

Ю. А. Васильева

*Аспирант,
yuliya.lisina.90@mail.ru*

*Кафедра финансовых рынков,
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
Москва, Российская Федерация*

Социальная направленность банковских продуктов и услуг

***Аннотация:** Социальная направленность деятельности банков приобретает все большее значение при определении приоритетов их развития. Автор рассматривает ключевые характеристики банковских продуктов и услуг, определяющие их социальную направленность, а также предлагает систему комплексной оценки качества банковских продуктов и услуг для общества.*

***Ключевые слова:** качество банковских продуктов и услуг, социальная направленность, доступность банковских услуг, надежность, безопасность, корпоративная социальная ответственность.*

Y. A. Vasilyeva

*Postgraduate student,
yuliya.lisina.90@mail.ru*

*Department of financial markets,
Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russian Federation*

Social orientation of banking products and services

***Annotation:** The social orientation of banks activities determines the priorities for their development. The author reviews key characteristics of banking products and services, which determine their social orientation, and also offers a system of comprehensive assessment of the quality of banking products and services for society.*

***Keywords:** quality of banking products and services, social orientation, availability of banking services, reliability, security, corporate social responsibility.*

В связи с тем, что качество финансовых услуг формирует наряду с другими составляющими качество жизни, социальные аспекты банковской деятельности имеют высокое значение как для потребителей банковских услуг, так и для самих банков. Потому одним из направлений развития банковской деятельности является повышение социальной

направленности банковских продуктов и услуг (БПУ). Социальная заинтересованность банковских структур проявляются в том, что многие банки в настоящее время придерживаются концепции корпоративной социальной ответственности (КСО), т. е. банки стремятся участвовать в жизни общества посредством улучшения социальной сферы и защиты окружающей среды [1]. Банки публикуют социальные отчеты, демонстрируя свои цели и результаты в части социальной деятельности. Данные действия предпринимаются банками в том числе с целью повышения своего имиджа в глазах клиентов и других контрагентов.

Независимо от целей кредитных организаций социальная деятельность является эффективной мерой по повышению качества жизни. Социальная деятельность кредитных организаций в рамках КСО чаще всего проявляется в участии в благотворительных акциях, проектах, оказании спонсорской помощи в рамках проектов поддержки социально-незащищенных слоев населения, поддержки одаренных детей и молодежи, поддержки спорта и здорового образа жизни, экологических проектов, поддержки и заботы о животных. Большинство банков в России в разных объемах принимают участие в различных проектах социальной направленности. В целях популяризации КСО проводятся конкурсы среди социальных проектов.

Однако, на наш взгляд, большую важность в части социальной поддержки имеет создание удобных и доступных условий обслуживания, в т. ч. для лиц с ограниченными возможностями, пенсионеров и других групп населения. Данные меры можно определить как создание социально-ориентированных продуктов и услуг и создание доступных условий обслуживания. Работа в указанных направлениях способна оказать большее положительное влияние, чем спонсорская помощь и благотворительная деятельность, ввиду более широкого объекта воздействия, помимо этого создание доступных условий обслуживания для людей с инвалидностью, пенсионеров и других категорий населения является необходимым условием для формирования удовлетворительного уровня качества жизни населения.

В настоящее время Центральным банком ведется работа по повышению социальной направленности банковских продуктов и услуг в рамках программы по повышению доступности финансовых услуг, рассматриваются вопросы адаптации сервисов и создание специальных продуктов с использованием цифровых технологий, просветительская работа (в том числе публикация образовательных материалов в максимально доступной форме, онлайн-курсы и игры), обучение сотрудников финансовых

организаций этике общения с людьми, обучение социальных работников финансовой грамотности. Несмотря на предпринимаемые Банком России меры и ведущиеся разработки, более 40% людей с инвалидностью считают, что пользоваться финансовыми услугами им сложнее, чем остальным людям, хотя эта доля немного снизилась. Об этом свидетельствуют результаты второго замера, проведенного в 2018 году аналитическим центром НАФИ по заказу Банка России [2].

Проведенный в марте 2019 г. анализ 10 крупнейших банков, работающих с населением, показал следующее:

- только два банка имеют версию сайта для слабовидящих,
- только 3 банка на сайте банка имеют информацию о возможности обслуживания маломобильных граждан, лиц с ограниченными возможностями,
- 6 банков имеют специальные продукты для пенсионеров (вклады и карты с повышенным процентом),
- 3 банка имеют благотворительные вклады или карты. Данные вклады предполагают, что определенная доля от начисленных процентов вкладчиков перечисляется на счета благотворительных фондов,
- только два банка содержат информацию о возможности льготного кредитования для людей с инвалидностью, студентов, пенсионеров.
- 3 банка информируют о возможности получения услуг о финансовой грамотности¹.

Данные показатели нельзя характеризовать как удовлетворительные, поскольку менее половины анализируемых банков имеют специально разработанные банковские продукты, а также специальные условия обслуживания. Данная ситуация усугубляется тем, что с уменьшением размера банка, уменьшается и внимание, уделяемое банком социальным аспектам его продуктов и услуг ввиду ограниченности его финансовых ресурсов.

Необходимо проведение комплексных мер по повышению качества банковских продуктов и услуг для общества. Можно выделить следующие составляющие банковских продуктов и услуг, которые определяют их качество для общества. Оценка банков по данным составляющим позволила бы в целом определить качество банковских продуктов и услуг с точки зрения социальной направленности (рис. 1).

¹ Анализ проводился автором на основании данных сайтов исследуемых банков.



Рис. 1. Качество банковских продуктов и услуг для общества ²

Первая составляющая — это социальная направленность банковских продуктов. В данный блок предлагается включить следующие составляющие:

1. Наличие льготных условий предоставления БПУ для отдельных категорий клиентов. Оценивается возможность льготных условий предоставления/понижение требований для определенных категорий клиентов, например, использование повышенных ставок вкладов для пенсионеров, снижение порога первоначального взноса для молодых семей, применение сниженных тарифов обслуживания для некоммерческих социально-ориентированных организаций.

2. Посредническая деятельность банков при предоставлении социально-направленных продуктов и услуг. Заключается в косвенном проявлении социальной направленности, т.е. помощь оказывает не напрямую клиентам банка, а опосредованно путем взаимодействия клиента и банка, например, при открытии благотворительных вкладов, участии в программах льготного кредитования, предлагаемых государством.

² Составлено автором.

3. Наличие специализированных продуктов. Заключается в разработке специальных продуктов для определенных групп клиентов на условиях, отличающихся от стандартных, например, ипотека для молодых семей, кредиты на образование.

Вторая составляющая — социальная направленность банковского обслуживания, также включает три показателя:

1. Доступность услуг банка для лиц с ограниченными возможностями. Оценивается наличие специального оборудования помещений банка, версии сайтов для слабовидящих, возможность выездного обслуживания и др. (1 параметр), присутствие в малонаселенных и удаленных населенных пунктах (2).

2. Комфортность банковского обслуживания для лиц с ограниченными возможностями. Оценивается умение работы персонала с людьми с ограниченными возможностями, начиная с этапа консультирования.

3. Повышение финансовой грамотности населения, оказание бесплатных консультационных услуг. Оценивается качество работы банка с пенсионерами, молодежью в части информирования о банковских услугах, обучению работе с дистанционными каналами банковского обслуживания.

Третья составляющая — качество процессов, протекающих в банке. Включает три составляющие:

1. Надежность — те характеристики, которые обеспечивают сохранность имущества клиентов и стабильную работу самого банка в перспективе. Предполагает оценку финансового состояния (1), эффективности работы банков (2), политики в области риска, готовности помочь в решении проблем (3).

2. Безопасность — это защищенность жизни, здоровья и имущества клиентов. Оценивается защищенность от операционных рисков (1), информационная (2) и техническая безопасность (3).

3. Социальный имидж банка. Является нематериальной составляющей, представляет собой положительный образ банк за счет оказания благотворительной и спонсорской помощи.

Таким образом, превалирующей составляющей качества банка для общества является социальная направленность банковских продуктов и обслуживания. При этом качество обслуживания и продуктов с позиции клиентов формируют общий уровень доступности и качества жизни, качество процессов важно для оценки надежности и безопасности. Социальная составляющая качества банковских продуктов и услуг рассматривается не только для конкретного продукта и услуги и не только для

определенного банка, но и для банковской системы в целом. Банк, приверженный идеям социальной значимости, на первый взгляд, несет финансовые убытки по причине финансирования проектов с меньшей доходностью и несения дополнительных затрат. Однако кредитные организации, уделяющие внимание социальным составляющим продуктов и услуг, формируют имидж более привлекательный для клиента, что в конечном итоге оказывает положительное влияние на конкурентоспособность. Комплексную работу по повышению социальной направленности банковских продуктов и услуг могут позволить себе крупные банки (примером такого подхода является Сбербанк, который запустил программу «Особенный банк» [3]). На данном этапе развития банковской системы требуется государственная поддержка банкам для повышения финансовой доступности банковских продуктов и услуг, что может проявляться в предоставлении налоговых льгот, субсидировании открытия операционных офисов в удаленных населенных пунктах, а также разработке стандартов обслуживания клиентов с ограниченными возможностями.

Список литературы

1. Корпоративная социальная ответственность в банках https://www.banki.ru/wikibank/korporativnaya_sotsialnaya_otvetstvennost_v_bankakh.
2. Повышение доступности финансовых услуг для людей с инвалидностью: итоги 2018 года <http://www.cbr.ru/press/event/?id=2310>.
3. <https://www.sberbank.ru/ru/person/specialbank>.

References

1. Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost' v bankakh https://www.banki.ru/wikibank/korporativnaya_sotsialnaya_otvetstvennost_v_bankakh.
2. Povyshenie dostupnosti finansovykh uslug dlya lyudei s invalidnost'yu: itogi 2018 goda <http://www.cbr.ru/press/event/?id=2310>.
3. <https://www.sberbank.ru/ru/person/specialbank>.