

## **ЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ В УМОВАХ ФІНАНСОВІЙ КРИЗИ**

Етичні ризики або «ризики репутації» в Україні були донедавна практично несуттєві. Однак у сучасних кризових та після кризових умовах, коли більшість банків отримали шалений тиск вкладників, велику знервованість корпоративних клієнтів; коли банківська криза стала не тільки «галузевим» явищем, а й світовим феноменом; коли за невеликий термін часу були зруйновані напрацьовані роками стосунки банків та їх клієнтів; коли майже вся національна преса розпалювала агресію вкладників до негайного отримання коштів; коли люди, намагаючись забрати кошти, шли на екстремальні кроки, саме тоді етичні аспекти діяльності українських банків потребують детального аналізу.

Національний банк України відносить ризик репутації до головних ризиків притаманних банківській діяльності. Ризик репутації - це наявний або потенційний ризик для надходжень та капіталу, який виникає через несприятливе сприйняття іміджу фінансової установи клієнтами, контрагентами, акціонерами (учасниками) або органами нагляду. Ризик репутації має місце на всіх рівнях організації, і тому банки повинні відповідально ставитись до своїх стосунків із клієнтами та суспільством.

Слід також відмітити певну залежність ризику репутації від зростаючої міграції банківського персоналу із банку в банк. Існуюча практика збірних колективів банків, або „командні” приходи чи переходи, гальмує формування позитивної корпоративної культури банку.

Наступна проблема зі сфери не тільки економічної, але також і етичної - проблема збереження довіри вкладників і клієнтів банку. Банки - самі уразливі і найбільш залежні від відношення ділової публіки структури. Банк працює з масою різних контрагентів - приватними особами,

підприємствами, з іншими банками на міжбанківському ринку. Довіра, на якому ґрунтується вся банківська система і банківська діяльність, - це річ, яку втратити легко, а створювати її буде дуже важко і довго.

Не буде перебільшенням сказати, що активні (ризикові) операції банків мають істотну етичну спрямованість. Чим ретельніше приймається кредитне рішення, тим менше пройдисвітів і шахраїв одержують доступ до фінансових потоків. Тому можна сказати, що на банки суспільством покладено завдання відсіву несумлінних позичальників і випадкових людей у бізнесі, завдання формування певної культури бізнес-відносин і, отже, формування певних стандартів ринкової етики в країні.

Керуючись винятково своїми ринковими інтересами, банки деякою мірою здійснюють функцію охоронця комерційної моралі, мимоволі заохочують пунктуальність, чесність, розсудливість, підприємливість і засуджують марнотратність, нерозсудливість, безчесність. Такі фундаментальні категорії банківської справи, як платність грошей, зворотність позики, довіра і контроль, суворий облік, поза всякого сумніву, уже знайшли своє відображення майже у всіх сферах української ринкової економіки.

Слід відокремлювати репутацію та імідж банку. Існує цілий комплекс апробованих заходів для створення іміджу того чи іншого банку – наприклад, спонсорство в області шоу-бізнесу, гучні презентації, замовлені статті в пресі, що підкреслюють масштабність діяльності, рейтинги надійності і т.п. (яскравим прикладом цього була «публічність» банку «Надра») Створення іміджу знаходиться на межі етичних норм, оскільки воно в деякій мірі маніпулює суспільною думкою.

Наприкінці підкреслимо, що вихід з кризи банківської галузі значно залежить від дотримання акціонерами комерційних банків, їхнім керівництвом і співробітниками, з одного боку, і клієнтами, з другого, етичних стандартів поведінки: відповідальність перед суспільством,

коректність поведінки, сумлінність у виконанні договірних зобов'язань, довіра партнерів, інформаційна відкритість.

Лукін, Т.В. Етичні аспекти діяльності банківських організацій в умовах фінансовій кризі [Текст] / Д.А. Лукін, Т.В. Мазило // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : збірник тез доповідей XIII Всеукраїнської науково-практичної конференції (28-29 листопада 2010 р.) : у 2-х т. – Суми : УАБС НБУ, 2010. – Т.2. – С. 136-137 .