

Особливості формування корпоративної культури банку

Вовк В.Я., Харківський національний університет внутрішніх справ

В сучасних умовах загострення конкуренції на ринку банківських послуг філософія роботи банків має бути орієнтована на клієнтів, що вимагає від них наявності кваліфікованих та компетентних співробітників, якісної системи управління, ефективних зовнішніх та внутрішніх комунікацій. Все це обумовлює необхідність формування високої корпоративної культури банку, яка здатна забезпечити відповідну систему мотивації роботи персоналу банку.

Питання щодо особливостей формування корпоративної культури досліджуються у роботах таких вітчизняних та зарубіжних вчених як У. Бреддік, В. Співак, Т. Незнакова, А. Кирилов, Г. Хофшted, М. Дороніна тощо. Але, як показує практика, поняття формування корпоративної культури для вітчизняних банків, ще не достатньо опрацьоване і потребує подальших доробок у цій сфері.

Як свідчить практика, в умовах загострення конкуренції на ринку банківських послуг найбільш ефективним є ціннісний спосіб управління, в основі якого лежить корпоративна культура, що включає в себе визнані в організації цінності, стандарти управління, політику відносно персоналу, правила поведінки, соціальні, комунікативні й моральні норми, ритуали, корпоративну стилістику тощо. Орієнтація банків на клієнтів вимагає від них забезпечення відповідного рівня обслуговування, що значною мірою обумовлене рівнем професіоналізму та компетенції його працівників. Їхній зовнішній вигляд і позитивний настрій прямо передаються клієнтові й складають довірче й позитивне відношення до банку.

У зарубіжному менеджменті виділяють чотири типи корпоративної культури - *baseball team, club, academy і fortress*. У вітчизняному менеджменті поки ще досить складно виділити чіткі типи корпоративної культури. Багато компаній говорять, що тип їхньої корпоративної культури тільки формується, інші компанії визначають свій тип корпоративної культури як «змішана культура» або «культура, яка формується».

Зарубіжні і вітчизняні вчені наголошують на тому, що корпоративна культура має відповідати зовнішнім умовам функціонування й стратегії розвитку банку. При наявності цієї відповідності створюються умови, при яких співробітники банку працюють з повною самовіддачею й високою продуктивністю, що робить банк високо конкурентоспроможним.

Рівень корпоративної культури банку можна оцінити за показниками, які об'єднані у чотири групи: перша - представлена компонентом ефективного маркетингового забезпечення банківської діяльності, у тому числі й інформаційного забезпечення, заснованого на традиційних та інноваційних методах дослідження ринку; друга - показниками, що засвідчують наявність у банку формалізованих технологій проведення банківських операцій, які регламентуються відповідними внутрішніми положеннями банку; третя - показниками наявності кваліфікованого, відповідального й лояльного персоналу та

ефективної системи управління персоналом; четверта - інформаційними технологіями та рівнем автоматизації банківських процесів.

Таким чином, в основі успішного й прибуткового бізнесу лежить здорова, заснована на загальних цінностях, корпоративна культура, яка визначає відношення людей до роботи, стиль і ефективність командної роботи, задоволеність людей роботою, відносини в колективі, відносини із клієнтами й партнерами й, в остаточному підсумку, успіх або невдачу компанії. Формування високої корпоративної культури, яка відповідає зовнішнім та внутрішнім настановам функціонування банку, дозволяє створити сприятливу атмосферу в середині колективу, підвищити рівень обслуговування клієнтів і, як наслідок, імідж банку, що є особливо важливим в умовах загострення конкуренції на ринку банківських послуг.