

вить его первым в очереди, удержать его – вот задача, которую пытаются выполнить сегодня банковские организации.

Вся информация о клиентах, содержащаяся в едином фонде, должна удовлетворять следующим условиям: быть максимальной (максимально возможной); всесторонне оценивать клиентов, включая их управленческое, маркетинговое, финансовое, производственное и социально-психологическое состояние; отражать прошлый опыт клиента, виды покупаемых им банковских услуг, объемы платежей и пр.; содержать историю отношений банка с клиентом.

В современной банковской практике западных стран подобные технологии получили название «Управление взаимоотношениями с клиентами», или CRM (Customer Relationship Management), которые объединяют всю информацию о клиенте.

Отсутствие на белорусском рынке готовых систем управления взаимодействиями с клиентами для банков существенно сдерживает развитие этого направления совершенствования банковской деятельности и систем управления отечественных коммерческих банков. Однако, несмотря на это, многие банки пытаются подвести свои бизнес-процессы под принципы функционирования CRM-системы.

Стремление банков к постоянному совершенствованию качества обслуживания клиентов, выбранная стратегия «ориентации на клиента», востребованность современных технологий ведения банковского бизнеса свидетельствуют о качественно новом уровне банковской деятельности, растущем потенциале белорусских банков и, как следствие, о необходимости применения новых прогрессивных технологий банковского дела, в том числе и о разработке собственных CRM-систем, призванных облегчить и улучшить работу современного банка.

<http://edoc.bseu.by>

Марковец Е.А., УО БТЭУ (Гомель)

СОСТОЯНИЕ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Уровень развития сферы услуг является одним из важнейших показателей социально-экономического развития Республики Беларусь. Формируясь под влиянием сложных общественных процессов, он отражает всю совокупность социально-экономических проблем, их динамику и перспективы. В экономически развитых странах реализация платных услуг занимает до 65% в валовом внутреннем продукте. В Республике Беларусь эта цифра пока значительно ниже.

В целом объем туристских услуг за период с 2000 по 2004 год возрос на 15,5 млрд. рублей. В том числе за счет развития экономики в целом объем туристских услуг вырос на 23,6 млрд. рублей. Развитие всей сферы услуг повлекло увеличение объема туристских услуг на 33,5 млрд. рублей, а развитие непосредственно туристского бизнеса отрицательно сказалось на объеме данного показателя; за счет изменения доли туристских услуг в общем объеме платных услуг объем туристских услуг уменьшился на 41,6 млрд. рублей.

В настоящее время Правительство Республики Беларусь уделяет особое внимание развитию туристских услуг. Были приняты Закон о туризме, Национальная программа развития туризма в Республике Беларусь на 2006-2010 годы и т.п. Ставка делается на географическое положение и природу, отсюда намерение развивать транзитный и агротуризм.