

задачи стало вполне реальным; налаживать сотрудничество с клиентом, основанное на отношениях, а не на продукте.

Для успешного осуществления клиентоориентированного подхода технологии и конкуренция заставляют банки внедрять IT-системы управления взаимоотношений с клиентами (CRM-системы), невзирая на затраты и сложности автоматизации. CRM (Customer Relationship Management) – это система работы с клиентами банка на протяжении всего жизненного цикла клиента, направленная на достижение основной цели: создание возможностей по привлечению новых клиентов и развитию существующих клиентов.

Цели использования CRM-системы в банке могут быть разделены на пять взаимодополняющих групп:

1. *Управление продажами (Sales Force Management)*. Именно с помощью CRM-системы решаются такие задачи, как увеличение доходности клиентов, предложение нового продуктового портфеля определенной группе клиентов, увеличение количества используемых продуктов, расширение клиентской базы.

2. *Повышение эффективности работы сотрудников (Performance Management)*. CRM-система управляет последовательностью выполнения задач менеджеров банка.

3. *Организация информации о клиентах и управление элементами документооборота (Document Flow)*. В CRM-системе мы можем видеть по клиенту: финансовые показатели, взаимосвязи с другими клиентами, значительные события, историю переговоров, переписку, документооборот.

4. *Оптимизация взаимодействия подразделений банка (Collaboration)*.

5. *Планирование и анализ продаж (Analysis)*. Прежде всего CRM-система позволит при планировании продаж будущих периодов проводить анализ количества потенциальных клиентов банка.

В настоящее время любой банк, который хочет быть успешным на рынке, должен быть клиентоориентированным, то есть таким банком, в котором клиент получает поддержку и реализацию требований по специальному алгоритму взаимодействия между клиентом и банком.

Другими словами, использование CRM-системы – это предоставление сервиса, в результате которого клиенту не просто оказали качественную услугу, а еще и укрепили конкурентную позицию банка на финансовом рынке.

<http://edoc.bseu.by>

И. Р. Дорошевич

Научный руководитель – кандидат технических наук В. В. Кузьминов,
БФ БГЭУ (Бобруйск)

ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ТЕХНОЛОГИИ BUSINESS INTELLIGENCE (БИЗНЕС-АНАЛИЗ) В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

Данная работа направлена на выявление и поиск применения методов, технологий, средств извлечения знаний на основе бизнес-анализа (информационной технологии business intelligence) в банковской сфере.

Современный бизнес ведется в информационную эпоху, эпоху интенсивного распространения сетевых технологий и методов обработки данных. С ростом объема и разнообразия хранимой информации, работа с ней становится возможна только через мощные системы формирования отчетов. Использование для этих целей технологий класса Business Intelligence (BI), разработка мероприятий по их внедрению в организациях, которые эксплуатируют корпоративные информационные системы, и определяет актуальность выбранной темы.

Целью работы является выявление методов, средств и технологий для оказания полностью интегрированного решения для сбора и обработки бизнес-информации, которая позволит банку с помощью информационной технологии BI измерять, управлять и оптимизировать свою деятельность в целях достижения высокой эффективности и прибыльности.

Объектом исследования является информационная технология BI для проведения анализа данных, предметная область деятельности банка.

В состав использованных методик входит рассмотрение методов бизнес-анализа: определения критериев принятия и оценки, построения диаграммы потоков данных, моделирования данных, анализа принятия решений, анализа документов, отслеживания проблем, моделирования процессов, разработки сценария и варианты использования средств и технологий.

Научной новизной является предложение наиболее эффективных технологий, методов и средств извлечения знаний технологии BI, такие как комбинированное хранение данных, современные аналитические инструменты. Возможности управления знаниями помогут понять основные факторы, которые влияют на затраты, доходы и риски. Знание этих факторов дает возможность банку ими управлять, оказывать на них непосредственное воздействие, что приведет к достижению высокопоставленных целей.

Система BI качественно меняет информационные потоки, собирая разнородные данные в едином аналитическом центре, позволяет получать общее понимание бизнес-процессов. Подобные BI-приложения значительно снижают временные и трудовые затраты на подготовку отчетности. BI-решение, созданное на основе бизнес-анализа, саму бизнес-стратегию банка не меняет, а помогает грамотно выстроить и эффективно ее использовать. Банки, которые используют информационную технологию BI, повышают рентабельность и доходность бизнеса. Одна из задач технологий BI – своевременно подготовить достаточный объем информации, на основании которого можно рассчитать риски для установления эффективности работы деятельности банка.

Внутри финансово-кредитной системы существует необходимость видеть единую консолидированную, качественную, оперативную отчетность. С помощью BI-решений можно строить профили поведения клиентов, которые обратились в банк за кредитом, что позволяет оценивать, насколько потенциальному клиенту можно выдать кредит и в каком размере. Поэтому правильно выстроенное информационное хранилище данных на основе

технологии ВІ решает эти задачи. Такой подход позволит создать оптимальную инфраструктуру для надежной поддержки основных бизнес-процессов банка, что определяет конкурентные преимущества на рынке банковских услуг среди других организаций. Выявленные эффективные методы и средства ВІ могут быть применены в банковской сфере с целью эффективности управления и функционирования банковской деятельности.

О. Н. Каравай

Научный руководитель – кандидат физико-математических наук, доцент Н. В. Шамукова, БФ БГЭУ (Бобруйск)

АНАЛИЗ РОЗНИЧНЫХ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ

Разработка финансовых продуктов должна опираться на потребности клиентов. Платежные карточки представляют собой наиболее простое и прогрессивное средство в организации безналичных расчетов, выступая ключевым элементом электронных банковских контактных и бесконтактных систем и все более активно вытесняя привычные наличные деньги. В 2012 г. более 32 % потребительских расходов было оплачено с помощью карточек. С 2003 г. эта цифра в среднем увеличивалась на 7,7 % в год.

В целом ближайшее будущее платежных карт можно определить как развитие многофункциональности карты. Уже сейчас постепенно в круг ее применения вовлекаются не только торговые предприятия, но и транспортные, топливные, медицинские, страховые, телекоммуникационные компании, предприятия ЖКХ, сферы обслуживания, гостиницы и др.

Однако в настоящее время отсутствует методика анализа и оценки развития рынка платежных карт в Республике Беларусь. Это объясняется тем, что в нашей стране в отличие от западных стран не накоплен достаточный опыт использования банковских карт, в том числе в качестве инструмента безналичных расчетов, а, следовательно, отсутствует теоретическая база для разработки такой методики анализа.

В результате развернутого изучения и анализа рынка платежных карт можно предложить подход, который включает следующие этапы анализа:

- анализ использования банковских карт физическими и юридическими лицами;
- анализ объемов рынка банковских карт;
- анализ инфраструктуры рынка банковских карт.

Основные показатели функционирования рынка пластиковых карт:

1. Количество банкоматов в расчете на 10 тыс. чел. Позволяет оценить инфраструктуру рынка пластиковых карт конкретно взятого города, региона, страны в целом.

2. Количество пос-терминалов в расчете на 10 тыс. чел. Позволяет оценить инфраструктуру рынка пластиковых карт конкретно взятого города, региона, страны в целом.

3. Объемы операций, совершенных с использованием банкоматов/пос-терминалов в расчете на душу населения. Характеризует уровень развития