

ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЄЮ В КОМЕРЦІЙНИХ БАНКАХ

О.В. Крухмаль, Українська академія банківської справи

Метою роботи будь-якого комерційного банку є отримання прибутку шляхом ведення фінансово-господарської діяльності і, в першу чергу, здійснення банківських послуг. Досягнення цієї мети ускладнюється швидкими змінами економічної ситуації, великою кількістю взаємообумовлених та протидіючих факторів, високою суб'єктивністю управлінських рішень, що зумовлена відсутністю формалізованих підходів до аналізу поточного стану банку та ринку, оцінки ефективності роботи окремих підрозділів банку, прогнозування фінансового стану банку, а також великими обсягами та суперечністю інформації, що підлягає аналізу.

Очевидно, що в мінливих умовах зовнішнього середовища успіху досягають ті, хто вміє швидко зібрати необхідну інформацію, обробити її та проаналізувати, і, в результаті – оперативно прийняти обґрунтоване рішення. Від ефективності, гнучкості та оперативності управління банком залежить його конкурентоспроможність, спроможність вижити в ринкових умовах. Крім того, з ростом масштабу банку збільшується обсяг циркулюючої інформації, підвищується складність бізнес-процесів, а отже, – зростає цінність інформації як бази для прийняття управлінських рішень та для підготовки стратегічного аналізу.

Зараз у світі збором інформації, її структуруванням, первинною обробкою та доставкою клієнтам займається ряд інформаційних агентств та спеціалізованих компаній, зокрема, Reuters, Bloomberg, Bridge та ряд інших. Інформація, яку вони надають, складається з трьох основних блоків:

- фінансові, економічні, політичні новини по всіх країнах, в тому числі і по Україні;
- котування, фінансові та економічні індикатори із світових ринків (банків, бірж, брокерів) по валюті, акціях та різних контрактах;
- коментарі, аналітичні огляди, тематичні бюлетені.

Слід зазначити, що успішному веденню бізнесу значною мірою сприяє внутрішньобанківська система збору, обробки й аналізу ділової інформації. Практично в усіх досить серйозних банках існують власні системи управління потоками ділової інформації. Однак, часто такі системи працюють не досить ефективно, не повною мірою реалізуючи свої потенційні можливості, в основному орієнтуючись на рішення оперативних та тактичних проблем, займаючись аналітичним

забезпеченням активних маркетингових заходів щодо залучення вигідної для банку клієнтури та пошуку нових ринків. Але від якості інформаційного забезпечення залежать безпосередні результати діяльності банку, відтак інформаційна служба, повинна стати ключовою службою банку.

На нашу думку, доцільно розглянути основні моменти організації роботи служби управління інформацією (СУІ) в комерційному банку, яка повинна включати і об'єднувати в єдине ціле джерела інформації, блоки збору, обробки, аналізу і надання інформації підрозділам, відповідальним за прийняття управлінських рішень.

Першою проблемою, що постає перед СУІ, є визначення інформаційних потреб банку, що передбачає виділення пріоритетних, за значенням, сфер уваги банку та постановку інформаційних фільтрів. Фільтрацію інформації, що надходить, варто здійснювати, використовуючи цільові настанови, що обумовлено необхідністю ухвалення рішень з визначеної проблеми, і тільки такий підхід здатен забезпечити створення ефективної системи її збору й обробки.

Цільові настанови можуть бути трьох рівнів:

- стратегічні, тобто обумовлені необхідністю прийняття рішень з питань, що прямо впливають на долю банку (на його розвиток, конкурентоздатність і т. ін.);
- тактичні, спрямовані на вибір найкращих засобів для досягнення стратегічних цілей;
- оперативні, коли стратегічна мета визначена і шляхи її досягнення вже обрані.

На кожному рівні визначаються сфери уваги для банку і починається цілеспрямований збір і аналіз інформації. Вивчивши стратегічні потреби банку, досвід рішення тактичних і оперативних задач, бажано скласти комплексний список постійних сфер уваги і забезпечити регулярний збір відповідної інформації з можливістю використання в будь-який момент інформації, що відноситься до кожної з них.

Наступним елементом роботи СУІ є аналіз та оцінка інформації. Для реалізації повноцінної аналітики будь-яку взаємодію банку з кожним з клієнтів слід описувати в термінах банківських продуктів: необхідно нагромаджувати інформацію про послуги, що продаються клієнту, про ресурси, що надаються йому, або отримуються від нього, а також про розрахунки між банком та клієнтом за ці ресурси та послуги. В результаті, оскільки є всі необхідні данні, з'являється можливість складати звіти про фінансові результати взаємодії з кожним клієнтом в будь-який з періодів часу і робити висновки про прибутковість для банку взаємовідносин з ним. Крім того, виконуючи аналіз

клієнтів і напрямків діяльності банку в розрізі банківських продуктів, можна проводити ресурс-аналіз. Відповідно, оцінюючи собівартість операцій, виплачену або отриману комісію, собівартість ресурсів та виплачені або отримані відсотки, можна зробити висновок про прибутковість (або збитковість) банківського продукту. Крім того, в банку можуть ставитися і більш складні аналітичні завдання – від розрахунку та оптимізації фінансових показників, що характеризують діяльність банку в цілому і базуються на обчисленні коефіцієнтів на задану дату й аналізі часових рядів, до розрахунку управляючих впливів, що необхідні для досягнення оптимальних фінансових показників.

Кожному рівню споживання інформації відповідає свій рівень деталізації. Керівники банку, наприклад, не потребують того ступеня деталізації інформації про стан банку, який потрібен керівникам служб управління інформацією. Керівник завжди одержує відфільтровану інформацію, але в нього повинна бути можливість звернутися до першоджерела.

Підводячи підсумок, можна сказати, що для ефективного виконання інформаційно-аналітичної роботи в банку повинні бути задіяні практично всі його функціональні підрозділи. При цьому координацію інформаційної роботи необхідно доручати спеціалізованому підрозділу, що займається також збором, аналітичною обробкою (насамперед у стратегічних інтересах) і розподілом інформації. Служба управління інформацією повинна аналізувати цілі та задачі банку, визначати відповідні інформаційні потреби. Далі мають бути визначені сфери уваги і відповідні канали надходження інформації, створено адекватну інформаційну інфраструктуру і налагоджено інформаційний обмін між підрозділами банку.

Список літератури

1. Аврин С. Информационная политика банка и кризис // Банковские технологии. – 1999. – № 5-6. – С. 32-37.
2. Задорожный В. Управление информацией для принятия решения // Банковские технологии. – 1998. – № 6. – С. 56-60.
3. Чабан А.А., Данишевский Г.В. Мойсейчук М.С. Эффективное управление коммерческим банком // Корпоративные системы. – 1999. – № 5-6. – С. 32-37.

Крухмаль, О.В. Організаційне забезпечення управління інформацією в комерційних банках [Текст] / О.В. Крухмаль // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: зб. наук. праць. – Суми: УАБС НБУ, 2002. — Т. 6. — С. 103-106.