

Станіславчук Н.О., викладач, аспірант

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ВАЖЛИВИЙ АСПЕКТ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ БАНКІВСЬКИМ БІЗНЕСОМ

Корпоративна культура виступає одним із важливих аспектів системи управління бізнесом, що впливає на рівень конкурентоспроможності банківських установ. За цих обставин актуальним питанням є формування високої банківської корпоративної культури, орієнтованої на довгострокові відносини з клієнтами, шляхом використання ефективних комунікативних технологій, запровадження інноваційних послуг та продуктів, спрямованих на підвищення якості обслуговування та здатною забезпечити відповідну систему мотивації роботи персоналу банку в процесі реалізації конкурентної стратегії.

Питаннями проблематики корпоративної культури присвячені роботи Д. Аакера, І. Гращенко, Р. Гоффі, О. Грішнєвої, Д. Денісона, Г. Джонса, Л. Забродської, І. Мазура, Г. Осовської, Т. Пітерса, С. Роббінза, Л. Р. Савчука, Є. Савельєва, В. Співака, Л. Шевченко та ін.

На сучасному етапі розвитку економіки практично кожна успішно працююча організація має власну корпоративну культуру. Вона являє собою систему певних цінностей, ділових принципів, норм поведінки, які склались в організації. Тому й ефективність діяльності банківської установи, його інвестиційна привабливість, певною мірою визначається рівнем розвитку корпоративної культури.

Корпоративна культура підприємства – це система колективно поділених цінностей, переконань, традицій і норм поведінки працівників. Вона виражається в символічних засобах духовного й матеріального оточення людей, що працюють у даній організації [1, с.47].

Виділяють наступні джерела формування корпоративної культури [3, с. 82]: система особистих цінностей та індивідуально-своєрідних способів їх

реалізації; способи, форми та структура організації, що втілюють деякі цінності, в тому числі й особисті цінності керівників підприємств; уявлення про оптимальну та припустиму модель поведінки співробітника в колективі, що відображає систему внутрішньо групових цінностей, що склалися.

Корпоративна культура на підприємстві виявляється у трьох аспектах, а саме [2, с.31]:

- 1) організації виробництва і виконанні професійних обов'язків;
- 2) окремих працівниках та підрозділах, що взаємодіють між собою;
- 3) в міжособистісному спілкуванні, тобто як спілкуються працівники між собою, з клієнтами, партнерами, акціонерами та конкурентами.

В сучасних умовах ведення банківського бізнесу корпоративна культура є предметом розвитку і змін протягом всього життєвого циклу банку. На інтенсивність змін корпоративної культури банку впливає безліч внутрішніх (уявлення, цінності засновників організації; досвід, отриманий колективом при створенні та розвитку організації; нові погляди, цінності; ідеальні цілі, ідеї і цінності, що вже панують в організації, неформальні канали комунікацій) і зовнішніх факторів (активність та вимогливість клієнтів, нестабільна законодавча база, розвиток ІТ технологій, стратегічна зміна ведення бізнесу, розмаїтість стилів життя людей).

Переорієнтація банківського бізнесу на клієнта вимагає адаптації корпоративної культури співробітників організації до нових моделей поведінки. Формування в межах корпоративної культури нових настанов, системи цінностей дозволяє прогнозувати, планувати й стимулювати бажану поведінку персоналу, забезпечити здоровий консерватизм поведінки та максимальний прояв ділової ініціативи співробітниками, спрямованої на досягнення кінцевого результату.

Корпоративна культура зумовлює вибір типу організаційної структури банку внаслідок чого забезпечується узгодження роботи структурних підрозділів, формування позитивного психологічного колективного клімату, що створює комфортне середовище для повноцінного виконання

співробітниками своїх службових обов'язків і повного розкриття їхнього трудового потенціалу в процесі реалізації конкурентної стратегії.

Принципи корпоративної культури банківської установи мають бути закріплені в спеціальному документі – Корпоративному Кодексі. Корпоративний Кодекс є довгострокова програма розвитку й ефективний механізм управління, який визначає умови поведінки співробітників, з іншого – гарантує дотримання правил всіма сторонами й задає прозорі, зрозумілі для всіх критерії оцінки діяльності й поведінки

З метою оцінки і перевірки відповідності існуючої корпоративною культури цілям і задачам управління конкурентоспроможністю банку, створення інформаційної бази для обґрунтування управлінських рішень необхідним є проведення її діагностики, яка дозволяє оцінити рівень організації бізнес-процесів і ефективність взаємодії співробітників, визначити сильні й слабкі елементи корпоративної культури, виявити й проаналізувати наявні в компанії субкультурні утворення, провести оцінку рівня міжфункціональної взаємодії і роботи менеджерів компанії, системи управління в цілому, вивчити індивідуальні цінності працівників та їх ставлення до установи, сформувати компетентну позицію працівників банку по відношенню до клієнтів.

Тісні взаємовідносин між структурними підрозділами в процесі розподілу ресурсів між бізнес-одинацями та мінімізації операційних витрат банку; прозорість, повнота та достовірність банківської інформації; встановлення довготривалих довірчих взаємовідносин з клієнтами та захист їх інтересів; якісне банківського обслуговування, підтримування поваги та чесності у взаємовідносинах із клієнтами є ознаками високої корпоративної культури банку.

Отже, висока корпоративна культура визначає стратегію банку, мету й засоби їх досягнення, а також критерії ефективності в досягненні поставлених цілей. Завдяки високому рівню корпоративної культури забезпечується тісна комунікація між членами підприємства, створюється сприятлива атмосфера в середині колективу та підвищується рівень обслуговування клієнтів. Тому

корпоративна культура може розглядатися як одна з конкурентних переваг банківської установи.

Таким чином, для забезпечення стабільного розвитку банківської установи, керівництву необхідно забезпечувати адаптивність корпоративної культури у відповідь на зміни у зовнішньому середовищі завдяки інноваційності методів внутрішньої інтеграції, створення єдиного організаційного простору, позитивного психологічного клімату у колективі та формування ефективної системи внутрішньої мотивації персоналу.

Література:

1. Гращенко І.С. Корпоративна культура як основа формування мотиваційного механізму у стратегічному управлінні підприємством / І.С. Гращенко, І.П. Гуца, С.Є. Лавринюк // ЕКОНОМІКА: реалії часу. – 2012. – №3-4(4-5). – С. 46-51.

2. Тарасова О.В. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства / О.В.Тарасова, С.С.Марінова // Економіка харчової промисловості. – 2013. – № 3(19). – С. 28-32.

3. Фіщук Н.Ю. Корпоративна культура організації: сутність, види, принципи та вплив на розвиток організації / Н.Ю.Фіщук, І.В. Ломачинська // Збірник наукових праць ВНАУ. Серія: Економічні науки. – 2012. – №1 (56). – Том 4. – С.81-85.