

Смирнова Т. А., Луценко Д. Г.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

РОЛЬ ПЕРСОНАЛУ ТА ОНЛАЙН-РЕСУРСІВ У ФОРМУВАННІ БАНКІВСЬКОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

У будь-який період розвитку бізнесу важливу роль відіграють банки. Банківська сфера пропонує безліч товарів і послуг, необхідних для функціонування і обслуговування компаній, підприємців і фізичних осіб.

У теперішній час розвитку економіки України просування банківських продуктів і послуг спирається на дві найважливіші складові:

- персонал (менеджери банку);
- інтернет-ресурси банку [1].

Ефективне просування іміджу безпосередньо пов'язано з формуванням лояльності клієнтів до банку, що визначає, у свою чергу, конкурентоспроможність кредитної організації. Тому на перший план виходить головна роль у просуванні банківських продуктів – це формування ефективного менеджменту. Банківський менеджмент являє собою наукову систему та мистецтво управління банківською справою і персоналом, зайнятим у цій сфері.

Першим кроком необхідно проводити оцінку діяльності банківської установи, як в цілому, так і по окремим напрямкам, яка і впливає на імідж фінансової структури. Порівнюються фактично досягнуті результати, з прогнозами, з результатами конкуруючих банків та з результатами минулих періодів. Оцінюється динаміка найбільш об'ємних показників банку – це: власний капітал, депозити, кредити, активи, прибуток[2]. Даний аналіз корисний для визначення і розробки подальшої стратегії розвитку банку, а також для виявлення рейтингу банку серед клієнтів.

Після цього відбувається планування. Це дозволяє моделювати майбутній розвиток банківської установи, його цілі, масштаби і результати діяльності в порівнянні з витратами на їх виконання. Метою планування є забезпечення колективу спільним завданням, розуміння стратегій і їх виконання. Результатом

даного напрямку є розробка оперативних планів за окремими напрямами банку (депозити, інвестиції, кредити, кадри та інші), а також, за необхідністю, складання бізнес-плану.

Одним з важливих аспектів є регулювання. Так як комерційні банки залучають до обороту великі суми грошей, державне регулювання передбачає ряд суворих вимог до офіційного ліцензування банків, а також обмеження сфери їх діяльності, ліквідності, формуванню в банках обов'язкових резервів. У зв'язку з цим, внутрішньобанківська система спрямована на саморегулювання, дотримання нормативних актів і вимог встановлених державним наглядом.

У банківській сфері контроль поділяється на зовнішній і внутрішній. Зовнішній контроль здійснюється НБУ. Внутрішній організується менеджерами банку. Метою менеджера на даному етапі є створення оперативної системи виявлення недоліків в діяльності банку, з метою їх усунення. Зовнішній і внутрішній контроль взаємопов'язані в перевірці нормативних і законодавчих актів НБУ, а також внутрішньобанківських правил та інструкцій [3].

З наведеного випливає, що банк – це система, що має власну структуру, цілі, аналіз, завдання, незважаючи на високу ступінь контролю і регулювання з боку держави. Менеджер, в свою чергу повинен бути фахівцем з управління та мотивації персоналу, а також розробки і впровадження нових товарів і послуг в сферу споживання.

Можна з упевненістю стверджувати, що менеджер банку являє собою комплексну ключову фігуру в просуванні продуктів та послуг. Виходячи з того, що професія менеджера – це постійна робота з клієнтами, отже, необхідно визначити перелік характеристик, яким повинен відповідати співробітник банку.

До таких характеристик сьогодні у банк менеджменті відносяться: освіта, задоволеність, затребуваність професії, рівень стресу працівників і мова.

Більш того, зовнішній вигляд менеджера банку так само відіграє важливу роль для клієнта. Більшість вважають за краще бачити перед собою усміхненого і охайно вдягненого співробітника. Таким чином, крім

професіоналізму, менеджер повинен поєднувати в собі ще багато компонентів, таких як комунікабельність і зовнішній вигляд.

Для інтернет користувачів співробітники банку не грають майже ніякої ролі. Тут менеджери повинні дивувати ІТ-технологіями та рівнем та засобами спілкування.

Онлайн клієнти звертають увагу на функціональні можливості банків, а саме на зручний пошук інформації, можливість підключення карт, інтерфейс банку, опис всіх продуктів і послуг банку, а також чи є можливість зв'язку з будь-яким відділенням банку в будь-якому місті.

Недоліками, на думку користувачів онлайн-сервісів, є: часта плутанина банку з рахунками; через недовіру до інтернет-технологій, багато людей бояться підключати онлайн послуги, через страх бути обдуреними через мережу. Також онлайн клієнти відзначають недостатній рівень роботи онлайн консультантів банку, так як у багатьох відділеннях менеджери дають невірну і неповну інформацію про надані продукти та послуги банку.

Таким чином, від якості роботи менеджера банку і його компетентності залежать результати діяльності банку, його успішний розвиток та імідж, тому що людина залишається центральною ланкою банківського менеджменту, чи то онлайн клієнт або ж клієнт відділення.

Список використаних джерел:

1. Маслова Н. О. Особливості комунікаційної політики банків України / Н. О. Маслова. – Підприємництво та інновації, 2016. – №2.
2. Офіційний сайт НБУ [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://bank.gov.ua/statistic/supervision-statist/data-supervision#1>
3. Домбровський В. С. Поняття і сутність банківського нагляду в Україні / В. С. Домбровський – Ефективна економіка [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2844>