

DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2024-4\(40\)-246-256](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2024-4(40)-246-256)

УДК 336.71:65.012.432

JEL Classification: D21; G30

Олег Сергійович Журавльов

кандидат економічних наук, докторант кафедри банківської справи та страхування
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана (Київ, Україна)

E-mail: zhuravlevoleg@gmail.com. **ORCID:** <https://orcid.org/0009-0004-3243-9242>

ІНФОРМАЦІЙНА ПРОЗОРИСТЬ БАНКІВ: ВПЛИВ НА СТЕЙКХОЛДЕРІВ У ПРОЦЕСІ КОРПОРАТИВНОГО ВРЯДУВАННЯ

У статті актуалізована проблема інформаційної прозорості банків з акцентом на її значення для стейкхолдерів. Стверджується, що доступ до всебічної та актуальної інформації, що задовольняє потреби кожного з ключових стейкхолдерів, потрібна для забезпечення результативності банківського корпоративного врядування. За результатами дослідження зроблено висновки, що масштаб діяльності не накладає на банки будь-яких зобов'язань у сфері транспарентності, але він відображає рівень розвитку банку, який багато в чому визначає його корпоративну поведінку та політику розкриття інформації. Обґрунтовано необхідність розвитку інформаційних продуктів щодо транспарентності банків. Глибина деталізації інформації, насамперед про фінансові ризики, у фінансовій звітності має бути визначена банком обов'язково з урахуванням вивчення інформаційних потреб стейкхолдерів. На вітчизняному ринку налагодження діалогу банків та стейкхолдерів перебуває в початковій стадії. Акцентовано увагу на потребі забезпечення балансу між інформаційними потребами стейкхолдерів та тим, які дані банки готові надавати. З'ясовано, що якісною інформацією роблять властивості бути корисною, передусім для корпоративного врядування. Якщо всебічно корисна інформація відсутня, це перешкоджає бачити реальний стан банку і вводить в оману стейкхолдерів.

Розглянуто алгоритм налагодження взаємодії банку з усіма ключовими стейкхолдерами за рівнями впливу: низький, середній і високий вплив. Зроблено висновки, що банку важливо вміти адаптуватися до змін, не втрачаючи довіри стейкхолдерів і допомагаючи їм почуватися прямими учасниками процесу корпоративного врядування.

Ключові слова: інформація; інформаційна прозорість; банк; розкриття інформації; стейкхолдер; корпоративне врядування; конкурентні переваги.

Рис.: 2. Бібл.: 10.

Постановка проблеми. Лібералізація банківського ринку значною мірою підвищила вимоги до інформації, яка потрібна для забезпечення ефективного корпоративного врядування у банках і їх фінансової стабільності, а надання корисної та актуальної інформації про учасників та їх трансакції стала найважливішою умовою підтримки організованості та результативності ринку. Для забезпечення результативності банківського корпоративного врядування, потрібен доступ до корисної та актуальної інформації, що задовольняє потреби кожного з ключових стейкхолдерів. До стейкхолдерів у банківському секторі належать: державні органи, Національний банк України, який виступає органом банківського регулювання та нагляду, ринкові структури (зокрема, біржі), акціонери, інвестори, клієнти (фізичні та юридичні особи), банки-партнери, персонал (правління банку, співробітники банку) та інші зацікавлені особи.

Термін «транспарентність» буде використовуватися нами в контексті визначення, запропонованого Базельським комітетом з банківського нагляду, що ототожнює поняття прозорості та транспарентності, трактуючи їх як «...поширення надійної та актуальної інформації, що дає можливість її користувачам чітко оцінити ситуацію та фінансові результати діяльності банку, структуру його ризиків та методи управління ними» [1].

Особливе значення інформаційна прозорість має в умовах стану макроекономічної невизначеності, коли будь-який крок банку, його тактичні рішення мають бути зрозумілі для стейкхолдерів, щоб вони зберегли довіру до банку. Вимоги щодо розкриття фінансової інформації зазвичай полягають у публікації кількісної та якісної інформації у складі щорічної фінансової звітності банку, яка складається на консолідованій основі та доступна всім зацікавленим особам [2]. Повне розкриття інформації – запорука прозорості звітності, відсутність якої не дозволяє належним чином досягти необхідної довіри між учасниками фінансового ринку та значно ускладнює процеси корпоративного врядування. Також підкреслимо, що особливе значення інформаційна прозорість банків має в умовах стану макроекономічної невизначеності, що диктується війною в Україні та непрогнозованістю термінів її завершення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Засновником концепції транспарентності вважають Роберта Лукаса, який у 1976 році у своїй праці «Економічна оцінка політики: критика» розглянув взаємозв'язок економічних рішень та очікувань ринкових агентів [3].

Barclay M. J and Smith C., Jr. продемонстрували позитивний зв'язок між рівнем розкриття інформації та зміною ринкової мікроструктури й виявили вплив між асиметрією інформації, що має місце між ринковими агентами та приходом на ринок нових інвесторів [4].

Lang M. та Lundholm R. надали свідчення, що компанії з вищою інформаційною відкритістю можуть бути більш точно проаналізовані, прогноз рівня дохідності таких компаній теж буде більш точним. Крім того, у таких компаній будуть менші відхилення між окремими прогнозами щодо показників діяльності, що підвищуватиме попит на їхні цінні папери [5].

Підвищення інтересу до транспарентності в науковій сфері України стався у 2005-2007 рр., коли рейтингове агентство Standard & Poor's почало публікувати щорічні рейтинги інформаційної прозорості найбільших банків. Вітчизняні вчені, зокрема А. Глушко, В. Пантас, С. Бабенко [6] дійшли висновку, що реалізація принципу прозорості в банках допомагає знизити асиметричність інформації і, загалом, є корисною для суспільства. Діагностику прозорості українських банківських установ визнали необхідною у своїх дослідженнях Г. Азаренкова, О. Дзюблук і В. Корнєєв [7]. Також цікавий аспект розвитку транспарентності фінансово-економічних відносин під впливом цифрових трансформацій виявлено в науковій розвідці Л. Гриценко та Р. Чухно [8].

Виділення недосліджених частин загальної проблеми. Попри серйозну увагу науковців і практиків до питань інформаційної прозорості банків, усе ж в економічній літературі немає обґрунтування важливості якісної інформації для стейкхолдерів у процесі корпоративного управління. Також існує потреба заповнити прогалини в питаннях налагодження взаємодії керівництва банку з ключовими стейкхолдерами.

Мета статті. Метою статті є дослідження питань забезпечення інформаційної прозорості банків, обґрунтування важливості якісної інформації для стейкхолдерів у процесі корпоративного управління та пропозиція алгоритму налагодження взаємодії з ключовими стейкхолдерами.

Виклад основного матеріалу. Зовнішнє середовище функціонування банківської системи, що ускладнюється, її еволюція та розвиток характеризуються постійними змінами цільової та критеріальної спрямованості, вільним переміщенням ресурсів, інформації, капіталу. Політичні, економічні та фінансові зміни, що відбуваються, змушують банківське співтовариство робити всі можливі дії щодо зміцнення стабільності банківської системи країни, виявляючи свою нову якість у прагненні до відкритості, забезпечуючи швидкий доступ до максимального обсягу інформації.

У таких умовах необхідність відкритості та прозорості економічних процесів банку виходить на новий рівень.

Особливе значення інформаційна прозорість має в умовах стану макроекономічної невизначеності, коли державні регулюючі органи мають впливати на банки з метою розкриття більшого обсягу інформації інвесторам, вкладникам та суспільству.

Трансформація національної банківської системи та підвищення її інформаційної прозорості забезпечується за багатьма напрямками, що представлені на рис. 1.

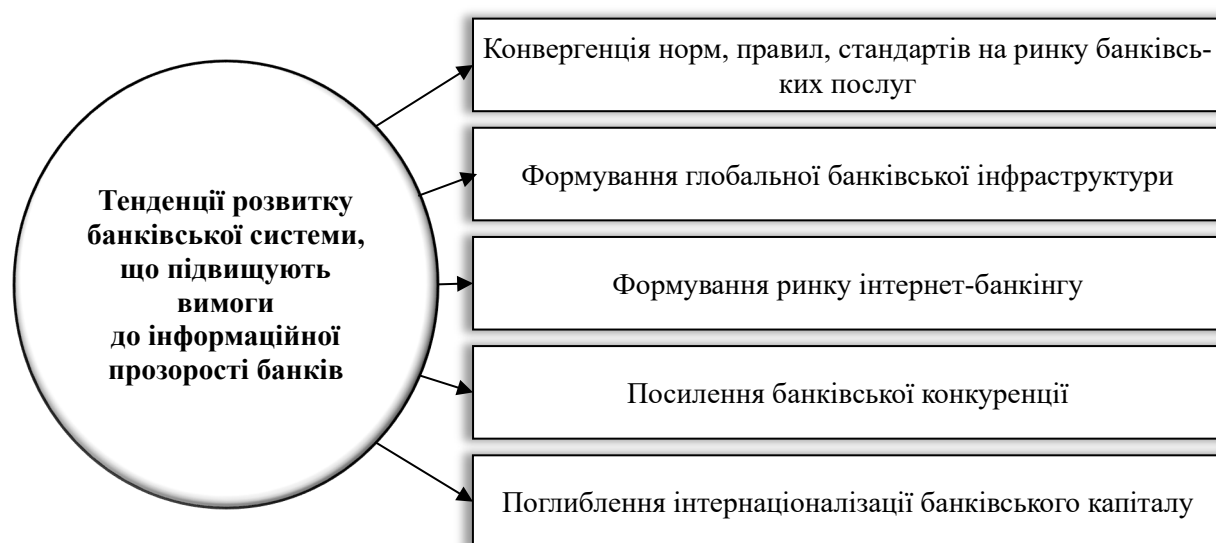


Рис. 1. Тенденції розвитку банківської системи, що підвищують вимоги до інформаційної прозорості банків

Джерело: складено автором.

Інформаційна прозорість може бути охарактеризована з різних позицій: політична, економічна, процедурна або ринкова (рис. 2).

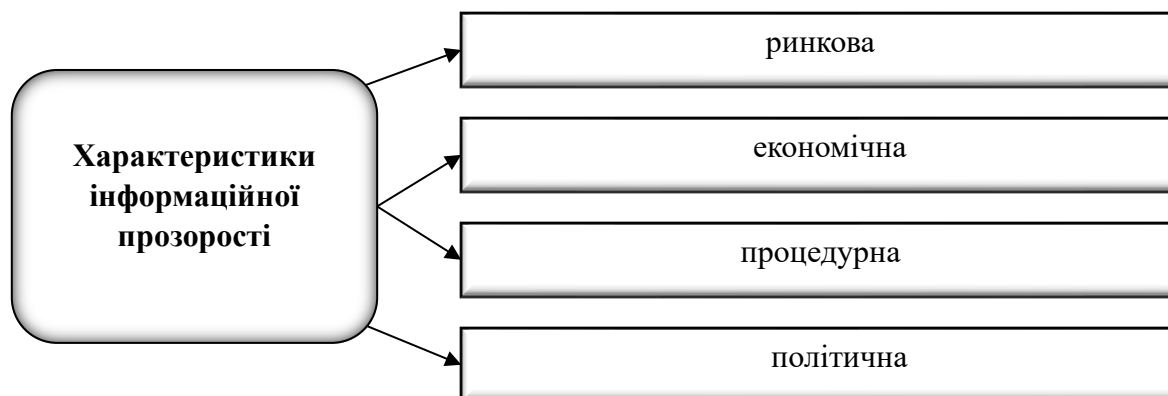


Рис. 2. Характеристики інформаційної прозорості

Джерело: складено автором.

Масштаб діяльності не накладає на банки будь-яких зобов'язань у сфері транспарентності, але він відображає рівень розвитку банку, який багато в чому визначає його корпоративну поведінку та політику розкриття інформації.

Інформаційні продукти щодо транспарентності банків можуть дати низку потенційних вигід, а саме:

- надати користувачам об'єктивну незалежну оцінку транспарентності банків, сприяючи ухваленню ними ефективніших економічних рішень;
- стимулювати суб'єктів банківського сектору до підвищення інформаційної прозорості;
- сприяти формуванню культури інформаційної прозорості в суспільстві (присвоєння престижності володінню високим рівнем транспарентності та закріплення цього як суспільної норми).

Таким чином, враховуючи вимоги нормативно-правової бази, що регламентує транспарентність суб'єктів банківського сектору, вся інформація, яку банки сьогодні повідомляють про себе, умовно може бути поділена на три категорії:

- інформація, обов'язкова до розкриття;
- інформація, рекомендована до розкриття;
- інформація, яка не вказана в будь-яких нормативно-правових актах та розкривається за ініціативою самого банку.

Наразі ключовим елементом результативного фінансового ринку та основною умовою дієвості ринкової дисципліни виступає надійна та прозора інформація про учасників та проведені ними операції. Надання достовірної та прозорої інформації має значення і для ефективного банківського врядування. Зокрема, корисна інформація повинна однаково надаватися всім основним учасникам, а саме: органам нагляду, власникам акцій та облігацій, вкладникам та іншим кредиторам, банкам-кореспондентам, сторонам контрактних відносин та громадськості.

За своєю сутністю, сам фінансовий ринок не здатний належним чином забезпечити достатній рівень розкриття інформації. Хоча ринкові сили, як правило, врівноважують граничні вигоди та витрати на розкриття додаткової інформації, кінцевий результат не завжди відповідає реальним потребам учасників [2].

Прозорість передбачає створення середовища, у якому інформація про умови, що склалися, рішення та дії банку є доступною та зрозумілою для всіх учасників ринку. Надання інформації – більш вузьке поняття, це процес відкритого та своєчасного поширення фактичних даних та відомостей про прийняті рішення.

Найчастіше учасники ринку, вкладники та громадськість потребують інформації не менше, ніж органи нагляду. Теоретично надання банками більшого обсягу інформації можна досягти непрямим шляхом, за допомогою тиску по горизонталі з боку більш впливових учасників ринку – так, щоб продемонструвати банкам, що розкриття інформації відповідає їхнім власним інтересам.

Важливо відзначити, що приховування інформації, особливо якщо вона свідчить про негативні результати, часто обертається відсутністю прозорості й існує навіть у країнах – економічних лідерах, де банківська система особливо розвинена [9]. Крім того, оскільки негативне ставлення суспільства безпосередньо впливає на ліквідність банків, інформація, яка здатна спричинити раптову та згубну реакцію ринку, найчастіше розкривається в останній момент і переважно всупереч волі банку.

Вимоги щодо розкриття фінансової інформації зазвичай полягають у публікації кількісної та якісної інформації у складі щорічної фінансової звітності банку, яка складається на консолідованій основі та доступна всім учасникам ринку. Офіційна публікація здебільшого містить повний, засвідчений аудитором набір фінансової звітності, доповнений якісною інформацією, наприклад, у вигляді обговорення проблем врядування та загальної стратегії. Повинні бути опубліковані імена найбільших акціонерів та зовнішніх членів ради, розміри їхніх часток, відомості про корпоративну структуру.

Невдоволення стейкхолдерів якістю інформації, що їм надається, може бути обумовлене двома причинами:

- недосягнення необхідної зацікавленим користувачам глибини розкриття інформації щодо освітлюваних аспектів;
- наявність у стейкхолдерів додаткових вимог до інформації, що розкривається, про ризики.

Іншими словами, глибина деталізації інформації, і насамперед про фінансові ризики, у фінансовій звітності має бути визначена банком обов'язково з урахуванням вивчення інформаційних потреб стейкхолдерів.

Як відомо, на вітчизняному фінансовому ринку налагодження діалогу між банками та його стейкхолдерами перебуває в початковій стадії, у фінансовій звітності розкривається, зазвичай, мінімальний допустимий обсяг інформації.

Розглянемо основні проблеми, виявлені в оцінці якості розкриття інформації про ризики у звітності банків.

Нерозкриття причин чи джерел виникнення ризиків. Найчастіше у фінансовій звітності при поданні інформації, наприклад, про валютний ризик обмежуються визначенням ризику та констатацією того, що наявність активів та зобов'язань в іноземній валюті наражає банк на вплив валютного ризику. На наш погляд, для стейкхолдера ключовим аспектом є розуміння того, які фінансові активи та зобов'язання схильні до впливу певного ризику або з чим пов'язано наявність такого ризику в діяльності банку.

Нерозкриття чи недостатнє розкриття концентрації ризиків. Частим прикладом є також нерозкриття інформації про концентрацію ризиків. Найбільшою мірою це стосується ризику ліквідності, інформація щодо нього, зазвичай, має описовий характер, оскільки його кількісне вимірювання ускладнене через значну залежність від ринкових умов, структуру активів і зобов'язань, а також загальної макроекономічної ситуації. Також банки, звітність яких було проаналізовано у процесі цього дослідження, заявляють, що концентрація ризику незначна чи несуттєва. Така інформація вимагає кількісного підтвердження, що може бути реалізовано, зокрема, шляхом надання даних про контрагентів, за якими є найбільша дебіторська заборгованість із зазначенням їхньої частки в сумі дебіторської заборгованості загалом.

Нерозкриття або недостатнє розкриття механізму управління ризиками. Необхідно розуміти, що механізм управління ризиком є виключно важливою для стейкхолдерів інформацією. Можна з упевненістю сказати, що якість розкриття інформації про механізм управління ризиком є одним із ключових аспектів для залучення інвесторів. Інвестор, проаналізувавши політику управління ризиком, що його цікавить, отримує уявлення про набір інструментів, що використовуються для хеджування цього ризику, і, оцінивши ефективність заходів, що вживаються, ухвалює рішення про доцільність вкладень у банк.

Загальна неінформативність текстових розкриттів, їх відірваність від кількісних показників. Відсутність у банку концепції подання інформації про ризики. Проведений аналіз показав, наскільки гостро постає проблема взаємної інтеграції між текстовою та числовою інформацією. Текстові формулювання мають розкривати суть ризику, умови та можливі наслідки його реалізації, а також використовувати методи ризик-менеджменту, у той час як завдання кількісних показників – надання тексту наочності. Проте взаємна інтеграція відсутня як між розкриттям якісної і кількісної сторін ризику, так і загалом між різними видами ризиків. У стейкхолдерів не складається цілісного уявлення

про взаємопов'язаність та взаємозумовленість окремих видів ризиків, адже майлоймовірно, що кредитні, ринкові ризики та ризики ліквідності абсолютно незалежні один від одного: виникнення одного тягне за собою накладення іншого, мультиплікативно впливаючи на фінансові показники банку.

На наше переконання, є потреба забезпечувати баланс між інформаційними потребами стейкхолдерів та тим, які дані банки готові їм надавати. Зокрема, банки всіма силами опираються на необхідність розкриття інформації, яка може загрожувати їхнім конкурентним перевагам, і відмовляються докладно обговорювати потенційні ризики, побоюючись бурхливої реакції стейкхолдерів (особливо – вкладників). У результаті переважно у склад фінансової звітності користувачам пропонується шаблонний, нічим не примітний звіт про ризики, корисність якого для стейкхолдерів тяжіє до нуля.

Якщо керівництво банку вважає, що нерозкриття певної інформації про ризики дозволить зберегти конкурентні переваги, слід розуміти, що збереження конкурентних переваг – не єдиний результат ухвалення такого рішення. Ще один ефект, на цей раз негативний, буде завдано репутації банку в очах стейкхолдерів, унаслідок чого зменшиться рівень довіри до банку загалом.

Розглядаючи якісні характеристики інформації, варто зазначити, що якісною її роблять властивості бути корисною передусім для корпоративного врядування. Якщо всебічно корисна інформація відсутня, це перешкоджає бачити реальний стан банку і вводить в оману стейкхолдерів.

Повне розкриття інформації – запорука прозорості звітності, відсутність якої не дозволяє належним чином досягти необхідної довіри між учасниками фінансового ринку. Прозорість та надійність інформації визначаються високою якістю стандартів обліку та звітності, а також готовністю тих, хто складає звітність, неухильно дотримуватись встановлених стандартів.

Вимоги щодо розкриття інформації повинні періодично переглядатися, щоб перевірити, чи відповідають вони поточним потребам користувачів і чи не накладають на банки зайвий тягар.

Погоджуємося з думкою, що фінансові інновації та вплив світових тенденцій, ймовірно, сприятимуть розширенню інформаційних потреб, тому вимоги до банків у майбутньому навряд чи зменшаться [10]. Однак не слід повністю покладатися на повне розкриття інформації як засіб моніторингу банків клієнтами. Адже щоб оцінювати складний фінансовий бізнес, клієнтам необхідний високий рівень знань і аналітичні навички. До того ж у сфері обробки та аналізу фінансової інформації існує ефект масштабу.

У майбутньому професійні аналітики фінансового ринку, рейтингові агентства, що мають можливість обробляти складну фінансову інформацію, та впливові засоби масової інформації будуть чинити дедалі більш важливий вплив на поведінку банків.

Розглянемо алгоритм налагодження взаємодії з ключовими стейкхолдерами.

Етап 1: Визначення стейкхолдерів та їхнього впливу.

Перший крок на шляху до успіху – визначити всіх стейкхолдерів та скласти список, хто які має інтереси щодо банку та, відповідно, як може на нього вплинути.

За рівнем впливу стейкхолдери класифікують:

- *з низьким впливом*. Ці стейкхолдери не мають значного впливу на банк, але їхня думка може бути корисною при вирішенні специфічних питань корпоративного врядування;

- *із середнім впливом*. Такі стейкхолдери беруть участь в обговоренні ключових рішень, але не ухвалюють фінальних рішень. Вони можуть впливати на вибір технологій, процесів чи ресурсів;

- *з високим впливом*. До цієї групи належать стейкхолдери, які ухвалюють стратегічні рішення, їхня думка є критично важливою для розвитку банку.

Етап 2: Розуміння інтересів та потреб.

- *низький рівень зацікавленості*: ці стейкхолдери спостерігають здалеку і їхня думка важлива, але не критична;

- *середній рівень зацікавленості*: вони активніше цікавляться процесом і можуть давати важливі рекомендації;

- *високий рівень зацікавленості*: ці учасники активно залучені та потребують частоті взаємодії, їм потрібно знати, що відбувається, як і чому.

Етап 3: Комунікаційна стратегія: від планування до реалізації.

Ефективна комунікація вимагає чіткого плану, що включає частоту, канали та методи взаємодії з різними стейкхолдерами. Важливо регулярно перевіряти, що всі стейкхолдери інформовані про прогрес, зміни та проблеми банку.

Чим вищий вплив та зацікавленість стейкхолдера, тим частіше мають бути зустрічі з менеджментом банку і це матиме позитивний вплив на ефективність корпоративного врядування загалом. Наприклад, для стейкхолдерів із високим впливом та зацікавленістю можуть бути щотижневі зустрічі, тоді як для стейкхолдерів із низьким впливом – щомісячні оновлення.

Високий вплив і високий рівень зацікавленості: такі стейкхолдери повинні бути залучені до всіх важливих рішень, вони очікують на регулярні оновлення та активну участь. Їм потрібно приділяти максимальну увагу.

Високий вплив і низький рівень зацікавленості: незважаючи на високий вплив, вони не можуть бути залучені до кожного рішення. Важливо звертатися за думкою з ключових питань і надавати їм стратегічну інформацію коротко і по суті.

Низький вплив та високий рівень зацікавленості: ці стейкхолдери можуть бути цінними джерелами інформації та ідей, але їхня участь в ухваленні рішень обмежена. Важливо підтримувати їхній інтерес і залучення, щоб використати їхню експертну думку.

Низький вплив та низький рівень зацікавленості: вони не потребують частої взаємодії. Для них достатньо надавати базову інформацію, щоб підтримувати ефективну комунікацію. Також використовувати опитування та зворотний зв'язок, щоб адаптувати підхід під потреби, що змінюються.

Етап 4: Персоналізація підходу.

Персоналізація підходу допоможе налагодити продуктивніші взаємодії. Розуміння уподобань кожного стейкхолдера допоможе створювати індивідуальні стратегії спілкування. Наприклад, комусь краще надіслати текстовий звіт, а хтось оцінить діаграми.

Етап 5: Емоційне залучення.

Одним із важливих моментів є управління сприйняттям змін. У сфері, де зміни можуть викликати побоювання та опір, важливо не лише інформувати, а й емоційно залучати стейкхолдерів.

Етап 6: Подолання криз та адаптація до змін.

Важливо вміти справлятися з кризами та адаптуватися до змін, не втрачаючи довіри стейкхолдерів. І дуже важлива прозорість у кризові моменти: важливо одразу інформувати стейкхолдерів про проблеми та плани щодо їх вирішення. Прозорість створює довіру та допомагає уникнути паніки.

Наголосимо на важливості саме інформаційно-поведінкового каналу спілкування зі стейкхолдерами, бо це зумовлено низкою чинників, а саме:

- рівнем транспарентності банківської системи загалом;
- ефективністю комунікаційних каналів між стейкхолдерами і банком;
- рівнем обізнаності всіх зацікавлених сторін з реальними даними про стан банку;
- спроможністю стейкхолдерів аналізувати та об'єктивно сприймати інформацію про стан та дії банку.

Кожен стейкхолдер – це активний учасник процесів, і успіх банку залежить від злагодженої роботи разом.

Висновки і пропозиції. Ефективне корпоративне урядування передбачає інформаційну прозорість діяльності банку. А саме поняття прозорості в сучасних умовах набуває винятково важливого значення і переміщається з площини філософської категорії до інструментарію управлінців та регуляторів.

Перетворюючись на важливий аспект фінансової індустрії, прозорість сприяє довірі та впевненості стейкхолдерів. Наші пропозиції щодо необхідності надання стейкхолдерам чіткої та всебічної інформації про діяльність банків сприятимуть тому, що всі залучені сторони краще розумітимуть діяльність банку та його ризики, адже прозора інформація може виступати як сигнал раннього попередження про потенційний фінансовий стрес.

Глобальні зусилля щодо підвищення інформаційної прозорості в банківській справі набрали значного імпульсу в останні роки і прозора банківська практика зміцнює довіру стейкхолдерів. Авторські пропозиції щодо алгоритму налагодження взаємодії з ключовими стейкхолдерами сприятимуть розробці ефективної стратегії розвитку банку, а прозорість та відкритість да-

них будуть запорукою ефективного корпоративного врядування. Наше дослідження є важливим кроком у розумінні того, як ці процеси розвиваються і у якому напрямку банкам слід рухатися далі у відносинах зі стейкхолдерами. Переконані, що результати дослідження сприятимуть просуванню ідей корпоративного врядування.

Список використаних джерел

1. Enhancing Bank Transparency. Basel Committee on Banking Supervision. – Basel. – September 1998. – 25 p.
2. Huytinen Ari and Takalo Tuomas. Enhancing bank transparency: A reassessment, Bank of Finland Discussion Papers. – № 10/2000. – Bank of Finland, Helsinki. – 35 p.
3. Гронтковська Г. Е. Макроекономіка : навчальний посібник / Г. Е. Гронтковська, А. Ф. Кошік. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 671 с.
4. Barclay M. J. Corporate Payout Policy: Cash Dividends versus open market repurchases / Barclay M. J and Smith C., Jr. // Journal of Financial Economics. – 1988. – Vol. 22. – Pp. 61–82.
5. Mark H. Lang. Corporate Disclosure Policy and Analyst Behavior / Mark H. Lang, Russell J. Lundholm // Accounting Review. – Vol. 71 (October 1996). – Pp. 467–492.
6. Глушко А. Д. Інформаційна політика в системі забезпечення фінансової безпеки держави [Електронний ресурс] / А. Д. Глушко, В. В. Пантас, С. Р. Бабенко // Ефективна економіка. – 2022. – № 2. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=10038>.
7. Діагностика прозорості українських банківських установ за допомогою методів багатфакторного аналізу / Г. Азаренкова, О. Дзюблюк, В. Корнеєв, О. Головка, І. Оніщенко // Наукові горизонти. – 2022. Вип. 25. – № 8. – С. 85-105.
8. Вплив цифрових трансформацій на прозорість фінансово-економічних відносин та фінансову безпеку України / Л. Гриценко, Л. Захаркіна, О. Захаркін, В. Новіков, Р. Чухно // Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice. – 2022. – № 3(44). – С. 167–175.
9. Нянько В. Банківська система за воєнного стану та у післявоєнному відновленні України [Електронний ресурс] / В. Нянько, Л. Нянько // Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична. – 2022. – Вип. 35. – Режим доступу: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7643321>.
10. Черелюк В. О. Проблеми та перспективи розвитку банківської системи в умовах сьогодення. [Електронний ресурс] / В. О. Черелюк // Причорноморські економічні студії. – 2022. – Вип. 78. – Режим доступу: http://bses.in.ua/journals/2022/78_2022/21.pdf.

References

1. Enhancing Bank Transparency (1998). *Basel Committee on Banking Supervision. Basel. September.*
2. Huytinen, Ari & Takalo, Tuomas (2000). *Enhancing bank transparency: A reassessment, Bank of Finland Discussion Papers, 10.* Bank of Finland, Helsinki.
3. Grontkovska, G.E. (2010). *Makroekonomika [Macroeconomics]*. Center for Educational Literature.
4. Barclay, M. J. & Smith C., Jr. (1988). Corporate Payout Policy: Cash Dividends versus open market repurchases. *Journal of Financial Economics*, 22, 61–82.
5. Lang, M. & Lundholm, R. (1996). Corporate Disclosure Policy and Analyst Behavior. *Accounting Review*, 71, 467–492.
6. Glushko, A. D., Pantas, V. V., & Babenko, S. R. (2022). Informatsiina polityka v systemi zabezpechennia finansovoi bezpeky derzhavy [Information policy in the system of financial security of the state]. *Efektivna ekonomika – Effective economy*, (2). <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=10038>.
7. Azarenkova, G., Dziubliuk, O., Korneev, V., Golovko, O., & Onishchenko, I. (2022). Diagnostyka prozorosti ukrayins'kykh bankivs'kykh ustanov za dopomohoyu metodiv bahatofaktornoho analizu [Diagnostics of transparency of Ukrainian banking institutions using multivariate analysis methods]. *Naukovi horyzonty – Scientific Horizons*, 25(8), 85-105.
8. Gritsenko, L., Zakharkina, L., Zakharkin, O., Novikov, V., & Chukhno, R. (2022). Vplyv tsyfrovyykh transformatsiy na transparentnist finansovo-ekonomichnykh vidnosyn ta finansovu bezpeku Ukrayiny [The influx of digital transformations on the transparency of financial and economic transactions and financial security of Ukraine]. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 3(44), 167–175.

9. Nyanko, V., Nyanko, L. (2022). Bankivska systema za voyennoho stanu ta u pislyavoyennomu vidnovlenni Ukrainy. [The banking system during the martial law and in the post-war reconstruction of Ukraine]. *Naukovi zapysky Lvivskoho universytetu biznesu ta prava. Serii ekonomichna. Serii yurydychna – Scientific notes of the Lviv University of Business and Law. The series is economical. Legal series.* <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7643321>.

10. Chereyuk, V.O. (2022). Problemy ta perspektyvy rozvytku bankivs'koyi systemy v umovakh s'ohodennya. [Problems and prospects of the development of the banking system in today's conditions]. *Prychornomorski ekonomichni studii – Black Sea Economic Studies*, 78. http://bses.in.ua/journals/2022/78_2022/21.pdf.

Отримано 14.11.2024

UDC 336.71:65.012.432

Oleg Zhuravlov

PhD in Economics, Doctoral Candidate of Banking and Insurance Department
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman (Kyiv, Ukraine)
E-mail: zhuravlevoleg@gmail.com. **ORCID:** <https://orcid.org/0009-0004-3243-9242>

INFORMATION TRANSPARENCY OF BANKS: IMPACT ON STAKEHOLDERS IN THE PROCESS OF CORPORATE GOVERNANCE

The article updates the issue of information transparency of banks, with an emphasis on its importance for stakeholders. It is argued that access to comprehensive and up-to-date information that meets the needs of each of the key stakeholders is required to ensure the effectiveness of bank corporate governance. It is especially emphasized that the importance of information transparency increases in conditions of macroeconomic uncertainty.

The study of trends in the development of the banking system, which increase the requirements for information transparency of banks, was conducted and its results are presented in the article.

It was concluded that the scale of activity does not impose any obligations on banks in the field of transparency, but it reflects the level of development of the bank, which largely determines its corporate behavior and information disclosure policy. The need for the development of information products regarding the transparency of banks is substantiated and it is emphasized that they can provide a number of potential benefits. It is about making more effective economic decisions, stimulating banks to increase transparency and promoting the formation of a culture of information transparency in society.

It is indicated that the depth of information detailing, primarily about financial risks, in financial reporting must be determined by the bank, into account the study of the information needs of stakeholders. But in the domestic market, establishing a dialogue between banks and stakeholders is at an initial stage.

Attention is focused on the need to ensure a balance between the information needs of stakeholders and what data banks are ready to provide. It has been found that quality information is made useful, first of all, for corporate governance. If comprehensively useful information is not available, it prevents one from seeing the real state of the bank and misleads stakeholders.

The algorithm for establishing the bank's interaction with all key stakeholders was considered. The levels of influence of stakeholders are identified and indicated. The main problems identified in the assessment of the quality of disclosure of banking information are listed. It was concluded that it is important for the bank to be able to adapt to changes without losing the trust of stakeholders and helping them feel like direct participants in the corporate governance process.

Keywords: information; information transparency; bank; information disclosure; stakeholder; corporate governance; competitive advantages.

Fig.: 2. References: 10.