проект сочетает экологическую направленность, высокий уровень общественной вовлечённости и значительный социальный эффект. Высокие значения эмоционального и социального компонентов ЕЕQI свидетельствуют о положительном восприятии инициативы участниками и о широком общественном отклике.

Проект «СберСтажировки» также демонстрирует высокий уровень эффективности благодаря высоким когнитивным показателям и значительной поведенческой вовлеченности участников. Эффективность программы обусловлена её практической направленностью и вкладом в развитие профессиональных компетенций молодёжи.

Среди проектов ВТБ наиболее эффективной является инициатива «Спортивная страна». Проект характеризуется высокой вовлечённостью аудитории, массовым охватом участников и высоким уровнем эмоционального воздействия. Значительную роль играет доступность мероприятий для различных социальных групп населения.



Проект «ВТБ Образование» демонстрирует высокие когнитивные показатели, что связано с образовательной направленностью инициативой и ее вкладом в развитие профессиональных знаний и навыков участников.

В Альфа-Банке наиболее высокие результаты демонстрируют проекты «Альфа-Шанс» и «Альфа-Будущее». Данные инициативы ориентированы на поддержку студентов и молодых специалистов, развитие образовательных возможностей и формирования долгосрочного взаимодействия с молодежной аудиторией.

Полученные результаты показывают, что наиболее эффективными социальными проектами являются инициативы, ориентированные на образование, развитие человеческого капитала экологическую повестку и массовое вовлечение аудитории. Именно такие проекты демонстрируют наиболее высокие показатели как в рамках традиционного ранжирования, так и при использовании индекса качества впечатлений EEQI.

В ходе исследования был проведен анализ социальных проектов российских банков на основе традиционного ранжирования и индекса качества впечатлений EEQI.

Результаты исследования показывают, что традиционное ранжирование эффективно отражает приоритетные направления социальной деятельности банков, уровень концентрации инициатив и масштаб реализации проектов. В свою очередь индекс EEQI позволяет учитывать качество восприятия проектов участниками, уровень эмоциональной вовлеченности и социальный эффект взаимодействия.

Наиболее эффективными являются проекты, сочетающие широкий охват аудитории, высокую стратегическую значимость и положительное пользовательское восприятие. Среди таких инициатив можно выделить экологические и образовательные проекты, а также программы поддержки молодежи и массовые спортивные мероприятия.

Интеграция традиционного ранжирования и индекса EEQI позволяют сформировать комплексный подход к оценке эффективности социальных проектов банков и может использоваться при разработке и ESG-стратегий, систем проектного управления и механизмов оценки корпоративной социальной ответственности.

Список литературы:

1. Васильева Е. В., Гунаре М. Л., Тын В. К. Искусство измерение нематериального или оценка эффективности впечатления// URL: https://psv4.userapi.com/s/v1/d2/Z5auZDIwKCha03IUpBrRu3tOON0vnpA_P7IfepYEpieoDsOpRjZU0uljmT4sMzwODjkQM65QaFr6GVd8dW1Vw4fumyBXnmvLprVy1ul9eaQRBnVLUYNYfFY4Zr32l3bv7rMd2hU/E_V_Vasilyeva_M_L_Guanare_V_K_Tyn_iskusstvo_izmerenia_nematerialnogo_ili_otsenka_effektivnosti_vpechatlenia.pdf (дата обращения 10.06.2026)
2. Альфа-Банк. «Устойчивое развитие» URL: <https://alfabank.ru/about/sustainability/> (дата обращения 10.06.2026)
3. ВТБ. «Годовой отчет 2024» URL: https://www.vtb.ru/media-files/vtb.ru/sitepages/ir/statements/annual/rus_vtb_go_02072025_2024.pdf (дата обращения 10.06.2026)
4. ВТБ. «Отчет об устойчивом развитии 2024» URL: <https://www.vtb.ru/media-files/vtb.ru/sitepages/about/bank/sustainability/vtb-sr-2024-small.pdf> (дата обращения 10.06.2026)
5. Сбербанк. «Годовой отчет 2024» URL: https://www.sberbank.com/common/img/uploaded/_new_site/com/gosa2025/sber-ar-2024-ru.pdf (дата обращения 10.06.2026)
6. Сбербанк. «ESG-отчет 2024» URL: https://www.sberbank.by/files/up/47776/ESG_%D0%BE%D1%82%D1%87%D0%B5%D1%82_2024.pdf (дата обращения 10.06.2026)

