

4. Про інвестиційну діяльність: Закон України від 18 вересня 1991 р. №1560-ХІІ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>

5. Тріпак М., Лаврук О. Фінансові інвестиції у системі бухгалтерсько-го обліку. Економічний аналіз. 2020. Т. 30. № 3. С.197-204.

*Артем'єва Інга Олександрівна,
кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів, банківської
справи та страхування,
Національна академія статистики, обліку та аудиту*

ВИВЧЕННЯ КЛІЄНТІВ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ ЗА ДОПОМОГОЮ МЕТОДІВ BIG DATA

Сучасні банки усе більшою мірою визнають важливість цифрових технологій як потужного важеля для збільшення своїх прибутків, дотримання нормативних вимог і зміни досвіду клієнтів. Традиційна модель банкінгу, за якою банки завоювали та підтримували довіру своїх клієнтів на основі особистих контактів між ними і працівниками банку, проіснувавши не одну сотню років, уходить у минуле, адже вона не пристосована до сьогоденних реалій. В умовах глобалізації, високої мобільності населення жоден банківський службовець не у змозі мати точну інформацію про фінансові справи конкретного клієнта або не знає, як задовольнити його поточні фінансові потреби.

Нова модель обслуговування клієнтів орієнтована на постійний аналіз та збереження всієї інформації з традиційних та цифрових джерел, завдяки якій створюється електронний слід кожного клієнта. Потужного поштовху до інтенсифікації процесу цифровізації у банках надала криза, пов'язана з пандемією COVID-19, оскільки удосконалення взаємодії з банківськими установами для багатьох мільйонів їхніх клієнтів перейшло з розряду зручностей до розряду нагальних потреб. Зіткнувшись із зростаючою конкуренцією, регуляторними обмеженнями та потребами клієнтів, фінансові установи шукають нові способи підвищення ефективності. Тут на допомогу приходять призначені для обробки великих масивів даних новітні технології Big Data, які останніми роками усе більш активно використовуються і у фінансовій галузі.

Сервери комерційних банків містять гігантську кількість даних, зібраних з записів транзакцій, кредитних карток, відвідувань клієнтами

банківських відділень, чатів підтримки, журналів викликів, взаємодії у мережі Інтернет та ін. Окрім цього, сучасні люди охоче діляться інформацією про себе, залишаючи відгуки, коментарі і лайки, указуючи місце свого перебування, створюючи акаунти в соціальних мережах. За даними платформи Internet Live Stats, яка відображає інтернет-активність в режимі реального часу, сьогодні всесвітня мережа налічує майже 5,5 млрд інтернет-користувачів, близько 2 млрд веб-сайтів, мережі Facebook та Google+ мають майже 3,3 млрд та 1,2 млрд активних користувачів відповідно, кожного дня здійснюється близько 10 млрд пошукових запитів в Google. І ці показники неухильно зростають [1].

Усучасних умовах банкінг не може обмежувати себе лінійними модулями клієнта. Успіх у конкурентній боротьбі має передумовою точну аналітику даних про банківських клієнтів, глибоке розуміння їх потреб і пріоритетів, прогнози взаємодії наявних та потенційних клієнтів з конкретними фінансовими брендами. Традиційні бази даних просто не здатні забезпечити зберігання й адекватну обробку неухильно зростаючого обсягу інформації. Новітня модель обслуговування клієнтів банківських установ, яка базується на методах Big data, дозволяє практично у режимі реального часу аналізувати та зберігати різноманітну інформацію як з традиційних, так і з цифрових джерел, утворюючи електронний слід кожного з клієнтів, саме тому аналітика великих даних у банкінгу набула настільки великого значення. Нині банки можуть встановлювати більш багатогранний огляд клієнтів, використовуючи як транзакційну, так і особисту інформацію. Як основні напрями застосування Big Data у даній сфері можна відзначити наступні:

1) Аналіз доходів і витрат клієнтів. Доступ до величезної кількості даних стосовно доходів й витрат клієнтів (інформація про зарплату та доходи, які відображаються на їхніх рахунках), банк має змогу аналізувати цю інформацію і робити висновки про динаміку заробітної плати, про те, які джерела доходу були більш стабільними, які здійснювалися витрати, які канали використовувалися для тих чи інших операцій. Співставляючи дані, банки приймають обґрунтовані рішення щодо можливості надання кредиту, дають оцінку ризикам та розглядають, чи є клієнт зацікавленим у вигодах або інвестиціях. Окрім цього, банківська установа може оцінити майбутні доходи та витрати клієнтів, а також скласти деталізовані плани забезпечення прибутку [2-5].

2) Аналіз думок і настроїв клієнтів виконується на основі досліджень активної комунікації в мережі Інтернет, зокрема у соцмережах. Користувачі

обговорюють, ставлять лайки, критикують продукти, бренди, послуги. Аналіз думок дозволяє зрозуміти, які фінансові установи чи їхні послуги подобаються або не подобаються наявним та потенційним клієнтам, а також визначити причини таких настроїв і ідентифікувати ті джерела інформації та думок (засоби масової інформації, посадових осіб, експертів, блогерів, відомих особистостей), які мають найбільший вплив на цільові клієнтські групи.

Правильне використання отриманої інформації збільшує точність рішень банку, удосконалює управління зворотним зв'язком з клієнтами, дозволяє оперативніше та адекватніше реагувати на зауваження, що, у свою чергу, підвищує лояльність до бренду з боку клієнтів.

3) Вивчення стилю життя клієнтів (коли, у яких обсягах і де саме купують товари та послуги, куди їздять на відпочинок та ін. звички). Інформація про те, які рішення та дії клієнт здійснював раніше, дає підґрунтя для передбачення його майбутніх поступків [2-5].

4) Сегментація клієнтів. Після здійснення первинного аналізу банківська установа поділяє клієнтів на сегменти у відповідності до певних характеристик. Big Data надають ґрунтовне уявлення про звички клієнтів та їхні моделі витрат завдяки врахуванню таких чинників, як:

- ✓ демографічні показники клієнтів;
- ✓ моделі поведінки;
- ✓ кількість рахунків, пов'язаних із клієнтом;
- ✓ банківські продукти, якими в даний момент користуються клієнти;
- ✓ основні життєві події;
- ✓ пропозиції, від яких клієнти відмовилися раніше;
- ✓ продукти, які вони, швидше за все, придбають у майбутньому;
- ✓ налаштування послуг;
- ✓ ставлення до банку та багато іншого.

Сегментація клієнтів є звичним явищем у банківському секторі. Але аналітика Big Data полегшує її виводить на новий рівень, дозволяючи отримати уявлення про різноманітні аспекти життя клієнтів, зробити мікро-сегментацію, виявити зовсім нові сегменти, зрозуміти, які саме характеристики банківських продуктів є найважливішими для різних клієнтських груп [2-5].

Список використаних джерел

1. Internet Live Stats: website. URL: <https://www.internetlivestats.com>.
2. Bedeley R. Big Data Opportunities and Challenges: The Case of Banking

Industry (2014). SAIS 2014 Proceedings. 2. URL: <https://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1001&context=sais2014>.

3. Ostapchenya D. The Role of Big Data in Banking: How do Modern Banks Use Big Data? Finextra, 11.06.2021. URL: <https://www.finextra.com/blogposting/20446/the-role-of-big-data-in-banking--how-do-modern-banks-use-big-data>.

4. Giebe, C., Hammerström, L., Zwerenz, D. Big Data & Analytics as a sustainable Customer Loyalty Instrument in Banking and Finance. Financial Markets, Institutions and Risks. Volume 3. Issue 4. P. 74-88. 2019. URL: <https://armgpublishing.sumdu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/01/7-2.pdf>.

5. Филатова Е. Big Data на практике: 5 денежных идей для бизнеса. PaySpace Magazine (psm7.com), 19.02.2019. URL: <https://psm7.com/bank/big-data-na-praktike-5-denezhnyx-idej-dlya-biznesa.html>.

*Білоцерківець Володимир Вікторович,
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри міжнародної економіки,
політичної економії та управління,
Український державний університет науки і технологій*

ФІСКАЛЬНА ПОЛІТИКА ЯК МАКРОЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМ РОЗВИТКОМ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ: ІМПЕРАТИВИ КОВІДНОГО ТА ПОСТКОВІДНОГО СВІТУ

Початок 20-тих років ХХІ століття виявився надзвичайно буремними та неочікувано турбулентним як для світової економіки загалом, так й національної економіки України, зокрема. Завершення десятих років відбувалось під знаменом фіналу чергового середньострокового циклу, тривала висхідна хвиля економічної динаміки мала логічно перетворитись на свій антипод. Після 10 років невинного зростання світової економіки (2009-2018 рр.) та її головного драйвера – національної економіки Сполучених Штатів [1, 2] – слід було очікувати на значні переми.

Надзвичайно щедрі вливання в межах монетарної експансії ставали на заваді природному процесу, демпфували зростаючі перекося та дисбаланси у національній економіці, сприяли подальшому млявому економічному зростанню, затримуючі настання точки повороту. Втім, потенціал моне-