

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту організацій

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 073 "Менеджмент"

на тему: «Управління комунікаціями в менеджменті банківської системи (на прикладі АТ КБ «ПриватБанк»)»

Виконавець:
студент факультету менеджменту,
обліку та інформаційних технологій
Бірзул Олександр Вадимович _____
/підпис/

Науковий керівник:
д.е.н., проф.

Кузнецова Інна Олексіївна _____
/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми: У наш час банківська сфера постійно змінюється через запровадження новітніх технологій та регулювань у підході до клієнтів. Управління комунікаціями стає важливим для ефективності та адаптації банківської системи до цих змін. Сьогодні комунікація є одним із найважливіших елементів в системі управління, а найдорожчою цінністю для будь-якої організації стає інформація. В той же час, будь-яка економічна система не зможе розвиватись без відновлення культурного, освітнього, наукового потенціалів і в цих процесах комунікативний чинник постає провідною умовою для економічного зростання. З іншого боку, навички ефективних комунікацій відіграють визначну роль і в управлінській діяльності: від вміння переконувати у прийнятті тих чи інших рішень загалом залежить прибутковість діяльності будь-якої організації. Тож, комунікаційний процес – це запорука успішної життєдіяльності будь-якого підприємства і виконання його місії. З посиленням конкуренції в банківській галузі вкрай необхідно підтримувати ефективну комунікацію як механізм конкурентоспроможності. Здатність ефективно комунікувати з клієнтами, партнерами та іншими зацікавленими сторонами є ключем для залучення та утримання клієнтів. З появою робіт вітчизняних вчених В. Ф. Іванова, Л. В. Губерського, О. В. Зернецької, Г. Г. Почепцова, С. М. Квіта комунікації отримали широке розповсюдження в різноманітних сферах науки.

Мета дослідження: підвищення конкурентоспроможності банківської установи шляхом вдосконалення її комунікаційної системи на прикладі АТ КБ «ПриватБанк».

Завдання дослідження:

- описати види і форми комунікацій в банківській установі, моделі управління комунікаціями в банківському менеджменті;
- дослідити основні економічні та фінансові показники АТ КБ «ПриватБанк»;
- проаналізувати процес формування комунікацій в системі банківського менеджменту, основні проблеми, що пов'язані з комунікаціями у банку;
- запропонувати рекомендаційні заходи щодо оптимізації системи управління комунікаціями в АТ КБ «ПриватБанк»;
- обґрунтувати економічну ефективність запропонованих заходів що стосуються вдосконалення системи управління комунікаціями в банківській установі.

Об'єкт дослідження: АТ КБ «ПриватБанк».

Предмет дослідження: теоретичні та практичні засади вдосконалення системи управління комунікаціями в банківському менеджменті.

Методи дослідження: головним методом дослідження є системний, який було використано при комплексному аналізі проблем у комунікативній сфері організації. Також застосовано логічний метод – при побудові логіки й структури дослідження; метод багатокутника конкурентоспроможності – для аналізу рівня конкурентоздатності банківської установи, аналіз коефіцієнтів – для виявлення тенденцій у зміні фінансових показників функціонування досліджуваного підприємства; метод опитування (анкетування) – для виявлення проблем

комунікативного плану, що існують в банківській установі; метод аналізу та синтезу – при опрацюванні інформації, розробці власних висновків.

Інформаційна база дослідження: навчально-методична література, наукові публікації вітчизняних науковців з питань управління комунікаціями, статті в періодичних виданнях. Також використана фінансова звітність та внутрішня документація АТ КБ «ПриватБанк» під час проходження виробничої практики. Для організації комунікативного тренінгу як рекомендаційного заходу для оптимізації системи управління комунікаціями було використано пошукове джерело Інтернет.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (**44** найменування) та **3-х** додатків. Загальний обсяг роботи становить **71** сторінка. Основний зміст викладено на **61** сторінці. Робота містить **10** таблиць, **14** рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні аспекти управління комунікаціями в банківській системі» розглянуто: сутність конкурентоспроможності як важливого чинника, що визначає успішність функціонування банківської установи та описується комплексом факторів, що включають в себе: інфраструктуру, інноваційність, частку банку на ринку серед конкурентів, клієнтська база, статутний капітал, чистий прибуток, види комунікацій, які є найпоширенішими та важливими в банківській сфері, фактори, які обумовлюють надійну систему внутрішніх комунікативних зв'язків в банківському менеджменті.

У другому розділі «Розробка пропозицій щодо поліпшення та оптимізації системи управління комунікаціями в банківській установі крізь призму її основних економічних показників (на прикладі АТ КБ «ПриватБанк»)» проаналізовано: сферу діяльності, рівень фінансової стійкості та рівень конкурентоспроможності установи, стан внутрішньої комунікативної системи між співробітниками банку.

Запропоновано: проведення тренінгів та вебінарів з комунікаційних навичок. Для цього було здійснено пошук відповідного місця проведення даного заходу та коучера (організатора тренінгу), розраховано кошторис витрат, розроблено структуру проведення тренінгу та прийнято до уваги усі подальші організаційні моменти.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. За результатами аналізу наукової літератури було визначено, що конкурентоспроможність є важливим чинником, який визначає успішність функціонування банківської установи та описується комплексом факторів, що включають в себе: інфраструктуру, інноваційність, частку банку на ринку серед конкурентів, клієнтська база, статутний капітал, чистий прибуток.
2. За результатами аналізу наукової літератури було також визначено, що у банківських установах спостерігається розмаїття комунікацій, які є досить поширеними та важливими в банківській сфері. І в залежності від конкретної ситуації в банку можуть бути застосовані відповідні типи комунікацій задля досягнення взаємовигідних цілей.

3. Після аналізу сфери діяльності організації було визначено, що АТ КБ «ПриватБанк» спеціалізується на наданні банківських послуг фізичним та юридичним особам по всій Україні. Банк складає близько чверті всієї банківської системи країни і є найбільшим ощадним спеціалізованим банком, який обслуговує третину вкладів населення країни.
4. За результатами аналізу фінансової стану досліджуваної організації було визначено, що банк є фінансово стійким і стабільним, майже всі важливі показники знаходяться в нормативних межах, установа працює рентабельно, без збитків. Нормативи банком виконані і знаходяться вище мінімальних, встановлених НБУ, тобто управління АТ КБ «ПриватБанк» є ефективним.
5. За результатами аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища ПриватБанку з використанням таких методів як: багатокутник конкурентоспроможності, проведення опитування, було визначено, що найбільшою проблемою досліджуваної організації є певні прогалини у внутрішній комунікаційній системі банку, що значним чином впливає на клімат у колективі та рівень обслуговування клієнтів. Усі конкуренти банку активно застосовують методи для приваблення клієнтів та просування банківського іміджу. Тому для вигідного функціонування ПриватБанку було запропоновано певні рекомендаційні заходи з метою поліпшення ситуації, що склалася: проведення тренінгів та вебінарів з комунікаційних навичок. Для цього було здійснено пошук відповідного місця проведення даного заходу та коучера (організатора тренінгу), розраховано кошторис витрат, розроблено структуру проведення тренінгу та прийнято до уваги усі подальші організаційні моменти.
6. За результатами розрахунків було встановлено, що комунікативна ефективність реалізації тренінгу з урахуванням розробленого кошторису витрат на його проведення складає 58%, а економічна доцільність проведення даного заходу при тих же умовах складає 50%.
7. Обрані заходи були визнані доцільними, оскільки вони дають змогу значно підвищити конкурентоспроможність банківської установи завдяки збільшенню рівня інноваційності за рахунок підвищення мотивації у співробітників та збільшенню частки ринку за рахунок підвищення привабливості у клієнтів.