

ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ БАНКІВСЬКОЇ СПРАВИ ДО ПРОФЕСІЙНОЇ ВЗАЄМОДІЇ З КЛІЄНТАМИ

Статтю присвячено аналізу ефективних форм і методів роботи з клієнтами в банківських установах та формуванню в студентів банківської справи навичок культури обслуговування клієнтів у банку. Визначено, що для формування у студентів банківської справи навичок культури обслуговування клієнтів у банку необхідна спеціальна професійна підготовка в закладі вищої освіти та формування мотивації щодо розвитку навичок ефективної праці в сфері сервісу. Виявлено, що для опанування професії банківського робітника мало лише володіти системою проведення банківських операцій та інформаційними технологіями, потрібно ще вміти культурно та толерантно обслуговувати споживача банківських послуг. Під час дослідження було виявлено, що, по-перше, для компетентної та ефективної роботи з клієнтами в банківській установі має бути утворена клієнтоорієнтована корпоративна культура, по-друге, для якісного обслуговування в банківському бізнесі потрібно дотримуватись певних критеріїв.

Ключові слова: професійна культура, рівень обслуговування клієнта, користувач банківських послуг, банківські установи.

Банківська система є однією з невід'ємних структур ринкової економіки. Велика кількість банків сприяє конкуренції між ними. Для клієнта стає актуальним те, який банк він обирає. Сучасний споживач звертає увагу не тільки на солідний бренд приміщень, зручне територіальне розміщення, вигідні пропозиції та умови, але і на якісне обслуговування. Щоб задовольнити потреби клієнтів, потрібно не тільки формувати конкурентноспроможні депозитні ставки й відсотки по кредитах, але й розвивати систему сервісу. Керівники фінансових структур зацікавлені приймати на роботу фахівців, які мають високий рівень професійної культури. Тому студенти банківської справи мають почати формувати в собі високі професійні якості ще під час навчання в закладі вищої освіти.

Проблемі формування навичок культури обслуговування клієнтів у банку присвячено декілька робіт науковців економічної галузі: В. Вовк досліджувала особливості формування корпоративної культури банку; І. Семенча розробляла підходи до складання методик оцінки стану якості обслуговування клієнтів банку; В. Токарчук аналізувала основні компоненти, що забезпечують якісне обслуговування клієнтів банків; Д. Завадська досліджувала якість обслуговування клієнтів у банках України.

Мета статті полягає в аналізі основних компонентів якісного обслуговування клієнтів у банківському бізнесі та розкритті умов формування у студентів банківської справи навичок культурного обслуговування клієнтів банку.

Одним зі складників професійної культури фахівців банківської справи є культура обслуговування клієнтів у банку. Володіння цим складником забезпечує реалізацію професійної компетентності в процесі надання банківських послуг та сприяє професійному та особистісному зростанню фахівця, впорядковує його комунікативні знання та етичні цінності, вдосконалює його професійну майстерність. Для ефективного розвитку цих якостей у студентів банківської справи необхідно створити педагогічні умови в навчальному процесі, які вміщують використання найбільш доцільних дидактичних форм, методів та засобів роботи. Так, потрібно формувати у студентів мотивацію до опанування професійної культури фахівця банківської справи та бажання отримувати знання про сутність своєї професії. Також важливо виховувати духовно-моральні цінності, норми професійної поведінки та важливі професійні якості.

Кожен банк хоче отримати кваліфікованого та компетентного співробітника, який уміє будувати гармонійні відносини як у колективі, так і з клієнтами, який є активним та ініціативним, прагне до особистого вдосконалення та зацікавлений у високих результатах своєї роботи. Ці характеристики необхідно починати формувати у студента ще під час навчання в закладі вищої освіти в процесі вивчення фахових дисциплін та протягом проходження різних видів практики в банку.

Студент має усвідомити, що, крім високого професійного рівня, він мусить мати розвинуті професійно важливі якості особистості (самовладання, емоційну стійкість, комунікативність, дисциплінованість та ін.), а також володіти елементами культури обслуговування клієнтів (увічливість, доброзичливість, володіння фаховою термінологією, коректність, делікатність, тактовність). Зважаючи на високу конкуренцію на ринку банківських послуг, кожен банк декларує орієнтацію на потреби клієнта. Для того, щоб банк забезпечував високий рівень задоволеності клієнта та швидко реагував на запити клієнта, робота в банку має бути побудована належним чином. Внутрішні елементи (структура, культура, організація роботи) мають бути спрямовані на доставку реальної споживчої цінності. Беручи до уваги запити сучасного споживача банківських послуг, слід створити орієнтовану на клієнта корпоративну культуру [1].

Корпоративна культура вміщує визнані в організації цінності, стандарти управління, політику щодо персоналу, правила поведінки, соціальні, комунікативні та моральні норми, корпоративну стилістику тощо. Ці правила визначають поведінку кожного співробітника. Орієнтація банків на клієнтів вимагає забезпечення відповідного рівня обслуговування, що зумовлене рівнем професіоналізму та компетенції його працівників.

Рівень корпоративної культури банку можна оцінити за такими показниками, як: 1) ефективне маркетингове забезпечення банківської діяльності; 2) наявність у банку вибору зручних для клієнта технологій проведення банківських операцій; 3) наявність кваліфікованого персоналу та ефективної системи управління персоналом; 4) використання інформаційних технологій та високий рівень автоматизації банківських процесів [2].

Орієнтована на клієнта корпоративна культура – це здатність компанії отримувати стійкий бізнес-результат за рахунок більш повного задоволення потреб вигідних клієнтів.

Але клієнтоорієнтованість має бути сфокусована не тільки на зовнішніх клієнтів, але і на персонал.

Клієнтоорієнтованість персоналу забезпечується: 1) на стадії найму: прийом співробітників, які через свої індивідуальні особливості, мотивовані на обслуговування клієнтів; 2) на стадії мотивації: вивчення потреб персоналу, узгодження потреб співробітників з цінностями та стратегічними цілями компанії; розробка системи стимулювання, що відповідає цим потребам, залучення в роботу та наділення повноваженнями співробітників; 3) на стадії оцінки і винагороди: вміле поєднання жорстких і м'яких систем винагороди.

Для ефективної роботи з клієнтом банк має дотримуватись таких правил: 1) у кожному клієнті бачити особистість; 2) орієнтуватися на стратегію довічної цінності клієнта; 3) надавати послуги, що містять функціональні та економічні вигоди; 4) керувати враженням та споживчим досвідом клієнта, прагнучи підвищити його задоволеність наданими послугами банку; 5) будувати індивідуальні комунікації з клієнтом [1].

Якість банківських послуг суттєво залежить від процесу порівняння клієнтом своїх очікувань до споживання послуги з безпосереднім сприйняттям якості під час і після її споживання. Сприйняття якості банківських послуг клієнтом під час її споживання в процесі обслуговування відбувається у двох аспектах:

- 1) технологічному (що клієнт отримує від банківської послуги);
- 2) функціональному (як клієнт отримує банківську послугу) [3].

Якщо потреби та очікування клієнта повністю задоволені або навіть перевищені після відвідування банку, то це визначають як якісне обслуговування клієнта. Можна виділити декілька компонентів якісного обслуговування клієнтів у банківському бізнесі:

1) місткість та адресність банківських послуг. Банк має надати таку кількість “банківського продукту”, який відповідає кількості груп споживачів, що мають однотипні потреби та поведінкові реакції на продукт. Асортимент “банківського продукту” для кожної групи споживачів має бути максимально адаптованим до потреб клієнта. Уведення стандартного асортименту для кожної групи клієнтів потребує високого рівня технологічності банку та кваліфікації співробітників;

2) якість послуг (оптимальні для клієнта технологія і тривалість самого процесу послуги). Якість банківських послуг залежить від:

- а) рівня оптимізації та структуризації бізнес-процесів і процедур усередині самого банку;
- б) якості електронних технологій, що їх використовує банк;
- в) рівня кваліфікації та потужності підрозділу ІТ у банку;
- г) кваліфікації персоналу.

Для того, щоб банк мав переваги перед іншими банками, компонент якості послуг має бути на високому рівні. Саме тому співробітник банку може вимагати від клієнта мінімальну кількість документів (за наявності інформації в інформаційній базі даних) та намагатися досягти мінімальної тривалості самого процесу надання послуг без втрати якості;

3) кваліфікація і толерантність персоналу. Рівень обслуговування клієнтів є одним із найважливіших факторів, який впливає на вибір клієнтом того чи іншого банку. Сучасний користувач банківських послуг потребує культурного обслуговування, ввічливості, дружелюбності, уваги під час зустрічі та комунікації, здатності персоналу працювати із запереченнями та рекламаціями, гнучкості у формуванні комерційної позиції [3];

4) рівень персоналізації обслуговування.

Цей компонент, пов'язаний з емоційними потребами клієнта, має бути єдиним у своєму роді, бути одразу поміченим та отримати максимально можливу толерантність і конфіденційність у спілкуванні з персоналом банку. Зазначені потреби клієнтів банку можна задовольнити, якщо правильно розташувати робочі місця в операційних залах, комфортабельні місця для очікування клієнтів, забезпечити толерантні процедури управління чергою;

- 5) зручність місця розташування установ банку;
- 6) упізнаваний зовнішній і зручний для клієнта внутрішній стиль (дизайн) установ банку;
- 7) зручний для клієнтів графік роботи установ банку;
- 8) оптимальне наповнення та розміщення інформації у фронт-офісах (стіни, стенди, робочі місця тощо);
- 9) фірмовий зовнішній вигляд персоналу установ банку.

Важливу роль має зовнішній вид персоналу. Зовнішній вид персоналу – це обличчя банку, тому персонал має дотримуватись корпоративного стилю одягу банківської установи. Як стверджують соціальні психологи, повна або часткова уніформа у будь-яких її проявах сприяє більшій психологічній довірі клієнта та задоволенню його очікувань. Але співробітники банківської установи мають дотримуватись не тільки певного стилю одягу, але й емоційних норм етикету, тобто під час роботи з клієнтом не мати поганого настрою [4];

- 10) доступна і зручна для клієнтів система звернень (скарг).

Цей компонент також сприяє якісному обслуговуванню клієнтів. Така можливість, надана самим банком, свідчить про його партнерське ставлення до клієнтів, ніж гучні декларації про повагу до клієнтів [5].

Висновки. Результати проведеного в роботі дослідження дозволяють нам зробити висновки, що сьогодні для клієнтів будь-якого банку важливе не тільки впровадження ефективної системи проведення банківських операцій, використання інформаційних технологій та високий рівень автоматизації банківських процесів, але й ставлення працівників банку до них, а також створення зручних умов щодо процесу обслуговування клієнта. Тому в подальшому успіх отримають ті банківські установи, які будуть не тільки розширювати спектр продуктів і послуг, але й підвищувати якість процесу надання шляхом упровадження інформаційних та маркетингових технологій та підбору і навчання співробітників, які мають психологічні здібності працювати у сфері обслуговування споживача. Тому протягом навчання в закладі вищої освіти економічного профілю студенти банківської справи мають отримати такі знання та навички, які допоможуть їм легко адаптуватися на робочому місці в банківській установі та проявити всі свої професійні навички, зокрема професійного спілкування з клієнтами. Для здійснення професійного спілкування мають бути розвинені навички фахової мови (вільне володіння фаховими термінами українською та англійською мовами), навички взаємодії з людьми (керувати персоналом та домовлятися з клієнтами), вміння приймати рішення та вести переговори, вміння формувати власну думку, емоційний інтелект та гнучкість розуму. Ці вміння та навички мають бути сформовані цілеспрямовано під час здобуття фахової освіти. Для реалізації цих компетентностей у закладі вищої освіти економічної галузі пропонуються такі навчальні дисципліни, як “Етика, психологія та навички ділового спілкування”, “Комунікація у професійній діяльності”, “Міжкультурна комунікація в міжнародному бізнесі”, “Комунікації в освітній діяльності”, “Управління людськими ресурсами”. Але на тепер в освітньому процесі не завжди приділяють достатньо уваги розвитку навичок професійного спілкування з клієнтами в банку, тому потрібно розширити зміст відповідних навчальних дисциплін або додати нові дисципліни, які могли би цілеспрямовано розвивати ці навички.

Використана література:

1. Клієнтоорієнтована компанія – погляд зсередини: культура, здібності, структура. – Режим доступу : https://stud.com.ua/81422/marketing/kliyantooriyentovana_kompaniya_poglyad_zseredini_kultura_zdibnosti_struktura (дата звернення 13.01.2019)
2. Вовк В. Я. Особливості формування корпоративної культури банку. – Режим доступу : <eprints.kname.edu.ua/30582/1/5.pdf> (дата звернення 13.01.2019)
3. Завадська Д. В. Дослідження якості обслуговування в банках України. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/35_FPN_2014/Economics/1_180170.doc.htm (дата звернення 14.01.2019)
4. Дрес-код для банкіра. – Режим доступу : <https://delo.ua/economyandpoliticsinukraine/dress-kod-dlja-bankira-136974/> (дата звернення 16.01.2019)
5. Токарчук В. В. Основні компоненти системи якісного обслуговування клієнтів банків. – Режим доступу : https://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=2ahUKEwj_9bPp2PDfAhXIposKHxo0BJ0QFjABegQICRAC&url=http%3A%2F%2Fekmair.ukma.edu.ua%2Fbitstream%2Fhandle%2F123456789%2F2257%2FTokarchuk_Osnovni_komponenty_sistemy.pdf%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy&usq=AOvVaw1BbomPRtipUhXvTSfqW1mS (дата звернення 16.01.2019)

References:

1. Klientoorientovana kompania – poglyad zserediny: kultura, zdibnosti, struktura [Client-oriented company – a view from the inside: culture, abilities, structure]. URL: https://stud.com.ua/81422/marketing/kliyantooriyentovana_kompaniya_poglyad_zseredini_kultura_zdibnosti_struktura (Appointment Date 13.01.2019)
2. Vovk V. Ya. Osoblyvosti formuvannia korporativnoi kultury banku [Features of forming a corporate culture of the bank]. – Режим доступу : <eprints.kname.edu.ua/30582/1/5.pdf> (application date 13.01.2019)
3. Zavadskaya D.V. Doslidjennia yakosti obslugovuvannia v bankah Ukrainy [Investigation of quality of service in banks Ukainy]. URL: http://www.rusnauka.com/35_FPN_2014/Economics/1_180170.doc.htm (Appointment Date 14.01.2019)
4. Dres kod dlia bankira [Dress code for a banker]. URL: <https://delo.ua/economyandpoliticsinukraine/dress-kod-dlja-bankira-136974/> (application date 16.01.2019)
5. Tokarchuk V.V. Osnovni komponenty sistemy yakisnogo obslugovuvania klientiv banku [The main components of the system of quality customer service of banks]. URL: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&reser=c&source=web&cd=2&ved=2ahUKEwj_9bPp2PDfAhXIposKHxo0BJ0QFjABegQICRAC&url=http%3A%2F%2Fekmair.ukma.edu.ua%2Fbitstream%2Fhandle%2F123456789%2F2257%2FTokarchuk_Osnovni_komponenty_sistemy.pdf%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy&usq=AOvVaw1BbomPRtipUhXvTSfqW1mS (conversion date 16.01.2019)

Михайлюк Н. В. Особенности подготовки будущих специалистов банковского дела к профессиональному взаимодействию с клиентами

Статья посвящена анализу эффективных форм и методов работы с клиентами в банковских учреждениях и формированию у студентов банковского дела навыков культуры обслуживания клиентов в банке. Определено, что для формирования у студентов банковского дела навыков культуры обслуживания клиентов в банке необходима специальная профессиональная подготовка в учреждениях высшего образования и формирования мотивации по развитию навыков эффективной работы в сфере сервиса. Выявлено, что для освоения профессии банковского работника мало только владеть системой проведения банковских операций и информационными технологиями, нужно еще уметь культурно

и толерантно обслуживать потребителя банковских услуг. В ходе исследования было выявлено, что, во-первых, для компетентной и эффективной работы с клиентами в банковском учреждении должна быть создана клиентоориентированная корпоративная культура, во-вторых, для качественного обслуживания в банковском бизнесе нужно придерживаться определенных критериев.

Ключевые слова: профессиональная культура, уровень обслуживания клиента, пользователь банковских услуг, банковские учреждения.

Mikhailuk N. V. Features of preparation of future specialists of banking business to personal interaction with clients

The article is devoted to the analysis of effective forms and methods of working with clients in banking institutions and the development of banking skills in banking students' students. It has been determined that in order to develop the skills of customer service culture in a bank, students need special professional training in higher education institutions and the formation of motivation to develop effective work skills in the service sector. It has been found that in order to master the profession of a bank employee, it is not enough just to have a banking system and information technologies, you also need to be able to serve the consumer of banking services culturally and tolerantly. The study found that, firstly, a client-oriented corporate culture should be created for competent and efficient work with clients in a banking institution, and secondly, for qualitative service in the banking business, certain criteria must be adhered to.

Key words: professional culture, level of customer service, user of banking services, banking institutions.

УДК 378.183

Овчарова Л. М.

ВОЛОНТЕРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ АКТИВНОСТІ СТУДЕНТІВ

У статті надається аналіз соціальних чинників формування соціальної активності студентської молоді та виявлення впливу волонтерської діяльності на цей процес. Проаналізовано проблему формування соціальної активності студентської молоді в умовах реформування українського суспільства, розглянуто критерії соціальної активності, значення соціальної активності для подальшого розвитку суспільства та професійного становлення студентів. Досліджено поняття волонтерства як сегмента громадянського суспільства, основні напрями волонтерської діяльності у сучасній Україні, вплив бойових дій на Сході країни на розвиток волонтерства. Обґрунтовується теза про діалектичний зв'язок соціальної активності та участі студентів у волонтерській діяльності, де волонтерська діяльність розглядається як прояв соціальної активності і як чинник її формування. Наведено приклад діяльності вищого навчального закладу щодо залучення студентів до волонтерської практики як важливого чинника формування соціальної активності студентів.

Ключові слова: соціальна активність, критерії активності, альтруїзм, волонтерська діяльність, студенти, професійне становлення, самореалізація, самоактуалізація.

В умовах розвитку незалежної української держави, утвердження принципів демократії, радикальних соціально-економічних перетворень гостро постає питання про формування соціально активної особистості, свідомої, творчої, здатної до плідної праці в різних сферах суспільного життя. Водночас соціальна практика свідчить про соціальну пасивність і навіть апатію суспільства, що викликані розчаруванням населення в результатах дії влади з управління державою, знецінюванням ідей Майдану та зростанням прірви між владою та суспільством. Такі негативні тенденції в житті українського суспільства, як падіння рівня життя більшості населення, низька соціальна захищеність вразливих верств, невизначеність подальшого розвитку політичної системи призводять до явища масової еміграції громадян на заробітки або й на постійне проживання до інших країн. На жаль, сусіди України користуються ситуацією у своїх інтересах, пропонуючи українцям, особливо молоді, умови праці та освіти за європейськими стандартами. Через деякий час суспільство стикнеться з проблемою нестачі людських ресурсів, що мають необхідний для трудової діяльності освітній та професійно-кваліфікаційний рівень, фізичний розвиток і стан здоров'я. Подолання вказаної тенденції потребує вирішення багатьох політичних, соціально-економічних, соціокультурних проблем. Однією з найважливіших, на наш погляд, є формування соціальної активності студентської молоді.

Подальший цивілізаційний прогрес вимагає формування активної, соціально мобільної, високопрофесійної, здатної адаптуватися в складних ситуаціях, самостійної в прийнятті рішень, відповідальної особистості, якій властиві особливості, визначені реаліями глобалізованого світу.

Важливу роль у підготовці такої людини виконує вищий навчальний заклад, де формується майбутнє нації, її суспільний та культурний генофонд. Для досягнення мети формування соціально компетентної особистості зміст, форми та методи роботи в навчальному закладі мають бути соціально зумовленими.