

О. А. Розкошна, канд. екон. наук, доц.,

А. Ф. Бондаренко, канд. техн. наук, доц.,

ДВНЗ “Українська академія банківської справи НБУ”

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА В БАНКУ

Сьогодні найбільш ефективним у банківській системі є спосіб управління, що базується на корпоративній культурі, яка містить визнані в організації цінності, стандарти управління, політику відносно розвитку персоналу, правила поведінки, соціальні, комунікативні і моральні норми, ритуали, корпоративну стилістику та ін. Вище зазначені елементи корпоративної культури сформовані практично в кожному банку, тому що фінансово-кредитні установи постійно перебувають у сфері особливої уваги з боку клієнтів, діяльність їх чітко регламентована законодавством, регулярно і комплексно перевіряється наглядовими органами і залежить від жорсткої конкуренції. Проте корпоративна культура українських банків вимагає більш чіткої систематизації, стандартизації, проведення комплексу заходів, що сприятимуть якісно новому підходу до впровадження корпоративних стандартів на практиці. Відомо, що діяльність будь-якого банку насамперед спрямована на задоволення потреб клієнтів, а тому правила корпоративної культури повинні врегульовувати не лише внутрішній стан організації, а й її зовнішні прояви, особливо щодо взаємовідносин з клієнтською аудиторією. На жаль, у сучасній практиці далеко не всі банки додержуються принципу клієнтоорієнтованості. За зовнішньою презентабельністю офісу такої банківської установи, дієвою рекламою і гарними буклетами можуть бути приховані байдужість і непрофесіоналізм персоналу. Лише шанобливе ставлення до клієнта повинно бути основним принципом корпоративної культури банку. Більшість спеціалістів банківської сфери вважають, наприклад,

що прямі комунікації зі споживачами банківських послуг забезпечують можливість донесення до цільової аудиторії суті надаваної послуги максимально дохідливо і переконливо, а також нестандартно, формуючи певний образ банку, що відрізняє його від інших. А тому залишаючись представниками банку, навіть поза стінами своєї установи, банківські працівники повинні сприяти формуванню її позитивного іміджу і залученню клієнтів. Особливу увагу варто приділяти питанням банківської етики і корпоративним стандартам щодо зовнішнього вигляду банківського службовця.

Філософія банку – орієнтир на клієнта, має передбачати насамперед наявність лояльних і компетентних співробітників, якісну систему управління, ефективні зовнішні і внутрішні комунікації. Саме Кодекс корпоративної етики є втіленням філософії банку, його стратегії і тактики поведінки у бізнес-середовищі.

Наприклад, у Першому українському міжнародному банку розроблений Кодекс ділової поведінки та корпоративної етики, в якому подаються етичні норми і правила поведінки співробітників, визначені стандарти діяльності банку. Починаючи працювати в ПУМБ, кожен співробітник несе відповідальність за свою поведінку, включаючи дотримання законодавства, положень вищезазначеного кодексу, корпоративних принципів банку тощо. Так, згідно з Кодексом ділової поведінки та корпоративної етики ПУМБ взаємовідносини співробітників банку з клієнтами базуються на основі стандартів обслуговування клієнтів.

Кодекс корпоративної етики ПАТ “Укргазбанк” передбачає набуття банком статусу “клієнт-орієнтований банк”, згідно з яким клієнтам гарантуються послуги бездоганної якості, індивідуальний підхід і задоволення від співробітництва. До того ж банк орієнтується

на довгострокове партнерство, що ґрунтується на відповідальності за бізнес і бюджет родин клієнтів.

Отже, як показує практика, банківські установи, де вище керівництво приділяє значну увагу розвитку корпоративної культури, особливо реалізуючи її на засадах такого важливого організаційно-регламентаційного документа, як Кодекс корпоративної етики, мають найвищі рейтинги репутаційної стабільності.