

## **ЦЕННОСТЬ ВЕБ-АНАЛИТИКИ ДЛЯ БАНКОВ**

За последние пятнадцать лет банковская отрасль развивает и внедряет самые современные механизмы цифрового взаимодействия между банком и клиентом, которое по уровню развития цифровых сервисов приблизились к цифровым банкам, а за счет универсальности своих бизнес-моделей по многим продуктам выглядят более привлекательно.

Ключевые направления развития в этой области — это подбор наилучшего канала и способа коммуникации, моделирование в кредитных и банковских рисках, информационная безопасность, предиктивная аналитика на финансовых рынках, а также повышение эффективности банковских процессов.

В качестве комплексного инструмента, помогающего банковским учреждениям анализировать данные, управлять рисками и принимать эффективные управленческие решения, является веб-аналитика, которая включает: интерактивную аналитику — для улучшения таргетинга, моделирования рисков и информационной безопасности, сбор и интерпретация данных о посетителях сайта, анализ поведения пользователей и определение популярных страниц, системы анализа финансового состояния — оценка финансового положения банков и поддержка клиентов в принятии обоснованных решений — и быструю аналитику — анализ данных в режиме реального времени и управление рисками.

Популярные инструменты для веб-аналитики: Google Analytics, «Яндекс.Метрика» и др. Вне зависимости от выбранной системы можно отследить следующие показатели: каналы трафика, характеристики пользователей, поведение пользователей, технические показатели работы сайта, конверсии. Все это необходимо для анализа конкурентной среды, которая определяется как соперничество субъектов рыночных отношений за наилучшие условия коммерческой деятельности, в итоге конкуренция за покупателя и модернизация ИТ-ландшафта.

Google analytics, отчет о пути покупки пользователя на сайте банки и финансовые компании используют веб-аналитику для анализа поведения клиентов на своих сайтах, оптимизации интерфейса и предоставления персонализированных услуг, а также позволяет выявлять мошенническую активность и обеспечивает безопасность пользователей.

«Яндекс.Метрика» дает возможность повысить эффективность рекламы, увеличить прибыль и не «сливать» бюджет на нерентабельные кампании.

Проведенное исследование показало, что рассмотренные сервисы могут быть использованы как эффективный инструмент для анализа ключевых показателей функционирования как сайта кредитно-финансовой организации, так и сайтов ее конкурентов, что обеспечивает своевременность разработки меро-

приятий по повышению эффективности бизнеса, в том числе планированию инноваций, анализу бизнес-процессов в статусе «как есть», моделированию бизнес-процессов «как должно быть», проведению преобразований, непрерывному совершенствованию финансовой и банковской деятельности [1].

### Источники

1. *Забродская, К. А.* Веб-аналитика в финансовой и банковской деятельности / К. А. Забродская, Л. К. Голенда, Н. Н. Говядинова // Электронная библиотека БГУ. — Режим доступа: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/267790/1/423-425.pdf>. — Дата доступа: 15.03.2024.

2. *Голенда, Л. К.* Веб-витрины — эффективный способ продвижения банковских услуг / Л. К. Голенда, О. О. Молчанская // Электронная библиотека БГУ. — Режим доступа: [https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/218607/1/%d0%93%d0%be%d0%bb%d0%b5%d0%bd%d0%b4%d0%b0\\_%d0%9c%d0%be%d0%bb%d1%87%d0%b0%d0%bd%d1%81%d0%ba%d0%b0%d1%8f\\_%d0%92%d0%b5%d0%b1-%d0%b2%d0%b8%d1%82%d1%80%d0%b8%d0%bd%d1%8b.pdf](https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/218607/1/%d0%93%d0%be%d0%bb%d0%b5%d0%bd%d0%b4%d0%b0_%d0%9c%d0%be%d0%bb%d1%87%d0%b0%d0%bd%d1%81%d0%ba%d0%b0%d1%8f_%d0%92%d0%b5%d0%b1-%d0%b2%d0%b8%d1%82%d1%80%d0%b8%d0%bd%d1%8b.pdf). — Дата доступа: 15.03.2024.

3. *Штанюк, Н. А.* Web-аналитика — эффективный инструмент совершенствования бизнес-процессов предприятия / Н. А. Штанюк // НИРС БГЭУ : сб. науч. ст. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: А. А. Быков (пред. и [др.]. — Минск, 2019. — Вып. 8. — С. 179–181.

**В. В. Пиотка, А. В. Кухленко**

*Научный руководитель — кандидат технических наук, доцент А. А. Гордич  
БГЭУ (Минск)*

## НЕЙРОСЕТИ В ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Стремительное развитие информационных технологий затронуло даже такой бизнес, как ресторанный. Сейчас применение нейросетей в общепите кажется чем-то сложным, но существует вероятность того, что в ближайшее время ресторан, не использующий их в своей работе, будет считаться устаревшим. Нейросеть — это программно-техническая или программная система, реализующая функции интеллекта человека. Нейросети уже применяются в ресторанном бизнесе. В настоящей работе с помощью нейросетей был создан проект гостиницы (отеля) «Oasis Lodge». Это новый отель с комфортными номерами, бесплатным Wi-Fi и роскошным обслуживанием.

При создании проекта необходимо определиться с его названием. Для выбора названия проекта необходимо использовать нейросеть, способную обрабатывать текстовые запросы. В настоящей работе была использована нейросеть neuroscribe. Текстовый запрос был сформулирован в следующем виде: «Придумай название для гостиницы с использованием латинского письма». Нейросеть