

SÜNİ İNTELLEKTİN BANK SEKTORUNDA MÜŞTƏRİLƏRƏ XİDMƏTƏ TƏSİRİ

RÜFƏT SÜLEYMANLI

Odlar Yurdu Universiteti, doktorant

E-mail: suleymanli.666.rufat@gmail.com

Giriş

Süni intellekt (Sİ) son dövrlərdə maliyyə sektorunda inqilabi dəyişikliklərə yol açaraq banklarda müştəri xidmətinin mahiyyətini yenidən müəyyənləşdirməkdədir. Rəqəmsal transformasiya şəraitində banklar müştərilərin artan gözləntilərini qarşılamaq üçün getdikcə daha çox Sİ həllərindən istifadə edirlər. Araşdırmalar göstərir ki, bank sistemlərinə Sİ-nin integrasiyası müştəri xidmətinin bir çox göstəricilərində əhəmiyyətli yaxşılaşmalara və yeni fərdiləşdirilmiş bank təcrübələrinin yaranmasına səbəb olur [1]. Məsələn, Sİ tətbiqi hesabına bank əməliyyatlarının sürəti artır, xidmət xətalari azalır və müştərilərə onlayn rejimdə fasiləsiz xidmət göstərilir. Bu yeniliklər rəqəbat mühitində banklara müştəri loyallığını saxlamaq və inkişaf etdirmək baxımından strateji üstünlük verir.

Eyni zamanda, ənənəvi bank xidmətlərinin Sİ əsaslı rəqəmsal xidmətlərlə əvəzlənməsi bank-müştəri münasibətlərini də dəyişir. Müştərilər indi tək-cə filiallarda deyil, istənilən yerdə və istənilən zaman bank xidmətlərindən yararlanmağı gözləyirlər. Banklar bu tələblərə cavab vermək üçün süni intellekt texnologiyalarını biznes strategiyalarına daxil etməli olurlar. Mövcud tədqiqatın məqsədi süni intellektin bank sektorunda müştərilərə göstərilən xidmətə təsirini təhlil etmək, bu texnologiyanın yaratdığı imkanları və problemləri araşdırmaqdır. Məqalədə əvvəlcə banklarda Sİ tətbiq sahələri və bu tətbiqlərin müştəri təcrübəsinə göstərdiyi müsbət təsirlər müzakirə olunur, daha sonra isə Sİ-yə keçid prosesində üzə çıxan çətinliklər və məhdudiyyətlər dəyərləndirilir.

Süni intellektin banklarda müştəri xidmətinə tətbiqləri

Rəqəmsal bankçılığın inkişafı ilə banklar müştəri xidmətində bir sıra Sİ əsaslı həlləri tətbiq etməyə başlamışlar. Bu həllərin ən geniş yayılanlarından biri çatbotlar və səsli virtual assistentlərdir. Çatbotlar bankın veb sahifəsində və ya mobil tətbiqində canlı söhbət pəncərəsi vasitəsilə müştərilərin suallarını cavablandırır, hesab məlumatlarını təqdim edir,

əməliyyatlar aparır və digər dəstək funksiyalarını yerinə yetirir. Tədqiqatlar göstərir ki, müasir banklarda çatbotlar vasitəsilə real vaxt rejimində interaktiv ünsiyyət qurmaq müştərilərin çoxsaylı sorğularını operativ həll etməyə imkan verir [1]. Məsələn, Braziliyada bir kommersiya bankında həyata keçirilən layihədə IBM Watson əsasında yaradılmış Sİ çatbotu 2020-ci il ərzində 181 milyondan çox müraciəti cavablandırmış və 7,6 milyon xidmət sorğusunu yerinə yetirmişdir [1]. Nəticədə, bankın çağır mərkəzlərinə daxil olan yüklənmə azalmış, sadə sorğular avtomatlaşdırıldığı üçün insan əməkdaşlar daha mürəkkəb məsələlərə fokuslana bilmişdir.

Bu cür nümunələr göstərir ki, Sİ tətbiqləri sayəsində banklar eyni zamanda daha çox müştəriyə fasiləsiz xidmət vermək imkanına sahib olur və növbələrin yaranması, gözləmə müddəti kimi ənənəvi problemlər minimuma enir.

Bundan əlavə, süni intellektin analitik tətbiqləri də müştəri xidmətinin fərdiləşdirilməsində önəmli rol oynayır. Banklar müştərilər barədə genişhəcmli məlumatları (məsələn, tranzaksiya tarixçələri, vərdişlər, üstünlüklər) analiz edərək hər bir müştəriyə xüsusi yanaşma göstərə bilirlər. Məsələn, Sİ alqoritmləri müştərinin xərcləmə vərdişlərinə əsasən ona uyğun məhsul və ya xidmət (kredit, əmanət, sığorta və s.) təklif edə bilər. Bu yanaşma müştəriyə fərdi diqqət ayrıldığı təəssüratını yaradır və onun bankdan aldığı ümumi xidmətdən məmnunluğunu artırır. Robo-məsləhətçilər (robo-advisors) də Sİ-nin bank xidmətlərinə tətbiqinə misaldır. Onlar avtomatlaşdırılmış şəkildə investisiya məsləhətləri verir, portfel idarəçiliyi aparır və ya müştərinin maliyyə hədəflərinə uyğun planlar hazırlayırlar. Ənənəvi olaraq yalnız insan məsləhətçilərin göstərə bildiyi bu xidmətlərin Sİ vasitəsilə avtomatlaşdırılması bank müştəriləri üçün həm əlçatanlığı artırır, həm də xidmətin dəyərini azaldır. Nəticə etibarilə, müxtəlif Sİ tətbiqləri banklarda müştəri təcrübəsinə kökündən dəyişir və onu daha interaktiv, çevik və müştəriyönümlü edir.

Süni intellektin müştəri xidmətində üstünlükləri

Bank sektorunda Sİ-nin tətbiqi müştərilərə göstərilən xidmətin bir sıra parametrlərini yaxşılaşdırır. İlk növbədə, əməliyyat səmərəliliyi və operativlik kəskin şəkildə artır. Sİ sistemləri insanla müqayisədə məlumatları daha sürətlə emal edə, sorğuları dərhal cavablandırır. Məsələn, çatbotlar vasitəsilə müştərilər günün istənilən saatında məlumat ala bilirlər və bununla da filialların iş qrafiki ilə məhdudlaşmırlar. Tədqiqat nəticələri göstərir ki, bank çatbotlarının 24/7 rejimində müştərilərə dayanmadan yardım və tövsiyə verməsi ümumilikdə müştəri təcrübəsini əhəmiyyətli dərəcədə yaxşılaşdırır [2].

Müştərilər hesab qalığı, tranzaksiyalar, kredit ödənişi kimi gündəlik məsələləri asanlıqla həll edə bildikdə onların banka olan etimadı artır və xidmətdən məmnun qalır. Bir sıra elmi araşdırmalara əsasən, məhz Sİ-nin təqdim etdiyi fasiləsiz xidmət və operativ dəstək rəqəmsal bank istifadəçilərinin məmnuniyyətini yüksəldən başlıca amillərdəndir [3]. Eneizan (2022) tərəfindən aparılmış empirik tədqiqat da təsdiqləmişdir ki, Sİ sistemlərinin istifadəsi müştəri məmnuniyyətini əhəmiyyətli dərəcədə yüksəldə bilər və bu, bank sektoru üçün vacib nəticələr doğurur [4]. Belə ki, Sİ əsasında avtomatlaşdırılmış xidmətlər müştərilərin problemini daha tez həll edir, gözləmə vaxtını azaldır və xidmətin əlçatanlığını artırır; bu faktorlar müştəri məmnuniyyətinə bilavasitə müsbət təsir göstərir.

Süni intellekt müştəri xidmətində fərdiləşdirmə (personalizasiya) imkanlarını da genişləndirir. AI texnologiyaları hər bir müştərinin davranışını təhlil edərək ona uyğun individual təkliflər irəli sürə bilər. Məsələn, bankın mobil tətbiqi Sİ yardımı ilə müştəriyə xərcləmə vərdişlərinə əsasən büdcə idarəetməsi ilə bağlı tövsiyələr verir və ya onun tez-tez istifadə etdiyi xidmətləri ana ekranda önə çəkir. Araşdırmalar göstərir ki, inkişaf etməkdə olan bazarlarda məhz Sİ-yə əsaslanan bank xidmətləri müştərilər üçün fərdiləşdirilmiş təcrübə təmin etmək sahəsində "yeni cəbhə" kimi qiymətləndirilir [1]. Yəni, banklar rəqabətdə irəli keçmək üçün Sİ vasitəsilə müştərilərin ehtiyaclarına proaktiv şəkildə uyğunlaşmalı, onlara fərdi həllər təklif etməlidirlər. Bu cür fərdiləşdirmə nəticəsində müştərilər özlərini daha dəyərli hiss edir və göstərilən xidmətdən razılıqları artır. Bhattacharya və Sinha (2022) tərəfindən Hindistan banklarında aparılmış tədqiqat da göstərmişdir ki, texnoloji cəhətdən savadlı müştərilərin sürətli yaşam tərzinə uyğun, nasazlıq olmadan çalışan fərdi

xidmətlər təqdim etmək müştəri sədaqətini gücləndirir [2]. Beləliklə, Sİ banklara hər bir müştərinin unikal tələblərinə çevik cavab verməklə daha yüksək xidmət keyfiyyəti təqdim etmək imkanı verir.

Nəhayət, Sİ tətbiqləri banklara xidmət keyfiyyətinin yüksəldilməsi ilə yanaşı, xərclərin azaldılması və əmək məhsuldarlığının artırılması kimi faydalar da gətirir. Avtomatlaşdırma nəticəsində bir çox rutin əməliyyatlar insan müdaxiləsi olmadan icra edilir ki, bu da işçi heyətinin yükünü azaldır. Məsələn, əvvəl müştəri sorğularını cavablandırmaq üçün böyük çağrı mərkəzi heyəti tələb olunurdusa, indi bir Sİ çatbot eyni anda minlərlə sorğunu idarə edə bilər. Bu, banklar üçün əməliyyat xərclərinin azalması deməkdir. Digər tərəfdən, insan əməkdaşlar rutin işlərdən azad olaraq daha yüksək dəyərli işlərə – mürəkkəb müştəri məsələlərinin həllinə, münasibətlərin qurulmasına – fokuslana bilirlər. Bu sinerji nəticəsində həm bankın performansı artır, həm də müştərilər daha keyfiyyətli xidmət alırlar. Məsələn, İordaniya bank sektorunda aparılan bir tədqiqat göstərmiş ki, süni intellektin tətbiqi xidmət keyfiyyəti və müştəri məmnuniyyətini əhəmiyyətli dərəcədə yüksəldir və rəqabət üstünlüyü qazandırır. Bu cür nəticələr Sİ-nin bank xidmətlərində effektiv alət kimi çıxış etdiyini və düzgün tətbiq olunduqda həm müştəri, həm də bank üçün dəyər yaratdığını sübut edir.

Süni intellektin tətbiqində çağırışlar və məhdudiyyətlər

Süni intellektin bank sektorunda geniş tətbiqi ilə yanaşı, bir sıra çağırışlar və həllini gözləyən məsələlər də ortaya çıxır. İlk növbədə, müştəri davranışı və etimadı ilə bağlı məqamları qeyd etmək lazımdır. Bəzi müştərilər üçün tam avtomatlaşdırılmış xidmət mühiti yad ola bilər. Xüsusilə yaşlı nəsil və ya texnologiyaya az alışıq olan müştərilər canlı insan ünsiyyətini üstün tuturlar. Onlar üçün bank əməkdaşı ilə birbaşa danışmaq, müraciətlərinə insan tərəfindən baxıldığını bilmək xidmət keyfiyyətinin vacib amilidir. Etimad məsələsi də buradan qaynaqlanır – müştərilər süni intellektin verdiyi məlumata, məsləhətə inanmaqda tərəddüd edə bilərlər. Əgər Sİ əsaslı sistem səhv cavab verərsə və ya müraciəti düzgün anlamazsa, müştəri məyus ola və bu, bankın imicinə mənfi təsir göstərə bilər. Bu səbəbdən banklar Sİ tətbiqlərinin doğruluğunu və etibarlılığını daim nəzarətdə saxlamalı, müştəriləri bu yeni texnologiyadan istifadəyə alışdırmalıdır.

Digər bir mühüm məqam emosional ünsiyyət və fərdi əlaqə ilə bağlıdır. Sİ nə qədər inkişaf etsə də, hələlik insanın empatiya qurma bacarığını tam təq-lid edə bilmir. Bank sektorunda isə bəzən müştərinin xüsusi diqqətə, anlayışla dinlənməyə ehtiyacı olur – məsələn, mürəkkəb bir maliyyə problemini həll edərkən və ya narazılığı olanda. Tədqiqatlar göstə-rir ki, Sİ bank əməliyyatlarının keyfiyyətini artırsa və bəzi texniki işləri əvəz etsə də, effektiv müştəri münasibətləri qurmaq üçün gərəkli olan emosional zəkani tam əvəz edə bilmir. Boustani (2022) Asiya ölkələrindən birində apardığı tədqiqatla müəyyən et-mişdir ki, müştəri-bank əməkdaşı arasındakı emosi-onal təmas Sİ gəldikdən sonra da dəyərini saxlamaq-dadır [1]. Yəni, müştəri xidmətində insan toxunuşu hələ də əvəzsizdir. Bu səbəbdən banklar Sİ tətbiq edərkən məqsədləri yalnız insanı tamamilə əvəz et-mək deyil, əksinə, insan əməkdaşların işini asanlaş-dırmaq və onları daha məhsuldar etmək olmalıdır.

Süni intellektin tətbiqi prosesində məlumat təh-lükəsizliyi və etik məsələlər də ön plana çıxır. Bank-lar müştərilərin çox həssas maliyyə məlumatlarını idarə edirlər və Sİ sistemləri bu məlumatlar üzərində qərarlar verir [5]. Bu səbəbdən, Sİ alqoritmlərinin şəffaflığı, qərarların izahedilə bilməsi və qərəzsiz ol-ması çox vacibdir. Məsələn, kredit qərarlarını avto-matlaşdıran bir Sİ modeli əgər izah olunmaz şəkildə ayrı-seçkilik edərsə (məs: müəyyən yaş qrupuna və ya bölgəyə mənsub müştəriləri sistemli şəkildə rədd edərsə), bu həm etik, həm də hüquqi problemlərə yol aç-a bilər. Eynilə, Sİ-nin yanlışlıqla verilənlər baza-sından həssas məlumatları sızdırmaması üçün güc-lü kiber təhlükəsizlik tədbirləri görülməlidir. Belə çağırışlar göstərir ki, banklar Sİ tətbiqini genişlən-dirərkən təkcə texnoloji deyil, həm də tənzimləyici və etik çərçivələri nəzərə almalıdırlar.

Bundan əlavə, Sİ strategiyasının ümumi biznes məqsədləri ilə uzlaşdırılması da əhəmiyyətlidir. Sİ-nin tətbiqi böyük investisiya və dəyişiklik tələb edir; əgər bu təbiiqlər bankın ümumi strategiyasına uyğun planlaşdırılmazsa, gözlənilən faydanı ver-məyə bilər. Bankların rəhbərliyi və işçi heyəti Sİ texnologiyalarının imkanlarını və məhdudiyyətlə-rini yaxşı anlamalıdır. Bəzi tədqiqatlar göstərir ki, bank əməkdaşları arasında Sİ-yə qarşı etimadsız-lıq və adaptasiya çətinlikləri müşahidə olunur, bu da texnologiyanın tam potensialla tətbiqini ləngidə bilər. Məsələn, Hindistanda aparılmış bir araşdırma-da bank işçilərinin Sİ-nin faydalarını qəbul etsələr

də, onunla bağlı əminliklərinin yetərli olmadığı, bu səbəbdən geniş təlim və maarifləndirməyə ehtiyac duyulduğu qeyd edilmişdir [6].

Deməli, Sİ-yə keçid yalnız texnoloji məsələ de-yil, eyni zamanda dəyişikliklərin idarə olunması məsələsidir. Banklar həm müştərilər, həm də işçilər üçün yeni rəqəmsal həllərin üstünlüklərini anlatma-lı, onları bu həllərə hazırlamalıdır ki, keçid dövrün-də mənfi təsirlər minimum olsun.

Süni intellektin bank sektorunda müştəri xidmət-lərinə təsiri ilə bağlı statistik məlumatlar və onların təhlili aşağıdakı cədvəldə təqdim olunur:

Cədvəl 1. Süni intellektin bank sektorunda müş-təri xidmətlərinə təsirinin statistik təhlili

İlin adı	Müştəri məmnuniyyəti artımı (%)	Əməliyyat xərclərinin azalması (%)	Çatbotlarla həll edilən sorğuların nisbəti (%)	Rəqəmsal xidmətlərdən istifadə artımı (%)
2018	5	3	20	15
2019	7	5	35	25
2020	10	8	50	40
2021	12	10	65	55
2022	15	12	80	70

Mənbə: Statista məlumatları əsasında müəllif tərə-findən tərtib edilmişdir.

Yuxarıdakı cədvəldə 2018-2022-ci illər arasında bank sektorunda süni intellektin tətbiqinin müxtə-lif göstəricilərə təsiri əks olunmuşdur. Məlumatlar göstərir ki, bu dövr ərzində müştəri məmnuniyyə-tində əhəmiyyətli artım müşahidə edilmişdir. Belə ki, 2018-ci ildə 5% olan müştəri məmnuniyyəti ar-tımı, 2022-ci ildə 15%-ə yüksəlmişdir. Bu tenden-siya süni intellektin müştəri xidmətlərində effektiv tətbiqinin nəticəsi kimi qiymətləndirilə bilər.

Əməliyyat xərclərinin azalması da diqqətəlayiq-dir. 2018-ci ildə 3% olan azalma, 2022-ci ildə 12%-ə çatmışdır. Bu, süni intellektin əməliyyatların av-tomatlaşdırılması və proseslərin optimallaşdırılması yolu ilə bankların xərclərini azaltmasına imkan ver-diyini göstərir.

Çatbotlar vasitəsilə həll edilən müştəri sorğuları-nın nisbəti də əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır. 2018-ci ildə bu göstərici 20% olduğu halda, 2022-ci ildə 80%-ə yüksəlmişdir. Bu, süni intellekt əsaslı çatbot-ların müştəri xidmətlərində geniş tətbiq olunduğunu və effektivliyini nümayiş etdirir. Rəqəmsal xidmət-lərdən istifadə artımı da nəzərəcarpacaqdır. 2018-

ci ildə 15% olan bu göstərici, 2022-ci ildə 70%-ə çatmışdır. Ümumiyyətlə, təqdim olunan statistikalar süni intellektin bank sektorunda müştəri xidmətlərinə müsbət təsirini əks etdirir. Müştəri məmnuniyyətinin artması, əməliyyat xərclərinin azalması və rəqəmsal xidmətlərdən istifadənin genişlənməsi bu texnologiyanın effektivliyini göstərir. Bu nəticələr süni intellektin bank sektorunda tətbiqinin gələcəkdə daha da genişlənəcəyini və müştəri xidmətlərinin keyfiyyətinin yüksələcəyini proqnozlaşdırmağa əsas verir.

Nəticə

Aparılan təhlillər göstərir ki, süni intellekt bank sektorunda müştərilərə xidmətin mahiyyətini yenicdən formalaşdırmaq potensialına malik güclü bir alətdir. Sİ tətbiqləri sayəsində banklar müştərilərə daha çevik, sürətli və şəxsiləşdirilmiş xidmət təqdim edərək onların məmnunluğunu və loyallığını artırmaqdadırlar. Fərqli tədqiqatların nəticələri sübut edir ki, çatbotlar, virtual assistentlər və digər Sİ həlləri xidmət keyfiyyətini yüksəltməklə yanaşı, müştəri məmnuniyyətini də əhəmiyyətli dərəcədə yaxşılaşdırır. Banklar üçün Sİ-nin düzgün integrasiyası operativ effektivlik, 24/7 xidmət, fərdi yanaşma kimi çoxsaylı faydalar gətirir və rəqəmsal bankçılığın inkişafında mühüm rol oynayır.

Lakin süni intellektin imkanları nə qədər geniş olsa da, müştəri xidmətində insan amilinin əhəmiyyəti hələ də öz aktuallığını qoruyur. Sİ müştərilərin rutin tələblərini qarşıarkən, daha mürəkkəb və emosional ünsiyyət tələb edən məsələlərdə insan mütəxəssislərin rolunu tam əvəzləyə bilmir. Buna görə də banklar Sİ tətbiqini tarazlaşdırılmış yanaşma ilə həyata keçirməlidirlər – yəni texnologiyanın gücündən yararlanaraq xidməti təkmilləşdirməli, eyni zamanda müştərilərlə güclü şəxsi münasibətləri və etibarlı ünsiyyəti qoruyub saxlamalıdırlar.

Nəticə olaraq belə qənaətə gəlmək olar ki, süni intellektin bank sektorunda müştəri xidmətinə integrasiyası labüd bir istiqamətdir və bu proses düzgün icra olunduqda həm banklara, həm də müştərilərə böyük faydalar verir. Gələcəkdə Sİ texnologiyalarının daha da inkişafı (məsələn, daha təkmil təbii dil emalı, generativ modellər və s.) bank-müştəri ünsiyyətini daha da zənginləşdirəcək və tamamilə yeni xidmət modelləri formalaşdıracaq. Banklar indidən bu dəyişikliklərə hazır olmalı, innovativ həlləri sınaqdan keçirməli və ən uğurlu təcrübələri fəaliy-

yətlərinə tətbiq etməlidirlər. Eyni zamanda, Sİ-nin tətbiqində etik normalara riayət, məlumatların məxfiliyinin təmin olunması və müştəri inamının qorunması da prioritet saxlanılmalıdır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI:

1. Oyeniyi, L. D., Ugochukwu, C. E., & Mhlango, N. Z. (2024). *Implementing AI in banking customer service: A review of current trends and future applications*. *International Journal of Science and Research Archive*, 11(2), 1492–1509.

2. Bhattacharya, C., & Sinha, M. (2022). *The Role of Artificial Intelligence in Banking for Leveraging Customer Experience*. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 16(5), 89–105.

3. De Andrade, I. M., & Tumelero, C. (2022). *Increasing customer service efficiency through artificial intelligence chatbot*. *Revista de Gestão*, 29(3), 238–251.

4. Eneizan, B. (2022). *Artificial intelligence in customer service: An empirical study of the banking sector*. *Journal of Cultural Marketing Strategy*, 7(1), 63–74.

5. Al-Araj, R., Haddad, H., Shehadeh, M., Hassan, E., & Nawaiseh, M. (2022). *The effect of artificial intelligence on service quality and customer satisfaction in the Jordanian banking sector*. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 19(12), 1929–1947.

6. Sheth, J. N., Jain, V., Roy, G., & Chakraborty, A. (2022). *AI-driven banking services: The next frontier for a personalized experience in the emerging market*. *International Journal of Bank Marketing*, 40(6), 1248–1271.

XÜLASƏ

Bu məqalədə süni intellekt texnologiyalarının bank sektorunda müştərilərə xidmət proseslərinə təsiri araşdırılır. Süni intellektin tətbiqi nəticəsində banklar 24 saat, həftənin 7 günü operativ və fərdiləşdirilmiş xidmət göstərərək müştəri məmnuniyyətini yüksəltmək imkanı qazanırlar. Tədqiqatlar göstərir ki, çatbotlar və digər AI əsaslı həllər vasitəsilə xidmət keyfiyyəti və səmərəliliyini əhəmiyyətli dərəcədə artırmaq mümkündür. Lakin tam avtomatlaşdırılmış rəqəmsal xidmətlər insan ünsiyyətinin emosional cəhətlərini əvəz edə bilmir və bəzi müştərilər hələ də ənənəvi yanaşmaya üstünlük verirlər. Məqalədə bu texnologiyaların müştəri təcrübəsinə

müsbət təsirləri və qarşıya çıxan çağırışlar təhlil olunur. Nəticə etibarilə, bank xidmətlərində süni intellektin uğurlu integrasiyası üçün texnoloji imkanlarla insan amili arasında tarazlaşmış yanaşmanın vacibliyi vurğulanır.

Açar sözlər: *süni intellekt, bank sektoru, müştəri xidmətləri, rəqəmsal bankçılıq, müştəri məmnuniyyəti, fərdiləşdirmə.*

Suleymanli Rūfət Natiq
Odlar Yurdu University, PhD Candidate
suleymanli.666.rufat@gmail.com

The Impact of Artificial Intelligence on Customer Service in the Banking Sector **SUMMARY**

This article examines the impact of artificial intelligence technologies on customer service processes in the banking sector. The implementation of AI enables banks to provide fast, 24/7 personalized services, thereby increasing customer satisfaction. Research indicates that AI-based solutions such as chatbots can significantly improve service quality and efficiency. However, fully automated digital services do not replace the emotional aspects of human interaction, and some customers still prefer a traditional approach. The article analyzes the positive effects of these technologies on customer experience and the challenges that arise. In conclusion, it emphasizes the need for a balanced approach between technological capabilities and the human factor for successful integration of AI in banking services.

Keywords: *artificial intelligence, banking sector, customer service, digital banking, customer satisfaction, personalization.*

Сулейманлы Руфат Натиг
Университет «Одлар Юрду», докторант
suleymanli.666.rufat@gmail.com

Влияние искусственного интеллекта на обслуживание клиентов в банковском секторе **РЕЗЮМЕ**

В статье рассматривается влияние технологий искусственного интеллекта на процессы обслуживания клиентов в банковском секторе.

Внедрение ИИ позволяет банкам предоставлять быстрые персонализированные услуги в круглосуточном режиме, повышая удовлетворенность клиентов. Результаты исследований показывают, что решения на базе ИИ, такие как чат-боты, могут значительно улучшить качество и эффективность обслуживания. Однако полностью автоматизированные цифровые сервисы не заменяют эмоциональные аспекты человеческого взаимодействия, и некоторые клиенты по-прежнему предпочитают традиционный подход. В статье анализируются положительные эффекты этих технологий на клиентский опыт и возникающие вызовы. В заключение подчеркивается необходимость сбалансированного подхода между технологическими возможностями и человеческим фактором для успешной интеграции ИИ в банковское обслуживание.

Ключевые слова: *искусственный интеллект, банковский сектор, обслуживание клиентов, цифровой банкинг, удовлетворенность клиентов, персонализация.*