

11. ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ БАНКІВСЬКИХ І СТРАХОВИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

Білошапка В.С.

*професор кафедри банківської справи та страхування
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БАНКІВ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Ідея корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) – добровільна підтримка бізнесом суспільного добробуту за межами своїх зобов'язань, обумовлених законодавчою базою – має давню традицію в англосаксонських країнах і особливо в США. Високий ступінь корпоративної відповідальності банку перед банківським співтовариством і суспільством в цілому (в масштабах міста, регіону, країни – в залежності від розмірів) наразі є імперативом у більшості розвинених країн.

Барф Р. і Вольф Ф. розуміють КСВ як «добровільний внесок організації у розвиток суспільства в соціальній, економічній та екологічній сферах, безпосередньо пов'язаний з основною діяльністю організації і здійснюваний переважно додатково по відношенню до вимог законодавства» [1]. Більше того, на додаток до відповідальної поведінки бізнесу, вони розуміють КСВ як соціальний і політичний режим стійкості управління (тобто, по суті, як державну політику).

Віссер У. та Матті Д. визначають концепцію корпоративної соціальної відповідальності як те, що відноситься до загальної переконаності все більшого числа громадян, що сучасні підприємства мають обов'язки перед суспільством, які виходять за рамки їхніх зобов'язань перед акціонерами або інвесторами [2]. Звичайно, бізнес повинен генерувати прибуток для власників і забезпечувати максимально тривалий термін збагачення акціонерів. Однак, зацікавлені сторони повинні бути впевнені, що бізнес також має деяку відповідальність перед споживачами, урядом, природним середовищем і суспільством в цілому.

Українська модель КСВ складалася протягом останніх 30 років, і з огляду на суперечливі тенденції, які задають багатовекторний розвиток політичних і суспільних відносин та різнохарактерні кризові явища, ще не цілком склалася. Проте, можна виділити найбільш виразні її риси. Громадянське суспільство досі не відіграє вирішальної ролі в мотивації відповідальної поведінки банків. Як не дивно, те ж стосується і органів державної влади, які діють в сфері КСВ від випадку до випадку, проводячи кампанії за окремими проектами. Самоорганізація суспільства слабка, а рівень суспільної стурбованості питаннями корпоративної відповідальності невисокий, незважаючи на стрімку діджиталізацію економіки.

Українська модель має ряд схожих рис з латиноамериканською. Особливо сильно це проявлялося в 90-і рр., коли на тлі боротьби за вплив олігархічних угруповань, високого рівня корупції, взаємопроникнення влади і бізнесу, активної

дії організованої злочинності спостерігався слабкий вплив громадянського суспільства на соціально відповідальну поведінку бізнесу. В останні роки все більш важливу роль в просуванні КСВ бере на себе держава.

Можна виділити ряд основних тенденцій розвитку корпоративної соціальної відповідальності банків України, багато з яких відповідають тенденціям міжнародної практики розвитку соціальної відповідальності.

Перша тенденція – це формалізація місії і стратегії банків у сфері корпоративної соціальної відповідальності у формі таких документів, як Політика корпоративної соціальної відповідальності, Положення про соціальну відповідальність, Кодекс поведінки / управління, Кодекс професійної етики. Так, деякі вітчизняні банки на корпоративному сайті коротко представляють тези прийнятої місії і стратегії розвитку, основні напрямки і зміст соціальних ініціатив (як правило, спонсорство і благодійність, в т.ч. меценатство). Переважна ж більшість на офіційних сайтах коротко відображають зміст окремих соціальних заходів (як правило, це умови одного банківського продукту (кредитів, вкладів тощо), що пропонуються для окремих соціальних груп – пенсіонерів, молоді). Є й такі банки, що не відображають наявності прихильності принципам соціальної відповідальності, що якнайменше, виглядає дивним в контексті необхідності захисту прав споживачів банківських послуг в умовах діджиталізації економіки.

Друга тенденція, що в цілому відповідає світовій практиці, проявляється в розвитку соціальної звітності (нефінансової звітності). Вперше практика складання соціальних звітів була закладена в США і Великобританії в 80-і роки ХХ століття. На сьогоднішній день ця практика активно впроваджується у всьому світі, а окремі країни (переважно європейські) використовують її як відкритий і ефективний елемент державної політики.

Нефінансовий звіт є логічним доповненням фінансового звіту і основним інструментом розкриття інформації про діяльність у сфері сталого розвитку. Сукупність фінансової та нефінансової звітності надає банкам широкі можливості заявити про себе в умовах зростаючої конкуренції, а потенційним клієнтам дає можливість найбільш повно аналізувати результативність банку. Використовуючи нефінансову звітність, банк може продемонструвати свою практичну прихильність принципам захисту прав споживачів банківських послуг.

Побудовані процеси нефінансової звітності допомагають банкам аналізувати прямий і непрямий вплив їх діяльності на природне, соціальне і економічне середовище, формулювати цілі для поліпшення на майбутнє і ефективно взаємодіяти з клієнтами. Підготовка звітності та пов'язані з нею визначення та вимірювання нефінансових показників стимулюють процеси аналізу діяльності та пошуку нових можливостей, які є основою довгострокового розвитку і успіху бізнесу. Перші нефінансові звіти в Україні випустив ще в 2003р. Альфа-Банк, поклавши тим самим початок нового руху.

Підготовка та подання нефінансового звіту є для банків добровільною справою. У той же час, в ряді держав існують законодавчі вимоги в сфері соціальної звітності (наприклад, в Данії, Швеції, Норвегії, Голландії, Франції, Великобританії соціальна звітність обов'язкова для публікації) [3]. Очевидною тенденцією є збільшення кількості звітів, підготовлених за

«триєдиного підсумку», який включає дані щодо економічної, екологічної та соціальної результативності. Перші нефінансові звіти представляли собою звіти про благодійну діяльність, а їх актуальність підкреслюють багато науковців, зокрема, М.С. Пушкар: «Стає очевидним, що система фінансової звітності, яку використовують у діловому світі, не може відобразити всієї складності бізнесу в економіці знань, коли основна роль належить нематеріальним активам, до складу яких потрібно віднести інформаційні ресурси...» [4]. Є підстави вважати (виходячи зі змісту звітів), що в даний час банки в більшій мірі готові представляти суспільству комплексні результати своєї діяльності, демонструючи тим самим готовність дотримання прав споживачів банківських послуг.

В умовах дефіциту суспільної довіри і в контексті вирішення завдань зміцнення репутації, підвищення інформаційної відкритості та прозорості діяльності, а також для розвитку нефінансової звітності, як одного з інструментів досягнення цих цілей, все більшого значення набуває незалежна оцінка якості відомостей, які представляють про себе банки суспільству. У зв'язку з цим, в епоху диджиталізації економіки набирає силу глобальна світова тенденція, коли великі банківські корпорації в ініціативному порядку щорічно представляють перевірені зовнішніми аудиторами звіти в галузі сталого розвитку та корпоративної соціальної відповідальності. Ця тенденція дуже повільно поширюється й на вітчизняні банки.

В останні роки в Україні й у світі набуває поширення поряд з професійним схваленням аудитором також і суспільне схвалення звітності як істотний чинник надійності і зміцнення довіри зацікавлених сторін.

Як висновок виділимо ще одну важливу глобальну тенденцію розвитку корпоративної соціальної відповідальності, становлення якої пов'язане, в тому числі, з кризою. Вона полягає в розумінні на сучасному етапі все більшою кількістю банків необхідності стратегічного підходу до соціальної відповідальності. Повільно, але все ж іміджевий аспект КСВ, який в банківському бізнесі переважав завжди, замінюється стратегічним характером соціальної відповідальності. Його безперечні переваги – чіткість зобов'язань перед клієнтами і розуміння необхідності дотримання їх прав, – поступово знаходять все більшого поширення в діяльності вітчизняних банків.

Вбудовування соціальної відповідальності в стратегію розвитку банку передбачає, що витрати на програми соціальної відповідальності повинні розглядатися банком не як витрати, а як інвестиції, які мають значний соціальний ефект. Цей ефект виражається у зміцненні довіри, створенні позитивного іміджу в очах громадськості і стимулюванні позитивних змін в суспільстві. Приведення стратегії банку у відповідність з концепцією корпоративної соціальної відповідальності є як чинником поліпшення якості корпоративного управління, так і підтвердженням розуміння банком важливості прав споживачів банківських послуг в умовах диджиталізації економіки.

Перелік джерел посилання:

1. R.Barth, F.Wolf. Corporate Social Responsibility in Europe Rhetoric and Realities. Edward Elgar Publishing, Inc. 2009. 376 p.

2. The A-Z of corporate social responsibility. Edited by Wayne Visser, Dirk Matten, Manfred Pohl, Nick Tolhurst. 2010. p. 106.

3. Корпоративная социальная ответственность: управленческая ответственность: монография /под ред. И. Ю. Беляевой, М. А. Эскиндарова. М.: КНОРУС. 2008.

4. Пушкар М. С. Illogicality Of Modern Accounting Science Title and Connect. *Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації* (Міжнародний науковий журнал). 2016. Випуск 2. С. 9-17.

Клименко К.В.

*к.е.н., завідувач відділу бюджетної системи
НДФІ ДННУ «Академія фінансового управління»*

Савостьяненко М.В.

старший науковий співробітник відділу міжнародних фінансів та фінансової безпеки НДФІ ДННУ «Академія фінансового управління»

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПОСИЛЕННЯ СИСТЕМИ ЗАХИСТУ КРИТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ

Одним із пріоритетних напрямів безпекової політики держави є підвищення безпеки та стійкості критичної інфраструктури до всього спектру потенційних загроз і ризиків, оскільки саме критична інфраструктура забезпечує життєво важливі для населення, суспільства та держави послуги та функції, без яких неможливе їх безпечне існування та благополуччя, а також належний рівень національної безпеки. В цьому контексті банківський сектор не є виключенням. Критична інфраструктура у банківському секторі формує окремий сегмент, база якого є неоднорідною за значимістю тих чи інших об'єктів для стабільного функціонування банківської системи. У зв'язку з цим актуальною є необхідність вироблення пропозицій щодо розбудови системи захисту об'єктів банківського сегменту критичної інфраструктури та економіки у цілому.

Причини віднесення до об'єктів критичної інформаційної інфраструктури організацій даної категорії пов'язані з особливостями кредитно-фінансової сфери. В результаті серйозних збоїв в роботі фінансових організацій може виникнути системна криза платіжної системи, що призведе до серйозних збитків як інтересам власників, так і клієнтів цих організацій. Інциденти системи захисту інформації можуть завдати значної шкоди організаціям банківської системи не тільки в результаті настання самого інциденту, а й у результаті втрати довіри клієнтів і відмови від подальшої співпраці.

Тому для організацій кредитно-фінансової сфери загрози інформаційній безпеці представляють істотну небезпеку. Крім цього, в результаті отримання шахраями персональних даних клієнтів та їх використання в інших шахрайських схемах, зростають економічні збитки та масштаби проблеми.

Банківська і фінансова системи виділені в числі критичних об'єктів інфраструктури та нормативно закріплені в праві США, країнах ЄС, а саме в Німеччині, Великобританії, Фінляндії, Польщі, Угорщині та ін. [1].