

УДК 338

**Р. Стрельбіцька, студентка групи ПКмз-61**

Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя, Україна

Науковий керівник: О.Берестецька, канд.екон.наук, доц.

## **ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМ РОБОТИ З КЛІЄНТАМИ З ВИКОРИСТАННЯМ СУЧАСНИХ ІКТ НА ПРИКЛАДІ АТ «УКРПОШТА»**

**R.Strelbitska, student of PK - 61 group**

Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ukraine

Supervisor: Olena Berestetska, Ph.D.in Economics, Assos Prof.

## **IMPROVEMENT OF CLIENT WORK SYSTEMS WITH THE USE OF MODERN IT IT COMMUNICATION TECHNOLOGIES ON THE EXAMPLE OF "UKRPOSHTA" JSCY**

Дослідження розвитку підприємств поштового зв'язку дозволяє всебічно простежити процеси обробки даних та роботи з клієнтами з використанням новітніх технологій. Інформатизація є основним рушієм, що впливає на формування позитивного іміджу та діяльність поштових систем, покращуючи їхні головні сегменти. Вона передбачає якісне надання інформаційних послуг користувачам, мобільність технічного обладнання, зручність отримання та передавання товарів й швидкість оплати послуг. Покращена організація робочого процесу заохочує користувачів різних вікових категорій співпрацювати із підприємствами поштового зв'язку.

Поштова діяльність ґрунтується на поєднанні кількох форм у процесі обробки інформації. Паперова форма подання інформації у вигляді документів: чеків за оплату послуг та товарів, маркованих конвертів та марок, виписок періодичних та неперіодичних видань тощо. Електронна форма виражена через оплату податків, комунальних послуг, заборгованостей, товарів за допомогою QR-кодів та поштових додатків. Поштова сфера поєднує паперові і електронні форми надання послуг, що підтримує користувачів поштових сервісів [2].

Формуванню позитивного іміджу підприємства (бренда) «Укрпошта» означає заслужити довіру споживачів [1, с.291], а цьому сприяє робота операторів поштового зв'язку, що виконують послуги - побажання клієнтів. Актуальність питання формування іміджу поштових служб є безсумнівною і потребує врахування запитів користувачів цифрового інформаційного середовища

ІКТ (інформаційно-комунікаційні технології) – це термін, який означає використання комп'ютерів, програмного забезпечення, мереж і інших технологій для обробки, передачі і зберігання інформації. Вони включають в себе широкий спектр технологій, таких як Інтернет, мобільні пристрої, соціальні медіа, бази даних, хмарні обчислення, програмування і багато іншого. ІКТ використовуються у різних сферах, від освіти та бізнесу до медицини та наукових досліджень. Вони дозволяють збільшити ефективність роботи, покращити доступ до інформації та спростити комунікацію.

Інформаційно-комунікаційні технології в роботі з клієнтами відіграють дуже важливу роль у сучасному бізнесі. Технологічний прогрес дозволяє підприємствам забезпечити більш ефективний та зручний сервіс для своїх клієнтів, а також спростити та прискорити взаємодію з ними.

Передумови ІКТ включають наявність необхідних технічних засобів і з'єднань, а також наявність, розвиток і використання програмного забезпечення інформаційних систем.

Деякі з передумов для використання інформаційно-комунікаційних технологій можуть включати:

- доступ до комп'ютерів або інших пристроїв (наприклад, смартфонів, планшетів) із доступом до Інтернету;

- наявність надійного та стабільного підключення до Інтернету, що дозволяє передавати дані без перебоїв;
- уміння користуватися комп'ютером та основними програмами (наприклад, браузером, текстовим редактором тощо);
- доступ до відповідної програмної підтримки, наприклад, операційних систем, офісних пакетів, програм для обробки зображень чи відео, програм для створення веб-сайтів тощо;
- розуміння принципів цифрової безпеки та заходів безпеки інформації;
- навички використання ІКТ у практичних ситуаціях, таких як пошук інформації, спілкування в мережі, створення та редагування документів, використання електронної пошти тощо.

Виходячи з цього, АТ «Укрпошта» може вдосконалити свою роботу з клієнтами, використовуючи сучасні інформаційно-комунікаційні технології завдяки:

- розробленню та поліпшенню онлайн-сервісів, такі як відстежування посилок, онлайн-замовлення послуг, розрахунок вартості доставки та інші. Це забезпечить зручність і легкість взаємодії клієнта з Укрпоштою;
- вдосконаленню мобільного додатка, що дозволить клієнтам швидко та зручно переглядати інформацію про посилки, здійснювати оплату за послуги, слідкувати за новинами та акціями Укрпошти та звертатися до служби підтримки;
- організації бізнесу у соціальних мережах та наданням послуг через цей бізнес-майданчик, а також створенню бота: відповідати на запитання, вирішувати проблеми та повідомляти клієнтам про оновлення та акції;
- спрощенню процесу обміну документами з клієнтами, вводячи електронний документообіг. Це забезпечить швидкість та надійність обробки документів, а також зменшить витрати на паперову документацію;
- впровадженню системи онлайн-консультацій для забезпечення швидкої відповіді на запитання клієнтів. Це дозволить клієнтам отримувати оперативну допомогу без необхідності звертатися до фізичної точки обслуговування [3];
- покращенню безпеки своїх послуг, використовуючи технології шифрування та інших кібербезпекових заходів для захисту персональних даних клієнтів та попередження кібератак.

Впровадження цих пропозицій допоможе Укрпошті поліпшити якість надання послуг клієнтам та дасть можливість сформувати позитивний імідж та репутацію АТ «Укрпошта», адже кожне підприємство, яке працює в конкурентному середовищі, зобов'язане приділяти значну увагу власному іміджу, який в результаті визначає ставлення до компанії не тільки працівників та клієнтів, але й ділових партнерів.

### **Література**

1. Блажей І.О. Формування позитивного іміджу бранда у свідомості споживача. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Випуск 4. 2015. С.290 - 293.
2. Укрпошта загальна інформація. URL: <https://mtu.gov.ua/content/ukrposhta-zagalna-informaciya.html>
3. Укрпошта запустила оновлений контакт-центр. URL: <https://areon.ua/news/ukrposhta-vidicial/>