РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ

1.1 Сутність, значення та особливості розвитку корпоративної соціальної відповідальності в банківських установах

У сучасних умовах економіки одним з найбільш ефективних інструментів підвищення конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості підприємства є соціально відповідальна діяльність компанії. Питанням корпоративної соціальної відповідальності в даний час приділяється все більше уваги як у суспільстві, на підприємствах, так і на рівні держави.

Проблеми соціальної відповідальності підприємств викликають великий інтерес серед учених. Це зумовлено недостатньою розробленістю багатьох питань у цій галузі. Дослідженням питань соціально відповідальної поведінки компаній займаються як іноземні, так і вітчизняні автори.

Розробка будь-якого підходу до здійснення КСВ базується на добровільному прийнятті на себе зобов'язань підприємством з безоплатної реалізації різних соціальних програм і заходів. Основи становлення та розвитку концепцій «корпоративна соціальна сумлінність», «соціальна відповідальність бізнесу» і «корпоративна соціальна відповідальність» спочатку зароджувалися в США.

Так, перші згадки про корпоративну соціальну відповідальність відносяться до 50-х років XX століття. Американський економіст Говард Боуен вперше використав поняття КСВ і фактично вніс його в наукову літературу в 1953 році. Він наголосив на важливості впливу соціальних питань на розвиток економічних показників організації, а також вважав, що соціальна відповідальність підприємств полягає в реалізації такої політики, таких прийнятих рішень та дотриманні такої поведінки, які були б бажаними з позиції цінностей і цілей суспільства [1]. Він зазначав, що феномен соціальної відповідальності корпорації являє собою акт філантропії, який

визначений прагненням суспільства підтримувати свої цінності. У зв'язку з тим, що будь-які зобов'язання корпорації необхідні для досягнення цілей суспільства, як вважав Г. Боуен, складалася думка, що КСВ є обов'язковим і відмовлятися від неї зовсім було б нераціонально.

Становлення і розвиток аналогічних теорій, а також їх систематизація відображені в роботах: А. Керролла, К. Девіса, Д. Віндзора.

Крім Г. Боуена, основоположником концепції корпоративної соціальної відповідальності також є А. Керролл, який трактував корпоративну соціальну відповідальність як відповідність правовим, економічним, етичним і дискреційним очікуванням суспільства в даний період [2, 3]. Також, він представив таку відповідальність в моделі «three-dimensional model» (модель «трьох кіл») [4]:

- зовнішнє коло - вказувало на зростання соціальних зобов'язань, що виникають в динаміці соціального розвитку;

- середній рівень - визначав додаткові функції менеджменту, які могли б вплинути на суспільні цінності;

- внутрішній рівень - описував досягнення ефектів економічної та іншої діяльності.

Пізніше А. Керроллом була запропонована піраміда соціальної відповідальності, яка послужила основою концепції стейкхолдерів і визначила розуміння природи соціальної активності організацій (рис. 1.1).

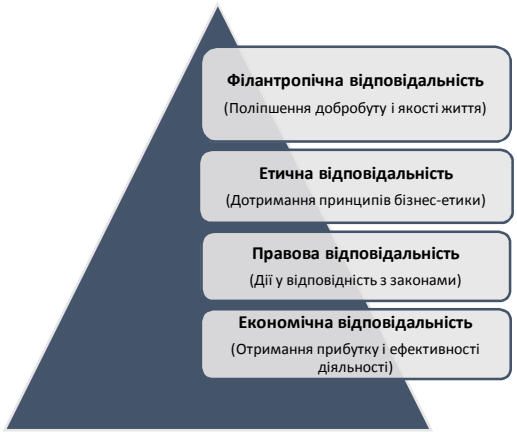

Рисунок 1.1 - Піраміда корпоративної соціальної відповідальності

Джерело: сформовано автором на основі матеріалів [5]

Послідовники А. Керролла відзначали, що модель «трьох кіл» і піраміда соціальної відповідальності є універсально застосовними і адаптуються під вимоги корпоративного розвитку, але також виділяли і існування недоліків цих моделей. Дані моделі припускали можливість визначення пріоритетів у соціальній політиці підприємствами самостійно, що нерідко порушувало баланс у розвитку певних соціальних напрямів: деяким напрямам підприємства приділяли достатньо більшу увагу, пригнічуючи традиційне уявлення бізнес-етики, філантропічної діяльності і т. д., при цьому деякі напрями залишалися нерозв'язаними, що могло викликати загострення соціальних проблем.

Також виокремлюється концепція КСВ, запропонована К. Девісом, що будується на наступних принципах [6]:

- підприємства повинні бути відкритими і прозорими перед громадськістю, здійснюючи свою діяльність, а також бути мотивовані ринковими інструментами;

- ретельний розрахунок списання частини собівартості продукції, що випускається продукції і надання послуг на соціальні витрати;

- напрям розвитку корпоративної соціальної відповідальності диктується громадськістю, а держава, в своєю чергою, має створювати для цього всі умови й бути наочним прикладом соціальної відповідальності.

Віндзор Д. в своїх дослідженнях визначив, що концепція корпоративного громадянства та управління зацікавленими сторонами є альтернативними [7].

В економічній літературі також існують інші різні визначення поняття корпоративної соціальної відповідальності бізнесу. У табл. 1.1 наведено поширені та актуальні, на наш погляд, трактування КСВ в науковому середовищі.

Варто зазначити, що іноді зустрічаються тотожні поняття і визначення. До них можна віднести «соціальну відповідальність підприємств», яка розуміється як виконання підприємством законодавчо закріплених

соціальних зобов'язань по відношенню до персоналу і розвиток соціально-трудового аспекту діяльності підприємства [8], а також «корпоративну соціальну діяльність» - система принципів соціальної відповідальності, процесів соціальної сприйнятливості й їх доступних для огляду результатів, що відносяться до громадських взаємодій компанії [9].

Таблиця 1.1

Дефініції поняття КСВ

Автори	Визначення
Європейська комісія [10]	Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) за своєю суттю є концепцією, яка відображає добровільне рішення компаній брати участь в поліпшенні суспільства і захисту навколишнього середовища
Пакт об'єднаної Європи [11]	Політика КСВ є ніщо інше як концепція інтеграції турботи про соціальне та екологічне розвитку в бізнес-операціях компаній у взаємодії зі своїми акціонерами і зовнішнім середовищем
ISO 26000: 2010 «Керівництво із соціальної відповідальності» [12]	КСВ - це відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності на суспільство і навколишнє середовище через прозору і етичну поведінку, яка є сумісною зі стійким розвитком, включаючи здоров'я і благополуччя суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін; відповідає з законами і узгоджується з міжнародними нормами поведінки; інтегровано в діяльність всієї організації
Форум соціально відповідального бізнесу (Україна) [13]	КСВ – відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.
Ф. Котлер [14]	КСВ – це вільний вибір компанії на користь зобов’язання підвищувати добробут суспільства, реалізуючи відповідні підходи до ведення бізнесу і виділяючи для цього корпоративні ресурси
Ю. Благов [15]	КСВ – це добровільні дії банківських установ, спрямовані на те, щоб у своїй діяльності враховувати інтереси суспільства, працівників, партнерів та інших стейкхолдерів.
Т. Лункіна [16]	КСВ – це рівень підприємства, внутрішній та зовнішній прояв соціальної відповідальності, які формують локальну соціальну відповідальність.

Джерело: систематизовано автором

Таким чином, узагальнивши всі наведені вище інтерпретації визначення корпоративної соціальної відповідальності можна зробити висновок, що вони схожі за такими параметрами:

- сталий розвиток суспільства є однією з головних задач корпоративної соціальної відповідальності;

- КСВ повинна враховувати інтереси всіх зацікавлених сторін, як внутрішніх, так і зовнішніх, для підвищення якості життя суспільства;

- необхідна інтеграція КСВ в стратегію розвитку підприємств для їх більш ефективної та якісної діяльності;

- дотримання концепції та принципів корпоративної соціальної відповідальності сприяє її більш ефективному розвитку, поліпшення фінансових результатів, підвищення безпеки і стійкості бізнесу.

Виходячи з розглянутих точок зору авторів різних періодів часу, видно, що більш, ніж за 60 років становлення концепції корпоративної соціальної відповідальності визначені основні принципи соціально орієнтованого бізнесу.

Проте, крім початкових основ, закладених в поняття соціальної відповідальності, з виникненням і формуванням нових соціально-економічних явищ, що з'явилися з глобалізацією світового господарства, підходи до трактування КСВ були значно переосмислені і розширені, тобто систематизовані концепції «етики бізнесу» та концепції «стейкхолдерів» («зацікавлених сторін») [17]. Сама концепція стейкхолдерів відзначає внесок кожної корпорації на індивідуальному рівні, основою принципу є розгляд зовнішнього соціального середовища у взаємозв'язку з прямими зацікавленими сторонами. Сучасні підходи до розвитку бізнесу спрямовані на створення покращених умов життя для суспільства всередині й поза підприємств, одночасно досягаючи економічної ефективності.

У XXI ст. підприємствам все складніше здійснювати соціальну відповідальність в повній мірі, в зв'язку з тим, що коло стейкхолдерів безперервно розширюється, а взаємозв'язки з ними ускладняються. Незважаючи на це, сучасні дослідники вказують на те, що для розвитку суспільства досить дотримання необхідних умов для благополуччя й розвитку самого бізнесу, в зв'язку з цим, підприємствам необов'язково безпосередньо простежувати ефективність своєї соціальної діяльності в короткостроковій перспективі. Незважаючи на це, корпоративна соціальна

відповідальність з технічної точки зору стає традиційним і одним з основних інструментів менеджменту, який розглядається більше, як моральні й етичні зобов'язання.

Визначення груп зацікавлених сторін (стейкхолдерів) для кожного з підприємств може здійснюватися універсально, проте, частина з них можуть поєднувати в собі кілька функцій (наприклад, постачальники можуть одночасно бути і споживачами, а працівники організації можуть виступати акціонерами).

Природно, що набір всіх стейкхолдерів досить широкий, а їх інтереси надзвичайно різноманітні, а в деяких випадках бувають несумісні або протилежні. Стрейкхолдери часто тиснуть на компанію, вимагаючи іноді несумісних речей, одні (клієнти) бажають, наприклад, щоб компанія у своїй діяльності дотримувалася екологічних стандартів, а інші (акціонери) хочуть максимізації свого прибутку. Ідеальним співвідношенням з точки зору концепції буде досягнення балансу між інтересами зацікавлених учасників.

Можна виділити два фундаментальних періоди в становленні того, що прийнято на сьогодні називати КСВ.

Перший період ґрунтується на ланцюжку «принципи - процеси - результати», що поєднує логіку формування концепції (рис. 1.2). Спочатку виник безпосередньо термін «корпоративна соціальна відповідальність» (Corporate Social Responsibility), були сформульовані моральні принципи бізнесу, що базуються на двох типах джерел — зовнішніх і внутрішніх. Зовнішні джерела провідні вчені автори теперішнього періоду знаходили як в теорії суспільного договору, так і у впливі всіх зацікавлених агентів зовнішнього середовища. Поняття внутрішніх джерел базувалося на розумінні організації як «морального агента». Твердження, що бізнес існує тільки з єдиною метою отримання прибутку, ставиться під сумнів. Формується інститут бізнес-етики та добровільних зобов'язань бізнесу покращувати якість життя через свою діяльність, здійснюючи внесок у розвиток суспільства в цілому.

Рисунок 1.2 - Модель КСВ, заснована на ланцюжку «принципи - процеси - результати»

Джерело: сформовано автором

Отже, виникає термін «корпоративна соціальна сприйнятливість» (Corporate Social Responsiveness), під якою розумілася здатність компанії сприймати громадський вплив і втілювати його в управлінських процесах і рішеннях. Трохи пізніше складається термін «корпоративні соціальні показники» (Corporate Social Performance). При цьому, розвивається практика складання звітності про сталий розвиток компаній і, як наслідок, стає значущою здатність компанії грамотно представити в звітних документах результати від політики КСВ.

Другий період триває по теперішній час. Він показує розвиток концепції відповідальності бізнесу на власній корпоративній платформі. Складається більш практичний і прагматичний характер функціонування даного явища в рамках корпоративної культури.

Деякі автори бачать періоди становлення в паралельному розвитку безлічі течій, підходів, концепцій, які можуть бути об'єднані в один універсальний блок відповідальності бізнесу [18].

У даний час КСВ входить в область стратегічного цілепокладання компанії. Без даного напряму неможливо уявити успішну компанію, яка прагне грати роль лідера на ринку. Тим самим, можна говорити, що концепція КСВ все більше інтегрується в категорію стратегічного менеджменту компанії [19]. Це підтверджують міжнародні дослідження:

опитування лідерів світового бізнесу IBM Institute for Business Value продемонстрував, що орієнтованою поведінкою на практиці все більше є стратегічний підхід, більш ж половини (54%) впевнені, що КСВ вже принесла додаткові конкурентні переваги [20].

Спостерігається паралельний і взаємозалежний розвиток концепцій КСВ та сталого розвитку компанії з урахуванням трьох аспектів: економічного, соціального та екологічного. Сучасна українська практика свідчить, що в цілому вітчизняні компанії йдуть в основному світовому тренді. З огляду на критичний чинник браку висококваліфікованих кадрів в усіх напрямах, дана концепція стає важливим інструментом конкурентної політики та умовою виживання в економіці, що постійно змінюється.

Сформуємо основні віхи розвитку КСВ за допомогою систематизації впроваджень концепцій, стандартів, індикаторів і інститутів (Додаток А).

Деякі дослідники визначають генезис КСВ в прив'язці до десятирічних етапів розвитку, виявляючи початкову тенденцію з політичних (соціальних) передумов, які оформилися надалі в теоретичні та прикладні площини (рис. 1.3).

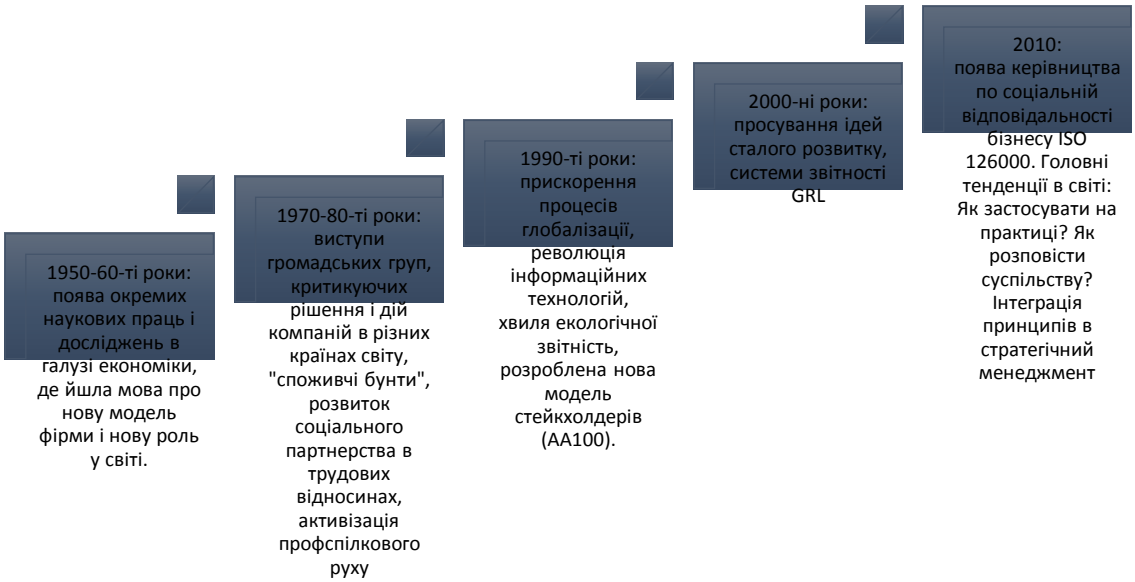

Рисунок 1.3 - Генезис КСВ

Джерело: сформовано автором на основі матеріалів [21]

Щодо банківського сектора, то він відносно пізно відреагував на виклики КСВ. Спочатку банківськими установами розглядалися екологічні,

потім соціальні питання. Українські реалії привернули увагу до необхідності КСВ в банківському секторі, підвищивши потребу в довірі, а також підзвітності та прозорості банківської діяльності. Банківський сектор вважається посередником, який направляє заощадження в інвестиції, тому традиційно — це вважається основною соціальною функцією фінансових установ. Окрім ефективного розподілу та управління ризиками, необхідність етичної та відповідальної поведінки призвела до того, що фінансові та інвестиційні процеси виходять за рамки захисту законних інтересів вкладників і власників.

Зацікавлені сторони банківських установ включають власників, позичальників, вкладників, менеджерів, працівників та регулюючі органи. У порівнянні з багатьма іншими галузями, ключовою характеристикою банківського сектора є те, що він впливає на велику кількість і велику різноманітність людей. Це призводить до значно складнішої інформаційної асиметрії. Іншою особливістю системи є те, що для забезпечення стабільності банківського сектору необхідне значно жорсткіше регулювання. Оскільки банківський сектор відрізняється від інших секторів економіки, його практика КСВ також відрізняється. Тут більший акцент приділяється відповідальності у сферах банківського кредитування, інвестицій та операцій з управління активами, де боротьба з хабарництвом та відмиванням грошей є особливо важливими питаннями, оскільки вони є ключовими елементами антикорупційних заходів, що є важливою частиною діяльності банківських установ у КСВ.

Хоча банківські установи мають менший прямий вплив на навколишнє середовище, їх непряма екологічна та соціальна відповідальність може зрости, якщо вони надаватимуть кредити компаніям, які забруднюють довкілля, виробляють небезпечну продукцію або порушують права людини. Таким чином банківські установи виступають у ролі посередників, що може завдати значних збитків. Непрямий вплив може виникнути не тільки стосовно користувачів банківських послуг, а й постачальників. Як елемент

управління ланцюгом відповідальних постачальників, інтеграція екологічних та соціальних аспектів у політику постачальників також була прийнята до фінансів в тому числі.

Застосовуючи та інтерпретуючи модель А. Керролла до банківського сектора, рівні відповідальності з точки зору банківських установ такі:

1. Економічна відповідальність. Це традиційна причина функціонування банківських установ, іншими словами, для підвищення добробуту власників, забезпечення прибутковості та зростання. Одним із засобів прояву цього рівня відповідальності є технологічні та фінансові інновації. Оскільки фінансові інтереси індивідуальних та корпоративних клієнтів постійно змінюються, банківські установи створюють нові можливості для управління ризиками та ефективного розподілу ресурсів. Це передбачає розробку нових продуктів, переосмислення існуючих та створення нових каналів. Взаємодія із зацікавленими сторонами відіграє вирішальну роль у розробці та визначенні цих нових продуктів.

2. Правова відповідальність. Регулювання визначається статутом, метою якого є мінімізація ризиків та забезпечення безпеки та довіри до фінансової системи. На практиці статути доповнюються дотриманням вказівок різних наглядових органів та торгових асоціацій, що підтверджується функцією їх дотримання. Такі вказівки включають Конституцію України, Закони й постанови Верховної Ради України (Закон України «Про банки і банківську діяльність» [22], Закон України «Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні» [23], «Про відповідальність за несвоєчасне виконання грошових зобов'язань» [24], «Про обіг векселів в Україні» [25], «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні» [26], «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» [27], нормативні акти міністерств, державних комітетів, що стосуються сфери банківської діяльності, а також нормативні акти НБУ.

3. Етична відповідальність. Етичні норми можна інтерпретувати через особисте сумління та очікування зовнішніх зацікавлених сторін. Кодекси

поведінки (етики), які втілюють добровільні обмеження, також включають основні принципи чесності, чесної поведінки, поваги та прозорості у фінансовому секторі. Етичні цінності та очікування зацікавлених сторін найбільш яскраво проявляються в діалозі зацікавлених сторін, який втілює комунікативну етику на практиці. Також етична відповідальність звертає увагу на підхід до комплаєнсу, який спрямований на дотримання статутів, що часто не відповідають етичній ділової практиці та діловій культурі.

4. Дискреційна (філантропічна) відповідальність. ЇЇ не можна інтерпретувати через зовнішні очікування, адже це добровільна діяльність, проте вона стала звичайною практикою серед банківських установ, що сприяє покращенню репутації фінансового сектору.

У роки пандемії відбувся очевидний зсув соціальних очікувань у бік загальних сфер КСВ у банківському секторі та його уподобань. Існує необхідність ухвалення соціальних очікувань у КСВ, які більш прямо пов'язані з діловою діяльністю банківської установи та клієнтами. Що стосується зацікавлених сторін, ключові очікування клієнтів включають безпечні продукти та відповідне надання інформації. Працівники хочуть безпечного робочого місця, вільного від дискримінації та поваги людської гідності, тоді як конкуренти очікують чесної конкуренції. Банківським установам потрібно не тільки спостерігати за безпосереднім впливом на навколишнє середовище своїх власних операцій, а й за результатами кредитної діяльності.

Із соціального аспекту за останні роки відбувся новий розвиток, а саме допомога бідним, допомога медичному сектору, підтримка малого та середнього бізнесу. Одним із прикладів є програма мікрокредитування за допомогою банківського обслуговування фізичних осіб з низьким рівнем доходу. На цьому тлі застосовуються принципи відповідального інвестування ООН, які підкреслюють важливість «інклюзивного фінансування» для вразливих груп населення, які інакше не могли б дозволити собі фінансові продукти та послуги.

Основні види діяльності в сфері корпоративної соціальної відповідальності банків України наведено в табл. 1.2. Вона показує банківську діяльність та діяльність КСВ стосовно типових областей КСВ банківського сектору. Банківська діяльність інтерпретується як загальна сума активів, або кількість відділень, тоді як діяльність КСВ показує, чи банк інтегрує ініціативи КСВ у свою господарську діяльність, чи просто застосовує філантропічний аспект.

Таблиця 1.2

Корпоративна соціальна відповідальність в банківських установах України

Діяльність КСВ	Банківська діяльність
Діяльність, інтегрована в бізнес	• Розвиток фінансової грамотності та обізнаності, фінансової освіти. • Відповідальне, розумне кредитування, управління ризиками. • Чесні та прозорі фінансові послуги, розгляд скарг. • Допомога вразливим групам населення у використанні банківських послуг, продуктів для клієнтів з особливими потребами. • Залучення та етичне ставлення до зацікавлених сторін. • Надання фінансової підтримки соціальним підприємствам. • Розробка та просування екологічно безпечних продуктів та послуг. • Фінансування інвестицій в охорону навколишнього середовища. • Розробка основних принципів фінансування чутливих секторів. • Боротьба з відмиванням грошей, корупцією та тероризмом.
Некомерційна діяльність	• Соціальне волонтерство для покращення середовища проживання. • Підтримка соціально незахищених верств населення. • Підтримка місцевих громад. • Підтримка спорту. • Підтримка некомерційних організацій. • Підтримка культури та мистецтва та науки. • Підтримка неблагополучних сімей. • Пом'якшення впливу на навколишнє середовище (вибірковий збір відходів, планування офісу, економія паперу, води, електроенергії). • Забезпечення робочими місцями, належними умовами праці, рівними можливостями, навчанням та розвитком персоналу.

Джерело: розроблено автором на основі матеріалів висвітлених на сайтах банківських установ України

Наведена в таблиці 1.2 КСВ банківського сектору України дозволяє виділити два основні напрями відповідальності — зовнішній та внутрішній.

Під зовнішнім напрямом маємо на увазі соціальну співпрацю компанії з усіма зовнішніми зацікавленими сторонами, а саме клієнтами, некомерційними організаціями, територіальними громадами та урядом у вигляді благодійності, спонсорства, відповідальності за клієнтів банківських послуг, а також за ризики їх діяльності, які несуть вплив на навколишнє середовище та суспільство, відповідальність перед клієнтами банківських установ, участь у кризових ситуаціях, участь у екологічних та соціальних проектах, забезпечення дотримання вказівок та положень Конституції та Законів України.

Також цей напрям розглядає відповідальне ставлення банківської установи до охорони навколишнього середовища за рахунок створення так званого «зеленого» офісу та заощаджень під час щоденної роботи в банківській установі. Банківські установи прагнуть скоротити викиди вуглекислого газу, що значно зменшує вплив своєї роботи на навколишнє середовище. Це відноситься як до простих організаційних заходів (наприклад, перехід до електронного документообігу, економії електроенергії та води), так і до складних дій (наприклад, при будівництві енергоефективних офісних приміщень та інших нововведень).

Внутрішній напрям відповідальності включає в себе діяльність банківської установи по відношенню до своїх співробітників, а саме забезпечення робочими місцями, належними умовами праці, рівними можливостями, розвитком персоналу освітніми програмами, медичним страхуванням, стабільною заробітною платою, охороною праці і т.д.

Зростає кількість людей, які вважають, що прийняття бізнес-рішень має не лише враховувати максимізацію прибутку, але й підприємства повинні добровільно сприяти розв’язанню соціальних питань, оскільки це не їх економічний інтерес, а їхня моральна відповідальність. КСВ має застосовувати ціннісно-орієнтований підхід, який стає невід'ємною частиною повсякденних операцій банківських установ і включений до організаційної культури.

Варто зазначити, що за результатами дослідження інституту CFA (6783 респондентів опитано з 22 країн), 56 % визнали постійний брак етичної культури у фінансових компаніях основним чинником, що сприяє поточній нестачі довіри до фінансової галузі. Дві третини респондентів сказали, що потрібно відновити культуру етики та доброчесності в компаніях, оскільки першочерговими проблемами були не збої ринку чи дії уряду, а культура фірм у фінансовій галузі. Однак недостатньо розробити основні етичні принципи, їх також слід реалізовувати [28].

Кількість людей, на яких впливає діяльність фінансових організацій, як правило, дуже велика, це не лише власники та працівники компанії, а й ті, хто користується їхніми послугами, які пов'язані з нею роками чи десятиліттями. Користування послугами банківської установи — це не одноразовий акт чи система відносин, які можна легко розірвати, а довгострокове зобов'язання. Зовнішні зацікавлені сторони «співіснують» з фінансовими установами протягом десятиліть шляхом їх довгострокових інвестицій або позик. Фінансовий менеджмент певної організації безпосередньо впливає на її сьогодення чи майбутнє, оскільки їх інвестиції можуть бути погіршеними при переоцінці, їх дохід може змінитися, як і обслуговування боргу.

У країнах з розвиненою ринковою економікою фінансові установи, шукаючи виходу, вже давно почали більше зосереджуватися на корпоративній соціальній відповідальності. Навіть їх фінансова звітність звертає увагу на соціальний, економічний та екологічний вплив їх діяльності. По суті, стабільний фінансовий стан банківської установи, підвищення економічних показників, етична та прозора діяльність та відповідальні фінансові послуги забезпечують його передбачувану та надійну роботу, що також дозволяє йому визнавати та служити інтересам суспільства в більшій мірі.

У фінансовому секторі, окрім короткострокових внутрішніх інтересів компаній, соціальні, екологічні та права людини відіграють домінуючу і

зростаючу роль. Докази для останнього можна знайти на веб сайтах найбільших комерційних банків України. Банківські установи у відкритому доступі інформують суспільство про свою соціально відповідальну позицію. У числі лідерів, що активно розвивають даний напрям діяльності, пропагують: АТ «Пумб», АБ «Укргазбанк», АТ КБ «Приватбанк», АТ «Райффейзейн Банк», АТ «Укрексімбанк», АТ «Укрсіббанк», АТ «Креді Агріколь Банк», АТ «Альфа-Банк» та ін.

Адже основними преференціями впровадження й підтримки норм КСВ для корпоративних банківських установ є ряд переваг:

- підвищення ступеня довіри з боку населення і держави,
- зміцнення міжнародної репутації,
- зростання ймовірності успішного проведення IPO,
- поліпшення рейтингів,
- приріст вартості інтелектуальної власності,
- кращій мотивації співробітників,
- приріст прибутку як результат лояльності суспільства до банку.

Пом'якшення наслідків пандемії та фінансової кризи використало величезну кількість державних коштів. Значна кількість державних коштів вимагала негайного подолання кризи, а потім пом’якшення її наслідків. Немає буквально жодного сектора економіки поза досяжністю руйнівного впливу пандемії. Тому участь бізнесу та його розуміння принципів КСВ в такий складний період стає дуже важливою для всього суспільства. Велика кількість компаній спрямувала свої зусилля на допомогу державі в цій ситуації. Особливо гостро допомога знадобилася лікарям, так як вони виявилися найбільш уразливими - вони знаходились «на передовій». Компанії не залишилися осторонь і вирішили допомогти медикам. Дані вчинки є безпосереднім проявом КСВ у важких сучасних реаліях.

У рейтинг «Топ-25 найкращих програм КСВ» 2020 р. ввійшли чотири провідні банки України, а саме АТ «КредіАгріколь Банк», АТ «Пумб»,

АТ «Альфа-Банк» та АБ «Укргазбанк» [29]. Проаналізуємо напрямки корпоративної соціальної відповідальності банківського сектору України в період пандемії (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Напрями корпоративної соціальної відповідальності банківського сектору України в період пандемії

Найменування банківської установи	Напрями КСВ	Основні засоби реалізації
АТ «КредіАгріколь Банк»	Програма КСВ «WeCare»	- Придбання на мільйони гривень медичного обладнання для лікарень; - закупівля всього необхідного для інтенсивної терапії.
АТ «Пумб»	Підтримка медичної системи України, навчання і розвиток співробітників, розвиток бізнес-середовища та місцевих спільнот	- Підвищення безпеки праці співробітників та їхній розвиток, - підвищення якості продукції та послуг банку, - розвиток бізнес-середовища і підвищення фінансової грамотності українців, - допомога лікарням і лікарям.
АТ «Альфа-Банк»	Здоров'я, ліквідація бідності, збереження екосистеми, якісна освіта	- участь в проекті ECODAY; - підвищення рівня фінансової грамотності населення; - допомога Національному інституту серцево-судинної хірургії ім. М.Амосова.
АБ «Укргазбанк»	Еконапрям	- надання екодепозитів, екокредитів; - розміщення в офісах контейнерів для сортування сміття, утилізації батарейок і пластикових карт; енергозберігаюче освітлення; відмова від паперового документообігу, в роботі з клієнтами відмова від використання пластику.

Джерело: побудовано автором на основі [29]

Також у боротьбі з тяжкими наслідками пандемії важливу роль відіграє головний суб'єкт банківського сектора - Національний банк України. З метою підтримки економіки України в умовах пандемії правління НБУ ухвалило рішення знизити облікову ставку до 6 %, що є найнижчим рівнем облікової ставки за всю історію незалежної України [30]. Такі дії з боку Національного банку України дозволять підтримати економічне відновлення в умовах інфляції та високої невизначеності [31].

Регулятори фінансового ринку України затвердили Стратегію розвитку фінансового сектору України до 2025 року. Ця стратегія передбачає розвиток фінансового сектору за п’ятьма основними напрямами: зміцнення фінансової стабільності; сприяння макроекономічному розвитку та зростанню економіки; розвиток фінансових ринків; розширення фінансової інклюзії; впровадження інновацій у фінансовому секторі [31].

Функції фінансової стійкості та стабільності зазвичай можна інтерпретувати як частини КСВ. Вони можуть бути реалізовані за допомогою інструментів, наданих КСВ.

Усвідомлюючи свою соціальну відповідальність, регулятори фінансового ринку включили до своєї стратегії ряд цілей, які відповідають КСВ, такі як кращі умови для кредитування малого і середнього підприємництва, захист прав споживачів [32]. Важлива роль відводиться забезпеченню інформацією та підвищенню фінансової грамотності шляхом навчання. Завдяки навчанню та наданню інформації центральні банки зараз зосереджуються на підвищенні фінансової обізнаності людей, які користуються фінансовими послугами, та підкреслюють важливість зменшення інформаційної асиметрії.

Сучасна ситуація з пандемією вплинула на всі аспекти діяльності людини, поставивши під загрозу не тільки здоров'я всього людства, а й функціонування всіх інститутів; осторонь не залишилася і банківська сфера. У даних реаліях прояв корпоративної соціальної відповідальності з боку банківських установ, по-перше, показало їх готовність або неготовність до адаптації у важких умовах, спричинених пандемією, а по-друге, ефективність і актуальність проведених ними напрямів КСВ. Ми вважаємо, що інститут КСВ в системі корпоративної культури банківських установ відіграє важливу роль в сучасних умовах, оскільки саме ця система показала роль відповідальності компаній, як перед стейкхолдерами, так і перед усією громадою в цілому.

1.2. Соціальна відповідальність у системі сталого розвитку

Будь-яка відповідальність за своєю природою має політичний характер.

Необхідно зазначити, що соціальна відповідальність має дихотомічний характер, що означає не лише взаємне сумлінне, відповідальне ставлення суб'єктів суспільних відносин до своєї суспільно значимої поведінки, але й відповідальність держави перед суспільством і людиною. Отже, соціальна відповідальність суб'єктів суспільних відносин і держави має бути взаємною.

Таким чином, можна зробити висновок, що соціальна відповідальність - це соціальне явище, що являє собою добровільне та свідоме виконання, використання і дотримання суб'єктами суспільних відносин, приписів, соціальних норм, а у випадку їхнього порушення - застосування до порушника заходів впливу, передбачених цими нормами.

Соціальна відповідальність і соціальна безпека нерозривно пов'язані між собою. Соціальна відповідальність є гарантом соціальної безпеки загалом і особистої безпеки людини зокрема, засобом підтримання і зміцнення соціальної злагоди, цілісності суспільства, держави.

Соціальна відповідальність незалежно від рівня та масштабу дослідження визначається на глобальному, національному, регіональному та виробничому рівнях. Глобальний рівень розкриває зміст соціальної відповідальності через визначення проблем та умов існування людства та пошук шляхів їх розв'язання завдяки поширенню соціальної інтеграції, спрямованої на забезпечення сталого розвиткунезалежно від місця проживання та расової приналежності.

Сталий розвиток передбачає збалансованість розвитку економічної, екологічної та соціальної систем і одночасну їх здатність досаморегуляції та відтворення.

Згідно з міжнародним досвідом запровадження сталого розвитку найбільших успіхів на цьому шляху досягли ті країни, які застосували інструменти та механізми, що сприяли дотриманню певних обмежень, подоланню значних перешкод, запровадженню нових стандартів, нормативів тощо. Найбільш впливовим важелем на шляху впровадження сталого розвитку стала соціальна відповідальність.

Соціальна відповідальність - це волевиявлення, яке визначається певною поведінкою щодо дотримання усвідомлених обмежень та соціальних норм, гарантує безпеку та прогресивний розвиток, забезпечує узгодження інтересів суб'єктів, задіяних у суспільних відносинах тауправлінні ними.

Соціальна відповідальність багатоаспектна та багаторівнева. Вона виявляється на особистісному (індивідуальному) рівні через ступінь громадянської зрілості особистості та є базовою для інших рівнів. Від світосприйняття та усвідомлення людиною своєї значущості у світових перетвореннях, від її прагнення до перетворень у всіх сферах своєї життєдіяльності залежать її прояви на інших рівнях.

На груповому рівні соціальна відповідальність визначається як корпоративна соціальна відповідальність; на суспільному - вона передбачає соціальну відповідальність суспільства за гідний рівень життя нинішнього і майбутнього поколінь; на державному - визначає кращі шляхи досягнення сталого, соціального та людського розвитку. На глобальному рівні соціальна відповідальність окреслює пріоритети світового розвитку, людської цивілізації завдяки міжнародним домовленостям щодо запровадження сталого розвитку (м. Ріо-де- Жанейро, 1992 р.; м. Йоганнесбург, 2002 р.; м. Ріо-де-Жанейро, 2012 р.), а також Глобальному договору ООН.

Світова спільнота розробила систему стандартів та рекомендацій щодо запровадження сталого розвитку, а саме: стандарт ISO 14000 в галузі систем екологічного менеджменту, Global Reporting Initiative (GRI) - рекомендації щодо звітності в галузі сталого розвитку, міжнародний стандарт із соціальної відповідальності ISO 26000, ISO 9001:2015 тощо.

Сталий розвиток визначено ООН як основний напрям розвитку цивілізації на XXI століття. Україна належить до тих держав, які взяли на себе зобов'язання щодо запровадження в систему господарювання принципів сталого розвитку. Авторським колективом Інституту економіки промисловості НАН України здійснено низку експертних опитувань на виконання бюджетної теми «Соціальні чинники сталого розвитку промислового регіону», зокрема досліджено питання позитивних змін при виконанні соціально відповідальних дій щодо сталого розвитку в Україні (табл. 1.4) [22].

Таким чином, досягти реалізації принципів сталого розвитку в країні можна при модернізації систем управління та суспільних відносин на засадах соціальної відповідальності, коли будуть задіяні мотиваційні механізми до соціально відповідальної поведінки у цій сфері особистості, суспільства, бізнесу, держави.

Соціальні норми виконують охоронну, регулятивну і виховну функції, визначають раціональні межі свободи людини. Розрізняють такі види соціальних норм: звичаї, традиції, норми моралі, релігійні (канонічні) норми, етичні норми, політичні норми, корпоративні норми, норми громадських організацій, технічні норми, норми культури, норми права тощо.

У залежності від видів соціальних норм виділяють такі різновиди соціальної відповідальності: моральна, релігійна, дисциплінарна, політична, правова (юридична) тощо.

Моральна відповідальність настає у випадку порушення традицій, звичаїв, норм культури та естетичних норм. Вона відображається у суспільному осуді та соціальному відмежуванні від суб'єкта, що порушує чи ухиляється від виконання норми поведінки.

Політична відповідальність настає при порушенні норм, дотримання яких покладається суспільством на публічного політика.

Корпоративна відповідальність настає у випадку порушення корпоративних правил, які прийняті певною соціальною структурою та не мають правового значення.

Релігійна відповідальність засновується на нормах, що регламентують порядок відправлення релігійних культів та на вірі у Бога

Всі згадані вище види соціальної відповідальності мають пасивний характер, оскільки негативна реакція з боку суспільства у цих випадках не передбачає примусового впливу на порушника норм.

Таблиця 1.4

Оцінка позитивних наслідків соціально відповідальних дій у реалізації принципів сталого розвитку в Україні, %

Які позитивні зміни відбудуться при соціально відповідальних діях у реалізації принципів сталого розвитку в Україні?	
Дбайливе ставлення до навколишнього середовища, раціональне споживання і використання природних ресурсів	65,8
Соціальна, економічна й екологічна рівновага та розвиток	57,0
Зміцнення здоров'я населення, збільшення тривалості життя і трудової активності	44,3
Активізація соціально відповідальної діяльності держави, суспільства, бізнесу, особистості у формуванні умов сталого розвитку	43,7
Становлення узгодженої системи цінностей та духовно-культурний розвиток людського суспільства	43,7
Використання у виробництві ресурсозберігаючих технологій	40,5
Модернізація соціальних відносин, консолідація зусиль суспільства та влади в забезпеченні сталого розвитку	39,2
Формування і реалізація моделі споживання згідно з принципами сталого розвитку	26,6

Високий рейтинг України щодо сталого розвитку в міжнародних порівняннях	12,0
Інше	3,2
Важко відповісти	1,9

Правова відповідальність настає у випадку порушення норм державно-організованого права. Вона має активний характер, оскільки передбачає активний психологічний вплив на порушника аж до застосування примусового фізичного впливу.

Таким чином, соціальна та правова відповідальність співвідносяться як загальне та особливе. Для цих видів відповідальності притаманні наступні спільні риси:

- Як будь-яка соціальна, так і юридична відповідальність є засобом гарантування та охорони суспільних відносин;
- Вони встановлюються певними суб'єктами та гарантуються певними засобами;
- Є засобами гарантування прав людини та суспільних інтересів;
- Мають динамічний характер, тобто розвиваються та трансформуються разом із суспільними відносинами;
- Існують у певній сфері та регламентуються певним різновидом соціальних норм;
- Переслідують досягнення певної мети та мають функціональну спрямованість;
- Передбачають настання певних наслідків для порушника;
- Виробляють повагу до прав та свобод людини і є проявами культури суспільства.

Наявність зазначених вище спільних рис не заперечує самостійного характеру правової відповідальності як основного різновиду соціальної (табл. 1.5) [53].

Соціальна відповідальність за своїм сутнісним змістом має два прояви - позитивний і негативний. Під позитивною (перспективною) соціальною відповідальністю потрібно розуміти добровільне і свідоме використання, виконання, дотримання суб'єктами суспільних відносин приписів соціальних норм. Під негативною (ретроспективною).

Таблиця 1.5

Відмінні ознаки правової та соціальної відповідальності

Юридична відповідальність	**Соціальна відповідальність**
Призначається компетентними органами держави	Призначається недержавними структурами
Передбачається правовими нормами	Регламентується соціальними нормами
Має примусовий характер	Не є засобом примусу
Застосовується відповідно до нормативного процесу	Регламентується у довільному порядку
Має визначений вид і форму	Має довільну форму
Пов'язана з державно-владною діяльністю	Пов'язана із засобами суспільного впливу
Настає незалежно від розуміння змісту норм суб'єктами та ставлення до них	Настає у результаті порушення норм у залежності від розуміння їх змісту і ставлення до них
Має правовий характер	Існує у різних видах

Соціальна відповідальність за своїм сутнісним змістом має два прояви - позитивний і негативний. Під позитивною (перспективною) соціальною відповідальністю потрібно розуміти добровільне і свідоме використання, виконання, дотримання суб'єктами суспільних відносин приписів соціальних норм. Під негативною (ретроспективною) соціальною відповідальністю

розуміємо застосування для порушника соціальних норм заходів впливу, передбачених цими нормами.

Соціальна відповідальність має дві форми реалізації: добровільну - виражену в обов'язку суб'єкта виконувати приписи соціальних норм його правомірною поведінкою і реакцією на нього, і примусову - виражену в обов'язку порушника соціальних норм підпорядкуватися різноманітним заходам суспільного і (або) державного примусу.

РОЗДІЛ 2. МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНОСТЮ В БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ УКРАЇНИ

2.1 Фінансово-економічна характеристика банківських установ

Банківський сектор розвивається, і разом з ним розвивається КСВ банківських установ. Особливий інтерес дослідників та науковців викликала саме специфіка банківських установ в сфері КСВ та їх механізм управління корпоративною соціальною відповідальністю, оскільки вони є активними гравцями в економічній системі країни. Однак, існують загальні перешкоди на шляху впровадження механізму реалізації корпоративної соціальної відповідальності в банківських установах, тому зважаючи на це нами було запропоновано заходи, які їх нівелюють (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Перешкоди на шляху впровадження механізму реалізації КСВ в банківських установах України та заходи їх нівелювання

Перешкоди на шляху впровадження КСВ	Заходи, щодо їх нівелювання
Відсутність коштів на КСВ	Розробка стратегій, щодо залучення соціальних інвестицій
Відсутність досвіду в КСВ	Підвищення кваліфікації співробітників щодо КСВ; здійснення діалогу зі стейкхолдерами
Відсутність необхідної інформації щодо запровадження КСВ	Створення партнерської мережі спільноти для популяризації КСВ
Відсутність підтримки вищого керівництва	Визначення лідера КСВ у вищому керівництві, щоб допомогти полегшити спілкування і взаємодію
Відсутність нормативно-правового регулюванн КСВ	Імплементація відповідних міжнародних нормативно-правових документів у банківську діяльність

Джерело: сформовано автором на основі [16]

Насамперед, перед тим як досліджувати безпосередньо механізм формування КСВ в банківських установах, необхідно провести аналіз банківських установ через динаміку діючих банківських установ в Україні (рис. 2.1).

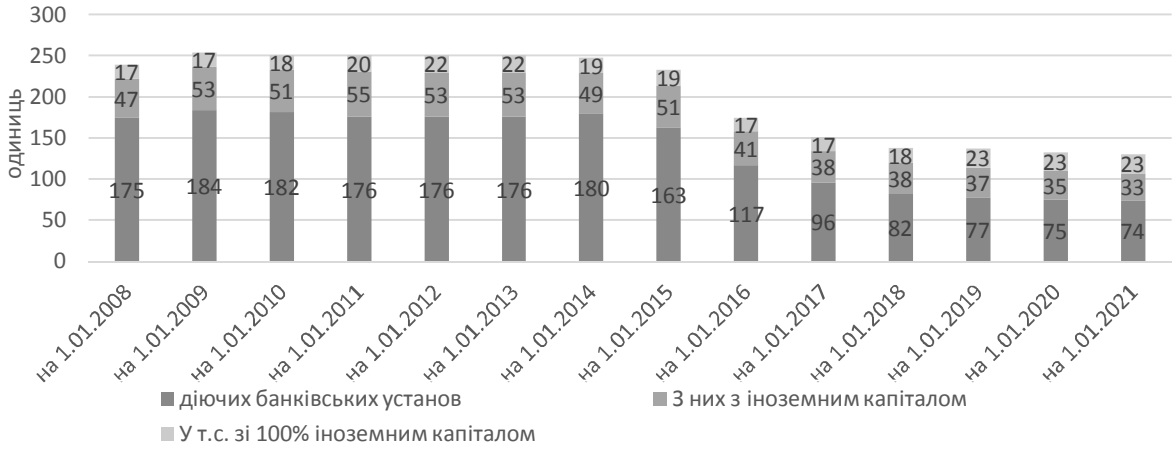

Рисунок 2.1 – Динаміка кількості діючих банківських установ в Україні

Джерело: побудовано автором на основі [30]

Варто зазначити, що кількість діючих банківських установ в Україні з кожним роком скорочується. Станом на 01.01.2021 р. кількість діючих в Україні банківських установ становить – 74.

Офіційний сайт Національного Банку України та платформа «Мінфін» оприлюднили рейтинг найбільших банківських установ за розміром активів станом на 1 січня 2021 року (табл. 2.2).

У «золоту» десятку найбільших банківських установ України за розміром активів як і раніше входять: АТ КБ «Приватбанк», АТ «Ощадбанк», АТ «Укрэксимбанк», АТ «Райффайзен Банк», АБ «Укргазбанк», АТ «ПУМБ», АТ «Альфа-Банк», АТ «Уксиббанк», АТ «ОТР банк» та АТ «Креді-Агріколь Банк», вони як і рік тому займають лідерські позиції з першого по десяте місце відповідно.

Таблиця 2.2

Найбільші банківські установи України за розміром активів станом на 01.01.2021 р.

Місце в рейтингу	Банківська установа	Розмір активів банку, тис. грн.
1	АТ КБ «Приватбан»	487 855
2	АТ «Ощадбанк»	182 262
3	АТ «Укрэксимбанк»	123 286
4	АТ «Райффайзен Банк»	82 878
5	АБ «Укргазбанк»	72 925
6	АТ «ПУМБ»	56 975
7	АТ «Альфа-Банк»	56 524

Продовження табл.2.2

8	АТ «Укрсиббанк»	42 324
9	АТ «ОТР Bank»	38 138
10	АТ «Креді Агріколь Банк»	32 478

Джерело: представлено автором на основі даних НБУ [31]

Нами було розглянуто й досліджено десять провідних українських банківських установ, які впроваджують кращі практики у розрізі КСВ в Україні. Під час дослідження були проаналізовані дані з веб-сайтів банківських установ, їх фінансова звітність (Додаток Б).

З'ясовано, що АТ КБ «Приватбанк» є найбільшою банківською установою України. Він займає лідируючі позиції за всіма фінансовими показниками в галузі. АТ КБ «ПриватБанк» є універсальним Банком з фокусом на роздрібний сегмент, активно просуваючи послуги для малого та середнього бізнесу та вибірково працюючи в корпоративному секторі. Постійними користувачами послуг ПриватБанку є майже 18 мільйонів українців, а клієнтів діджитал-банку Приват24 нині 13,5 мільйона [69].

Проведемо аналіз ключових показників діяльності банківської установи за даними Міністерства фінансів України та фінансової звітності АТ КБ «ПриватБанк» за 2018 - 2020 роки (Додаток Б) (табл. 2.3). Обсяг фінансово-аналітичної інформації дає можливість проаналізувати та прослідкувати динаміку тенденцій економічного розвитку зазначеної банківської установи.

Таблиця 2.3

Ключові показники діяльності АТ КБ «ПриватБанк», млн грн

Показник	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2020 р. в % до:	
				2018 р.	2019 р.
Активи	278 048	309 723	382 525	111,39	123,51
Зобов'язання	246 584	255 194	329 700	130,49	129,20
Кредитний портфель	50 140	59 544	55 021	109,73	92,40
Об'єм вкладів	231 055	240 621	312 708	135,34	129,96
Статутний фонд	206 060	206 060	206 060	-	-
Власний капітал	31 462	54 529	52 825	173,32	96,88
Чистий прибуток	12 798	32 609	24 302	254,80	74,53

Джерело: побудовано на основі данних фінансової звітності досліджуваного підприємства

На основі проведених досліджень, з'ясовано, що в 2020 р. чистий прибуток збільшився у порівнянні з 2018 р. понад як в два рази, але зменшився на 7,60 % у порівнянні з 2019 роком. Також спостерігається стрімке зростання активів та зобов'язань за досліджувані періоди. Але зменшилася сума кредитного портфелю в 2020 р. та сума власного капіталу, що спричинена впливом пандемії COVID – 19.

Наведено ключові показники діяльності АТ КБ «ПриватБанк» для проведення фінансово-економічного аналізу (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Показники фінансово-економічного аналізу АТ КБ «Приватбанк»

Показник	2018 р.	2019 р.	2020 р.
Рентабельність активів (ROA)	4,60	10,53	6,35
Рентабельність власного капіталу (ROE)	40,68	59,80	46,00
Коефіцієнт достатності, %	11,32	17,61	13,81
Коефіцієнт надійності, %	12,76	21,37	16,02
Загальна ліквідність, %	112,76	121,37	116,02

Джерело: побудовано на основі данних фінансової звітності досліджуваного підприємства

За допомогою даних розрахованих в таблиці можна зробити висновок, що банківська установа виконує нормативи з суттєвим запасом. За коефіцієнтами рентабельності активів та власного капіталу спостерігається поступове збільшення в 2019 р., але в 2020 р. його значення зменшилося до 6,35% та 46% відповідно, але вони все одно є вищими за нормативні значення. Загалом можна зробити висновок, що власний капітал та активи банківська установа використовує досить ефективно. Коефіцієнти достатності та ліквідності більше 10% та 100% відповідно, а отже відповідають нормам протягом уього досліджуваного періоду, що вказує на стабільність та надійність банківської установи.

Друге місце серед банківських установ України за розміром активів посідає АТ «Ощадбанк», що також посідає перше місце за калькістю

відділень – понад 6000, де працюють майже чверть банківського персоналу України. АТ «Ощадбанк» є найбільшою комерційною банківською установою за пасивами в корпоративному секторі та другим за пасивами в роздрібному секторі. За роки свого існування Ощадбанк завоював репутацію стабільної та надійної банківської установи [70].

Ключові показники діяльності АТ «Ощадбанк» наведені в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Ключові показники діяльності АТ «Ощадбанк», млн грн

Показник	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2020 р. в % до:	
				2018 р.	2019 р.
Активи	217786	249144	233599	107,26	93,76
Зобов'язання	199224	229574	211645	106,23	92,19
Кредитний портфель	67543	65168	63226	93,61	97,02
Об'єм вкладів	154016	202142	186165	120,87	92,10
Статутний фонд	49473	49473	49473	-	-
Власний капітал	18561	19570	21954	118,28	112,18
Чистий прибуток	161	255	2776	1722,25	1088,46

Джерело: побудовано на основі данних фінансової звітності досліджуваного підприємства

Так, чистий прибуток в 2020 р. становив 2 776 млн. гривень, що в 17 разів більше ніж, в 2018 р. та майже в 10 разів більше, ніж в 2019 році. Однак, зменшились активи та зобовязання установи на 6,24 та 7,81% відповідно, а також кредитний портфель, в 2020 р. у порівнянні з 2018 р. та 2019 р. він зменшився на 6,39 та 2,98 відсотків. Об'єм вкладів в 2020 р. у порівнянні з 2019 роком зменшився на 7,9 відсотки.

Такий значний фінансовий результат АТ «Ощадбанк» отримав внаслідок реалізації бізнес-лінії обслуговування корпоративних клієнтів. Протягом 2020 року банківська установа уклала кредитних договорів з такими клієнтами на суму більш ніж 8 млрд грн. У звітному році також активно розвивався і напрям роботи з клієнтами ММСБ. Протягом року залучено на обслуговування майже 30 тисяч суб'єктів мікро-, малого та середнього бізнесу, надано 4 млрд грн [70].

Таблиця 2.6

Показники фінансово-економічного аналізу АТ «Ощадбанк»

Показник	2018 р.	2019 р.	2020 р.
Рентабельність активів (ROA)	0,07	0,10	1,19
Рентабельність власного капіталу (ROE)	0,87	1,30	12,65
Коефіцієнт достатності, %	8,52	7,85	9,40
Коефіцієнт надійності, %	9,32	8,52	10,37
Загальна ліквідність, %	109,32	108,52	110,37

Джерело: побудовано на основі данних фінансової звітності досліджуваного підприємства

З даних розрахованих в таблиці можна зробити висновок, що банківська установа дотримувалась нормативів ліквідності протягом всього періоду. Однак, аналізуючи коефіцієнти рентабельності можна зробити висновок, що в 2020 р. установа найбільш ефективно використовувала свої активи та власний капітал.

Третє місце серед банківських установ України за розміром активів посідає АТ «Укрексімбанк», який є сучасною банківською установою європейського зразка, орієнтованою, перш за все, на обслуговування зовнішньоекономічної діяльності держави [71].

Таблиця 2.7

Ключові показники діяльності АТ «Укрексімбанк», млн грн

Показник	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2020 р. в % до:	
				2018 р.	2019 р.
Активи	161643	140346	192875	119,32	137,43
Зобов'язання	153191	131429	182526	119,15	138,88
Кредитний портфель	72496	53285	48608	67,05	91,22
Об'єм вкладів	82163	76621	115581	140,67	150,85
Статутний фонд	38730	38730	45570	117,66	117,66
Власний капітал	8451	8917	10348	122,45	116,06
Чистий (збиток)	804	65	(5591)	-	-

Джерело: побудовано на основі данних фінансової звітності досліджуваного підприємства

На основі проведених досліджень, з'ясовано, що в 2020 р. банківська установа отримала збиток у розмірі 5 591 млн. гривень, що спричинено вжитими заходами з управління кредитним ризиком, а також волатильністю курсів іноземних валют. Однак, в 2020 р. збільшились активи у порівнянні з 2018 р. на 19,32 та 37,43 відсотків відповідно. Також збільшились всі інші ключові показники, окрім кредитного портфелю, в 2020 р. у порівнянні з попередніми роками він мав тенденцію до зниження, що також свідчить про негативну тенденцію.

Таблиця 2.8

Показники фінансово-економічного аналізу АТ «Укрексімбанк»

Показник	2018 р	2019 р.	2020 р.
Рентабельність активів (ROA)	0,50	0,05	-2,90
Рентабельність власного капіталу (ROE)	9,52	0,73	-54,03
Коефіцієнт достатності, %	5,23	6,35	5,37
Коефіцієнт надійності, %	5,52	6,78	5,67
Загальна ліквідність, %	105,52	106,78	105,67

Джерело: побудовано на основі данних фінансової звітності досліджуваного підприємства

З даних розрахованих в таблиці можна зробити висновок, що загальна ліквідність задовольняє вимоги НБУ (понад 100%), що означає що банківська установа спроможна погашати зобов'язання та борги перед клієнтами не дивлячись на низький рівень ефективності активів та власного капіталу через відємний результат в 2020 році.

Четверте місце серед банківських установ України за розміром активів посідає АТ «Райффайзенбанк». Банківська установа пропонує широкий перелік стандартних та новітніх банківських послуг, якими користуються понад 2,5 млн клієнтів. АТ «Райффайзен Банк» залишається лідером із якості обслуговування в українському банківському секторі. За оцінкою компанії GfK-Україна, яка спеціалізується на дослідженні ринків, репутація Райффайзен Банку перевищує середньоринкову [72].

Таблиця 2.9

Ключові показники діяльності АТ «Райффайзенбанк», млн грн

Показник	2018 р., тис. грн.	2019 р., тис. грн.	2020 р., тис. грн.	2020 р. в % до:	
				2018 р.	2019 р.
Активи	73800	82905	107287	145,37	129,41
Зобов'язання	62109	69736	94395	151,98	135,36
Кредитний портфель	47317	47487	45743	96,67	96,33
Об'єм вкладів	58359	66696	88244	151,21	132,31
Статутний фонд	6153	6155	6155	100,03	100,00
Власний капітал	11691	13169	12891	110,27	97,89
Чистий прибуток	5234	4834	4074	77,84	84,29

Джерело: побудовано на основі данних фінансової звітності досліджуваного підприємства

З таблиці 2.9 видно, що за досліджуваний період значно збільшився розмір активів та зобов'язань, також значно збільшився об'єм вкладів, а саме на 51,21% та 32,31% відповідно. Прибуток та власний капітал в 2020 р. у порівнянні з 2019 р. зменшився на 15,71 % та 2,11 % відповідно.

Таблиця 2.10

Показники фінансово-економічного аналізу АТ «Райффайзенбанк»

Показник	2018 р	2019 р.	2020 р.
Рентабельність активів (ROA)	7,09	5,83	3,80
Рентабельність власного капіталу (ROE)	44,78	36,71	31,61
Коефіцієнт достатності, %	15,84	15,88	12,02
Коефіцієнт надійності, %	18,82	18,88	13,66
Загальна ліквідність, %	118,82	118,88	113,66

Джерело: побудовано на основі данних фінансової звітності досліджуваного підприємства

Протягом досліджуваного періоду показники рентабельності та ліквідності перевищують оптимальні значення, що свідчить про достатню ліквідність та ефективне управління активами та власним капіталом.

Пяте місце серед банківських установ України за розміром активів посідає АТ «Укргазбанк», який є одним з найнадійніших і динамічних

фінансових структур України, який успішно функціонує на ринку банківських послуг [73].

Таблиця 2.11

Ключові показники діяльності АТ «Укргазбанк», млн грн

Показник	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2020 р. в % до:	
				2018 р.	2019 р.
Активи	82224	119137	142702	144,89	119,78
Зобов'язання	76468	110882	134153	145,00	120,99
Кредитний портфель	45236	38985	47517	105,04	121,89
Об'єм вкладів	65121	103359	126498	158,72	122,39
Статутний фонд	13319	13319	13319	-	-
Власний капітал	5756	8254	8548	148,51	103,56
Чистий прибуток	768	1288	411	53,47	31,89

Джерело: побудовано на основі данних фінансової звітності досліджуваного підприємства

Протягом досліджуваного періоду спостерігається зростання всіх ключових показників діяльності АТ «Укргазбанк» окрім чистого прибутку. На жаль, прибуток в 2020 р. становив 411 млн. грн., що на 46,53 % та 68,11 % менше, ніж в 2018, та 2019 роках відповідно. За досліджуваний період значно збільшились обєми вкладів в 2020 р. у порівнянні з 2018 р., а саме на 58,72 % та у порівнянні з 2019 роком на 22,39 відсотків. Також зріс кредитний портфель на 45% та 20,09 % відповідно.

Таблиця 2.12

Показники фінансово-економічного аналізу АТ «Укргазбанк»

Показник	2018 р.	2019 р.	2020 р.
Рентабельність активів (ROA)	0,93	1,08	0,29
Рентабельність власного капіталу (ROE)	13,35	15,62	4,81
Коефіцієнт достатності, %	7,00	6,93	5,99
Коефіцієнт надійності, %	7,53	7,44	6,37
Загальна ліквідність, %	107,53	107,44	106,37

Джерело: побудовано на основі данних фінансової звітності досліджуваного підприємства

Можна зробити висновок, що в 2020 р. коефіцієнт рентабельності активів не відповідає оптимальним значенням, що свідчить про неефективне управління ними. Коефіцієнт ліквідності та надійності за аналізований період є прийнятним і вищий за нормативні значення, що вказує на достатню стійкість та довіру з боку клієнтів.

Шосте місце серед банківських установ України за розміром активів посідає АТ «ПУМБ» — великий приватний банк, який вже понад 28 років працює на українському фінансовому ринку і прагне надавати клієнтам високоякісні банківські послуги, постійно вдосконалюючи сервіс та індивідуальний підхід до клієнтів [74].

Таблиця 2.13

Ключові показники діяльності АТ «ПУМБ», млн грн

Показник	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2020 р. в % до:	
				2018 р.	2019 р.
Активи	49895	55437	75263	150,84	135,76
Зобов'язання	43547	46369	65579	150,59	141,43
Кредитний портфель	27244	32886	37573	137,91	114,25
Об'єм вкладів	39780	42752	57515	144,58	134,53
Статутний фонд	3294	3294	4781	145,14	145,14
Власний капітал	6317	9067	9684	153,28	106,80
Чистий прибуток	2008	2603	2608	129,85	100,17

Джерело: побудовано на основі данних фінансової звітності досліджуваного підприємства

Можна зробити висновок, що всі ключові показники діяльності АТ «ПУМБ» мають тенденцію до зростання. У 2020 р. у порівнянні з 2018 та 2019 роками активи банківської установи зросли на 50,84% та 35,76% відповідно та становили 75 263 млн. грнивень. Зобов'язання в 2020 р. становили 65 579 млн. грнивень, що у порівнянні з 2018 та 2019 роками більше на 50,59 % та 41,43 % відповідно. Кредитний портфель та об'єм вкладів також значно збільшився. Власний капітал також збільшився в 2020 р. у порівнянні з попередніми роками иа становив 9 684 млн. гривень. Чистий

прибуток в 2020 р. у порівнянні з 2018 р. зріс на 29,85%, а у порівнянні з 2019 р. на 0,17% і становив 2 608 млн. гривень.

Таблиця 2.14

Показники фінансово-економічного аналізу АТ «ПУМБ»

Показник	2018 р.	2019 р.	2020 р.
Рентабельність активів (ROA)	4,03	4,70	3,47
Рентабельність власного капіталу (ROE)	31,79	28,72	26,93
Коефіцієнт достатності, %	12,66	16,36	12,87
Коефіцієнт надійності, %	14,51	19,55	14,77
Загальна ліквідність, %	114,58	119,55	114,77

Джерело: побудовано на основі данних фінансової звітності досліджуваного підприємства

З даних розрахованих в таблиці можна зробити висновок, що за весь досліджуваний період показники рентабельності та ліквідності перевищують оптимальні значення та з кожним роком зростають.

Сьоме місце серед банківських установ України за розміром активів посідає АТ «Альфа-банк», який є універсальним комерційним банком, який є частиною міжнародного консорціуму «Альфа-Груп». Банк займає лідируючі позиції у всіх сегментах банківського ринку України [75].

Таблиця 2.15

Ключові показники діяльності АТ «Альфа-банк», млн грн

Показник	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2020 р. в % до:	
				2018 р.	2019 р.
Активи	60287	71909	97592	161,88	135,78
Зобов’язання	55246	63389	87969	159,23	138,78
Кредитний портфель	32458	39199	47838	147,39	122,04
Об’єм вкладів	52488	59276	73315	139,68	123,68
Статутний фонд	12180	28726	28726	235,85	100,00
Власний капітал	5041	8519	9622	190,89	112,95
Чистий прибуток	1310	1925	1154	88,13	59,96

Джерело: побудовано на основі данних фінансової звітності досліджуваного підприємства

За даними таблиці можна зробити висновок, що більшість показників фінансового стану АТ «Альфа-банк» збільшилися. Однак, в 2020 р. у порівнянні з попередніми роками стерігається тенденція до зниження чистого прибутку, а саме на 11,87% та 40,14% відповідно і становить 1 154 млн. гривень.

Таблиця 2.16

Показники фінансово-економічного аналізу АТ «Альфа-банк»

Показник	2018 р	2019 р.	2020 р.
Рентабельність активів (ROA)	2,17	2,68	1,18
Рентабельність власного капіталу (ROE)	25,99	22,61	12,00
Коефіцієнт достатності, %	8,36	11,85	9,86
Коефіцієнт надійності, %	9,12	13,44	10,94
Загальна ліквідність, %	109,12	113,44	110,94

Джерело: побудовано на основі данних фінансової звітності досліджуваного підприємства

З даних розрахованих в таблиці можна зробити висновок, що за весь досліджуваний період показники рентабельності та ліквідності перевищують оптимальні значення та з кожним роком зростають.

Восьме місце серед банківських установ України за розміром активів посідає АТ «Укрсиббанк», який є одним з найбільших банків України, він входить до складу найбільшої міжнародної фінансової групи BNP Paribas з всесвітньою репутацією [76].

Таблиця 2.17

Ключові показники діяльності АТ КБ «Укрсиббанк», млн грн

Показник	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2020 р. в % до:	
				2018 р.	2019 р.
Активи	52043	53196	72298	138,92	135,91
Зобов'язання	45273	46338	64131	141,65	138,40
Кредитний портфель	26137	21371	21067	80,60	98,58
Об'єм вкладів	41098	45340	63007	153,31	138,97
Статутний фонд	5069	5069	5069	-	-
Власний капітал	6769	6858	8167	120,64	119,09
Чистий прибуток	2788	2615	1321	47,38	50,53

Джерело: побудовано на основі данних фінансової звітності досліджуваного підприємства

За досліджуваний період більшість показників мають тенденцію до зростання. Однак, фінансовий результат в 2020 р. у порівнянні з 2018 та 2019 роками зменшився до мінімального значення та становив 1 312 млн. гривень, що на 52,62 та 49,47 % менше, ніж в попередніх роках. Кредитний портфель також мав тенденцію до зниження, що свідчить про негативну тенденцію.

Таблиця 2.18

Показники фінансово-економічного аналізу АТ «Укрсиббанк»

Показник	2018 р	2019 р.	2020 р.
Рентабельність активів (ROA)	5,36	4,92	1,83
Рентабельність власного капіталу (ROE)	41,20	38,13	16,18
Коефіцієнт достатності, %	13,01	12,89	11,30
Коефіцієнт надійності, %	14,95	14,80	12,74
Загальна ліквідність, %	114,95	114,80	112,74

Джерело: побудовано на основі данних фінансової звітності досліджуваного підприємства

З даних розрахованих в таблиці можна зробити висновок, що за весь досліджуваний період показники рентабельності та ліквідності перевищують оптимальні значення та з кожним роком зростають.

Девяте місце серед банківських установ України за розміром активів посідає АТ «ОТП Банк». Метою OTP Bank (раніше "Райффайзенбанк Україна") є продовження традицій, закладених командою професіоналів та подальше впровадження європейських стандартів якості бізнесу на ринку банківських послуг України [77].

Таблиця 2.19

Ключові показники діяльності АТ «ОТП Банк», млн грн

Показник	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2020 р. в % до:	
				2018 р.	2019 р.
Активи	38686	51982	58962	152,41	113,43
Зобов’язання	32946	43333	48867	148,32	112,77
Кредитний портфель	27762	32068	27797	100,13	86,68
Об’єм вкладів	26750	35111	47337	176,96	134,82
Статутний фонд	6186	6186	6186	-	-
Власний капітал	5740	8649	10094	175,85	116,71
Чистий прибуток	2227	2926	1926	86,49	65,82

Джерело: побудовано на основі данних фінансової звітності досліджуваного підприємства

Можна зробити висновок, що за досліджуваний період більшість показників діяльності АТ «ОТП Банк» мають тенденцію до зростання. Найбільше зріс в 2020 р. власний капітал у порівнянні з 2018 р., а саме на 75,85% і становив 10 094 млн. гривень. Прибуток в 2020 р. знизився до 1 926 млн. гривень, що на 13,51 % менше, ніж в 2018 р. та 34,18 % менше, ніж в 2019 році.

Таблиця 2.20

Показники фінансово-економічного аналізу АТ «ОТП Банк»

Показник	2018 р.	2019 р.	2020 р.
Рентабельність активів (ROA)	5,76	5,63	3,27
Рентабельність власного капіталу (ROE)	38,80	33,84	19,08
Коефіцієнт достатності, %	14,84	16,64	17,12
Коефіцієнт надійності, %	17,42	19,96	20,66
Загальна ліквідність, %	117,42	119,96	120,66

Джерело: побудовано на основі данних фінансової звітності досліджуваного підприємства

Можна зробити висновок, що за весь досліджуваний період показники рентабельності та ліквідності перевищують оптимальні значення і мають тенденцію до зростання.

Десяте місце серед банківських установ України за розміром активів посідає АТ «Креді Агріколь Банк», який є банківською установою з найбільшою польською інвестицією, вона становить 99.6% акціонера PKO Bank Polski SA. АТ «Креді Агріколь Банк» – найстаріший іноземний банк в Україні, який працює на ринку з 1993 року і надає повний спектр банківських послуг. Лідер в автокредитуванні та стратегічний партнер для агробізнесу [78].

Ключові показники діяльності АТ «Ощадбанк» наведені в табл. 2.21.

Таблиця 2.21

Ключові показники діяльності АТ «Креді Агріколь Банк», млн грн

Показник	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2020 р. в % до:	
				2018 р.	2019 р.
Активи	32788696	35301814	50360045	153,59	142,66
Зобов'язання	28587448	30145948	44259303	154,82	146,82
Кредитний портфель	21686097	23223940	27779293	128,10	119,61
Об'єм вкладів	27054046	28812862	42766641	158,08	148,43
Статутний фонд	1223000	1223000	1223000	100,00	100,00
Власний капітал	4201248	5155866	6100742	145,21	118,33
Чистий прибуток	1462649	1729931	927294	63,40	53,60

Джерело: побудовано на основі данних фінансової звітності досліджуваного підприємства

Можна зробити висновок, що майже всі ключові показники діяльності банківської установи мають тенденцію до зростання. Однак, в 2020 р. у порівнянні з 2018 р. чистий прибуток знизився на 36,6 відсотків, а у порівнянні з 2019 р. знизився на 46,4 відсотків відповідно, що свідчить про негативну тенденцію.

Таблиця 2.22

Показники фінансово-економічного аналізу АТ «Креді Агріколь Банк»

Показник	2018 р	2019 р.	2020 р.
Рентабельність активів (ROA)	4,46	4,90	1,84
Рентабельність власного капіталу (ROE)	34,81	33,55	15,20
Коефіцієнт достатності, %	12,81	14,61	12,11
Коефіцієнт надійності, %	14,70	17,10	13,78
Загальна ліквідність, %	114,70	117,10	113,78

Джерело: побудовано на основі данних фінансової звітності досліджуваного підприємства

З даних розрахованих в таблиці 2.22 можна зробити висновок, що за весь досліджуваний період показники рентабельності та ліквідності перевищують оптимальні значення.

На основі проведених досліджень, з'ясовано, що в 2020 році у порівнянні з попередніми роками спостерігається позитивна тенденція

зростання активів та зобов'язань серед всіх досліджуваних банківських установ, окрім АТ «Ощадбанк», в 2020 р. у порівнянні з 2019 р. активи знизились на 72 802 млн. гривень (рис. 2.2), а зобов'язання на 17 929 млн гривень (рис. 2.3).

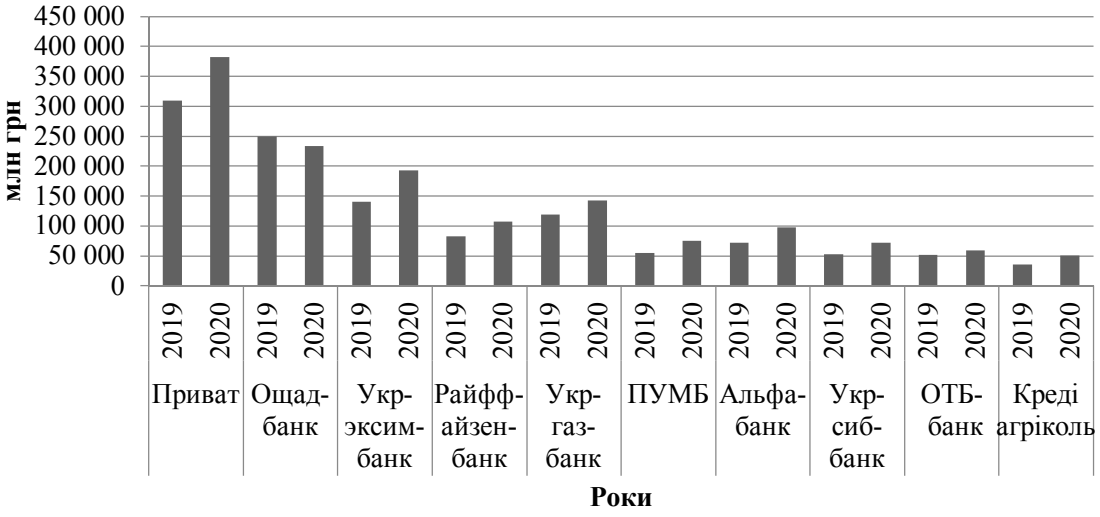

Рисунок 2.2 – Динаміка обсягів активів у банківських установах України

Джерело: сформовано автором на основі данних фінансової звітності досліджуваного підприємства

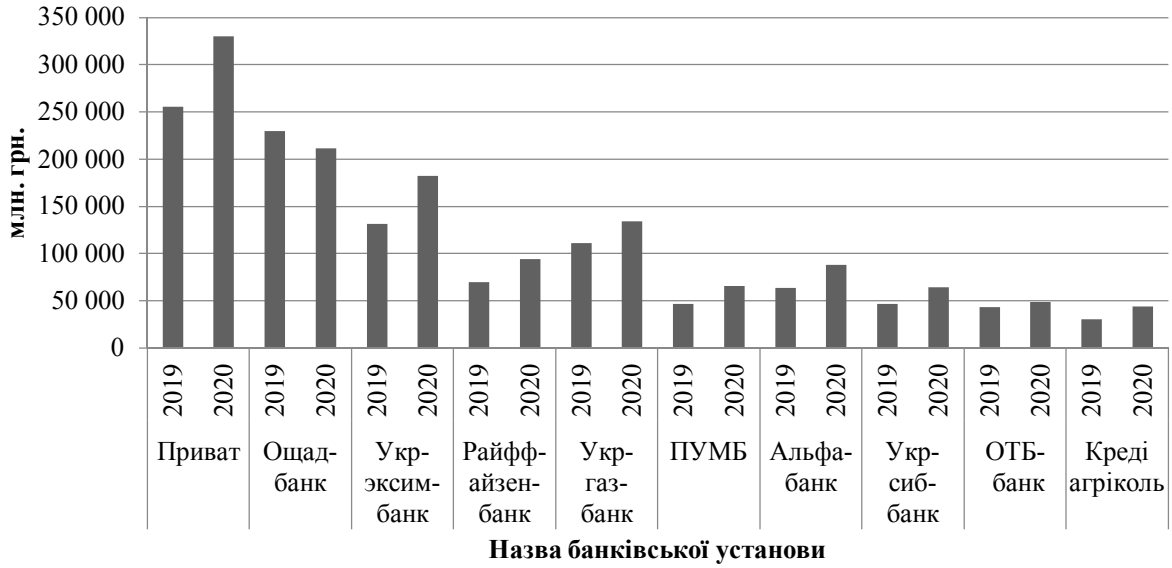

Рисунок 2.3 – Динаміка обсягів зобов'язань у банківських установах України

Джерело: сформовано автором на основі данних фінансової звітності досліджуваного підприємства

Так, за весь досліджуваний період, рівень статутного фонду банківськими установами залишався незмінним, окрім АТ «Пумб» та АТ «Укрексімбанк», ці банківські установи збільшили свій статутний капітал на 1 487 млн грн та 6 840 млн гривень відповідно. Щодо власного капіталу банківських установ, то цей показник має тенденцію до збільшення серед всіх досліджуваних банківських установ, крім АТ КБ «Приватбанк» та АТ «Райффайзенбанк».

Щодо кредитного портфелю банківських установ, то він в 2020 р. має тенденцію до зниження у половини досліджуваних банківських установах та тенденцію до зростання у решти. Найбільших змін зазнали такі банківські установи, як АТ «ОТП Банк», його кредитний портфель знизився на 13,32%, АТ «Укрексімбанк» на 8,78%, АТ КБ «Приватбанк» на 7,6 %, в той час як у таких банківських установ, як АТ «Креді Агріколь Банк», АТ «Альфа-банк», АБ «Укргазбанк», АТ «ПУМБ» обсяг наданих кредитів збільшився у порівнянні з попередніми роками на 22 %, 19 %, 21 % та 14 % відповідно, що свідчить про більшу довіру клієнтів щодо безпеки саме цих банківських установ (рис. 2.4).

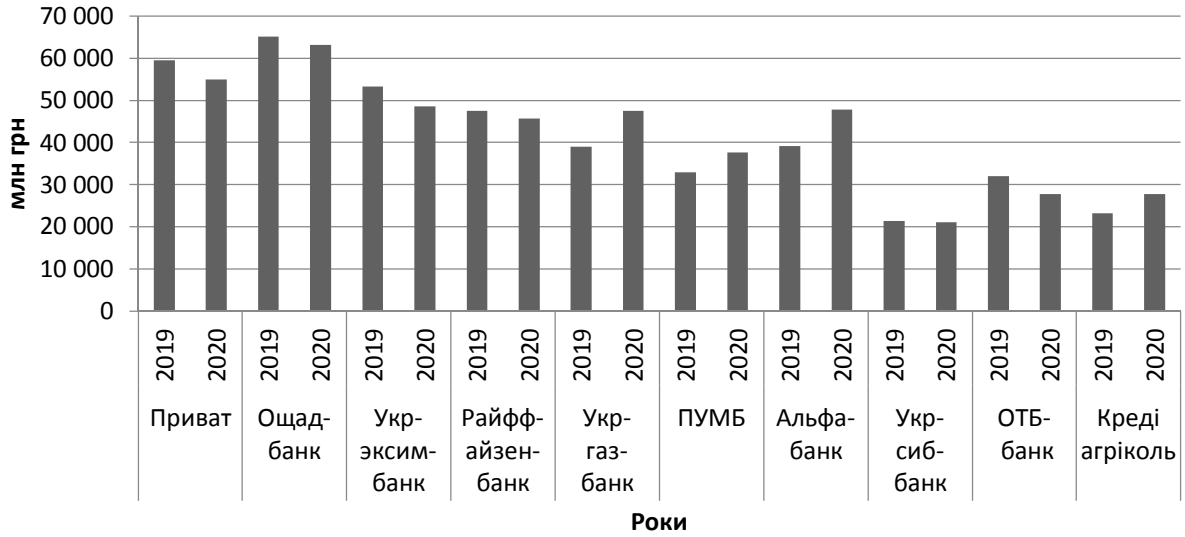

Рисунок 2.4 – Динаміка кредитного портфелю в банківських установах України

Джерело: сформовано автором на основі данних фінансової звітності досліджуваного підприємства

Щодо об’єму депозитів банківських установ, то за досліджуваний період він має тенденцію до зростання серед всіх досліджуваних банківських установ, окрім АТ «Ощадбанк», в 2020 р. у порівнянні з 2019 р. він зменшився на 15 977 млн гривень (рис. 2.5), що свідчить про негативну тенденцію. Однак, попри таку негативну динаміку АТ «Ощадбанк» все одно займає друге місце серед банківських установ за розміром активів та пасивів. Також, АТ «Ощадбанк» в 2020 р. отримав чистий прибуток у порівнянні з 2019 р. на 2 521 млн гривень більше, в той час як майже всі банківські установи серед досліджуваних отримали прибуток в 2020 р. в середньому на 42 % менше, ніж в 2019 році.

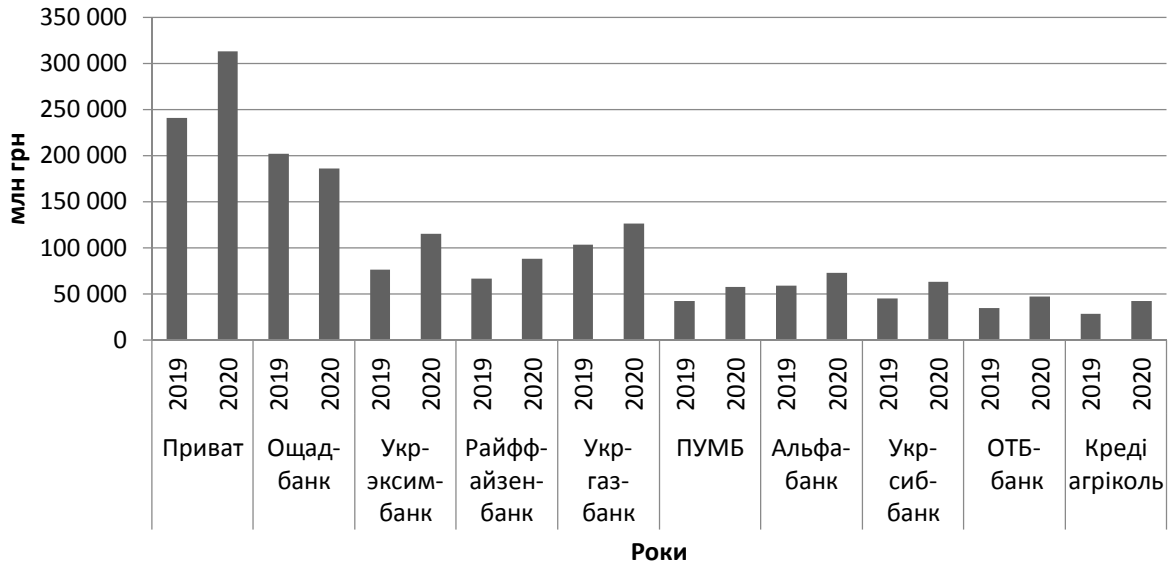

Рисунок 2.5 – Динаміка об’ємів вкладів в банківських установах України

Джерело: сформовано автором на основі данних фінансової звітності досліджуваного підприємства

Так, прибуток банківських установ за досліджуваний період має тенденцію до зниження серед всіх досліджуваних банківських установ, окрім АТ «Ощадбанку» та АТ «ПУМБ», в 2020 р. у порівнянні з 2019 р. він збільшився в 10 разів та на 0,17 % відповідно (рис.2.6). АТ «Укрексімбанк» отримала збиток у розмірі 5 591 млн гривень. Однак, все одно банківські

установи зберегли високу прибутковість та рентабельність, хоч і нижчу у порівнянні з попереднім роком (рис. 2.6).

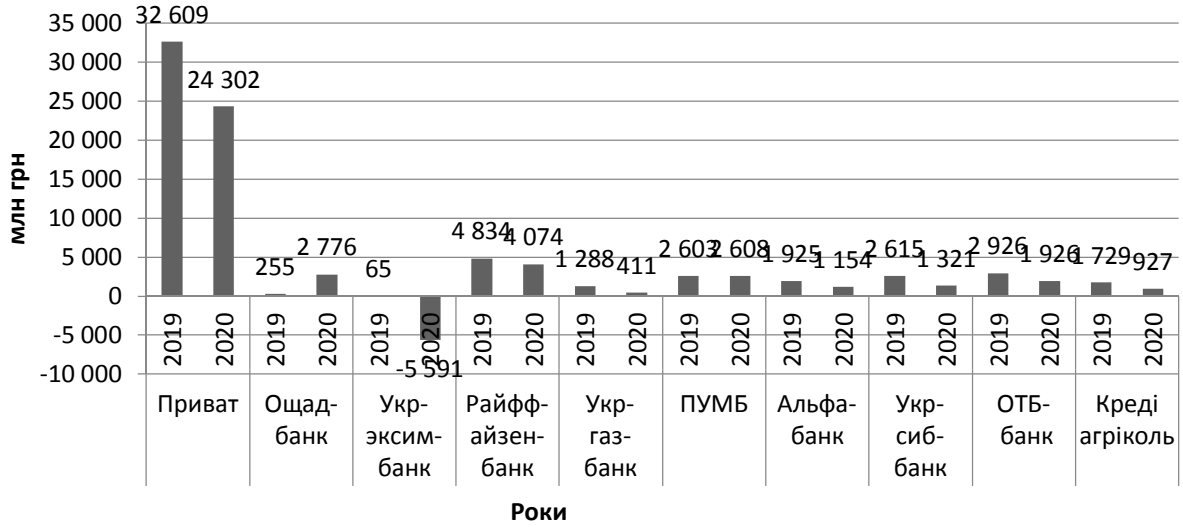

Рисунок 2.6 – Динаміка прибутку в банківських установах України

Джерело: сформовано автором на основі данних фінансової звітності досліджуваного підприємства

Нами проаналізовано ключові показники діяльності банківських установ України, які надають універсальні послуги і банківські продукти населенню протягом багатьох років. У результаті дослідження визначено, що прибутковість всього банківського сектору знизилась на третину через нещодавню кризу, спричинену пандемією COVID-19, але все одно банківські установи зберегли високу прибутковість, хоч і нижчу у порівнянні з попереднім роком. Стійкість банківської системи до кризи та надійність банківських установ підтверджується виконанням нормативних значень з запасом, достатньою ліквідністю та ефективним використанням активів.

2.2 Оцінка показників корпоративної соціальної відповідальності в банківських установах України

У багатьох наукових роботах згадується думка, що КСВ може сприяти корпоративним фінансовим результатам компанії (КФР). Однак наразі ведуться дискусії щодо того, наскільки КСВ впливає на КФР. Ця тема стала ще більш актуальною під час останньої економічної та фінансової кризи, особливо для банківських установ, оскільки вони є ключовим сектором ринкової економіки.

Слід зазначити, що важко описати кореляцію між КСВ та КФР для банківського сектора України, оскільки не існувало ще практики обчислення будь-яких показників (індексів) КСВ або вимірювання КСВ будь-яким математичним способом. Але все ж, спираючись на досвід тих компаній, які прийняли КСВ, безперечно можна вважати, що якісна діяльність у сфері КСВ має вирішальне значення для компанії, якщо її стратегічною метою є максимізація довгострокової фінансової віддачі. Оскільки Україна ще не повністю запустила концепцію КСВ, було б корисно звернути увагу менеджменту на цей факт.

Інститут корпоративного громадянства та репутації Бостонського коледжу розробив індекс КСВ для американських компаній. Він розраховується на щорічній основі і складається як рейтинг 50 найкращих компаній з найкращою КСВ. Однак проблема полягає у відсутності методології обчислення індексу. Також він розраховується тільки для американських компаній. Тому неможливе порівняння цього індексу з іншими і розрахунок його для неамериканських компаній.

За даними Е. Локетта, Д. Муна та Уейна Віссера [79], існують деякі особливості вимірювання КСВ у розвинених країнах і країнах, що розвиваються. Вони стверджують, що в розвинених країнах у літературі про КСВ переважають кількісні методи (80%), тоді як статті про КСВ в країнах, що розвиваються, публікують якісні методи (20%).

Загалом, ми прийшли до чіткого бачення того, що вже існуючі індекси не дають достатньо інформації про їхню методологію, тому ми можемо зробити висновок, що вони не мають великого значення без повної прозорості. Навіть групи рейтингу КСВ, які публікують свої методології, рідко пропонують достатньо інформації, щоб визначити, чим відрізняються їхні індекси від інших. Тому, враховуючи всі ці факти, ми вирішили, що було б корисно розробити власний Індекс КСВ, відповідно до ідеї та методичного підходу О. Костюка, Я. Мозгового та Я. Кравченко, який би, з одного боку, мав чітку та відкриту методологію, з іншого - спирався б на таку інформацію

до якої можна було б легко отримати доступ до більшості компаній у всьому світі, включаючи українські.

За основу індексу КСВ була обрана одна з найбільш фундаментальних та найбільш цитованих робіт у цій сфері - «Піраміда корпоративної соціальної відповідальності: до морального управління організаційними зацікавленими сторонами» А. Керролла [4]. У цій роботі Керролл представив свою піраміду КСВ, яка є своєрідним аналогом ієрархії потреб Маслоу.

Піраміда складається з 4 рівнів. Припускається, що ці чотири види соціальної відповідальності становлять загальну КСВ: економічну, юридичну, етичну та філантропічну. Серед цих рівнів КСВ ми підібрали ті параметри, які можна було б легко вказати через веб-сайти аналізованих установ, річні звіти тощо. На наступному етапі дослідження ми спробували ще більше спростити методологію. Щоб виключити суб’єктивність та можливий непрофесіоналізм із дослідження, ми вирішили, що оцінюватимемо лише наявність чи відсутність різних параметрів у банківській діяльності за допомогою фіктивних змінних на кшталт «0» або «1». Наприкінці індекс КСВ буде сформовано у вигляді загальної кількості змінних.

З першого рівня піраміди ми включили до параметра індексу прибуток та виплачені податки. Вони повинні представляти відповідальність перед акціонерами та країною. Цей рівень відповідальності є загальновизнаним і його має виконувати більшість банків.

Наступний рівень відноситься до юридичних обов'язків, з якого ми підібрали лише два параметри: дотримання нормативних актів (капітал виконання вимоги, вимоги щодо ризику, різні постанови та укази та відсутність запису про невідповідність у досліджуваному періоді); підпорядкування закону (виконання вимог загального законодавства, відсутність публічних скандалів тощо).

Етичний рівень відповідальності отримує за запропонованою методологією найбільшу кількість параметрів, оскільки з нашої точки зору це

найбільш красномовно показує соціальні наміри компанії. Це не обов'язково, як два попередні, і не таке популістське, як останній рівень - благодійність.

Етичний рівень (третій) складається з обов'язків, спрямованих на різних зацікавлених сторін компанії: співробітники – наявність програм, що сприяють професійному та індивідуальному розвиткові, забезпечення конкурентного та комфортного робочого середовища; акціонерів, клієнтів, партнерів та широкої громадськості, яким може бути надане компанією розкриття інформації та якість інформації про діяльність компанії (розкриття винагороди, інформація про раду директорів та топ - менеджмент, доступність інформації для всіх груп зацікавлених сторін, існування окремого звіту про КСВ, звітність відповідно до Глобальної ініціативи звітності або інших соціально спрямованих стандартів); щодо екологічної відповідальності компанії (хоча це питання для фінансових установ не є настільки критичним і важливим, як для промислових компаній, банківські установи могли б показати позитивний досвід та надавати громадські ініціативи щодо екологічної відповідальності своїм клієнтам, партнерам, конкурентам), шляхом соціально відповідальних інвестицій. Цей сегмент інвестицій - це швидко зростаючий сектор, який на даний момент контролює кошти на кілька трильйонів доларів США, банківські установи як активні фінансові гравці могли б достатньо підтримати його власною діяльністю, спрямованою, як на цілі пошуку прибутку, і водночас на соціальні проєкти. У цій категорії ми також розглянули надання соціально відповідальних кредитів з екологічними та соціальними умовами.

Останній четвертий рівень КСВ представлений, за Керроллом, філантропічними обов'язками. Це включає активну участь у діях або програмах, спрямованих на сприяння добробуту чи доброї волі людини. Приклади благодійності включають внески підприємств у фінансові ресурси або внески у мистецтво, освіту, медицину чи суспільство.

На цьому рівні КСВ ми підібрали такі параметри, як благодійність компанії загалом, спонсорство, підтримка мистецтв, освіти, медицини та

науково-дослідницької діяльності, а також волонтерська діяльність персоналу.

Беручи до уваги концепцію морального управління Керролла, ми вирішили включити в індекс ще деякі компоненти (які не були включені в попередні чотири рівні). Деякі з них пов'язані з управлінням ризиками та орієнтацією на зацікавлені сторони. Також до індексу було включено такі параметри: незалежні директори в раді; комітети правління та окремо комітет з корпоративного управління, комітет з КСВ та ревізійна комісія; кодекс поведінки (етики).

Для кожного із запропонованих параметрів було обрано його позначення (додаток В). Формула 1 описує остаточний вигляд індексу:

$$I^{CSR} = \sum Ec_1 + Ec_2 + L_1 + L_2 + Eth_1 + Eth_2 + Eth_3 + Eth_4 + Eth_5 + Eth_6 + Eth_7 + Eth_8 + Eth_9 + Eth_{10} + Eth_{11} + Eth_{12} + Eth_{13} + Eth_{14} + Eth_{15} + Ph_1 + Ph_2 + Ph_3 + Ph_4 + Ph_5 + MM_1 + MM_2 + MM_3 + MM_4 + MM_5 + MM_6, \quad (1)$$

де I^{CSR} — загальний індекс корпоративної соціальної відповідальності для банківської установи;

E_i, L_i, Eth_i, Ph_i, MM_i – змінна, набуваюча значення 1, якщо і -й параметр присутній у компанії, і рівна 0, якщо ця ознака відсутня;

і – число параметрів, по яких оцінюється соціальна діяльність компаній.

Для нашого дослідження та статистичного аналізу ми обрали 40 найкращих банківських установ, які функціонують на українському ринку, частка яких в активах усієї банківської системи перевищує 80%, тому ступінь представництва є досить високим. Банківські установи були поділені на 3 групи: 1 група – державні банківські установи, II група – банківські установи з іноземни капіталом, III група – банквівські установи з приватним капіталом.

Для визначення параметрів індексу КСВ ми проаналізували фінансові та нефінансові звіти банківських установ за 2018-2020 рр., їхні веб-сайти та загальнодоступну інформацію. Підсумкові дані про параметри були узагальнені за формулою 1 в один індекс для кожної установи.

Згідно з нашою гіпотезою ми припускаємо, що:

1) результати дослідження вказують на пряму кореляцію між розміром банківської установи та його індексом КСВ;

2) банківські установи з іноземним капіталом, які працюють на українському ринку, наберуть більше балів індексу, ніж державні установи, оскільки на них впливає політика, яка проводиться в їхніх материнських компаніях.

Результати аналізу українських банківських установ були суперечливими. Додаток містить таблицю в якій відображені індекси КСВ для всіх українських банківських установ. На рис. 2.7 зображено відсоток банківських установ, які показали різні результати індексу КСВ.

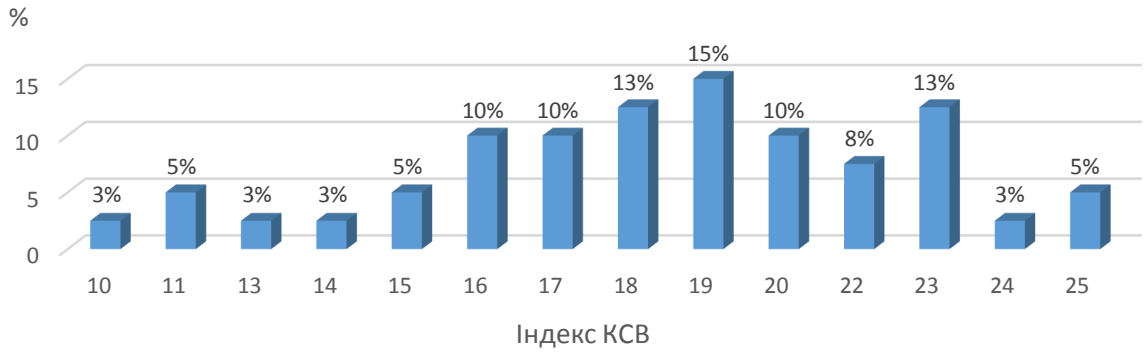

Рисунок 2.7 – Відсоток банківських установ за різними ваговими індексами КСВ

Джерело: побудовано автором

Так, виявлено певну кореляцію між розміром банківської установи та його корпоративними соціальними показниками, але вона не є однорідною. Табл. 2.23 відображає рейтингову оцінку рівнів КСВ в досліджуваних установах на основі середнього показника, який становить – 17 балів.

Таблиця 2.23

Рейтингова оцінка рівня корпоративної соціальної відповідальності в банківських установах України

Назва банківської установи	Рівень КСВ	Група банківської установи	Індекс КСВ
АБ «Укргазбанк»	Високий	державні установи	25
АТ «ПУМб»	Високий	з приватним капіталом	25
АТ «Райффайзен Банк»	Високий	з іноземним капіталом	24

Продовження табл. 2.23

АТ «Креді Агріколь Банк»	Високий	з іноземним капіталом	24
АТ КБ «Приватбанк»	Високий	державні установи	23
АТ «Ощадбанк»	Високий	державні установи	22
АТ «Укрексимбанк»	Високий	державні установи	20
АТ «Укрсиббанк»	Високий	з іноземним капіталом	20
АТ «Кредобанк»	Високий	з іноземним капіталом	19
АТ «Прокредит Банк»	Високий	з іноземним капіталом	19
АТ АКБ «Банк Львів»	Високий	з приватним капіталом	19
АТ «Альфа-Банк»	Високий	з іноземним капіталом	18
АБ «Південний»	Високий	з приватним капіталом	18
АТ «Мегабанк»	Високий	з приватним капіталом	18
АКБ «Індустріалбанк»	Високий	з приватним капіталом	18
АТ «Універсал Банк»	Достатній	з приватним капіталом	17
АТ «Ідея Банк»	Достатній	з іноземним капіталом	17
ПАТ «Промінвестбанк»	Достатній	з іноземним капіталом	17
ПАТ «МТБ Банк»	Достатній	з приватним капіталом	17
АТ АБ «Радабанк»	Достатній	з приватним капіталом	17
АТ «ОТБ Банк»	Базовий	з іноземним капіталом	16
ПАТ «Восток Банк»	Базовий	з приватним капіталом	16
АТ «Альянс Банк»	Базовий	з приватним капіталом	16
АТ «КристалБанк»	Базовий	з приватним капіталом	16
АТ «Піреус Банк»	Базовий	з іноземним капіталом	16
АТ «Дойче Банк»	Базовий	з іноземним капіталом	16
АТ «Сбербанк»	Базовий	з іноземним капіталом	15
АТ «Правєкс Банк»	Базовий	з іноземним капіталом	15
ПуАТ КБ «Аккордбанк»	Базовий	з приватним капіталом	15
АТ «Банк інвестицій та заощаджень»	Базовий	з приватним капіталом	15
АТ «А-Банк»	Базовий	з приватним капіталом	14
АТ «ІНГ Банк Україна»	Базовий	з іноземним капіталом	14
АТ «Полтава-Банк»	Базовий	з приватним капіталом	14
АТ «Сітібанк»	Базовий	з іноземним капіталом	13
АТ «Таскомбанк»	Базовий	з приватним капіталом	13
АТ КБ «Глобус»	Базовий	з приватним капіталом	13
АБ «Клиринговий Дім»	Базовий	з приватним капіталом	13
АТ «Комерційний Індустріальний банк»	Базовий	з приватним капіталом	13
АТ «Банк Кредит Днепр»	Базовий	з приватним капіталом	11
АТ «Міжнародний Інвестиційний Банк»	Базовий	з приватним капіталом	10

Джерело: сформовано автором

Так, 37,5% усіх банківських установ показали результати вище середнього (високий рівень КСВ), 12,5% показали результат точно 17 балів (достатній рівень) та 50 % показали результати нище середнього (базовий рівень) (рис. 2.8).

Більшість українських банків набрали 18 та 19 балів (питома вага банківських установ становить 13% та 15%). Найвищі бали – 25, 24 та 23. Найкращі результати показали 12,5 % банківських установ, і всі вони входять до топ-10 банківських установ за розміром активів. Отож, з топ-10 банків за розміром активів 9 банківських установ досягли високого рівня КСВ та лише 1 з 10 банківських установ досягла базового рівня.

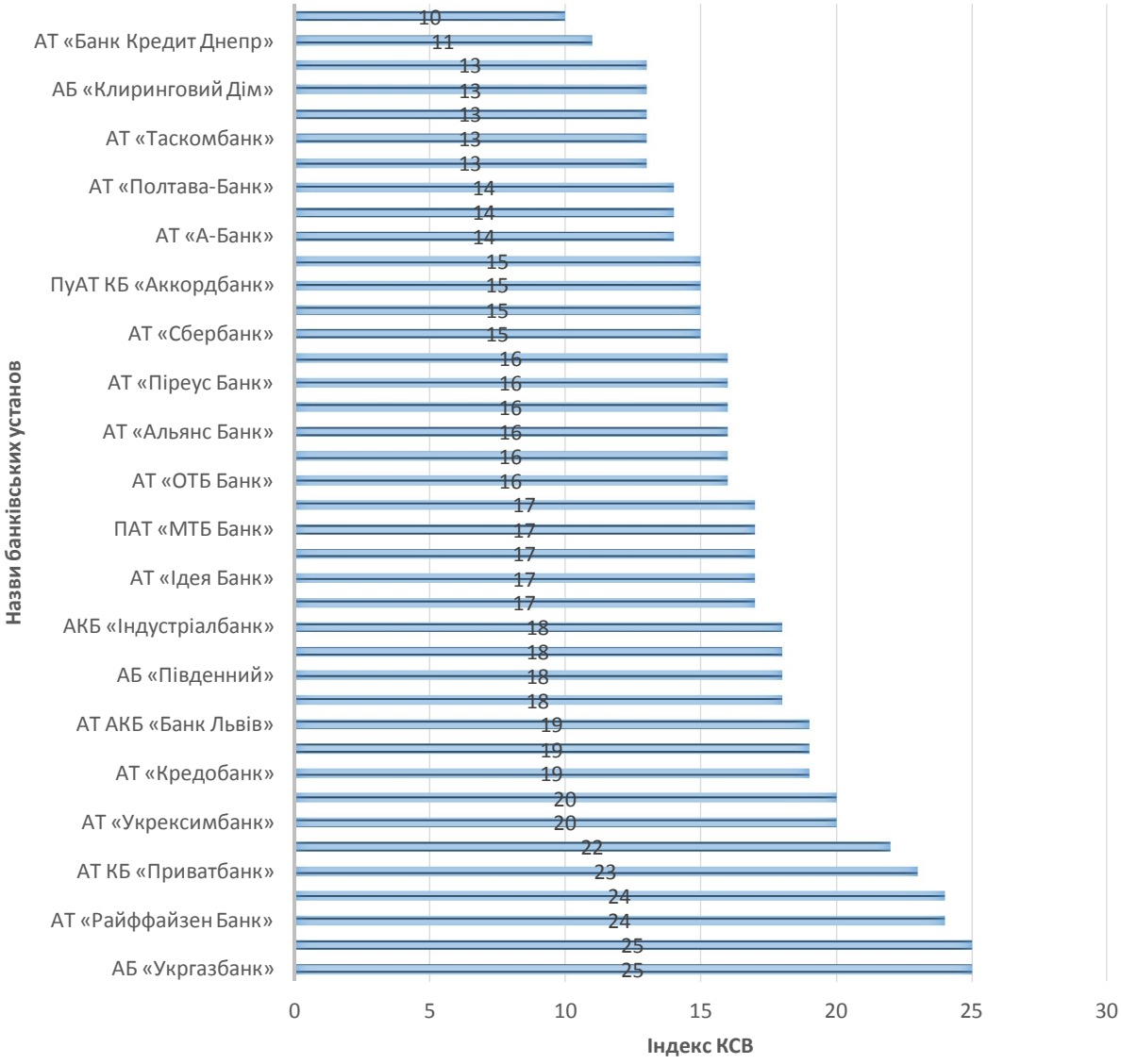

Рисунок 2.8 - Рейтингова оцінка рівня корпоративної соціальної відповідальності в банківських установах України

Джерело: побудовано автором

Тому наша гіпотеза про співвідношення розміру банківських установ та КСВ частково затверджена, оскільки більшість великих банківських установ

показали високий рівень КСВ, але деякі з них не змогли набрати достатнього, а деякі менші банківські установи за розміром активів досягли високого рівня. Серед українських банківських установ 13 банків з приватним капіталом (32,5%) досягли базового рівня. А середній індекс КСВ у групі банків з приватним капіталом становить 15 балів, що нижче, ніж у всієї вибірки (17 балів). Середній індекс КСВ у групі державних банківських установ становить 22,5 балів. Середній показник у групі банківських установ з іноземним капіталом – 17,53 бали і лише 9 банківських установ (22,5%) досягли базового рівня, тобто на 10% менше, у порівнянні з групою банківських установ з приватним капіталом (рис. 2.9).

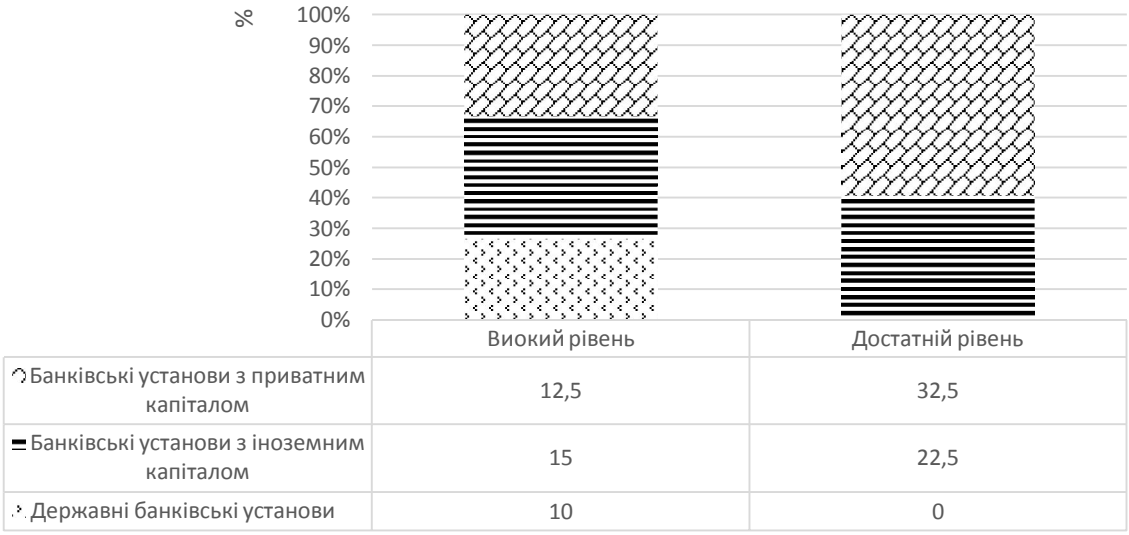

Рисунок 2.9 – Питома вага банків державної власності, банківських установ з приватним та іноземним капіталом за рівнями КСВ

Джерело: побудовано автором

На підставі вищезазначених результатів можемо зробити висновок, що наша друга гіпотеза про відмінності у КСВ державних, з іноземним капіталом та з приватним капіталом банківських установ була підтверджена. Але слід визнати, що більшість банківських установ з іноземним капітом входять у ТОП-20 за розміром. І на цьому етапі дослідження немає можливості вказати, який фактор більше впливає на КСП банківських установ: розмір чи участь іноземного капіталу. Але ми робимо висновок, що обидва ці фактори в синергії зробили свій внесок у кінцевий результат.

2.3 Механізм впровадження корпоративної соціальної відповідальності в банківських установах

Протягом останніх кількох десятиліть концепція корпоративної соціальної відповідальності розвивалася досить повільно. Однак, за останні роки набула великого значення, особливо специфіка КСВ в банківських установах, адже стала сучасним трендом сталого розвитку банківництва. І як наслідок, сформувалися тенденції, які задають досить багатовекторний та всеосяжний оглад корпоративної соціальної відповідальності.

Основними двигунами, що сприяють застосовувати банківським установам у своїй діяльності стратегію корпоративної соціальної відповідальності є:

- вимоги та очікування клієнтів, співробітників, статутних органів та широкої громадськості щодо детальної інформації про те, чи відповідають компанії прийнятним стандартам;
- зростання розмірів банківських установ та їх інноваційної потужності;
- посилення механізмів державного регулювання;
- поява міжнародних ініціатив, як наприклад, фінансова ініціатива Програми ООН з навколишнього середовища, Global Reporting Ініціатива, принципи екватора, ISO 26000;
- пандемія COVID-19 та як наслідок криза, яка внесла корективи в діяльність більшості банківських установ та призупинила їх соціальну діяльність;
- глобалізація та загострення конкуренції, адже велика кількість банківських установ пропонують схожі умови на тих самих ринках;
- конкуренція банківських установ за талановитий та прогресуючий персонал;
- зростаюча роль нематеріальних активів (гудвіл, репутація, бренд).

Репутація банківських установ безпосередньо формується не уявленнями про конкретні продукти, пропоновані банівською установою, а навпаки – уявлення про продукт є віддзеркаленням уявлень про банківську

організацію. Репутація банківської установи – це наслідок комунікації із суспільством на актуальні та значущі теми або проблеми, а також демонстрація свого ставлення та участі в їхньому розвитку чи розв'язанні. Ефективність реалізації банківськими установами соціальних програм, наявність стратегічного підходу в їх плануванні та втіленні пропорційно конвертуються в репутаційну (брендову) складову вартості компаній.

Саме тому розвиток бренду банківської установи шляхом створення позитивного іміджу перед основними групами зацікавлених сторін є важливим аспектом діяльності в умовах високої конкуренції. Щоб досягти цієї мети необхідно визначити стретегію розвитку КСВ та механізм її реалізації, який трактується як сукупність конкретних рівнів, заходів, напрямів та інструментів, спрямованих на розвиток нової сучасної моделі КСВ, основою якої є високий рівень холістичного розвитку, який поєднує та збалансовує економічні, екологічні, соціальні та духовні напрями діяльності [16].

Для банківського сегмента відповідність стратегій ринкової діяльності та розвитку засадам цілісного маркетингу має суттєвіше значення, ніж, для сектору реальної економіки, оскільки такий фактор, як довіра клієнтів, є одним із пріоритетних у забезпеченні конкурентоспроможності банківської установи на ринку.

Для формування механізму забезпечення КСВ використовуються інструменти соціально відповідального бізнесу, а їх вибір визначається фінансовими можливостями банківських установ, рівнем розвитку всієї системи, вимогами регуляторів, національними особливостями і відрізняється в багатьох країнах.

В Україні соціальна відповідальність банківських установ знаходиться на стадії становлення та розвитку, адже її запровадження у вітчизняних банківських установах вимагає чіткої ділової досконалості та цільової збалансованості. Тому в основу механізму формування соціальної

відповідальності банківського сектору може бути закладено можливість використання зарубіжного досвіду та практики [16]. Ключовими факторами успішної політики КСВ в банківських установ Україні можна вважати: постійну підтримку вищого керівництва і всього персоналу; звітність по КСВ на довгостроковій основі, з регулярними перевірками; включення КСВ як невід'ємну частину корпоративної стратегії банківської установи.

Переваги для банківських установ у прийнятті ініціатив в області КСВ полягають у наступних напрямах:

- заохочення стійкої поведінки клієнтів;
- підтримка розробки окремих бізнес-моделей для різних сегментів;
- забезпечення реальних вигод для суспільства в цілому;
- створення більш високої мотивації співробітників і більш високий рівень продуктивності;
- створення можливості виходу на нові світові ринки;
- підвищення репутації та інтересу з боку ЗМІ до банківської установи;
- підвищення ступеня довіри з боку населення і держави;
- краще усвідомлення банківськими установамм своєї потенційної ролі в суспільстві;
- приріст вартості інтелектуальної власності;
- створення позитивної реклами та підвищення впізнаваності бренду;
- поліпшення рейтингів;
- зменшення ризику та максимізація капіталу;
- збільшення прибутковості та рентабельності тощо.

З метою системного розв'язання проблем управління соціальною відповідальністю банківської установи, типових для сучасної економічної системи України, нами було сформовано механізм менеджменту КСВ в банківських установах України (рис. 2.10).

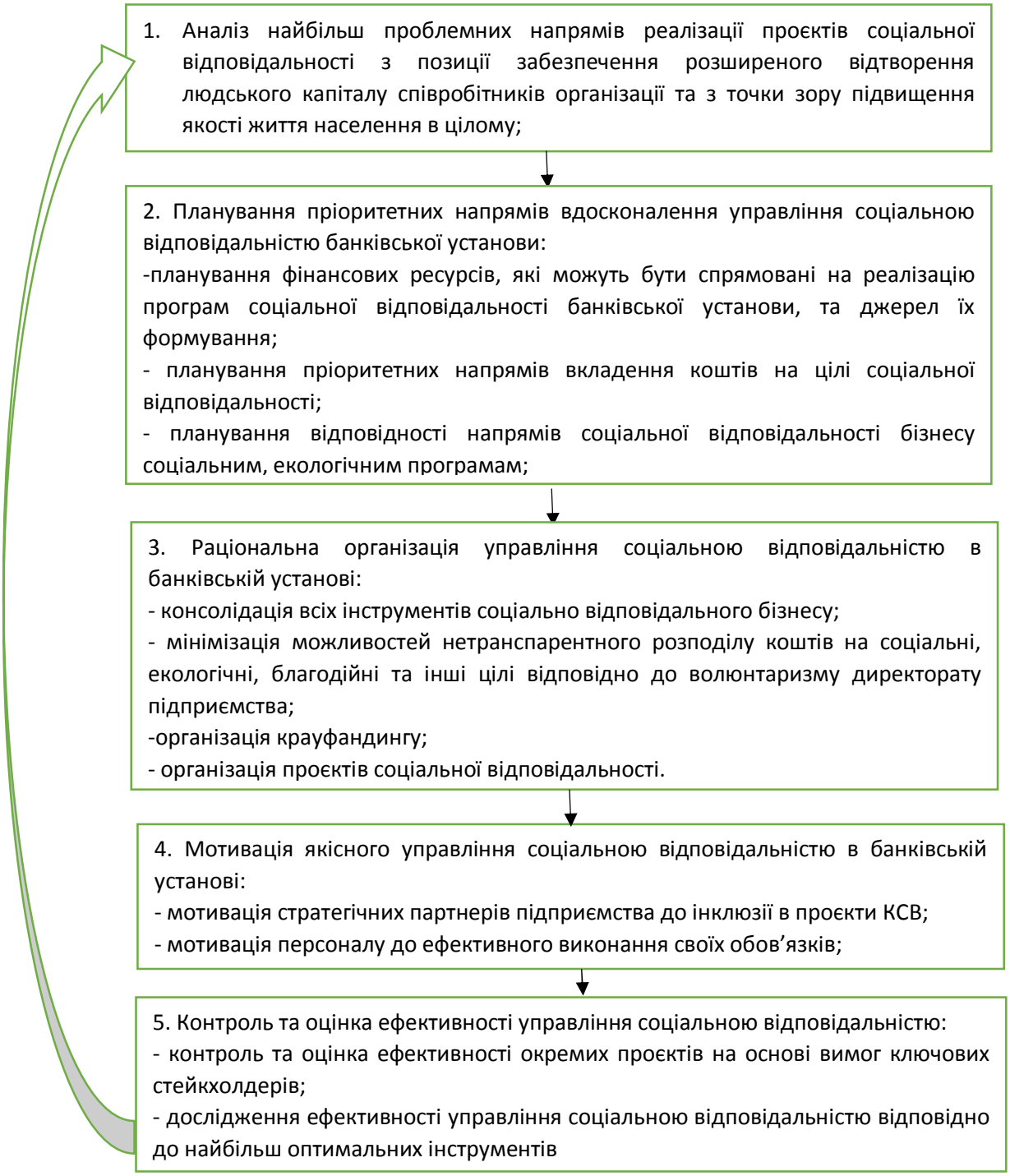

Рисунок 2.10 – Механізм управління соціальною відповідальністю в банківських установах України

Джерело: сформовано автором

У цілому, механізм управління соціальною відповідальністю банківських установ безпосередньо кореспондує зі змістом досліджуваного поняття, аргументованим у 1 розділі кваліфікаційної роботи, як системи взаємопов'язаних функцій аналізу, планування, організації, мотивації,

контролю та оцінки ефективності заходів, проєктів, програм з сфері соціальної відповідальність.

Персоніфікований механізм управління окремими видами і програмами КСВ саме в банківських установах дає змогу реалізовувати рішення, процеси, практики та дії, які гарантують, що компанія реалізує свої ініціативи в області КСВ, тим самим реалізуючи свою стратегію КСВ.

Саме через процес впровадження КСВ компанія повинна усвідомити цінність своєї стратегії та ініціатив в області КСВ — підвищення ефективності, створення цінності, реалізації нових можливостей для банківської установи та мінімізація ризиків.

Швидкість, з якою компанія впроваджує ініціативи щодо сталого розвитку, різна для кожної банківської установи. Однак для всіх установ здійснення реальних кроків до стійкості вимагає фундаментальних змін у тому, як:

• керівництво думає про свої бізнес-цілі;

• працівники думають про роботу, яку вони виконують і як вони її виконують;

• процеси та процедури сприяють досягненню економічних, екологічних та соціальних цілей.

Фундаментальні зміни не є легкими чи швидкими, але вжиття заходів до підвищення стійкості допоможе банківській установі підвищити свою репутацію як корпоративного громадянина; утримувати та залучати таланти; зменшити експлуатаційні витрати; і краще зрозуміти, як установа навчається, росте та адаптується до мінливих ринкових умов і очікувань.

РОЗДІЛ 3. ОСНОВНІ ЗАСАДИ ДОСЯГНЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ УКРАЇНИ

3.1 Іноземний досвід корпоративної соціальної відповідальності у банківських установах України

Іноземний досвід корпоративної соціальної відповідальності має різноманітний характер, адже пов'язаний з історичними умовами розвитку та особливостями менталітету країни. Не існує єдиного підходу до класифікації досліджуваних моделей КСВ за кордоном серед учених та спеціалістів. Так, наприклад, одна група вчених вважає, що таких моделей дві: американська та європейська. Інша група наполягає на тому, що необхідно класифікувати моделі КСВ за групами країн [80].

Класифікаційний поділ моделей КСВ ґрунтується на концепціях КСВ, особливостях ролі та місця бізнесу в системі прийняття рішень, які характерні для тієї чи іншої країни. Як було зазначено, можна назвати дві ключові моделі: американську і європейську. Наприклад, у практиці американських компаній частіше використовують КСВ як інструмент маркетингу та зміцнення інвестиційного іміджу. Цей підхід ґрунтується на концепції внутрішнього розвитку компанії за допомогою КСВ.

Особливістю цієї моделі через специфіку американського підприємництва, заснованого на максимальній свободі суб'єктів ринку та саморегулювання, є механізми участі у соціальній підтримці суспільства через створення корпоративних фондів, метою яких є забезпечення різних соціальних сфер: освіти, охорони здоров'я, пенсійних та страхових фондів. Роль держави в цій моделі проявляється на законодавчому рівні і полягає у полегшенні податкового навантаження та заохочення соціально відповідальних компаній, пов'язаних із пільгами та кредитами.

У континентальних європейських країнах концепція КСВ отримала більш широке тлумачення у відносинах між суспільством і бізнесом. Тобто більше участі корпорацій і бізнесу у соціальних програмах та проєктах суспільства. Форми реалізації КСВ вважаються моделі з залученням широкого кола «зацікавлених сторін» (модель стейкхолдерів) до процесу корпоративного управління, який, з певним ступенем обмеження, включає співробітників, клієнтів, партнерів, органів влади та місцевого співтовариства.

У табл. 3.1 представлені відмінні характеристики існуючих моделей КСВ.

Таблиця 3.1

Основні характеристики діючих моделей КСВ

Модель	Принципи	Роль держави	Соціальні програми компаній	Державні пільги
Американська модель	Абсолютне право; Різнобічні методи інформаційного супроводу заходів; Відносини у сфері праці та соціальної політики ґрунтуються на індивідуалізмі	Мінімальне вторгнення держави, велика самостійність корпорацій	Програми розвитку персоналу; Діяльність з охорони здоров'я, захист навколишнього середовища; Участь в розвитку місцевого співтовариства; Етика поведінки при взаємодії зі стекхолдерами	Податкові пільги для компаній закріплені на законодавчому рівні
Європейська модель	Схильні до обмеження своєї відповідальност і перед стейкхолдерам; Прихована форма; Регулюються нормами, стандартами та законами держави; Високі податки.	Повний державний контроль	Повна зайнятість та попередження безробіття; Рівність між соціальними групами; Соціальні гарантії;	Не мають

Продовження табл. 3.1

Японська модель	Орієнтування на внутрішнє середовище підприємства; Тісна взаємодія органів влади з персоналом; Трансформація людського потенціалу як фактор інноваційного розвитку	Активна роль держави в корпоративному стратегічному у плануванні	Здійснення соціально орієнтованих та природоохоронних програм	Не мають
Китайська модель	Розвиток ринку консалтингових послуг; Інтерес з боку фінансового сектору; Підвищена увага ЗМІ; Добровільність	Активна підтримка бізнесу з боку держави	Напрями: економіка; зайнятість; охорона навколишнього середовища	Надання податкових пільг

Джерело: сформовано автором

Американська модель соціальної відповідальності передбачає велику самостійність корпорацій. Дана модель корпоративної соціальної відповідальності будується виходячи з наступних принципів:

1. Принцип прецедентного права (абсолютного права).

2. Реалізація цілей КСВ через благодійні фонди.

3. Основні відносини у сфері праці та соціальної політики ґрунтуються на засадах індивідуалізму.

4. Різносторонні методи інформаційного супроводу заходів корпоративної соціальної відповідальності.

5. Добровільно здійснювана компаніями діяльність у соціальній, економічній та екологічній сферах має системний характер. Дана діяльність корелює з цінностями, місіями та стратегіями розвитку корпорації та орієнтована на задоволення потреб різних стейкхолдерів [81].

Найбільш поширеними напрямами соціальних програм іноземних компаній є:

- система розвитку кадрового потенціалу - це особливий напрям соціальних програм, що реалізується в рамках виконання стратегічних завдань щодо розвитку персоналу компанії з метою зменшення плинності кадрів, залучення та утримання висококваліфікованих співробітників (навчання, професійний розвиток, застосування мотиваційних схем оплати праці, надання соціальних пакетів, створення умов для відпочинку та дозвілля, підтримання внутрішніх комунікацій в організації та т. п.);
- система забезпечення безпечних умов та охорони праці – це лінія соціально спрямованих проєктів компанії, націлена на збереження життя та здоров'я працівників у процесі трудової діяльності, а також передбачає можливе розширення запропонованих роботодавцем умов праці, що перевищують ті, що гарантовані в рамках встановлених законодавством обов'язкових норм (охорона праці та техніка безпеки, медичне обслуговування, підтримка санітарно-гігієнічних умов праці, підтримання материнства та дитинства тощо);
- соціально відповідальна реструктуризація – це соціальні програми компанії, які забезпечують проведення реструктуризації у соціально відповідальному напрямі, насамперед у сфері персоналу підприємства;
- ресурсозбереження та охорона природи - це діяльність компанії, спрямована на планування та здійснення природоохоронних заходів, експлуатації основних природоохоронних фондів та контроль за гранично допустимими концентраціями забруднень, підвищення ефективності вживання природно-ресурсного потенціалу, мінімізацію негативного антропогенного впливу на довкілля;
- позитивний вплив на місцеві спільноти – це напрям соціальних програм компанії, що реалізуються на добровільній основі та орієнтовані на розвиток соціокультурних спільностей, ареал проживання яких знаходиться на території, де веде (планує вести) свою діяльність дана компанія (підтримка малих народів, соціально незахищених верств населення тощо);

- сумлінні ділові практики пов'язані з певною етикою поведінки при взаємодії організації з іншими організаціями та приватними особами (акціонерами, постачальниками, бізнес-партнерами, клієнтами тощо).

В США є традиції систематичної участі бізнесу та його представників в інвестуванні некомерційних проєктів. Завдяки великій кількості корпоративних фондів, націлених на вирішення соціальних проблем, в США успішно реалізується механізм участі бізнесу в соціальній підтримці суспільства. Відомо, що в США професійна освіта фінансується бізнесом як ні в одній іншій країні світу. Корпорація, чия поведінка вважається соціально відповідальною, та стимулюється податковими пільгами, які закріплені на законодавчому рівні.

Таким чином, говорячи про американську модель корпоративної соціальної відповідальності, відзначимо, що корпорації самостійні у визначенні свого громадського внеску, при цьому, законодавчо заохочуються податковими пільгами та заліками у разі інвестування у вигідні для суспільства сфери. Державне регулювання корпоративної соціальної відповідальності є мінімальним.

Звертаючись до розгляду моделі Континентальної Європи, зазвичай мова йде про приховану форму корпоративної соціальної відповідальності. Зумовлено це насамперед тим, що тут має місце висока нормативна регламентованість цієї галузі з боку держави. Так, законодавчо зафіксовано органи місцевої влади та охорону здоров'я співробітників, їх пенсійне забезпечення та безліч інших соціально важливих аспектів. Вищесказане дозволяє констатувати, що європейська модель корпоративної соціальної відповідальності за своєю суттю є комплексом заходів державного регулювання [82].

Китайська модель корпоративної соціальної відповідальності є гібридом континентальної та американської моделей. Для даної моделі характерний ряд ознак:

- особлива увага з боку організацій фінансової сфери до програм корпоративної соціальної відповідальності (наприклад, відстеження поліпшень напрямів кількісного збільшення інвестиційних соціально орієнтованих фондів);

- підвищену увагу з боку засобів масової інформації (так, видання «China Daily» щотижня готує та публікує у колонці «Профіль компанії» індекси соціальної відповідальності);

- розширення форм, підходів та методів незалежного консалтингу з питань корпоративної соціальної відповідальності;

- китайська система бізнес-освіти має у своєму арсеналі більшу різноманітність навчальних програм сфери корпоративної соціальної відповідальності, ніж система Континентальної Європи;

- уряд Китаю займає активну позицію щодо розвитку програм державного приватного партнерства, що дозволяють розвивати ті чи інші елементи корпоративної соціальної відповідальності (організація партнерства з бізнес-структурами в освітньому секторі, розвиток ініціатив в галузі КСВ через створення сприятливого інвестиційного клімату, співфінансування проектів, податкові канікули та ін.).

Отже, китайська модель корпоративної соціальної відповідальності поєднує в собі низку характерних особливостей моделей США та Континентальної Європи, водночас вирізняючись помітною перевагою впливу державного апарату та соціально орієнтованих інституційних утворень на процес просування та координування суспільних інтересів та кращих практик.

Як було зазначено вище, існує ще одна модель корпоративної соціальної відповідальності — японська. Вона орієнтована на внутрішнє середовище підприємства міста і передбачає наявність в компанії солідаристської репутації. В основі цієї моделі лежить той факт, що корпорації приділяють велику увагу процесу вибудовування тісної взаємодії з владними структурами та персоналом. Крім того, першочерговим є

звернення до таких корпоративних цінностей, як: дух співпраці, лояльність працівників по відношенню до бренду та керівництва компанії, продукції, що випускається або послуг, а також націленість на роботу щодо спільних цілей. Усе це спрямовано те що, щоб сформувати передумови до створення так званого соціального капіталу, який, своєю чергою, безпосередньо взаємопов'язує можливості людського потенціалу та інноваційного розвитку компанії.

Тим не менш, в умовах помітного підвищення турбулентності світової економіки та напруженості на геополітичній карті світу, стагнації на ринку праці, а також помітного погіршення екологічної ситуації (наприклад, в Афганістані, Іраку, Лівії, Сирії, Україні та інших країнах, де останніми роками були розв'язані військові конфлікти) ресурс внутрішньо корпоративної солідарності виявив свою вразливість: він є обмеженим. У цих умовах перед корпораціями постала проблема пошуку нових драйверів підвищення конкурентоспроможності, унаслідок чого стали переглядатися традиційні пріоритети. Більша увага приділяється питанням захисту навколишнього середовища та налагодженню зв'язків із регіональними спільнотами [83].

Китайські корпорації шукають відповіді на глобальні виклики. Забезпечити постійне поліпшення на їх погляд має п'ятиступінчаста модель сходження до мети. В рамках 1-го ступеня компанія повинна зайняти міцні економічні позиції, що дозволить розширити взаємодію між роботодавцями та працівниками та перетворити його на невід'ємну частину індивідуального кодексу поведінки кожного члена колективу (2-й ступінь). Потім (3-й ступінь) механізми даної взаємодії поширюються на зовнішніх стейкхолдерів. Входження на рівень наднаціонального ринку вказує на початок 4-го етапу - розвиток відносин з приймаючою стороною та створення глобальної мережі економічних і соціальних партнерів. При досягненні 5-го ступеня (що буває дуже рідко), корпорація вибудовує мережеву взаємодію зі стратегічними партнерами та створює важелі впливу

на власні владні структури, спонукаючи їх розробляти та впроваджувати заходи щодо подолання негативних наслідків глобалізації.

Усі перелічені моделі корпоративної соціальної відповідальності описують різне концептуальне розуміння цілей організації, її у суспільстві, взаємовідносин організації із її внутрішнім і зовнішнім середовищем. На основі цього розуміння, організація може використовувати різні інструменти корпоративної соціальної відповідальності задля досягнення своїх стратегічних цілей.

Аналізуючи моделі корпоративної соціальної відповідальності (європейська, американська, китайська та японська), можна виділити такі основні відмінності, які представлені в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Відмінності у моделях корпоративної соціальної відповідальності

Модель КСВ	Спрямованість КСВ	Форма КСВ	Характер реалізації програм КСВ	Відповідальність за реалізацію соціальних програм, з точки зору зацікавлених сторін
Американська модель	Орієнтація на суспільство зі сторони підприємства	Відкрита	Добровільний	Компанія несе відповідальність перед акціонерами та суспільством
Європейська модель	Орієнтація на державне регулювання та державну підтримку в реалізації соціальних проектів	Прихована	Примусовий	Відповідальність перед державою
Китайська модель	Орієнтація на взаємодія держави та товариства, відносини носять партнерський характер	Поєднання відкритої та прихованої форми	Добровільний	Компанія несе відповідальність перед акціонерами, персоналом, місцевим спільнотою

Продовження табл. 3.2

Японська Модель	Орієнтація на внутрішнє середовище підприємства	Відкрита	Добровільний	Компанія несе відповідальність перед персоналом
Можливість використання положень моделі в Україні	Розвиток КСВ на регіональному ринку, адже на ринку не однозначно сприймають КСВ-проєкти, тобто ініціативи із КСВ.	Державна інтеграційна політика з КСВ, адже в Україні відсутнє державне регулювання з питань КСВ	Формування національної соціальної ідеї розвитку, концепції Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні	Створення відповідних бізнес-асоціацій, інституцій, які б несли відповідальність за реалізацію соціальних програм

Джерело: сформовано та доповнено автором на основі матеріалів [16]

Таким чином, проведений порівняльний аналіз корпоративної соціальної відповідальності допомагає вибрати інструменти, які необхідні для ефективного вирішення як стратегічних, так і тактичних проблем. При цьому, вибір доцільно здійснювати, виходячи зі специфіки організації, її загальної політики та спрямованості, вже сформованих взаємин між персоналом і управлінням, а також особливостями державного устрою.

Тому формування корпоративної соціальної відповідальності не обов'язково має проводитися у суворій відповідності до тієї чи іншої моделі. Для найбільшої ефективності корпоративної соціальної відповідальності підхід до її формування та реалізації має бути глибоко індивідуальним. У цілому, ту чи іншу модель корпоративної соціальної відповідальності слід розглядати як механізм, що використовує свої інструменти, форми та методи.

Аналіз досвіду корпоративної соціальної відповідальності в управлінні компаній свідчить про те, що бізнес готовий підтримати органи державної влади у спільній розробці та реалізації проєктів та програм сталого розвитку, які допоможуть у вирішенні соціальних характерних проблем суспільства. Водночас існує низка протиріч у розумінні корпоративної соціальної відповідальності як уряду, і приватних осіб [84].

Іноземні провідні банківські установи в своїх напрямах розвитку корпоративної соціальної відповідальності імплементують Цілі сталого розвитку та універсальні принципи ГД ООН у галузі прав людини, праці, навколишнього середовища та боротьбі з корупцією [85]. З досвіду іноземних банківських установ в напряму корпоративної соціальної відповідальності доцільно впровадити такі практики, як боротьба з голодом та допомога постраждалим від стихійних лих (ЦСР №2), інклюзивність послуг, робочих місць, обслуговування (ЦСР №10), захист навколишнього середовища шляхом емісії «зелених облігацій» (ЦСР №15), боротьба з відмиванням коштів, антикорупційна політика (ЦСР № 16) тощо (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Напрями розвитку корпоративної соціальної відповідальності іноземних банківських установ

Назва організації	Напрями розвитку корпоративної соціальної відповідальності іноземних банківських установ-лідерів
Bank of America	- боротьба з голодом, підтримка постраждалих від стихійних лих;
	- інклюзивні банкомати;
	- усунення гендерної дискримінації
Citybank	- програм фінансування житла;
	- догляд за безпритульними тваринами;
	- перехід до відновлюваних джерел енергії
Deutsche Bank	- баланс між роботою та сім'єю;
	- полегшення виходу на роботу з відпустки по догляду за дитиною;
	- боротьба з відмиванням коштів;
	- менеджмент фінансових злочинів;
	- проведення антикорупційної політики;
	- відповідальний маркетинг;
	- розширення кордонів КСВ
Berenberg	- підтримка та нагородження соціально відповідальних установ;
Commerzbank	- підтримка здоров’я співробітників, управління стресами;
	- робота з політиками та академічними та дослідницькими установами
	- зменшення викидів вуглекислого газу, відмова від одноразових стаканчиків
Aozora Bank	- відпустки при бажанні здійснювати волонтерську діяльність;
	- сертифікація персоналу, який працює з особами з інвалідністю; - системи перетворення мови на текст;
	- програми стажування студентів, залучення випускників;
	- робота вдома та мобільна робота

Продовження табл. 3.3

Sumitomo Mitsui Financial Group	- екологічна освіта
Societe Generale	- «зелені» облігації

Джерело: сформовано автором на основі матеріалів [86]

Щодо України, то найбільш поширеними напрямами КСВ, у т. ч. в банківському секторі, є: добросовісна сплата податків, дотримання законодавства, благодійність. У той час, як підприємства іноземного походження, окрім наведених аспектів, також вбачають ще дотримання норм громадянського суспільства, турботу про навколишнє середовище, піклування про співробітників тощо [16].

Щодо розвитку КСВ в банківській сфері, то варто зазначити, що одним з напрямів КСВ є соціальне підприємництво, «батьком» якого вважають Мухамадда Юнуса. Він є засновником «Грамін Банк» — мікрофінансова організація і банк розвитку суспільства, яка надає невеликі кредити (відомі як мікрокредити) бідним, не вимагаючи гарантій [87]. Мікрокредит є одним з основних видів мікрофінансування, що полягає у видачі невеликих кредитів людям, які не мають доступу до традиційного банкінгу з різних причин. Мікрокредитування слід відрізняти від грошей до зарплати, які призначені не для фінансування бізнесу, а на покриття поточних видатків фізичних осіб.

В Україні, наприклад, з 1 лютого 2020 р. працює також державна програма компенсацій «Доступні кредити 5-7-9%», за якою держава компенсує підприємцю частину кредитного навантаження. Як повідомляється на сайті Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, в рамках програми видали 4127 позик на загальну суму майже в 10 мільярдів гривень. Більше половини цих коштів було видано за останні 2 місяці після кінцевої модернізації програми під вимоги підприємців в реаліях коронакризи [32].

До програми залучились такі банківські установи, як АТ «Ощадбанк», АБ «Укргазбанк», АТ КБ «ПриватБанк», АТ «Пумб», АТ «Укрексімбанк», АТ АКБ «Львів», АТ «Банк Альянс», АТ «Кредобанк», ПАТ «Банк Восток»,

АТ «Райффайзен Банк», АТ «Таскомбанк», АТ «Альфа-Банк», АТ «Мегабанк», АТ «Полікомбанк», АТ «КБ «Глобус», АТ «Креді Агріколь Банк», а також, відповідно, АТ «КредитВест Банк» та АТ «ОТП Банк» [32].

Якщо розглядати моделі корпоративної соціальної відповідальності банківських установ, то слід зазначити, що вони схожі по суті з моделями корпоративного управління нефінансових організацій. Більшою мірою модель корпоративної соціальної відповідальності України відповідає американській моделі.

3.2 Стратегія розвитку соціальної відповідальності в банківських установах

Українська практика соціально відповідальної поведінки банківських установ на сьогодні характеризується загостренням протиріч, обумовлених недостатнім використанням більшістю установ системної довгострокової стратегії КСВ як частини загальної стратегії розвитку, що не дозволяє підприємствам повною мірою скористатися її потенційними можливостями, що полягають в саморозвитку установи, зростанні інноваційної активності та конкурентоспроможності банківської установи в довгостроковій перспективі.

Великі банківські установи вже усвідомили важливість соціальної активності, особливо установи іноземних банківських груп, і постійно намагаються зробити багато дій, щоб підтримувати статус «соціально відповідальної установи». У підтвердження цього вони публікують свої річні звіти соціальної активності на своєму офіційному сайті в ресурсах інтернету. Адже, ефективні стратегії КСВ позитивно впливають на створення позитивних відносин з клієнтами, працівниками, акціонерами, суспільством та іншими зацікавленими сторонами, а також дають економічні вигоди.

У даний час більшість банківських установ проводять лише окремі соціальні програми, не враховуючи у своїй роботі впливу зовнішніх (рівень конкуренції) і внутрішніх проявів середовища (рівень прибутку, рівень мікроклімату в організації).

Становлення стратегії розвитку КСВ являє собою системний, комплесний і досить трудомісткий процес, для виконання якого необхідно виконання великої кількості умов, таких як оцінка існуючої проінформованості і дій в області КСВ, генерування перспективних ідей, врахування очікувань та потреб клієнтів, наявність висококваліфікованого штату, ефективного ресурсного забезпечення, налагодженої системи управління ризиками, на наш погляд, практично будь-яке з подібних умов, в кінцевому рахунку, зводиться до взаємодії зі стейкхолдерами. Наприклад, генерування ідей і підвищення кваліфікації відноситься до роботи зі співробітниками, опрацювання очікувань та потреб - з клієнтами, ресурсне забезпечення - фінансовим стейкхолдерам (інвесторам, кредиторам та т. д.), партнерам та ін.

Світовий досвід показує, що даний напрям діяльності банківських установ набирає все більше ряд переваг, що пояснюється досягненням ефективності відразу за кількома напрямами:

1) у зв'язку з тим, що особливу роль в процесі прийняття рішень набувають стейкхолдери різних категорій, з їх боку проявляється лояльна поведінка. Наприклад, особливо важлива наявність такого ставлення з боку співробітників та клієнтів. Адже, зараз головним завданням стало залучити й утримати таланти.

Згідно з дослідженням «Рейтинг роботодавців України» 2019-2020 рр. при виборі роботи респондентами значимість такого критерію, як «соціальна відповідальність бізнесу», дещо переважає над міжнародним статусом компанії та її високотехнологічністю і відчутно більше, над популярністю бренду [88].

За даними глобального звіту про корпоративну соціальну відповідальність (The Nielsen Global Survey of Corporate Social Responsibility and Sustainability), 70% споживачів в Україні готові платити більше за продукцію компаній, які відповідально ставляться до суспільства й навколишнього середовища [89].

2) компанія сприймається як більш надійна та стабільна, і такі стейкхолдери, як інвестори і споживачі, знижують рівень сприйняття ризиків;

Тому реалізація стратегії КСВ в банківських установах призводить до зростання фінансових результатів, рентабельності, підвищення конкурентоспроможності, мотивації працівників, їх лояльності та лояльності клієнтів, інвестиційної привабливості та економічної ефективності в довгостроковій перспективі (рис. 3.1).

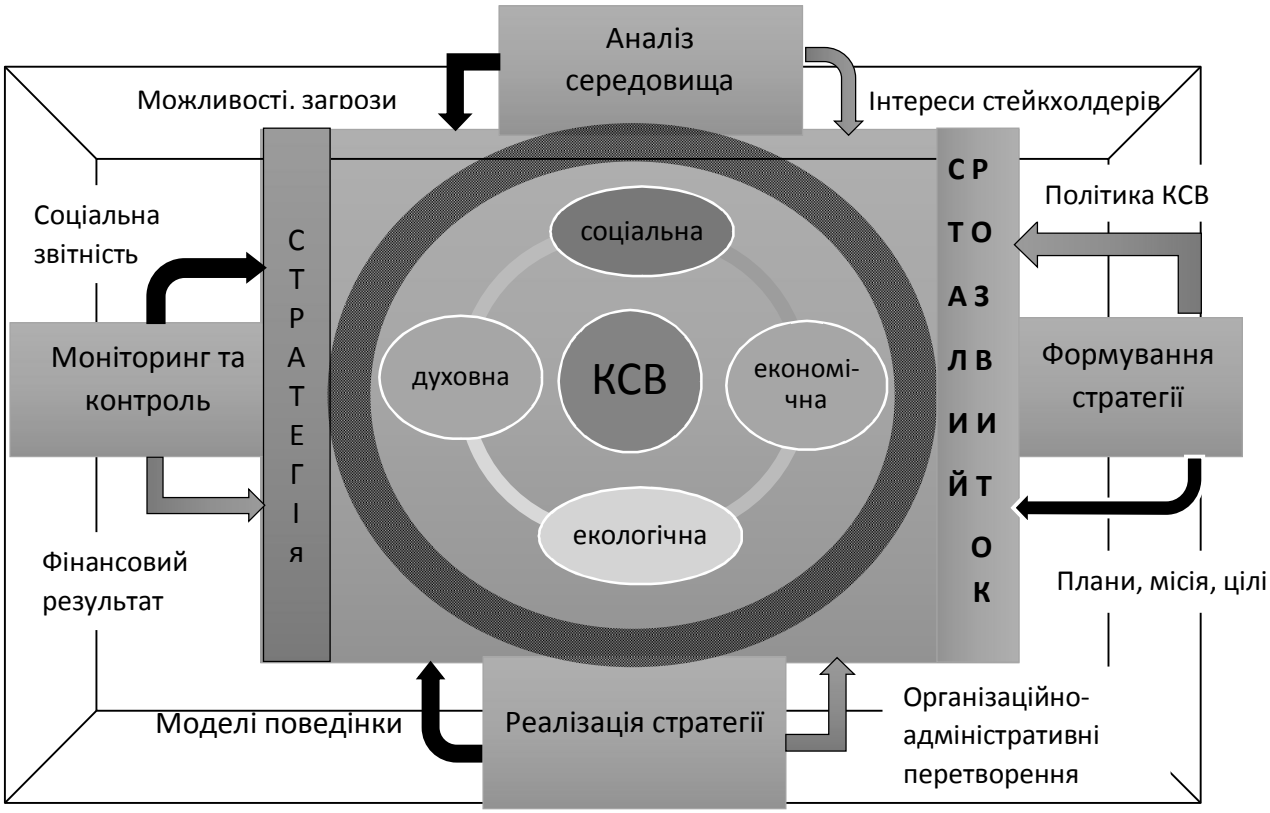

Рисунок 3.1 — Формування стратегії КСВ в банківських установах України

Джерело: сформовано та доповнено автором на основі матеріалів [16]

Стратегія КСВ є документом, в якому відображаються плани, місія, цілі, цінності та стандарти, відповідно до яких функціонує установа. Якщо підприємство заявляє про свої соціальні цілі та місію, таким чином воно реалізує основні принципи КСВ. Ефективне управління зовнішніми та внутрішніми факторами впливу банківської установи повинно бути скероване на формуванні стратегії КСВ на засадах компетентності

економічного, кадрового, екологічного та соціального спрямування. У межах формування стратегії КСВ банківська установа повинна налагоджувати постійну роботу з зацікавленими особами щодо виявлення основних проблем та потреб, розв'язання яких можливо на рівні банківської установи [16].

Збалансований підхід до взаємодії зі стейкхолдерами передбачає врахування їхніх інтересів у контексті стратегічних орієнтирів установи. Для досягнення цього необхідне проведення постійного аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища з метою виявлення пріоритетів зацікавлених сторін і розробки деталізованої карти стейкхолдерів, яка дозволяє чітко бачити значення кожної групи стейкхолдерів і її окремих сегментів в контексті стратегії компанії в цілому. У підсумку система цілей стратегічних стейкхолдерів інтегрується в загальні цілі компанії, на досягнення яких повинна бути спрямована розроблювана стратегія.

У рамках стратегічного аналізу здійснюється оцінка внутрішніх і зовнішніх факторів, що впливають на соціальну відповідальність бізнесу. На цьому етапі проводиться SWOT-аналіз соціальних інвестицій — матеріальних, технологічних, управлінських, фінансових та інших ресурсів, спрямованих на реалізацію корпоративних соціальних програм, з метою вибору тих, які забезпечать найбільшу результативність і економічний ефект і нівелюють дестабілізуючі фактори: соціальні конфлікти, негативний суспільний настрій.

Визначаються й чітко формулюються блоки слабких і сильних сторін, а також очікувань і перешкод реалізації соціальних програм.

Після цього визначається поточний рівень розвитку соціальної відповідальності організації та ступінь залучення стейкхолдерів до реалізації стратегічних цілей. Таким чином, стратегія проявляється як системоутворюючий елемент соціально орієнтованого управління підприємством.

Варто зазначити, як показано на рис. 3.1, що механізми управління дозволяють вбудовуватися в основу формування та розробки корпоративної

стратегії відповідно до прийнятих етичних норм. У центрі формування стратегії закладаються принципи концепції сталого розвитку, яка є головною метою соціально-орієнтованого бізнесу.

Соціальна відповідальність містить обмежувальний характер, створюючи атмосферу, в якій компанія несе відповідальність за вплив прийнятих рішень на суспільство і навколишнє середовище. Облік інтересів і відповідальна поведінка по відношенню до зацікавлених сторін здійснюються на основі принципів соціальної відповідальності і відображаються в корпоративних документах, направляючи тим самим функціонування підприємства на реалізацію стратегії. На наш погляд, найбільш повно принципи розкриваються в міжнародному стандарті ISO 26000 «Керівництво по соціальній відповідальності». Згідно з ним, виділяють 7 принципів:

1. Підзвітність соціально орієнтованого підприємства накладає на керівників зобов'язання нести відповідальність перед особами, яких стосуються рішення і діяльність компанії щодо дотримання законів і нормативних актів.

2. Прозорість діяльності передбачає розкриття в зрозумілій, точній, повній формі і в достатній мірі політику і рішення організації.

3. Етична поведінка, яка повинна ґрунтуватися на етичних нормах чесності, рівності та сумлінності. Соціально орієнтованому підприємству слід активно сприяти етичній поведінці за допомогою розвитку структур управління, які допомагають поширювати етичну поведінку, застосування стандартів етичної поведінки, запобігання конфліктам інтересів у підприємстві та інших заходів.

4. Повага інтересів зацікавлених сторін. Цей принцип полягає в усвідомленні й повазі інтересів, потреб зацікавлених сторін соціально-

орієнтованого підприємства, взаємозв'язку його інтересів з широкими очікуваннями суспільства.

5. Дотримання верховенства закону означає, що соціально орієнтованому підприємству слід дотримуватися всіх застосовних законів і нормативних актів, а також інформувати співробітників про відповідальність за недотримання закону і вжиття відповідних заходів.

6. Дотримання міжнародних норм поведінки.

7. Дотримання прав людини, який передбачає повагу і під тримання прав згідно з Загальною декларацією прав людини і визнання загального характеру даного права в будь-яких ситуаціях [12].

Отже, стратегія виступає головним системоутворюючим елементом соціально-орієнтованого управління, при розробці якої ключовим моментом виступають принципи, на які має базуватися банківська установа і взаємовідносини зі стейкхолдерами, тому що реалізовувати соціальні програми самостійно достатньо складно, необхідна координація із зовнішніми партнерами як комерційними, так і некомерційними організаціями, і органами влади.

На основі проведеного дослідження з’ясовано, що діалог щодо КСВ в українських банківських установах у цілому проводиться на рівні окремих програм, проєктів та ініціатив, без будь-якого посилання на виявленні показники, можливість моніторингу, оцінки або забезпечення досягнутого прогресу.

Нами запропоновано програму соціально відповідальної стратегії розроблену з урахуванням 5 кроків щодо її реалізації (рис. 3.2).

Рисунок 3.2 — Процес управління програмою соціально відповідальної стратегії в банківській установі

Джерело: сформовано автором

Дослідження доводять, що для ефективної діяльності банківських установ не достатньо «точково» займатися КСВ. Сьогодення вимагає включати КСВ в бізнес-стратегію банківської установи та системно (постійно) впроваджувати основні принципи ведення соціальної відповідальності. А це, своєю чергою, сприятиме підвищенню ефективності банківської діяльності: збільшення результативності, залучення інвесторів, зацікавленню споживачів та працівників тощо [16].

Незважаючи на невеликий рівень популярності КСВ в банківських установах, варто зазначити позитивні практики розробки та реалізації банківськими установами стратегії КСВ в Україні. Так, у 2021 р. АТ «Укрсиббанк» вперше опублікував звіт корпоративної соціальної відповідальності, де поділився інформацією щодо ключових напрямів стратегії КСВ: внесок банківської установи у суспільство та сектор охорони здоров'я під час пандемії Covid-19, захист клієнтів та працівників банківської установи, співпрацю з неурядовими та благодійних проектів, програм залучення у підтримку підприємців, жінок у бізнесі, СМБ сектору, фінансової освіти та популяризації активного способу життя серед громадан

України. АТ «Укрсиббанк» дотримується принципів сталого розвитку, відкритої та доступної інформації [76].

Також позитивний досвід застосування стратегії КСВ демонструє АТ «Пумб», який у 2020 р. вп'яте публікує свій звіт з прогресу. Банківська установа з 2013 р. приєдналась до Глобального договору ООН і вже 30 років веде бізнес відповідально, інвестуючи в гармонійну фінансову установу реалізацію бізнес – можливостей, отримав високий фінансовий результат і зусилля соціально значущої організації. Ключовими напрямами стратегії є: навчання та розвиток працівників, підвищення якості продуктів та послуг банківської установи, розвиток бізнес-середовища та місцевих громад, підвищення фінансової грамотності населення, управління ризиками. Також банківська установа розвивається в напрямі корпоративного волонтерства, але через пандемію COVID-19 була призупинена. Однак, також у 2020 році через пандемію COVID-19 також важливим напрямком соціальної діяльності банківської установи стала підтримка медичної системи України [74].

У цілому, вітчизняний бізнес все частіше інтегрує Цілі сталого розвитку (SDGs) у свою бізнес-стратегію. За результатами дослідження Ethical Corporation (у 2018 р. опитано понад 1500 представників бізнесу), 69% підприємств інтегрують SDGs у свою загально корпоративну стратегію – це більше на 9 %, ніж у 2017 р. та на 23% ніж у 2016 р. 51% світових брендів використовується SDGs як основу своєї звітності [16].

За результатами проведених раніше досліджень, банківські установи спрямовують реалізацію соціальних проєктів за п'ятьма напрямами, кожен з яких узагальнює деякі твердження, які зображені в табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Напрями КСВ в банківських установах України

Економічний напрям	Правовий напрям
1. Важливо працювати так, щоб максимізувати прибуток на акцію 2. Важливо бути відданим тому, щоб бути максимально прибутковим. 3. Важливо зберегти міцну конкурентну позицію. 4. Важливо підтримувати високий рівень операційної ефективності	1. Важливо виконувати роботу відповідно до очікувань уряду та закону. 2. Важливо дотримуватись різних державних та місцевих нормативних актів. 3. Важливо дотримуватися законодаства та нормативно-правової бази. 4. Важливо, щоб успішна фірма визначалася як та, що виконує свої юридичні зобов'язання
Етичний напрям	Філантропний напрям
1 Важливо діяти так, як це відповідає очікуванням суспільних звичаїв та етичних норм. 2. Важливо визнавати та поважати нові або розвиваються етичні моральні норми, прийняті суспільством. 3. Важливо не допустити компрометації етичних норм для досягнення корпоративних цілей. 4. Важливо, щоб добре корпоративне громадянство визначалося як виконання того, що очікується морально чи етично. 5. Важливо визнати, що корпоративна цілісність та етична поведінка виходять за рамки простого дотримання законів та правил	1. Важливо діяти так, як це відповідає філантропічним та благодійним очікуванням суспільства. 2. Важливо допомагати образотворчому та виконавському мистецтву. 3. Важливо, щоб керівники та співробітники брали участь у добровільних та благодійних заходах у межах своїх місцевих громад. 4. Важливо надавати допомогу приватним та державним навчальним закладам. 5. Важливо добровільно надавати допомогу тим проєктам, які покращують «якість життя» громади

Джерело: сформовано автором

При реалізації стратегії КСВ банківськими установами найбільшого поширення набувають два перші напрями КСВ – економічний та правовий (95-100% банківських установ), а найменш поширений напрям – соціальні програми філантропічного напряму – 38,2% банківських установ. Етичний напрям запроваджують в середньому близько 56% банківських установ, а такий напрям в області КСВ, як моральне управління реалізують 44,83% (рис. 3. 3).

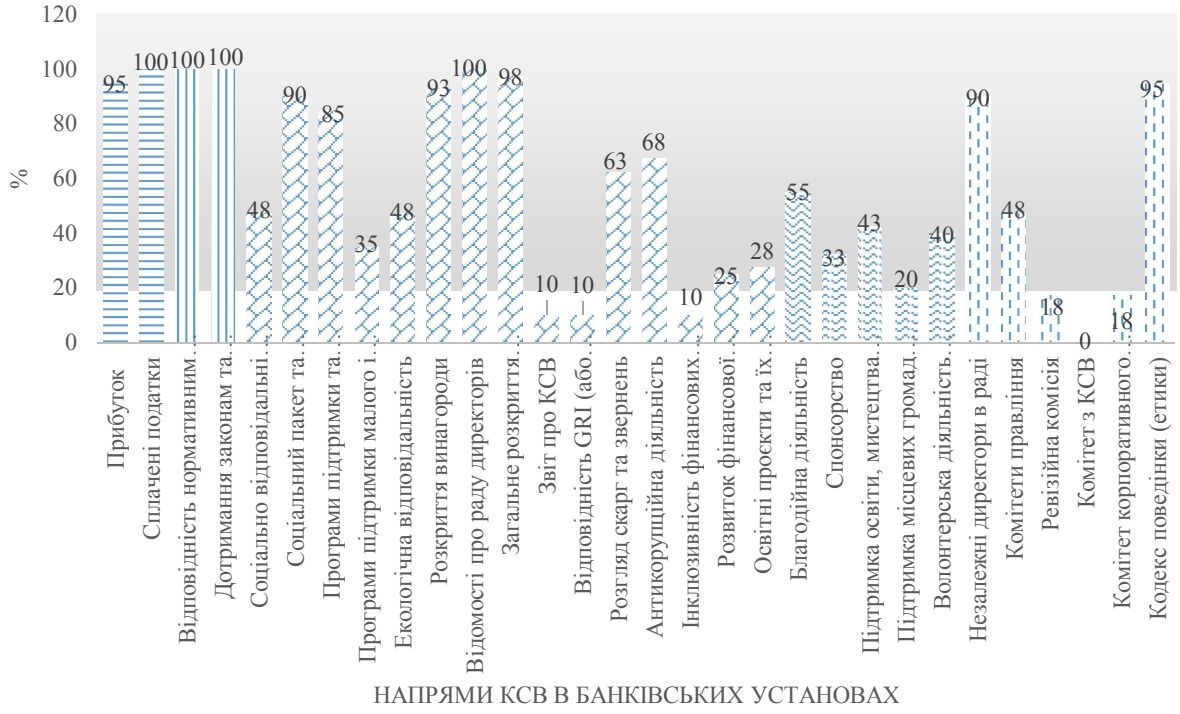

Рисунок 3.3 – Напрями соціальної відповідальності банківських установ України

Джерело: побудовано автором

Варто зауважити, що жодна з досліджуваних банківських установ не має комітету з КСВ, що свідчить про те, що незалежним директорам треба краще виконувати свої функції в процесі управління ризиками та діяльності КСВ банківської установи, якщо вони об’єднані у профільні колегіальні органи, такі як комітети Правління. Адже серед комітетів, які впливають на політику банківської установи з КСВ, можна назвати: комітет із КСВ, ревізійну комісію, комітет з корпоративного управління, комітет з управління ризиками та контролю. Лише 18% банківських установ мають в своїй організаційній структурі такі комітети.

Однак, майже всі банківські установи мають Кодекс поведінки (етики) (95%) та незалежних директорів в раді (90%). Також майже половина банківських установ мають комітет правління (48%).

У березні 2010 р. Базельський комітет опублікував консультативний документ «Принципи вдосконалення корпоративного управління», де були викладені основні рекомендації щодо управління ризиками в банківських

установах. Згідно з Базельськими великими банківськими установами та міжнародними банківськими установами та іншими, залежно від їх профілю ризику та вимог місцевого самоврядування, вони повинні мати незалежного вищого керівного органу, який має чітку відповідальність за функцію управління ризиками та комплексну систему управління ризиками установи у всій організації. Цю посаду, як правило називають директором з ризиків (CRO). Згаданий документ підкреслює необхідність зовнішньої інфраструктури контролю ризиків у банківських установах.

Ми вважаємо, що процес ризик-контролю можна було б більш ефективно здійснювати на рівні Ради директорів, яка відіграє вирішальну роль в управлінні ризиками як основний орган процесу прийняття рішень банківської установи.

Відповідно до Третього звіту з питань управління 2009 р. сформована Рада директорів повинна:

- враховувати не тільки фінансові показники, а й вплив діяльності компанії на суспільство та навколишнє середовище;

- захищати та інвестувати в добробут економіки, суспільства та навколишнього середовища;

- забезпечувати дії компанії та співпрацю з зацікавленими сторонами на основі закону;

- враховувати необхідність спільних зусиль із зацікавленими сторонами з метою сприяння етичній поведінці та доброму корпоративному управлінню

- забезпечити оцінку реалізованих програм КСВ;

- мати на увазі, що стратегія, ризик, показники та сталість нероздільні, і розглядати їх як можливість бізнесу;

- забезпечити ефективне управління на основі етичних принципів;

- сприяти тому, що компанія залишається і вважається відповідальним корпоративним громадянином;

- компанія має ефективний та незалежний аудиторський комітет, до обов'язків якого входить аудит як фінансової, так і нефінансової звітності [90].

Слід зазначити, що функції управління не можуть об'єктивно виконуватися внутрішніми співробітниками. Посаду контролюючого директора має зайняти незалежна особа. Більше того, тенденція найму незалежних директорів зростає з метою покращення якості рішень, прийнятих на рівні Правління, які мають різний досвід, навички, знання та практики, що означає – різноманітність у мові КСВ. Цей аспект забезпечує прийняття більш розумних рішень щодо фінансових та нефінансових питань та приносить позитивні результати.

Кодекси поведінки в основному використовуються як інструменти корпоративного управління, але їх використання зростає для цілей КСВ з наступними пріоритетними питаннями:

- вплив компанії на економічну, екологічну та соціальну сфери, стійкість;

- робоча атмосфера;

- трудові відносини;

- відносини з постачальниками;

- етична поведінка тощо.

Етичний кодекс і методи, які сприяють прозорості, є основою для дотримання компанією своїх операційних і стратегічних цілей. Вони допомагають компаніям вести себе етично під час управління відносинами з постачальниками, інвесторами та співробітниками. Комунікації та механізми контролю за дотриманням вимог є частиною цієї категорії.

Ефективний кодекс поведінки повинен проголошувати інформацію для персоналу банківської установи про правильне ставлення до клієнтів. Ми припускаємо, що дотримання правил, викладених у кодексі, забезпечує кращий діалог банківської установи з клієнтами, а отже, може сприяти

збільшенню обсягу депозитів, що можна розглядати як конкурентну перевагу банківської установи та позитивно впливати на його результати.

Отже, управління соціальною відповідальністю в банківському секторі знаходиться на етапі становлення та розвитку, так як банківські установи реалізують соціальну активність, але не достатньо публікують свої успіхи в даному напряму діяльності.

Для повноти висновків про соціальну відповідальність банківських установ проведемо аналіз напрямів соціально відповідальної поведінки окремо по кожній банківській установі, яка входить в ТОП-5 банківських установ за індексами КСВ, наведеними в дослідженні раніше (табл. 3.5). Були використані дані річних звітів та окремі соціальні звіти. У деяких банківських установах в даній звітності немає вказівки на конкретно витрачену кількість коштів, однак, існує досить докладний опис різних соціальних програм, що проводяться банківськими установами.

Таблиця 3.5

Розвиток КСВ в банківських установах України

Напрями КСВ	Укргаз-банк	Пумб	Райффай-зен Банк	Креді Агріколь Банк	Приват банк
• Отриманий прибуток	+	+	+	+	+
• Сплачені податки	+	+	+	+	+
• Відповідність нормативним вимогам	+	+	+	+	+
• Дотримання нормативно - правової бази	+	+	+	+	+
• Соціально відповідальні інвестиції	+	+	+	+	-
• Соціальний пакет та покращені умови праці	+	+	+	+	+
• Програми підтримки та розвитку співробітників	+	+	+	+	+
• Програми підтримки малого і середнього бізнесу	+	+	+	+	+
• Екологічна відповідальність	+	+	+	+	+
• Розкриття винагороди	+	+	+	+	+
• Відомості про раду директорів	+	+	+	+	+
• Загальне розкриття інформації для зацікавлених сторін	+	+	+	+	+

Продовження табл. 3.5

• Звіт про КСВ	+	+	+	+	-
• Відповідність GRI (або подібне)	+	+	+	-	-
• Розгляд скарг та звернень	+	+		+	+
• Антикорупційна діяльність	+	+	+	+	+
• Інклюзивність фінансових послуг	+	-	-	-	+
• Розвиток фінансової грамотності	+	+	+	+	+
• Освітні проєкти та їх розповсюдження в Україні	+	+	+	+	+
• Благодійна діяльність	-	+	+	-	+
• Спонсорство	-	+	+	-	+
• Підтримка освіти, мистецтва та культури	-	-	+	-	+
• Підтримка місцевих громад та НКО	+	-	-	-	-
• Волонтерська діяльність працівників	-	+	-	-	+
• Незалежні директори в раді	+	+	+	+	+
• Комітети правління	+	+	+	+	-
• Ревізійна комісія	+	-	+	+	-
• Комітет з КСВ	-	-	-	-	-
• Комітет корпоративного управління	+	+	-	-	+
• Кодекс поведінки (етики)	+	+	+	+	+
ВСЬОГО	25	25	24	24	23

Джерело: сформовано автором

Отже, вагома частина банківських установ обирає більшість ключових напрямів КСВ і залучає велику кількість ресурсів на їх реалізацію. Розширення меж різноманітності діяльності КСВ відображається і на фінансових результатах і на високому рівні привабливості для потенційних робітників банківської установи і на високому рівні довірі з боку населення. Адже, всі ці банківські установи займають лідируючі позиції в багатьох рейтингах надійності, прибутковості, стійкості. Так, відповідно до рейтингу лідерів сталого розвитку, організаторами якого виступили ділові медіа «Деньги» і «Кореспондент» у партнерстві з Мережею Глобального договору ООН в Україні ввійшли такі банківські установи, як: АТ «Креді Агріколь Банк» (6 позиція в рейтингу), АТ «Приватбанк» (18 позиція), АТ «ПУМБ» (21 позиція), АБ «Укргазбанк» (23 позиція). Організатори оцінювали

антикорупційну політику компаній, гендерний баланс у вищих органах управління, рівень зарплат, перелік ключових соціальних програм і обсяги їх фінансування, обсяги фінансування енергомодернізації і динаміку вуглецевого сліду.

АТ КБ «Приватбанк» досить давно позиціонує себе як соціально відповідальна установа, ще з 2001 р., коли банківська установа впровадила унікальну систему дистанційного навчання для своїх 17 тис. співробітників, тим самим зробивши перші кроки до своєї багатоаспектної КСВ (рис. 3.4).

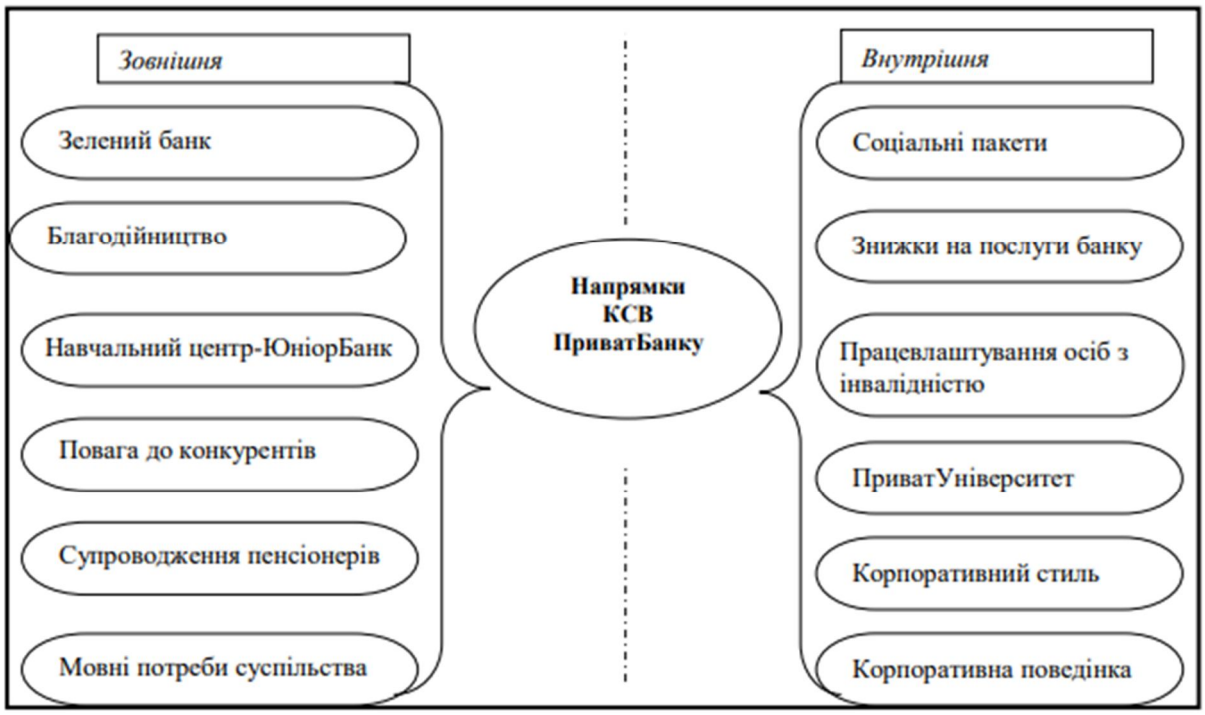

Рисунок 3.4 – Напрями КСВ у АТ КБ «Приватбанк»

Джерело: сформовано автором на основі матеріалів [86]

АТ КБ «Приватбанк» входить в досить малий відсоток банківських установ які підтримують інклюзивність у відношенні як до клієнтів так і до своїх працівників. Унаслідок чого працевлаштовуються й обслуговуються всі категорії громян, знижується рівень нерівності. Також банківська установа впроваджує екополітичну програму «зеленого кешлесса», за рахунок відмови від друку зайвих чеків зберегли 4662 дерев, або 10,5 гектарів лісу. Також банківська установа через Благодійний фонд «Допомагати просто!» залучає до збору коштів для фінансування соціально важливих проєктів.

Отже, в результаті аналізу соціальних програм АТ «Приватбанк» можна зробити наступні висновки:

1. Соціальні програми АТ «Приватбанк» в системі корпоративної соціальної відповідальності носять напівсистемний характер і реалізуються в економічному, соціальному, екологічному напрямках.

2. Корпоративна соціальна відповідальність АТ «Приватбанк» знаходиться на високому рівні розвитку в банківській установі. Це підтверджується наведеною статистикою в даному дослідження. З кожним роком підвищується фінансова грамотність клієнтів, залученість співробітника в свою роботу, рівень кредитування населенню і бізнесу, участь у благодійних акціях, захист навколишнього середовища.

3. Успішна реалізація корпоративної соціальної відповідальності в майбутньому вимагає своєчасного розв'язання проблем в даний час. Враховуючи зовнішні прояви (пандемія, економічна ситуація в країні, рівень конкуренції) і внутрішні прояви середовища (рівень прибутку, рівень мікроклімату в організації) банківська установа повинна своєчасно і оперативно реагувати на поточну ситуацію в діяльності організації.

Бенчмаркінг провідних та впливових банківських установ дозволяє використати найкращі практики цих установ в своїй діяльності, і як наслідок, посилити та покращити власну стратегію КСВ (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

Напрями розвитку КСВ для АТ КБ «Приватбанк» на основі бенчмаркінгу інших банківських установ України

Назва банківської установи	Напрями розвитку КСВ для АТ «Приватбанк»
АБ «Укргазбанк»	ековідділення, екокредити, випуск екологічно чистих платіжних карток; фінансування енергозберігаючих проєктів
АТ «Пумб»	здоров'я та безпека співробітників; благополуччя та розвиток співробітників; розвиток місцевих спільнот; довкілля та енергоефективність; взаємодія з зацікавленими сторонами; корпоративне волонтерство; якість продукції та послуг; бізнес-етика
АТ «Креді Агріколь Банк»	розвиток людського капіталу; пільгові умови надання банківських послуг співробітникам банку; щомісячний день донора; благодійна допомога неприбутковим установам, дитячим будинкам; підтримка сектору енергоефективності; спонсорство у сфері культури, навчання, ІТ-технологій, агробізнесу

Продовження табл. 3.6

АТ «Райффайзен Банк Аваль»	прозоре ведення бізнесу, соціальний захист співробітників, аналіз задоволення роботою; економія всіх видів ресурсів; спонсорство, благодійництво в різних сферах; формування екологічно свідомої поведінки

Джерело: сформовано автором на основі матеріалів [86]

На основі порівняння АТ КБ «Приватбанк» з іншими банківськими установами України можна зазначити, що, незважаючи на активну діяльність у сфері корпоративної соціальної відповідальності, є аспекти, які АТ КБ «Приватбанк» слід ще опрацювати. Це стосується:

1) звернення більшої уваги до таких напрямів КСВ, як соціально відповідальні інвестиції, більш прозоре ведення бізнесу;
2) застосування та відповідність міжнародним стандартам КСВ, складання на їх на основі внутрішніх нормативних документів;
3) створення нефінансової звітності, зазначення в ній достатньої інформації для можливої оцінки (витрати);
4) розкриття інформації, що стосується КСВ. Так як дані документи (Положення про соціальну відповідальність, Положення про корпоративну культуру) не доступні для зовнішніх користувачів.

Особливу увагу, на наш погляд, слід приділити розвитку технології зеленого банкінгу, яка є логічним продовженням роботи банківської установи по прийняттю кредитних рішень, щодо враховування екологічно чистих цілей.

З цією метою банківська установа може пропонувати стимули для кредитування «зелених» інвестицій, таких як поліпшення ізоляції будівель або більш ефективні системи освітлення, що використовують альтернативні джерела енергії. Банківська установа може застосовувати менш суворі правила щодо забезпечення або запропонувати таким клієнтам кредити зі знижкою для цих видів інвестицій.

Пропоновані рекомендації, допоможуть в усуненні недоліків в реалізації соціальних програм і в розширені меж КСВ банківської установи АТ КБ «Приватбанк» в цілому.

Активне впровадження КСВ, як показує іноземний досвід, дозволяє залучити інвесторів, нових клієнтів, висококваліфікованих працівник. Усе це говорить про доцільність довгострокової перспективи соціально відповідального розвитку банківських установ. Крім цього, розробка соціальної стратегії може допомогти в збільшенні прибутку в подальшому (робити добро вигідно) і реалізувати найкращим чином інтереси всіх зацікавлених сторін.

3.3 Соціальна звітність як інструмент управління корпоративною соціальною відповідальністю

Понад півстоліття корпоративна соціальна відповідальність була в центрі наукового дискурсу. Його базова концепція стала частиною стратегічного управління, змінивши зміст фінансової звітності та створивши нові форми корпоративної звітності. Сьогоднішній підвищений інтерес до нефінансової звітності подібний до фінансової звітності у 20 столітті.

З 1990-х років робилися численні спроби створення інструментарію і стандартів, які можна було б використовувати з метою уніфікації нефінансової звітності, а також для об'єктивної оцінки вкладу корпорацій у соціальну, екологічну, економічні сфери та визначення критеріїв їх сталого розвитку.

Дані стандарти мають тільки рекомендаційний характер, але в умовах сучасної глобалізації бізнесу все більше компаній намагаються в тій чи іншій мірі дотримуватися цих стандартів для створення такого статусу компанії, який би задовольняв і покращував взаємодію зі стейкхолдерами. Найбільш широко застосовуваними стандартами, прийнятими на міжнародному рівні, є:

1) Міжнародний стандарт ICO 26000: «Керівництво по соціальній відповідальності» (далі Стандарт ICO 26000) - керівництво за основними принципами соціальної відповідальності, розроблене Міжнародною організацією з стандартизація. Стандарт призначений для всіх типів

організацій, незалежно від їх виду діяльності, розміру або місця розташування, і дає рекомендації по:

- концепціям, термінам і визначенням, що відносяться до соціальної відповідальності;
- передумовам, тенденціям і характеристикам соціальної відповідальності;
- принципам і практикам, що відносяться до соціальної відповідальності;
- основні теми та проблеми соціальної відповідальності;
- інтеграції, впровадженню та поширенню соціально відповідальної поведінки в самої організації і, за допомогою її політики і практик, в рамках її сфери впливу;
- ідентифікації зацікавлених сторін і взаємодії з ними; обміну інформацією щодо зобов'язань та результативності, а також іншою інформацією в галузі соціальної відповідальності.

Документ допомагає зрозуміти, що таке соціальна відповідальність, як підприємствам і організаціям переводити принципи в ефективні дії і користуватися передовим досвідом в області соціальної відповідальності.

Стандарт ISO 26000 виділяє наступні проблеми в області прав людини:

1) належна передбачливість;
2) ситуації, пов'язані з ризиком для прав людини;
3) уникнення співучасті;
4) задоволення скарг;
5) дискримінація та вразливі групи;
6) громадянські та політичні права;
7) економічні, соціальні та культурні права;
8) основні принципи і права у сфері праці [12].

2) Керівництво зі звітності в галузі сталого розвитку GRI G4 (далі - Керівництво GRI G4) — документ, розроблений міжнародною організацією «Глобальна ініціатива зі звітності». Посібник GRI G4 містить вказівки щодо порядку подання інформації про внесок організацій у сталий розвиток у

звітах різного формату, які можуть застосовуватися для підготовки звітності будь-якими організаціями, незалежно від їх розміру, галузевої приналежності або місцезнаходження.

Стандартні елементи звітності керівництва GRI G4 можуть бути використані в самостійних звітах зі сталого розвитку, інтегрованих звітах, річних звітах, звітах про дотримання певних міжнародних норм або онлайн-звітності.

Керівництво GRI G4 описує принципи підготовки і стандартні елементи звітності, які включають відомості про підходи в галузі менеджменту та показники економічної, екологічної та соціальної результативності в галузі сталого розвитку (рис. 3.5).

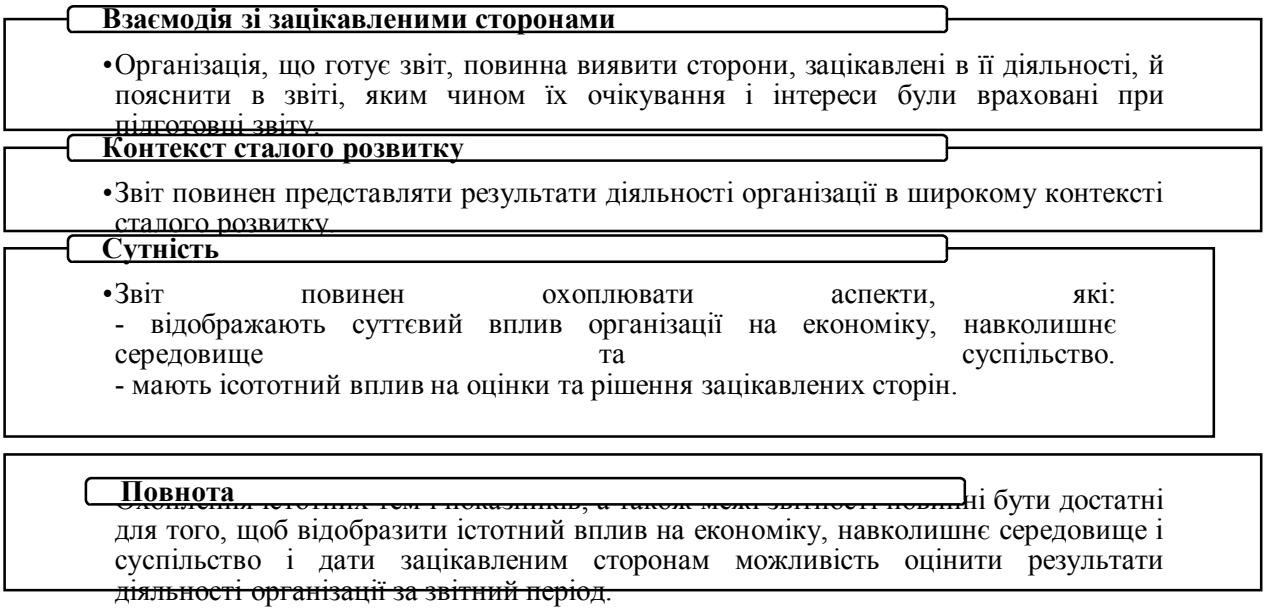

Рисунок 3.5 — Принципи міжнародного стандарту звітності у галузі сталого розвитку GRI

Джерело: сформовано автором на основі [92]

3) Глобальний договір ООН — найбільша міжнародна добровільна ініціатива, яка мотивує бізнес-структури до участі в процесах сталого розвитку та сприяє формуванню взаємовигідного партнерства між державними корпоративними секторами. Договір закликає лідерів ділових кіл підтримати і

керуватися на практиці у сфері своєї діяльності принципами в галузі прав людини, трудових відносин, охорони навколишнього середовища, протидії корупції.

Корпоративна соціальна відповідальність за дотримання прав людини повинна включати базові принципи, які дозволять підприємствам показати дотримання прав людини, що неможливо без визначення відповідної політики та реалізації процедур, і принципи діяльності: програмне зобов'язання, належна турбота про права людини, відшкодування шкоди, питання, що стосуються умов роботи. Глобальний договір складається з десяти принципів (рис. 3.6).

Права людини

- Принцип 1. Ділові кола мають підтримувати та поважати дотримання прав людини, проголошених міжнародними співтовариствами.
- Принцип 2. Ділові кола мають забезпечити власну непричетність до порушень прав людини.

Принципи праці / Трудові принципи

- Принцип 3. Ділові кола мають підтримувати свободу асоціацій та на практиці визнавати право на укладання колективних угод.
- Принцип 4. Ділові кола мають виступати за викорінення всіх форм примусової праці.
- Принцип 5. Ділові кола мають сприяти повному зникнинню дитячої праці.
- Принцип 6. Ділові кола мають виступати за ліквідацію дискримінації у сфері зайнятості та праціевлаштування.

Екологічні принципи

- Принцип 7. Ділові кола повинні дотримуватися превентивного підходу до екологічних пробем.
- Принцип 8. Ділові кола мають здійснювати ініціативи, спрямовані підвищення відповідальності за стан навколишнього середовища.
- Принцип 9. Ділові кола мають сприяти розвитку і поширенню екологічно безпечних технологій.

Антикорупційні принципи / Протидія корупції

- Принцип 10. Ділові кола повинні протидяіти будь-яким формам корупції, включаючи здирництво та хабарництво.

Рисунок 3.6 — Принципи Глобального договору ООН

Джерело: сформовано автором на основі матеріалів [91]

У стандарті ISO: 26000, керівництві GRI G4 і глобальному договорі ООН міститься набір рекомендацій щодо проблем, аспектів і принципів дотримання прав особи, які ґрунтуються на міжнародно-визнаних конвенціях та деклараціях. Ці документи-головний інформаційний ресурс для будь-якої організації, яка готує звітність щодо дотримання прав людини.

Використання узгоджених на міжнародному рівні елементів звітності та показників результативності дозволяє зробити доступною і зручною для порівняння інформацію, що міститься у звітах про сталий розвиток.

Так, відповідно до Індексу прозорості і Корпоративної соціальної відповідальності українських компаній, 2019 р. Центром «Розвитку КСВ» [94], загальний рівень розкриття інформації вітчизняними компаніями на власних сайтах становить 25,5 відсотки. Рівень розкриття інформації Топ-10 підприємств становить 52,3 відсотки, 6 з цих компаній – державної форми власності.

Позитивним є те, що в 2019 р. лідером серед українських підприємств стала банківська установа АБ «Укргазбанк» з індексом прозорості – 62,5, а третє місце посіла банківська установа АТ «ПУМБ» – з індексом 55,5. Варто зазначити, що за секторальним аналізом найвищий рівень розкриття інформації продемонстрували саме компанії фінансової сфери, середнє значення індексу яких становить 40,9, що свідчить про досить прозоре публікування інформації, розміщеної на сайті банківських установ. Доказом цього є те, що велика кількість банківських установ входили в двадцятку лідерів (4 з яких – державної форми власності, а 3 - приватної). Однак, негативним фактором є те, що такі банківські установи, як АТ «Державний експортно-імпортний банк України», АТ «Райффайзен Банк Аваль» посли 42 та 59 місця відповідно.

Протягом 2017 - 2019 рр. банківський сектор значно покращив результати за Індексом прозорості підприємств і знаходиться на лідерських позиціях (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

Динаміка рейтингу підприємств банківського сектору за Індексом прозорості підприємств України, 2017-2019 рр.

Місце в рейтингу за Індексом прозорості в 2017 р.	Місце в рейтингу за Індексом прозорості в 2019 р.	Назва банківської установи	Сектор економіки
28	1	АБ «Укргазбанк»	Банківський
-	3	АТ «ПУМБ»	Банківський
17	11	АТ «Ощадбанк»	Банківський
42	13	АТ «Альфа-банк»	Банківський
33	13	АТ КБ «Приватбанк»	Банківський
-	15	АТ «Укрсиббанк»	Банківський
13	15	АТ «Креді Агріколь Банк»	Банківський
71	42	АТ «Державний експортно-імпортний банк України»,	Банківський
20	59	АТ «Райффайзен Банк Аваль»	Банківський

Джерело: сформовано автором на основі [16, 93, 94]

Починаючи з 2017 р., при формуванні Індексу прозорості компанії банківського сектору поступово долучалися до корпоративної соціальної відповідальності й протягом останніх років займають лідируючі позиції відповідно до даного рейтингу. Варто зазначити, що в рейтингу з'являються зовсім нові банківські установи, які з часом покращують свої позиції, а саме: АТ «ПУМБ» , АТ «Укрсиббанк».

Така позитивна тенденція спостерігається внаслідок прийняття наприкінці 2017 р. вимоги щодо розкриття фінансової та нефінансової інформації у звіті про управління [95], адже після цієї вимоги активізувалось оприлюднення нефінансових звітів на корпоративних сайтах банківських установ.

Досліджуючи соціальну звітність (нефінансову звітність) серед найбільших банківських установ України, зясовано, що велика їх частка розкриває корпоративну соціальну відповідальність у вигляді соціальних звітів (табл. 3.8).

Таблиця 3.8

Динаміка наявності соціальної та інтегрованої звітності

Назва банківської установи	Нефінансова звітність			Інтегрована звітність		
	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.
АБ «Укргазбанк» (GRI)	+	+	+	+	+	+
АТ «ПУМб» (ГД ООН)	+	+	+	+	+	+
АТ «Райффайзен Банк»	+	+	+	-	-	-
АТ «Креді Агріколь Банк»	+	+	+	-	-	-
АТ КБ «Приватбанк»	+	+	+	-	-	-
АТ «Ощадбанк»	+	+	+	-	-	-
АТ «Укрексимбанк»	+	+	+	-	-	-
АТ «Укрсиббанк» (ГД ООН)	+	+	+			+
АТ «Кредобанк»	+	+	+	-	-	-
АТ «Прокредит Банк»	+	+	+	-	-	-
АТ АКБ «Банк Львів»	+	+	+	-	-	-
АТ «Альфа-Банк» (ГД ООН)	+	-	+	-	-	+
АБ «Південний»	+	+	-	-	-	-
АТ «Мегабанк»	+	+	+	-	-	-
АКБ «Індустріалбанк»	+	+	+	-	-	-
АТ «Універсал Банк»	+	+	+	-	-	-
АТ «Ідея Банк»	+	+	+	-	-	-
ПАТ «Промінвестбанк»	+	+	+	-	-	-
ПАТ «МТБ Банк»	+	+	+	-	-	-
АТ АБ «Радабанк»	+	+	+	-	-	-
АТ «ОТБ Банк»	+	+	+	-	-	-
ПАТ «Восток Банк»	+	+	+	-	-	-
АТ «Альянс Банк»	+	+	+	-	-	-
АТ «КристалБанк»	+	+	+	-	-	-
АТ «Піреус Банк»	+	+	+	-	-	-
АТ «Дойче Банк»	+	+	+	-	-	-
АТ «Сбербанк»	+	+	+	-	-	-
АТ «Правєкс Банк»	+	+	+	-	-	-
ПуАТ КБ «Аккордбанк»	+	+	+	-	-	-
АТ «Банк інвестицій та заощаджень»	+	+	+	-	-	-
АТ «А-Банк»	+	+	-	-	-	-
АТ «ІНГ Банк Україна»	-	-	+	-	-	-
АТ «Полтава-Банк»	-	+	+	-	-	-
АТ «Сітібанк»	+	+	+	-	-	-
АТ «Таскомбанк»	+	+	+	-	-	-
АТ КБ «Глобус»	+	+	+	-	-	-
АБ «Клиринговий Дім»	+	+	+	-	-	-
АТ «Комерційний Індустріальний банк»	+	+	+	-	-	-

Продовження табл. 3.8

АТ «Банк Кредит Днепр»	+	+	+	-	-	-
АТ «Міжнародний Інвестиційний Банк»	+	+	+	-	-	-
Всього нефінансової та інтегрованої звітності	39	38	38	2	2	4

Джерело: сформовано автором

Серед досліджуваних 40 найбільших банківських установ України тільки два щорічно публікують соціальні звіти перед своїми стейкхолдерами, а саме: АБ «Укргазбанк» (2018-2020 рр.), АТ «ПУМБ» (2015-2020 рр.) та вперше свої нефінансові звіти в 2020 р. опублікували АТ «Укрсиббанк» та АТ «Альфа-Банк». А це 10 % від загальної кількості досліджуваних банківських установ, що є досить позитивним аспектом. Усі інші, як правило, приділяють окрему частину Звіту про управління, або в річному звіті про свої окремі напрями діяльності в сфері КСВ. А це вже 95 % від загальної кількості досліджуваних підприємств в 2019 та 2020 рр., а в 2018 р. 97,5% від загальної кількості. Отже, майже всі банківські установи формують Звіт про управління, де розглядається ідея поєднання фінансової та нефінансової звітності на основі корпоративної соціальної відповідальності (рис. 3.7).

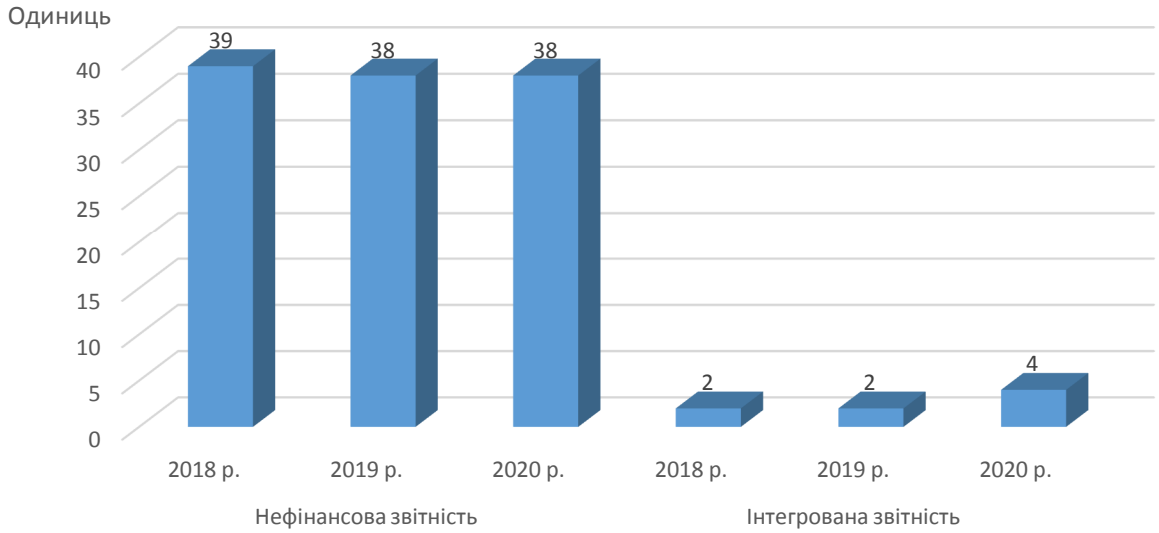

Рисунок 3.7 – Динаміка нефінансової та інтегрованої звітності в найбільших банківських установах України

Джерело: сформовано автором

На основі проведеного дослідження, з'ясовано, що міжнародні стандарти корпоративної соціальної відповідальності поки не повною мірою

використовуються в процесі стратегічного управління у вітчизняних банківських установах. Незважаючи на те, що українські банківські установи щорічно публікують відкриту звітність про свою фінансову діяльність, на сьогодні не існує єдиних вимог або стандартів щодо формування соціальних звітів, і вони мають добровільну основу. Комерційні банки, мають високу самостійність у прийнятті рішення про його необхідності, виборі форми і структури звіту, його публічного оприлюднення.

З огляду на вищесказане, вважаємо за необхідне в банківських установах у формалізованих звітах (форма Баланс №1) незалежно від форми власності, запровадження КСВ у таких статтях: активи, капітал, зобов'язання тощо. Це можливо зробити лише за наявності оцінки показника вартісного виміру (Додаток .

У разі неможливості оцінити показник у вартісному співвідношенні, то доречним буде формування звітності з корпоративної соціальної відповідальності у примітках до фінансової звітності, яка подається у більш довільній формі і ґрунтується на «об'єктивних професійних судженнях» керівництва. Статті витрат можуть мати таке спрямування: зобов'язання перед працівниками по розрахунках, зобов'язання перед бюджетом по розрахунках, зобов'язання перед іншими зацікавленими сторонами (з питань розвитку інфраструктури, екології, соціальних програм тощо).

Запропоновані форми нефінансової звітності містять інформацію щодо корпоративної соціальної відповідальності: соціальний стан банківської установи, соціальні та екологічні напрями діяльності. Формування окремої нефінансової звітності в банківських установах або включення її до фінансової звітності наддасть можливість установі залучити інвесторів, акціонерів та інших зацікавлених осіб до діяльності та функціонувати на засадах сталого розвитку без шкідливого впливу на навколишнє середовище й на суспільство.

Взаємодія із зацікавленими сторонами передбачає прозорість функціонування підприємства, публічність інформації щодо фінансових та

соціальних питань, співпрацю з органами влади, урахування думки споживачів тощо. На сьогодні, більшість банківських установ України приділяє недостатньо уваги даному напряму роботи, а в кінцевому результаті це значно впливає на результативність їх діяльності. Взаємодія зі стейкхолдерами є важливою при складанні нефінансової звітності і формування позитивного іміджу банківської установи, а у підсумку це впливає на соціально-економічний розвиток суспільства [16].

На нашу думку, залежно від напряму діяльності підприємства, можуть бути різні підходи та методики щодо формування нефінансової звітності, проте не може бути єдиних уніфікованих стандартів для всіх банківських установ. Форми соціальної (нефінансової) звітності лише орієнтують банківські установи на вибір форм, методологій проведення оцінки соціальної відповідальності і спрямовують їх на основні аспекти соціальної діяльності.

Світова практика підтверджує те, що більш транспаранті банківські установи є більш фінансово успішними та прибутковими, як наслідок це вибудовує міцну основу для реалізації корпоративної соціальної відповідальності бізнесу на умовах відкритого і чесного діалогу з усіма зацікавленими особами.