

Миколаївський національний аграрний університет
Міністерство освіти і науки України

Кваліфікаційна робота
на правах рукопису

Копайгора Олександр Олександрович

УДК 338.43

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ УКРАЇНИ

Спеціальність 072 – Фінанси, банківська справа та страхування
Галузь знань 07 – Управління та адміністрування

Подається на здобуття освітнього ступеня «Магістр»

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень.
Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Науковий керівник: Лункіна Тетяна Іванівна, доктор економічних наук,
доцент.

Завідувач кафедру: Сіренко Наталя Миколаївна, доктор економічних наук,
професор.

АНОТАЦІЯ

Копайгора О. О. Особливості формування корпоративної соціальної відповідальності в банківських установах України . —
Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «Магістр» за спеціальністю 072 «Фінанси банківська справа та страхування» у галузі знань 07 – Управління та адміністрування. – Миколаївський національний аграрний університет, Миколаїв, 2022.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження особливостей формування корпоративної соціальної відповідальності в банківських установах, а також основних її напрямів в банківському секторі України.

Автором досліджено аспекти та тенденції розвитку корпоративної соціальної відповідальності банківського сектора України. Визначено основні тенденції КСВ та напрями її популяризації в Україні.

Автором узагальнено сукупність теоретичних, методологічних та практичних принципів реалізації КСВ.

Автором узагальнено актуальність введення КСВ в стратегію розвитку банківського сектора.

Автором обумовлена доцільність використання інтегрованої моделі звітності в банківському секторі України.

Встановлено, що в Україні розвиток корпоративної соціальної відповідальності банківських установ знаходиться на стадії розвитку, адже її запровадження у вітчизняних банківських установах вимагає чітко сформованої правової бази.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, соціальна відповідальність, не фінансова звітність, інтегрована звітність, банківський сектор, КСВ.

ANNOTATION

Kopaigora O. O. Peculiarities of the formation of corporate social responsibility in banking institutions of Ukraine. — Qualification work on manuscript rights.

Qualification work for obtaining the Master's degree in the specialty 072 "Finance, banking and insurance" in the field of knowledge 07 - Management and administration. - Mykolaiv National Agrarian University, Mykolaiv, 2022.

The purpose of the qualification work is to study the peculiarities of the formation of corporate social responsibility in banking institutions, as well as its main directions in the banking sector of Ukraine.

The author researched aspects and trends in the development of corporate social responsibility in the banking sector of Ukraine.

The author has identified the main trends of CSR and ways of its popularization in Ukraine. The author summarized the main set of theoretical, methodical and practical principles of CSR implementation.

The author summarized the relevance of the introduction of CSR into the development strategy of the banking sector.

The author determined the expediency of using an integrated reporting model in the banking sector of Ukraine. It was established that in Ukraine the development of corporate social responsibility of banking institutions is at the stage of development, because its introduction in domestic banking institutions requires a clearly formed legal framework.

Key words: corporate social responsibility, social responsibility, non-financial reporting, integrated reporting, banking sector, CSR.

ЗМІСТ

ВСТУП	Ошибка! Закладка не определена.
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАВОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ УКРАЇНИ	Ошибка! Закладка не определена.
1.1 Теоретичні аспекти розвитку корпоративної соціальної відповідальності	Ошибка! Закладка не определена.
1.2 Нормативно-правове забезпечення корпоративної соціальної відповідальності	Ошибка! Закладка не определена.
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ КСВ В БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ УКРАЇНИ	Ошибка! Закладка не определена.
2.1 Фінансово-економічна характеристика банківських установ	Ошибка! Закладка не определена.
2.2 Аналіз основних показників КСВ в банківських установах України	Ошибка! Закладка не определена.
2.3 Механізм забезпечення КСВ в банківських установах.....	Ошибка! Закладка не определена.
РОЗДІЛ 3. СТАН ТА НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КСВ В БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ.....	Ошибка! Закладка не определена.
3.1 Стратегія розвитку соціальної відповідальності в банківських установах	Ошибка! Закладка не определена.
3.2 Соціальне підприємництво як один із напрямів розвитку КСВ в банківських установах	Ошибка! Закладка не определена.
3.3 Соціальна звітність як інструмент управління корпоративною соціальною відповідальністю.	Ошибка! Закладка не определена.
ВИСНОВКИ.....	Ошибка! Закладка не определена.
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	Ошибка! Закладка не определена.
ДОДАТКИ.....	Ошибка! Закладка не определена.

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. На сьогодні корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) для банківської установи є однією з невід'ємних складових успішного функціонування фінансово-кредитної компанії, адже переносить на вищий рівень взаємозв'язки організації з суспільством та є одним з найбільш важливих чинників на шляху до економічного розвитку як окремого суб'єкта функціонування, так і нашої країни в цілому.

Реалії сьогодення вимагають від фінансово-кредитних компаній не розглядати себе окремо від своїх стейкхолдерів, а бути єдиним цілим, яке активно взаємодіє та реагує на будь які виклики сьогодення. Тому саме реалізація корпоративної соціальної відповідальності є тим опосередкованим чинником, який забезпечує зв'язок: КСВ – стейкхолдери – збільшення ефективності діяльності компанії. На сьогодні великі банківські установи вже усвідомили важливість введення корпоративної соціальної активності, особливо банки з іноземним капіталом, і постійно намагаються зробити багато дій, щоб підтримувати статус «соціально відповідальної установи». У підтверджені цього більшість банківських установ почала вести нефінансову або соціальну звітність, яку публікують на своїх офіційних сайтах. Адже ефективна політика корпоративної соціальної відповідальності позитивно впливає на покращення відносин зі стейкхолдерами.

Проте варто зауважити, що на сьогодні в Україні рівень обізнаності в питаннях КСВ остається на досить низькому рівні, тому є необхідність виділення проблем щодо цього напрямку розвитку та пропозиція напрямів їх розв'язання, в цьому й полягає актуальність теми.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження особливостей формування корпоративної соціальної відповідальності в банківських установах, а також основних її напрямів в банківському секторі України.

Поставлена мета роботи визначила необхідність розв'язання наступних **задач**:

- дослідити сутність КСВ та основних аспектів її розвитку, в банківському секторі;
- розглянути законодавчу базу КСВ в Україні та порівняти її з іноземним досвідом;
- провести фінансово-економічний аналіз банківських установ України;
- розглянути механізми забезпечення КСВ в банківських установ України;
- навести стратегічне бачення розвитку корпоративної соціальної відповідальності в банківському секторі України;
- дослідити соціальне підприємництво як один із напрямів КСВ;
- провести аналіз нефінансової (соціальної звітності) в банківських установ України.

Об'єктом дослідження є розвиток корпоративної соціальної відповідальності в діяльності банківських установ України в сучасних умовах.

Предметом дослідження є набір теоретичних, методологічних та практичних принципів, які реалізують КСВ.

Методи дослідження У процесі дослідження використовувались загальнонаукові та спеціальні методи. А саме: історико-логічний, системно-структурний аналіз та синтез, угруповання, абстрагування та ін.

Наукова новизна полягає у запропонуванні напрямів розв'язання проблем слабого розвитку КСВ в Україні, доповненню індексу конкурентоспроможності.

Тематика кваліфікаційної роботи пов'язана з тематичним планом науково-дослідної роботи відповідно зареєстрованої в УКРІНТЕІ наукової теми «Інституціональне забезпечення функціонування фінансової системи України» (номер державної реєстрації 0120U100121).

Теоретична й практична значимість роботи полягає в тому, що розглянуті в цій роботі позиції зможуть розширити теоретичні та практичні основи дослідження корпоративної соціальної відповідальності в банківських установах України.

Інформаційна база дослідження. Інформаційною базою для проведення дослідження виступала фінансова звітність та нефінансова звітність банківських установ, інформація періодичних видань, нормативно-правове забезпечення України.

Особистий внесок автора полягає у формулюванні та обґрунтуванні положень, висновків та пропозицій кваліфікаційної роботи, визначенні особливостей розвитку корпоративної соціальної відповідальності в банківських установах України.

Кваліфікаційна робота виконана на 72 сторінках комп'ютерного тексту, робота містить 16 таблиць та 10 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАВОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ УКРАЇНИ

1.1 Теоретичні аспекти розвитку корпоративної соціальної відповідальності

У сучасних умовах ринкової економіки одним із найбільш ефективних серед усіх інструментів підвищення конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості компанії є діяльність із корпоративної соціальної відповідальності.

На сьогодні корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – це не щось додаткове, це те, що вже закладено у стратегії розвитку бізнесу багатьма компаніями. Політика КСВ це майбутнє сучасного бізнесу, тому що кожна компанія розвивається на користь своїх клієнтів.

Так, перші згадки про корпоративну соціальну відповідальність припадає на кінець XIX – початок XX століття. Первісне поширення вона одержала в середовищі американських інженерів, що бачили в демонстрації «великого почуття соціальної відповідальності» напрям до підвищення соціального престижу своєї професії. Через деякий час зазначену концепцію почали пов'язувати з бізнесом. У 20-х рр. в американських ділових колах поширення набула концепція «служіння», згідно з якою підприємства повинні мати й інші цілі, крім «створення грошей». Діяльність заради цих цілей, які не мають відношення до прибутку, була об'єднана одним поняттям – «служіння». Дана концепція виявилася недовговічною (унаслідок як її недостатньої ясності й опрацьованості, так і складного економічного становища в кінці 20-х рр.) і поступово втратила свою популярність в ділових колах [1]. У наступні два десятиліття була актуальна концепція «соціальної відповідальності». Але основу сучасного підходу до КСВ заклав американській економіст Г. Боуен опублікувавши книгу в 1953 р. «Соціальна відповідальність бізнесмена». Він вважав що соціальна відповідальності – це обов'язок бізнесменів. І всі рішення, що приймає керівництво повинно дотримуватися тих напрямів діяльності, які бажанні з точки зору цінностей і

цілей суспільства. Виходячи з цього, склалась думка що КСВ – це обов'язкова складова бізнесу, яка необхідна для його розвитку.

Над теоріями КСВ працювали й інші науковці. Зокрема, К. Девіс першим обґрунтував, що проблема соціальної відповідальності має розглядатися в управлінському контексті. Він наголошував, що «дій бізнесменів, які здійснюються з причин, що принаймні частково виходять за межі прямого економічного чи технічного інтересу фірм», причому «деякі соціально відповідальні рішення в бізнесі можуть бути в ході тривалого, складного процесу аналізу пояснені як такі, що надають хороший шанс для отримання фірмою довгострокового економічного ефекту»[2].

Проблема змісту КСВ була визначена Дж. Макгуіром, який сказав, що «корпорація має не тільки економічні та правові зобов'язання, але несе і якусь відповідальність перед суспільством, що виходить за їхні межі».

У роботі, опублікованій у 1975 р., К. Девіс та Р. Бломстром визначили напрям КСВ як «обов'язок осіб, які приймають рішення, вживати таких дій, які будуть спрямовані не тільки на задоволення їхніх власних інтересів, але також на захист та примноження суспільного багатства [2]. С. Мережі, своєю чергою, конкретизував зміст КСВ, вказавши, що він «передбачає виведення корпоративної поведінки на рівень, що відповідає превалюючим соціальним нормам, цінностям та очікуванням». Грунтуючись на підходах Дж. МакГуіра й С. Мережі та намагаючись узгодити економічну та соціальну відповідальність бізнесу, А. Керролл запропонував трактування КСВ, що передбачає «відповідність економічним, правовим, етичним і дискреційним очікуванням, що пред'являються суспільством організації в даний період» [3].

Саме підхід А. Керролла, набув найбільшого поширення, та став багато в чому визначати тенденції розвитку в галузі КСВ.

Пізніше А. Керролом була запропонована піраміда соціальної відповідальності (рис. 1.1).



Рисунок 1.1 – Піраміда корпоративної соціальної відповідальності

Джерело: сформовано автором на основі матеріалів [4]

Як стверджував А. Керрол, більшість компаній зіткаються з дилемою, які зобов'язання виконувати: економічні чи правові, економічні чи етичні, економічні чи філантропічні. На нашу думку, вибір на користь тих чи інших зобов'язань визначається соціально-культурними, економічними, політичними та правовими аспектами кожної країни. Однак, деяким підприємствам вдається поєднувати виконання всіх зобов'язань згідно з «пірамідою» Керролу. Одним із прикладів може бути найбільший банк України – ПриватБанк, який успішно виконує всі зобов'язання, представлені в «піраміді» КСВ Керолла. По-перше, основним завданням банку є максимізація прибутку, підтримка операційних витрат на низькому рівні та надання клієнтам високоякісних фінансових послуг. По-друге, Приватбанк відповідає всім державним законам та вимогам. По-третє, банк керується етичними нормами та принципами справедливості при взаємодії з усіма зацікавленими сторонами (згідно з Кодексом ділової етики Приватбанк). По-четверте, банк виконує свої філантропічні зобов'язання, запровадивши

програму ЮніорБанк, яка навчає школярів фінансовій грамотності та програмуванню. Також Приватбанк має власний благодійний фонд «Допомагати просто», який регулярно допомагає дитячим будинкам та інтернатам, онкохворим дітям, а також постраждалим від стихійних лих чи терактів.

Незважаючи на актуальність та популярність «піраміди» Керролла, К. Девіс та Р. Блумсторм наголошують на необхідності розгляду екологічної відповідальності як невід'ємної частини КСВ [5].

Визначення КСВ, запропоноване Європейською Комісією також передбачає прийняття до уваги екологічних проблем. Визначення КСВ, запропоноване Європейською Комісією, виглядає так: «КСВ – це концепція, згідно з якою компанії на добровільній основі інтегрують соціальні та екологічні проблеми у своїй діяльності та у взаємодії з зацікавленими сторонами» [6]. Очевидно, що суспільство очікує від сучасних компаній не лише виконання зобов'язань згідно з «пірамідою» Керролла, а й турботи про навколишнє середовище.

Наведена інтерпретація відбиває загальну логіку розвитку концепції КСВ, звичайно, не вичерпують всього різноманіття підходів до змісту корпоративної соціальної відповідальності та наукової дискусії на цю тему. Зазначимо та інші підходи.

Перший і ранній підхід – теорія корпоративного егоїзму, що виникла у країнах початку 70-х років ХХ ст., належить М. Фрідману та Д. Хендерсону. Основним постулатом стала теза про те, що якщо компанія не уникає оподаткування, встановлює прийнятний рівень заробітної плати, виконує умови безпеки праці та захисту екології, то така компанія веде сумлінну ділову практику та є соціально відповідальною. Головна відповідальність бізнесу – це збільшення прибутку та капіталізації компанії для своїх акціонерів. Інша думка отримала назву теорії освіченого егоїзму. У ній концепція соціальної відповідальності ототожнювалася зі спонсорством та благодійністю як різновидами соціального інвестування. Квінтесенцією

теорії стала теза про те, що поточне скорочення прибутків компаній шляхом соціально орієнтованих витрат створює сприятливе соціальне оточення, що сприяє стійкому розвитку бізнесу, тобто соціальна відповідальність бізнесу – це «хороший бізнес», оскільки він скорочує довгострокові втрати у прибутку (long term profit loss). Витрачаючи гроші на соціальні та філантропічні програми, компанія скорочує свої поточні прибутки, але у довгостроковій перспективі створює сприятливе соціальне оточення і, таким чином, стійкі прибутки у майбутньому.[50]

Нарешті, теорія соціально відповідальної поведінки ґрунтується на прагненні бізнесу підвищити свій соціальний статус через здійснення благодійних та соціальних програм. Представник цієї теорії Дж. Галаскевич вважає, що його мотивація полягає у боротьбі за соціальний статус, який набувається у процесі дарування (gift giving). [51]

На сьогодні можна стверджувати, що концепція соціально відповідального бізнесу органічно увійшла до повсякденної діяльності корпорацій розвинутих країн. Так, як приклад, провідне об'єднання корпорацій США, що займається розвитком та просуванням концепції «соціальної відповідальності бізнесу», – Business for Social Responsibility («Бізнес за соціальну відповідальність») – визначає соціальну відповідальність бізнесу як досягнення комерційного успіху шляхами, що ґрунтуються на етичних нормах та повазі до людей, спільнот, навколишнього середовища.

На сьогодні до найбільш вживаних тлумачень КСВ можна віднести такі поняття (рис. 1.2).



Рисунок 1.2 – Основні поняття трактування КСВ

Джерело: сформовано автором

Відповідно до досліджень, що в науковій літературі КСВ поділяють на 2 форми:

- 1) відкрити;
- 2) приховану.

Відкрита форма КСВ означає поведінку корпорації, яка бере на себе відповідальності за розв’язання тих питань, в яких зацікавлене суспільство, зазвичай, це відбувається на добровільній основі, програми та стратегії корпорації, які вона реалізує сприймаються як частина їхньої відповідальності перед суспільством.[11]

Грунтуючись на походженні американського підприємництва, заснованого на максимальній свободі суб'єктів, багато сфер суспільства залишаються на сьогодні саморегульованими, відповідно всі ініціативи в галузі КСВ є для корпорацій добровільними за своєю природою, хоча відповідальна перед суспільством поведінка заохочується відповідними податковими пільгами та заліками на законодавчому рівні.

На відміну від американської, європейська модель КСВ не є відкритою лінією поведінки компанії, як правило, регулюється нормами, стандартами та законами відповідних держав [51]

Наслідуючи моделі КСВ, що розглядає економічну, юридичну, етичну та філантропічну відповідальність, можна виділити відмінності європейської моделі КСВ від американської (табл. 1.1)

Таблиця 1.1

Відмінності Європейської моделі КСВ від Американської.

	Європейська модель	Американська модель
Економічна	Європейські компанії до цієї групи відносять також відповідальність перед працівниками та місцевими спільнотами.	Економічна відповідальність американських корпорацій здебільшого фокусується на прибутковості бізнесу та його відповідальності перед акціонерами
Юридична	Юридична відповідальність є основою будь-якої форми соціальної відповідальності у Європі. Європейські фірми розглядають державу як інститут,	У той час в США таке державне регулювання сприймається, скоріше, як втручання у питання особистої свободи
Етнічна	Більшість соціальних проблем ставляться європейськими компаніями до сфери етичної відповідальності	В США все так же але у меншій мірі.
Благодійність	Благодійність не так широко використовується в Європі.	В США благодійність використовується набагато частіше, це можна пояснити більшим податковим навантаженням.

Джерело: сформовано автором на основі матеріалів[12-13]

Соціальний розвиток західних компаній має майже сторічну історію практичної реалізації, наприклад, у Японії [7].

У 1933 р. керівник компанії «Matsushita Electric» К. Мацусіто розробив кодекс, що складався спочатку з п'яти принципів:

- 1) дух сервісу;

- 2) дух справедливості;
- 3) дух гармонії та співпраці;
- 4) дух прагнення прогресу;
- 5) дух чемності та смиренності;
- 6) дух дотримання законів природи (доданий 1937 року);
- 7) дух подяки (доданий у 1937 році).

Засновнику фірми К. Мацусіті належить авторство багатьох інших нововведень, що допомогли у розвитку японського бізнесу й набули широкої популярності в усьому світі: система торгових агентів, агресивна реклама, формулювання місії компанії, формальне введення практики довічного найму, яка згодом стала одним з основних принципів японської [7].

Взагалі, у Японії немає закону про офіційний довічний найм. Йдеться саме про честну угоду між роботодавцем та найманим працівником. Сенс довічного найму не у юридичному його закріпленні, а реальному забезпеченні зацікавленості працівників максимальний час працювати на цьому підприємстві і довічно пов'язати з ним свою долю.[12]

В останні десятиліття ХХ ст. транснаціональні корпорації, які стали поряд з потужними фінансовими інститутами та банками стали значним чинником розвитку світової економіки, але ще на їхніх плечах лежала відповідальність за забруднення планети, за соціальні контрасти, що загострюються як на планетарному, так і на національному та регіональному рівнях, за порушення прав людини у сфері трудових відносин, а також за багато інших глобальних проблем людства. Згодом виник так званий «антиглобалістський рух», спрямований проти глобальних фінансових та корпоративних організацій. Виникла ситуація, яка стала загрожувати підризом суспільно-політичних позицій великого капіталу як у окремих країнах, так і у світовому співтоваристві загалом. Популярність цього руху набирала оберти й досягла критичних позначок. Все це призвело до перемін, націлені на зміну тієї жорсткої ліберально-ринкової моделі поведінки бізнесу, в основі якої покладена максимізація прибутку та

конкурентоспроможності на світовій арені. Той факт, що американські корпорації, які дотримуються саме цих стандартів корпоративної поведінки, склали основну частину транснаціонального бізнесу й з самого початку стали задавати правила гри в ньому, зумовив панування тієї моделі поведінки бізнесу, яку вони використовували у своїй країні. Вона утвердилася на світових ринках та стала взірцем корпоративної поведінки для національних ринків. Таким чином, була негласно визнана система економічного лібералізму як оптимальна модель, яка здатна розв'язати проблеми світової економіки, включаючи й економіку країн, що розвиваються. Однак у ситуації, коли модель економічного лібералізму, визнана світовою спільнотою, зіткнулася з дедалі рішучою протидією громадських та політичних кіл і стала викликати сумніви щодо доцільності її домінування у значній частині самого корпоративного бізнесу, затребуваною виявилася концепція «корпорації-громадянина».[12] Проблема «громадянської відповідальності» бізнесу як одна з найважливіших проблем світового економічного та політичного розвитку, а також термін «корпоративне громадянство» виникла на початку 90-х років. Конференція зі сталого розвитку 1992 р., що отримала широкий міжнародний відгук, знаменувала вихід обговорення проблеми соціальної відповідальності на глобальний рівень, а також зацікавленість у її розв'язанні об'єднаних на той час у глобальні мережеві структури неурядових організацій рухів і груп, політичних та урядових кіл, включаючи вищих керівників низки держав. Не дивно, що вже через три роки виникає «Міжнародна рада бізнесу за сталий розвиток», до якої входять понад сотня найбільших транснаціональних корпорацій. Серед пріоритетних напрямів своєї діяльності Рада визначила «економічне зростання», «економічну рівновагу» та «соціальний прогрес» [8].

На початку нового століття членами Ради були транснаціональні компанії із 30 країн, що функціонують у 20 основних секторах економіки. Крім центральної ради, діють різні національні та регіональні ради, крім

того, з членами Ради співпрацює близько тисячі суміжних компаній та інших організацій. У 1998 р. Рада створила робочу групу, яка підготувала доповідь щодо принципів, цілей та характеру концепції корпоративної соціальної відповідальності, а також тих практичних кроків, які покликані сприяти її реалізації [9-10].

Основні положення доповіді полягають у тому, що принципи соціальної відповідальності компанії та корпорації, що дотримуються принципів, демонструючи «людське обличчя» (human face) бізнесу та встановлюючи конструктивні відносини з «учасниками», виграють від такого роду орієнтації і в суто економічному плані. «Для багатьох компаній, – зазначено в доповіді, – реалізація принципів соціальної відповідальності не представляється нині як додатковий тягар. Швидше, корпоративна соціальна відповідальність зростає сприймається не лише як сприяння формуванню сприятливої атмосфери для бізнесу (good business sense), а й довгостроковому процвітанню компаній і, зрештою, їх виживанню» [9-10].

Проте значення, яке надає корпоративний бізнес, що глобалізується, своїм відносинам з широким колом учасників, свідчить ініціатива, з якою виступили в 2002 р. організації Давоського форуму. Створена ними робоча група у співпраці з іншою авторитетною організацією світового бізнесу – Міжнародним форумом лідерів бізнесу принца Уельського (IBLF) опублікувала документ, який можна перекласти як «Рамкові рекомендації» (Framework for Action). У документі менеджери транснаціональних компаній закликали визначити центральні проблеми, перелік учасників на глобальному рівні та сфери їх впливу, що мають значення для кожної конкретної компанії та галузі. Один із пунктів рекомендацій говорив: «Створіть обстановку довіри шляхом систематичної взаємодії з різними учасниками щодо принципів, політики та практичної діяльності компанії, не порушуючи при цьому комерційної конфіденційності».

На сьогодні існує певний набір інструментів, які використовуються для реалізації соціальних стратегій корпорацій, зокрема до них можна віднести

благодійні пожертви та спонсорську допомогу. Одним із засобів реалізації КСВ є створення та підтримка діяльності корпоративних фондів, спрямованих на реалізацію соціальної діяльності банку та спонсорських програм, тобто надання різних ресурсів компаніям. Створення об'єктів чи споруд, підтримка організацій чи заходів громадського характеру у принципі. Банки можуть реалізовувати політику корпоративної соціальної відповідальності через надання соціальних інвестицій, які направлені на реалізацію соціальних програм, які спрямовані на підвищення рівня життя різних верств суспільства.

У вітчизняній банківській системі спостерігається невелика різноманітність соціальних продуктів та послуг, тому доцільно розширити їх базу спираючись на міжнародний досвід (табл. 1.2)

Таблиця 1.2

Міжнародний досвід корпоративної соціальної відповідальності банків

Соціальний продукт/послуга банку	Міжнародний досвід
Цільові депозити зі зниженим відсотком	Американський банк Chittenden Bank з Вермонту запровадив власну програму соціального інвестування, за допомогою якої клієнтам пропонується вкласти кошти в одну із запропонованих програм зі зниженими відсотками, що дасть можливість надання недорогих кредитів у розвиток місцевих громад. Щоквартально банк звітується перед вкладниками про загальні суми інвестованих коштів та реалізовані проекти
Послуга автоматичного пожертвування при розрахунку платіжною карткою	Громадянський банк Citizens Bank, Канада дозволяє своїм клієнтам обрати між різними картами VISA, які сприяють діяльності організацій Oxfam Canada, Amnesty International, а також благодійним програмам Shared Interest, жертвуючи у ці фонди 10 центів коли користувач розплачується саме карткою VISA. Це дало можливість Громадянському банку пожертвувати 24800 дол. США в організацію «Лікарі без кордонів» у 2007 році
Кредитування програм регіонального розвитку через цільове фінансування місцевих банків	ShoreBank з Чикаго, один из перших і найбільший банк регіонального розвитку у США. Ще у 2003 р. заснував міжнародний фонд для інвестування фінансових інститутів, які кредитують малий бізнес у країнах, що розвиваються

Джерело: сформовано автором на основі матеріалів[14]

Впровадження корпоративної соціальної відповідальності банками має позитивні наслідки, підвищуючи тим самим ефективність самих банківських

установ. Вплив від впровадження банками корпоративної соціальної відповідальності відбивається у збільшенні вартості капіталу банку, а також зростання добробуту акціонерів банку й зовнішніх і внутрішніх стейкхолдерів.

Очевидно, що рівень усвідомлення населенням України необхідності банківських послуг є значно нижчим, ніж у розвинених країнах, проте фінансова грамотність, так само як і залежність населення від банківських послуг в нашій країні поступово зростає.

1.2 Нормативно-правове забезпечення корпоративної соціальної відповідальності

Нормативно-правове забезпечення КСВ включає низку вимог до ведення соціально відповідальної діяльності, закріплених у документах різного рівня(стандарти, норми, рекомендації, директиви та ін.). Враховуючи величезну кількість документів, ми рекомендуємо згрупувати документи за такими рівнями:

1. Міжнародний рівень, представлений міжнародними інструментами, які регламентують корпоративну соціальну відповідальність.
2. Національний рівень, представлений документами, розробленими на національному рівні, що ґрунтуються на міжнародних стандартах і не суперечать їм.
3. Регіональний (галузевий) рівень, представлений документами, які враховують особливості діяльності певного регіону або галузі.
4. Корпоративний рівень, представлений документами, що визначають корпоративну соціальну відповідальність у конкретній організації [52]

Міжнародний рівень представлений рядом стандартів, що регулюють як корпоративну соціальну відповідальність загалом, так і її аспекти зокрема. У межах цього рівня документації необхідно виділити кілька груп:

Перша велика група – це керівні принципи та кодекси, які встановлюють загальні підходи до КСВ. До цієї групи можна віднести такі

документи:

1. Глобальний договір (United Nations Global Compact), що визначає загальні цінності у сфері захисту прав людини [15].
2. ISO 26000 «Керівництво із соціальної відповідальності», що визначає ключові компоненти КСВ а саме принципи й підходи до корпоративного управління, питання дотримання прав людини, корпоративну етику, відносини зі споживачами, політику щодо персоналу, корпоративну соціальну політику стосовно суспільства [16].
3. Глобальні принципи Саллівана (The Global Sullivan Principles) – це збірка загальні рекомендації та принципів у сфері соціальної відповідальності, головною метою, яких є підтримка економічної, соціальної та політичної справедливості бізнес-компаній, а також повага до прав людини та рівні можливості для всіх народів.

До другої групи можна віднести нормативні стандарти та кодекси, що регулюють корпоративну соціальну відповідальність з акцентом на її ключові моменти:

1. Декларація Міжнародної організації праці (МОП) про основні принципи та права у сфері праці, вона була прийнята у 1998 році. В ній йдеться про зобов'язання урядів країни та організацій підтримувати базові людські цінності. Також пояснюються основні принципи у сфері виробничих відносин, такі як заборона всіх форм дискримінації, свобода зборів, незалежність профспілок та право на захист власних інтересів. Основна перевага використання принципів полягає в тому, що їх дотримання дозволяє уникнути багатьох суперечок та проблем у галузі охорони праці та техніки безпеки.
2. ISO 9000 – набір стандартів, що використовуються при створенні та вдосконаленні системи управління якістю організації.
3. ISO 14000 – це міжнародний стандарт, що визначає вимоги до систем екологічного менеджменту (environmental management system), за якими здійснюється сертифікація.

4. Стандарт SA 8000 «Соціальна відповідальність».
5. Стандарт екологічного менеджменту і аудиту (EMAS).
6. Міжнародний стандарт системи менеджменту гігієни і безпеки праці 18 001 (OHSAS).
7. Кіотський протокол – це міжнародна угода про обмеження викидів парникових газів в атмосферу. Ціль полягає в тому, щоб стабілізувати рівні концентрації парникових газів в атмосфері. Це запобігатиме виникненню загроз для кліматичної системи Землі.

До третьої групи віднесено рейтингові індекси в системі оцінювання КСВ.

1. Domini Social Index (DSI 400) (оцінює соціальні, екологічні й управлінські показники найбільших за капіталізацією компаній).
2. Індекс сталого розвитку (Dow Jones Sustainability Indexes (DJSI)).
3. Large Cap Social Index (LCSI) (оцінює соціальні й екологічні критерії діяльності підприємств).

До четвертої групи належать документи, що регулюють питання підготовки звітності:

1. Стандарт аудиту звітності AA 1000 “Account Ability’s”. Розроблений для вимірювання корпоративної ефективності з етичної точки зору, він надає компаніям процедури та набір стандартів, за допомогою яких вони можуть проводити соціальні та етичні аудити своєї діяльності [17].
2. Метою Міжнародного стандарту інтегрованої звітності (IIRF) є коротке відображення того, як погляд організації на стратегію, управління, результати та зовнішнє середовище призводить до створення цінності у короткостроковій, середньостроковій, та довгостроковій перспективі [18].

Зміст документів національного рівня, які регламентують корпоративну соціальну відповідальність, визначається особливостями економічного, політичного й культурного розвитку держави. Перш за все, основним документом цього рівня слід виділити Конституцію України. У цьому документі вкладено вимоги щодо прав людини, трудових відносин, охорони здоров’я, довкілля та боротьби з корупцією. Важливим документом є

концепція Національної стратегії корпоративної соціальної відповідальності Україні. Завдання цього документа слід визначити як сприяння розвитку корпоративної соціальної відповідальності у державі та суспільстві як чинника модернізації економіки, підвищення її конкурентоспроможності. Впровадження єдиного підходу до розуміння КСВ. Розвиток державно-приватного партнерства на користь місцевого розвитку. Розробка програм ресурсозбереження та енергоефективності. Забезпечення прав людини, морального виховання та освіти. Розробка бізнес-процесів досконалості для компаній, установ та організацій. Сприяння розвитку систем нефінансової звітності та ін. [19].

Прийняття концепції Національної стратегії корпоративної відповідальності дозволить визначити загальні стратегії та механізми Національної політики розвитку корпоративної соціальної відповідальності а також пріоритетні напрями корпоративної соціальної відповідальності стосовно зацікавлених сторін. До цієї групи слід включити кодекси та закони, що визначають принципи та норми різних напрямів діяльності корпоративної соціальної відповідальності (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Нормативно-правове забезпечення корпоративної соціальної відповідальності компаній на національному рівні

Компонент КСВ	Нормативно-правові акти
Питання дотримання прав людини	Закон України «Про зайнятість населення», Закон України «Про захист персональних даних», Закон України «Про освіту», Закон України «Про відпустки»
Принципи й підходи до корпоративного управління	Цивільний кодекс України, Господарський кодекс України, Податковий кодекс України.
Корпоративна етика	Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції», Закон України «Про засади запобігання та протидії корупції», Закон України «Про здійснення державних закупівель».
Відносини зі споживачами	Закон України «Про захист прав споживачів», Закон України «Про рекламу», Закон України «Про захист суспільної моралі».

Продовження таблиці 1.3

Політика у сфері охорони довкілля	Повітряний кодекс України, Земельний кодекс України, Лісовий кодекс України, Водний кодекс України, Кодекс про надра, Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища», Закон України «Про відходи», Закон України «Про використання ядерної енергії та радіаційну безпеку», Закон України «Про впорядкування питань, пов'язаних з радіоактивними відходами»
Корпоративна соціальна політика стосовно суспільства	Закон України «Про благодійність і благодійні організації», Закон України «Про гуманітарну допомогу»
Політика щодо персоналу	Кодекс законів про працю України, Закон України «Про оплату праці», Закон України «Про професійний розвиток працівників»

Джерело: систематизовано автором на основі [21]

Соціальні норми також потребують розробки для регулювання питань, пов'язаних із громадським життям суспільства. Мета полягає у тому, щоб узагальнити існуючі норми та запровадити нові норми, що відповідають потребам соціально незахищених категорій громадян. Підзаконні акти (накази постанови правила та інше), прийняті на державному рівні є ефективними орієнтирами підприємствам у розвитку соціально відповідальних напрямів діяльності. Ключовим кроком в оцінці соціальної відповідальності є запровадження визначення національного індексу прозорості та корпоративної соціальної відповідальності, який з 2011 р. Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» складає серед 100 найбільших українських компаній, на основі аналізу корпоративних веб-сайтів. Цей показник є єдиним інструментом моніторингу корпоративної соціальної відповідальності України. Моніторинг допоможе виявити сильні та слабкі сторони розвитку КСВ в Україні та дати рекомендації щодо вдосконалення процесів, пов'язаних із корпоративною соціальною відповідальністю. Суть визначення індексу полягає в оцінці інформації, розміщеної на корпоративному сайті компанії, за чотирма критеріями: звітність, зміст, навігація та доступність. Сума балів визначає позицію

компанії у рейтингу.

Зміни у законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» також стали важливим у визначенні корпоративної соціальної відповідальності компаній на державному рівні. У звіті описується як фінансова так і не фінансова інформація (що стосується довкілля, людей та благодійних організацій), характеризує стан та перспективи розвитку компанії, розкриває основні ризики та невизначеності її діяльності[20].

Виділення третього рівня документа (регіон, філія) дозволяє групувати документи за ознаку регіону чи філії. Інакше кажучи, Компанії певної галузі чи регіону мають враховувати свої унікальні особливості розробки корпоративної політики. Такими документами є, наприклад, Концепція Національної програми розвитку промисловості на період до 2020, Концепція Державної цільової програми розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року, Концепція Державної цільової програми розвитку аграрного сектору економіки на період до 2022 року.

Внутрішньокорпоративне нормативно-правове забезпечення КСВ має враховувати вимоги до всіх попередніх рівнів документів (стандартів, норм). Обов'язковими документами, які повинна мати кожна компанія, є Статут та Колективний договір. Документами цього рівня є Стратегія корпоративної соціальної відповідальності Компанії та Кодекс корпоративної соціальної відповідальності компанії. Стратегію КСВ компанії слід визначити як корпоративну заяву про місію компанії, цінності і норми, якими вона керується у своїй діяльності, з урахуванням інтересів її зацікавлених сторін. За даними Центру корпоративної соціальної відповідальності, лише 52% компаній затвердили свою стратегію КСВ [22].

Формування стратегії КСВ має ґрунтуватися на принципі автономії, інтеграції в довгострокову стратегію розвитку компанії, відповідальність за результати своєї діяльності, дотриманні законодавства (зокрема міжнародного) та прийнятих етичних норм. Суспільство, що враховує потреби та очікування зацікавлених сторін, прозорість та підзвітність

діяльності компанії, її відповідність цілям сталого розвитку суспільства [16].

Принципи КСВ визначають розробку заходів щодо їх реалізації та мають знайти відображення у нормах корпоративної соціальної відповідальності як ключових документах корпоративного рівня. Аналіз досліджень, пов'язаних з необхідністю розробки Кодексу корпоративної соціальної відповідальності, показує що Кодекс є одним з основних документів корпоративного управління, що регулює роботу менеджменту (керівників та персоналу) та допомагає клієнтам, акціонерам та партнерам пріоритети у взаємодії з зовнішнім середовищем, послідовність прийняття рішень та неприйнятні моделі поведінки. Розвиток корпоративної культури (визначення корпоративних цінностей, орієнтація співробітників на загальні корпоративні цілі), репутація(вибудовує довіру до організації з боку довкілля та підвищую інвестиційну привабливість). [23].

Як підсумок можна сказати, що аспектами розвитку займалось багато науковців починаючи з минулого століття. Це підтверджує важливість інституту КСВ в системі банківських установ, та перспективність розвитку цього напрямку.

РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ КСВ В БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ УКРАЇНИ

2.1 Фінансово-економічна характеристика банківських установ

В наш час стрімко розвивається банківський сектор, через це кожен банк намагається отримати максимальну прихильність серед суспільства. Важливим фактором для набуття лояльності серед суспільства виступає впровадження на підприємство механізмів КСВ.

Для ґрунтовного аналізу корпоративної соціальної відповідальності необхідно, насамперед, дослідити їх фінансово-економічну складову, тобто провести аналіз банківських установ через динаміку діючих банківських установ в Україні (рис. 2.1).



Рисунок 2.1 Динаміка діючих банківських установ в Україні
Джерело: побудовано автором на основі даних [24]

З наведених даних можна зробити висновок, що з кожним роком кількість діючих банків зменшується, так у 2022 р. їхня кількість склала 71 одиниця (для порівняння у 2018 р. – 82). Що до банків з іноземним капіталом, у порівнянні з 2018 р. кількість зменшилась, але спостерігається їх стабільність, з 2021 р. по 2022 р. їх кількість лишилась незмінною та склала 33 банківські установи. Теж саме можна відмітити й у банків зі стовідсотковим іноземним капіталом, це єдиний показник який збільшився,

але все одно має тенденцію до сталості.

Досить показовим є рейтинг найнадійніших банків України 2022 р., розроблений онлайн-журналом «Форіншурер» (жовтень 2022 р., табл. 2.1) .

Таблиця 2.1

Рейтинг надійності банківських установ України у 2022 році

Місце в рейтингу	Банківська установа	Інформація про банк
1	АТ «Райффайзен банк Аваль»	Raiffeisen Bank, Австрія
2	ПАТ «Креді Агріколь Банк»	Credit Agricole, Франція
3	АТ «Укрсиббанк»	BNP Paribas Group, Франція
4	ПАТ «ПриватБанк»	Державний
5	АТ «Ощадбанк»	Державний
6	АТ «Укрексімбанк»	Державний
7	ПАТ «Кредо банк»	PKO Bank Polska, Польща
8	АБ «Укргазбанк»	Державний
9	АТ «ОТП Банк»	OTP Bank, Угорщина
10	АТ «ПроКредит Банк»	ProCredit Bank, Німеччина

Джерело: сформовано автором на основі даних [25]

Варто зауважити, під надійністю банківської установи розуміється здатність фінансової організації швидко реагувати на несподівані ситуації та негативні явища. На основі проведених досліджень, з'ясовано, що під час перших місяців війни банківський сектор України характеризується помірними втратами завдяки своєчасним діям Національного банку та банків для забезпечення безперебійної роботи фінансових установ. Після початку повномасштабної війни Росії в Україні попит на кредитні продукти з боку населення знизився, підприємства на сьогодні більше довіряють кредитним програмам держави.

Аналізуючи фінансові організації, не можна оминати страхові організації, тому що вони займають питому вагу на фінансовій арені України. Тому можна розглянути лідерів банківських установ, яким довіряють свої депозитні вклади страхові компанії.(табл. 2.2.)

Рейтинг банківських установ, яким довірили свої депозити страхові компанії

Місце в рейтингу	Банківська установа	Депозити, тис. грн
1	АБ «Укргазбанк»	1 679 739
2	АТ «Ощадбанк»	1 175 892
3	АТ «Укрексімбанк»	1 075 231
4	ПАТ «Креді Агріколь Банк»	891 889
5	АТ «Альфа-Банк»	737 542
6	АТ «Райффайзен банк Аваль»	585 975
7	АТ «Укрсиббанк»	559 114
8	ПАТ «Кредо банк»	543 026
9	АТ «ОТП Банк»	319 778
10	ПАТ «ПриватБанк»	280 832

Джерело: джерело сформовано автором на основі даних [25]

Аналізуючи дану таблицю можна помітити, що перші три позиції рейтингу займають державні банківські установи, в них страхові компанії найбільш впевнені.

З огляду на банківський сектор обрано 3 банківські установи, які є лідерами у практиці корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в Україні. Розпочнемо аналіз з АТ «Райффайзен Банк». Райффайзен Банк – це найбільший українській банк з іноземним капіталом. На 68 % належить австрійському Raiffeisen Bank International. Установа залишається лідером щодо якості обслуговування в українському банківському секторі. На думку фахівця з маркетингових досліджень GfK-Україна, репутація Райффайзен Банку вища за середньоринкову [26].

Проаналізуємо основні показники діяльності банку за даними Міністерства фінансів України та фінансової звітності АТ «Райффайзен Банк» за 2019 - 2020 роки (табл. 2.3).

**Аналіз основних показників діяльності АТ «Райффайзен Банк» протягом
2019-2021 рр., млн грн**

Балансові показники	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2021 р. у порівнянні з 2019 р., %
Активи	82 905	107 361	126 431	34,42
Заборгованість кредитних установ	10 176	25 623	11 066	8,06
Кредити клієнтам	47 487	45 840	68 623	30,80
Зобов'язання перед кредитними установами	0. 214	3 742	0, 602	64,45
Зобов'язання перед клієнтами	66 696	88 113	107 129	37,74
Чисті процентні доходи	7 221	7 300	8 232	12,28
Чисті комісійні доходи	2 533	2 616	2 685	5,66
Показник достатності регулятивного капіталу згідно з вимогами НБУ	19,13%	18,04%	13,71%	5,42

Джерело: побудовано на основі даних фінансової звітності досліджуваного підприємства [Додаток В]

З таблиці 2.3 можна зробити висновок, що за досліджуваний період збільшились усі показники. Серед усіх можна виділити активи, які зросли на 34.42%, чисті процентні прибутки збільшились на 12,28% , а чистий комісійний дохід зріс на 5.66 відсоткові пункти.

Друге місце у рейтингу надійніших банків 2022 р. посів АТ «Креді Агріколь Банк». Даний банк – це найстарший іноземний банк в Україні, який працює на ринку ще з 1993 р., є стратегічним партнером для аграрного бізнесу та одним із лідерів ринку автокредитування. Банк входить до міжнародної групи Креді Агріколь (Франція), лідера в банківському страхуванні та управлінні активами на ринку Європи. В умовах війни в Україні співробітники Креді Агріколь щодня працюють та забезпечують щоденний банкінг для клієнтів, даний банк спрямував майже 15 млн гривень на допомогу постраждалим від війни [27], що говорить про його корпоративну соціальну відповідальність.

Наведемо основні показники діяльності АТ «Креді Агріколь Банк» (табл. 2.4).

**Аналіз ключових показників діяльності АТ «Креді Агріколь Банк»,
протягом 2019-2021 рр., млн грн**

Ключові показники ефективності	2019	2020	2021	2021 р. у порівнянні з 2019 р., %
Чистий банківський дохід	3 558	3 387	4 048	12,10
Співвідношення витрат до доходів (CIR)	44%	53%	48%	4
Вартість ризику	163	-498	-216	232,2
Активи	26 558	34 946	43 236	38,57
Операційні витрати	-1 607	-1 770	-1 937	17,03
Рентабельність капіталу (RONE)	57%	25%	38%	-
Чистий результат	1 730	927	1 553	10,2

Джерело: побудовано на основі даних фінансової звітності досліджуваного підприємства [Додаток Б]

На основі проведених даних, з'ясовано, що чистий банківський дохід з кожним роком збільшується, так у 2021 р. він склав 4048 млн грн що на 12.10% більше, ніж у 2019 р., співвідношення витрат до доходів трохи зменшилось у 2021 р. , але все одно залишається вищим, ніж у 2019 році. Активи з кожним роком також збільшуються, станом на 2021 р. вони склали 43236 мільйона гривень.

Першу сходинку у рейтингу банківських установ, яким довірили свої депозитні вклади, зайняв АТ «Укргазбанк». Дана банківська установа – це український комерційний банк, заснований у 1993 р., на 94% належить державі. Ще, це провідний ЕКОбанк України, який піклується про довкілля, фінансуючи проекти з енергоефективності та відновлюваної енергетики. На сьогодні даний банк є беззаперечним лідером у «зеленому» фінансуванні. АТ

«Укргазбанк» має більше 100 відділень по всій Україні [28].

Таблиця 2.5

Аналіз ключових показників діяльності АТ «Укргазбанк», протягом 2019-2020 рр., млн грн

Ключові показники ефективності	2019 р.	2020 р.	2020 р. у порівнянні з 2019 р.
Активи	119 137	142 702	19,78
Кредити клієнтам та фінансова оренда	38 985	47 517	21,88
Зобов'язання	110 882	134 153	20,99
Чисті проценти (витрати)/доходи після зміни резерву під зменшення корисності кредитів	2 122	1 692	20,24
Чисті комісійні доходи	1 064	1 235	16,10
Результат від операцій з іноземними валютами та похідними фінансовими інструментами	0,300	0,405	34,84
Чистий прибуток	0,411	1 288	68,11

Джерело: побудовано на основі даних фінансової звітності банківської установи [Додаток А]

З даної таблиці можна зробити наступні висновки, рівень активів за досліджувані роки зріс на 19,78 %, зобов'язання збільшились на 20,99 %. Чистий комісійний дохід збільшився до 1,235 мільйонів у 2020 р. або на 16,10%.

Таблиця 2.6

Позиції АБ «УКРГАЗБАНК» на банківському ринку України

Показники	Частка на ринку у %
Активи	7,82
Власний капітал	4,05
Портфель цінних паперів	7,13
Кредити та заборгованість клієнтів, у т.ч.:	5,71
- юридичних осіб	6,47

Подовження табл. 2.6.

- фізичних осіб	2,79
Кошти клієнтів, у т. ч.:	9,18
- юридичних осіб	13,92
- фізичних осіб	4,34

Джерело: побудовано на основі даних наведених на сайті Національного банку України основних показників діяльності банків України [Додатки]

Банк не займає лідируючих позицій на ринку, тому що він державний і не може конкурувати з великими приватними банками, але він провадить політику КСВ. Своїм прикладом він показує що навіть не великий за розмірами банк може провадити соціальну діяльність, та бути прибутковим.

2.2 Аналіз основних показників КСВ в банківських установах України

Популярність концепції КСВ у розвинутих країнах та її соціальний ефект призводить до швидкого наслідування у різні сфери діяльності країн, що розвиваються. У розрізі банківської сфери корпоративна соціальна відповідальність проявляється у декількох аспектах, це: етичне та прозоре ведення бізнесу, лояльне ставлення до персоналу, екологічність, налагодження зв'язку та задоволення інтересів зацікавлених осіб. Попри того, що концепція КСВ в Україні знаходиться на етапі становлення, питання ефективності соціальних заходів та дій є достатньо актуальним. Виходячи із режиму тотальної економії на фінансових ресурсах, не кожен банк має можливість реалізовувати концепцію КСВ у повному обсязі. Тому питання про вплив КСВ на фінансові показники та результати діяльності банківських установ набуває особливого значення [29].

Дослідження наукових робіт іноземних вчених дає можливість зробити висновок, що існують як позитивні, так і негативні сторони між КСВ та показниками фінансової діяльності банку. Показники, на які позитивно впливає КСВ, включають ROA, ROE, ROS, та частку ринку. [30, 31]. Негативний вплив КСВ на діяльність суб'єктів господарювання було виявлено для таких показників: прибуток, розмір дивідендів тощо [32].

Серед наявних науково-методичних досліджень зарубіжних учених робота Г. Кеффаса та О. Олулу Брігс [33], присвячена вивченню ефективності діяльності банків під впливом КСВ, отримала особливу увагу у контексті банківської діяльності. В рамках цього дослідження на прикладі банків США, Великобританії та Японії вчені демонструють, що існує чіткий взаємозв'язок між концепцією КСВ та фінансовими результатами діяльності банків. відповідно, всі обстежені банки було поділено на дві групи. Перша – банки, які провадять КСВ; друга – банки, в яких КСВ діяльність відсутня. Автори зазначають, що стійкі (ті, що впровадили КСВ), так банки мають вищі коефіцієнти достатності капіталу, але нижчий рівень рентабельності, ніж банків, які не витрачають гроші на соціальну діяльність. Підтверджуючи гіпотезу про наявність тісного позитивного зв'язку між КСВ та фінансовими результатами, дослідники встановили, що, незважаючи на значно знижений рівень ліквідності у соціально відповідальних банках, їхня активність свідчить про те, що реалізація заходів соціального характеру має позитивний характер у довгостроковому періоді. [29].

У цілому методологія оцінювання ефективності банківського бізнеса представлена такими трьома групами (рис 2.2.).

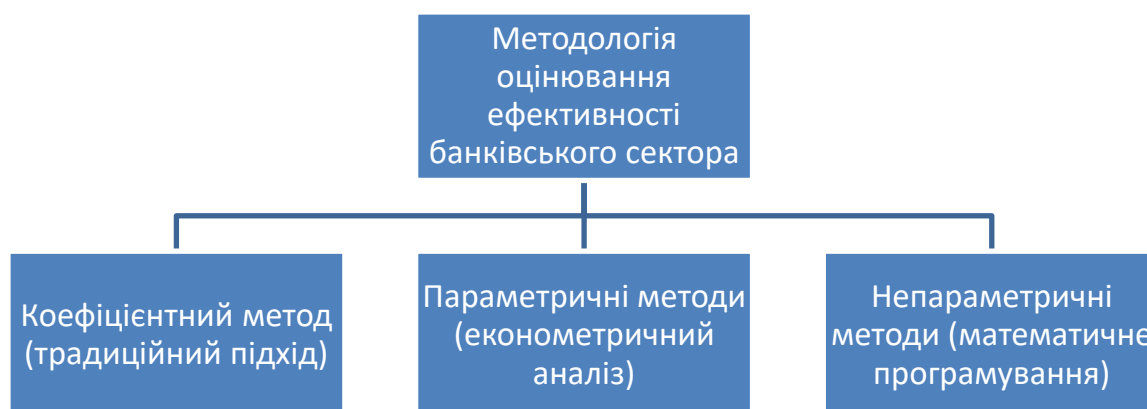


Рисунок 2.2 – Методологія оцінювання ефективності банківського сектора

Джерело: побудовано автором на основі даних[34]

Параметричні та непараметричні методи розрізняються формою меж функціональної ефективності, характером існування випадкових величин та їх розподілу, а також засобами оцінки порівняльної ефективності об'єктів дослідження. Критичний огляд методологічних підходів до здійснення оцінювання ефективності банківських операцій допоможе визначити найбільш підходящі методи дослідження. На нашу думку, слід надавати перевагу параметричним методам, оскільки непараметричні передбачають ідентифікацію фактично досягнутого рівня ефективності, залишаючи поза увагою потенційні можливості банку щодо її збільшення. Серед параметричних методів, у банківській сфері, найпоширеніший є метод SFA, що пояснюється порівняльністю результатів, отриманих за цим методом, із традиційними показниками ефективності (рентабельність капіталу, активів тощо). Особливість SFA полягає у побудові межі ефективності на основі завчасно визначеної специфікації її функціональної форми та безпосереднього включення в модель випадкової компоненти [29].

Беручи до уваги концепцію КСВ, на етапі оцінки ефективності банківських операцій виробничий підхід є прийнятним, відповідає відходу стейкхолдерів та принципам соціально відповідального ведення бізнесу та має потенціал, розширення сфери соціальних ініціатив банку [29].

Ще одним провідним науковцем у сфері КСВ був Дж. Елкінгтона, який увів поняття потрійного підсумку діяльності корпорації, що включає в себе фінансове та екологічне вимірювання, відповідні ідеї еко-ефективності в межах корпоративної стійкості. Ідея виходить за межі традиційних заходів обліку прибутку, рентабельності, інвестицій і акціонерної вартості, включаючи екологічні та соціальні аспекти [35].

Крім того, Елкінгтон визначив можливі напрями реалізації нових стратегій ведення бізнесу й став засновником концепції корпоративної стійкості, яка здатна одночасно приносити вигоди компанії, її споживачам і природному середовищу. Три підстави стійкості Елкінгтон позначив ЗР

(People, Planet, Profits). Її ідея сталого розвитку була сприйнята новою парадигмою розвитку бізнесу, що увібрала в себе принципи КСВ, викладені у формі 3Р [36, 37].

Відповідно до концепції сталого розвитку, яка спирається на ідею потрібного підсумку інвестування (3Р – People, Planet, Profits), авторами запропоновано конкурентний індекс КСВ ($I_k^{КСВ}$), який синтезує в собі такі показники: економічні, соціальні, екологічні. Ці показники забезпечують формування довгострокових конкурентних переваг компанії. Ці показники були взяті з GRI глобальної ініціативи нефінансової звітності для публікації результатів діяльності компанії у сфері сталого розвитку [37].

Індекс $I_k^{КСВ}$ заснований на інформації, що розкривається в соціальному звіті компанії з економічних, екологічних та соціальних аспектів. GRI носить комплексний характер із точки зору всіх аспектів КСВ і визнана у всьому світі [38]. Крім того, рекомендації GRI були відзначені відповідними для будь-якого сектора промисловості [39], що в підсумку дозволило нам розробити цей інструментарій. Склад індексу $I_k^{КСВ}$ компанії зображено на (рис.2.3)

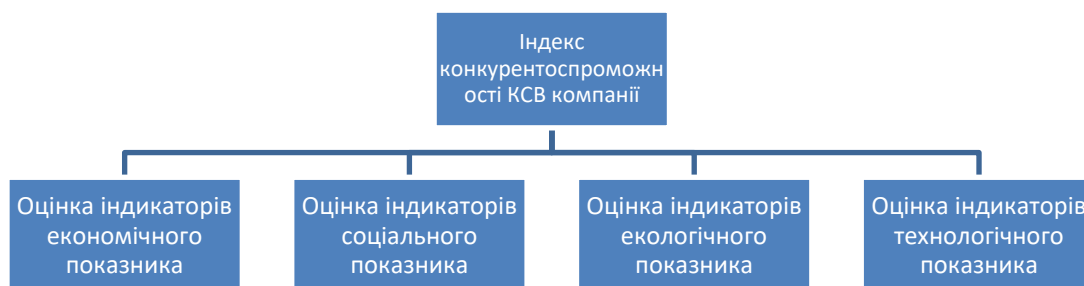


Рисунок 2.3 – Склад індексу конкурентоспроможності КСВ компанії

Джерело: сформовано автором

Економічний показник – це показник, що оцінює ефективність господарської діяльності компанії. До цього показника належать основні фінансові показники компанії: виручка, прибуток, ринкова капіталізація [37].

Соціальним, називається показник, що характеризує соціально відповідальну поведінку компанії. До цього показника належать ключові індикатори соціально відповідальної діяльності компанії [37].

Екологічним є показник, який характеризує раціональне природокористування, контроль викидів під час виробничої діяльності та широкий спектр профілактичних і сануючих заходів з охорони й захисту навколишнього середовища. Це є найважливішим складником соціально відповідальної поведінки компанії, а також виступає ключовим фактором її сталого розвитку. До цього показника належать індикатори, що характеризують структуру витрат на охорону та захист навколишнього середовища на території присутності: охорону атмосфери, охорону водних ресурсів, охорону земельних ресурсів [37].

Такі індикатори, як виручка підприємства, капіталізація підприємства, прибуток, є сполучною ланкою, що дозволяє з'єднати економічні, соціальні та екологічні індикатори господарюючого суб'єкта, що визначають його конкурентоспроможність. Локальний індекс економічного показника може бути розрахований за формулою:

$$I_E = \sqrt[3]{I_B} \times I_{\Pi} \times I_{PK} \quad (2.1)$$

де, I_E – локальний індекс економічного показника;

I_B – індекс зміни індикатора виручки;

I_{Π} – індекс зміни показника прибутку;

I_{PK} – індекс зміни індикатора ринкової капіталізації.

Локальний індекс соціального показника може бути розрахований за формулою:

$$I_C = \sqrt[3]{I_{RP} \times I_{OP} \times I_{СП}} \quad (2.2)$$

де, I_C – локальний індекс соціального показника;

I_{RP} – індекс зміни індикатора навчання та розвитку персоналу;

I_{OP} – індекс зміни індикатора охорони праці;

$I_{СП}$ – індекс зміни індикатора «соціальний пакет».

Локальний індекс екологічного показника може бути розрахований за формулою:

$$I_{EK} = \sqrt[3]{I_{OA} \times I_{OB} \times I_{OZ}} \quad (2.3)$$

де, I_{EK} – локальний індекс екологічного показника;

I_{OA} – індекс зміни індикатора охорони атмосфери;

I_{OB} – індекс зміни індикатора охорони водних ресурсів;

I_{OZ} – індекс зміни індикатора охорони земельних ресурсів.

Локальний індекс технологічного показника може бути розрахований за формулою:

$$I_T = \sqrt[3]{I_O \times I_I \times I_{ITK}} \quad (2.4)$$

де, I_T – локальний індекс технологічного показника;

I_O – індекс зміни індикатора освіти;

I_I – індекс зміни індикатора інновацій;

I_{ITK} – індекс зміни індикатора інноваційних технологій та комунікацій.

Таким чином, конкурентний індекс КСВ може бути виражений у вигляді середньої геометричної величини добутку індексу економічного, соціального екологічного та технологічного показника

Ми доповнили вже існуючу модель оцінки конкурентоспроможності КСВ компанії, доповнивши її введенням локального індексу технологічного показника. Через стрімкий технологічний розвиток в наш час потрібно враховувати індекси інновацій, та інноваційних технологій та комунікацій, з якого і складається локальний індекс технологічного показника. Основною переваги введення КСВ на підприємство, є позитивне відношення як зі сторони суспільства, так і зі сторони індивідів які зацікавлені у плідній співпраці з підприємством. Тобто необхідність уміти показувати свої досягнення в екологічній або соціальних областях є важливим аспектом для введення КСВ на підприємстві.

2.3 Механізм забезпечення КСВ в банківських установах

Україна є досить молодою державою, проте банківський сектор в ній розвивається досить активно, вона підхоплює усі світові тенденції, тому

розвиток КСВ не став винятком.

Основні напрями реалізації КСВ найпопулярнішими банками в Україні наведені у (табл 2.7.)

Таблиця 2.7.

Напрями КСВ в банківському секторі України

№	Найменування банківської установи	Характеристика політики КСВ	Основні засоби реалізації
1	ПАТ «Креді Агріколь Банк»	Багатоаспектна	- 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
2	АТ «Райффайзен Банк Аваль»	Багатоаспектна	- прозоре ведення бізнесу; - соціальний захист співробітників, аналіз задоволення роботою; - економія всіх видів ресурсів; - спонсорство, благодійництво в різних сферах; - формування екологічно свідомої поведінки
3	АБ «Укргазбанк»	Еконапрям	- ековідділення, екокредити, випуск екологічно чистих платіжних карток; - фінансування енергозберігаючих проектів
4	АТ «Ощадбанк»	Захист незахищених категорій населення	- інклюзивні відділення; - соціальні кредити; - допомога особам з вадами зору; - допомога співробітниками банку тяжкохворим дітям; - навчання у сфері фінансових послуг; - реконструкція та оновлення об'єктів тощо
5	АТ «Альфа-Банк»	Допомога дітям сиротам	- корпоративне волонтерство
6	АТ «Укрсиббанк»	Багатоаспектна	- розвиток персоналу; - дотримання прав людини та уникнення дискримінації; - підтримка низько вуглецевої економіки; - збереження культурної спадщини

Продовження табл. 2.7

7	АТ «Укресімбанк»	Допомога медичним закладам та тяжкохворим дітям	- програма «Разом за життя»; - платіжна карта з відрахуванням у благодійний фонд при кожній транзакції; - досягнення високого рівня корпоративної культури; - підтримка енергозберігаючих технологій
8	ПАТ «Пумб»	Багатоаспектна	- 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

Джерело: сформовано на основі даних наведених на офіційних сайтах банків України

Дані таблиці характеризують основні напрями КСВ. Важливим соціальним аспектом є вміння банку пристосовуватись до умов навколишнього середовища. Це можна помітити у наш непростий час. В Україні загалом працюють 69 банків, з-поміж них 4 – державні, 16 – банки іноземних банківських груп і 49 – банки з приватним капіталом. Серед 10 провідних банків країни – 4 державних та 6 приватних, які загалом контролюють 77 % активів, 75 % зобов'язань, 76 % власного капіталу банківської системи й 71 % відділень. Тому діяльність цих банків під час війни визначає стійкість банківської системи країни загалом.

Доречно розглянути роботу відділень, тому що це також є аспектом лояльності користувачів до банківської установи (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Режим роботи українських відділень банківських установ

Назва банку	Режим роботи
АТ«Укресімбанк»	Головний банк та Центральне відділення – у м. Києві, філії – у містах Києві, Дніпрі, Житомирі, Миколаєві, Сумах, Вінниці, Запоріжжі, Івано-Франківську, Кропивницькому, Луцьку, Львові, Одесі, Полтаві, Рівному, Тернополі, Ужгороді, Хмельницькому, Черкасах, Чернівцях та Чернігові працюють у штатному режимі.
АТ «Ощадбанк»	Працює 76 % мережі Ощадбанку – це 1115 установ. У м. Києві зі 166 відділень банку 25.04.2022 р. фактично працювали 128, або 77 відсотків

Продовження табл. 2.8

АТ КБ «ПриватБанк»	Фактично працює 1,1 тис. відділень банку з майже 1,5 тис. зареєстрованих, або 73 відсотки
АБ «Укргазбанк»	З 268 відділень банку 25.04.2022 р. фактично працювали 206, або 77 %. У м. Києві з 32 відділень працювали 26, або 81 відсоток
АТ «Райффайзен Банк Аваль»	З майже 400 відділень банку ті, що залишаються відкритими, працюють за скороченим графіком з 9.00 до 16.00
АТ «Альфа-Банк»	З 200 відділень банку фактично працюють понад 120. Заклад першим серед комерційних банків відновив роботу в м. Чернігові
АТ «Укрсиббанк»	Більшість із 250 відділень банку працює за звичайним або скороченим графіком
АТ«ОТП Банк»	З 85 відділень працюють лише ті, що відповідають критеріям фізичної безпеки в певному регіоні
ПАТ «Креді Агріколь Банк»	Працюють понад 100 відділень банку зі 148 зареєстрованих
ПАТ «Пумб»	На 25.04.2022 р. з 248 відділень банку фактично працювали 170, або 69 відсотків

Джерело: побудовано автором на основі даних [40]

Варто зазначити, що банківські установи провадили допомогу через надання пільг, кредитів, знижених комісій тощо.

Основні напрями КСВ в банківських установах України в період воєнних дій в Україні:

1. АТ КБ «ПриватБанк». Скасовано комісію за зняття готівки з кредитних карток приватних осіб. Запроваджено кредитні канікули до 01.06.2022 р. для фізичних осіб за всіма кредитними картками в автоматичному режимі. Оголошено про кредитні канікули всім бізнес-клієнтам, за договорами з якими не було прострочення або таке прострочення становить не більше ніж 90 діб, до 01.06.2022 р. Задля підтримки ОСББ та ЖБК («Теплі кредити» та «Енергодім») оголошено кредитні канікули до 01.06.2022 р. за договорами, за якими не було прострочення або термін такого прострочення становить не більше ніж 90 діб. Термін дії всіх платіжних карток банку автоматично продовжено на 180 днів. 03.03.2022 р. банк авансом перерахував до бюджету 28 млрд грн річних дивідендів та понад 5 млрд грн авансових податкових платежів. Банк є лідером пільгового кредитування агровиробників: з 17.03 по 15.04.2022 р. він надав 1,3 тис. кредитів на 3,4 млрд грн. Також банк почав приймати заявки на фінансування мікро-/малого бізнесу, представники якого працюють

у критично важливих для держави галузях, а також для тих, що продають продукцію й послуги на зовнішніх ринках. Кредити до 2 млн грн для юридичних осіб та до 1 млн грн для підприємців видаватимуть на строк до трьох років з компенсацією державою відсотків в межах програми Доступні кредити 5 – 7 – 9 %. На нову програму бізнес-кредитування банк виділить не менше ніж 2 млрд грн [40].

2. АТ «Ощадбанк». Запроваджено кредитні канікули для клієнтів – фізичних осіб та представників мікро-, малого та середнього бізнесу до 31.05.2022 р. за всіма кредитними продуктами. До 01.06.2022 р. припинено утримання щомісячної комісії в разі недотримання розміру безготівкових розрахунків платіжними картками протягом місяця та списання річної плати за користування пакетом послуг. Термін дії карток автоматично подовжено до 01.08.2022 р. На період воєнного стану скасовано комісію за зарахування бюджетних коштів. 04.03.2022 р. банк сплатив авансом 318 млн грн дивідендів за результатами роботи у 2021 р.; також авансом – 57 млн грн податку на прибуток; придбав військових облігацій на суму 3 млрд грн; перерахував на допомогу армії 100 млн грн. Також банк ухвалив рішення виділити до 10 млрд грн на придбання військових облігацій у наступні два тижні. З 21.03.2022 р. банк розпочав кредитування посівної кампанії. На 18.04.2022 р. загальна сума наданих з початку війни кредитів аграріям становить майже 900 млн грн. У перші три тижні квітня банк надав понад 6,4 млрд грн нових корпоративних кредитів. Збільшено обсяги й кількість виданих позик як для клієнтів з великого бізнесу, так і для середніх, малих і мікропідприємств [40].

3. АБ «Укргазбанк». Запроваджено кредитні канікули для фізичних осіб на 3 місяці. Скасовано щомісячну плату за обслуговування в межах зарплатних пакетів. Скасовано плату за sms-інформування для соціальних та пенсійних карток. Термін дії всіх платіжних карток банку автоматично продовжено на 180 днів. 01.03.2022 р. банк спрямував 375 млн грн на потреби ЗСУ. 15.04.2022 р. банк ухвалив рішення про авансову сплату

податків на 2 млрд грн. З 17.03.2022 р. банк розпочав кредитування аграріїв за новою держпрограмою з підтримки посівної кампанії й за перший місяць її роботи, на 18.04.2022 р., надав 1,1 млрд грн кредитів. Загалом із початку війни до 25.04.2022 р. банк надав українському бізнесу близько 6 млрд грн кредитних ресурсів. [40]

4. ПАТ «Креді Агріколь Банк». Протягом лютого-березня 2022 р. банк здійснив авансові платежі податків на 100 млн грн. Запроваджено спеціальні умови обслуговування клієнтів за банківськими послугами на строк 2 місяці: у разі несплати обов'язкового платежу за будь-якою послугою така заборгованість не вважається простроченою, отже, не застосовуються штрафні санкції. Скасовано щомісячну комісію за всіма картковими пакетами послуг і комісію за грошові перекази на картки інших банків-емітентів. Картки, термін дії яких сплинув у лютому, автоматично подовжено. У відділеннях банку в Польщі впроваджено спрощену процедуру відкриття рахунків для громадян України. Відкриття рахунку та перекази в Україну – безкоштовні [40].

5. АТ «ОТП Банк». Запроваджено кредитні канікули до кінця квітня для всіх без винятку корпоративних клієнтів, представників малого та середнього бізнесу та приватних осіб. Скасовано комісію за внесення готівки на рахунки юридичних осіб та низку комісій за операціями клієнтів – фізичних осіб. Платіжні картки, термін дії яких завершився у лютому-березні або загалом протягом дії воєнного стану, залишаються активними. Розпочато продаж євро у відділеннях банку в Молдові на підставі закордонних або внутрішніх паспортів громадян України в сумі до 3 тис. грн на одного клієнта на день, та форинтів в Угорщині на суму до 15 тис. грн на 1 транзакцію. Банк пропонує українцям відкрити рахунки за спрощеною процедурою в Угорщині, Молдові, Словенії, Болгарії, Румунії, Сербії, Албанії. З 19.04.2022 р. банк відновив надання споживчих кредитів на строк до 12 міс. під заставу строкових депозитів, термін дії яких не сплинув [40].

6. АТ «Райффайзен Банк Аваль». Запроваджено кредитні канікули за

кредитними картками й кредитами готівкою. Скасовано всі комісії за здійснення переказів і платежів, за користування дебетовими платіжними картками й рахунками, а також за приймання безготівкових розрахунків для бізнесу. Для нових бізнес-клієнтів передбачено можливість відкрити рахунки онлайн за допомогою відеоверифікації. Банк автоматично продовжив дію карток, термін яких закінчується в лютому-квітні, на 180 діб. Банк і надалі підтримує державні програми з кредитування аграріїв. Отримано ліміт у 2 млрд грн на участь у державній програмі портфельних гарантій. Упродовж березня банк надав агроклієнтам нових позик на посівну та інші цілі обсягом 1,4 млрд грн. [40]

7. ПАТ «Пумб». Скасовано штрафи за прострочену заборгованість за всіма кредитами, для кредитів корпоративних клієнтів погашення тіла кредиту та відсотків перенесено на 30 днів. Клієнтам банку – фізичним особам оголошено кредитні канікули за наявними кредитами на 3 місяці. Відновлено користування кредитним лімітом для активних клієнтів. Скасовано комісію за еквайрингове обслуговування та плату за використання POS-терміналів. Термін дії всіх карток банку продовжено автоматично. У березні заклад сплатив авансом податки на суму 278 млн грн й ухвалив рішення про аналогічну виплату у квітні на 21 млн грн, а також перерахував 57 млн грн на підтримку ЗСУ [40].

Отже, попри важкі часи для всієї української економіки та фінансового сектора українські банки підтримують не тільки економіку держави сплачуючи податки, а й запроваджують різноманітні пільгові програми для підтримки населення України, які опинилися в складній фінансовій ситуації. Також підтримують збройні сили України, фінансуючи та допомагаючи їм. Банківські установи, вони не забувають про свою соціальну позицію та надихають інші фінансові організації своїм прикладом.

РОЗДІЛ 3. СТАН ТА НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КСВ В БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ

3.1 Стратегія розвитку соціальної відповідальності в банківських установах

У сучасних умовах, коли спостерігаються соціально-політична, економічна нестабільність, невизначеність тенденцій розвитку для стабілізації та урегулювання ситуації, що викликані останніми подіями в Україні, виникає необхідність у підвищенні відповідальності кожного фінансового інституту. Звертаючи увагу на те, яку важливу роль відіграє банківський сектор у розвитку не тільки держави, але й суспільства в цілому, актуальним стає питання підвищення його корпоративної соціальної відповідальності.

Перш, ніж перейти до аналізу та стратегічного бачення корпоративної соціальної відповідальності, необхідно зазначити, існує ряд проблем, що пов'язані з КСВ. Адже в Україні КСВ набуває тільки поступового розвитку, на відміну від розвинених країн світу. Так, на сьогодні вже неможливо уявити, яку-небудь велику західну компанію, яка не була б провідником ідей та принципів КСВ, які добровільно беруть на себе відповідальність за економічну, екологічну та соціальні системи. Цей підхід, сформульований у державній доктрині соціальної відповідальності бізнесу, набув широкого поширення в Європі, США, Японії.

Корпоративна соціальна відповідальність в Японії підтримується культурними традиціями країни. Японська модель КСВ передбачає соціальну згуртованість на рівні компанії й ділову згуртованість на рівні індустріальної групи. Управління бізнесом в Японії орієнтоване не тільки на отримання прибутку. Воно засноване на правильному сприйнятті буття, суспільства й навколишнього світу, усвідомленні своєї відповідальності перед суспільством і прагненні до прогресу цивілізації в цілому [41].

Західні підприємці основною метою своєї діяльності вбачають досягнення максимального прибутку. На Сході настільки ж важливим є поєднання досягнення успіхів і моральної поведінки. Управління має

включати етику корпоративного управління, мораль підприємців і ставлення працівників до питань етики.

Споживач для японців виступає як благодать, якої підприємство зобов'язана своїм успіхом. Японці люблять повторювати «о-кяку сама ва о-ками сама», що буквально означає: клієнт – це Бог. Стимулювання соціально екологічної відповідальності в банківському секторі здійснює Народний Банк Китаю (НБК), використовуючи інструменти грошово-кредитної політики, в тому числі процентну ставку. У 2007 р. НБК спільно з Міністерством охорони навколишнього середовища Китаю й Комісією з регулювання банківської діяльності Китаю створили «зелену» систему кредитування, спрямовану на обмеження доступу до кредитів для компаній, які порушують екологічне законодавство. Китай велику увагу починає приділяти розробці альтернативних джерел енергії. Більш того, в даний час Китай розглядається як один з найбільш привабливих регіонів з точки зору інвестування в проекти з поновлюваних джерел енергії [41].

Щодо корпоративної соціальної відповідальності США доречно буде обумовити найбільш значимий фактор відмінності Американської моделі КСВ від Європейської, вона полягає в тому, що в США немає правового регулювання КСВ і вся діяльність в цій сфері є добровільною, через це неможливо оцінити діяльність компаній в США за типовими ознаками. Тому, нами виділено 4 напрями через які США провадять свою діяльність в сфері корпоративної соціальної відповідальності.

1. Персонал компанії – це досить широка сфера. До неї можна віднести усю діяльність компанії, яка спрямована на створення комфортних умов праці в емоційному та моральному плані. В цю категорії входять такі заходи як: тренінги, волонтерські програми тощо. Коли людина відчуває свою причетність до чогось більшого, ніж відсидіти 8 годин робочого дня. Мотивувати працівника не тільки через заробітну плату, а сформувати комфортну «сімейну» атмосферу. При виборі місця роботи велике значення приділяють атмосфері в колективі, філософії компанії у соціальному аспекті,

ставлення до працівників, можливості кар'єрного росту, отримання навчання в аспекті не тільки підвищення кваліфікації, а й отримання нових знань, та соціальний пакет.

2. Менеджмент ризиками – кожна компанія повинна зосереджуватися не тільки про максимізацію прибутків, а й про перспективу наслідків до яких можуть призвести рішення керівники компанії. Про створення культури розуміння, що ми всі несемо відповідальність за майбутнє нашої планети.

3. Значимість третього аспекту особливо гостро спостерігається в США – це брендування чи позиціонування бренду. Для прикладу, є велика кількість компаній, які виготовляють папір для принтерів. Але одна з компаній виробляє свою продукцію з переробленої сировини. При переробці однієї тонни копіювального паперу економиться 2 тонни деревини. Тому до компаній, які користуються більш екологічно чистою продукцією з'являється лояльність серед споживачів. Ще це є досить гарною PR – компанією для компанії.

4. Особливості менталітету США. Якщо в компанії виникає соціальний конфлікт, то вона віддасть перевагу добровільному розв'язанню цієї проблеми без втручання держави, тому що держава не зможе врегулювати цей конфлікт врахувавши усю специфіку ситуації. Тобто, якщо компанія зливає стічні води в річку вона подбає про їх очищення, а не буде чекати представника влади або представника громадськості.[53]

Варто зауважити, що в Європі КСВ є складовою стратегій розвитку держав. Саме тому, більшість країн ЄС уже розробила або розробляє національні стратегії соціальної відповідальності. Популяризуючи соціальну відповідальність, уряди країн Європи передусім намагаються, щоб урядові установи подавали правильний приклад самі. Згідно з цим, наприклад, голландські урядові установи приділяють особливу увагу умовам, за яких вироблені товари, які вони купують, до 2% закупівель, зроблених державою, мають бути екологічно чистими [42]. Це сприяє заохоченню компаній

виробляти товари і послуги екологічно безпечним способом.

На нашу думку за Європейською моделлю КСВ, держава виступає в ролі інституту, який визначає правила поведінки й стежить за їх дотриманням. У європейській моделі благодійні заходи не є поширеними, як наприклад, в США, це зумовлено високим рівнем податків та відсутністю пільгових програм.

Щодо України, то КСВ ще не набуло такої популярності як за кордоном, через низку проблем, які наведені у (табл. 3.1)

Таблиця 3.1

Сучасні проблеми розвитку КСВ в Україні

Назва проблеми	Характеристика	Напрямок вирішення
Правова	В Україні на сьогодні досить слабе законодавче підґрунтя для розвитку КСВ. Відсутні відповідні законодавчі акти, що в повній мірі розкривають сутність цього поняття та встановлюють основні можливості її реалізації	Створення відповідних правових актів, які будуть описувати и та необхідність розвитку КСВ, та механізми реалізації
Економічна	У сучасних ринкових умовах підприємства орієнтовані у більшості на виживання	Сприяння розвитку КСВ шляхом впровадження реального пільгового оподаткування
Інформаційна	В Україні на належному рівні не проводять інформаційні кампанії з розвитку КСВ, через що, більшість компаній необізнані про корисність впровадження політики соціальної відповідальності, не тільки у розрізі громади а і користі для власного бізнеса	З боку держави необхідним є затвердження плану з проведення спеціальних тренінгів для підвищення рівня обізнаності підприємців. Вони будуть сприяти отриманню нових знань про можливості реалізації політики КСВ та основних економічних, соціальних ефектах, які отримує підприємство в результаті реалізації КСВ-практик

Джерело: сформовано автором

Втілення пропозицій наведених вище може розв'язати проблему низького розвитку КСВ в Україні та створити надійний фундамент для соціально-економічного розвитку фінансової сфери.

Але попри низький розвиток КСВ, в Україні вже є компанії, які проявили ініціативу та вписали соціальну відповідальність у свою стратегію розвитку. Найважливішим способом інформування громадськості про

ініціативи КСВ компанії є корпоративний соціальний звіт, або нефінансовий звіт. Тому пропонуємо проаналізувати державний банк АБ «УКРГАЗБАНК», який ще у 2017 р. почав реалізовувати екологічні проєкти. Основним напрямом він обрав сприяння екологічній відповідальності населення та бізнесу шляхом надання доступного фінансування екологічних проєктів. Його стратегічні цілі були наступні:

1. Зміцнення ЕКО-бренду Банку та збільшення портфелю екологічних кредитів в загальному кредитному портфелі Банку.
2. Розширення сегменту МСБ та утримання лідируючих позицій на ринку за напрямом ЕКО-кредитування малих та середніх підприємств.
3. Підвищення ефективності й продуктивності бізнес-процесів, впровадження передових технологій та удосконалення бізнес-процесів для оптимізації діяльності Банку, що сприятиме його інвестиційній привабливості [28].

Наступний банк це ПАТ «КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК», з 2016 р. даний банк запустив масштабну програму корпоративної соціальної відповідальності банку під назвою «We Care!». У рамках програми він піклується про навколишнє середовище, бере участь у благодійних акціях задля допомоги людям у складних життєвих обставинах, дитячим будинкам чи соціальним проєктам та мотивує своїх співробітників феєричними командоутворюючими заходами [27].

Щорічно АТ «Райффайзен Банк» займається благодійністю змінюючи життя людей на краще. У 2016 р. був нагороджений «Знаком соціальної відповідальності» в рамках унікального для України проєкту Social Responsibility Mark (SRM), ініційованого групою бізнесменів та підприємців з усіх куточків країни та різних сфер бізнесу, які дотримуються європейського вектору розвитку [26].

Найбільший за активами на сьогодні в Україні АТ КБ «ПриватБанк», його соціальна позиція наведена в табл. 3.2.

Соціальна позиція АТ КБ «ПриватБанк»

Напрямок	Характеристика
ПриватБанк є одним з найбільших роботодавців країни	Важко переоцінити значимість ПриватБанку як роботодавця на українському ринку праці. На сьогодні у ньому працює понад 22 тис. чоловік. ПриватБанк – соціально відповідальний банк, що приймає на роботу осіб з інвалідністю (4% від загальної кількості співробітників). Співробітники отримують зарплату в середньому на 10% більшу, ніж їхні колеги в інших банках. До того ж, даний банк надає співробітникам повний соціальний пакет, щорічну оплачувану відпустку на 24 календарних дні, систему пільгового кредитування житла та авто, консультації з юридичних питань, забезпечення безпеки співробітників та членів їхніх родин (програма «Захист»), знижки на корпоративний зв'язок
ПриватБанк – це зелений банк	У жодному іншому банку України не діє стільки програм із захисту оточуючого середовища! Увесь документообіг у банку електронний, тому співробітниками практично не використовується папір. У ПриватБанку працює екологічна технологія інкасації, щороку проводить суботники, стати учасником якого можуть усі бажаючі
ПриватБанк навчає фінансовій звітності	ПриватБанк не тільки сам постійно навчається чомусь новому, але й з радістю ділиться своїми знаннями з клієнтами. У банку діють освітні програми, в яких кожен може знайти щось цікаве для себе. ЮніорБанк навчає школярів фінансовій грамотності та програмуванню. Топ-менеджери ПриватБанку проводять бізнес-семінари для підприємців і діляться своїм досвідом. На плазмових екранах у відділеннях транслюються навчальні ролики з фінансовими споживчими порадами, наприклад, як розрахуватися банківською картою в Інтернеті
ПриватБанк займається благодійністю	Банк є засновником благодійного фонду «Допомагати просто», який регулярно допомагає дитячим будинкам і школам-інтернатам, онкохворим дітям, а також постраждалим від стихійних лих чи терактів. Усі бажаючі можуть зробити благодійний внесок на будь-яку суму через касу ПриватБанку, банкомат або Інтернет-банк Приват24

Джерело: сформовано автором на основі [43]

Ключові напрями стратегії корпоративної соціальної відповідальності АТ «УКРСИББАНК» – це економіка, люди, громади, довкілля. Окрім цього, в рамках стратегії розвитку Групи BNP Paribas до 2025 р. одним з трьох основних принципів визначене стале фінансування та впровадження ESG- (Ecological, Social, Governance – екологія, соціальні питання, корпоративне управління) практик, що має сприяти прагненню клієнтів до переходу до надійної та передбачуваної економіки [44].

Ключові напрями стратегії АТ «УКРСИББАНК» (табл. 3.3)

Ключові напрями стратегії АТ «УКРСИББАНК»

Напрямок	Характеристика	Метод впровадження
Економіка	Фінансування економіки з дотриманням високих стандартів. Пропонуючи клієнтам якісні фінансові продукти та послуги АТ «УКРСИББАНК» завжди орієнтується на етичність та відповідальність бізнесу. Банк сприяє економічному розвитку та створенню робочих місць у понад 70 країнах світу	Інвестиції та кредитування з позитивним впливом на економіку. Найвищі стандарти бізнес-етики. Системна інтеграція та управління екологічними, соціальними та управлінськими ризиками
Люди	Люди – найвища цінність. Тому соціальна відповідальність є важливим напрямом в діяльності банку	Сприяння інклюзії та різноманітності на робочому місці. Забезпечення кращим місцем для роботи з відповідальним роботодавцем. Пропонування працівникам навчання та динамічне управління кар'єрою
Громади	Прагнення покращити кожен аспект суспільства. Тому зобов'язання банку націлені на боротьбу з соціальним відторгненням, сприяння рівних можливостей через фінансову освіту та мікрофінансування, а також заохочення творчості та солідарності	Продукти та послуги доступні. Поважання та дотримання прав людини. Підтримання корпоративної філантропії, спрямованої на розвиток мистецтва і солідарності та покращення умов навколишнього середовища
Довкілля	Боротьба зі зміною клімату — це найвищий пріоритет для BNP Paribas як глобальної компанії, яка фінансує енергетичний сектор. Діяльність банку відповідає Паризькій угоді, яка спрямована на фінансування низько вуглецевих проєктів	Підтримка клієнтів низьковуглецевої економіки. Зменшення впливу власної діяльності на довкілля. Популяризація найкращих екологічних практик

Джерело: сформовано автором на основі [44]

Отже, підсумовуючи вищезазначене, можна зауважити, що рівень корпоративної соціальної відповідальності в Україні на досить низькому рівні, через низку факторів. Але Україна як досить молода держава, що стрімко розвивається та активно популяризує всі нові тенденції та тренди, і навіть якщо на рівні законодавства політика соціальної відповідальності не

прописана, але небайдужі люди з яких і формується держава спираючись на досвіт іноземних країн провадить політику КСВ на своїх підприємствах, там самим показують власний приклад усіх переваг ведення соціально відповідального бізнесу.

3.2 Соціальне підприємництво як один із напрямів розвитку КСВ в банківських установах

КСВ – це відповідальність підприємства за прямий та опосередкований вплив на економічну, екологічну та соціальні системи. Якщо говорити за соціальне підприємництво то – це підприємницька діяльність, яка покликана розв’язувати різні соціальні проблеми та задовольнити проблеми суспільства. Безумовно ці поняття суміжні, але в них є розбіжності. Тому що саме мета створення бізнесу і є основною відмінністю. Якщо розглядати класичну модель створення бізнесу вона направлена на отримання максимального прибутку, мета ж соціального підприємництва, на розв’язання соціальних проблем та потреб. Для бізнесу соціальна діяльність є побічною, для соціального бізнесу – це основна мета її діяльності.

На сьогодні соціальне підприємництво в Україні ще не легалізовано, тобто юридично не визнано. Не дивлячись на це, соціальне підприємництво існує та досить успішно функціонує як в інших країнах, так і в Україні.

Як приклад, Ванкуверська компанія «TENTREE», заснована у 2012 р. п'ятьма новаторами. Ця компанія ставить перед собою місію – стати найбільш екологічним і прогресивним брендом на планеті у швейній промисловості. Не тільки знизити поганий вплив на екологію, а й використовувати промисловість для змін у світі [45].

1. За продаж кожної одиниці товару висаджують 10 дерев.
2. У продукції використовують виключно еко-матеріали: кокосові гудзики, конопляні волокна, органічну бавовну, перероблений поліестер.
3. Станом на 2019 р. висадили понад 25 мільйонів дерев.
4. До 2030 р. планують досягти позначки в 1 мільярд.

В Україні також соціальне підприємництво розвивається, динаміку кількості

соціальних підприємств протягом 2018 – 2022 років зображено (рис. 3.1)

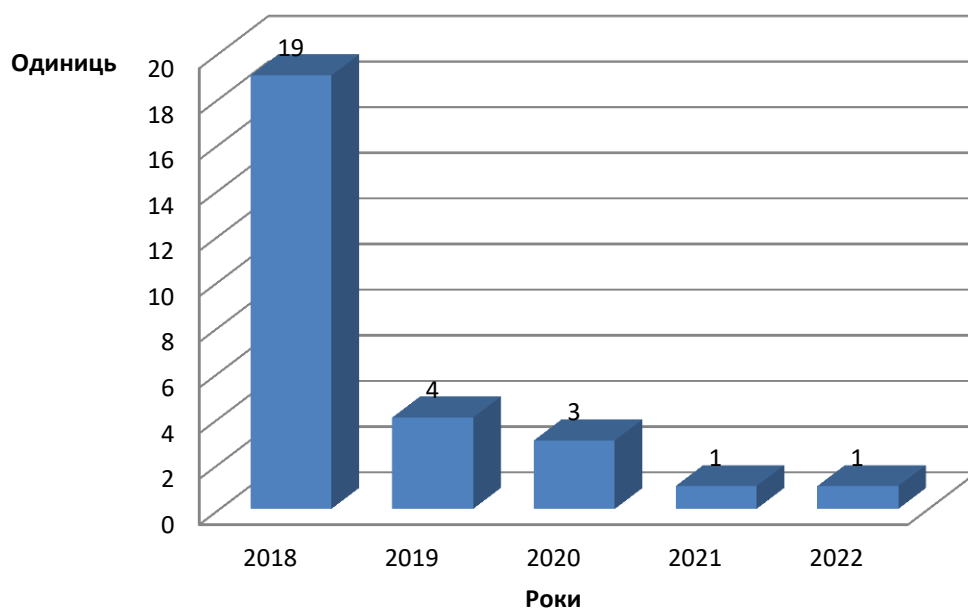


Рисунок 3.1 Динаміка виникнення соціальних підприємств в Україні протягом 2018-2022 рр., од.

Джерело побудовано автором на основі [46]

Аналізуючи дану таблицю можна побачити, що після 2018 р. значно знизилась тенденція до заснування соціальних підприємств. На нашу думку, це пов'язано з необізнаністю підприємців як саме потрібно популяризувати своє підприємство та й ще значного удару соціальне підприємництво зазнало під час пандемії. Складність фінансування з'являється через те, що більшість соціальних підприємств фінансується шляхом коштів власників (рис. 3.2).

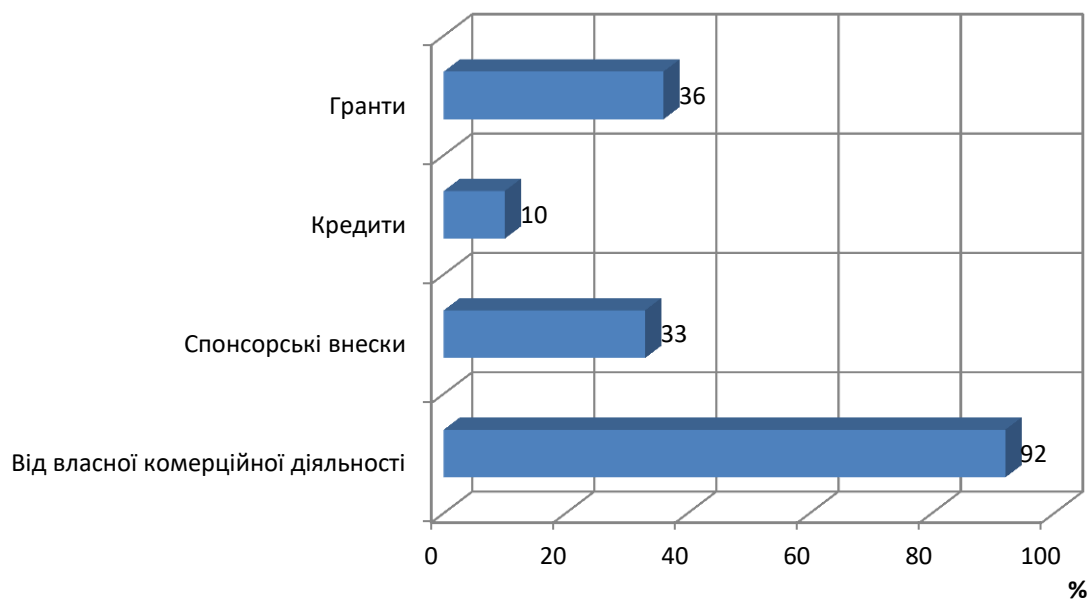


Рисунок 3.2 Джерела фінансування соціальних підприємств України 2022 р.

Джерело: побудовано на основі матеріалів [46]

З огляду на вищезазначений матеріал можна зробити висновки, що у питаннях фінансування основне навантаження покладається на засновників. Але знаходяться небайдужі люди, які допомагають засновникам цих підприємств провадити свою діяльність та розвивати напрям який вони обрали. Основні напрями соціальних підприємств в Україні можете наведено на (рис. 3.3).

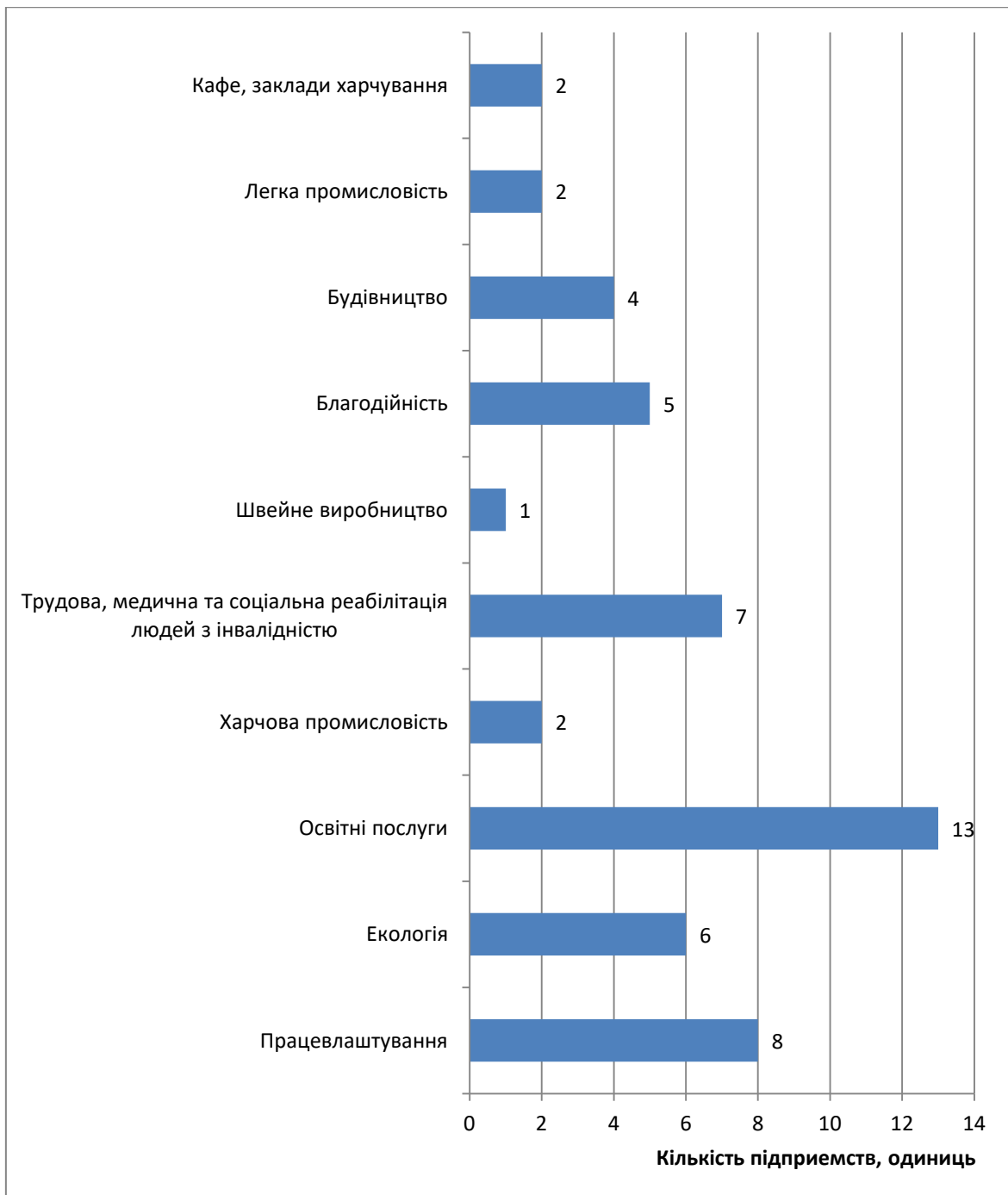


Рисунок 3.3 Напрями діяльності соціальних підприємств в Україні, 2022р.

Джерело побудовано автором на основі [46]

Аналізуючи данні можна зробити висновок, що основний напрям діяльності соціальних підприємств – це надання знань у різноманітних сферах для підвищення кваліфікації людей. Багато підприємств поєднують різні види діяльності надаючи комплексну допомогу. Так, в нашому місті існує соціальне підприємство, яке називається Миколаївське учбово-виробниче підприємство Українського товариства сліпих. Вони пропонують

людям з особливими потребами працевлаштовуватись до них на виробництво, та надають потрібні знання в сфері їх майбутньої роботи.

У сфері фінансових відносин цікавим досвідом є соціальний банк Grameen у Бангладеші. У 1976 р., професор університету Чіттагонга Мухаммад Юнус у рамках дослідницького проекту, розробив систему забезпечення банківськими послугами найбідніших верств населення Бангладеш. Джерелом натхнення для створення такого банку стали несприятливі економічні умови у Бангладеші — у країні вирував масовий голод, тому Юнус прийняв рішення позичити 42 фермерам по 27 доларів США. Як виявилось, навіть такої незначної на перший погляд суми, було достатньо, аби люди почали створювати невеличкі ферми та розвивати власний бізнес. Результати такого експерименту показали, що подібна практика може зменшити бідність населення у сільських районах Бангладеш, і врятувати людей від голоду [47].

За підтримки університету Чіттагонга Мухаммад Юнус провів дослідження Rural Economics Project, він спостерігав, як мікрокредитування впливає на чисельність бідного населення навколишніх сіл. Проект став успішним, і після цього, Юнуса підтримав Центральний Державний Банк Бангладеш, і територіальне охоплення банку Grameen почало поширюватися по всій країні [47].

Через невпинно зростаючу популярність проекту Мухаммада Юнуса, у 1983 р. Grameen Bank було зареєстровано як незалежну банківську організацію. Відділення банку поширювалися на всю країну — у 2006 р. їх кількість була приблизно 2 тисячі, а сума кредитів, виданих населенню сягала 7,6 мільярдів доларів США [47].

У 2006 р. Grameen Bank та його засновник, Мухаммад Юнус став лауреатом Нобелівської премії миру, за свою діяльність з кредитування бідного сільського населення країни. Це перший випадок у історії, коли банк отримав Нобелівську премію миру [47].

Мухаммад Юнус визначає 6 принципів, на які може ґрунтуватися

кожен соціальний бізнесмен (рис. 3.4).

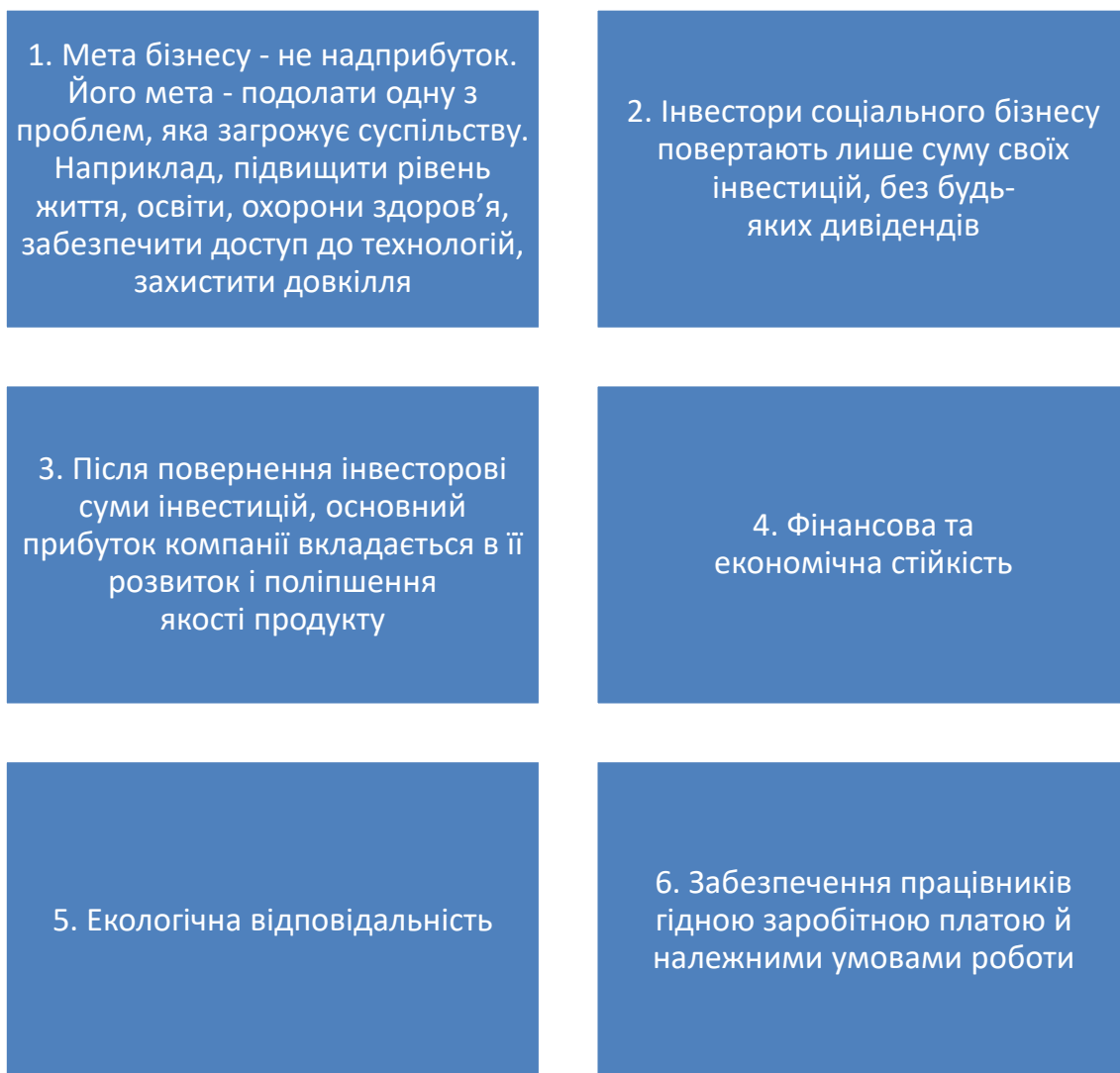


Рисунок 3.4 Принципи соціального бізнесу за Мухаммад Юнус

Джерело: Сформовано автором на основі [48]

Соціальне підприємництво – це потужний механізм у розв’язанні соціальних проблем. До проблем соціального підприємництва, можна віднести: низький рівень обізнаності суспільства, незакріплений на законодавчому рівні механізм його формування, та способи провадження цієї діяльності. На нашу думку, держава повинна сприяти розвитку соціального підприємництва наступними діями:

1. Затвердити на державному рівні поняття соціальне підприємництво.
2. Ввести пільгове оподаткування для таких організацій.
3. Розробити орган, який буде займатися популяризацією соціального підприємництва. Щоб кожна людина, яка захоче займатися цим видом

діяльності мала змогу отримати консультацію та підтримку з боку держави.

3.3 Соціальна звітність як інструмент управління корпоративною соціальною відповідальністю.

Найважливішим способом інформування громадськості про ініціативи КСВ компанії є корпоративний соціальний звіт, або нефінансовий звіт. Соціальна або нефінансова звітність – це звіти компаній, що містять інформацію про соціальні та екологічні показники.

Ведення соціальної або нефінансової в наш час є дуже важливим аспектом ведення бізнесу, воно висвітлює прагнення компанії до покращення соціальної та екологічної ситуації в своїй країні. Корпоративна соціальна звітність в сучасній світовій практиці має три форми представлення: довільна форма звітування, комплексний звіт та стандартизований звіт.

Довільна форма має на меті інформування зовнішніх користувачів та не може підлягати аудиту.

Відмінною рисою комплексних звітів є те, що вони відображають інформацію з трьох позицій діяльності, якими займається підприємство: економічна, соціальна, екологічна [49].

Розпочнемо огляд соціальної звітності банків з державного еко-банку АБ «УКРГАЗБАНК»

Банк обрав пріоритетним напрямом роботи проекти, що пов'язані з ефективним використанням енергоресурсів та зменшенням негативного впливу на довкілля (Стратегія «Green banking»). Банк поширює екологічну культуру та ідеї енергозбереження серед населення та українських компаній, а також допомагає клієнтам у реалізації цих проектів через надання фінансування. Банк реалізує «зелену» стратегію разом із Міжнародною фінансовою корпорацією (IFC), що має глибокі знання та практичний досвід у сфері енергоефективності та «зеленої» електроенергетики [28].

Станом на 01.01.2019 р. АБ «УКРГАЗБАНК» профінансував проекти загальним обсягом на 14,3 млрд грн; 2019 р. – 15,26 млрд грн; 2020 – 19,31

млрд грн відповідно. Чітко простежується динаміка збільшення виділення коштів. Напрями фінансування АБ «УКРГАЗБАНК» (табл. 3.4.).

Таблиця 3.4.

Частка клієнтів у кредитному екопортфелі станом на 01.01.2020 р,

млрд. грн

Клієнт	Частка	%
Корпоративний бізнес	11,87	77,7
Малий та середній бізнес	3,19	20,9
Роздрібний бізнес	0,21	1,4

Джерело: сформовано автором на основі [28]

З вищезазначених даних можна зробити висновок, що питому вагу кредитного портфелю складає корпоративний бізнес – 77,7% всього кредитного портфелю, на другому місці малий та середній бізнес – 20,9 %, найменшу питому вагу складає роздрібний бізнес 1,4 відсотків.

Найбільшу частку у екопортфелі складають проекти з відновлювальних джерел енергії – 64,1% , а саме:

- 1) сонячні електростанції (зокрема дахові та приватні) – 47,9% від усіх екопроектів;
- 2) електростанції на біопаливі (біогаз, біомаса) – 4,6% від усіх екопроектів;
- 3) вітрові електростанції – 8,9% від усіх екопроектів;
- 4) малі гідроелектростанції – 2,7% від усіх екопроектів [28].

АБ «УКРГАЗБАНК» реалізує й інші соціальні проекти (табл. 3.5).

Екопроекти АБ «УКРГАЗБАНК»

Назва проєкту	Характеристика
Green Car	бланковий кредит на придбання легкових автомобілів, що будуть використовуватися в особистих та сімейних цілях та, які використовують як гібридний спосіб підключення двигунів до приводу автомобіля, так і приводяться в рух електродвигуном/електродвигунами
«Тепла оселя»	кредит на придбання енергоефективного обладнання та/ або матеріалів, що не передбачає відшкодування частини суми кредиту від Держенергоефективності
«Еко-оселя»	кредит на придбання енергоефективного обладнання та/ або матеріалів, що не передбачає відшкодування частини суми кредиту від Держенергоефективності
«Авто в кредит ЕСО Car»	кредит на придбання легкових автомобілів, які будуть використовуватися в особистих та сімейних цілях та які приводяться в рух електродвигуном

Джерело: Сформовано автором на основі [28]

Наступний банк ПАТ «КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК», починаючи з 2016 р. банк реалізовує масштабну програму корпоративної соціальної відповідальності We Care!, яка містить три основні напрями: благодійність, екоініціативи та турботу про співробітників. Команда банку втілює благодійні ініціативи власними силами, збираючи кошти на добрі справи, допомагаючи дитячим будинкам, беручи участь у Днях донора. Водночас банк здійснює системні інвестиції в масштабні благодійні проєкти.

Наприклад, у 2020 р. була найбільша за всю історію банку благодійна ініціатива. За 5 хвиль благодійності банк зібрав понад 11,2 мільйонів гривень, які були направлені на боротьбу з COVID-19, закупили близько 100 одиниць техніки, до них входили апарати зі штучної вентиляції легень, та кисневі концентратори. Ще ПАТ «КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК» привчає своїх робітників бути соціально відповідальними. Вони займаються висадженням дерев, так у Києві у рамках програми «Дерево за авто кредит» було висаджено 15000 саджанців та 30 молодих дерев. Благодійний аукціон від членів правління банку на якому працівники пожертвували 58000 гривень на які було закуплено препарат «Кустодіол» для пацієнтів Національного інституту серцево-судинної хірургії імені Амосова [27].

Навіть під час війни банк не перестає реалізовувати свою соціальну програму та продовжує робити життя людей краще. Наприклад, ПАТ «КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК» за підтримки благодійного фонду «Твоя опора» у лютому придбав наркозно-дихальний апарат вартістю 2,1 мільйона гривень для підтримки життя дітей під час проведення хірургічних операцій в Інститут педіатрії, акушерства й гінекології НАМН України (ІПАГ). Ще 500000 гривень пішло на допомогу пораненим військовим та цивільним, на ці кошти придбали їжу та медикаменти у Києві та інших регіонах. Креді Агріколь спрямував 270 000 гривень на підтримку центрів тимчасово переміщених осіб у Львові та області.

Наступний банк АТ «Райффайзенбанк», він провадить свою діяльність у різних напрямках. Перший напрям – це спонсорство у 2020 р. банк підтримав низку масштабних спонсорських проєктів різного спрямування: у сфері освіти, культури, мистецтва, науки, спорту, охорони здоров'я. Серед них такі проєкти, як: підтримка діяльності Національного академічного театру української драми ім. Івана Франка (вже понад 20 років банк є титульним спонсором театру); спонсорська допомога у проведенні фестивалю українського кіно «Відкрита ніч»; спонсорство конференції Global Payments Day 2020; проведення міжнародної конференції IT Arena 2020; підтримка проєкту Київського національного економічного університету «Центр підприємництва та інновацій KNEU HUB» у рамках 3-річної програми партнерства; підтримка дослідницької та освітньої діяльності Київської школи економіки, гранти найкращим викладачам школи; спонсорська допомога на діяльність Українського католицького університету; підтримка веломарафону «Київська сотка». [26]

Інший напрям це благодійність, придбання 3-х апаратів штучної вентиляції легень AVEA виробництва США для Київської міської лікарні №9 та Чернігівської обласної лікарні, придбання засобів захисту для працівників Херсонської обласної інфекційної лікарні у співпраці з БФ «Крона», закупівлю шкільних товарів для важкохворих дітей у центрах реабілітації для

розумововідсталих та дітей з ДЦП та ЦНС м.Києва, придбання дезінфекційного обладнання для Комунальної аварійно-рятувальної служби «Київська служба порятунку» – апаратів високого тиску з підігрівом дезінфікуючих розчинів, змонтованих на автомобільному причепі. Їх використовують при виїзді на санітарну обробку приміщень, транспорту та територій у зв'язку з COVID-19. [26]

Ще банк надає підтримку у фінансовій грамотності населенню, починаючи з 2015 р, в банку діє проєкт фінансової грамотності для підлітків та молоді Teens Academy. У 2020 р. було проведено 4 тренінги для дітей працівників та клієнтів банку, у тому числі – онлайн, враховуючи реалії карантинних умов внаслідок пандемії [26].

Екологічна відповідальність також є для банку важливим питанням, приміром, у ньому провели модернізацію вентиляції робочих приміщень; використовують енергозберігаючі лампи, двосторонній друк; економлять воду та електроенергію. Серед працівників започатковано також ініціативу збору відпрацьованих гальванічних елементів для їхньої подальшої утилізації. У Центральному офісі банку триває проєкт «Сортуємо сміття свідомо», започаткований у 2019 році. Своїм клієнтам банк рекомендує задля збереження природних ресурсів намагатися обходитися без роздрукування квитанцій при користуванні банкоматами.

Основним напрямом поширення інформації у соціальному аспекті є не фінансова звітність підприємства. Основні напрями активізації нефінансового звітування фінансовими установами України ви можете переглянути на (рис 3.5.)

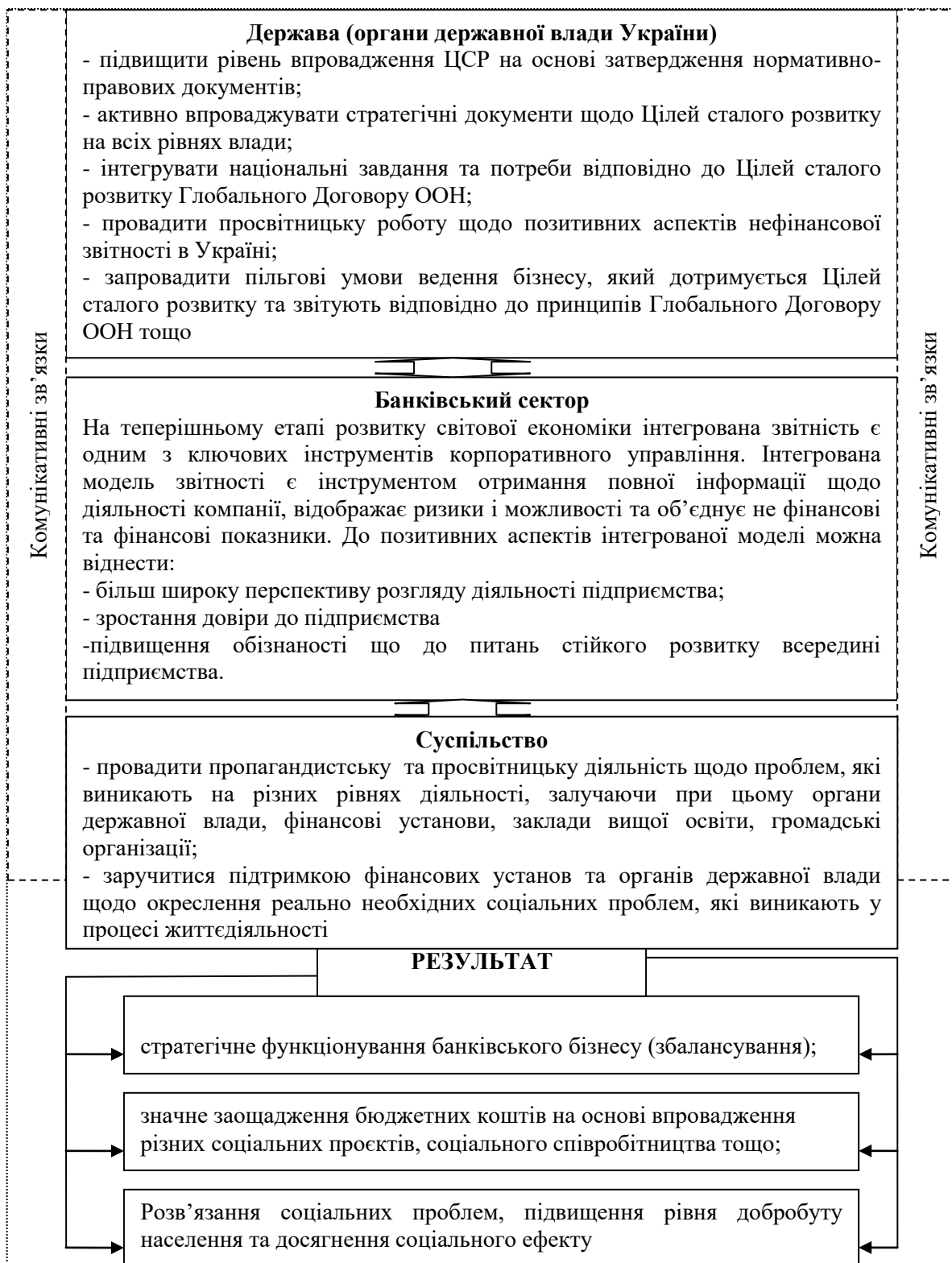


Рисунок 3.5 – Основні напрями активізації нефінансового звітування фінансовими установами України

Джерело: сформовано та доповнено автором на основі матеріалів [53]

На теперішньому етапі розвитку ринкової економіки недостатньо лише висвітлення питань пов'язаних з фінансовим капіталом. Фінансовий звіт не висвітлює у повній мірі питання соціального економічного та економічному

розвитку підприємства. Крім того, не приділяється уваги відображенню таких чинників, як ризик, стратегія і стійкість бізнесу. Тому на мою думку доцільним буде введення інтегрованої моделі звітності у банківському секторі. Вона розширить можливості донесення інформації до широкого кола споживачів, та спростить розуміння інформації серед стейкхолдерів.

Соціальна звітність є рушійною силою КСВ на підприємствах, проводячи аналіз, зосереджено увагу на те, що у всіх звітах пункти з соціальною звітністю знаходяться на початку звіту, це свідчить про те, що для банків соціальна звітність є важливою складовою їх роботи. Вони прагнуть, щоб кожен бажаючий бачив, що банк піклується про суспільство та намагається допомагати всім хто цього потребує. Після проведеного дослідження змінюється в позитивному аспекті відношення до банківських установ, тепер, це не просто організація, яка може надати кредити або зберігати гроші, це фінансова установа, яка турбується про своїх стейкхолдерів. Однією із позитивних сторін провадження політики корпоративної соціальної відповідальності є набуття позитивної репутації з боку компанії та визнання її на світовому рівні.

ВИСНОВКИ

Проведене в процесі написання випускної кваліфікаційної роботи дослідження дозволяє зробити наступні висновки:

1. Дослідивши та узагальнивши аспекти розвитку корпоративної соціальної відповідальності можна зробити висновки що багато вітчизняних та іноземних фахівців займалися формуванням та розвитком поняття КСВ не одне десятиліття, згрупувавши їх можна сказати що КСВ – це позитивний вплив бренду на все, що відбувається навколо нього. Важливість КСВ у світовій фінансово-економічній екосистемі переоцінити важко, це новітня тенденція, яка повинна бути впроваджена в наш час.
2. Проаналізувавши систему законодавства спрямованого на розвиток корпоративної соціальної відповідальності можна зазначити, що в іноземних країнах більш чітко визначено поняття КСВ та яка діяльність підпадає під цей пункт. У нашій країні на законодавчому рівні не прописана корпоративна соціальна відповідальність та напрями, що з нею пов'язані, це приводить до слабкої обізнаності суспільства. Держава повинна на законодавчому рівні заохочувати підприємства до впровадження політики КСВ, шляхом надання пільг, або пільгового оподаткування, також розробляти закони та нормативно-правові акти, в яких чітко будуть прописані усі позитивні сторони КСВ і те, чому це так важливо.
3. У результаті дослідження фінансово-економічного стану банківських установ України можна зробити висновок, що прибутковість всього банківського сектору не зважаючи на пандемію COVID19 та початок війни, стрімко зростає. На нашудумку, це зумовлено тим, що більшість банківських установ вже давно впровадили політику Корпоративної соціальної відповідальності в свою організацію.
4. Провівши аналіз іноземного досвіду з КСВ, виявлено, що усі перелічені моделі корпоративної соціальної відповідальності описують різне

бачення цілей організації, та її взаємодію із суспільством. На основі цього розуміння, організація може використовувати різні інструменти КСВ задля досягнення своїх стратегічних цілей

5. Проаналізувавши звітності банківських установ (нефінансової звітності), були виявлені недоліки у системі подання звітів, наявна система консолідованих звітів компанії не висвітлює у повному обсязі розвиток компанії та стратегію розвитку корпоративної соціальної відповідальності. Було запропоноване введення інтегрованої форми звітності, для кращого розуміння інформації широкого кола стейкхолдерів, збільшення прозорості та достовірності інформації, контроль і управління ризиками організації, ефективністю використання ресурсів. Формуючи інтегровані звіти, компанія збільшує довіру та впевненість своїх стейкхолдерів, а також законність своїх операцій. Це може збільшувати бізнес-можливості компанії та покращувати її систему ризик-менеджменту. Формуючи внутрішні інтегровані звіти, компанія оцінює свою етику, фундаментальну вартість, рівень управління та зовнішні покращання й впевненість, в яких заінтересовані стейкхолдери.
6. З'ясовано, що застосування корпоративної соціальної відповідальності надає дослідженим компаніям й конкретні переваги, зокрема, покращення управління завдяки запобіганню ризикам; покращення репутаційного менеджменту; збільшення обсягів продажу та частки ринку; мотивування співробітників; оптимізація операційних процесів та зменшення витрат; лояльність інвесторів; покращення фінансових показників діяльності; налагодження стосунків із державним сектором та суспільством тощо.

Отже, еволюція поглядів на КСВ формує нові підходи до її сучасної концепції, проте в епоху глобалізації потреба у застосуванні соціальної відповідальності бізнесу стає життєво необхідною для компаній й характеризується, як "...здатність компанії відповідати на

економічні, правові та етичні очікування суспільства”. Соціальна відповідальність більше не може ігноруватися підприємствами, організаціями та установами, якщо вони хочуть функціонувати у довгостроковій перспективі.

СПИСОК ВИКОРИСТОНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. В. Л. Дикань, В. В. Компанієць, О. М. Полякова Етичні основи бізнесу, 2012. 194 с.
2. Davis K. Can business afford to ignore social responsibilities? California Management Review 2 (3). 1960. P. 70.
3. Carroll A. B. Corporate social responsibility: The centerpiece of competing and complementary frameworks. Organizational dynamics. N.Y. 2015. Vol. 44. No 2. P. 87–96
4. Carroll A. B. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. Business Horizons. 1991. July-August. P. 42.
5. Davis K., Blomstrom R.L. Business and society: Environment and responsibility // Ethical Theory of Business. 1975. С. 95
6. European Commission. Sustainable and responsible business. Corporate Social Responsibility (CSR). 2010. URL: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-socialresponsibility/index_en.htm(дата звернення 20.10.2022)
7. Мацусіта К. Місія бізнесу/Пер. з англ. М.: Альпіна Паблішерз, 2010. С. 27.
8. Corporate Social Responsibility the WBC SD's Journey, 2002. P. 5 URL: www.wbcd.org (дата звернення 20.10.2022)
9. Corporate Social Responsibility: making good business sense, 2000. P. 109.
10. Global Corporate Citizenship The Leadership Challenge for CEO and Boards. World Economic Forum, 2002. P. 4-11.
11. Плакас Т.О. Ефективність інструментів корпоративної соціальної відповідальності: автореф. дис. наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.05 ,Економіка та управління народним господарством, 2012. 20 с.
12. Градюк, Н. М. Сучасні моделі соціальної відповідальності підприємств : Materialy VII Mezinarodni vedecko-prakticka konference Nastoleni

- moderni vedy – 2011. Dil 3. Economicke vedy. Praha: PH Education and Science, 2011. P. 24-26
13. Мозговий Я. І. Моделі корпоративної соціальної відповідальності в банках : Ефективна економіка : електронне наукове фахове видання. 2011.№9.URL:
<http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=700>. (дата звернення 20.10.2022)
14. Соціальна відповідальність чи вигода? / Воробей В. // Управління в контексті. Глобальні перспективи міжнародного бізнесу. Києво-Могилянська Бізнес Студія. – 2005. – № 10. – с. 19 – 29.
15. Глобальний договір. UN Global Compact. URL: <https://www.unglobalcompact.org> (дата звернення 03.11.2022)
16. ISO 26000 Керівництво із соціальної відповідальності. URL: <http://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html> (дата звернення: 03.11.2022).
17. Стандарт перевірки звітності AA 1000 “Account Ability’s”. URL: <https://www.accountability.org/standards> (дата звернення: 03.11.2022)
18. Міжнародний стандарт інтегрованої звітності. URL: http://integratedreporting.org/wp-content/uploads/2015/03/13-12-08-THE-INTERNATIONAL-IR-FRAMEWORK.docx_en-US_ru-RU.pdf (дата звернення: 04.11.2022)
19. Курінько Р.В. Національна стратегія КСВ в Україні: стан та перспективи. URL: <http://kurinko.com/uk> (дата звернення: 05.11.2022)
20. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14> (дата звернення: 05.11.2022)
21. Законодавство України. Офіційний вебсайт Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua>. (дата звернення: 05.11.2022)
22. Сайт Центру корпоративної соціальної відповідальності. URL: <http://csr-ukraine.org>. (дата звернення: 05.11.2022)

23. Кубко В. П. Процес створення корпоративних кодексів. Труды Одесского политехнического университета. 2008. Вип. 1(29). С. 314-317
24. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <http://www.minfin.gov.ua> (дата звернення: 06.11.2022)
25. Форіншурер – онлайн-журнал. URL: <https://forinsurer.com/rating-banks> (дата звернення: 06.11.2022)
26. Офіційний сайт АТ «Райффайзенбанк». URL: <https://raiffeisen.ua/> (дата звернення: 17.11.2022).
27. Офіційний сайт АТ «Креді Агріколь Банк». URL: <https://credit-agricole.ua> (дата звернення: 17.11.2022).
28. Офіційний сайт АТ «Укргазбанк». URL: <https://www.ukrgasbank.com> (дата звернення: 17.11.2022).
29. Ласукова А. С. Корпоративна соціальна відповідальність як фактор ефективності банківського бізнесу URL: <https://mer.fem.sumdu.edu.ua> (дата звернення: 18.11.2022)
30. McGuire, J., Sundgren A, Schneeweis T. Corporate social responsibility and firm financial performance : Academy of Management Journal. 1988. № 31(4). P. 854-872.
31. McWilliams A., Siegel D. Corporate social responsibility and financial performance: Correlation or misspecification? : Strategic Management Journal. 2000. № 21(5). P. 603-609.
32. Aupperle, K. E. Carroll, A. B., Hatfield J. D. An empirical examination of the relationship between corporate social responsibility and profitability. Academy of Management Journal. 1985. № 28(2). P. 446-463.
33. Keffas, G., Olulu-Briggs O. Corporate social responsibility: how does it affect the financial performance of banks? Empirical evidence from US, UK and Japan. Journal of Management and Corporate Governance. 2011. Volume 3. P. 8-26.

34. Хайлук, С. О., Мельник Т. М. Використання непараметричних методів оцінювання ефективності, результативності і продуктивності діяльності вітчизняних банків. Актуальні проблеми економіки. 2010. № 11(113). С. 263-276.
35. IBR The Indiana Business Review. URL: <http://www.ibrc.indiana.edu/ibr/index.html> (дата звернення: 18.11.2022)
36. Бурланков С., Ильина И., Долгов Д., Скворцов А. Технико-экономические методы оценки конкурентоспособности предприятия и продукции. Экономические исследования. 2011. № 3. С. 1–10.
37. Цибульська Е. І., Кубарева М. В. Оцінка стратегічних конкурентних переваг компанії на основі корпоративної соціальної відповідальності. Ч.3, 2018 Науковий вісник Ужгородського національного університету. URL:http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/19_3_2018ua/29.pdf (дата звернення: 20.11.2022)
38. Reynolds M., Yuthas K. Moral discourse and corporate social responsibility reporting . Journal of Business Ethics. 2008. No. 78(1–2). P. 47-64.
39. Гительман Л., Кожевников М. Управленческий консалтинг для технологической модернизации и индустрии будущего. Экономика региона. 2017. Т. 13. № 1. С. 204–215.
40. Національний інститут стратегічних досліджень URL: <https://niss.gov.ua/news/novyny-nisd/ukrayinski-banky-v-umovakh-viyny-persha-desyatka> (дата звернення: 20.11.2022)
41. О. В. Жмай, Корпоративна соціальна відповідальність в країнах Азії, 2017. URL: <http://www.irbis-nbu.gov.ua> (дата звернення: 20.11.2022)
42. Смовженко Т., Кузнецова А. Корпоративна соціальна відповідальність. 2-ге вид., виправл. і доповн. К. : УБС НБУ, 2010. 314 с.
43. Офіційний сайт АТ КБ «ПриватБанк». URL:<https://privatbank.ua/> (дата звернення: 21.11.2022).
44. Офіційний сайт АТ «УКРСИББАНК». URL:<https://ukrsibbank.com> (дата звернення: 22.11.2022).

45. Діана Алісова, Соціальне підприємництво: як бізнес змінює світ? URL: <https://beetroot.academy> (дата звернення: 24.11.2022)
46. Соціальне підприємництво в Україні, URL: <https://socialbusiness.in.ua> (дата звернення: 24.11.2022)
47. Досвід для натхнення, URL: <https://socialbusiness.in.ua> (дата звернення: 24.11.2022)
48. Соціальний бізнес може змінити світ! URL: <https://gurt.org.ua> (дата звернення: 24.11.2022)
49. Захаров Д. Сутність соціальної звітності. URL: <https://conf.ztu.edu.ua> (дата звернення: 25.11.2022)
50. Гусєва О.Ю., Воскобоєва О. В., Хлевицька Т. Б. Соціальна відповідальність бізнесу URL: https://dut.edu.ua/uploads/1_2168_88978048.pdf (дата звернення: 25.11.2022)
51. Корпоративна соціальна відповідальність та соціальний розвиток підприємств, навчальний посібник, 2018 URL: <https://bstudy.net> (дата звернення: 25.11.2022)
52. Будько О.В. ОСОБЛИВОСТІ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ, 2020 URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua> (дата звернення: 25.11.2022)
53. Лункіна Т.І. ОСНОВНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ЗВІТНОСТІ: ІНОЗЕМНИЙ ТА ВІДЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД

ДОДАТКИ

Додаток А

Річна фінансова звітність АБ "УКРГАЗБАНК" 2019-2020

Посилання на Google-Диск:

https://drive.google.com/drive/folders/10pC_nTxpiaXaN24viefZGdCEirO8TNW1?usp=share_link

Додаток Б

Річна фінансова звітність АТ "КРЕДІА АГРІКОЛЬ БАНК" 2019-2021

Посилання на Google-Диск: https://drive.google.com/drive/folders/1nnT8-7n5BgdsG_AyZRl4uhpYXuWxd6Ly?usp=share_link

Додаток В

Річна фінансова звітність АТ "РАЙФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ" 2019-2021

Посилання на Google-Диск: https://drive.google.com/drive/folders/1ILagee-Vr88GSVM9AiwefRyqqGBWnotR?usp=share_link