

Использование ГИС для визуализации медицинских данных позволяет наглядно презентовать информацию, необходимую для планирования и размещения объектов медицинской инфраструктуры, проводить оценку их доступности населению, что делает метод медико-социального картографирования значимым для развития медицинской географии в целом, а также принимать руководящие решения в области медицинского туризма, управления медицинскими организациями и повышения эффективности национальных систем здравоохранения.

### Литература

1. Ананченкова П.И. Геоинформационные системы и их использование в организации здравоохранения: обзор зарубежных исследований // Ремедиум. 2023. Т. 27, № 2. С. 183—186.
2. Alford-Teaster J., Lange J.M., Hubbard R.A., Lee C.I., Haas J.S., Shi X., Carlos H.A., Henderson L., Hill D., Tosteson A., Onega T. Is the closest facility the one actually used? An assessment of travel time estimation based on mammography facilities. *International Journal of Health Geographics*. 2016;15 (8): 136-151.
3. Bill R. Grundlagen der Geo-Informationssysteme. Band 1. Hardware, Software und Daten. Wichmann, Heidelberg. 1999.
4. Bureau of Transportation Statistics (BTS), U.S. Department of Transportation. 1997. Transportation Statistics Annual Report 1997. BTS97-S-01. Washington, DC.
5. Corner J. The agency of mapping: Speculation, critique and invention In: Cosgrove D, editor. *Mappings*, London: Reaktion Books. 1999:213–252.
6. Gatrell A.C. and Elliott S.J. *Geographies of Health: An Introduction*. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2009.
7. Henry K.A., Boscoe F.P., Johnson C.J., Goldberg D.W., Sherman R., Cockburn M. Breast Cancer Stage at Diagnosis: Is Travel Time Important? *Journal of Community Health*. 2011;36 (6):933–942.
8. Honiball NM, Marcus TS. The use and value of maps in Community-Oriented Primary Care: Does process matter? *Afr J Prm Health Care Fam Med*. 2020;12(1), a2099. Kitchin R., Dodge M. Rethinking maps. *Prog Hum Geogr*. 2007;31(3):331–344.
9. Sutton M., Long J. Integration of health and wellbeing services with general health services. Report. Health Research Board. URL: <https://www.lenus.ie/bitstream/handle/10147/315535/HRB%20IntegrationHealthWellbeing2014.pdf> (дата обращения: 10.10.2023 г.)

### ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ

**А. С. Бугаев,**

*магистрант кафедры международного  
туризма и гостиничного бизнеса, НИУ «БелГУ»*

**Т.Б. Климова,**

*кандидат экономических наук  
зав. кафедры международного туризма  
и гостиничного бизнеса, НИУ «БелГУ»*

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются изменения развития бизнес-процессов в банковском секторе экономики в результате воздействия пандемии COVID-19 и санкционного давления. Такие события непременно влияют на каждый сектор экономики:

*это вносит определенные инновации и новые решения, которые в последующем укореняются в повседневной жизни.*

**Ключевые слова:** бизнес-процесс, пандемия COVID-19, санкции, дистанционное обслуживание, инновации.

**Введение:** В последнее время банковский сектор оказывается под давлением внешних обстоятельств, что порождает инновационные пути в решении многих вопросов. Эта участь не обошла и бизнес процессы: беспрецедентное давление внешних обстоятельств вносит свои коррективы в развитие банковских бизнес-процессов. Для поддержания уровня удовлетворенности клиентов, которые в свою очередь формируют банковский капитал, банковский сектор должен адаптироваться к новым условиям работы. В статье рассматривалось влияние пандемии COVID-19 и санкционного давления на формирование тенденций развития бизнес-процессов в банковском секторе.

**Методы и организация исследования:** для решения поставленных задач были использованы следующие методы исследования: метод анализа, системный подход и метод дедукции.

Бизнес-процессы в банке - это совокупность организованных и структурированных действий или задач, которые выполняются для достижения конкретных целей банка. Они являются основой для эффективной работы банковской организации и включают в себя множество аспектов, включая обслуживание клиентов, управление рисками, соблюдение законодательства и нормативов, а также внутреннее управление и контроль.

Основные рассмотренные бизнес процессы в банках это:

1. Процесс открытия банковского счета: процесс включает в себя несколько шагов, начиная от подачи заявки клиентом, проверки документов и идентификации клиента до активации счета и выдачи банковских карт.

2. Процесс кредитования: процесс включает в себя оценку кредитоспособности клиента, анализ рисков, утверждение кредита и выдачу кредитных средств.

3. Процесс обработки транзакций: процесс включает в себя обработку платежных поручений, переводов, вкладов и снятий со счета.

4. Процесс управления рисками: включает в себя идентификацию, оценку и мониторинг рисков, таких как кредитный риск, рыночный риск и операционный риск.

5. Процесс соблюдения законодательства и нормативов: процесс включает в себя мониторинг и обеспечение соблюдения законодательных и регулятивных требований в банковской сфере.

6. Процесс управления портфелем инвестиций: включает в себя анализ и выбор инвестиционных возможностей, а также мониторинг и управление портфелем инвестиций банка.

7. Процесс управления персоналом: процесс включает в себя найм, обучение, оценку производительности и развитие карьеры сотрудников.

8. Процесс разработки и внедрения новых продуктов и услуг: он включает в себя исследование рынка, разработку новых банковских продуктов и услуг, а также их внедрение и маркетинг [2].

Пандемия вируса COVID-19 безусловно внесла свои коррективы в работу банковского сектора: последовательные карантинные меры и перевод на дистанционную работу колоссального числа сотрудников стали причиной непредвиденных материальных затрат, а также необходимостью более глобального развития сегмента дистанционного обслуживания клиентов.

В рамках рассмотренных бизнес-процессов это отразилось на некоторых из них:

1. Процесс открытия банковского счета: так как самоизоляция и карантин априори обозначали то, что клиенты будут пользоваться практически полностью дистанционными путями открытия счета. Вследствие чего на сервера банков и операторов будет идти дополнительная нагрузка. Большинство банков достаточно быстро отреагировали на

сложившуюся ситуацию, в результате чего клиенты остались довольными. В конечном итоге ситуация сложилась так, что определенный процент клиентов увидел в этом невероятное удобство, и теперь реже приходит в физический офис. В свою очередь часть работников может работать дома, часть – в офисе, в результате этого текущая загруженность банковских офисов снизилась.

2. Процесс управления портфелем инвестиций: в период пандемии находясь на самоизоляции определенная часть населения потеряла свою работу, либо же была отправлена в отпуск. Именно эта категория людей в большинстве находилась в поиске дополнительного источника дохода. Банки фиксировали большое количество новых брокерских счетов. Следствием из этого оказалась весьма агрессивная реклама некоторых банков своих брокерских услуг. Прирост клиентов во время пандемии изображен на рисунке 1.

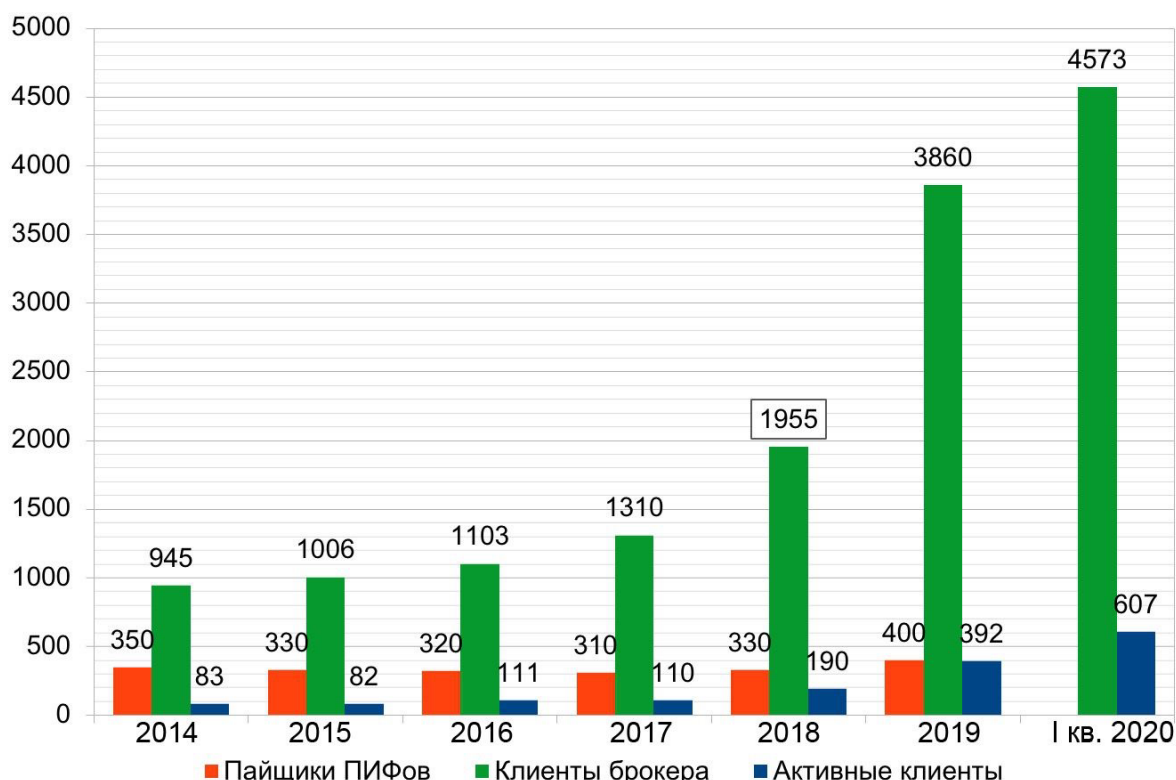


Рис. 1 Прирост частных инвесторов в период пандемии COVID-19 [3]

Прирост клиентов обеспечил банкам – брокерам рекордную доходность, а также «моду» на инвестиции: это стало трендовым направлением развития. Данный бизнес-процесс начал стремительно развиваться, на рынке преобладала конкуренция крупнейших банков: Сбербанк, ВТБ, Тинькофф. Вслед за агрессивной рекламой началась борьба за клиентов: она выражалась в предоставлении клиентам более выгодных тарифов, в определённых бонусах при переносе счета в другой банк, а также в определённых подарках в виде акций некоторых компаний за определенные действия. Данная конкуренция актуальна и по сей день. Пандемия, как и в случае с открытием банковских счетов, внесла свои коррективы: банки – брокеры могли дать любые условия, но в них не было смысла если нет удобного выхода в приложение/интернет-сайт с брокерским счетом. Была необходимость в оптимизации и модернизации приложений, а также интернет сайтов и серверов.

3. Процесс управления персоналом: оптимизация дистанционных технологий создало невероятный простор: так как в этот процесс входит найм и обучение сотрудников –

появилась возможность создавать массовые обучающие курсы, что позволило экономить время на подготовку кадров, и время обучающихся сотрудников.

4. Процесс разработки и внедрения новых продуктов и услуг: из-за пандемии часть сотрудников была переведена на дистанционный формат работы, а часть уволилась. Интернет – операторы банка все равно были перегружены нахлынувшим потоком клиентов. Из-за этого банки решили модернизировать свой собственный искусственный интеллект, который может исполнять простейшие поручения. Эта модернизация позволила сосредоточить работу операторов на более объемных задачах. Искусственный интеллект был и до этого, но ему явно не хватало скорости и понимания задачи, из-за чего клиенты предпочитали посещать офис, либо же вести разговор только с человеком.

Исходя из вышесказанного, можно сказать, что пандемия COVID-19 обернулась определенными трудностями во всех секторах экономики, и банковский сектор не стал исключением. Банки смогли найти пути решения многих проблем, а именно бизнес-процессы получили определенное развитие, а некоторые из них стали трендовыми: популяризация дистанционных технологий и технологий искусственного интеллекта позволило частично сократить количество сотрудников, либо же перевести их на дистанционную работу. Помимо этого, инвестиционный бум дал банкам новое направление развития: ввиду недоверия россиян к инвестициям это было не самое перспективное направление. Теперь же это направление стоит наравне с выдачей кредитов и открытием вкладов [5].

В более современных реалиях Российская Федерация оказалась под максимальным санкционным давлением. Несмотря на то, что экономика справилась с санкциями, они подобно пандемии COVID-19 внесли свои принудительные коррективы в развитие бизнес-процессов банковского сектора [1].

Из рассмотренных ранее бизнес – процессов наибольшее влияние было оказано на:

1. Процесс обработки транзакций: так как большинство Российских банков были отключены от системы SWIFT приходилось что-то придумывать, ведь необходимость, например, переводить деньги родственникам в другую страну никуда не исчезла. Также была необходимость для части клиентов в оплате покупок за пределами Российской Федерации. Клиентам приходилось искать банки, которые еще не были отключены от SWIFT. В случае с вопросом заграничных транзакций – карты систем VISA, MASTERCARD, MAESTRO и подобные им не могли работать за пределами страны. Поэтому часть банков выпустила карты системы UNION PAY.

2. Процесс соблюдения законодательства и нормативов: в ходе санкционного давления было принято решение, чтоб банки не публиковали свою отчетность. По большей части это объясняется тем, что в отчетности содержится информация чувствительная к санкционному риску. Этот фактор негативно сказался на инвесторах: они не могли знать, насколько прибыльна рассматриваемая компания. С ходом времени была разрешена частичная публикация отчетности.

3. Процесс разработки и внедрения новых продуктов и услуг: в ходе введения санкций также пострадала возможность клиентов оплачивать свои покупки в магазинах с помощью смартфона, то есть прикладывания смартфона с поддержкой технологии NFC к терминалу с целью оплаты. Это действительно было очень удобно, так как банковскую карту можно легко где-то забыть или потерять, с телефоном же вероятность меньше. Клиенты вспомнили про свои банковские карты, но банковский сектор смог отреагировать и на это: были введены новые, в каком-то смысле уникальные продукты – платежные стикеры. Представляет собой наклейку, которая клеится на телефон (либо же по желанию клиента куда угодно), и можно оплачивать свои покупки [4].

Санкции безусловно оказали влияние на банковский сектор. Как показало время – это влияние оказалось лишь неудобством для обычных людей. Пандемия COVID-19 научила нашу экономику в кратчайшие сроки подстраиваться под любые форс-мажорные обстоятельства и условия. Санкции должны были парализовать наш банковский сектор, но на деле лишь больше закалили банковский сектор: инновационные решения смогли создать

уникальный платежный стикер, а также познакомить широкую массу с картами системы UNION PAY.

**Заключение:** тенденция развития бизнес-процессов в банковском секторе имеет направленность на онлайн-технологии. Под воздействием пандемии COVID-19 были модернизированы онлайн-сервисы и онлайн-технологии банков для дистанционного обслуживания клиентов. В то же время особо популярными у клиентов стали инвестиционные счета, что обернулось для банков дополнительной прибылью. Под воздействием санкций был создан уникальный продукт в виде платежного NFC стикера, а также популяризация платежной системы UNION PAY. Это доказывает то, что банковский сектор экономики может подстраиваться под любые возникшие сложности. Повсеместно создаются необходимые инновации, которые в будущем органично применяются в повседневной деятельности банка.

### Литература

1. Батурова Н.В. Банковский сектор: влияние санкций и пандемии / Н.В. Батурова // Вестник Российского университета кооперации. – 2022. – №4. – С. 4 – 10.
2. «Комплексный договор банковского обслуживания юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и лиц, занимающихся в установленном законодательством Российской Федерации порядке частной практикой, в РНКБ банк (ПАО)» [Электронный ресурс]. URL: [https://s3.rncb.ru/rncb/media-files/2178/kd\\_04\\_11\\_2021.PDF](https://s3.rncb.ru/rncb/media-files/2178/kd_04_11_2021.PDF) (дата обращения: 22.10.2023).
3. «Роль частных инвесторов на внутреннем рынке»: инвестиционный блог SMARTLAB [Электронный ресурс]. URL: <https://smart-lab.ru/mobile/topic/628932/> (дата обращения: 23.10.2023).
4. Что такое платежные стикеры и для чего они нужны»: сайт компании «ФИНАМ» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.finam.ru/publications/item/chto-takoe-platezhnye-stikery-i-dlya-chego-oni-nuzhny-20230706-1515> (дата обращения: 23.10.2023)
5. Ягупова, Е.А. Влияние пандемии коронавируса на банковскую систему России / Е.А. Ягупова // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. – 2020. – №3. – С. 49 – 55.

## АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЧАТ-БОТОВ В ТУРИЗМЕ

**Е.В. Вишневская,**

*кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса, НИУ «БелГУ»*

**Аннотация.** Благодаря их способности обрабатывать большие объемы данных и быстро реагировать на онлайн-общение между компаниями и потребителями, чат-боты набирают популярность в цифровом бизнесе. Использование искусственного интеллекта в чат-ботах в туристическом секторе возможно различными путями, и его влияние на рынок особенно заметно. В последние годы туристические компании интегрировали чат-ботов с существующими системами, такими как системы бронирования и базы данных клиентов, что сделало их мощными инструментами для обработки сложных запросов и транзакций, связанных с путешествиями. Чат-боты в туристическом секторе могут улучшить такие задачи, как досмотр багажа, приложения для поиска маршрута в аэропортах, услуги консьержа в отелях, планирование путешествий, системы бронирования и многое другое.

**Ключевые слова:** чат-бот, туризм, искусственный интеллект