

УДК 330.567.28:336.717

Дубина М.В.,
доктор економічних наук, професор,
Федорів Ю.М.
здобувач вищої освіти на третьому рівні
спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа,
страхування та фондовий ринок»
Національний університет «Чернігівська політехніка»
м. Чернігів, Україна

ТЕОРЕТИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ ПЕРСОНАЛІЗАЦІЇ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

Цифрові технології сьогодні відкрили нові можливості, які фінансові установи можуть використовувати для удосконалення власної діяльності, підвищення ефективності роботи і забезпечення конкурентоспроможності на складному, висококонкурентному ринку фінансових послуг. Персоналізація є однією з таких можливостей, яку зазначені установи можуть використовувати, враховуючи потенціал інформаційно-комунікаційних технологій.

Персоналізація як окрема категорія вивчається в багатьох науках і сферах життєдіяльності людини, оскільки сучасні зміни в суспільстві сприяють індивідуалізації, підвищенню уваги до особистих вподобань, потреб людини. Вагому роль в цьому, як вже зазначалося, відіграли цифрові технології, які дозволяють впроваджувати дієві механізми персоналізації послуг, інформації, товарів і т.д.

У цілому, аналізуючи ті сфери, де сьогодні використовується принцип персоналізації товарів, послуг, можна виокремити декілька підходів до розуміння сутності цього поняття (рис. 1).

Банківські установи, небанківські фінансово-кредитні посередники, враховуючи високий рівень конкуренції на ринку кредитних послуг, намагаються підвищити рівень власної конкурентоспроможності за рахунок якості фінансових послуг і це стимулює їх до пошуку нових підходів, нових технологій, використання яких дозволило б їм забезпечити такий рівень. Персоналізація є фактично наслідком активного застосування фінансовими установами цифрових технологій, які у певний момент часу сформували потенціал до її використання в реальності. У сучасних умовах комерційні банки лише починають поступово розробляти, впроваджувати механізми персоналізації фінансових послуг, оскільки для цього існують і певні обмеження, як ресурсні, так і організаційні.

Розглянемо особливості персоналізації фінансових послуг, які надаються домогосподарствами банківськими установами. До них варто віднести наступні:

– приділення більшої уваги фінансовому стану домогосподарств, їх доходам та витратам, що у підсумку формує їх економічну модель споживання, аналіз якої дозволяє виокремити ті фінансові послуги, використання яких дозволяє максимально задовольнити послуги таких суб'єктів у зазначених послугах;

– здійснення аналізу неекономічних показників, які також характеризують домогосподарства, і визначають їх потреби у фінансових ресурсах, як в короткостроковому, так і в довгостроковому періоді (структура домогосподарства, наявність дітей, пожилих осіб, вік членів сім'ї, наявність власного житла, транспортних засобів, місце проживання і т.д.);

– врахування фінансових можливостей клієнтів у підсумку може визначати умови надання позик, наприклад, врахування періодів надходження їхніх власних коштів доцільно враховувати при визначенні термінів здійснення щомісячних платежів;

– аналіз структури домогосподарств, наявність дітей обумовлюють доцільність пропозиції спеціальних фінансових продуктів, які полягають в накопиченні коштів на освіту дітей, медичне страхування, у подальшому варто пропонувати програми іпотечного кредитування;

– наявність у домогосподарств власного бізнесу також змінює підхід банківської

установи до надання їм фінансових послуг, розширює можливості суб'єктів підприємницької діяльності використовувати більший спектр таких послуг для забезпечення надійності здійснення фінансових операцій, їх вчасності, використання короткострокових позик комерційних банків у власному бізнесі;



Рисунок 1 – Наукові підходи до обґрунтування сутності поняття «персоналізація»

Джерело: систематизовано авторами

– надання цифрових технологій, які дозволяють покращити управління власними фінансовими ресурсами, відстежувати отримані від банківських установ фінансові послуги, процес руху фінансових ресурсів на рахунках домогосподарств;

– в окремих випадках наявність персональних фінансових консультантів, які допомагають в управлінні фінансовими ресурсами окремим домогосподарством, дозволяє швидко надавати фінансові послуги, робити супровідні документи, повідомляти про нові фінансові продукти та їх умови; також фінансові консультанти можуть допомагати клієнтам користуватися цифровими можливостями для отримання фінансових послуг (онлайн банкінг, мобільні додатки, індивідуальні кабінети клієнтів);

– банківські установи у кооперації з іншими небанківськими фінансово-кредитними посередниками можуть пропонувати клієнтам не лише власні фінансові послуги, але і інші послуги, що дозволяє банку забезпечити комплексний підхід до задоволення потреб клієнтів у фінансових послугах (страхування, інвестування в цінні папери, придбання нерухомості, операції з дорогоцінними металами і т.д.);

– банківської установи самостійно використовують цифрові технології для аналізу фінансових можливостей домогосподарств, їх потенційні потреби у використанні тих або інших фінансових продуктів; це, у підсумку, також дозволяє підвищити прозорість надання

фінансових послуг домогосподарствам, що сприяє формуванню їхньої довіри до банківських установ;

– банківські установи повинні приділяти значну увагу наданню консультаційної та інформаційної підтримки для власних клієнтів, що є важливим елементом впровадження принципу персоналізації у діяльність банківської установи і дозволяє підтримувати оновлену модель надання фінансових послуг з урахуванням такого принципу домогосподарствам, які потребують фінансових консультацій та ін. [1; 2; 3].

У межах проведеного дослідження було поглиблено теоретичні положення здійснення банківськими установами персоналізації фінансових послуг домогосподарствам. У підсумку визначено, що такий підхід дозволяє зазначеним установам підвищити обсяги продажу власних фінансових продуктів, побудувати міцніші взаємозв'язки з клієнтами, що сприяє формуванню їхньої довіри до діяльності таких установ, підвищує репутацію комерційних банків та сприяє зростанню рівня їх конкурентоспроможності на ринку фінансових послуг.

Література:

1. Rysin V., Prokopenko O., Muravskiy O., Pechenko R., Holiachuk N., Zinchenko A. Personalization of Banking Products (Services) using Digitalization Technologies. *WSEAS TRANSACTIONS ON BUSINESS AND ECONOMICS*. 2023. Volume 20. Pp. 2528-2539. URL: <https://wseas.com/journals/bae/2023/e405107-2392.pdf>
2. Manoj Kumar Vandanapu. AI-Driven Personalization in Financial Services: Enhancing Customer Experience and Operational Efficiency. *Journal of Economics, Management and Trade*. 2024. Volume 30, Issue 11, Page 1-13. <http://publish.journalgazett.co.in/id/eprint/2197/1/Vandanapu30112024JEMT125867.pdf>
3. Vijaya Kanaparth. AI-based Personalization and Trust in Digital Finance. URL: <https://arxiv.org/pdf/2401.15700>