

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования
«Белорусский государственный университет
информатики и радиоэлектроники»

На правах рукописи

УДК 336.717-057.187

ЛЕВЧЕНКО
Артем Николаевич

**МЕТОДЫ И СРЕДСТВА УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕМ
С КЛИЕНТАМИ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ**

АВТОРЕФЕРАТ

магистерской диссертации на соискание степени
магистра экономических наук

по специальности 1-25 80 08 «Математические и инструментальные
методы экономики»

Научный руководитель
канд.техн.наук, доцент
Живицкая Е.Н.

Минск 2015

Работа выполнена на кафедре экономической информатики учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники»

Научный руководитель:

Живицкая Елена Николаевна,
кандидат технических наук, доцент кафедры экономической информатики учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники»

Рецензент:

Ковалева Ирина Львовна,
кандидат технических наук, доцент кафедры системы автоматизированного проектирования учреждения образования «Белорусский национальный технический университет»

Защита диссертации состоится «22» января 2015 г. года в 9⁰⁰ часов на заседании Государственной комиссии по защите магистерских диссертаций в учреждении образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники» по адресу: 220013, г.Минск, ул. П.Бровки, 6, 4 уч. корп., ауд. 804, тел.: 293-89-92, e-mail: kafei@bsuir.by.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники».

ВВЕДЕНИЕ

Современный этап развития банковской системы характеризуется усилением конкурентной борьбы, выравниванием тарифов на банковское обслуживание, повышением качества обслуживания, расширением спектра предоставляемых услуг, в том числе инновационных. Поэтому важнейшими факторами конкурентоспособности банков становятся гибкость при разработке и продаже банковских продуктов, позволяющая сформировать уникальное предложение в условиях жесткой ценовой конкуренции, и способность предложить «пакет» банковских продуктов с конкурентоспособными тарифами, удовлетворяющий весь комплекс потребностей клиента. Управление процессом удовлетворения потребностей корпоративных клиентов в банковских продуктах является значимым фактором повышения эффективности деятельности банка, что подтверждается наличием в большинстве банков подразделения, выполняющего роль отдела продаж банковских продуктов для корпоративных клиентов и осуществляющего координацию деятельности подразделений банка в процессе взаимодействия с корпоративными клиентами – службы по работе с корпоративными клиентами. Это обуславливает необходимость разработки методических подходов и практических рекомендаций по совершенствованию системы управления процессом взаимодействия банка с корпоративными клиентами.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования

В процессе своей активной деятельности банки сталкиваются с различного рода рисками. При этом банки имеют возможность минимизировать значительную часть несистемного риска, однако не всегда делают это, поскольку риск прямо пропорционален доходу и вполне приемлем при наличии достаточных компенсаций. В этой связи разработка методов оценки и механизма управления взаимодействием с клиентами повышает мобильность банка, укрепляет финансовое состояние, а также повышает качество обслуживания клиентов.

Таким образом, важнейшим вопросом для любого банка является оценка и регулирование взаимодействия отношений с клиентами, как одного из основных факторов показателя финансовой устойчивости.

Изложенные аспекты и недостаточный уровень развития теоретических и методологических вопросов взаимодействия с клиентами в банковской сфере обуславливают выбор темы магистерской диссертации и свидетельствуют о ее актуальности.

Степень разработанности проблемы

Результативность деятельности подразделения по работе с корпоративными клиентами во многом зависит от того, насколько перспективной является группа корпоративных клиентов, на которую направлена реализация комплексов маркетинга банка продуктов, что обуславливает необходимость формирования научно обоснованного комплекса критериев, обеспечивающего выделение группы целевых или стратегических клиентов, взаимодействие с которыми позволяет банку получить наибольший доход и/или нематериальную выгоду.

Проблематика взаимодействия коммерческих банков с нефинансовым сектором экономики отражена в работах Ю.А. Бабичева, Н. Е. Егоровой и М. Матовникова, Эдгара М. Морсмана, Белоглазовой Г.Н., Кроливецкой Л. П., Литун О. Н. и других авторов.

Однако в их работах рассматривается процесс взаимодействия коммерческих банков с корпоративными клиентами в разрезе отдельных банковских продуктов (кредитование, расчетно-кассовое обслуживание и т. д.), что не позволяет осуществлять комплексную оценку эффективности данного процесса, либо с точки зрения макроэкономики: взаимодействие банковской системы с реальным сектором экономики.

Деятельность отдельных подразделений банка, в том числе и подразделения по работе с корпоративными клиентами при удовлетворении потребностей клиентов с позиций менеджмента и маркетинга анализируется в работах Н. Б. Куршаковой, И.О. Спицына, Я. О. Спицына, В. В. Платонова и Ю. С. Масленченкова. При этом относительно классификации корпоративных клиентов, спектра задач подразделения по работе с корпоративными клиентами и критериев оценки его деятельности в указанных работах существуют серьезные расхождения, что позволяет сделать вывод о недостаточной исследованности данного вопроса.

В данных работах не осуществляется анализ шкалы предпочтений, используемой корпоративными клиентами при выборе банка, в то время как анализ факторов, оказывающих влияние на оценку корпоративной клиентурой эффективности взаимодействия с коммерческими банками, является перспективным направлением повышения конкурентоспособности банковских услуг. Также требует дополнительного исследования порядок формирования комплекса критериев, в соответствии с которыми корпоративный клиент может быть отнесен к группе наиболее перспективных и, следовательно, приоритетных (целевых) или стратегических клиентов. Комплексное решение теоретических и практических вопросов управления взаимоотношениями коммерческого банка с корпоративными клиентами способно существенно повысить конкурентоспособность коммерческого банка за счет расширения корпоративной клиентуры, повышения удовлетворенности клиентов банковскими услугами и, следовательно, усиления лояльности корпоративных клиентов по отношению к банку, увеличения доходов и снижения рисков банковской деятельности, разработки и продвижения

инновационных банковских продуктов, что обуславливает актуальность темы исследования.

Цель и задачи исследования

Целью работы является повышение эффективности банковской деятельности на основе разработки методологии и инструментария, который позволит расширить банковскую мобильность в области автоматизации процесса управления данными для достижения качества обслуживания клиента.

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи:

1. Рассмотреть технологии организации взаимодействия с клиентскими данными;
2. Провести анализ оптимальных решений для удовлетворения поставленной цели достижения эффективности банковской деятельности;
3. Разработать механизм интеграции и контроля качества данных;

Объектом исследования являются процессы управления взаимодействием с клиентами в банковской сфере.

Предметом работы выступает система управления взаимодействия с клиентами в банковской сфере.

Область исследования. Содержание диссертационной работы соответствует образовательному стандарту высшего образования второй ступени (магистратуры) специальности 1-25 80 08 «Математические и инструментальные методы экономики».

Теоретическая и методологическая основа исследования

В процессе исследования были использованы методы системного анализа (при раскрытии понятия управления взаимодействием с клиентами); сравнительный анализ (при выборе конкретных направлений совершенствования механизма оценки и регулирования управления взаимодействием с клиентами); экономико-математические и экономико-статистические методы (при апробировании модели оценки управления взаимодействием с клиентами).

Информационная база исследования для классификации банковских клиентов на основе статистических данных.

Научная новизна диссертационной работы заключается в том, что работа содержит ряд новых прикладных результатов в рамках исследования и оптимизации оценки эффективности взаимодействия с клиентами в банковской сфере. Разработан метод комплексной оценки эффективности взаимодействия с клиентами, который позволяет расширить банковскую мобильность и улучшить качество обслуживания клиентов.

Основные положения, выносимые на защиту:

– Сравнительный анализ методологических подходов по управлению взаимодействием с клиентами в банковской сфере;

– Математический метод оценки эффективности взаимодействия с клиентами, критерии оценки эффективности взаимодействия, стратегия управления взаимодействием с клиентами;

– Программное средство управления взаимодействием с клиентами в банковской сфере.

Теоретическая значимость диссертации заключается в том, что в ней предложены оценки эффективности управления взаимодействием с клиентами, выработана стратегия на основе полученных данных, предложены рекомендации по эффективному управлению взаимодействием с клиентами.

Практическая значимость диссертации состоит в том, что полученные в ней результаты могут быть использованы банковскими сотрудниками для оценки потенциальных, или при работе уже с имеющимися клиентами. Также разработанная программное средство позволяет увеличить эффективность взаимодействия с клиентами, а также увеличивает мобильность и качество обслуживания клиентов.

Личный вклад.

Основные результаты, изложенные в диссертации, получены автором самостоятельно. Научному руководителю в совместных работах принадлежат предметные постановки задач, выбор направлений исследования и анализ результатов.

Апробация и внедрение результатов исследования.

Результаты созданного инструментария были внедрены в программное средство по управлению взаимодействием с клиентскими данными в компании SoftClub. Основные тезисы диссертационной работы отражены в следующих научных трудах:

1. Левченко А.Н. «Повышение эффективности управления взаимодействием с клиентами в банковской сфере». Сборник научных статей студентов, магистрантов и аспирантов. Выпуск 13.Том.2. Минск, январь 2015. Стр. 223-224.

Публикации. Основные положения работы и результаты диссертации изложены в опубликованной работе общим объемом 0,2 п.л. (авторский объем 0,2 п.л).

Структура и объем работы. Структура диссертационной работы обусловлена целью, задачами и логикой исследования. Работа состоит из введения, трёх глав и заключения, библиографического списка и приложений. Общий объем диссертации – 70 страниц. Работа содержит 6 таблиц, 41 рисунок. Библиографический список включает 31 наименований.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** рассмотрено современное состояние проблемы эффективного управления взаимодействием с корпоративными клиентами, определены основные направления исследований, а также дается обоснование актуальности темы диссертационной работы.

В общей характеристике работы сформулированы ее цель и задачи, показана связь с научными программами и проектами, даны сведения об объекте исследования и обоснован его выбор, представлены положения, выносимые на защиту, приведены сведения о личном вкладе соискателя, апробации результатов диссертации и их опубликованность, а также, структура и объем диссертации.

В первой главе рассматриваются основные теоретические аспекты понятия клиента, методологические подходы управления взаимодействием с клиентами, их общая структура и целевые характеристики, даются основные определения и понятия эффективности взаимодействия с клиентами с различных точек зрения, систематизируются современные подходы и процедуры управления взаимодействия банка с клиентами.

Во второй главе, на основе рассмотренной концепции управления взаимодействием с клиентами описывается метод оценки управления взаимодействием с клиентами. Строится стратегия развития эффективных отношений банка и клиентов, делаются соответствующие выводы.

В третьей главе на основе математического метода разрабатывается программное средство, в процессе разработки которого была построена централизованная база данных о клиентах банка.

В приложениях приведены функциональная модель системы (приложение А) и графический презентационный материал (приложение Б).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Все вышеизложенное позволило прийти к следующим **выводам**:

1. Управление процессом удовлетворения потребностей корпоративных клиентов в банковских продуктах является значимым фактором повышения эффективности деятельности банка, а также финансовой устойчивости банка;

2. Важнейшими факторами конкурентоспособности банков становятся гибкость при разработке и продаже банковских продуктов, позволяющая сформировать уникальное предложение в условиях жесткой ценовой конкуренции, и способность предложить «пакет» банковских продуктов с конкурентоспособными тарифами, удовлетворяющий весь комплекс потребностей клиента;

3. Эффективность взаимодействия с клиентами искажается за счет того, что информации о клиенте зачастую разрознена и в белорусских банках не существует единого программного решения на этот счет.

Список опубликованных работ

1. Левченко А.Н. Повышение эффективности управления взаимодействием с клиентами в банковской сфере. / Левченко А.Н. // Сборник научных статей студентов, магистрантов, аспирантов.

Выпуск 13. Том 2. / редкол.: В.Г. Шадурский [и др.]. – Минск: Изд-во «Четыре четверти», 2015. – С. 223 – 224.

Библиотека БГУИР