

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
Інститут економіки і менеджменту
Кафедра фінансів, обліку та оподаткування
Освітньо-кваліфікаційний рівень магістр
Спеціальність 072 – «Фінанси, банківська справа та страхування»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

« ____ » _____ 20__ року

З А В Д А Н Н Я НА МАГІСТЕРСЬКУ РОБОТУ СТУДЕНТОВІ

Передерку Дмитру Степановичу

1. Тема роботи «Імпакт соціальної відповідальності банків на їхню репутацію та фінансові результати»

керівник роботи **Гораль Ліліана Тарасівна, д.е.н., професор**,
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від “ ____ ” _____ 20__ року № _____

2. Строк подання студентом роботи _____

3. Вихідні дані до роботи: законодавчі та нормативні документи, спеціальна економічна і фінансова література, фахові наукові видання, Інтернет-джерела.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

1. Теоретичні аспекти взаємозв'язку соціальної відповідальності банківських установ, репутації та фінансових результатів

2. Аналіз та оцінка імпаку соціальної відповідальності банківських установ на їх репутацію та фінансові результати

3. Шляхи та напрямки вдосконалення концепції соціальної відповідальності банківських установ задля покращення репутації та фінансових результатів

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

Слайд 1 – Актуальність та наукова новизна роботи

Слайд 2 – Механізм формування концепції КСВ в банківських установах задля збільшення позитивного впливу на фінансові результати та репутацію

Слайд 3 – Оцінка корпоративної соціальної відповідальності банківських установ

Слайд 4 – Рейтингування банківських установ

Слайд 5 – Аналіз та оцінка фінансових результатів діяльності банківських установ

Слайд 6 – Співвідношення репутаційної стабільності, іміджевого капіталу КСВ та прибутку у 2023 для банків-лідерів за репутаційними характеристиками

Слайд 7 – Зміна показників фінансового результату банків-лідерів

Слайд 8 – Залежність показника прибутку від КСВ та репутації банку

Слайд 9 – SWOT-аналіз процесу впровадження концепції соціальної відповідальності в банківських установах

Слайд 10 – Основні положення формування соціальної відповідальності банків в системі забезпечення ефективного управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами

Слайд 11 – Система менеджменту соціальної відповідальності банківських установ

6. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів магістерської роботи	Термін виконання етапів роботи	ПРИМІТКА
1.	Вибір теми та постановка завдання магістерської роботи		
2.	Розділ 1. Теоретичні аспекти взаємозв'язку соціальної відповідальності банківських установ, репутації та фінансових результатів		
3.	Розділ 2. Аналіз та оцінка імпаكتу соціальної відповідальності банківських установ на їх репутацію та фінансові результати		
4.	Розділ 3. Шляхи та напрямки вдосконалення концепції соціальної відповідальності банківських установ задля покращення репутації та фінансових результатів		
5.	Вступ і висновки до роботи		
6.	Оформлення роботи згідно встановлених вимог		
7.	Подання готової роботи з комплектом супровідних матеріалів на допуск до захисту		

Студент

_____ (підпис)

Передерко С. Д.

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

_____ (підпис)

Гораль Л. Т.

(прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Магістерська робота містить 72 сторінок, 11 таблиць, 16 рисунків, перелік джерел посилань із 55 найменувань і 1 додаток.

У змінному світі, де соціальні питання стають все більш актуальними, і банки відіграють ключову роль у глобальних соціальних ініціативах, усвідомлення впливу соціальної відповідальності на репутацію та фінансові результати стає надзвичайно важливим завданням. Зростання загального інтересу до фінансового сектору та його відповідальності перед суспільством вимагає глибокого розуміння взаємозв'язку між діяльністю банків, їхньою соціальною роллю і загальними результатами.

Об'єктом дослідження є процес формування концепції соціальної відповідальності банківських установ зі сторони впливу на фінансові результати та репутацію.

Предметом дослідження є організація процесу розроблення та формування концепції соціальної відповідальності банківських установ зі сторони впливу на фінансові результати та репутацію.

У роботі досліджено теоретичні аспекти взаємозв'язку соціальної відповідальності банківських установ, репутації та фінансових результатів. Визначено роль концепції соціальної відповідальності банківських установ у успіху банків. Здійснено аналіз та оцінку фінансового стану підприємств, корпоративної соціальної відповідальності банківських установ. Проаналізовано фінансові результати діяльності банків. Визначено основні проблеми, шляхи та напрями вдосконалення концепції соціальної відповідальності банківських установ задля покращення репутації та фінансових результатів.

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ, ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ, ПРИБУТОК, ІМПАКТ, РЕПУТАЦІЯ, СТЕЙКХОЛДЕРИ, БАНК

ABSTRACT

The Master's thesis comprises 72 pages, 11 tables, 16 figures, a bibliography with 55 references, and 1 appendices.

In a changing world where social issues are becoming increasingly relevant, and banks play a key role in global social initiatives, understanding the impact of social responsibility on reputation and financial results becomes an extremely important task. The growing interest in the financial sector and its responsibility to society requires a deep understanding of the interplay between the activities of banks, their social role, and overall outcomes.

The object of the research is the process of forming the concept of social responsibility of banking institutions in terms of its impact on financial results and reputation. The subject of the study is the organization of the process of developing and forming the concept of social responsibility of banking institutions in terms of its impact on financial results and reputation.

The paper explores theoretical aspects of the interconnection of social responsibility of banking institutions, reputation, and financial results. It defines the role of the concept of social responsibility of banking institutions in the success of banks. An analysis and evaluation of the financial condition of enterprises, corporate social responsibility of banking institutions, and financial results of banks have been conducted. The main problems, ways, and directions for improving the concept of social responsibility of banking institutions to enhance reputation and financial results are identified.

**SOCIAL RESPONSIBILITY, FINANCIAL RESULTS, PROFIT, IMPACT,
REPUTATION, STAKEHOLDERS, BANK**

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ, РЕПУТАЦІЇ ТА ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ.....	12
1.1 Концепція соціальної відповідальності банківських установ та її роль в успіху банківських установ.....	12
1.2 Інструменти оцінювання та аналізу впливу корпоративної соціальної відповідальності на репутацію та фінансові результати діяльності банківських установ.....	19
1.3 Механізм впровадження корпоративної соціальної відповідальності в банківських установах задля покращення фінансових результатів та репутації.....	25
Висновки до розділу 1.....	29
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ІМПАКТУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ НА ЇХ РЕПУТАЦІЮ ТА ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ.....	32
2.1 Оцінка корпоративної соціальної відповідальності банківських установ.....	32
2.2 Аналіз та оцінка фінансових результатів діяльності банківських установ	39
2.3 Визначення імпаكتу соціальної відповідальності банківських установ на їх репутацію та фінансові результати.....	47
Висновки до розділу 2.....	54
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ТА НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ ЗАДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ РЕПУТАЦІЇ ТА ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ.....	56
3.1 Проблеми впровадження концепції соціальної відповідальності комерційних банків в сучасних умовах	56
3.2 Основні ініціативи формування соціальної відповідальності банківських установ для позитивного впливу на їх репутацію та фінансові результати.....	61
Висновки до розділу 3.....	67
ВИСНОВКИ.....	69
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ НА ДЖЕРЕЛА.....	72
ДОДАТКИ.....	79
Бібліографічна довідка.....	85

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У сучасному світі актуальність питання впливу соціальної відповідальності банків на їхню репутацію та фінансові результати визначається кількома ключовими факторами. Зокрема, загальна тенденція до підвищення уваги до соціальних питань та роль банків як ключових учасників у глобальних соціальних ініціативах підсилює необхідність розуміння впливу їхньої діяльності на репутацію та фінансові результати. Стрімкий розвиток соціальної відповідальності банків віддзеркалюється в публічному інтересі до фінансової сфери та її відповідальності перед суспільством. Ризики, пов'язані з неефективним вирішенням соціальних питань, можуть впливати на фінансові показники банків, що робить тему ще більш актуальною. Зміна інвесторської поведінки та зростаючий рівень регулювання в галузі соціальної відповідальності роблять її ключовою для формування стратегії фінансових установ. Крім того, конкурентний тиск та перспектива отримання конкурентної переваги через впровадження соціальних ініціатив роблять тему необхідною для стратегічного управління банками. У сфері фінансів репутація стає ключовим активом, і соціальна відповідальність може бути вирішальним фактором для формування позитивного іміджу. Існує переконання, що стабільність та рентабельність банків можуть бути підтримані за умови ефективного управління соціальною відповідальністю. Крім того, споживачі стають все чутливішими до соціальних аспектів діяльності банків, що непрямо впливає на їхні вибір та лояльність.

В області дослідження впливу соціальної відповідальності банківських установ на фінансові результати і репутацію було проведено значну кількість наукових та практичних досліджень. Вчені, економісти, фінансисти та експерти з різних галузей займалися аналізом цього питання. Серед іноземних дослідників у цьому напрямку можна виокремити праці Кароліни Кінг (Caroline King), Девіда Грейнера (David Grainger), Андреаса Расмуссена (Andreas Rasmussen), Єви Керстінг

(Eva Kirsting), Майкла Портера (Michael Porter) та ін.. В Україні проблемою соціальної відповідальності банківських установ та її впливу на фінансові результати діяльності та репутацію займалися Гончаренко, Т. П., , Башинський, Т. В., Васильєва, Т. А., Івасів, І. Б., Діденко, О. М., Ласукова, А. С., Стечишин, Т, Фітель, О. І., Цистан, І. В., Примостка, О. О., Захарчук, А. О., Холостенко, А. М.[25] та ін. Ці дослідники та багато інших внесли вагомий внесок у розуміння взаємозв'язку між соціальною відповідальністю банків і їхніми фінансовими результатами та репутацією.

Поступове зміцнення важливості соціальної відповідальності в сучасному бізнес-середовищі та поява нових викликів вимагають подальших досліджень у сфері впливу соціальної відповідальності на фінансові результати банків. Нові виклики, такі як зміни в споживчих уподобаннях, зростання уваги до екологічних та кліматичних питань, а також зростання важливості соціальної справедливості та рівності, ставлять під сумнів традиційні підходи до ведення бізнесу.

Дослідження у цій області може включати в себе вивчення того, як банки адаптують свої стратегії до нових соціокультурних тенденцій, визначення ефективних механізмів впровадження соціальних ініціатив, а також оцінку впливу цих ініціатив на фінансову стійкість та репутацію. Розширення досліджень у цьому напрямку допоможе розкрити нові можливості для сталого розвитку та сприятиме формуванню більш ефективних стратегій соціальної відповідальності в банківському секторі.

Об'єктом дослідження є процес формування концепції соціальної відповідальності банківських установ зі сторони впливу на фінансові результати та репутацію.

Предметом дослідження є організація процесу розроблення та формування концепції соціальної відповідальності банківських установ зі сторони впливу на фінансові результати та репутацію.

Метою магістерської роботи є визначення та обґрунтування шляхів та напрямів удосконалення процесу розроблення та формування концепції соціальної відповідальності банківських установ задля зростаючого позитивного впливу на фінансові результати та репутацію.

Досягнення поставленої мети зумовлює вирішення наступних завдань:

провести аналіз теоретичних основ взаємозв'язку соціальної відповідальності банківських установ, репутації та фінансових результатів;

визначити роль концепції соціальної відповідальності банківських установ в успіху банків;

сформувати механізм впровадження соціальної відповідальності банку задля покращення фінансових результатів та репутації;

здійснити оцінку корпоративної соціальної відповідальності банківських установ;

проаналізувати фінансові результати діяльності банків;

визначити імпакт соціальної відповідальності банківських установ на їх репутацію та фінансові результати

визначити основні проблеми, шляхи та напрями вдосконалення концепції соціальної відповідальності банківських установ задля покращення репутації та фінансових результатів.

Під час аналізу та оцінки впливу соціальної відповідальності банків на їхні фінансові результати та репутацію було використано різноманітні методи, спрямовані на отримання комплексного розуміння цього впливу. Метод спостережень дозволив врахувати динаміку ключових показників та виявити тенденції в їхніх змінах. Застосування інструментарію динамічних рядів та структур дозволило провести аналіз тенденційних змін в діяльності банків. Метод групування даних використовувався при формуванні системи показників фінансових результатів діяльності банків, щоб здійснити комплексне оцінювання соціальної відповідальності та її впливу. Метод порівняння використовувався для

визначення вектору змін в об'єктах дослідження. Трендовий метод дозволив визначити модель для прогнозування зміни фінансових результатів діяльності банківських установ від рівня соціальної відповідальності банків. Дедуктивний метод застосовувався для визначення загальних тенденцій у взаємодії соціальної відповідальності з фінансовими результатами та репутацією. Використання цього різноманітного методичного апарату забезпечило системний підхід до аналізу впливу соціальної відповідальності банків на їхні фінансові показники та репутацію, сприяючи отриманню повної та обґрунтованої картини вивченого явища.

Інформаційною базою дослідження є законодавчі, нормативно-правові акти, монографічні дослідження і наукові публікації вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів з питань визначення імпаكتу соціальної відповідальності на фінансові результати діяльності та репутацію банків, її аналізу та оцінки, підручники, навчальні посібники, первинна, облікова, фінансова звітність банків, електронні ресурси мережі Internet.

Наукова новизна досліджень полягає в подальшому розвитку та удосконаленні моделі управління соціальною відповідальністю в системі корпоративної культури банку з врахуванням стейкхолдерського підходу. Це вдосконалення дозволить банкам, опираючись на запропоновані положення, ефективно формувати стратегії соціальної відповідальності в контексті забезпечення ефективного управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами. Такий підхід сприятиме підвищенню позитивного впливу соціальної відповідальності банків на їхні фінансові результати та репутацію.

Практичне значення отриманих результатів досліджень полягає в покращенні управління соціальною відповідальністю банківських установ через впровадження стейкхолдерського підходу в систему корпоративної культури. Запропонована модель управління надає банкам ефективний інструментарій для формування та

реалізації стратегій соціальної відповідальності, що враховують інтереси різних зацікавлених сторін.

Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку джерел посилань, додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ, РЕПУТАЦІЇ ТА ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

1.1 Концепція соціальної відповідальності банківських установ та її роль в успіху банків

Концепція соціальної відповідальності (CSR) має довгу історію, і її елементи можна відстежити в різних часах та культурах. Однак термін «соціальна відповідальність» став популярним у бізнесі та академії в 1950-1960-х роках. Найбільше впливовий момент для розвитку концепції CSR припадає на 1950-1970-і роки, коли підприємства стали усвідомлювати свою відповідальність перед суспільством та середовищем. Визначним є видання «Суспільна відповідальність бізнесу» (1953) Ховардом Боуменом, який висловив ідею, що підприємства повинні враховувати соціальні аспекти у своїй діяльності.

Протягом наступних десятиліть, ідеї соціальної відповідальності продовжували розвиватися, узгоджуючи соціальні, економічні та екологічні аспекти в управлінні бізнесом. Організації стали активніше залучатися до вирішення соціальних проблем, приділяючи увагу впливу своєї діяльності на громадськість та навколишнє середовище.

У кінці 20-го століття та на початку 21-го століття концепція CSR стала стандартною частиною стратегій підприємств у багатьох секторах. Цей підхід став частиною корпоративної культури, а компанії регулярно публікують звіти про соціальну відповідальність для відображення своєї діяльності в цьому напрямку.

Перші кроки у напрямку корпоративної соціальної відповідальності (CSR) робив банк «Banco Bilbao Vizcaya Argentaria» (BBVA) - іспанський банк. У 2001 році BBVA був одним із перших банків, який визначив свою соціальну

відповідальність у формі публікації «Додаткового звіту про соціальну відповідальність». З того часу BBVA активно працює у сфері CSR, враховуючи соціальні, екологічні та етичні аспекти у своїй стратегії та бізнес-практиках. Важливо зауважити, що концепція соціальної відповідальності розвивалася з часом, і інші банки також внесли вагомий внесок у цю галузь. Багато банків у світі активно займаються програмами соціальної відповідальності, проте BBVA можна вважати одним з піонерів у цьому напрямку.

В Україні концепція соціальної відповідальності (CSR) в банківському секторі почала впроваджуватися вже у другій половині 2000-х років та активно розвивалася в наступні роки. Важливими кроками у цьому напрямку були:

Створення асоціацій та ініціатив: У 2009 році було створено Асоціацію учасників ринку фінансових послуг (АУРФП), яка включала банки та інші фінансові установи. Ця асоціація визначила пріоритети у розвитку соціальної відповідальності в галузі фінансів.

Законодавча база: У 2011 році Верховна Рада України ухвалила Закон "Про державне регулювання діяльності з організації та проведення благодійної діяльності в Україні", що створило юридичну базу для розвитку благодійництва та соціальної відповідальності.

Звітність та стандарти: Банки українського ринку все частіше включають в свої щорічні звіти розділи, присвячені соціальній відповідальності та сталому розвитку. Деякі банки також дотримуються міжнародних стандартів у цій області, таких як стандарти Global Reporting Initiative (GRI).

Участь у соціальних проектах: Багато банків в Україні активно взаємодіють з громадськими організаціями та ініціюють та підтримують соціальні проекти в різних сферах, таких як освіта, охорона здоров'я, культура тощо. Впровадження екологічних ініціатив: Деякі банки також звертають увагу на екологічні аспекти своєї діяльності та ініціюють екологічні проекти. Ці заходи свідчать про поступове

впровадження та розвиток концепції соціальної відповідальності в банківському секторі України.

Дослідженням проблематики впровадження корпоративної соціальної відповідальності в банківських установах займалися вітчизняні та зарубіжні вчені і практики. Зокрема серед зарубіжних вчених можна виокремити праці Jiang, F., Huang, Z., & Zhang, W.[1], Filomena, M., & Guerreiro, J. [2], Wu, Y., Shiu, C., & Tang, D.[3], Elnahass, M., Inuwa, H., & Samargandi, N.[4]. У своїх працях автори досліджують взаємозв'язок між соціальною відповідальністю (СВ) банків і їхнім фінансовим виконанням. Автори виявили позитивну взаємодію між СВ банків та їхнім фінансовим успіхом [1]. У праці [2] Filomena, M., & Guerreiro, J. розглядає вплив корпоративної соціальної відповідальності (CSR) банків на їхню репутацію. Вони приходять до висновку, що висока репутація, забезпечена через CSR, може мати позитивний вплив на фінансові результати банку. Автори праці "The Effect of Corporate Social Responsibility on Financial Performance: The Moderating Role of Government Ownership" [3] розглядають вплив CSR на фінансові показники банків, зокрема звертають увагу на модеруючу роль державної власності. Результати вказують на те, що CSR може позитивно впливати на фінансовий успіх банку, особливо у випадку, якщо є державна участь. Автори [4] описують та вивчають вплив CSR на фінансовий результат банків у Сполучених Штатах. Автори приходять до висновку, що банки, які активно практикують CSR, мають кращі фінансові показники.

Українські вчені та практики теж досліджували і продовжують досліджувати питання впровадження корпоративної соціальної відповідальності та ідентифікувати рівень впливу її на фінансові результати діяльності банківських установ. Серед вітчизняного доробку в даній сфері слід відмітити праці Гончаренко, Т. П., Заєць, Є. Ю. [5], Башинський, Т. В.[6], Васильєва, Т. А., Леонов, С. В., Ласукова, А. С [7, 16], Івасів, І. Б. [8], Діденко, О. М.[9], Ласукова, А. С.[10], Гриненко, А., Іщанова, М. [11], Гуляєва, Л. П. [12], Мозговий, Я. І. [13],

Шаповалова, С. М., Шаповалова, А. С. [14], Дзюблюк, О., Стечишин, Т. [15], Фітель, О. І. [16], Цистан, І. В. [17], Примостка, О. О., & Захарчук, А. О. [18], Ласукова, А. С. [19], Огородник, В. В. [21], Вінська, О., Токар, В., Никончук [22], А. В., Смовженко, Т. С., Огородник, В. В. [23], Пасінович, І. І., Сич, О. А., Харчук, В. Ю. [24], Уголькова, О. З., & Холостенко, А. М. [25] та ін.

Досліджуючи поняттєву сторону концепції соціальної відповідальності банку слід зробити висновки, що у наукових колах існує різноманітність поглядів на те, що означає корпоративна соціальна відповідальність (КСВ). З цієї причини, ми приведемо декілька визначень, які, на нашу думку, на кращий спосіб розкривають сутність цього поняття.

Згідно зі Світовою радою компаній зі сталого розвитку, КСВ представляє собою довгострокове зобов'язання компаній вести себе етично та сприяти економічному розвитку, одночасно поліпшуючи якість життя працівників, їх сімей, громади та суспільства загалом.

За визначенням Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСД), корпоративна соціальна відповідальність полягає в сталому розвитку, що передбачає збалансованість економічних, соціальних та екологічних цілей суспільства та їх інтеграцію у взаємовигідні принципи та підходи.

Щодо банківської КСВ, це означає відповідальне ставлення банку до його продуктів (послуг), працівників, споживачів, партнерів та акціонерів. Це передбачає активну соціальну позицію, яка базується на гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі з представниками комерційного сектору і суспільства, державної влади та інших зацікавлених сторін. Мета полягає в ефективній підтримці рішення гострих економічних, соціальних, гуманітарних та екологічних проблем.

Корпоративна соціальна відповідальність передбачає добровільні дії банку, спрямовані на врахування інтересів суспільства, працівників, партнерів та інших зацікавлених стейкхолдерів. Це також означає встановлення культури взаємодії між

керівництвом та персоналом як всередині компанії, так і зовні, часто базуючись на "кодексі честі" та етичних нормах, що сприяють утриманню бізнесу на конкурентоспроможному ринку у довгостроковій перспективі.

Діяльність банку повинна бути орієнтована так, щоб включити принципи корпоративної соціальної відповідальності у свою стратегію, корпоративну культуру та основні функції. Банк повинен демонструвати відкритість та готовність відповідати за свої дії перед громадськістю та суспільством. Взаємодія банку з суспільством має базуватися на чіткому розумінні його соціальної місії та ролі, яку він відіграє на місцевому та державному рівнях.

Ми вважаємо, що система корпоративної соціальної відповідальності банку повинна представляти собою сукупність принципів її взаємодії з суспільством та зацікавленими сторонами, такими як співробітники, партнери, акціонери, інвестори, місцеві громади, органи влади, інші зацікавлені сторони, а також визначення основних суспільних цінностей.

Принципи корпоративної соціальної відповідальності мають визначати основні принципи, якими керується банк у проведенні соціально значущої діяльності. Перед тим як визначити ключові принципи корпоративної соціальної відповідальності банку, важливо сформулювати основні види корпоративної соціальної відповідальності.

Принципи відкритості та прозорості є важливими в аспекті фінансової діяльності банку. Банк має надавати об'єктивну та прозору фінансову звітність відповідно до національних та міжнародних стандартів, проходити аудиторські перевірки, готувати і публікувати обов'язкову інформацію для регулюючих органів та ринку цінних паперів. Важливо, щоб фінансова звітність, інформація про фінансовий ринок, річний звіт, аудит та рейтинги були доступні широкому загалу через різноманітні інформаційні канали, такі як біржові майданчики та новинні агентства. За дослідженнями праць [1-25] в основі Корпоративної соціальної відповідальності повинні лежати відповідні принципи, які наведені на рисунку 1.2.

Внутрішня корпоративна соціальна відповідальність

- управління та розвиток людських ресурсів через освітні програми і програми підвищення кваліфікації кадрів;
- охорона здоров'я працівників і безпека праці;
- додаткове медичне та соціальне страхування співробітників;
- недержавне пенсійне забезпечення працівників;
- стабільність заробітної плати;
- надання допомоги працівникам у критичних ситуаціях

Зовнішня корпоративна соціальна відповідальність

- співпраця з місцевими громадами та місцевою владою;
- взаємини з бізнес-партнерами, постачальниками та споживачами;
- відповідальність перед клієнтами за якість наданих послуг;
- дотримання прав людини;
- спонсорство та благодійність;
- сприяння охороні навколишнього середовища

Рисунок 1.1 – Види корпоративної соціальної відповідальності

Джерело: [5]

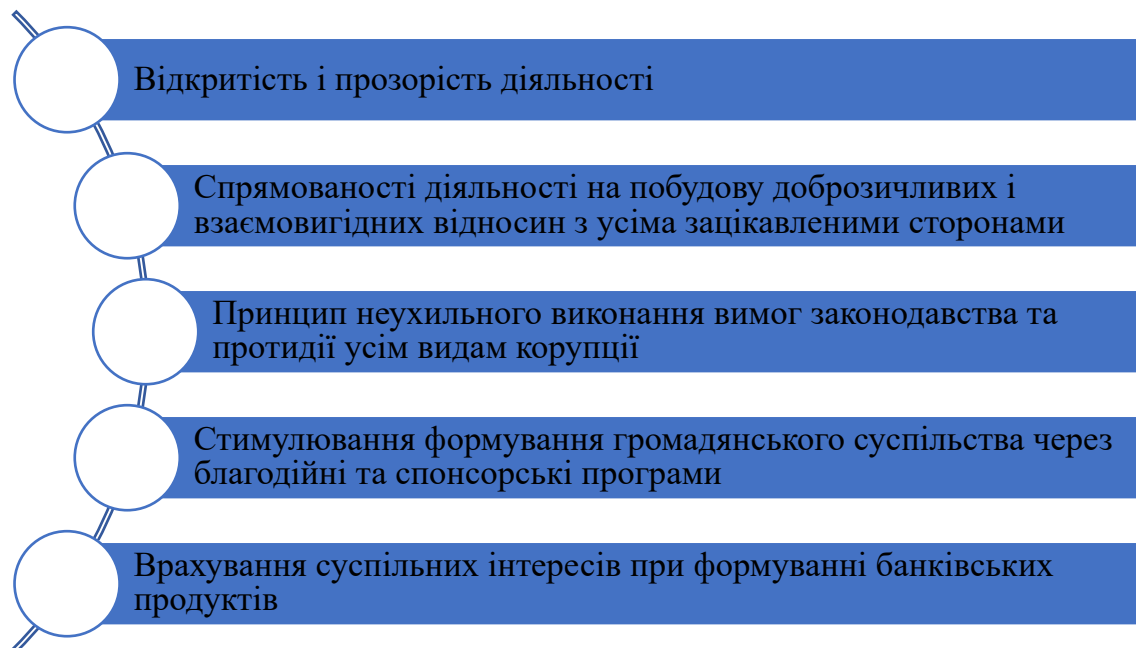


Рисунок 1.2 – Принципи корпоративної соціальної відповідальності банку

Джерело: складено автором на основі досліджень [1-25]

Особливу увагу слід приділяти розкриттю всіх аспектів діяльності банку, які візуалізовано на рисунку 1.3. Інформаційна прозорість вимагає ефективного розкриття всієї суттєвої інформації для прийняття ефективних управлінських рішень.

	Результати фінансової та операційної діяльності
	Власність на великі пакети акцій і розподіл прав голосу
Аспекти діяльності банківської установи, що підлягають розкриттю	Список членів правління та головних відповідальних осіб
	Питання, пов'язані з працівниками та зацікавленими особами
	Структура і політика управління та організаційна структура банку
	Фактори ризику, що прогножуються
	Розкриття системи ціноутворення на банківські послуги та продукти

Рисунок 1.3 – Аспекти діяльності банку, котрі мають підлягати обов'язковому розкриттю

Джерело: складено автором на основі досліджень [1-25]

Принцип спрямованості на побудову доброзичливих відносин з усіма зацікавленими сторонами повинен базуватися на принципах корпоративного управління та ділової етики. Це включає участь співробітників та керівництва банку у виявленні і оцінці інтересів зацікавлених сторін та конструктивному діалозі. Принцип неухильного виконання законодавства та запобігання корупції передбачає чітке дотримання всіх законів України та активну участь в розвитку банківського законодавства. Банк також має стимулювати громадянське суспільство через благодійні та спонсорські програми, забезпечуючи позитивне ставлення до

установи від громади. Врахування суспільних інтересів при формуванні банківських продуктів вимагає врахування потреб суспільства та забезпечення фінансової безпеки банку [26].

Банківські установи використовують різні стратегії у сфері корпоративної соціальної відповідальності, впливаючи на різноманітні аспекти суспільства. Це охоплює боротьбу з голодом, підтримку постраждалих від природних катастроф, впровадження інклюзивних банкоматів, протидію гендерній дискримінації, фінансування житла, допомогу бездомним тваринам та інші соціальні ініціативи. Банки впроваджують галузеві системи корпоративної соціальної відповідальності, обираючи конкретні напрямки на основі аналізу бенчмаркінгу [27]. Також вони взаємодіють з політичними та навчальними установами, застосовують стратегії зменшення викидів вуглекислого газу та активно практикують екологічну освіту, визначаючи свою роль у забезпеченні сталого розвитку та соціальної відповідальності.

1.2 Інструменти оцінювання та аналізу впливу корпоративної соціальної відповідальності на репутацію та фінансові результати діяльності банківських установ

Для того щоб зробити висновки про ефективність певного процесу необхідно здійснити його оцінку. Щодо соціальної відповідальності бізнесу, то тут можна виокремити декілька підходів класифікаційної оцінки соціально-відповідального бізнесу [28].

Підходи, що мають на меті кількісну оцінку рівня соціальної відповідальності: оцінка рівня соціальних інвестицій, розрахунок кількісних показників оцінки соціальної відповідальності.

Підходи, на основі яких здійснюється якісна оцінка соціальної відповідальності: складання соціальних рейтингів та соціальних звітів, розрахунок якісних показників соціальної відповідальності [29-35].

У таблиці 1.1 зведено основні кількісні критерії оцінювання рівня соціальної орієнтованості банків у розрізі стейкхолдерів

Таблиця 1.1 - Кількісні критерії оцінювання рівня соціальної орієнтованості банків у розрізі стейкхолдерів

Стейкхолдери (зацікавлені сторони)	Кількісні критерії
1	2
Персонал (трудова відповідальність)	співвідношення середнього розміру заробітної плати у банківських установах до середнього розміру заробітної плати в галузі; коефіцієнт плинності кадрів; частка працівників інвалідів до загальної кількості працівників банківських установ; питома вага коштів, які виділені керівництвом на виплату премій та інших заохочувальних і компенсаційних виплат у фонді оплати праці; кількість робітників, охоплених соціальними пільгами та які мають медичне страхування; частка працівників, які пройшли підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації в загальній чисельності працівників; частка розміру коштів, які були виділені на поточні витрати на охорону праці, техніку безпеки та службу безпеки в загальних витратах банківських установ
Споживачі	частка соціальних продуктів і послуг банків у загальному асортименті; частка мікрокредитів у загальному кредитному портфелі банків; рівень достовірності і добросовісності реклами фінансових продуктів і послуг
Бізнес	коефіцієнт виплати дивідендів; частка розміру коштів, які були виділені на публікацію соціальної звітності та соціальну рекламу у витратах на маркетинг; співвідношення розміру коштів, які були виділені на реалізацію соціальних проєктів та КСВ до витрат на маркетинг банків
Суспільство та навколишнє середовище	частка розміру коштів, які були виділені на участь у благодійних акціях, в інших операційних витратах банків; на спонсорську допомогу місцевих культурних, освітніх і спортивних заходів, в інших операційних витратах банків

Продовження таблиці 1.1

1	2
Держава (економічна відповідальність)/	коефіцієнти податкового навантаження на банківський сектор; частка розміру коштів, які були виділені на проведення програм співпраці з органами державного управління та іншими громадськими організаціями, у валових витратах банків

Джерело: згруповано автором на основі досліджень [1-35]

В сучасному бізнес-середовищі питання корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) набуває все більшого значення, особливо для банківських установ, які володіють важливою роллю в економічному житті. Корпоративна соціальна відповідальність визначає не лише спосіб ведення бізнесу, а й вплив банків на соціальні та екологічні питання [36]. Тому необхідно вивчити моделі корпоративної соціальної відповідальності, специфічно в контексті банківських установ. Практичний досвід впровадження та реалізації корпоративної соціальної відповідальності у світовій практиці дозволив виділити три основні моделі КСВ банківських установ, які мають свої особливості та здійснюють різний вплив на репутацію та фінансові результати діяльності банків. У таблиці 1.2 зведено ключові аспекти моделей КСВ, спрямованих на створення сталого розвитку, вдосконалення фінансової етики та підтримку соціальних ініціатив у банківському секторі [37].

Таблиця 1.2 – Ключові аспекти та основні відмінності соціальної відповідальності банківських установ у межах сформованих моделей за географічною ознакою

Аспекти	Американська модель СВБ	Європейська модель СВБ	Японська модель СВБ
1	2	3	4
Економічна відповідальність	Відповідальність компаній перед акціонерами та переважне фокусування на прибутковості бізнесу	Відповідальність компаній перед акціонерами, працівниками та місцевими співтовариствами	Відповідальності компаній перед персоналом, пріоритет інтересів нації, компанії над інтересами особистості

Продовження таблиці 1.2

1	2	3	4
Рівень державного регулювання	Державне регулювання СВБ не значне, сприймається як втручання в питання особистої свободи компаній та їхніх акціонерів	Державне регулювання є базою для будь-якої форми СВБ. Держава як інститут встановлює та контролює дотримання прийнятих правил поведінки	Визначальна роль державного регулювання СВБ при невеликій частині державної власності бізнес -структур, вказівки вищих державних посадовців є обов'язковими для виконання компаніями
Вирішення соціальних проблем	Ініціюється самими компаніями, враховуючи взаємовідносини з стейкхолдерами	Значна увага з боку громадськості до сфери етичної відповідальності бізнесу в процесі вирішення соціальних проблем	Бажані для суспільства орієнтири відображаються у системі планів, програм, прогнозів компаній, які мають індикативний характер
Благодійність	Велика кількість благодійних фондів, організацій, заснування та робота яких ініційована самим бізнесом	Європейські компанії беруть участь у благодійних акціях переважно через юридично закріплені механізми	Добровільна допомога бізнесу не є популярною, використовуються щорічні квоти розвитку компаній
Правовідносини «працівник – роботодавець»	Базові принципи та норми визначені у законодавстві, додаткові механізми розробляються в межах загальної політики компаній	Детально відрегульовані законодавчими актами та нормами	Високий рівень патріотизму та відданості компанії, участь працівників у вирішенні проблем компанії; можливість навчання та перенавчання персоналу
Соціальні гарантії для працівників	Мінімальні соціальні гарантії для працівників закріплені законодавчо, інші соціальні гарантії для працівників надаються за ініціативою самого бізнесу	Законодавчо закріплено обов'язкове медичне страхування та охорона здоров'я працівників, пенсійне регулювання й низка інших соціально значимих питань	Активне впровадження системи соціальних пільг та мотивації персоналу керівниками компаній

Джерело: сформовано автором на основі досліджень [31-40]

ASSET4 — це інструмент для аналізу корпоративної соціальної відповідальності (CSR), розроблений фінансовою компанією Thomson Reuters. ASSET4 використовує чотири основні стовпці (pillars) та категорії для оцінки сталості та ефективності корпоративної діяльності [41]. Екологічна стійкість (Environmental) включає в себе дані та оцінки щодо впливу компанії на навколишнє середовище, її відносин з енергозбереженням, використанням відновлювальних джерел енергії та інші аспекти екологічної діяльності. Соціальні питання (Social) враховуються аспекти соціальної відповідальності компанії, такі як стосунки з працівниками, права людини, проблеми зайнятості та інші соціальні аспекти її діяльності [42]. Керівництво та управління (Governance) в даному випадку оцінюються принципи корпоративного управління, прозорість фінансової звітності, структура власності та інші аспекти управління компанією. Економічний вплив (Economic) включає в себе аналіз економічного впливу компанії, включаючи фінансову стабільність, ринковий ризик та інші аспекти, які відображають економічну стійкість підприємства.

ASSET4 використовує ці напрями оцінювання для надання комплексної інформації щодо соціальної відповідальності підприємства та його сталості в різних аспектах [43].

Існує ряд інструментів, які можуть бути використані для оцінювання та аналізу впливу корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) на репутацію та фінансові результати банківських установ [44]. Один із ключових інструментів - це системи індикаторів, які вимірюють виконання соціальних та екологічних ініціатив. Оцінювання ефективності цих ініціатив у контексті їх впливу на репутацію може включати аналіз змін у сприйнятті банку громадськістю та іншими стейкхолдерами.

Крім того, проведення соціально-економічного аналізу дозволяє визначити взаємозв'язок між соціальною відповідальністю та фінансовими результатами. Дослідження ефективності соціальних проектів та їх вплив на економічні показники може бути частиною цього аналізу [45].

Застосування методів аудиту репутації також є важливим інструментом. Визначення відповідності дійсної репутації банку його соціальним ініціативам може допомогти в оцінці ефективності КСВ та її впливу на довіру клієнтів та інших стейкхолдерів. Крім цього, аналіз фінансових результатів може включати в себе порівняння фінансових показників банку перед та після впровадження соціальних ініціатив [46-50]. Це може включати прибутковість, рівень інвестицій та інші фінансові аспекти. Проведення SWOT-аналізу (аналізу сильних і слабких сторін, можливостей і загроз) може виявити можливості та виклики для банку в контексті КСВ та їх впливу на репутацію та фінансові показники.

Ці інструменти в сукупності можуть надати комплексний погляд на взаємозв'язок між корпоративною соціальною відповідальністю, репутацією та фінансовими результатами банківських установ.

Системи індикаторів вимірювання соціальних та екологічних ініціатив включає в себе конкретні метрики та показники, які дозволяють вимірювати виконання соціальних та екологічних програм банку. Наприклад, це може бути кількість здійснених благодійних внесків, обсяг зменшення викидів парникових газів або інші конкретні показники успішності соціальних ініціатив [51-54].

Соціально-економічний аналіз використовується для вивчення впливу соціальної відповідальності на фінансові результати. Включає аналіз конкретних проєктів, їхніх соціально-економічних наслідків та взаємозв'язку з фінансовими показниками. Аудит репутації включає в себе оцінку сприйняття банку громадськістю та іншими стейкхолдерами. Визначення відповідності реальної репутації банку його соціальним ініціативам дозволяє оцінювати ефективність цих ініціатив.

Аналіз фінансових результатів включає в себе оцінку фінансових показників банку перед та після впровадження соціальних ініціатив. Зокрема, досліджуються прибутковість, рівень інвестицій та інші фінансові аспекти для виявлення змін у фінансових результатах.

SWOT-аналіз передбачає аналіз сильних і слабких сторін, можливостей і загроз (SWOT) дозволяє визначити внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на банк в контексті соціальної відповідальності. Це допомагає розуміти, які аспекти КСВ можуть бути ключовими для репутації та фінансових показників.

Кожен з цих інструментів має свою унікальну роль у комплексному аналізі впливу КСВ на банківську установу, допомагаючи зрозуміти ефективність соціальних ініціатив та їхній вплив на репутацію та фінансові результати.

1.3 Механізм впровадження корпоративної соціальної відповідальності в банківських установах задля покращення фінансових результатів та репутації

Протягом останніх десятиліть концепція корпоративної соціальної відповідальності розвивалася повільно, але набула великого значення, зокрема в банківському секторі, який став віддзеркаленням сучасного тренду сталого розвитку. Це породило різноманітні тенденції та впливи на корпоративну соціальну відповідальність.

Основні фактори, що підтримують впровадження стратегії корпоративної соціальної відповідальності банківськими установами, включають вимоги клієнтів, співробітників, статутних органів і громадськості до детальної інформації про відповідність компанії стандартам. Зростання розмірів та інноваційна потужність банків, посилення регулювання, міжнародні ініціативи, вплив пандемії COVID-19 та глобалізація є ключовими чинниками [53].

Конкурентна боротьба за талановитий персонал та зростаюча роль нематеріальних активів також впливають на впровадження соціальної відповідальності в діяльність банківських установ.

Репутація банківських установ формується не прямо на основі уявлень про конкретні продукти, які пропонує банк, а, навпаки, уявлення про продукт віддзеркалюють уявлення про банк в цілому.

Організація репутації банківської установи виникає в результаті взаємодії із суспільством на актуальні та значущі теми чи проблеми, а також виявлення свого ставлення та участі у їхньому вирішенні чи розвитку. Дієвість соціальних програм банківських установ та стратегічний підхід до їхнього планування та впровадження пропорційно трансформуються в репутаційну (брендову) складову вартості компаній. Саме тому створення позитивного іміджу перед основними зацікавленими сторонами через розвиток бренду є ключовим в аспекті діяльності в умовах високої конкуренції. Для досягнення цієї мети необхідно визначити стратегію розвитку корпоративної соціальної відповідальності та механізм її реалізації, що представляє собою сукупність рівнів, заходів, напрямів та інструментів, спрямованих на створення нової моделі КСВ. Ця модель базується на високому рівні комплексного розвитку, який поєднує та збалансовує економічні, екологічні, соціальні та духовні аспекти. В банківському сегменті відповідність стратегій ринкової діяльності та розвитку принципам цілісного маркетингу має вирішальне значення, оскільки довіра клієнтів визначає конкурентоспроможність банківської установи на ринку [53].

Для встановлення механізму забезпечення корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в банківських установах застосовуються інструменти соціально відповідального бізнесу. Вибір цих інструментів визначається фінансовими можливостями банківських установ, рівнем розвитку системи, регулювальними вимогами та національними особливостями, що може розходитися в багатьох країнах. Українські банківські установи наразі перебувають на етапі становлення та розвитку соціальної відповідальності, оскільки впровадження її в українських банківських установах потребує чіткої ділової досконалості та цільової збалансованості. В цьому контексті основу механізму формування соціальної

відповідальності банківського сектору можна покласти на можливість використання іноземного досвіду та практики. Ключовими факторами успішної політики КСВ в українських банківських установах можна визнати постійну підтримку вищого керівництва та персоналу, звітність по КСВ на довгостроковій основі з регулярними перевітками, включення КСВ як невід'ємної частини корпоративної стратегії банківської установи [45].

Переваги для банківських установ у прийнятті ініціатив в області КСВ включають такі напрями:

- заохочення стійкої поведінки клієнтів;
- підтримка розробки окремих бізнес-моделей для різних сегментів;
- забезпечення реальних вигод для суспільства в цілому;
- створення більш високої мотивації співробітників і більш високий рівень продуктивності;
- створення можливості виходу на нові світові ринки;
- підвищення репутації та інтересу з боку ЗМІ до банківської установи;
- підвищення ступеня довіри з боку населення і держави;
- краще усвідомлення банківськими установами своєї потенційної ролі в суспільстві;
- приріст вартості інтелектуальної власності;
- створення позитивної реклами та підвищення впізнаваності бренду;
- поліпшення рейтингів;
- зменшення ризику та максимізація капіталу;
- збільшення прибутковості та рентабельності тощо [50-54].

Для системного вирішення питань управління соціальною відповідальністю банківської установи, які є характерними для економічної системи України в сучасний період, ми розробили механізм управління корпоративною соціальною відповідальністю в банківських установах України (див. рис. 1.4).

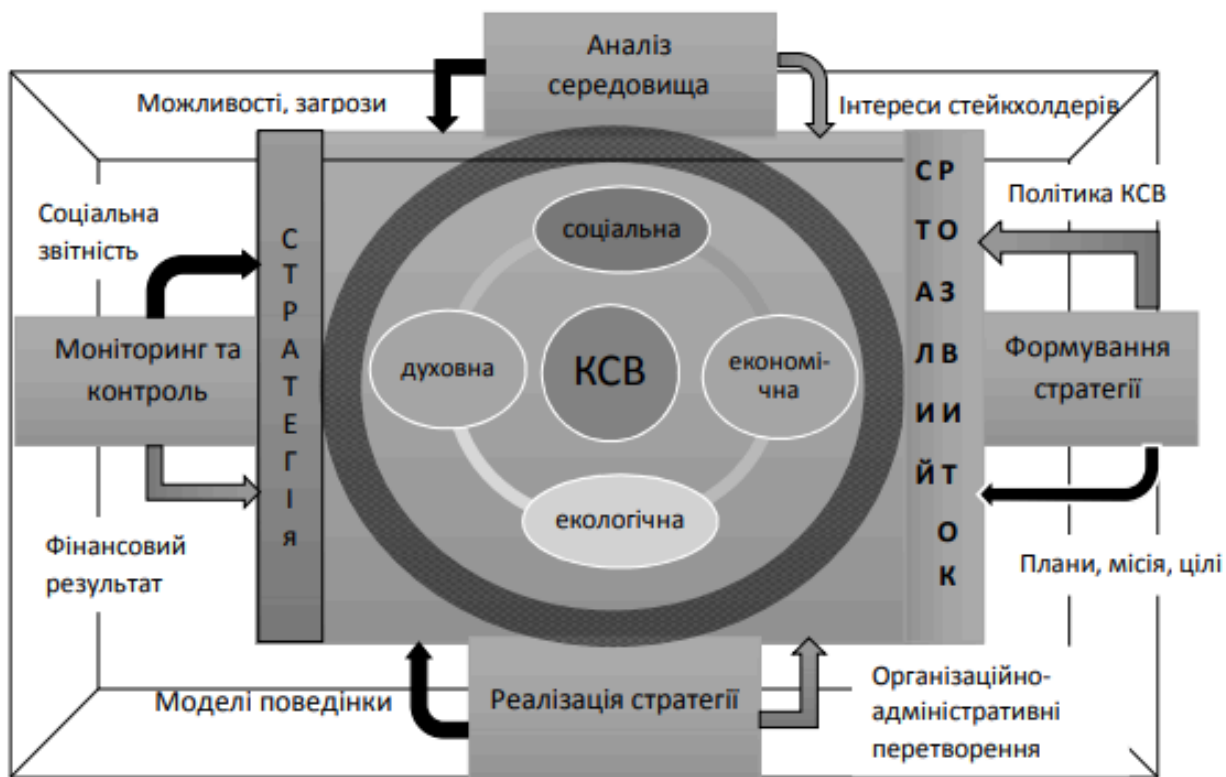


Рисунок 1.4 – Механізм формування концепції КСВ в банківських установах задля збільшення позитивного впливу на фінансові результати та репутацію
Джерело: сформовано автором на основі досліджень [1-45]

Взагалі, система управління соціальною відповідальністю банківських установ відповідає концепції, яку було ретельно розглянуто у першому розділі даної кваліфікаційної роботи. Ця система визначається як комплекс взаємопов'язаних функцій, включаючи аналіз, планування, організацію, мотивацію, контроль та оцінку ефективності заходів, проєктів та програм у сфері соціальної відповідальності.

Персоналізований механізм управління конкретними видами та програмами корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в банківських установах дозволяє втілювати рішення, процеси, практики та заходи, які забезпечують виконання компанією своїх ініціатив у сфері КСВ, реалізуючи тим самим стратегію у цьому напрямку.

Важливо, щоб компанія, впроваджуючи програми КСВ, розуміла цінність своєї стратегії та ініціатив у сфері соціальної відповідальності, таких як підвищення ефективності, створення цінності, реалізація нових можливостей для банківської установи та мінімізація ризиків.

Швидкість впровадження ініціатив щодо сталого розвитку може відрізнятись для кожної банківської установи. Проте для всіх установ важливо здійснювати конкретні кроки в напрямку стійкості, що передбачає фундаментальні зміни в уявленнях керівництва про бізнес-цілі, відношення працівників до своєї роботи та перетворення процесів та процедур для досягнення економічних, екологічних та соціальних цілей.

Хоча фундаментальні зміни не є легкими чи швидкими, вжиття заходів щодо підвищення стійкості допоможе банківській установі поліпшити свою репутацію як корпоративного громадянина, зберігати та приваблювати таланти, зменшувати експлуатаційні витрати та краще розуміти, як установа навчається, росте та адаптується до змінливих ринкових умов і очікувань.

Висновки до розділу 1

Концепція соціальної відповідальності банківських установ виявляється ключовим чинником, який визначає їхній внесок у успіх суспільства. Банки розглядають соціальну відповідальність як стратегічний елемент своєї діяльності, приділяючи увагу різноманітним аспектам суспільства.

Стратегії соціальної відповідальності банківських установ охоплюють широкий спектр ініціатив, від боротьби з голодом та підтримки постраждалих від природних катастроф до фінансування житла та інклюзивних банкоматів. Це свідчить про комплексний підхід до вирішення соціальних проблем та підтримку різноманітних верств населення.

Банки визначають стратегії корпоративної соціальної відповідальності на основі аналізу бенчмаркінгу та галузевих стандартів, враховуючи найбільш актуальні та важливі для суспільства напрямки. Також важливою є взаємодія банків із політичними та навчальними установами для спільної реалізації стратегій та досягнення спільних цілей.

Успішна реалізація стратегій корпоративної соціальної відповідальності передбачає активну участь у зменшенні викидів вуглекислого газу, практику екологічної освіти та забезпечення сталого розвитку. Банки визнають свою роль у формуванні позитивного впливу на навколишнє середовище та соціально-економічну динаміку, сприяючи сталому розвитку та збалансованому суспільству.

Аналіз впливу корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) на репутацію та фінансові результати банківських установ визначається використанням різноманітних інструментів оцінювання та аналізу. Соціально-економічний аналіз є ключовим елементом, враховуючи його спроможність вивчення конкретних проектів, їхніх соціально-економічних наслідків та взаємозв'язку з фінансовими показниками банку.

Аудит репутації відображає взаємозв'язок між сприйняттям банку громадськістю та іншими стейкхолдерами. Оцінка відповідності репутації банку його соціальним ініціативам дозволяє здійснювати об'єктивний аналіз ефективності цих ініціатив.

Фінансовий аналіз, в свою чергу, включає в себе оцінку фінансових показників банку перед та після впровадження соціальних ініціатив. Досліджуються прибутковість, рівень інвестицій та інші фінансові аспекти з метою виявлення змін у фінансових результатах.

SWOT-аналіз допомагає визначити сильні та слабкі сторони, можливості і загрози для банку в контексті соціальної відповідальності. Цей інструмент розкриває ключові аспекти КСВ, які можуть визначати репутацію та фінансові показники банку.

Застосування кожного з цих інструментів дозволяє здійснювати комплексний аналіз впливу КСВ на банківську установу, визначаючи ефективність соціальних ініціатив та їхній внесок у підтримку репутації та фінансових результатів.

Механізм впровадження корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в банківських установах грає важливу роль у покращенні фінансових результатів та репутації. Забезпечення ефективності стратегії та ініціатив у сфері соціальної відповідальності дозволяє банкам досягати позитивних результатів, таких як підвищення ефективності, створення цінності та реалізація нових можливостей.

Швидкість впровадження ініціатив може варіюватися для кожної установи, проте ключовим є здатність керівництва розуміти цінність стратегії КСВ та визначати конкретні кроки для досягнення стійкого розвитку. Фундаментальні зміни в уявленнях про бізнес-цілі, відношенні працівників до своєї роботи та перетворення процесів допомагають уникати ризиків та досягати більш високих стандартів економічної, екологічної та соціальної відповідальності.

Незважаючи на те, що фундаментальні зміни вимагають часу та зусиль, вони є важливим етапом для покращення репутації банку як корпоративного громадянина. Впровадження заходів щодо підвищення стійкості дозволяє зменшити експлуатаційні витрати, зберігати та приваблювати таланти та ліпше адаптуватися до змінливих умов ринку та очікувань.

РОЗДІЛ 2
АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ІМПАКТУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ
БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ НА ЇХ РЕПУТАЦІЮ ТА ФІНАНСОВІ
РЕЗУЛЬТАТИ

2.1 Оцінка корпоративної соціальної відповідальності банківських установ

З перспективи управління соціальною відповідальністю в банках України можна визначити, що ця система поступово отримує визнання серед її стейкхолдерів. Хоча банки впроваджують соціальні ініціативи, але цільова аудиторія не завжди проявляє достатній інтерес до ознайомлення з соціальною відповідальністю, або самі установи не завжди ефективно публікують свої досягнення в цьому напрямку. У таблиці 2.1 наведено результати аналізу напрямків корпоративної соціальної відповідальності в банківському секторі України на основі ТОП-10 банків.

Таблиця 2.1 - Напрямки корпоративної соціальної відповідальності ТОП 10 банків України

Банк	Характеристика політики КСВ	Основні засоби реалізації
1	2	3
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
АТ «Райффайзен Банк Аваль»	Багатоаспектна	прозоре ведення бізнесу; соціальний захист співробітників, аналіз задоволення роботою; економія всіх видів ресурсів;

Продовження таблиці 2.1

1	2	3
АБ «Укргазбанк»	Еконапрям	ековідділення, екокредити, випуск екологічно чистих платіжних карток; фінансування енергозберігаючих проєктів
АТ «Альфа-Банк»	Допомога дітям-сиротам та тяжкохворим дітям	корпоративне волонтерство
АТ «Укрсиббанк»	Класична	створення інклюзивних робочих місць; розвиток персоналу; дотримання прав людини та уникнення дискримінації; підтримка низько вуглецевої економіки; збереження культурної спадщини
АТ КБ «ПриватБанк»	Багатоаспектна	комфортні умови праці; працевлаштування інвалідів; фінансова грамотність персоналу та населення; зменшення паперового документообігу; екологічна технологія інкасації; благодійний фонд
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
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;
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
ПАТ «ОТП Банк»	Багатоаспектна	інвестування в соціальні проєкти; підвищення рівня добробуту громадян; поліпшення екологічної ситуації у країні; сприяння створенню оптимальних умов для реалізації інтелектуального і творчого потенціалу талановитої молоді.

Детальний аналіз корпоративної соціальної відповідальності провідних банків України виявляє основні напрями їхньої діяльності. Серед них можна виділити захист найбільш вразливих верств населення, таких як особи з інвалідністю, постраждалі внаслідок антитерористичних операцій, тимчасово переміщені особи, діти-сироти, тяжкохворі діти і дорослі та інші категорії населення. Також важливим напрямком є екологічна складова, яка охоплює використання енергоефективних пристроїв, раціональне використання ресурсів, підтримку низьковуглецевої економіки, еко-кредитування, випуск карток з екологічно чистими характеристиками та інше. Інші важливі аспекти включають розвиток персоналу, підвищення рівня комфорту робочого середовища та соціальний захист працівників, а також корпоративне волонтерство, благодійництво та спонсорство.

Оцінка банківського сектору в Україні також проводиться за допомогою індексу прозорості, що включає критерії звітності, змісту, навігації та доступності на веб-сайтах компаній. Також існує рейтинг управління корпоративною репутацією "Репутаційні активісти", який визначає репутацію банківських установ з урахуванням їх соціальної орієнтованості та позицій. У таблицях 2.2 – 2.4 наведений рейтинг банківських установ відповідно до репутаційних активістів протягом 2020-2023 рр.

Таблиця 2.2 – Рейтингування банківських установ відповідно до репутаційних активістів у 2020 р.

Банк	Репутаційна стабільність	Іміджевий капітал КСВ	Медіаактивність	Інноваційний підхід	Антикризова стійкість	Загалом
1	2	3	4	5	6	7
Райфайзен Банк Аваль	35,00	38,50	39,75	36,25	35,00	184,50
Сіті Банк	33,00	32,60	35,20	36,00	34,20	171,00

Продовження таблиці 2.2

1	2	3	4	5	6	7
Альфа-Банк Україна	25,00	49,50	23,00	23,00	49,50	170,00
ПриватБанк	33,50	33,50	32,00	31,50	30,50	161,00
Кредобанк	30,80	31,80	31,20	30,20	28,40	152,40
ING bank Україна	32,75	30,50	30,50	26,75	27,25	147,75
Укрсоцбанк	27,00	30,00	30,00	30,00	30,00	147,00
Форвард Банк	32,75	29,00	28,00	25,60	25,50	140,85
Укрсиббанк	28,25	29,00	28,00	27,00	26,00	138,25

Джерело: [46]

Таблиця 2.3 – Рейтингування банківських установ відповідно до репутаційних активістів у 2021 р.

Банк	Репутаційна стабільність	Іміджевий капітал КСВ	Медіаактивність	Інноваційний підхід	Антикризова стійкість	Загалом
1	2	3	4	5	6	7
ПриватБанк	38,87	35,45	37,09	38,09	36,18	185,68
УніверсалБанк	34,80	33,00	35,60	35,80	34,00	173,20
Альфа-Банк Україна	35,11	33,11	32,00	32,44	31,22	163,88
Idea Bank	34,00	32,50	32,00	31,50	32,75	162,75
Таскомбанк	32,86	28,00	34,57	30,26	32,29	157,98
Ощадбанк	34,55	31,36	32,82	28,64	30,51	157,88
Укргазбанк	33,83	32,02	32,17	29,09	29,67	156,78
Райфайзен Банк Аваль	32,67	30,22	31,44	28,06	29,56	151,95
Мегабанк	29,50	28,50	29,00	29,50	31,00	147,50
Укрексімбанк	32,60	32,14	29,14	25,98	27,29	147,15

Джерело: [46]

Рейтинг управління корпоративною репутацією «Репутаційні активісти» є інструментом оцінки репутації банківських установ, розробленим спільно журналом «Бізнес», Агентством PR-Service та Noks Fishes. Цей рейтинг визначає ступінь відповідності банківських установ соціально-орієнтованим стандартам та позиціям у суспільстві.

Таблиця 2.4 – Рейтингування банківських установ відповідно до репутаційних активістів у 2023 р.

Банк	Репутаційна стабільність	Іміджевий капітал КСВ	Медіаактивність	Інноваційний підхід	Антикризова стійкість	Загалом
1	2	3	4	5	6	7
ПриватБанк	42,33	43,33	43,00	43,00	44,00	215,66
Ощадбанк	39,80	38,11	38,37	37,20	37,74	191,22
Sense Bank	36,40	36,23	36,23	36,47	37,03	182,36
Idea Bank	38,50	38,50	33,00	33,50	38,50	182,00
Таскомбанк	37,40	37,57	35,43	33,64	36,64	180,68

Джерело: [46]

На рисунку 2.1 відображено показник репутаційної стабільності та іміджевого капіталу КСВ для банків-лідерів за репутаційними активами у 2023 році.

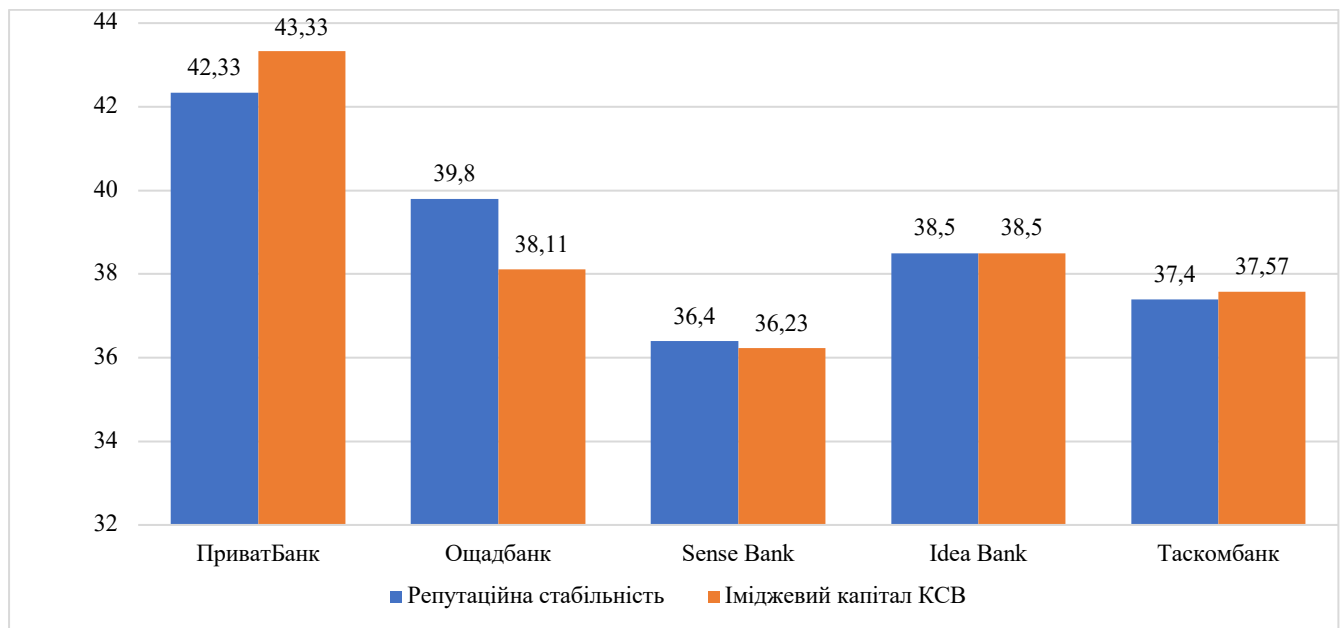


Рисунок 2.1 – Рівні репутаційної стабільності та іміджевого капіталу КСВ досліджуваних банківських установ у 2023 році

Джерело: побудовано автором на основі даних наведених у таблиці 2.4

Ключові характеристики рейтингу «Репутаційні активісти» як видно в таблицях 2.2 – 2.4 є соціальна орієнтованість за якою оцінюється, наскільки банк спрямований на взаємодію з суспільством та виконання соціальних обов'язків; позиції та співпраця, де визначається, як банк висвітлює свої позиції та взаємодіє з іншими учасниками ринку; транспарентність та відкритість за яким оцінюється рівень доступності та відкритості інформації про діяльність банку, зокрема, його корпоративної соціальної відповідальності; ініціативи та проекти де відображається врахування заходів та проектів, які спрямовані на покращення соціального впливу банку та репутаційні аспекти, де аналізується вплив банку на ринок та готовність до взаємодії з акціонерами та іншими стейкхолдерами.

Цей рейтинг сприяє створенню прозорого образу банківських установ та підтримує їхні зусилля у сфері корпоративної соціальної відповідальності, що впливає на їхню репутацію та сприяє взаєморозумінню зі споживачами та іншими зацікавленими сторонами.

Отже, як видно з даних наведених в таблицях 2.2 – 2.4 щороку рейтинг банків відповідно до репутаційних активістів змінюється. Так, наприклад, Приватбанк у 2019 р. посідав 3 позицію, а у 2020 р. – 4 позицію. Відповідно до першої позиції, яку банк зайняв у 2021 р., можна стверджувати про удосконалення системи корпоративної соціальної відповідальності, що у свою чергу позитивно впливає на взаємовідносини зі стейкхолдерами.

У період з 2020 по 2023 рік, банки в Україні демонстрували коливання у рейтингах за різними показниками репутаційних активістів. Визначені банки, зокрема ПриватБанк і Ощадбанк, показали стабільний ріст і збереження провідних позицій в загальному рейтингу. Зауважується покращення в антикризовій стійкості і іміджевому капіталі. Idea Bank і Таскомбанк показали коливання в своїх рейтингах, що вимагає уваги до стратегічних аспектів для відновлення чи збереження позицій. Важливість медіаактивності та інновацій визначено як ключовий фактор успіху.

Загальна тенденція свідчить про позитивний розвиток банківського сектору в Україні та його здатність впливати на фінансові та соціальні аспекти. Важливо відзначити, що стратегічна орієнтованість на медіаактивність та інновації може бути вирішальною для успішного управління корпоративною репутацією в банківській сфері.

Отже, в результаті проведеного дослідження виявлено, що соціально відповідальний бізнес в банківському секторі характеризується різноманітністю напрямків роботи. Банки переважно використовують класичні моделі корпоративної соціальної відповідальності, такі як соціальна підтримка та екологічні ініціативи, які в подальшому можуть розгалужуватися на різні види соціальної допомоги та проектів.

Аналіз показав, що провідні банки використовують різні варіації корпоративної соціальної відповідальності. Шляхом впливу на різні сфери суспільства, банки впроваджують галузеву систему корпоративної соціальної відповідальності або обирають конкретний напрямок та реалізують його в повному обсязі.

Серед напрямків розвитку корпоративної соціальної відповідальності, визначених на основі бенчмаркінгу, можна відзначити такі: боротьба з голодом, допомога постраждалим від стихійних лих, впровадження інклюзивних банкоматів, боротьба з гендерною дискримінацією, програми фінансування житла, допомога безпритульним тваринам, перехід до відновлюваних джерел енергії, забезпечення балансу між роботою та сім'єю, полегшення виходу на роботу після відпустки по догляду за дитиною, боротьба з відмиванням коштів, управління фінансовими злочинами, впровадження антикорупційної політики, відповідальний маркетинг, підтримка та визнання соціально відповідальних установ, підтримка здоров'я співробітників, управління стресами, співпраця з політичними та академічними установами, зменшення викидів вуглекислого газу, відмова від одноразових посудин, надання відпусток для волонтерської діяльності, сертифікація персоналу,

який працює з особами з інвалідністю, системи перетворення мови для тексту, програми стажування для студентів, повертання випускників, робота з дому та мобільна робота, екологічна освіта та випуск «зелених» облігацій.

2.2 Аналіз та оцінка фінансових результатів діяльності банківських установ

Дослідження фінансових результатів банків є важливим завданням з кількох причин: економічна стійкість, довіра і репутація, ефективність управління, фінансовий аналіз для прийняття рішень, прозорість та відповідність, попередження ризиків, стратегічне планування. Загальна тенденція свідчить про позитивний розвиток банківського сектору в Україні та його здатність впливати на фінансові та соціальні аспекти. Важливо відзначити, що стратегічна орієнтованість на медіаактивність та інновації може бути вирішальною для успішного управління корпоративною репутацією в банківській сфері.

Сучасні фінансові результати банків безпосередньо впливають на ефективність їхньої соціальної відповідальності (СВ). Рівень довіри та репутації банку зростає завдяки активній участі у вирішенні соціальних проблем, що впливає на лояльність клієнтів та конкурентоспроможність. Управління соціальними ризиками може запобігти негативним наслідкам для фінансових результатів. Інноваційні соціальні практики можуть стати ключовою конкурентною перевагою та повернути більше інвестицій. Відповідність соціальним стандартам полегшує взаємодію з регуляторами. Загалом, розгляд фінансових результатів банків в контексті соціальної відповідальності визначає їхню стійкість, конкурентоспроможність та роль у сучасному соціумі.

Відповідно до наведеної інформації у статистичних даних на сайті НБУ, до показників фінансових результатів діяльності банківських установ належать абсолютні показники: чистого процентного доходу, чистого комісійного доходу,

торгового результату та прибутку. Тому саме ці показники були досліджені для банківських установ, які у 2023 році відмітилися високим рівнем КСВ та репутації.

В таблиці 2.5 наведено показник чистого процентного доходу банків, які в 2023 році відзначилися високими оцінками за репутаційну стабільність та іміджевий капітал КСВ протягом 2021-2023 рр.

Таблиця 2.5 – Чистий процентний дохід протягом 2021-2023 рр.

Банк	2021	2022	2023	2022/2021	2023/2021	2023/2022
1	2	3	4	5	6	7
ПриватБанк	29316918,6	39917416,5	53806230,0	136,2	183,5	134,8
Ощадбанк	13364516,6	14884378,4	16938961,0	111,4	126,7	113,8
Sense Bank	6332586,9	7052851,5	4977238,0	111,4	78,6	70,6
Idea Bank	2064946,8	2260883,8	1705873,0	109,5	82,6	75,5
Таскомбанк	1814420,1	2231171,7	2151809,0	123,0	118,6	96,4

Джерело: сформовано та розраховано автором на основі фінансової звітності банків

Показник процентного доходу (Net Interest Income) є ключовим фінансовим показником для банків і відображає основний внесок банку у виручку від його фінансової діяльності. Цей показник визначається як різниця між доходами, отриманими від відсотків (процентів), та витратами на залучення коштів.

Отже, за результатами наведеними в таблиці 2.5 та темпами росту на рисунку 2.1 можна зробити висновки, що ПриватБанк має найвищий рівень чистого процентного доходу в усі три роки та демонструє значний темп росту. Ощадбанк і Таскомбанк також показують позитивний темп росту, але їхні рівні доходу взагалі менші порівняно з ПриватБанком. Sense Bank та Idea Bank, незважаючи на зростання у 2022 році, мають велике зменшення чистого процентного доходу в 2023 році. Цей аналіз може слугувати основою для подальшого дослідження причин змін в чистому процентному доході та планування стратегій для покращення прибутковості банків. По суті можна сказати, що досліджуваний показник

відображає ефективність управління відсотковою маржою. Високий чистий процентний дохід свідчить про те, що банк успішно використовує свої активи для заробітку. Також він відображає, наскільки банк ефективно управляє ризиками відсоткової ставки та кредитним ризиком. Процентний дохід в основному виникає внаслідок кредитної діяльності, тому він відображає здатність банку здійснювати успішне кредитування. В цілому, процентний дохід є ключовим фактором для фінансового здоров'я банку, і він відображає його здатність ефективно управляти власними активами та забезпечувати стійкий прибуток в умовах грошово-кредитного ринку.

Для візуалізації отриманих результатів базисні темпи росту відображені на рисунку 2.2.

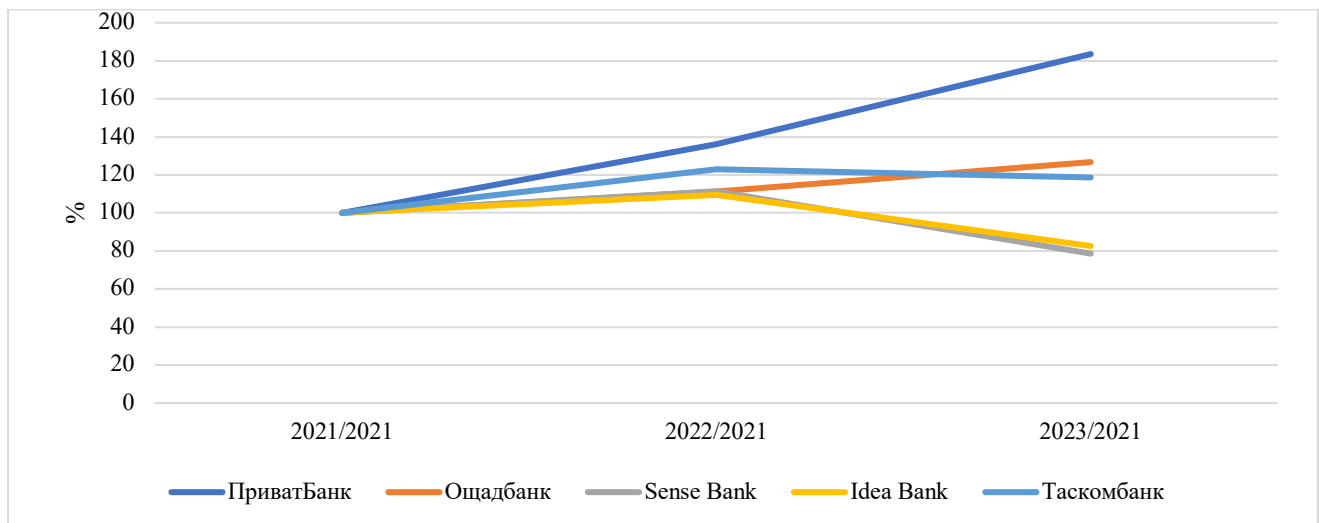


Рисунок 2.2 – Базисні темпи росту чистого процентного доходу протягом 2021-2023 рр.

Джерело: побудовано автором на основі даних наведених в таблиці 2.5.

В таблиці 2.6 відображено чистий комісійний дохід банків протягом 2021-2023 рр.

Таблиця 2.6 – Чистий комісійний дохід протягом 2021-2023 рр.

Банк	2021	2022	2023	2022/2021	2023/2021	2023/2022
1	2	3	4	5	6	7
ПриватБанк	23217302,2	20439857,8	21872545,0	88,0	94,2	94,2
Ощадбанк	6199952,5	5932231,9	6103399,0	95,7	98,4	98,4
Sense Bank	3828137,7	2842415,8	2092318,0	74,3	54,7	54,7
Idea Bank	156219,3	74225,0	97169,0	47,5	62,2	62,2
Таскомбанк	400307,5	389529,4	254415,0	97,3	63,6	63,6

Джерело: сформовано та розраховано автором на основі фінансової звітності банків

Чистий комісійний дохід банку представляє собою частину виручки, яку банк отримує від своєї комісійної діяльності після відрахування витрат на її забезпечення. Цей показник вказує на те, наскільки ефективно банк заробляє гроші на наданні різноманітних фінансових послуг та операцій, в яких не використовується позичковий аспект.

Отже, виходячи з даних наведених на рисунку 2.2 можна зробити висновки, що чистий комісійний дохід ПриватБанку зменшився в 2022 році, але відновився та трошки зріс у 2023 році, показуючи стійкість банку до змін. Ощадбанк показав зниження чистого комісійного доходу у 2022 році, але вдалося покращити показник в 2023 році, зберігаючи стабільність. Sense Bank має помітне зменшення чистого комісійного доходу протягом усього періоду, що може вказувати на проблеми в комісійній діяльності. У Idea Bank чистий комісійний дохід збільшився у 2022 та 2023 роках, але ріст менший порівняно із зменшенням в 2021 році. Таскомбанк продемонстрував велике зростання чистого комісійного доходу у 2022 році, але в 2023 році цей показник вже помітно зменшився. ПриватБанк та Ощадбанк показали стабільність у темпах зростання чистого комісійного доходу, вкладаючись у структуру своїх фінансових операцій. Sense Bank та Idea Bank відзначаються найбільшими відсотковими зниженнями чистого комісійного доходу серед усіх банків за розглянутий період. Таскомбанк відзначився значним зростанням чистого

комісійного доходу у 2022 році, проте в 2023 році відбулася помітна корекція цього показника. Загалом, чистий комісійний дохід для всіх банків відображається в динаміці змін в комісійній діяльності та їх здатності адаптуватися до ринкових умов. Динаміка відсотків (темпів зростання або зниження) чистого комісійного доходу свідчить про різноманітні фінансові стратегії та результати виконання банками своїх комісійних операцій.

На рисунку 2.3 відображено динаміку чистого комісійного доходу досліджуваних банків.

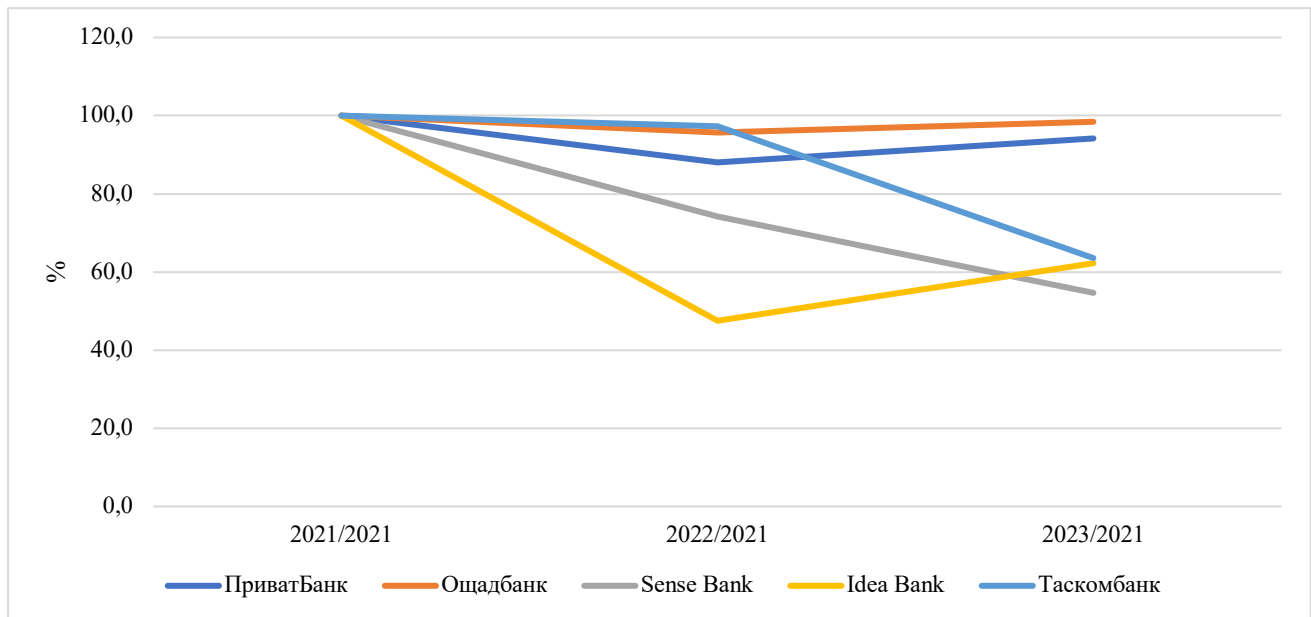


Рисунок 2.3 – Динаміка чистого комісійного доходу протягом 2021-2023 рр.
Джерело: побудовано автором на основі даних наведених в таблиці 2.6

На рисунку 2.4 відображено базисні темпи росту торгового результату для банків протягом 2021-2023 рр. Торговий результат для банків є фінансовим показником, що відображає виручку від торговельної (комерційної) діяльності. Цей результат може бути отриманий в результаті торгівлі цінними паперами,

валютними операціями, операціями на фондовому ринку та іншими комерційними операціями, не пов'язаними із звичайною банківською діяльністю.

В таблиці 2.7 відображено торговий результат банків протягом 2021-2023 рр.

Таблиця 2.7 – Торговий результат банків протягом 2021-2023 рр.

Банк	2021	2022	2023	2022/2021	2023/2021	2023/2022
1	2	3	4	5	6	7
ПриватБанк	23217302,2	20439857,8	21872545,0	88,0	94,2	94,2
Ощадбанк	6199952,5	5932231,9	6103399,0	95,7	98,4	98,4
Sense Bank	3828137,7	2842415,8	2092318,0	74,3	54,7	54,7
Idea Bank	156219,3	74225,0	97169,0	47,5	62,2	62,2
Таскомбанк	400307,5	389529,4	254415,0	97,3	63,6	63,6

Джерело: сформовано та розраховано автором на основі фінансової звітності банків

Розглянемо торговий результат для вказаних банків у період з 2021 по 2023 роки. ПриватБанк продемонстрував стабільність торгового результату, з відсотковим зменшенням у 2022 році, але з подальшим покращенням у 2023 році. Ощадбанк також показав стабільний торговий результат, з невеликим збільшенням у 2023 році порівняно із попередніми роками. Sense Bank відзначився помітним зменшенням торгового результату, що може свідчити про виклики у сфері комерційної діяльності. Idea Bank відзначився значним покращенням торгового результату у 2022 та 2023 роках, попри невелике зниження в 2021 році. Таскомбанк продемонстрував велике збільшення торгового результату у 2022 році, проте відзначився помітним зменшенням у 2023 році.

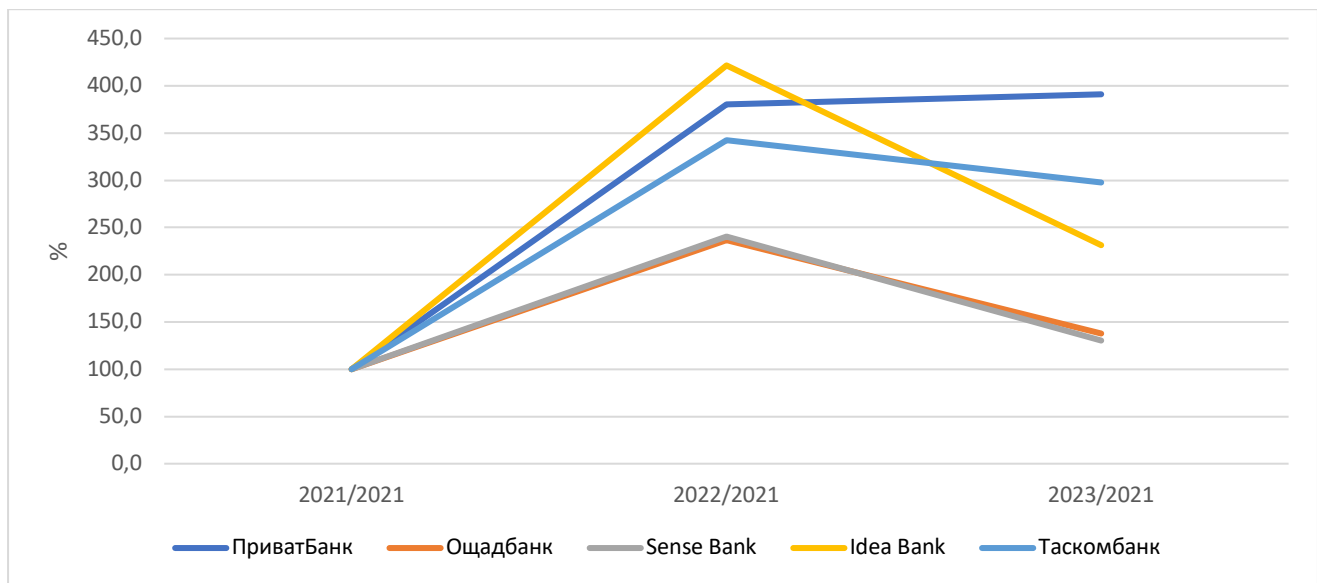


Рисунок 2.4 – Базисні темпи росту торгового результату протягом 2021-2023 рр.

Джерело: побудовано автором на основі даних наведених в таблиці 2.7.

Загальною тенденцією може бути визначена стабільність та коливання торгового результату для більшості банків, що свідчить про вплив різних факторів на комерційну діяльність у вказаному періоді.

В таблиці 2.8 відображено прибуток банків протягом 2021-2023 рр. Прибуток для банків - це фінансовий показник, який визначається як різниця між доходами та витратами банку за певний період часу. Це ключовий показник, який відображає фінансовий успіх та стійкість банку.

Таблиця 2.8 – Прибуток банків протягом 2021-2023 рр.

Банк	2021	2022	2023	2022/2021	2023/2021	2023/2022
ПриватБанк	35 050 410,7	30 197 968,4	54 456 046,0	86,2	155,4	180,33
Ощадбанк	1 055 377,5	639 803,0	11 563 363,0	60,6	1 095,7	1807,33
Sense Bank	3 319 120,9	-7 110 163,4	5 251 236,0	-314,2	158,2	-173,86
Idea Bank	581 072,7	-649 635,8	683 035,0	-211,8	117,5	-205,14
Таскомбанк	456 062,3	30 950,1	260 943,0	6,8	57,2	843,11

Джерело: сформовано та розраховано автором на основі фінансової звітності банків

На рисунку 2.5 відображено показник прибутку банківських установ протягом досліджуваного періоду.

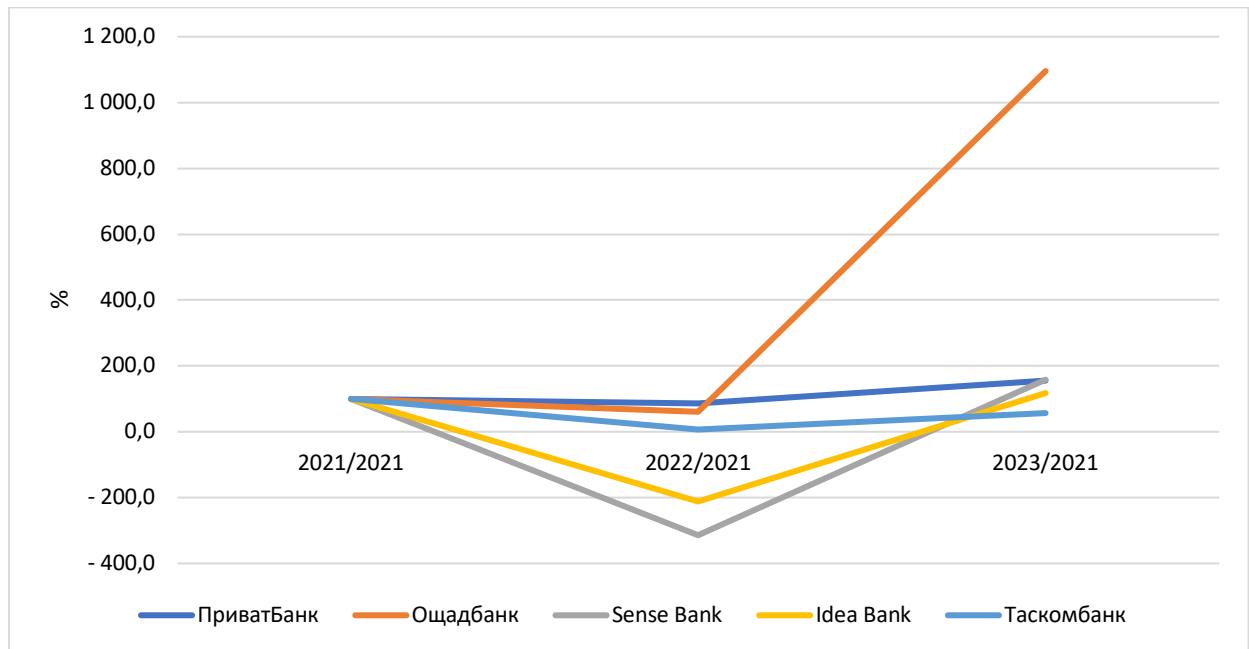


Рисунок 2.5 – Базисні темпи росту прибутку протягом 2021-2023 рр.

Джерело: побудовано автором на основі даних наведених в таблиці 2.8.

ПриватБанк відзначився стійким зменшенням прибутку у 2022 році, але потім значно покращив показник у 2023 році, що свідчить про його відновлення та розвиток. Ощадбанк продемонстрував значне збільшення прибутку в 2023 році порівняно з 2021 і 2022 роками, що може свідчити про успішні фінансові стратегії. Sense Bank відзначився негативним прибутком у 2022 році, але значно покращив свій фінансовий стан у 2023 році, показавши різке відновлення. Idea Bank також зазнав негативного впливу на прибуток у 2022 році, але вдалося здійснити виправлення ситуації та отримати прибуток у 2023 році. Таскомбанк продовжив позитивну динаміку зростання прибутку протягом 2022-2023 років, хоча темпи зростання збільшилися в 2023 році.

Загальною тенденцією може бути визначена різноманітність фінансових результатів банків у розглянутому періоді, що може бути обумовлено різними

факторами, такими як ринкові умови, стратегії управління ризиками та конкретні події у фінансовому секторі.

Отже, за результатами проведеного аналізу фінансових результатів досліджуваних банківських установ протягом 2021-2023 рр. можна зробити висновки, що фінансові результати банків за період 2021-2023 рр. вказують на різноманітність їхньої фінансової стабільності та ефективності. ПриватБанк продемонстрував стабільність та відновлення прибутку у 2023 році. Ощадбанк вражає значним зростанням прибутку у 2023 році та позитивними тенденціями в торговому результаті та чистому комісійному доході. Таскомбанк відзначився позитивним ростом прибутку та вражаючими темпами зростання торгового результату та чистого комісійного доходу в 2023 році. Ці три банки виділяються як банки з кращими фінансовими показниками у розглянутому періоді.

2.3 Визначення імпаكتу соціальної відповідальності банківських установ на їх репутацію та фінансові результати

В сучасному світі соціальна відповідальність банківських установ займає центральне місце в стратегіях сталого розвитку та управління корпоративними ризиками. Банки все частіше розглядають свою роль у суспільстві не лише як фінансового посередника, але й як ключового учасника у вирішенні соціальних, екологічних та етичних питань. Однак, несучи на собі величезні соціальні та економічні відповідальності, банки стають об'єктом уваги для громадськості, інвесторів та регуляторів. У цьому контексті, визначення імпаكتу соціальної відповідальності банківських установ на їх репутацію та фінансові результати стає важливим завданням. Під імпактом розуміється вплив, який виявляється через реалізацію соціальних та екологічних ініціатив на різних рівнях діяльності банку. В даному аналізі ми розглянемо ключові аспекти імпаكتу соціальної відповідальності

на репутацію та фінансовий успіх банків, враховуючи їхню роль в розвитку сталого бізнесу та задоволення потреб різних зацікавлених сторін.

На рисунку 2.6 відображено показники репутаційної стабільності, іміджевого капіталу КСВ та прибутку у 2023 році для банків лідерів за репутаційними активами.

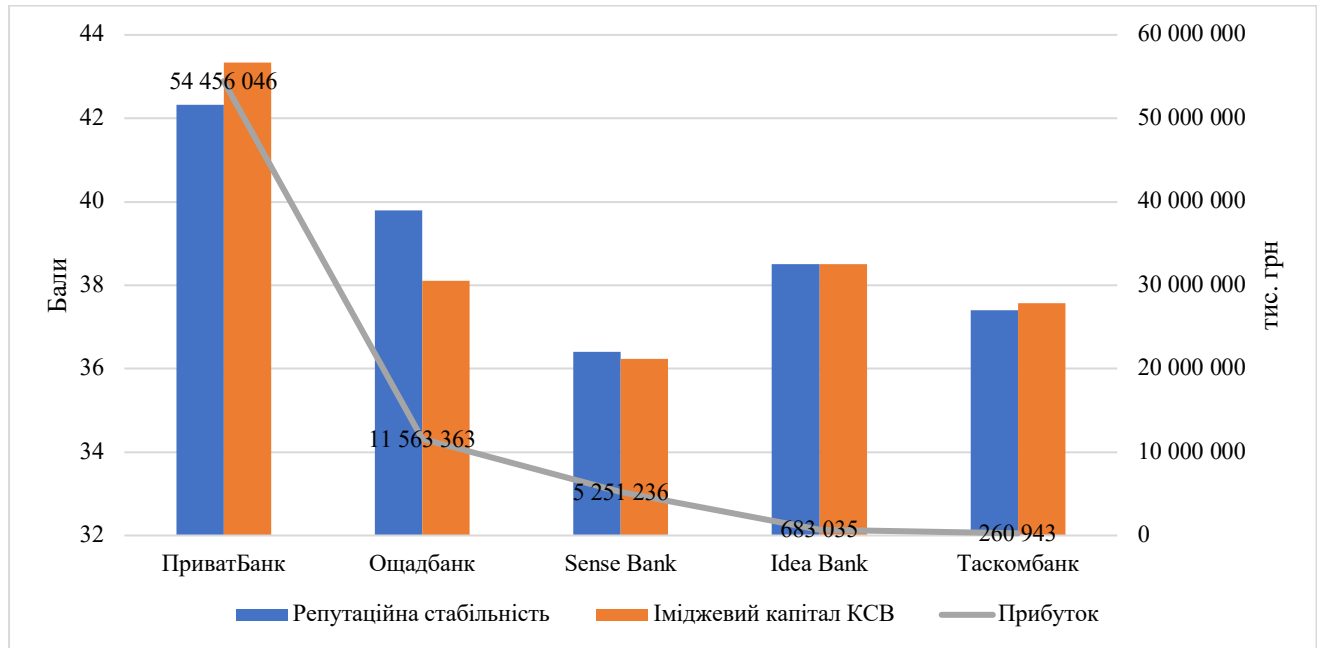


Рисунок 2.6 – Співвідношення репутаційної стабільності, іміджевого капіталу КСВ та прибутку у 2023 для банків-лідерів за репутаційними характеристиками

Джерело: побудовано автором на основі даних наведених в розділі 2 та додатках

В контексті аналізу репутаційної стабільності та іміджевого капіталу банків, можна визначити взаємозв'язок цих показників з отриманим прибутком. ПриватБанк демонструє високі показники репутації та іміджу, що може бути пов'язано з великим прибутком, вказуючи на позитивний вплив репутації та іміджу на фінансові результати. Ощадбанк також має високі показники репутації та іміджу, але його прибуток в порівнянні з ПриватБанком значно менший, вказуючи, що репутаційні чинники можуть впливати на привабливість для клієнтів та інвесторів,

але можуть існувати інші обмежуючі фактори. Sense Bank має середні показники репутації та іміджу, але прибуток менший порівняно з ПриватБанком, що може свідчити про меншу конкурентоспроможність на ринку чи інші фактори впливу на прибутковість. Idea Bank демонструє високі показники репутації та іміджу, але прибуток менший, що може свідчити про інші проблеми чи конкурентні обставини. Таскомбанк, з найменшим прибутком, може стикатися з викликами, які впливають на його фінансові результати, що може бути пов'язано зі значно меншими показниками репутації та іміджу. Такий аналіз дозволяє визначити ключові фактори, які впливають на успішність банку, та вказати на можливі області для поліпшення через стратегічне планування та впровадження заходів, спрямованих на вдосконалення репутації та іміджу.

Отже, взаємозв'язок між репутаційною стабільністю, іміджевим капіталом та прибутком банків підкреслює важливість будівництва позитивної репутації та іміджу для досягнення високих фінансових результатів. Однак інші фактори також можуть впливати на прибутковість, і тому, для покращення ситуації, банки можуть використовувати інструменти, такі як SWOT-аналіз, для ідентифікації всіх аспектів свого бізнесу.

Окрім прибутку банківських установ до фінансових результаті в також належать як було вказано в п.2.2 комісійний дохід, процентний дохід та торговий результат, тому на рисунку 2.7 візуалізовано зміну даних показників у порівнянні зі зміною сукупного показника репутаційної стабільності та іміджевого капіталу КСВ. Аналізуючи фінансові показники та репутацію для п'яти банків (ПриватБанк, Ощадбанк, Sense Bank, Idea Bank, Таскомбанк), можна виявити певні тенденції та особливості, що вказують на їхню фінансову стабільність та репутаційний капітал. ПриватБанк має найвищий чистий процентний та комісійний дохід серед усіх банків, що вказує на його фінансову потужність і ефективне управління. Високий рівень репутації та КСВ (85,66) свідчить про сильну позицію банку в глобальному

фінансовому ринку. Ощадбанк має значний чистий процентний та комісійний дохід, але в порівнянні з ПриватБанком його прибутковість значно менша.

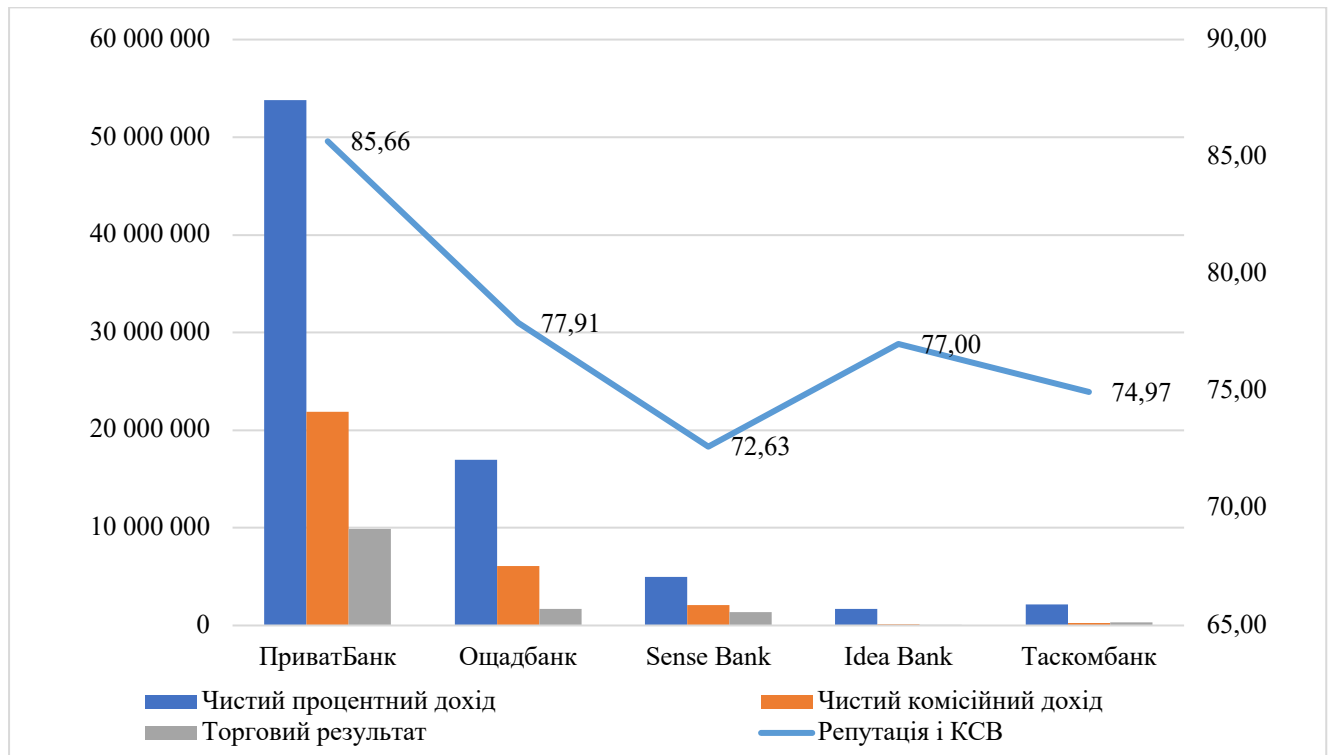


Рисунок 2.7 – Зміна показників фінансового результату банків-лідерів за репуаційними характеристиками та сукупного показника репуаційної стабільності та іміджевого капіталу КСВ

Джерело: побудовано автором на основі даних наведених в додатках

Також рівень репуації та КСВ (77,91) показує, що банк користується довірою клієнтів, але може існувати потенційний резерв для покращення. Sense Bank і Idea Bank мають менший чистий процентний та комісійний дохід, але їхні репуаційні показники також менше, ніж у ПриватБанка та Ощадбанка. Це може вказувати на меншу конкурентоспроможність на ринку та меншу довіру клієнтів. Таскомбанк має найменший чистий процентний дохід серед усіх банків, але його чистий комісійний дохід невеликий, що може вказувати на меншу активність у фінансових операціях. Репуаційний показник (74,97) є на середньому рівні.

Отже, ПриватБанк вирізняється високими фінансовими показниками і сильною репутацією. Ощадбанк також має солідні фінансові результати та довіру клієнтів. У той час як Sense Bank, Idea Bank і Таскомбанк можуть потребувати уваги до поліпшення їхньої фінансової ефективності та підвищення рівня довіри в очах клієнтів.

Наступним етапом дослідження імпаку соціальної відповідальності бізнесу на фінансові результати діяльності банківських установ та репутацію є визначення залежності між соціальною відповідальністю банків-лідерів за репутаційними характеристиками та їх показниками рентабельності протягом певного періоду часу. На рисунку 2.8 відображено взаємозалежність зміни показника прибутку залежно від соціальної відповідальності банківських установ яка включає в себе репутаційні характеристики та іміджевий капітал для ПриватБанку протягом 2021-2022 рр.

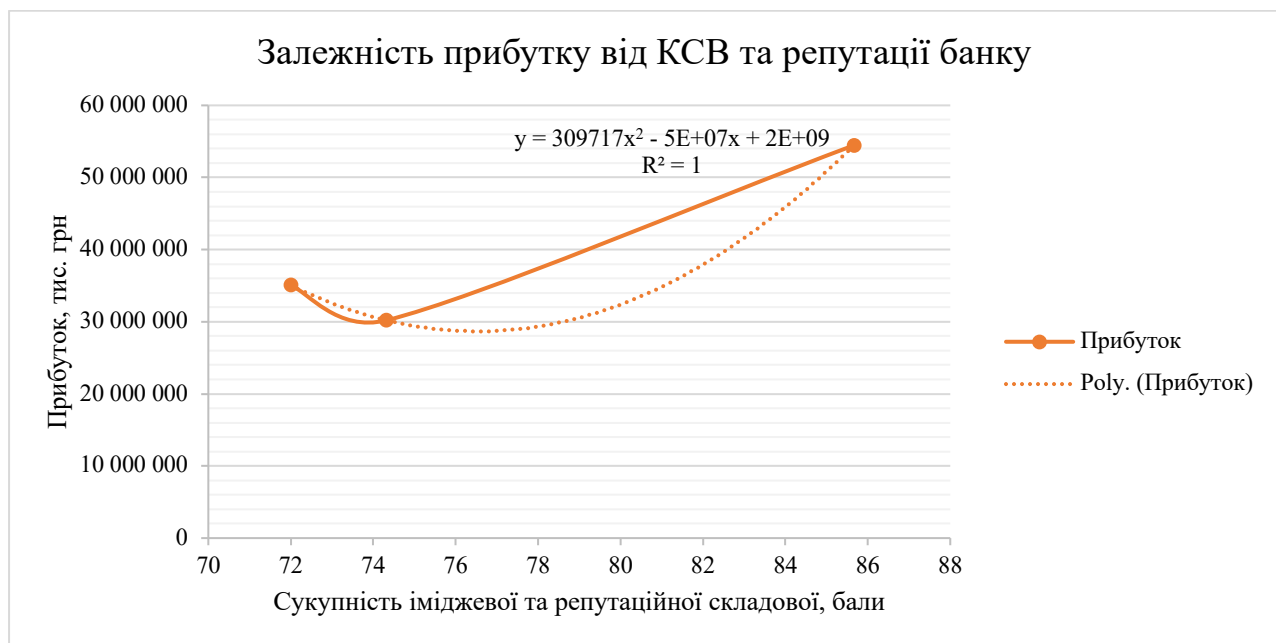


Рисунок 2.8 – Залежність показника прибутку від КСВ та репутації ПриватБанку протягом 2021-2023рр.

Джерело: побудовано автором на основі даних наведених в додатках

Аналізуючи динаміку рівня КСВ (соціальної відповідальності) та прибутку ПриватБанку протягом трьох років, можна зробити кілька спостережень. У 2021 році прибуток склав 35 050 411, а рівень КСВ був на рівні 72. Це може вказувати на те, що на той момент соціальна відповідальність банку вже була високою, але ще є потенціал для її поліпшення. У 2022 році прибуток зменшився до 30 197 968, але рівень КСВ піднявся до 74,32. Це може свідчити про те, що банк продовжує активно займатися соціальною відповідальністю, навіть при зниженні фінансових показників. У 2023 році прибуток виріс і досяг 54 456 046, а рівень КСВ значно піднявся до 85,66. Це свідчить про позитивний вплив високого рівня соціальної відповідальності на фінансові результати. Заходи, спрямовані на покращення соціальної відповідальності, можуть стати одним з ключових чинників у збільшенні прибутку. Такий підхід до аналізу свідчить про те, що соціальна відповідальність може впливати на фінансові показники банку, створюючи позитивний цикл зростання якості послуг та сприйняття банку в громадськості.

Наступним банком, який має високий рівень репутаційних активів є ОщадБанк. На рисунку 2.9 візуалізовано залежність показників рентабельності від зміни рівня КСВ.

Аналізуючи динаміку прибутку та рівня соціальної відповідальності Ощадбанку протягом трьох років, можна зробити наступні спостереження. У 2021 році прибуток склав 1 055 378, а рівень соціальної відповідальності був на рівні 45. Соціальна відповідальність на той момент була на достатньо високому рівні, але прибуток був невеликим. Це може вказувати на те, що існує потенціал для покращення ефективності заходів з соціальної відповідальності.

У 2022 році прибуток зменшився до 639 803, але рівень соціальної відповідальності значно піднявся до 65,91. Це може свідчити про активні заходи з покращення соціальної відповідальності, що зумовило позитивний вплив на репутацію та довіру клієнтів. У 2023 році прибуток виріс значно і досяг 11 563 363, а рівень соціальної відповідальності піднявся до 80,44. Це свідчить про те, що

високий рівень соціальної відповідальності може мати позитивний вплив на фінансові результати банку, створюючи сприятливий клімат для росту.



Рисунок 2.9 - Залежність показника прибутку та рентабельності активів ОщадБанку протягом 2021-2023рр.

Джерело: побудовано автором на основі даних наведених в додатках

Такий аналіз свідчить про можливу взаємозв'язок між соціальною відповідальністю та прибутком Ощадбанку, і підкреслює важливість ефективного впровадження та підтримки ініціатив у сфері соціальної відповідальності для збільшення фінансового успіху бізнесу.

Важливо визначити як рівень зміни корпоративної соціальної відповідальності банківської установи впливає на зміну прибутку. На основі оцінки впливу рівня корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) на прибуток банківської установи, можна зробити наступні висновки позитивний вплив у високому рівні КСВ: Виявлено, що у роках, коли рівень КСВ був високим, прибуток банку також зростав значно. Це свідчить про те, що активна участь у соціально відповідальних ініціативах може стимулювати фінансовий успіх. Поступове підвищення КСВ сприяє росту прибутку. В аналізованій період спостерігається тенденція

поступового зростання рівня КСВ, що взаємодіє зі зростанням прибутку. Це може свідчити про кумулятивний позитивний ефект від посилення соціально відповідальних практик. Синергія між соціальною відповідальністю і фінансовим успіхом. Здавалося б, високий рівень КСВ створює сприятливий клімат для банку, сприяючи позитивному сприйняттю громадськістю та залученню клієнтів, що в свою чергу підтримує фінансовий успіх. Зроблені висновки підкреслюють важливість системного та стратегічного управління КСВ у банківській установі. Це означає, що банк повинен ретельно планувати, впроваджувати та моніторити свої соціально відповідальні ініціативи, спрямовуючи їх на досягнення конкретних цілей. Варто враховувати, що хоча КСВ може призводити до позитивного впливу на прибуток, недостатнє або неякісне управління може призвести до негативних наслідків, таких як витрати без відчутного ефекту або ризик негативного публічного сприйняття.

Отже, висновки підкреслюють важливість вдосконалення практик корпоративної соціальної відповідальності для досягнення фінансової стабільності та успіху банківської установи.

Висновки до розділу 2

Банки використовують різноманітні стратегії корпоративної соціальної відповідальності, впливаючи на різні сфери суспільства. Це може охоплювати боротьбу з голодом, допомогу постраждалим від стихійних лих, інклюзивні банкомати, боротьбу з гендерною дискримінацією, фінансування житла, допомогу безпритульним тваринам та інші соціальні ініціативи. Банки розробляють та реалізують галузеві системи корпоративної соціальної відповідальності, враховуючи різні напрямки на основі бенчмаркінгу. Вони також співпрацюють з політичними та академічними установами, впроваджують стратегії зменшення

викидів вуглекислого газу та практикують екологічну освіту, визначаючи свою роль у сталому розвитку та соціальній.

Під час аналізу фінансових результатів провідних банків виявлено, що вони приділяють значну увагу корпоративній соціальній відповідальності (КСВ). Банки впроваджують різні напрямки КСВ, варіюючи від боротьби з голодом до зменшення викидів вуглекислого газу. Результати свідчать, що банки, які активно практикують КСВ, демонструють стабільний та зростаючий фінансовий успіх.

За період 2021-2023 рр. виділяються ПриватБанк, Ощадбанк та Таскомбанк, які виявилися банками з кращою фінансовою стабільністю. Важливим фактором успіху виявився високий рівень КСВ, який позитивно впливав на їхній прибуток. Поступове підвищення рівня КСВ супроводжується збільшенням фінансових показників, свідчачи про кумулятивний позитивний ефект.

Синергія між соціальною відповідальністю та фінансовим успіхом вказує на те, що підтримка соціальних ініціатив сприяє залученню клієнтів та створює позитивне сприйняття громадськістю. Однак важливо підкреслити необхідність системного та стратегічного управління КСВ, щоб уникнути можливих ризиків та забезпечити сталість позитивного впливу.

Отже, висновки аналізу підкреслюють, що розвинені практики корпоративної соціальної відповідальності сприяють не лише соціальній позиції банків, але й їхньому фінансовому успіху, роблячи це стратегічним інструментом для досягнення стабільності та успішності в бізнес-середовищі.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ТА НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ ЗАДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ РЕПУТАЦІЇ ТА ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

3.1 Проблеми впровадження концепції соціальної відповідальності комерційних банків в сучасних умовах

В сучасному світі концепція соціальної відповідальності (CSR) для комерційних банків стає не лише питанням етичності, але й стратегічним фактором, який визначає їхню репутацію та сталість бізнесу. Зростаючий соціальний тиск та зміна ставлення громадськості до питань сталості ставлять перед банками виклик – адаптуватися чи відставати. Проте, не дивлячись на потенційні переваги, впровадження концепції соціальної відповідальності не є безперечним завданням, адже це вимагає серйозного аналізу, витрат та внутрішніх перетворень. У цьому контексті, важливо проаналізувати та розкрити проблематику, що виникає перед комерційними банками у процесі впровадження CSR в сучасних умовах, для кращого розуміння викликів та пошуку ефективних стратегій вирішення цих питань.

Соціальна відповідальність виявляє позитивний вплив на фінансові результати та репутацію банків, і обґрунтування цього впливу може бути визначене через проведення SWOT-аналізу. Активна участь у соціально відповідальних ініціативах сприяє покращенню репутації банку в очах клієнтів, інвесторів та громадськості. Репутація є ключовим фактором привертання нових клієнтів та утримання існуючих. Клієнти стають все більше обізнані та вибіркові, враховуючи соціальну відповідальність як один з критеріїв вибору банку. Банки, що активно долучаються до соціальних ініціатив, можуть залучити нових клієнтів, які підтримують цінності відповідального бізнесу [35-40]. Споживачі виявляють

більшу довіру до банків, які виконують соціальні обов'язки. Це важливо в умовах конкуренції, коли довіра є однією з основних складових успішності банківського сектору. Участь у соціально відповідальних проектах може сприяти зменшенню ризиків, пов'язаних з екологічними, соціальними та етичними питаннями, що може мати прямий вплив на фінансову стабільність. Банки, які володіють сильним соціально відповідальним обличчям, можуть мати перевагу на ринку, оскільки сучасні клієнти вибирають партнерів, які активно враховують соціальні цінності. SWOT-аналіз надасть можливість виявити сильні та слабкі сторони соціальної відповідальності банку, а також здатності та загрози в контексті його репутації та фінансових показників. Цей аналіз може служити підґрунтям для розробки стратегій вдосконалення соціальної відповідальності, зміцнення репутації та забезпечення фінансового успіху банку.

SWOT-аналіз є ефективним інструментом для стратегічного аналізу процесу впровадження концепції соціальної відповідальності в банківських установах. Цей метод дозволяє врахувати внутрішні сильні та слабкі сторони, а також зовнішні можливості та загрози, визначаючи стратегії для оптимального використання переваг та мінімізації недоліків. SWOT-аналіз допомагає банкам адаптуватися до змін в соціальному середовищі та інтегрувати управління ризиками, сприяючи більш ефективному впровадженню концепції CSR та забезпеченню сталого розвитку в сучасних умовах.

Багато банків можуть стикатися з обмеженими фінансовими можливостями для реалізації великих та амбіційних соціальних проектів. Низька готовність вкладати значні кошти може обмежити масштаб та вплив їхніх соціальних ініціатив. Деякі банки можуть стикатися з недостатнім розробленням стратегій та планів для ефективного впровадження концепції соціальної відповідальності. Невизначеність цілей та неврегульованість дій можуть ускладнити успішну реалізацію соціальних ініціатив. Низький рівень усвідомленості та розуміння концепції соціальної відповідальності серед персоналу може призвести до відсутності підтримки та

ефективного виконання соціальних проектів. Невдалі або контрверсійні соціальні ініціативи можуть призвести до репутаційного ризику для банку. Погана реакція громадськості може вплинути на репутацію банку та його бізнес-процеси.

<p style="text-align: center;">СИЛЬНІ СТОРОНИ</p> <p>Фінансова стабільність Позитивна репутація Залучення та утримання талановитого персоналу Відповідність регулюванню та законодавству Стратегічне партнерство та співпраця</p>	<p style="text-align: center;">СЛАБКІ СТОРОНИ</p> <p>Обмежені фінансові ресурси Відсутність чітких стратегій та планування Відсутність широкого розуміння персоналу Можливий репутаційний ризик Неоднаковий рівень розвитку соціальних ініціатив</p>
<p style="text-align: center;">МОЖЛИВОСТІ</p> <p>Підвищення репутації та довіри Підтримка сталого розвитку Залучення клієнтів Розвиток соціальних інновацій та інвесторів Створення нових продуктів та послуг</p>	<p style="text-align: center;">ЗАГРОЗИ</p> <p>Ризик фінансових втрат Негативна реакція громадськості Конкурентний тиск Легітимність та дотримання законів Зростання операційних ризиків</p>

Рисунок 3.1 – SWOT-аналіз процесу впровадження концепції соціальної відповідальності в банківських установах

Джерело: сформовано автором на основі досліджень проведених в розділі 1 і

2

У деяких випадках може бути відзначена неоднаковість у рівні розвитку соціальних ініціатив між різними банками. Це може створювати конкурентні нерівності та викликати сумніви щодо впровадження концепції соціальної відповідальності в цілому.

Реалізація соціальних проектів та ініціатив може призвести до фінансових втрат для банку, особливо у випадках, коли витрати перевищують очікувані

соціальні та економічні вигоди [50]. Відсутність чіткої комунікаційної стратегії та планування може викликати негативну реакцію громадськості. Наприклад, якщо банк реалізує соціальний проект, який не відповідає потребам чи вимогам громадськості, це може призвести до втрати підтримки та негативних наслідків для репутації. Якщо одні банки активно впроваджують соціальні ініціативи, а інші - ні, це може створити конкурентний тиск для останніх. Банки, які не активно долучаються до соціально відповідальних заходів, можуть втрачати клієнтів та інвесторів на користь конкурентів. Реалізація соціальних ініціатив пов'язана із зобов'язанням дотримуватися законодавства та етичних норм. Невідповідність законам та негативна оцінка дій може призвести до втрат легітимності та юридичних проблем. Впровадження соціальних програм може збільшити операційні ризики, особливо якщо банк не має відповідних систем управління та контролю [43]. Погане управління проектами, відсутність ефективних механізмів внутрішнього контролю можуть стати загрозою для стабільності банку.

Деякі комерційні банки в Україні можуть мати достатні фінансові ресурси для ефективного впровадження соціальної відповідальності. Фінансова стабільність дозволяє здійснювати інвестиції в соціальні програми та проекти без суттєвих обмежень. Впровадження концепції соціальної відповідальності може сприяти покращенню репутації банку в очах клієнтів, громадськості та інших зацікавлених сторін. Позитивна репутація може впливати на відданість клієнтів та привертати нових клієнтів. Банки, що активно впроваджують соціально відповідальні ініціативи, можуть бути привабливими для талановитого персоналу. Сприятливе робоче середовище, підтримка освітніх та програм розвитку, а також соціальні вигоди можуть сприяти залученню та утриманню якісного персоналу. Банки, які ефективно впроваджують соціальні ініціативи, можуть забезпечити відповідність законодавчим та регуляторним вимогам [52]. Це може допомагати уникнути правових проблем та негативних реакцій від зацікавлених сторін.

Впровадження соціальної відповідальності може створювати можливості для стратегічного партнерства та співпраці з урядовими органами, неприбутковими організаціями та іншими підприємствами. Це може підсилити позицію банку як ключового учасника в соціально-економічному розвитку.

Впровадження соціальної відповідальності дозволяє банкам активно взяти участь у позитивних соціальних та екологічних ініціативах, що сприяє підвищенню репутації та довіри клієнтів і громадськості. Банки можуть впроваджувати проекти та програми, спрямовані на сталий розвиток, такі як енергоефективність, фінансова освіта, та інші, що сприяє збалансованому розвитку суспільства та захисту довкілля. Споживачі та інвестори все більше уважають соціальну відповідальність підприємств. Банки можуть привертати та утримувати клієнтів, а також залучати інвесторів, шляхом активного впровадження концепції CSR. Банки можуть стати підтримкою соціальних стартапів та проектів, спрямованих на вирішення соціальних проблем, що відкриває можливості для внесення позитивного внеску в суспільство. Впровадження концепції соціальної відповідальності може стати стимулом для розробки та пропозиції нових фінансових продуктів та послуг, спрямованих на розв'язання соціальних та екологічних проблем [35].

Отже, на основі проведеного SWOT-аналізу процесу впровадження концепції соціальної відповідальності в банківських установах можна зробити надати рекомендації щодо впроваджень:

1. Розробка чіткої стратегії. Банки повинні ретельно розробити стратегію впровадження корпоративної соціальної відповідальності, включаючи чіткі цілі та плани реалізації.

2. Посилення фінансових можливостей. Банки повинні шукати можливості для збільшення фінансових ресурсів для соціальних проектів, наприклад, через партнерства з державними структурами, міжнародними організаціями чи неприбутковими організаціями.

3. Залучення громадськості. Важливо включати громадськість у процес впровадження соціальних ініціатив, ретельно враховуючи їхні потреби та очікування.

4. Розвиток внутрішньої культури. Культура внутрішньої відповідальності та підтримки соціальних цілей повинна стати важливою частиною корпоративної культури банку.

5. Співпраця зі стейкхолдерами. Залучення до співпраці зі стейкхолдерами, такими як урядові органи, громадські організації та інші бізнес-партнери, може сприяти успішному впровадженню соціальних ініціатив та зменшити загрози [41].

На основі SWOT-аналізу банків в Україні в контексті впровадження корпоративної соціальної відповідальності виділяються сильні сторони, такі як фінансова стабільність і позитивна репутація, що можуть підтримати успішне впровадження соціальних ініціатив. Однак обмежені фінансові ресурси та відсутність чітких стратегій можуть ускладнити цей процес. Рекомендації включають розробку чіткої стратегії, пошук додаткових фінансових можливостей, включення громадськості у процес та розвиток внутрішньої культури відповідальності. Співпраця зі стейкхолдерами також може покращити успішність впровадження соціальних ініціатив і зменшити можливі загрози.

3.2 Основні ініціативи формування соціальної відповідальності банківських установ для позитивного впливу на їх репутацію та фінансові результати

Опираючись на дослідження та аналіз теоретичних питань впливу соціальної відповідальності на репутацію та фінансові результати діяльності банківських установ можна зробити висновки, що одним із найважливіших напрямів посилення такого імпаكتу є забезпечення ефективного управління взаємовідносинами зі

стейкхолдерами [47]. У таблиці 3.1 наведено основні ініціативи соціально-відповідальної діяльності банків.

Таблиця 3.1 - Основні положення формування соціальної відповідальності банків в системі забезпечення ефективного управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами

Напрямок	Вид співпраці	Обґрунтування
1	2	3
Ініціативи соціально-відповідальної діяльності банків	Благодійні справи	залучення уваги суспільства до певної соціальної потреби або допомога в зборі коштів, залучення учасників та волонтерів
	Благодійний маркетинг	зобов'язання робити внески або відраховувати відсотки від обсягів продажу на благодійну справу
	Корпоративний соціальний маркетинг	підтримка кампаній покращення суспільного здоров'я або безпеки, та сприяння захисту навколишнього середовища
	Корпоративна філантропія	пожертвування безпосередньо благодійній організації, як правило у вигляді грошових грантів, подарунків та / або товарів і послуг
	Волонтерська робота в інтересах суспільства	підтримка та заохочення працівників допомагати місцевим громадським організаціям та ініціативам
	Соціально-етичні підходи до ведення бізнесу	впровадження практики ведення бізнесу та інвестиції, що сприяють росту добробуту суспільства та збереженню навколишнього середовища
Рівні управління соціальною відповідальністю	Внутрішній	реалізація банком соціальної відповідальності перед персоналом (створення сприятливих умов праці, соціальний розвиток колективу, сприятливий психологічний клімат, підвищення кваліфікації персоналу, можливість працівників приймати участь в управлінні банком)
	Зовнішній	реалізація соціальної відповідальності перед клієнтами банку (задоволення потреб клієнтів на найвищому рівні)
	Соціальний	реалізація соціальної відповідальності перед громадою, суспільством (в межах території, на якій працює банк сприяння стійкому розвитку суспільства через участь у вирішенні соціальних проблем, підвищення рівня культурного розвитку населення, стимулювання ділової активності)

Продовження таблиці 3.1

1	2	3
Принципи	Відкритість та прозорість діяльності	банк має прозоро та об'єктивно здійснювати підготовку обов'язкової фінансової звітності по національним та міжнародним стандартам, а саме: результати фінансової та операційної діяльності ; власність на великі пакети акцій та розподіл прав голосу; фактори ризику, що прогножуються; питання, пов'язані з працівниками та зацікавленими особами; структура та політика управління та організаційна структура банку; розкриття системи ціноутворення на банківські послуги та продукти
	Спрямованість діяльності на побудову доброзичливих і взаємовигідних відносин з усіма зацікавленими	ґрунтується на безперечному додержанні принципів корпоративного управління і ділової етики, прийнятих у світовій фінансовій практиці
	Неухильне виконання вимог законодавства та протидія усім видам корупції	чітке дотримання законодавства України: банківського, адміністративного, податкового та іншого
	Стимулювання формування громадянського суспільства через благодійні та спонсорські програми	реалізовується в процесі проектування нових продуктів і послуг банку, в рамках процесу внутрішніх консультацій, з урахуванням фінансової безпеки банку та потреби суспільства

Джерело: сформовано автором на основі досліджень [1-55]

Отже, дотримання соціальної відповідальності визначає зобов'язання, філософію поведінки управлінського персоналу, яка впливає на дії всього персоналу банку та сприяє сталому розвитку не тільки самого підприємства, але і суспільства в цілому. Управління соціальною відповідальністю служить джерелом виникнення корпоративної соціальної відповідальності [51]. Таким чином, сучасні принципи управління мають сприяти формуванню комплексу заходів, спрямованих на забезпечення безпеки та розвитку внутрішнього (добробут співробітників, акціонерів) та зовнішнього середовища банку (розвиток суспільства, збереження навколишнього середовища), не порушуючи цінностей та правил, на яких базується

корпоративна культура. З цієї точки зору, можна визначити основні принципи соціально відповідального управління банку в системі корпоративної культури, а саме: принцип відповідальності перед працівниками, принцип доброчесності, принцип послідовності щодо розвитку, принцип цілісності та взаємовигідності, принцип перспективності [53]. На основі вищевказаного можна створити модель управління соціальною відповідальністю в системі корпоративної культури банку.

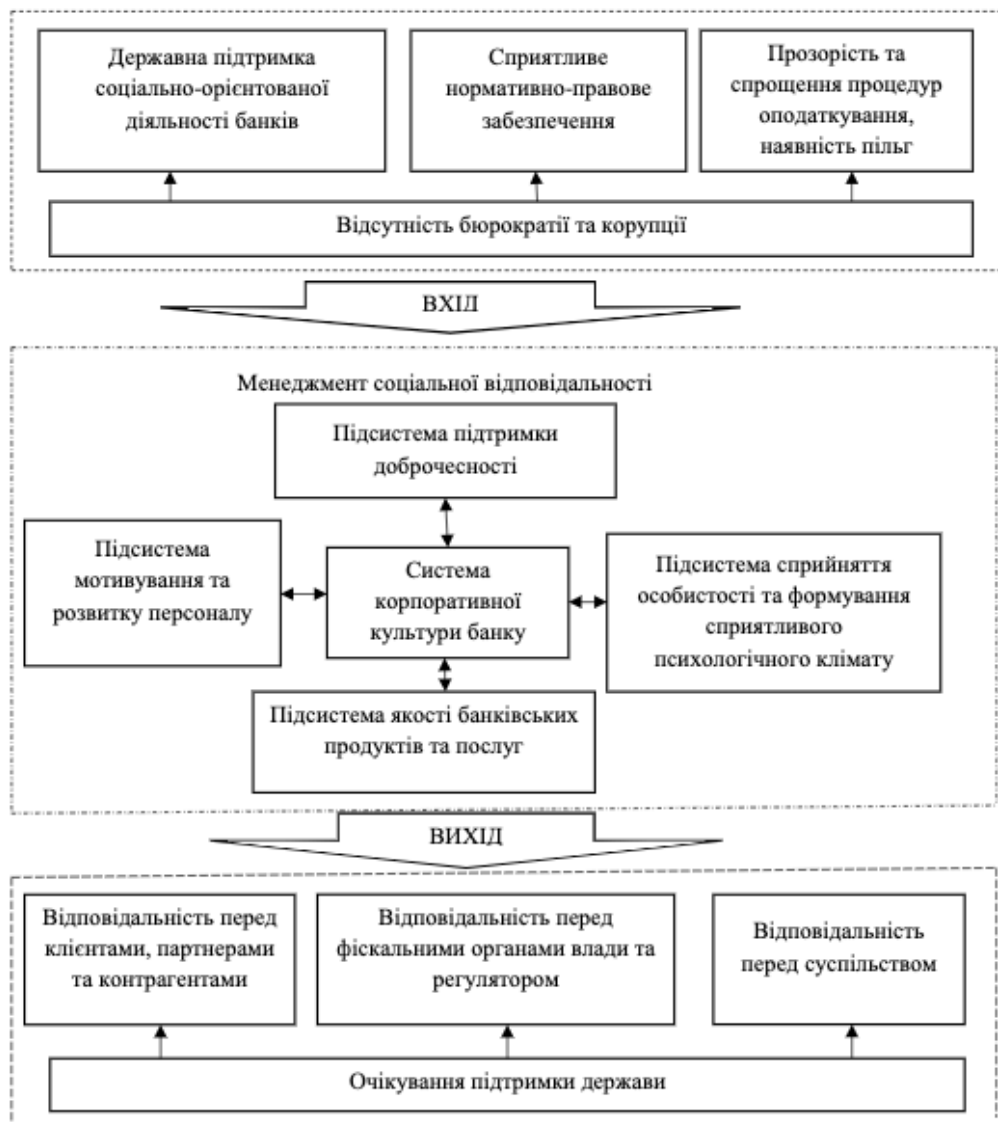


Рисунок 3.2 – Система менеджменту соціальної відповідальності банківських установ

Джерело: сформовано автором

Корпоративна культура в банках охоплює різноманітні елементи, такі як уявлення про місію, ціннісні установки, моделі поведінки, стиль керівництва, система комунікації, норми ділового спілкування, способи вирішення конфліктів, традиції та символіка [52]. Покращення системи корпоративної відповідальності в банках України можливе шляхом врахування зарубіжного досвіду та застосування технології бенчмаркінгу. Процес управління корпоративними соціальними програмами може бути розділений на п'ять етапів, таких як визначення пріоритетів соціальної політики, створення спеціальної структури, дотримання стандартів доброчесності, контроль якості банківських продуктів та послуг, і мотивація та розвиток персоналу. Система корпоративної культури банку також включає підсистеми, такі як підтримка доброчесності, якість банківських продуктів та послуг, мотивація та розвиток персоналу, і сприйняття особистості та формування психологічного клімату [42]. Відповідальність перед клієнтами, партнерами, фіскальними органами та суспільством є ключовими аспектами управління соціальною відповідальністю банків.

Процес впровадження корпоративної соціальної відповідальності від банку до його стейкхолдерів включає низку заходів. Ці заходи включають створення сприятливої корпоративної культури, розвиток ефективної системи стимулювання персоналу, інвестиції в навчання та підвищення кваліфікації персоналу. До інших важливих аспектів входить формування прозорої системи роботи банку, забезпечення адекватного рівня відповідальності перед акціонерами та іншими ключовими стейкхолдерами, а також забезпечення надання якісних та конкурентоспроможних послуг клієнтам [45].

Таким чином, можна зробити загальні висновки та підсумувати, що в сьогоднішніх умовах діяльності банківських установ, успішними будуть ті банки, які забезпечать тріаду взаємозв'язків між такими основними аспектами діяльності як соціальна відповідальність, репутація та фінансові результати (рисунок 3.3).

Синергія від їх взаємодії неодмінно приведе банківські установи до успіху. Сьогодні успішний банк – це соціально відповідальний банк.

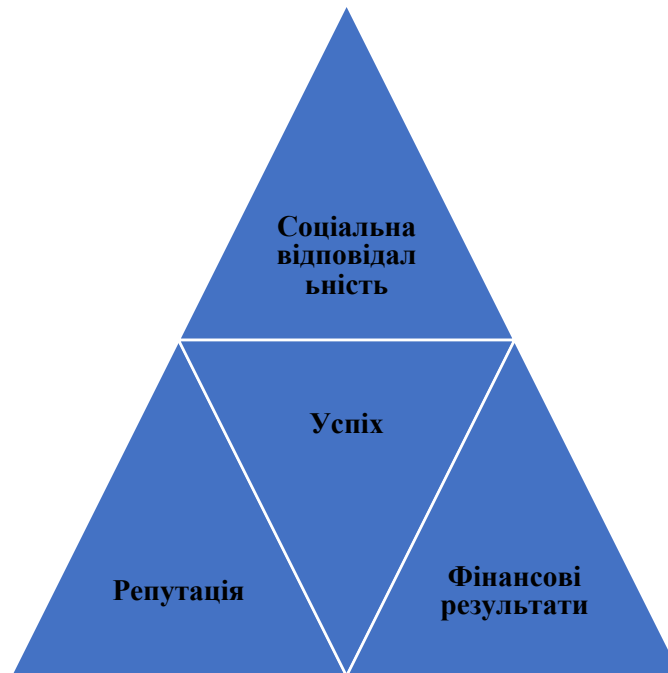


Рисунок 3.3- Тріада взаємозв'язків соціальна відповідальність-репутація-фінансові результати

Джерело: побудовано автором

Отже, на основі проведених теоретичних досліджень проблематики соціальної відповідальності банківських установ та аналітичних досліджень статистичних характеристик ефективності діяльності банків можна зробити висновки, що соціальна відповідальність, репутація та фінансові результати є взаємопов'язаними складовими банківської установи, які взаємодіють та впливають одна на одну в процесі її функціонування. Розглядаючи таку взаємодію як соціальна відповідальність та репутація слід зауважити, що банк, який активно залучений у соціально відповідальні ініціативи, виконує свої соціальні обов'язки перед суспільством. Це може включати благодійність, екологічні ініціативи та інші заходи. Соціально відповідальна діяльність впливає на сприйняття банку

громадськістю, клієнтами та іншими стейкхолдерами. Позитивна соціальна діяльність сприяє підвищенню репутації банку як соціально відповідальної установи.

Взаємозв'язки між репутацією та фінансовими результатами полягають в тому, що репутація банку може суттєво впливати на його привабливість для клієнтів, інвесторів та інших фінансових стейкхолдерів. Позитивна репутація може збільшити довіру та залучення нових клієнтів та інвесторів. В той же час успішна фінансова діяльність, така як прибутковість, ефективне управління ризиками та стійкість до зовнішніх факторів, сприяє утриманню та підсиленню репутації банку.

Щодо взаємозв'язку між соціальною відповідальністю та фінансовими результатами то слід відмітити, що деякі соціально відповідальні ініціативи можуть мати безпосередній вплив на фінансові показники, наприклад, заощадження витрат через енергоефективність або зменшення ризиків, пов'язаних із сталістю соціальних проблем. І відповідно фінансова стійкість банку може забезпечити йому можливість інвестувати в соціальні проекти та розвиток спільнот, що в свою чергу може поліпшити його репутацію.

Таким чином, ці тріади взаємодії визначають успішність та стабільність банку у трьох аспектах: соціальній відповідальності, репутації та фінансових результатів. Взаємодія між ними відіграє ключову роль у формуванні комплексного підходу до управління банківською установою в сучасному бізнес-середовищі.

Висновки до розділу 3

Проведений стратегічний аналіз процесу впровадження концепції корпоративної соціальної відповідальності в банківських установах дозволив зробити висновки, що розробка чіткої стратегії стає критичним аспектом для ефективного впровадження соціальної відповідальності в банках, оскільки визначення чітких цілей та планів визначає успіх соціальних ініціатив. Банки мають

стратегічно шукати нові джерела фінансування для соціальних проєктів, співпрацюючи з державними та міжнародними організаціями, що дозволяє їм підвищити фінансові можливості. Залучення громадськості є необхідним кроком у впровадженні соціальних ініціатив, оскільки це дозволяє враховувати потреби та очікування громадськості, підвищуючи підтримку та лояльність. Створення культури внутрішньої відповідальності та підтримки соціальних цілей в банку є ключовим елементом, який вимагає активної участі керівництва та залучення співробітників. Співпраця зі стейкхолдерами, такими як урядові структури та громадські організації, може стати визначальним фактором у успішній реалізації соціальних ініціатив та зменшенні можливих загроз. Забезпечення балансу між соціальною відповідальністю, репутацією та фінансовими результатами є важливою стратегією для банків, щоб забезпечити стабільність та успішність в сучасному бізнес-середовищі. Ініціативи банків у сфері соціальної відповідальності можуть прямо впливати на фінансові показники, зокрема, зменшуючи ризики та витрати, а також підвищуючи ефективність. Успішна фінансова діяльність банку, така як прибутковість та стійкість, може позитивно впливати на його репутацію, залучаючи нових клієнтів та інвесторів. Впровадження соціальних ініціатив може стати ключовим елементом для утримання та підсилення позитивної репутації банку в очах громадськості. Управління взаємодією між соціальною відповідальністю, репутацією та фінансовими результатами визначає конкурентоспроможність банку та його вплив на суспільство.

ВИСНОВКИ

Концепція соціальної відповідальності банківських установ визначає їхній внесок у успіх суспільства, як ключовий чинник. Банки враховують соціальну відповідальність як стратегічний елемент, спрямований на різноманітні аспекти суспільства. Їх стратегії включають широкий спектр ініціатив, від боротьби з голодом та підтримки постраждалих від природних катастроф до фінансування житла та інклюзивних банкоматів, вказуючи на комплексний підхід до вирішення соціальних проблем та підтримку різних верств населення.

Банки формують свої стратегії КСВ, аналізуючи бенчмаркінг та галузеві стандарти, приділяючи увагу актуальним напрямкам для суспільства. Важливою є співпраця з політичними та навчальними установами для спільної реалізації стратегій та досягнення спільних цілей.

Успішне впровадження стратегій КСВ передбачає активну участь у зменшенні викидів вуглекислого газу, практику екологічної освіти та забезпечення сталого розвитку, визнаючи важливість ролі у формуванні позитивного впливу на навколишнє середовище та соціально-економічну динаміку для сталого розвитку та збалансованого суспільства.

Вплив КСВ на репутацію та фінансові результати банківських установ визначається різноманітними інструментами оцінювання та аналізу. Соціально-економічний аналіз, аудит репутації та фінансовий аналіз виявляють ключові аспекти КСВ, дозволяючи об'єктивно оцінювати ефективність соціальних ініціатив та їхній внесок у підтримку репутації та фінансових результатів банків.

Механізм впровадження КСВ в банківських установах відіграє ключову роль у покращенні фінансових результатів та репутації, допомагаючи досягати позитивних результатів та адаптуватися до змінливих ринкових умов та очікувань. Здійснення конкретних кроків у напрямку сталості допомагає зменшити експлуатаційні витрати, зберігати та приваблювати таланти, покращуючи репутацію як корпоративного громадянина.

Банки впроваджують різноманітні стратегії корпоративної соціальної відповідальності, охоплюючи різні сфери суспільства, такі як боротьба з голодом, допомога постраждалим від стихійних лих, інклюзивні банкомати, боротьба з гендерною дискримінацією, фінансування житла та допомога безпритульним тваринам. Банки визначають галузеві системи корпоративної соціальної відповідальності, співпрацюють з політичними та академічними установами, та активно працюють над стратегіями зменшення викидів вуглекислого газу та екологічної освіти, визначаючи свою роль у сталому розвитку та соціальній відповідальності.

Аналіз фінансових результатів провідних банків підтверджує їхню значну увагу до корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Банки активно впроваджують різні напрямки КСВ. Результати показують, що банки, що активно практикують КСВ, демонструють стабільний та зростаючий фінансовий успіх.

Протягом 2021-2023 рр. ПриватБанк, Ощадбанк та Таскомбанк виділяються як банки з найкращою фінансовою стабільністю. Високий рівень КСВ став важливим фактором їхнього успіху, позитивно впливаючи на прибуток. Поступове підвищення рівня КСВ супроводжується збільшенням фінансових показників, свідчачи про кумулятивний позитивний ефект.

Сполучення соціальної відповідальності та фінансового успіху вказує на те, що підтримка соціальних ініціатив сприяє привертанню клієнтів та створює позитивне сприйняття громадськістю. Проте важливо наголосити на системному та стратегічному управлінні КСВ для уникнення можливих ризиків та забезпечення сталості позитивного впливу.

Отже, висновки аналізу підкреслюють, що розвинені практики корпоративної соціальної відповідальності сприяють не лише соціальній позиції банків, але й їхньому фінансовому успіху, роблячи це стратегічним інструментом для досягнення стабільності та успішності в бізнес-середовищі.

Стратегічний аналіз впровадження корпоративної соціальної відповідальності в банківських установах підтверджує, що розробка чіткої стратегії є критично важливою для успішного впровадження соціальних ініціатив. Банки повинні стратегічно шукати нові джерела фінансування для соціальних проєктів, співпрацюючи з державними та міжнародними організаціями, що дозволяє підвищити фінансові можливості. Залучення громадськості є обов'язковим етапом впровадження соціальних ініціатив, підвищуючи підтримку та лояльність.

Створення культури внутрішньої відповідальності та підтримки соціальних цілей в банку є ключовим елементом, який вимагає активної участі керівництва та залучення співробітників. Співпраця зі стейкхолдерами, такими як урядові структури та громадські організації, може визначити успішність реалізації соціальних ініціатив та зменшення можливих загроз.

Забезпечення балансу між соціальною відповідальністю, репутацією та фінансовими результатами є стратегічно важливою для банків, щоб забезпечити стабільність та успішність в сучасному бізнес-середовищі. Ініціативи банків у сфері соціальної відповідальності можуть прямо впливати на фінансові показники, зокрема, зменшуючи ризики та витрати, а також підвищуючи ефективність. Успішна фінансова діяльність банку, така як прибутковість та стійкість, може позитивно впливати на його репутацію, залучаючи нових клієнтів та інвесторів. Впровадження соціальних ініціатив може стати ключовим для утримання та підсилення позитивної репутації банку в очах громадськості. Управління взаємодією між соціальною відповідальністю, репутацією та фінансовими результатами визначає конкурентоспроможність банку та його вплив на суспільство.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ НА ДЖЕРЕЛА

1. "Social Responsibility, Investor Sentiment, and Stock Returns" (2019): Jiang, F., Huang, Z., & Zhang, W.
2. "The Impact of Corporate Social Responsibility on Bank Reputation" (2021) Filomena, M., & Guerreiro, J.
3. "The Effect of Corporate Social Responsibility on Financial Performance: The Moderating Role of Government Ownership" (2019) Wu, Y., Shiu, C., & Tang, D.
4. "Does Corporate Social Responsibility Affect Bank Performance? Evidence from the United States" (2018) Автори: Elnahass, M., Inuwa, H., & Samargandi, N.
5. Гончаренко, Т. П., Заєць, Є. Ю. "Посилення транспарентності банку на засадах корпоративної соціальної відповідальності." Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України, 2014, Вип. 38, с. 95-104.
6. Башинський, Т. В. "Соціальна відповідальність банківського сектору України." Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки, 2014, Вип. 25, с. 104-110.
7. Васильєва, Т. А., Леонов, С. В., Ласукова, А. С. "Оцінювання рівня імплементації концепції корпоративної соціальної відповідальності в банках." Економічний часопис-XXI, 2014, № 1-2(1), с. 89-93.
8. Івасів, І. Б. "Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в банках України." Вісник Української академії банківської справи, 2014, № 1, с. 3-6.
9. Діденко, О. М. "Корпоративна соціальна відповідальність як невід'ємна складова функціонування сучасного банку." Вісник Української академії банківської справи, 2014, № 1, с. 14-18.
10. Ласукова, А. С. "Корпоративна соціальна відповідальність як фактор ефективності банківського бізнесу." Mechanism of Economic Regulation, 2013, № 3, с. 147-155.

11. Гриненко, А., Іщанова, М. "Корпоративна культура соціально-відповідального банку." Україна: аспекти праці, 2015, № 2, с. 11-17. Режим доступу

12. Гуляєва, Л. П. "Державне регулювання банківських бонусів в рамках підвищення соціальної відповідальності фінансового сектора економіки." Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України, 2014, № 2, с. 45-51.

13. Мозговий, Я. І. "Моделі корпоративної соціальної відповідальності в банках." Ефективна економіка, 2011, № 9.

14. Шаповалова, С. М., Шаповалова, А. С. "Чинники та стратегії підвищення вартості банківської установи на основі корпоративної соціальної відповідальності." Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка, 2016, Т. 21, Вип. 2, с. 194-198.

15. Дзюблюк, О., Стечишин, Т. "Соціальна відповідальність банківської системи: теоретичний та практичний аспект." Вісник Тернопільського національного економічного університету, 2015, Вип. 2, с. 101-112.

16. Ласукова, А. С. "Канали взаємозв'язку корпоративної соціальної відповідальності та вартості банківського бізнесу." Фінансовий простір, 2015, № 3, с. 39-46.

17. Фітель, О. І. "Відповідність діяльності банків принципам корпоративної соціальної відповідальності: вітчизняний контекст." Вісник Університету банківської справи, 2015, № 2, с. 246–255.

18. Цистан, І. В. "Врахування засад корпоративної соціальної відповідальності в управлінні інвестиційним потенціалом банків в Україні." Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка, 2016, Т. 21, Вип. 7(2), с. 156-160.

19. Примостка, О. О., Захарчук, А. О. "Корпоративна соціальна відповідальність банків." Ефективна економіка, 2016, № 7.

20. Ласукова, А. С. "Сутність поняття 'корпоративна соціальна відповідальність' та його впровадження в банках України." Научный вестник Донбасской государственной машиностроительной академии, 2011, № 1, с. 286-290.

21. Огородник, В. В. "Вектори реалізації концепції соціальної відповідальності у банках із державною участю в Україні." Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка, 2018, Т. 23, Вип. 6, с. 144-148.

22. Вінська, О., Токар, В. "Європейські цінності у корпоративній соціальній відповідальності банківського бізнесу: український вимір гендерної рівності." Вісник Академії праці, соціальних відносин і туризму, 2018, № 3.

23. Никончук, А. В. "Особливості впровадження та функціонування корпоративної соціальної відповідальності в Польщі (на прикладі річного звіту банку РКО ВР)." Scientific notes of the institute of journalism, 2019, Т. 2, с. 174-183.

24. Смовженко, Т. С., Огородник, В. В. "Соціальна відповідальність банків з державною участю в Україні." Економічні науки. Серія: Облік і фінанси, 2018, Вип. 15, с. 199-208.

25. Харчук, В. Ю., Уголькова, О. З., Холостенко, А. М. "Прояви корпоративної соціальної відповідальності в практиці ісламського банкінгу: надання фінансових послуг." Modern economics, 2020, № 20, с. 286-290.

26. Пасінович, І. І., Сич, О. А. "Розвиток корпоративної соціальної відповідальності банків в Україні в контексті сталого розвитку." Інтелект XXI, 2022, № 2, с. 43-50.

27. Бездітний, В. "Корпоративне управління в банках України. Розгляд нормативного регулювання експертами." Юридична газета, 2013, №49, с. 12–13.

28. Коваленко, В. В., та Сергєєва, О. С. "Стейкхолдери та їх вплив на розвиток банківського бізнесу." Економічний дискурс. Міжнародний науковий журнал, 2020, No2, с. 75–85. DOI: <https://doi.org/10.36742/2410-0919-2020-2-8>.

29. Ворончак, І. О. "Національні моделі соціальної відповідальності бізнесу: особливості та механізм формування." Економіка і суспільство, 2018, №17, с. 24–29. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-17-4>.

30. Козуб, В. О., та Чернишова, Л. О. "Вплив зарубіжного досвіду на формування вітчизняної моделі соціально-відповідального бізнесу." Науковий вісник Ужгородського національного університету, 2019, №25, Ч.1, с. 121–125.

31. Антонов, А. В. "Напрями стимулювання розвитку корпоративної соціальної відповідальності: зарубіжний досвід." Державне управління: удосконалення та розвиток, 2015, №8. Режим доступу: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=926>.

32. Грішнова, О. А. "Соціальна відповідальність у контексті подолання системної кризи в Україні." Демографія та соціальна економіка, 2011, №1(15), с. 39–46.

33. Лункіна, Т. І., та Каратай, Т. М. "Оцінка соціально-орієнтованої політики у банківських установах України." Modern Economics, 2017, №6, с. 130–137.

34. Олійник, Л. В. "Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в банківському секторі України." Фінанси, облік, банки, 2019, №1(24), с. 57–67.

35. Fridman, M. "The Social Responsibility of Business is to increase its Profits." New York Times Magazine, 1970, с. 122–126.

36. Sardak, S., Bilskaya, O., та Simakhova, A. "Potential of economy socialization in the context of globalization." Economic Annals-XXI, 2017, №164 (3-4), с. 4–8.

37. Горохова, Т. В. "Управління процесом взаємодії зі стейкхолдерами через призму корпоративної соціальної відповідальності (КСВ)." Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності, 2013, вип. 1(1), с. 356-360. [Електронний ресурс] http://nbuv.gov.ua/UJRN/Траєіv_2013_1_1_78

38. Дудкін, О. В. "Поширення соціальної відповідальності бізнесу: роль ідентичності стейкхолдерів підприємства." Вісник Сумського національного

аграрного університету. Серія: Економіка і менеджмент, 2013, вип. 6, с. 141-146. [Електронний ресурс] http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsna_ekon_2013_6_32

39. Аграмакова, Н. В., Гончарова, С. Ю., Затейщикова, О. О. "Нефінансова звітність як інструмент інформування інтересів стейкхолдерів соціально відповідального підприємства." Економіка та держава, 2016, № 1, с. 44-48. [Електронний ресурс] http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2016_1_11

40. Камишнікова, Е. В. "Колабораційний підхід до стейкхолдер-менеджменту у рамках корпоративної соціальної відповідальності." Проблеми і перспективи розвитку підприємництва, 2016, № 1, с. 84-88. [Електронний ресурс] http://nbuv.gov.ua/UJRN/pirpr_2016_1_15

41. Баюра, Д. "Розвиток соціально-відповідального корпоративного управління в контексті узгодження інтересів стейкхолдерів." Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки, 2017, № 4, с. 39-44. [Електронний ресурс] http://nbuv.gov.ua/UJRN/echcenu_2017_4_7

42. Камишнікова, Е. В. "Модель стейкхолдер-менеджменту в системі управління корпоративною соціальною відповідальністю." Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія: Економічні науки, 2017, вип. 34, с. 394-400. [Електронний ресурс] http://nbuv.gov.ua/UJRN/VPDTU_ek_2017_34_57

43. Лагута, Я. М. "Стейкхолдерський підхід в корпоративній соціальній відповідальності компанії." Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент, 2017, вип. 25(1), с. 130-133. [Електронний ресурс] [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2017_25\(1\)_29](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2017_25(1)_29)

44. Краснокутська, Н. С., Сокол, Н. А. "Формування портфеля заходів соціальної відповідальності підприємства з урахуванням пріоритетів стейкхолдерів." Бізнес Інформ, 2018, № 9, с. 132-139. [Електронний ресурс] http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2018_9_22

45. Баюра, Д. О., Шульга, М. Г. "Методологічні підходи до оцінювання впливу стейкхолдерів та рівні корпоративної соціальної відповідальності."

Теоретичні та прикладні питання економіки, 2018, вип. 2, с. 9-20. [Електронний ресурс] http://nbuv.gov.ua/UJRN/Трре_2018_2_4

46. Репутаційні активісти. Режим доступу: <https://repactiv.com.ua/rezultati-reytinhu>

47. Камишнікова, Е. В. "Типологія рефлексивного управління відносинами зі стейкхолдерами у системі корпоративної соціальної відповідальності." Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія: Економічні науки, 2018, вип. 36, с. 81-86. [Електронний ресурс] http://nbuv.gov.ua/UJRN/VPDTU_ek_2018_36_13

48. Хорольський, В. П., Бурлакова, Ю. М. "Управління корпоративною соціальною відповідальністю підприємств гірничо-металургійного комплексу на основі стейкхолдерської теорії." Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки, 2014, № 2(1), с. 59-66. [Електронний ресурс] [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2014_2\(1\)_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2014_2(1)_13)

49. Захаркін, О. О. "Соціально-відповідальне інноваційне інвестування на основі стейкхолдерського підходу." Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки, 2015, вип. 12(1), с. 97-101. [Електронний ресурс] [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2015_12\(1\)_25](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2015_12(1)_25)

50. Ховрак, І. В. "Роль комунікаційного інструментарію стратегії корпоративної соціальної відповідальності для розбудови ефективного діалогу зі стейкхолдерами." Український соціум, 2019, № 3, с. 92-106. [Електронний ресурс] http://nbuv.gov.ua/UJRN/Usoc_2019_3_9

51. Місько, Г. "Розвиток корпоративної соціальної відповідальності підприємства харчової промисловості на засадах взаємодії зі стейкхолдерами." Науковий вісник [Одеського національного економічного університету], 2017, № 5, с. 126-138. [Електронний ресурс] http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nv_2017_5_13

52. Величко, В. А., Грицьков, Є. В., Зубарєв, Д. М. "Соціальна корпоративна відповідальність у системі взаємодії зі стейкхолдерами будівельних підприємств."

Підприємництво та інновації, 2019, вип. 9, с. 70-76. [Електронний ресурс]
http://nbuv.gov.ua/UJRN/pidinnov_2019_9_13

53. Смачило, В. В., Халіна, В. Ю., Васильєва, Т. С. "Соціальна відповідальність бізнесу крізь призму комунікацій зі стейкхолдерами." Ефективна економіка, 2018, № 9. [Електронний ресурс]
http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2018_9_32

54. Ложачевська, О. М., та Виговська, А. М. "Стейкхолдерський підхід до корпоративної соціальної відповідальності компаній." Причорноморські економічні студії, 2020, вип. 58(2), с. 24-27.
[http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2020_58\(2\)_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2020_58(2)_6)

55. Пімоненко, Т., Люльов, О., Макаренко, І., Ус, Я., та Хааг, В. "Екологічна обізнаність стейкхолдерів як ключова детермінанта ESG-ефектів у ланцюзі 'зелений бренд – соціальна відповідальність бізнесу'." Вісник економіки, 2023, вип. 3, с. 26-38. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vtneu_2023_3_4

Таблиця А.1 – Фінансові результати банківських установ за 2021 р.

Показники про фінансові результати банків України									
За даними статистичної звітності з файла ААХ "Дані про коригуючі обороти за ре"									
За всіма валютами									
01.01.2022									
№ з/п	НКВ	Банк	витрати на рекламу і маркетинг	витрати на оренду	інші адміністративні та операційні витрати	Всього витрат	Прибуток(збиток) до оподаткування	Витрати на податок на прибуток	Прибуток(збиток) після оподаткування
1	2	3	35	36	37	38	39	40	41
Банки з державною часткою									
1	46	АТ КБ "Північбанк"	107 187	196 144	8 142 895	15 870 434	35 067 108	16 698	35 050 411
2	6	АТ "Ощадбанк"	31 656	46 557	2 161 257	14 514 144	1 053 291	-2 087	1 055 378
3	2	АТ "Укресімбанк"	15 221	12 142	606 841	4 267 444	2 728 417	0	2 728 417
4	274	АБ "УКРГАЗБАНК"	35 217	29 005	855 191	3 224 116	4 685 362	914 356	3 771 007
Усього по банках з державною часткою			189 281	283 848	11 766 184	37 876 138	43 534 179	928 967	42 605 212
Банки іноземних банківських груп									
5	36	АТ "Райффайзен Банк"	117 850	31 034	1 685 634	6 725 670	5 946 983	1 073 624	4 873 359
6	272	АТ "АЛЬФА-БАНК"	191 334	51 346	1 903 547	9 341 677	3 325 998	6 877	3 319 121
7	136	АТ "УКРСІББАНК"	33 922	111 993	963 408	4 971 157	1 782 807	328 321	1 454 486
8	296	АТ "ОТП БАНК"	75 105	11 135	485 778	3 261 021	3 350 730	605 620	2 745 111
9	299	АТ "МР БАНК"	1 611	1 918	530 287	-1 873 304	3 897 967	499	3 897 468
10	171	АТ "КРЕДИ АГРОКОЛЬ БАНК"	36 570	5 359	398 026	2 373 456	1 894 336	341 616	1 552 720
11	88	АТ "КРЕДОБАНК"	24 981	3 830	439 542	1 809 248	971 865	175 565	796 300
12	297	АТ "СПІБАНК"	562	1 495	54 842	279 879	2 144 258	386 149	1 758 108
13	298	АТ "ПРОКРЕДИТ БАНК"	12 664	2 879	207 665	778 271	937 487	172 121	765 365
14	3	ПАТ "Промінвестбанк" *	0	290	227 239	376 859	255 270	0	255 269
15	295	АТ "ІНГ Банк Україна"	0	0	184 861	352 796	343 719	61 916	281 803
16	142	АТ "Ідея Банк"	52 005	20 296	147 661	1 551 136	711 208	130 135	581 073
17	153	АТ "ПРАВЕКС БАНК"	10 920	2 316	123 581	794 035	-266 249	0	-266 249
18	251	АТ "ПІРЕУС БАНК МКБ"	6 989	498	44 798	368 407	6 404	-41 606	48 010
19	407	АТ "Дойче Банк ДБУ"	0	1 432	63 935	143 473	15 819	9 139	6 680
20	455	АТ "СББ КОРПОРАТИВНИЙ БАНК"	85	1 431	13 444	83 212	55 506	9 992	45 514
21	325	АТ "БАНК ФОРВАРД"	11 576	4 283	209 989	634 075	81 647	-26 000	107 647
22	331	АТ "КРЕДИТВЕСТ БАНК"	436	319	18 422	124 707	22 963	4 115	18 748
23	329	АТ "КРЕДИТ СВРОПА БАНК" *	68	9	5 872	48 518	46 885	5 239	41 626
24	129	АТ "БТА БАНК"	0	95	5 733	67 980	-31 994	91	-32 085
Усього по банках іноземних банківських груп			576 540	252 076	7 714 265	32 212 253	25 493 469	3 243 416	22 250 053
Банки з приватним капіталом									
25	115	АТ "ПУМБ"	251 524	33 808	1 029 907	6 806 456	5 111 272	923 680	4 187 592
26	242	АТ "УНІВЕРСАЛ БАНК"	115 209	34 974	4 321 079	6 139 516	3 280 186	207 975	3 072 211
27	106	Акціонерний банк "Підземний"	4 018	7 764	447 894	2 536 676	835 590	141 403	694 177
28	62	АТ "ТАСКОМБАНК"	91 656	427	651 290	2 057 439	555 252	99 190	456 062
29	270	АТ "БАНК КРЕДИТ ДНІПРО"	6 737	4 768	371 260	1 578 866	577 446	11 177	566 269
30	305	ПАТ "БАНК ВОСТОК"	26 540	3 928	388 293	1 301 891	349 099	63 315	285 784
31	96	АТ "А - БАНК"	17 935	13 742	376 247	2 150 886	978 167	178 154	800 013
32	392	ПАТ "КБ "АКОРБАНК"	3 106	2 199	182 767	983 607	85 867	15 861	70 006
33	105	ПАТ "МТБ БАНК"	8 195	7 149	209 580	868 289	189 778	35 836	153 942
34	29	АТ "БАНК АЛЬЯНС"	2 570	1 970	122 078	699 537	403 984	72 925	331 059
35	128	АТ "МЕГАБАНК" *	4 851	12 252	209 880	542 150	115 402	1 157	114 245
36	396	АТ "КБ "ГЛОБУС"	4 586	31	127 137	649 151	124 818	24 224	100 594
37	240	АТ "КІБ"	727	539	84 471	362 991	184 508	33 426	151 081
38	460	АТ "БАНК СІР"	3 512	10 929	90 577	351 163	28 206	4 109	24 097
39	91	АТ АКБ "Львів"	8 004	441	75 115	342 808	88 402	17 248	71 154
40	389	АТ "МІБ"	898	396	48 817	304 104	31 098	5 708	25 390
41	101	АБ "ІНДУСТРІАЛБАНК"	557	3 989	116 689	431 038	11 443	5 534	5 909
42	286	АТ "АБ "РАДАБАНК"	2 335	1 055	24 930	272 107	127 338	23 337	104 001
43	774	АТ "РВС БАНК"	6 753	9 139	209 923	345 835	14 782	-637	15 418
44	284	АТ "КРИСТАЛБАНК"	262	3 720	29 222	225 262	110 262	60 994	60 994



Активи

Зобов'язання

Капітал

Фінрез

Активи_НВ

Зобов'язання_НВ



Продовження таблиці А.1

1 Показники про фінансові результати банків України									
2 За даними статистичної звітності з файла АМХ "Дані про коригуючі обороти за ре									
3 За всіма валютами									
4 01.01.2022									
№ з/п	NKB	Банк	інші процентні витрати	Чистий процентний дохід/(Чисті процентні витрати)	Комісійні доходи	Комісійні витрати	Чистий комісійний дохід/(Чисті комісійні витрати)	Торговий результат	результат від переоцінки
1	2	3	11	12	13	14	15	16	17
7 Банки з державною часткою									
8	46	АТ КБ "ПриватБанк"	898	29 316 919	35 057 119	11 839 816	23 217 302	-3 390 441	1 055 947
9	6	АТ "Ощадбанк"	68 343	13 364 517	9 802 395	3 602 443	6 199 953	-4 445 155	690 247
10	2	АТ "Укрсінбанк"	367 768	4 580 940	1 622 250	421 425	1 200 826	-563 685	1 430 658
11	274	АБ "УКРГАЗБАНК"	60	5 259 516	2 333 606	753 246	1 590 359	737 272	-120 862
12 Усього по банках з державною часткою			437 070	52 521 891	48 815 370	16 616 930	32 198 440	-7 662 009	3 055 970
13 Банки іноземних банківських груп									
14	36	АТ "Райффайзен Банк"	7 921	8 204 160	6 685 627	3 448 436	3 237 191	865 309	134 161
15	272	АТ "АЛЬФА-БАНК"	216 772	6 332 587	5 610 772	1 782 635	3 828 138	1 066 262	-64 640
16	136	АТ "УКРСИББАНК"	0	3 727 374	2 608 743	705 811	1 902 932	527 338	-85 236
17	296	АТ "ОТП БАНК"	0	4 682 147	1 988 462	704 228	1 284 234	519 159	-203 572
18	299	АТ "МР БАНК"	2 511	1 433 278	554 535	168 670	385 685	89 345	26 172
19	171	АТ "КРЕДІ АГРОКОЛЬ БАНК"	26 782	2 972 450	1 111 135	279 077	832 058	388 156	-69 421
20	88	АТ "КРЕДОБАНК"	45 860	1 990 277	739 441	190 752	548 688	89 950	7 801
21	297	АТ "СІББАНК"	94	1 543 570	315 317	44 730	270 587	610 993	17 591
22	298	АТ "ПРОКРЕДИТ БАНК"	-15 231	1 382 659	339 899	54 993	284 906	22 893	5 894
23	3	ПАТ "Промінвестбанк"	2 671	202 089	53 276	14 676	38 401	111 263	110 160
24	295	АТ "ІНГ Банк Україна"	0	514 452	83 404	16 500	66 903	92 894	-33 739
25	142	АТ "Ідея Банк"	4 714	2 064 947	292 965	136 766	156 219	11 034	-627
26	153	АТ "ПРАВЕКС БАНК"	0	374 261	173 085	60 203	112 882	17 915	-20 904
27	251	АТ "ПІРЕУС БАНК МКБ"	0	257 062	126 656	26 809	99 847	10 526	-87
28	407	АТ "Дойче Банк ДБУ"	0	115 560	30 772	6 385	24 388	19 111	-932
29	455	АТ "СББ КОРПОРАТИВНИЙ БАНК"	0	103 114	15 440	917	14 523	16 568	-718
30	325	АТ "БАНК ФОРВАРД"	0	626 280	327 962	296 496	31 475	68	-1 411
31	331	АТ "КРЕДИТВЕСТ БАНК"	0	108 592	27 526	7 869	19 658	6 507	916
32	329	АТ "КРЕДИТ ЄВРОПА БАНК"	0	75 526	11 069	1 681	9 388	1 484	-331
33	129	АТ "БТА БАНК"	0	28 871	7 471	3 053	4 418	-149	-795
34 Усього по банках іноземних банківських груп			292 295	36 739 255	21 103 576	7 951 076	13 152 500	4 466 628	-179 719
35 Банки з приватним капіталом									
36	115	АТ "ПУМБ"	40 870	9 230 891	2 915 057	1 196 978	1 718 079	297 274	224 617
37	242	АТ "УНІВЕРСАЛ БАНК"	736	5 182 790	5 960 222	3 061 351	2 898 871	475 639	71 746
38	106	Акціонерний банк "Південний"	8 248	1 818 306	1 988 697	929 576	1 059 120	130 714	57 969
39	62	АТ "ТАСКОМБАНК"	12 638	1 814 420	837 862	437 554	400 308	113 770	55 736
40	270	АТ "БАНК КРЕДИТ ДНІПРО"	0	803 867	263 931	91 423	172 509	203 819	113 067
41	305	ПАТ "БАНК ВОСТОК"	9 197	943 049	966 296	390 285	596 012	44 862	4 134
42	96	АТ "А - БАНК"	19	2 458 625	839 938	302 288	537 650	47 433	-1 093
43	392	ПАТ "КБ "АКОРДБАНК"	8 700	550 681	439 866	54 746	385 120	117 583	-1 743
44	105	ПАТ "МТБ БАНК"	718	554 749	493 645	116 631	377 014	68 904	-18 690
45	29	АТ "БАНК АЛЬЯНС"	16 364	164 962	542 118	43 510	498 608	419 207	-74 734
46	126	АТ "МЕГАБАНК"	27 464	260 525	386 313	95 145	291 169	19 881	-5 987
47	386	АТ "КБ "ГЛОБУС"	78 689	456 836	214 140	30 018	184 122	26 479	-1 282
48	37	АТ "КІБ"	0	298 641	918 786	725 589	193 199	36 688	-1 081
49	460	АТ "БАНК СІМ"	153	195 991	223 352	99 879	123 473	32 849	304
50	91	АТ АКБ "Львів"	8 123	322 629	104 617	19 674	84 942	13 031	59
51	389	АТ "МІБ"	4 335	37 991	99 188	19 268	79 920	118 898	-7 649
52	101	АКБ "ІНДУСТРІАЛБАНК"	412	276 106	91 017	33 952	57 066	64 643	-15 492
53	286	АТ "АБ "РАДАБАНК"	23	227 313	136 335	33 547	104 788	44 064	3 268
54	774	АТ "РВС БАНК"	2 175	125 681	146 712	27 363	119 349	20 829	725
55	584	АТ "СББ АГРОБАНК"	0	917 857	495 701	46 866	66 090	26 775	-45 798

Таблиця А.2 – Фінансові результати банківських установ за 2022 р.

Показники про фінансові результати банків України										
За даними статистичної звітності з файла АМХ "Дані про корисуючі обороти за ре"										
За всіма валютами										
01.01.2023										
№ з/п	НКВ	Банк	ати на лапу і кетивг	витрати на оренд	інші адміністрати вні та операційні витрати	Всього витрат	Прибуток/(збиток) до оподаткування	Витрати на податок на прибуток	Прибуток/(збиток) після оподаткування	
1	2	3	35	36	37	38	39	40	41	
Банки з державною часткою										
1	46	АТ КБ "ПриватБанк"	47 907	217 578	7 855 429	38 561 296	34 671 985	4 474 017	30 197 968	
2	6	АТ "Ощадбанк" **	30 219	39 538	3 111 083	28 838 343	637 767	-2 036	639 803	
3	2	АТ "Укрексимбанк" **	3 159	9 948	912 706	14 831 737	-7 975 790	-257 496	-7 718 304	
4	274	АБ "УКРГАЗБАНК"	22 674	66 040	1 014 653	11 517 719	-3 999 139	-137 626	-3 861 513	
Усього по банках з державною часткою			103 959	333 103	12 893 851	91 749 085	23 334 824	4 076 869	19 257 955	
Банки іноземних банківських груп										
5	39	АТ "Райффайзен Банк"	45 305	66 757	2 249 977	17 372 977	2 014 280	441 481	1 572 799	
6	136	АТ "УКРСИББАНК"	20 112	100 234	1 221 910	8 238 753	4 335 694	777 011	3 558 683	
7	236	АТ "ОПІ БАНК"	9 631	8 180	562 264	8 263 708	726 411	129 305	597 106	
8	272	АТ "СЕНС БАНК"	68 431	48 194	3 841 335	20 821 707	-6 908 604	201 580	-7 110 183	
9	171	АТ "КРЕДИТ АГРИКОЛЬ БАНК"	6 258	5 039	391 110	6 581 785	38 429	7 209	31 220	
10	297	АТ "СПІБАНК"	194	1 660	359 346	1 549 792	3 318 438	597 790	2 720 648	
11	88	АТ "КРЕДОБАНК"	7 646	4 017	445 872	3 323 076	174 344	31 928	142 416	
12	298	АТ "ПРОКРЕДИТ БАНК"	9 057	1 736	428 592	3 985 381	-2 145 239	-372 731	-1 772 508	
13	295	АТ "ІНГ Банк Україна" **	0	2 108	230 368	1 088 953	491 705	88 557	403 148	
14	153	АТ "ПРАВЕКС БАНК"	3 536	1 229	141 343	1 113 974	-401 437	13 789	-415 206	
15	251	АТ "ПІРЕУС БАНК МКБ"	3 673	280	38 054	589 016	-111 743	0	-111 743	
16	455	АТ "СББ КОРПОРАТИВНИЙ БАНК"	0	1 662	18 334	122 485	182 577	32 889	149 709	
17	407	АТ "Дойче Банк ДЕУ"	0	1 514	71 050	188 941	235 384	49 755	185 629	
18	325	АТ "БАНК ФОРВАРД"	2 895	2 096	190 142	816 298	-166 053	81 000	-247 053	
19	331	АТ "КРЕДИТ ВЕСТ БАНК"	200	324	14 777	134 204	-9 463	-1 704	-7 759	
20	329	АТ "КРЕДИТ СВРОПА БАНК"	2	30	8 181	179 926	-84 884	-173	-84 711	
Усього по банках іноземних банківських груп			176 839	245 017	10 210 655	74 330 956	1 689 840	2 077 586	-387 745	
Банки з приватним капіталом										
21	115	АТ "ПУМБ"	81 186	18 076	1 009 350	15 938 002	-485 339	-87 616	-397 723	
22	242	АТ "УНІВЕРСАЛ БАНК"	59 433	19 231	4 966 300	12 440 098	2 951 765	792 951	2 158 814	
23	108	Акціонерний банк "Південний"	3 773	4 098	479 602	3 931 785	473 094	83 440	389 654	
24	62	АТ "ТАСКОМБАНК"	36 400	867	486 915	3 628 017	43 181	12 231	30 950	
25	96	АТ "А - БАНК"	10 232	12 635	472 723	4 174 357	259 153	56 517	202 637	
26	270	АТ "БАНК КРЕДИТ ДНІПРО"	2 125	4 246	333 360	1 640 596	12 612	5 986	6 616	
27	305	ПАТ "БАНК ВОСТОК"	11 049	5 439	303 996	2 015 856	336 545	61 021	275 524	
28	392	ПАТ "КБ "АКОРД БАНК"	3 286	7 493	158 070	1 158 743	-5 542	125	-5 667	
29	105	ПАТ "МТБ БАНК"	6 186	6 398	200 081	1 138 549	43 780	8 755	35 005	
30	29	АТ "БАНК АЛЬЯНС"	1 575	2 224	279 524	1 182 080	95 521	19 559	76 961	
31	142	АТ "Дел Банк"	19 388	21 158	104 512	3 196 853	-793 734	-144 098	-649 636	
32	553	АТ "БАНК АВАНГАРД"	0	0	31 486	718 379	4 337	781	3 556	
33	386	АТ "КБ "ГЛОБУС"	1 384	64	81 619	657 466	26 479	8 418	18 081	
34	91	АТ АКБ "Львів"	6 924	226	81 413	486 589	164 805	37 536	127 209	
35	389	АТ "МІБ"	19	486	35 455	556 224	9 386	2 348	7 018	
36	240	АТ "КОМІБАНК"	1 803	5 313	183 546	739 428	237 588	45 629	191 959	
37	326	АТ "АКБ "КОНКОРД"	4 423	8 540	548 893	1 002 978	335 291	71 964	263 327	
38	288	АБ "КІРІУНГОВИЙ ДІА"	1 710	174	50 152	372 564	104 112	20 537	83 576	
39	101	АКБ "ІНДУСТРІАЛ БАНК"	3 043	2 924	110 412	604 349	-239 703	-316	-239 387	
40	241	АТ "АБСОКС БАНК"	9 485	775	550 156	898 976	748 561	150 227	598 334	
41	113	АТ "Полтава-банк"	132	651	36 533	328 518	51 212	10 031	41 181	
42	286	АТ "АБ "РАДА БАНК"	1 477	1 165	38 636	415 988	15 068	5 785	9 303	
43	320	АТ "БАНК ІНВЕСТИЦІЙ ТА ЗАОЩАДЖЕНЬ"	704	6 844	38 841	365 848	6 395	2 013	4 382	

Продовження таблиці А.2

A		B		C		J	K	L	M	N	O	P
1 Показники про фінансові результати банків України												
2 За даними статистичної звітності з файлу АМХ "Дані про коригуючі обороти за ре												
3 За всіма валютами												
4 01.01.2023												
№ з/п	NKB	Банк	врати від операцій з іноземними особами	інші процентні витрати	Чистий процентний дохід(Чисті процентні витрати)	Комісійні доходи	Комісійні витрати	Чистий комісійний дохід(Чисті комісійні витрати)	Торговий результат	результат		
1	2	3	10	11	12	13	14	15	16			
7 Банки з державною часткою												
8	1	48	АТ КБ "ПриватБанк"	3 332 229	101	39 917 417	32 944 618	12 504 790	20 439 858	9 504 922		
9	2	6	АТ "Ощадбанк" **	3 433 299	61 081	14 884 378	9 386 603	3 454 371	5 932 232	6 072 572		
10	3	2	АТ "Укресімбанк" **	690 319	397 985	4 085 219	1 521 487	364 045	1 157 442	975 190		
11	4	274	АБ "УКРГАЗБАНК"	769 153	0	4 994 244	2 327 461	906 637	1 420 824	702 005		
12 Усього по банках з державною часткою			8 225 000	459 147	63 881 258	46 180 169	17 229 813	28 950 356	17 254 688			
13 Банки іноземних банківських груп												
14	5	36	АТ "Райффайзен Банк"	609 858	9 518	12 829 719	5 105 585	2 345 156	2 780 430	3 128 812		
15	6	136	АТ "УКРСИББАНК"	72 228	0	8 773 166	2 334 538	815 889	1 518 649	1 853 621		
16	7	298	АТ "ОТП БАНК"	392 427	0	6 831 617	1 769 909	675 793	1 094 115	809 925		
17	8	272	АТ "СЕНС БАНК"	2 009 610	210 404	7 052 851	4 318 792	1 476 376	2 842 416	2 563 148		
18	9	171	АТ "КРЕДИ АГРИКОЛЬ БАНК"	132 957	47 087	5 291 899	940 567	270 619	689 948	600 798		
19	10	297	АТ "СПІБАНК"	0	15	4 116 984	232 591	42 103	190 488	575 730		
20	11	88	АТ "КРЕДОБАНК"	206 088	38 355	2 195 977	739 150	224 649	514 501	669 713		
21	12	298	АТ "ПРОКРЕДИТ БАНК"	308 870	21 474	1 498 989	313 712	70 258	243 454	47 797		
22	13	295	АТ "ІНГ Банк Україна" **	0	0	1 316 910	68 988	4 989	63 998	170 600		
23	14	153	АТ "ПРАВЕКС БАНК"	28 282	0	540 067	136 830	57 903	78 927	75 300		
24	15	251	АТ "ПІРЕУС БАНК МКБ"	33 860	0	344 842	108 663	33 460	75 202	35 275		
25	16	455	АТ "СББ КОРПОРАТИВНИЙ БАНК"	0	0	255 389	13 069	1 008	12 061	32 023		
26	17	407	АТ "Долце Банк ДБУ"	30	0	344 980	20 878	10 711	10 166	48 949		
27	18	325	АТ "БАНК ФОРВАРД"	145 442	0	608 218	110 381	97 781	12 600	1 816		
28	19	331	АТ "КРЕДИТ СЕРВІС БАНК"	5 240	0	76 531	32 808	9 282	23 527	8 508		
29	20	329	АТ "КРЕДИТ СВОРПА БАНК"	869	0	81 291	5 274	2 720	2 554	8 468		
30 Усього по банках іноземних банківських груп			3 945 761	326 853	52 157 391	16 251 734	6 138 698	10 113 036	10 620 482			
31 Банки з приватним капіталом												
32	21	115	АТ "ПУМБ"	1 360 537	17 212	10 154 551	2 982 818	1 231 215	1 751 603	2 852 094		
33	22	242	АТ "УНІВЕРСАЛ БАНК"	782 961	11 257	8 486 073	5 473 957	4 888 503	605 454	5 208 458		
34	23	106	Акціонерний банк "Підприєм"	233 563	7 010	2 291 585	1 703 318	484 004	1 219 314	502 755		
35	24	62	АТ "ТАСКОМБАНК"	551 542	7 783	2 231 172	924 044	534 515	389 529	825 276		
36	25	98	АТ "А-БАНК"	626 514	0	2 685 888	1 226 811	721 366	505 445	1 134 815		
37	26	270	АТ "БАНК КРЕДИТ ДНІПРО"	132 591	0	840 148	213 588	94 801	118 787	645 088		
38	27	305	ПАТ "БАНК ВОСТОК"	94 730	16 694	1 078 914	1 083 757	392 398	691 359	466 088		
39	28	392	ПАТ "КБ "АКОРБАНК"	112 070	2 171	410 419	539 147	80 316	478 831	230 474		
40	29	105	ПАТ "МТБ БАНК"	61 885	3 528	445 161	622 298	186 256	436 041	287 840		
41	30	29	АТ "БАНК АЛЬЯНС"	169 590	24 884	-161 376	326 229	38 349	287 890	1 130 051		
42	31	142	АТ "Ідея Банк"	270 202	1 252	2 280 884	174 590	100 385	74 225	46 512		
43	32	553	АТ "БАНК АВАНГАРД"	1 526	1 342	680 893	6 321	1 298	5 023	51 546		
44	33	386	АТ "КБ "ГЛОБУС"	151 216	44 558	346 062	190 227	35 227	155 000	128 234		
45	34	91	АТ АКБ "Львів"	124 797	9 137	496 544	122 997	28 736	94 259	47 647		
46	35	389	АТ "МІВ"	23 726	0	120 522	90 131	24 723	65 407	334 072		
47	36	240	АТ "КОМІБАНК"	164 673	0	141 153	1 684 839	895 667	789 172	59 881		
48	37	326	АТ "АКБ "ЖОНКОРД"	26 529	4	263 539	1 451 814	629 113	822 701	215 413		
49	38	288	АБ "КЛІРИНГОВИЙ ДІМ"	31 393	0	293 315	158 935	32 658	126 277	51 233		
50	39	101	АКБ "ІНДУСТРАЛБАНК"	61 081	294	120 210	63 813	24 202	39 611	186 353		
51	40	241	АТ "АЙБОКС БАНК"	8 440	0	216 748	2 377 047	1 296 276	1 080 772	301 932		
52	41	113	АТ "Полтава-Банк"	41 878	0	255 238	103 629	4 262	99 367	15 622		
53	42	286	АТ "АБ "РАДБАНК"	72 512	2	226 777	137 130	30 392	106 739	74 072		
54	43	320	АТ "БАНК ІНВЕСТИЦІЙ ТА ЗАОЩАДЖЕНЬ"	87 272	0	205 677	99 825	18 175	81 650	78 078		

Таблиця А.3 – Фінансові результати банківських установ у 2023 р.

Показники про фінансові результати банків України									
За всіма валютами									
01.11.2023									
№ з/п	НКВ	Банк	витрати на рекламу і маркетинг	витрати на оренду	інші адміністративні та операційні витрати	Всього витрат	Прибуток(збиток) до оподаткування	Витрати на податок на прибуток	Прибуток(збиток) після оподаткування
1	2	3	35	36	37	38	39	40	41
Банки з державною часткою									
1	46	АТ КБ "ПриватБанк"	65 198	235 234	6 575 651	19 483 004	58 071 641	10 970 130	47 101 511
2	6	АТ "Ощадбанк"	38 834	32 855	2 543 152	10 730 589	14 901 803	319 108	14 582 695
3	2	АТ "Укрсінбанк"	5 926	8 658	934 100	1 601 453	4 131 844	0	4 131 844
4	274	АБ "УКРГАЗБАНК"	5 979	61 384	492 262	3 523 841	3 902 346	541 116	3 361 230
5	272	АТ "СЕНС БАНК"	27 058	44 858	2 226 076	5 283 855	5 744 729	2 817	5 741 912
Усього по банках з державною часткою			142 995	362 988	12 771 241	40 622 743	86 752 362	11 833 170	74 919 192
Банки іноземних банківських груп									
6	36	АТ "Райффайзен Банк"	32 035	25 445	2 151 340	10 421 888	8 425 810	1 533 298	6 892 512
7	136	АТ "УКРСИББАНК"	22 969	85 218	1 188 390	5 231 903	7 549 846	1 581 131	5 968 715
8	296	АТ "ОТП БАНК"	9 758	4 723	632 042	2 189 774	6 471 872	1 177 868	5 294 004
9	171	АТ "КРЕДІ АГРИКОЛЬ БАНК"	6 019	5 010	376 403	3 926 785	3 534 655	640 362	2 894 293
10	297	АТ "СПІБАНК"	0	1 470	464 180	732 694	5 973 379	1 073 008	4 900 371
11	88	АТ "КРЕДОБАНК"	5 540	3 581	373 941	1 486 497	2 048 204	370 532	1 677 672
12	298	АТ "ПРОКРЕДИТ БАНК"	10 595	1 613	214 585	947 468	1 171 176	269 670	901 506
13	295	АТ "ІНГ Банк Україна"	0	2 218	192 295	354 874	1 404 838	252 575	1 152 263
14	153	АТ "ПРАВЕКС БАНК"	1 234	1 170	136 573	516 032	54 064	4 857	49 207
15	455	АТ "СЕБ КОРПОРАТИВНИЙ БАНК"	0	1 545	18 267	92 267	312 616	56 338	256 278
16	251	АТ "ПІРЕУС БАНК МКБ"	3 490	304	37 724	338 324	153 130	27 563	125 567
17	407	АТ "Дойче Банк ДБ"	0	1 478	59 971	201 077	207 798	49 197	158 601
18	331	АТ "КРЕДИТВЕСТ БАНК"	447	298	12 551	91 224	41 030	7 385	33 645
19	329	АТ "КРЕДИТ ЄВРОПА БАНК"	0	21	8 138	-513	125 871	0	125 871
Усього по банках іноземних банківських груп			92 086	134 094	5 866 400	26 530 295	37 474 284	7 043 785	30 430 499
Банки з приватним капіталом									
20	115	АТ "ПУМБ"	149 495	16 375	868 534	5 182 511	7 898 225	1 421 682	6 476 543
21	242	АТ "УНІВЕРСАЛ БАНК"	54 874	17 149	6 197 890	7 486 701	5 246 308	686 293	4 560 015
22	108	Акціонерний банк "Південний"	5 434	2 587	480 580	2 139 750	1 780 481	187 581	1 592 900
23	62	АТ "ТАСКОМБАНК"	32 203	618	496 145	2 361 752	310 059	56 189	253 870
24	96	АТ "А - БАНК"	10 939	19 953	727 086	2 118 833	964 123	152 736	811 387
25	305	ПАТ "БАНК ВОСТОК"	25 313	17 001	242 065	1 543 222	452 360	105 105	347 255
26	270	АТ "БАНК КРЕДИТ ДНІПРО"	4 628	2 614	110 151	789 592	260 498	355	260 143
27	392	ПАТ "КБ "АКОРД БАНК"	5 750	8 847	216 374	1 159 693	214 042	29 309	184 733
28	105	ПАТ "МТБ БАНК"	7 210	4 216	166 639	1 130 312	71 721	18 303	53 418
29	29	АТ "БАНК АЛЬЯНС"	707	1 764	209 012	629 841	245 005	36 321	208 684
30	389	АТ "МІБ"	2 975	430	24 933	250 932	8 727	2 219	6 508
31	386	АТ "КБ "ГЛОБУС"	4 276	705	74 242	757 316	152 969	5 594	147 375
32	142	АТ "Ідея Банк"	21 070	26 116	99 457	939 662	753 729	135 762	617 967
33	91	АТ АКБ "Львів"	8 117	243	78 600	406 731	229 615	41 329	188 286
34	240	АТ "КОМІБАНК"	1 096	5 050	252 963	534 860	123 517	27 998	95 519
35	286	АТ "АБ "РАДАБАНК"	2 542	1 782	34 626	328 364	112 555	22 163	90 392
36	288	АБ "КЛІРИНГОВИЙ ДІМ"	4 051	141	35 424	249 622	443 413	74 125	369 288
37	113	АТ "Полтава-Банк"	129	501	28 737	166 645	245 620	43 741	201 879
38	320	АТ "БАНК ІНВЕСТИЦІЙ ТА ЗАОЩАДЖЕНЬ"	661	2 635	27 669	205 695	105 530	19 227	86 303
39	101	АКБ "ІНДУСТРИАЛБАНК"	2 826	2 214	118 447	109 617	97 029	9 092	87 937
40	387	АТ "АГРОПРОСПЕРІС БАНК"	2 234	178	25 172	133 738	58 202	165	58 037
41	231	АТ "ЮНЕКС БАНК"	5 130	1 143	41 509	238 401	249	-329	57
42	123	АТ "БАНК "ТРАНТ"	0	755	27 536	126 254	108 779	-166	108 613
43	774	АТ "РВС БАНК"	3 980	7 626	157 731	291 278	21 681	0	21 681
44	128	АТ "СКІЙ БАНК"	0	2 123	19 503	139 910	113 813	6 366	107 447
45	133	АТ "АСВІО БАНК"	183	6 450	49 492	176 272	59 076	13 967	45 109

← → **Активи** **Зобов'язання** **Капітал** **Фінрез** **Активи_НВ** **Зобов'язання_НВ** +

Ready Accessibility: Investigate

- + 80%

Продовження таблиці А.3

	A	B	C	J	K	L	M	N	O	P
1	Показники про фінансові результати банків України									
2	За всіма валютами									
3	01.11.2023									
4	№ з/п	NKB	Банк	рати від операцій з м'якими об'єктами	інші процентні витрати	Чистий процентний дохід/(Чисті процентні витрати)	Комісійні доходи	Комісійні витрати	Чистий комісійний дохід/(Чисті комісійні витрати)	Торговий результат
5	1	2	3	10	11	12	13	14	15	16
6	Банки з державною часткою									
7	1	46	АТ КБ "ПриватБанк"	4 725 284	83	48 392 705	33 891 307	14 278 496	19 612 821	6 614 722
8	2	6	АТ "ОщадБанк"	5 889 902	39 446	15 287 027	9 775 447	4 036 251	5 739 196	4 202 646
9	3	2	АТ "Укресімбанк"	1 182 459	330 027	3 493 913	1 369 649	428 794	940 855	113 993
10	4	274	АБ "УКРГАЗБАНК"	1 383 431	0	5 347 159	1 886 396	804 317	1 082 079	862 563
11	5	272	АТ "СЕНС БАНК"	2 429 072	103 968	4 439 158	3 796 479	1 868 863	1 917 596	1 221 155
12	Усього по банках з державною часткою									
13				15 610 148	473 525	76 959 963	50 709 278	21 416 732	29 292 546	13 015 080
14	Банки іноземних банківських груп									
14	6	36	АТ "Райффайзен Банк"	662 216	1 209	13 771 325	5 790 760	3 294 996	2 495 765	2 066 064
15	7	136	АТ "УКРСИББАНК"	151 533	0	9 999 140	2 155 946	809 473	1 346 473	1 075 517
16	8	296	АТ "ОТП БАНК"	637 237	0	7 209 756	1 565 060	573 506	991 554	371 662
17	9	171	АТ "КРЕДИ АГРИКОЛЬ БАНК"	186 813	74 504	6 501 134	888 401	266 490	621 911	307 948
18	10	297	АТ "СПІБАНК"	0	0	6 026 902	201 780	23 036	178 745	517 058
19	11	88	АТ "КРЕДОБАНК"	354 288	5	2 637 848	667 319	235 775	431 544	392 033
20	12	298	АТ "ПРОКРЕДИТ БАНК"	392 343	68 771	1 790 347	282 562	65 779	216 803	32 030
21	13	295	АТ "ІНГ Банк Україна"	0	0	1 630 653	71 330	23 252	48 078	80 663
22	14	153	АТ "ПРАВЕКС БАНК"	42 842	0	430 786	126 357	53 117	73 239	59 204
23	15	455	АТ "СББ КОРПОРАТИВНИЙ БАНК"	0	0	365 610	11 498	1 127	10 371	23 043
24	16	251	АТ "ПІРЕУС БАНК МКБ"	38 849	0	355 056	143 778	33 123	110 654	19 525
25	17	407	АТ "Дайче Банк ДБУ"	39	0	376 934	19 088	7 643	11 445	20 467
26	18	331	АТ "КРЕДИТ ВЕСТ БАНК"	8 762	0	87 242	38 884	7 242	31 642	7 559
27	19	329	АТ "КРЕДИТ СВРОПА БАНК"	978	0	111 426	1 504	1 431	73	8 220
28	Усього по банках іноземних банківських груп									
29				2 475 899	144 489	51 284 139	11 964 288	5 395 989	6 568 299	4 980 994
30	Банки з приватним капіталом									
30	20	115	АТ "ПУМБ"	1 823 528	2	9 986 085	3 189 275	1 505 044	1 684 232	897 593
31	21	242	АТ "УНІВЕРСАЛ БАНК"	639 723	0	9 706 176	5 190 837	5 975 313	-784 475	3 427 013
32	22	106	Акціонерний банк "Підлеший"	342 161	6 528	2 321 630	1 093 841	375 434	718 407	519 846
33	23	62	АТ "ТАСКОМБАНК"	614 231	10 336	1 955 963	743 243	516 449	226 794	302 623
34	24	96	АТ "А - БАНК"	896 037	0	2 180 528	1 238 214	940 274	297 941	489 135
35	25	305	ПАТ "БАНК ВОСТОК"	89 573	15 563	1 285 564	1 044 138	579 614	464 525	131 062
36	26	270	АТ "БАНК КРЕДИТ ДНІПРО"	270 140	0	879 101	182 148	85 665	96 483	13 295
37	27	392	ПУАТ "КБ "АКОРДБАНК"	272 353	5 230	632 822	637 614	107 738	529 876	179 298
38	28	105	ПАТ "МТБ БАНК"	78 286	3 319	306 549	625 707	249 611	376 096	499 388
39	29	29	АТ "БАНК АЛЬЯНС"	180 909	17 775	309 857	344 618	78 704	265 914	259 617
40	30	389	АТ "МБ"	27 475	0	150 554	85 819	23 135	62 684	28 892
41	31	386	АТ "КБ "ГЛОБУС"	198 684	33 431	450 582	224 634	46 724	177 910	221 935
42	32	142	АТ "Ітел Банк"	261 127	0	1 534 139	177 847	88 774	89 073	21 620
43	33	91	АТ АКБ "Львів"	172 607	7 281	452 921	170 157	34 343	135 814	30 093
44	34	240	АТ "КОМІНБАНК"	241 008	0	406 632	255 700	50 798	204 902	32 197
45	35	286	АТ "АБ "РАДАБАНК"	134 307	0	302 131	109 150	27 720	81 430	43 591
46	36	288	АБ "КЛІРИНГОВИЙ ДІМ"	31 692	0	367 270	117 857	29 279	88 578	17 896
47	37	113	АТ "Полтава-Банк"	55 962	0	295 442	99 127	5 343	93 784	14 478
48	38	320	АТ "БАНК ІНВЕСТИЦІЙ ТА ЗАОЩАДЖЕНЬ"	115 940	0	220 981	69 106	13 637	55 469	22 724
49	39	101	АКБ "ІНДУСТРАЛБАНК"	69 331	0	118 498	43 337	21 588	21 749	44 594
50	40	387	АТ "АГРОПРОСПЕРІС БАНК"	97 564	4 990	154 361	26 217	1 901	24 316	7 379
51	41	231	АТ "ЮНЕКС БАНК"	82 711	962	205 318	30 581	18 367	12 215	11 107
52	42	123	АТ "БАНК ТРАНТ"	41 557	0	199 825	23 141	5 322	17 819	2 033
53	43	774	АТ "РВС БАНК"	27 598	1 195	127 513	153 037	51 080	101 957	73 920
54	44	128	АТ "СКАЙ БАНК"	9 531	4 013	145 518	9 546	3 788	5 758	83 881
55	45	133	АТ "АСВІО БАНК"	9 454	0	126 613	94 868	8 395	86 472	16 724

Бібліографічна довідка

Тема магістерської роботи:

«Імпакт соціальної відповідальності банків на їхню репутацію та фінансові результати»

Обсяг пояснювальної записки 71 сторінка

Кількість рисунків 16 шт.

Кількість таблиць 11 шт.

Кількість додатків 1 шт. на 6 сторінках.

Графічний матеріал (слайди) 10 шт.

Перелік графічного матеріалу:

Слайд 1 – Актуальність та наукова новизна роботи

Слайд 2 – Механізм формування концепції КСВ в банківських установах задля збільшення позитивного впливу на фінансові результати та репутацію

Слайд 3 – Оцінка корпоративної соціальної відповідальності банківських установ

Слайд 4 – Рейтингування банківських установ

Слайд 5 – Аналіз та оцінка фінансових результатів діяльності банківських установ

Слайд 6 – Співвідношення репутаційної стабільності, іміджевого капіталу КСВ та прибутку у 2023 для банків-лідерів за репутаційними характеристиками

Слайд 7 – Зміна показників фінансового результату банків-лідерів

Слайд 8 – Залежність показника прибутку від КСВ та репутації банку

Слайд 9 – SWOT-аналіз процесу впровадження концепції соціальної відповідальності в банківських установах

Слайд 10 – Основні положення формування соціальної відповідальності банків в системі забезпечення ефективного управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами

Слайд 11 – Система менеджменту соціальної відповідальності банківських установ

17.01.2024 р.

_____ С. Д. Передерко