

ОПТИМІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ЕЛЕКТРОННИМ БІЗНЕСОМ У БАНКУ

З розвитком інформаційних технологій все більше уваги приділяється електронному бізнесу. Незважаючи на свої очевидні переваги (відкритість, демократичність, глобальність тощо), електронний бізнес є надто агресивним середовищем підприємництва, успіх в якому цілком залежить від глибоко продуманої стратегії діяльності. Дійсно, ґрунтовні основи електронного бізнесу залишаються колишніми: його метою є одержання прибутку, генерування грошових потоків і створення конкурентних переваг. Єдина відмінність електронного бізнесу від класичних методів ведення бізнесу полягає в тому, що він функціонує швидше, отже, його конкурентні переваги є швидкоплиннішими [1, с. 250].

Український ринок електронного бізнесу розвивається на фоні загального розвитку бізнесу нашої країни. Впровадження електронних методів в сучасний бізнес визначається виробничою необхідністю, де вирішальним цілком є економічна вигода від застосування нових технологій. Більшість великих і середніх українських підприємств вже зрозуміли зручності, що досягаються ними при використанні Інтернет у бізнесі [2, с. 73].

У банківській діяльності існує поняття *retail banking*, що включає всі види обслуговування приватних осіб. Ця частина діяльності, як правило, не розглядається і не включається в проекти систем автоматизації банків – дуже складна і громізка основна діяльність банку, що вимагає не лише обліку всіх видів операцій, що виконуються протягом операційного дня, але і економічного аналізу діяльності, розрахунків по кредитах і депозитах, обліку операцій з валютою і оптимізації ключових бізнес-процесів банку.

Обслуговування клієнтів часто залишається одним з самих трудомістких видів робіт. В Україні проблеми автоматизації бізнес-процесів сфери retail лише з'являються, тому поважно починати їх вирішувати комплексно

і грамотно. Слід уважно вивчати і, по можливості, адаптувати рішення, які пропонують зарубіжні фірми, що мають величезний досвід і надійні технології. Існуючі рішення досить прості і дозволяють автоматизувати не лише сам процес обслуговування, але і органічно вписати його в єдину систему управління бізнес-процесами банку.

Оптові банківські послуги передбачають переказ грошових коштів, управління грошовими операціями і їх контроль. Банківські електронні послуги відрізняються від традиційних банківських послуг не з корисності, а за технологією задоволення потреб клієнта. Тому поряд з володінням традиційними ознаками банківських послуг (непостійність якості послуг, договірний характер банківського обслуговування, зв'язок банківського обслуговування з грошима, протяжність обслуговування в часі, вторинність що задовольняються банківськими послугами потреб) їм властиві певні особливості. Це абстрактність, загальнодоступність, знеособленість, екстериторіальність, інтерактивність обслуговування, множинність каналів доступу.

Роздрібний банк не виробляє і не продає нічого матеріального – це торговець, який займається продажем і підтримкою усе більш широкого спектру фінансових продуктів і послуг. У основі його бізнесу лежить здатність управляти ризиком, обробляти велику кількість рахунків і величезну кількість операцій і, зрозуміло, продавати.

Значною конкурентною перевагою для кредитних організацій стає використання можливостей дистанційного обслуговування клієнтів: *інтернет-банкінга, мобільного банкінга, електронних терміналів* [3, с. 60]. Впровадження практики надання стандартних банківських послуг без участі персоналу, дистанційно, дозволяє економити витрачання ресурсів кредитної організації з метою збільшення частки ринку і обхвату споживачів.

Підсумовуючі вищевикладені позиції, слід відмітити, що розширення функціональних можливостей системи Internet-banking зумовлює більший перелік послуг, доступних клієнтам банку через Internet, і це, у свою чергу, робить таку систему більш повноцінною і потрібною. Обмеження функціональних можливостей банківського Internet-сервісу (незалежно від причини обмеження) суттєво зменшує привабливість таких систем, оскільки для здійснення банківських операцій, що не охоплені системами Internet-banking, клієнтові доведеться йти в банк. Отже, конкурентоздатні банки мають оптимізовувати усі виробничі бізнес-процеси, які на сам перед пов'язані з доступними клієнтам в офісі банку операціями: операції з коштами на власних рахунках (витяги, перекази, робота з платіжними картками), інвестування коштів (депозити, цінні папери), розрахунки з контрагентами (разові та періодичні платежі) тощо. Після побудови оптимізаційної моделі

налаштована система має бути наочна, легка для сприйняття та інформативна. Для кожного рівня користувача.

Література:

1. Возний М.І. Міжнародна електронна торгівля. Проблеми та перспективи розвитку в Україні / М.І. Возний // Збірник наук. праць Буковинського університету. Економічні науки. – 2011. – Вип. 7. – С. 243-252.
2. Задвірний Я., Орловська А. Використання можливостей електронної комерції у процесі ведення бізнесу / Я. Задвірний, А. Орловська // Формування ринкової економіки в Україні: зб. наук. пр. – Львів: Інтереко, 2008. – Вип. 18. – С. 70-75.
3. Легенчук С.Ф., Скакун А.С. Сутність електронної комерції: обліковий вимір / С.Ф. Легенчук, А.С. Скакун // Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки. – 2011. – № 4 (58). – С. 59-65.