

Н. В.ЯШНИК,
магістр,
Національна академія статистики,
обліку та аудиту

**ПСИХОЛОГІЧНІ ТА МОРАЛЬНО-ЕТИЧНІ ЧИННИКИ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ
ФІЗИЧНИХ ОСІБ**

Ринкові перетворення в Україні вимагають перебудови методів управління працею в усіх галузях економіки, зокрема у банківській. Завдання, які поставлені перед банками і орієнтовані на досягнення їх фінансової стабілізації, оволодіння новітніми банківськими технологіями, потребують формування банківського працівника з високою мотивацією до результативної праці, підвищення якості банківських послуг, розвитку конкурентоспроможності.

Однією з перешкод у ринковій трансформації українських банків є існування недоліків в управлінні працею персоналу, успадкованої з часів планової централізованої економіки. Суттєвим, за думкою М.В. Паладій, є відсутність дійового механізму всебічного використання трудового потенціалу персоналу, який би реально спонукав працівників до продуктивної праці, розвитку професійних якостей, ринкового мислення, інновацій [11].

Досвід розвинутих країн показує, що формування стабільної банківської системи та відповідно стабільного ринку банківських послуг для фізичних та юридичних осіб сприяє підвищенню продуктивності та конкурентоспроможності економіки загалом. Загальноприйнятим є віднесення до банківських послуг такі дії банку, які супроводжують його основні функції та спрямовані на зростання дохідної діяльності банку.

Розвинені держави світу, такі як США, Німеччина, Франція та інші, зважаючи на підвищення активності діяльності банків на ринку фінансових послуг для фізичних осіб, приділяють особливу увагу дослідженню факторів, які впливають на ефективність банківських послуг. Урядові структури ухвалюють державні нормативні акти, які регулюють діяльність банківських установ і захищають суб'єктів фінансово-кредитних відносин. Так, Закон України «Про банки і банківську діяльність», Закон України «Про Національний банк України», як базові державні документи, забезпечують функціонування фінансових ринків [7].

Проблеми розвитку банківських послуг досліджені у працях українських та зарубіжних вчених, у яких розглядаються актуальні

© Н.В. Яшник, 2012

питання підвищення ефективності кредитних операцій комерційних банків (О.В. Дзюблук); зроблений аналіз ринку банківських послуг, цінової структури банківських послуг та кредитних ресурсів в Україні (О.А. Брегеда, Д.М. Гладких); розкриваються особливості банківських операцій та маркетингу банківських послуг (О.Д. Василик, Н.М. Перепечай); розкриті шляхи формування мотивації праці банківського персоналу (М.В. Паладій) зроблений порівняльний аналіз банківської практики зарубіжних країн, зокрема платіжні послуги американських банків (О. Зайцев, А.Н. Іванов) та інше.

У сучасній економічній літературі увага присвячено напрямам та методам залучення коштів приватного сектора в економіку держави, побудові моделей взаємодії банків із фізичними особами, класифікаційним характеристикам послуг, що пропонуються на вітчизняному фінансовому ринку. Проте, залишаються невирішеними проблеми, пов'язані із забезпеченням ефективності банківських послуг. Низький рівень показників діяльності банківських установ на ринку банківських послуг для індивідуальних споживачів зумовлює необхідність проведення поглибленого аналізу факторів, які стимулюють або гальмують діяльність банків, розроблення нових концептуальних підходів щодо удосконалення процесів.

Дослідження теоретичних аспектів ринку банківських послуг обумовлює потребу в обґрунтуванні сутності терміну “банківська послуга” й розмежування його з такими поняттями, як “банківська операція” чи “банківський продукт”.

Банківські послуги можна визначити як систему економічних відносин, що забезпечують реалізацію попиту на різного роду послуги з боку клієнтів банків, пропозицію цих послуг банківськими установами.

Банківські послуги складаються з різного виду операцій, що виконуються у процесі грошового обігу; банки виконують операції, пов'язані із задоволенням потреб своїх клієнтів у тих чи інших фінансових послугах. При цьому загальна класифікація сегментів ринку банківських послуг може відповідати традиційному розподілу результатів діяльності банків згідно чотирьох груп: депозитні (ощадні), кредитні, розрахунково-платіжні та інші (консультаційні, інформаційні, трастові тощо). У першому випадку йдеться про задоволення потреб у кредиті, розрахунково-касовому обслуговуванні, розміщенні коштів на депозиті, обміні валют, у другому – про задоволення гарантійних, інформаційних, консалтингових, юридичних, облікових, трастових та інших потреб клієнтів банків.

В свою чергу, поняття «банківський продукт» відображає широту розуміння кінцевого результату банківської діяльності, спрямованого на задоволення потреб різних груп клієнтів у різноманітних послугах, а

також емісія безготівкових платіжних засобів, що власне є результатом тих самих операцій.

Банк, який хоче бути успішним, повинен бути орієнтованим на клієнта, тобто таким, де клієнт на всіх рівнях отримує підтримку і реалізацію своїх потреб, де якісно вирішуються задачі залучення та втримання клієнтів. На першому місці у клієнта, як правило, стоїть питання у надійності банку, в якому він тримає свої заощадження. Його цікавить сукупність банківських послуг і швидкість розрахунків, оскільки від цього залежить успішність бізнесу. Але кожен клієнт очікує від банківської установи те, що потрібне саме йому. При виборі банку, важливим для клієнта є пріоритетний вибір чинників, що впливають на обслуговування.

Аналіз досвіду банківських установ, ефективність та успішність розвитку ринку банківських послуг та залучення клієнтів до банку в значній мірі залежить від психологічних чинників.

За результатами досліджень психологи виявили певні особливості поведінки клієнтів банківського ринку під час вибору банку. Моделювання поведінки клієнтів у банках потребує класифікації клієнтів на фізичних осіб та юридичних (або корпоративних клієнтів), адже їх поведінка та потреби дещо відрізняються. В залежності від приналежності до певної класифікаційної групи спеціалісти спостерігають різне співвідношення між мотивами. Однак ці відмінності характерні, більшою мірою, для фізичних осіб.

За офіційною статистикою мотиви купівлі банківських продуктів корпоративними клієнтами на 100% зумовлені функціональною потребою.

Результати експериментальних досліджень в Україні показують, що фізична особа обираючи банк на відміну від корпоративних клієнтів орієнтуються на низку чинників.

Так, порадою впливових груп скористались 54% респондентів. 33% клієнтів самостійно зорієнтувалися у виборі банку після відвідування декількох установ та порівняння їх між собою. Незначна частка опитаних (13%) обрали, не вагаючись, певну установу, не звертаючись при цьому до порад інших.

Як свідчать результати опитування, найвагомішими факторами впливу на вибір банківської установи фізичною особою (клієнтом) виявилися:

- приємне сприйняття клієнтом банку та персоналу (94%).
- здатність персоналу банку викликати довіру у клієнта (87%).
- можливість задоволення особистих мотивів купівлі банківських продуктів (83%).
- отримання повної та необхідної інформації від банку (54%).

— урахування індивідуальних якостей клієнтів у процесі спілкування та надання послуг (73%).

Значення набуває вивчення мотивації клієнтів щодо вибору та придбання банківських послуг. Обсяг можливої реалізації нової послуги, що пропонується банком, залежить від комплексу чинників, серед яких першорядне значення мають ціна банківського продукту, переваги споживачів, потенційна кількість споживачів, прибуток останніх.

В теорії і практиці банківської діяльності визначені вимоги щодо обслуговування клієнтів і надання банківських послуг. Розроблені ключові характеристики, за якими різні групи клієнтів оцінюють якість обслуговування в банках:

1. *Відчутні складові* – що наочно представляє рівень обслуговування у банку: устаткування; те, наскільки виразно представлені послуги для клієнтів; (візуальний імідж) зовнішність й одяг персоналу, засоби комунікації.

2. *Надійність* – здатність виробника банківських послуг тримати відповідальність за договірні умови й надавати послугу саме в тому вигляді, у якому вона була обговорена із клієнтом. Практично всі дослідники вважають дану характеристику найважливішою.

3. *Оперативність* – готовність працівника допомогти клієнтові й швидко надати послугу. Сюди відноситься й така категорія, як “відшкодування”, тобто можливість виробника банківських послуг виправляти свої помилки й робити це з мінімальними незручностями для клієнта.

4. *Увага до клієнтів* – дана характеристика забезпечує індивідуальний підхід до клієнта, який базується на усвідомленні персоналом банку своєї корпоративної ідентичності. Сюди відносяться знання, чемність і репутація співробітників.

5. *Співпереживання* – коли індивідуальний підхід переростає в здатність працівника банку поставити себе на місце клієнта й не просто вміти пояснити йому особливості послуги доступною мовою, але й зрозуміти його проблеми й допомогти вирішити навіть ті з них, які не відносяться до прямої компетенції банку [1].

Для визначення мотивації клієнтів, слід класифікувати їх по групах для більш ґрунтовного дослідження ринку банківських послуг, тобто, сегментувати ринок. Сегментування ринку потребує, перш за все, поділу великого та неоднорідного ринку на низку дрібних однорідних сегментів, що дозволить виділити групи клієнтів із близькими або ідентичними інтересами і потребами.

Основні фактори, які впливають на поведінку юридичних осіб:

- зовнішні фактори;
- фактори особливостей організації;

- фактори міжособистісних відносин;
- фактори індивідуальних особливостей персоналу.

Механізм купівлі споживчих товарів складається з таких етапів, як: *усвідомлення потреби, пошук інформації про товар, оцінка варіантів, кінцеве рішення про купівлю, реакція на покупку*. Для різних клієнтів банківської системи спостерігаються різні співвідношення між цими мотивами.

Таким чином, можна зробити висновок, що на поведінку споживача – фізичної особи окрім економічних факторів впливають соціокультурні фактори, психологічні, особистісні, фактори ситуативного впливу.

На етапі ринкової трансформації економіки життєво важливим для банківської системи є пошук шляхів активізації праці персоналу. Саме банківські працівники мають забезпечити фінансову стабілізацію та зростання конкурентоспроможності. У сучасних умовах ця проблема у значній мірі загострюється. Так, за даними НБУ, лише кожен третій комерційний банк працює стабільно, а рейтинг навіть провідних банків не досягає абсолютної надійності.

У сучасних складних умовах опора лише на жорстку регламентацію банківської праці у вигляді інструкцій, нормативів є недостатнім для досягнення ефективності. Банківська діяльність, зокрема сфера надання банківських послуг і роботи з клієнтом, залежить переважно від активізації людського фактору. Акценти управління працею зосередилися на підвищенні вимог до ефективності праці, ускладненні її змісту. З боку працівників необхідним є прояв ініціативи, творчості, ринкового мислення. Такі риси потребують максимальної трудової віддачі працюючих, реалізації усіх потенційних професійних можливостей та індивідуально-особистісних здібностей персоналу банківських установ.

Аналіз досвіду роботи банківських установ дозволяє зробити висновки про підвищення вимог до професійної кваліфікації, інтелектуального розвитку, гнучкості й оперативності в роботі персоналу.

М.В. Паладій в своїй роботі «Ефективність мотивації праці банківського персоналу» зазначив, що професійна діяльність банківських працівників, яка пов'язана із наданням банківських послуг має певні особливості [11]. Автором виділені такі характерні риси:

- інтенсивність праці;
- інформаційна та інтелектуальна насиченість;
- вузька спеціалізація персоналу в умовах різнопрофільних послуг;
- стресовий характер праці;
- психологічна напруженість, наявність ризиків.

Особливості праці банківського персоналу потребують від нього високої компетентності та постійного професійного зростання, прояву ініціативи

та аналітичного підходу, відповідальності, високої виконавчої дисципліни, вміння працювати з людьми.

Сьогодні особливо прослідковується боротьба банківських установ за увагу споживача. Це потребує знаходження спільної мови зі споживачами, розуміння їх потреби та визначення способів їх задоволення. Таким чином буде створена найбільша цінність для обох сторін.

У моральному кодексі банкіра, розробленим НБУ, наголошується на моральному чиннику банківської діяльності. Як для лікаря «Клятва Гіппократа», як для воїна чи народного обранця присяга на вірність Вітчизні, так для банкіра має стати вищим мірилом помислів і діянь особливий моральний кодекс. До числа головних його вимог входять: банкір – це людина діла, людина слова, людина честі. «Банкір є людина благородних устремлінь.

- Моральність – провідна його зірка.
- Справедливість – основа вчинків і бажань.
- Чесність – спосіб дії та мислення.
- Правдивість, незалежна від будь-чийх інтересів і бажань, – внутрішня сутність.
- Мужність – неодмінна умова продуктивної праці, занять і змагань»[10].

Необхідно зосередити увагу на законі, який виступає як зовнішній чинник. Він тільки тоді сильний, коли надійно спирається на мораль, що всередині людини, даній їй від природи. Бо закон без моралі – бездушний, свавільний. «Унікальна роль банків у суспільному житті висуває особливі вимоги до особи банкіра. Владу над великими грішми можуть мати лише особистості сильні духом, готові свідомо і добровільно дотримуватися значно вищих і суворіших моральних вимог, ніж звичайна людина» [10]. У професійному кодексі банкіра Райффайзен Банку Аваль особливої значущості надає таким вимогам до працівників банку: *прозорість, ввічливість і турбота, зовнішній вигляд, доступність, продаж і сервіс, професіоналізм та інші.*

Виходячи з того, що сфера банківських послуг одна з найбільш розвинутих і має тенденцію до подальшого стрімкого зростання, вона потребує відповідної професійної готовності майбутніх фахівців фінансово-кредитної сфери. Ця готовність означає, що на професійному рівні необхідно виконувати свої посадові та фахові обов'язки відповідно до сучасних теоретичних надбань і кращого досвіду, наближення до світових вимог і стандартів

У педагогічних дослідженнях Демури І.В.[5], Зогородньої О.Ю.[6], Теловатої М.Т.[13] та інших одним із ефективних шляхів модернізації вищої економічної освіти зазначений компетентнісний підхід.

Так, поняття «компетентність», за думкою М.Т.Теловатої, - це комплексна характеристика особистості «майбутнього фахівця економічної галузі», яка включає результат теоретичних знань, умінь, практичних навичок та здатність виконувати професійну роль відповідно до визначених вимог з урахуванням реальної виробничої ситуації. З урахуванням комплексу теоретичних положень автор визначає поняття «професійна компетентність», як «сукупність особистісних характеристик: ерудованість і знання облікової, економічної, фінансової, банківської нормативно-правової бази, володіння та впровадження своїх знань за допомогою комп'ютера та автоматизованих систем (бухгалтерів, економістів, фінансистів, банкірів), які потрібні для успішного виконання професійної діяльності» [13, с.304]

У психологічних дослідженнях *професійна компетентність* розглядається як психічний стан, що дозволяє діяти самостійно і відповідально, як володіння людиною здатністю і умінням виконувати певні трудові функції (Маркова А.К.)[8]; як ціннісні орієнтації спеціаліста, мотиви його діяльності, загальна культура, стиль взаємодії з оточуючими, усвідомлення світу навколо себе і себе у світі, здатність до власного самовдосконалення і саморозвитку (Браже Т.Г.)[4]

Формування *психологічної компетентності* передбачає оволодіння психологічними знаннями (уявленнями, поняттями, законами тощо), вміннями, правилами та нормативами у поведінці та сфері професійної діяльності) і забезпечить ефективне використання професійного знання в рішенні тих чи інших проблем у практиці професійної діяльності та житті в цілому.

Розвиток *ціннісно-орієнтаційної компоненти*, як сукупності особистіснозначущих якостей, зокрема прагнень, переконань, поглядів, позицій впливатиме на формування взаємовідносин з клієнтом у сфері банківських послуг.

Теоретичний аналіз проблеми та вивчення досвіду роботи банківських структур, зокрема сфери банківського обслуговування, дозволяє зробити висновок про необхідність посилення соціально-психологічної підготовки майбутніх фахівців-банкірів, формування їх професійної та психологічної компетентності, а також комунікативної культури.

Такий підхід сприятиме вирішенню визначального завдання системи економічної освіти, зокрема підготовки конкурентоздатного фахівця фінансово-кредитної сфери.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Банківські операції // За ред. А. М. Мороза. - К.: КНЕУ, 2002.
2. Борисов А.Б. Большой экономический словарь / А.Б.Борисов. – М.: Книжный мир, 1999. – 895 с.
3. Брегеда О.А. «Ринок банківських послуг в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку» // Автореф. дис. канд. екон. наук. - К., 2002.
4. Браже Т. Г. Развитие творческого потенциала учителя / Т. Г. Браже. // Советская педагогика. – 1989. – №8. – С. 89-94.
5. Демура І. В. Формування професійної компетентності студентів економічних спеціальностей у процесі фахової підготовки // Автореф. дис. канд. екон. наук. - К., 2010
6. Загородня О. Ю. Формування комунікативної професійної компетентності студентів економічних спеціальностей засобами інноваційних технологій // Автореф. дис. канд. екон. наук. - К., 2010
7. Закон України «Про банки і банківську діяльність» <http://www.rada.kiev.ua>
8. Маркова, А.К. Психология труда учителя: Книга для учителя / А.К. Маркова. - М.: просвещение, 1994.
9. Митина Л.М. Психология развития конкурентоспособности личности / Л.М. Митина. – М. – Воронеж: МОДЭК, 2002. – 400 с.
10. Моральний кодекс банкіра. Додаток до енциклопедії банківської справи України.- Київ: Вид.-во «Наша гривня», 1999.
11. Паладій М.В. «Ефективність мотивації праці банківського персоналу» // Автореф. дис. канд. екон. наук. Кіровоград, 2000
12. Тараканова Е.В. Формирование конкурентоспособности специалиста на этапе профессиональной подготовки. [Электронный ресурс]. // Интернет: http://journal.seun.ru/J2004_1R/Socio/SOCIO.HTM
13. Теловата М.Т. Компетентнісний підхід та його впровадження в освіті/Зб. Матеріалів У Міжнар.н.-практ.конференції 14-16 квітня 2011; Львів/відп. ред. Л.Д.Кизименко.- Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2011.- С.303-305.
14. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность как национальная кадровая проблема / Р. А. Фатхутдинов // Высшее образование в России. – 1999. – № 2. – С. 18-22.
15. Хапілова В.П. Соціально-психологічні умови формування конкурентоздатності майбутніх менеджерів: Дис.на здобуття наукового ступеня канд. пед. наук / В.П. Хапілова. – Київ, 2006. – 173 с.