

Ковальова О.М.,
канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри обліку, аналізу і аудиту,
Національний університет «Одеська політехніка»
м. Одеса

ПРОБЛЕМАТИКА ЕМОЦІЙНОГО ЗВ'ЯЗКУ ЗІ СПОЖИВАЧЕМ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ ТА ОРГАНІЧНОГО ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ ФІНТЕХУ У ПОВСЯКДЕННЕ ЖИТТЯ КЛІЄНТА

Наукове дослідження за Проєктом №2025.05/0013 «Дослідження розвитку фінтех-інновацій для післявоєнного економічного розвитку в Україні» виконане за рахунок коштів гранту Президента України, наданого Національним фондом досліджень України.

В умовах воєнного стану та актуальних соціально-економічних викликів, на рішення щодо управління особистими фінансами населення впливає низка кваліфікуючих факторів, серед яких можна виділити: рівень фінансової грамотності, емоційно-психологічні фактори, інфляційні очікування, поведінкові патерни тощо. В свою чергу процеси діджиталізації фінансових послуг є провідною тенденцією як для світового, так і для українського фінансового сектору, що трансформує і бізнес-модель оферентів фінансових послуг, і фінансову поведінку споживачів та клієнтські очікування на фінансовому ринку.

У відповідності до аналітичного звіту “World Report Series 2025. Retail Banking” [1], конкурентоспроможність фінансової установи у теперішній час залежить не лише від ступеня цифровізації її фінансових послуг, але й визначається здатністю формувати персоналізований досвід взаємодії з клієнтом, що сприяє побудові довірчих відносин, емоційної прихильності та довгострокової лояльності споживачів. Однією з провідних передумов забезпечення утримання емоційного взаємозв'язку виступає інтеграція інноваційних цифрових технологій у операційну діяльність, а саме імплементація механізмів штучного інтелекту, що дозволяє проводити комплексне дослідження даних у режимі реального часу, реагування на проблемні запитання та передбачення змін у потребах і запитах клієнтів на засадах аналізу великих масивів даних. Це сприяє підвищенню якості клієнтського досвіду через забезпечення зручності користування, оперативності транзакцій, поглиблення можливостей менеджменту особистих фінансів та персоналізації сервісів. Отже, актуальність ринковим потребам оферента фінансового сектору вимагає постійного удосконалення фінансових послуг у відповідності до трансформації очікувань клієнтів в умовах стрімкої цифровізації суспільства та економіки.

Фінтех дозволив переосмислити економічні відносини взаємодії зі споживачем фінансових послуг в контексті їх трансформації у комплексне

бачення наскрізного цифрового досвіду залучення, утримання та задоволення запитів клієнтів.

Стрімке масштабування сервісів та розширена присутність на фінансовому ринку у сучасних умовах доступна для гравців сектору, які гармонійно поєднують у своїй діяльності технологічні новації із простотою алгоритмів, гейміфікацією та доступністю отримання фінансових послуг, що дозволяє підвищити охоплення цільової аудиторії на засадах органічного впровадження інновацій фінтеху у повсякденне життя клієнта.

Одним з прикладів успішних фінтех-проектів у світовій практиці є “Revolut”, де інноваційні технології поєднуються з персоналізованим користувацьким досвідом, простотою використання сервісів, а також орієнтацією на потреби клієнтів. Встановлення емоційного зв'язку зі споживачем фінансових послуг даної компанії може бути також оцінено через призму її органічного зростання: приблизно 70 % нових роздрібних клієнтів у 2023 р. було доєднано за рекомендаціями інших користувачів сервісу [1]. На тлі міжнародного досвіду цифровізації фінансового сектору в умовах економічної турбулентності, Україна має шанс використати новітні фінтех-рішення для відновлення економіки та побудови сталої фінансової інфраструктури. Відтак, на українському фінансовому ринку необанк “Monobank” застосовує аналогічну стратегію із надання винагороди за запрошеного нового користувача, що у 2026 р. було поширено й на реферальну програму по фізичним особам-підприємцям.

Втім, проблематика побудови емоційного зв'язку зі споживачем фінансових послуг в Україні може бути інтерпретована й в контексті запитання довіри споживачів до фінансових установ, адже в умовах забезпечення післявоєнного економічного відновлення, особливу роль буде відігравати транспарентність, відкритість звітності та добросовісна етична практика суб'єкта фінансової системи. Високий ступінь довіри споживачів до фінансових установ має визначальну роль при акумуляції та подальшому розподілі фінансових ресурсів, що визначає критичність аспектів захисту персональних даних, забезпечення кібербезпеки та дотримання регуляторних вимог. У свою чергу, брак довіри до фінансових інституцій унеможливорює залучення ресурсів фінансовими посередниками на довгострокових засадах, що є перепорою для їх подальшого перерозподілу, та, зокрема, спрямування у фінансові інструменти післявоєнного економічного відновлення в Україні.

Цифрова нерівність є важливим соціально-економічним викликом, що зумовлює відмінності доступу до фінансових технологій та є перепорою для формування належного рівня довіри до діяльності фінансових установ в умовах воєнного стану. У відповідь на зазначені виклики, підвищення рівня довіри до фінансових установ потребує системної та послідовної роботи з боку всіх стейкхолдерів: державних інституцій, професійних

учасників фінансового ринку та їх об'єднань, фінтех-провайдерів в контексті дотримання найкращих практик обслуговування клієнтів, інформаційної відкритості, ефективності регуляторних та гарантійних інструментів, та забезпечення безперервної комунікації з клієнтом. Саме консолідація зусиль суб'єктів фінансової системи на макро- та мікрорівнях сприятиме формуванню обізнаності споживачів про фінансові продукти, послуги та інноваційні фінансові технології [2]. Водночас, зростання рівня фінансової обізнаності населення сприяє підвищенню довіри до цифрових фінансових платформ, фінансових технологій та масштабуванню практики їх використання. Це свідчить про значущість інструментарію фінансової освіти для аспекту фінансової інклюзії в контексті підготовки споживачів до ефективного використання фінтех-інновацій.

Іншою стороною діджиталізації фінансових послуг є підвищена залежність споживачів від рішень автоматизованих цифрових систем, що впливає на здатність виважено приймати фінансові рішення у сфері управління особистими фінансами. Отже, попри численні переваги фінтеху, вони формують нові ризики, що потребують належного управління та регуляторного контролю.

В умовах невизначеності економічного середовища, важливими детермінантами використання фінтех-послуг виступають й психологічні чинники, що моделюють фінансову поведінку клієнтів фінансового сектору не завжди на раціональних засадах під впливом емоцій тривожності та страху.

Протягом останніх років можна простежити зсув у переліку критеріїв оцінювання фінансових інституцій споживачами фінансових, ключову роль в якому належить розвитку інноваційним фінансовим технологіям. У побудові стійкого емоційного зв'язку зі споживачем фінансових послуг першочергового значення набуває надійність захисту та безпека персональних даних клієнтів, стабільність роботи цифрових систем, дотримання етичних принципів у питаннях корпоративного управління, що доповнює усталеність підходів до оцінювання фінансових інституцій у площині ділової репутації учасника фінансового сектору, довіри до бренду та терміну співпраці [3].

Таким чином, розвиток інноваційних фінансових технологій у фінансовому секторі обумовив трансформацію взаємовідносин з клієнтом у розрізі органічного впровадження інновацій у повсякденне життя клієнта з одночасною появою низки нових ризиків, які потребують уваги суб'єктів фінтех-екосистеми для побудови стійкого емоційного зв'язку зі споживачем фінансових послуг. Визначений комплекс викликів потребує врахування при розробці стратегії просування фінансового продукту, послуги та сервісів у фінансовому секторі з метою зміцнення довіри як до провайдерів фінтех-послуг, так і до оферентів.

Список використаних джерел

1. World Report Series 2025. Retail Banking. Research Institute Capgemini. 2025. URL: https://www.capgemini.com/fr-fr/wp-content/uploads/sites/6/2025/03/WRBR_25_Final.pdf (дата звернення: 12.05.2026).

2. Філіппова С.В., Ковальова О.М., Малін О.Л. Аналіз результатів опитування щодо дослідження особливостей використання фінансових технологій українцями до та під час війни в Україні : Аналітичне дослідження. Одеса: Одеська політехніка, 2023. 45 с. URL: https://economics.op.edu.ua/files/analytics/01_UUT23_2-U.pdf (дата звернення: 12.05.2026).

3. Balachandramurthy E., Swapna N.S. The impact of FinTech on consumer financial behaviour and decision-making. *International Journal for Multidisciplinary Research*. 2026. Vol. 8, Is. 3. URL: <https://www.ijfmr.com/papers/2026/3/78745.pdf> (дата звернення: 12.05.2026).

Леонова Є.С.,

здобувачка першого рівня вищої освіти

Науковий керівник – **Ружинська Н.О.,**

канд. екон. наук, доцент

Державний податковий університет

м. Ірпінь

ПЛАНУВАННЯ НА ВИРОБНИЧОМУ ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ: ТЕОРІЯ ТА ВИКЛИКИ

Невизначеність перестала бути винятком – вона стала постійним фоном господарської діяльності. Для виробничих підприємств це означає, що традиційна логіка планування – поставив ціль, розподілив ресурси, отримав результат – більше не працює так, як раніше. Зовнішнє середовище змінюється швидше, ніж встигають оновлюватися плани, а горизонт передбачуваності скорочується. Планування залишається необхідним – але його форма, логіка і горизонт мають відповідати середовищу, в якому працює підприємство.

Коли середовище стабільне, планування координує – узгоджує дії підрозділів, задає орієнтири, розподіляє ресурси. В умовах невизначеності його роль змінюється: воно стає механізмом утримання керованості – здатності підприємства розуміти, де воно знаходиться і в якому напрямі рухається, навіть коли картина постійно змінюється. Основними завданнями виробничого планування є: забезпечення цілеспрямованого