

періоду, коли економіка може перебувати під тиском через зниження виробництва та зростання соціальних витрат.

Крім того, інвестиції у ОВДП можуть стати джерелом фінансування для малих та середніх підприємств, що також має важливе значення для економічного відновлення. Залучення коштів через ці облигації може стимулювати підприємців до інвестування в нові проекти та розвиток своїх бізнесів, що в свою чергу сприятиме зростанню виробництва та зайнятості.

Отже, можна впевнено сказати, що ОВДП відіграють ключову роль у повоєнній відбудові економіки України, забезпечуючи необхідні фінансові ресурси для відновлення інфраструктури, підтримки малих та середніх підприємств та сприяння стабільності фінансової системи. Тому слід високо оцінити сучасний розвиток ринку ОВДП, який завдяки новітнім технологіям відкритий як для бізнесу, так і для звичайних громадян.

### **Список використаних джерел:**

1. Міністерство фінансів України. Діяльність. Боргова політика. ОВДП URL:<https://mof.gov.ua/uk/ovdp>

2. З початку 2024 року уряд залучив від продажу ОВДП на аукціонах понад 74 млрд грн в еквіваленті, а загалом упродовж воєнного стану – понад 892 млрд грн в еквіваленті. Національний банк України/ URL:<https://bank.gov.ua/ua/news/all/z-pochatku-2024-roku-uryad-zaluchiv-vid-prodaju-ovdp-na-auksionah-ponad-74-mlrd-grn-v-ekvivalenti-a-zagalom-uprodovj-voyennogo-stanu--ponad-892-mlrd-grn-v-ekvivalenti>

3. Загальна сума збитків, завдана інфраструктурі України, зросла до майже \$155 млрд Kyiv School of Economics URL:<https://kse.ua/ua/about-the-school/news/zagalna-suma-zbitkiv-zavdana-infrastrukturi-ukrayini-zrosla-do-mayzhe-155-mlrd-otsinka-kse-institute-stanom-na-sichen-2024-roku/>

**Тихонов І. Ю.**  
Голова Правління  
АТ «Кредитвест банк»

## **АКТУАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ КЛІЄНТСЬКОГО СЕРВІСУ БАНКІВ ТА ЇХ ЗНАЧЕННЯ У ПОВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ УКРАЇНИ**

Конкуренція в умовах сучасного фінансового ринку стає як ніколи жорсткою. В даний час взаємодія з клієнтом може стати однією з ключових конкурентних переваг банку.

Як правило, на діяльність банку впливають три ключові «обмеження»:

1) швидке впровадження технологій (створюється складність для реалізації бізнес-можливостей банку, з'являються додаткові ризики);

2) зміни у поведінці клієнтів (лояльність клієнтів поступово знижується, їх вимоги до банківського бізнесу зростають – потрібно забезпечувати прозорість банківської діяльності, дотримуватися корпоративної відповідальності, забезпечувати перехід до діджитал-технологій [1]);

3) посилення конкуренції.

Клієнтський сервіс, як і інші складові бізнес-процесів сучасного банку, характеризується певною еволюцією. Ще кілька років тому ключовою характеристикою сервісу виступав користувацький інтерфейс, проте сьогодні створити яскравий і помітний продукт недостатньо. В даний час під клієнтським сервісом перш за все розуміється механізм, призначений для мінімізації кількості рутинних операцій користувача. Отже, ключову роль грає формування позитивного клієнтського досвіду.

Під трансформацією клієнтського сервісу розуміється перетворення всіх процесів роботи з клієнтами за допомогою застосування низки нововведень. Під подібними змінами розуміється удосконалення управлінських підходів, модернізація корпоративної культури та каналів внутрішньої та зовнішньої комунікації. Вказані зміни дуже актуальні під час роботи в умовах військового вторгнення росії, адже дозволяють банкам тримати клієнтський сегмент. Але у повоєнному відновленні України, без перебільшення, тільки модернізована модель взаємодії з клієнтами дозволить банку не втратити ринкову нішу.

По суті, уособленням початку нового етапу у розвитку клієнтського сервісу – його цифрової трансформації – стала поява data-centric підходу[2]. Якщо коротко, дата-центричний підхід – це архітектурний підхід, у якому інформаційна інфраструктура створюється навколо загальнодоступного сховища даних. За такого підходу дані про клієнта відіграють вагомійшу роль ніж програмне забезпечення та зміщується фокус на створення системи зберігання та обробки даних з єдиним сховищем даних, з фізичним або логічним доступом до нього.

Ефективне використання ключових інструментів цифрової трансформації дозволяє встановити позитивну динаміку таких показників, як зростання виручки та капіталізації, і разом з тим досягти підвищення прибутку банку. Цифрова трансформація клієнтського сервісу також сприяє оптимізації бізнес-процесів та раціональному розподілу наявних у банку ресурсів [3].

Можливості використання цифрових технологій у межах клієнтського сервісу здатні забезпечити низку масштабних позитивних змін відразу кількох бізнес-процесів (підвищення якості обслуговування, оптимізація операцій, впровадження нових бізнес-моделей) [4].

Цифрова трансформація клієнтського сервісу спрямована на створення єдиної Customer Data Platform, що містить абсолютно всю інформацію про клієнта, включаючи його звернення через чат-бот, персональні дані та попередній негативний досвід. Завдання банку в такому разі полягає в тому, щоб за допомогою цифрових технологій створити максимально заповнений профіль клієнта в системі, а також визначити всі точки дотику клієнта з банківськими продуктами.

До подібних інструментів слід відносити рішення, побудовані на базі Machine Learning, здатні забезпечити максимальну персоналізацію пропозицій залежно від отриманих у реальному часі поведінкових сценаріїв, і чат-боти на основі Artificial Intelligence (AI), що оцінюють наміри клієнта, розуміють сенс питань і контекст отриманих сповіщень.

Основна відмінність програм на основі штучного інтелекту полягає в їх здатності розрізняти реакції клієнтів, їх не можна розділити просто на позитивні та негативні, важливо пам'ятати, що кожна реакція унікальна, як і емоція, і почуття. Клієнт завжди розпізнає унікальний підхід до його проблеми, оцінить увагу, що виявляється з боку співробітника банку.

Таким чином, в даний час можна виділити кілька тенденцій, що спостерігаються у процесі трансформації клієнтського сервісу.

По-перше, використання AI (Artificial Intelligence, штучний інтелект) та подібних інструментів буде розвиватися. Наприклад, чат-боти із вбудованим AI об'єднують усі складові традиційних цифрових каналів клієнтського сервісу (повна функціональність, ідентифікація споживача та його запитів, генерація та відправка повідомлень) і персоналізують їх.

По-друге, клієнти вже чекають отримання гіперперсоналізованого досвіду. За рахунок визначення «больових точок» цільової аудиторії банки зможуть пропонувати комплексні рішення, здатні вирішити всі проблеми клієнтів.

Варто зазначити, що одними з перших про персоналізацію попиту заговорили фахівці з e-mail маркетингу. Завдяки розсилці листів не просто цільовій аудиторії, а саме вузькоспеціалізованій спільноті, яка виявляла явний інтерес до банківських продуктів, вдалося збільшити показники переходу за посиланнями банків.

По-третє, популяризація голосової чи v-комерції (управління діями за допомогою голосових команд). Такі рішення допомагають виконувати кілька завдань одночасно, миттєво дають необхідну клієнтам інформацію, здійснюють дію швидше, ніж на іншому пристрої і полегшують комунікацію з банком.

По-четверте, використання більшої кількості ботів. Один із найважливіших критеріїв, на який клієнти звертають увагу, – швидкість. Поява чат-ботів з AI дозволила банкам трохи розвантажити графік своїх співробітників, а також забезпечити кожному клієнту своєчасне отримання відповіді.

По-п'яте, розвиток прогнозної аналітики, яка гратиме ключову роль оптимізації проведення маркетингових кампаній банку. Активне використання платформи прогнозної аналітики дозволяє дуже точно та швидко генерувати рекламні оголошення та рекомендації банку для своїх клієнтів.

Загалом ефективність трансформації клієнтського сервісу, як і будь-якого бізнес-процесу, можна оцінити. Для цього можна використати основні метрики digital-маркетингу: коефіцієнт конверсії (Conversion Rate), вартість залучення клієнта (Customer Acquisition Cost), частка постійних клієнтів, які здійснюють повторні покупки банківського продукту (Customer Retention Rate), частота повторних покупок (Repeat Purchase Rate), сукупний прибуток з одного клієнта за весь час взаємодії (Lifetime Value), частка клієнтів, що відмовилися від продукту/послуги банку (Churn Rate), тощо.

Підсумовуючи, вкажемо, що ключове досягнення банківського сектору України – його стабільна робота, прибутковість та продовження кредитування клієнтів в умовах війни. Наріжним каменем цих позитивних результатів є співробітники банків: оператори контакт-центрів, інкасатори, працівники відділень і всі інші, хто забезпечував безперервність банківських послуг.

Важливу роль у забезпеченні офлайн-послуг для клієнтів відіграла спільна мережа POWER BANKING, створена за ініціативи НБУ, що працює в умовах блекауту [5]. Банки намагались якомога оперативніше відновлювати роботу відділень на прифронтових територіях і продовжують це робити. Хороші фінансові результати банківської системи зумовлено їх високою операційною ефективністю і адекватним клієнтським сервісом, продовження трансформації якого підвищить залученість клієнтів і відіграватиме значну роль у активізації ролі банків у повоєнному відновленні України.

### **Список використаних джерел:**

1. How the digital surge will reshape finance. *The Economist*. URL: <https://www.economist.com/finance-and-economics/2020/10/08/how-the-igital-surge-will-reshape-finance>
2. G. Pingen, J. van der Geest, M. Beaujon. Data Centric C2-Services Deployment: an Experiment on Fleets of Military Vehicles. *EasyChair Preprint*. 2021. № 6312. pp. 2–4.
3. Digitalisation of customer service. *Employee-2020*. URL: <https://engageemployee.com/digitalization-customer-service/>
4. Андрущук О.В., Головченко О.В., Капілевич В.О., Петрушен М.В. Використання датацентричного підходу при побудові інформаційної інфраструктури з використанням хмарних технологій. *Молодий вчений*. 2023. № 1(113). С.40-44.
5. За ініціативи Національного банку створена спільна банківська мережа POWER BANKING, яка працюватиме навіть в умовах блекауту. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/za-initsiativi-natsionalnogo-banku-stvorena-spilna-bankivska-mereja-power-banking-yaka-pratsyuvatime-navit-v-umovah-blekautu>

**Троян І. В.**

*ОПП «Міжнародна економіка», 3 курс бакалаврат  
Державний торговельно-економічний університет  
Науковий керівник – старший викладач кафедри банківської справи  
Сундук Т.Ф.*

## **МАЙБУТНЄ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ ПІСЛЯ ВІЙНИ**

Повномасштабна війна росії проти України надсильно вплинула як на життя кожного українця та українки, так і на життя держави. Велика війна призвела до окупації територій України, нищення інфраструктури, масової міграції, збоїв у