



Державний вищий навчальний заклад  
«Українська академія банківської справи  
Національного Банку України»

Препринт серії № UABS MEN/2011/002

Мізюн К.С., студент 2 курсу, напрям підготовки: ”Облік і аудит”

Сучасна модель комунікаційних процесів у банківських установах

XIV Всеукраїнська науково-практична конференція студентів “Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: погляд у майбутнє”

Секція: «Менеджмент та маркетинг в банківській системі»

**Міжун К.С., студент 2 курсу, напрям підготовки: "Облік і аудит",**  
*ДВНЗ „Українська академія банківської справи Національного банку*  
*України”*

## **СУЧАСНА МОДЕЛЬ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ**

Основна мета комунікаційного процесу у банківській установі - забезпечення розуміння інформації (повідомлень), що є предметом обміну. Для того щоб краще розуміти процес обміну інформацією і умови забезпечення його ефективності, варто знатися на основних складових сучасної моделі комунікаційних процесів та новітніх підходах щодо їх реалізації.

Основні складові сучасної моделі комунікаційних процесів у банківських установах є такі:

*Зародження ідеї.* Керівник банківської установи, який бажає довести інформацію своїм підлеглим про низький рівень обслуговування клієнтів, має розуміти що ідея полягає як у тому, щоб повідомити конкретну інформацію про результати роботи персоналу так і в тому, щоб чітко визначити шляхи вдосконалення процесу надання послуг.

*Кодування і вибір каналу.* Абсолютно нездійсненною може бути одночасна розмова керівника з усіма працівниками банку відразу. Доцільно розіслати іменні листи - запрошення, де відзначатиметься тематика та час проведення зборів саме для тих, хто безпосередньо братиме участь у вирішенні певної ситуації. Листи забезпечать розуміння повідомлення і причетність певної особи до проблеми.

*Передача інформації.* На третьому етапі відправник використовує канал для доставки повідомлення (закодованої ідеї або сукупності ідей) одержувачеві.

В якості основних одержувачів виступають цільові аудиторії банку. Ними можуть бути потенційні та реальні клієнти банку, а також пересічні громадяни та широкі кола громадськості.

Щодо потенційних клієнтів, то банк має сформувати досить потужну базу найповнішої інформації про кожного клієнта – досьє, оскільки до етапу безпосередньої купівлі банківських продуктів дійдуть одиниці від початкової їх кількості. В американських банках службовець готує близько двохсот досьє протягом тижня з подальшим будуванням графіків контактів[1].

*Декодування.* Після передачі повідомлення відправником одержувач його декодує.

Декодування - це інтерпретація та усвідомлення символів відправника одержувачем. Процес комунікацій можна вважати ефективним тоді, коли одержувач продемонстрував розуміння суті ідеї, здійснивши дії, які чекав від нього відправник.

Зворотній зв'язок, таким чином, дозволяє вищому керівництву банку постійно перебувати в курсі прийнятих «у верхах» рішень. Відповідно

організаційні одиниці довідаються про реакцію вищого менеджменту банку на ті або інші дії підрозділів.

Отже, зворотній зв'язок є невід'ємною складовою частиною системи комунікацій, оскільки забезпечує постійний обмін інформаційними повідомленнями між різними організаційними рівнями банку. Чітка організація зворотного зв'язку забезпечує сталість і безперервність системи комунікацій.

Література:

1. Головка А.Т. Система банківського менеджменту [Текст]: Навчальний посібник. / А.Т. Головка, В.І. Грушко, М.П. Денисенко. - К.: "ІНКОС", 2004. - С.161

Науковий керівник:

к.е.н., доцент кафедри менеджменту

О.А. Розкошна