

УДК 336.73:33.06
JEL: G10; G21
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-9-342-350>

ТЕОРЕТИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ КРЕДИТНИХ УСТАНОВ В УМОВАХ КАСТОМІЗАЦІЇ СФЕРИ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

©2024 ДУБИНА М. В., ПОЦЕЛУЙКО І. В., ШВЕЦЬ М. А.

УДК 336.73:33.06
JEL: G10; G21

Дубина М. В., Поцелуйко І. В., Швець М. А. Теоретичні положення функціонування кредитних установ в умовах кастомізації сфери фінансових послуг

Розвиток ринку кредитних послуг відіграє ключову роль у формуванні умов для економічного розвитку України. Без ефективного функціонування такого ринку створити сприятливі умови для активізації господарської діяльності основних економічних суб'єктів у країні неможливо. Саме тому уряди розвинених країн приділяють вагомому увагу розвитку зазначеного ринку й особливо регулюванню пропозиції позикових коштів на ньому фінансовими установами. Сучасний тренд цифровізації сфери фінансових послуг розширює можливості кредитних установ у власній діяльності, підвищенні продуктивності та ефективності роботи. Активне використання таких технологій дозволяє автоматизувати значну кількість рутинних операцій, які здійснюються в межах таких установ. Також інформаційно-комунікаційні технології сприяють підвищенню якості кредитних послуг і, відповідно, формують нові умови та напрями її забезпечення. Зазначені технології сьогодні дозволяють поступово впроваджувати принцип кастомізації в діяльність кредитних установ і тим самим підвищувати рівень задоволеності клієнтів кредитними послугами. Відповідно, у статті проаналізовано сутність кастомізації кредитних послуг, що реалізовано на основі детального дослідження змісту «кастомізації» як окремого поняття, що використовується при дослідженні особливостей надання різних послуг економічним суб'єктам; обґрунтовано та пояснено сутність «кастомізації фінансових послуг» та виокремлено її специфічні риси. На основі детального розгляду впливу війни на функціонування кредитних послуг, а також опису особливостей економічної діяльності кредитних установ було визначено особливості кастомізації кредитних послуг у сучасних умовах. З урахуванням конкретизації змісту такої кастомізації запропоновано її розглядати як процес адаптації умов надання кредитів різним економічним суб'єктам з урахуванням їх індивідуальних характеристик, можливостей і потреб. Також у статті вагомому увагу приділено дослідженню впливу кастомізації кредитних послуг на забезпечення конкурентоспроможності кредитних установ на ринку фінансових послуг. При цьому конкретизовано переваги впровадження принципу кастомізації у діяльність зазначених установ.

Ключові слова: кредитна установа, ринок кредитних послуг, кастомізація, персоналізація, кастомізація фінансових послуг, кредитна послуга, кастомізація кредитної послуги.

Рис.: 2. Бібл.: 18.

Дубина Максим Вікторович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування, Національний університет «Чернігівська політехніка» (вул. Шевченка, 95, Чернігів, 14027, Україна)

E-mail: maksim-32@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5305-7815>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/F-3291-2014>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56912277800>

Поцелуйко Ігор Володимирович – аспірант кафедри фінансів, банківської справи та страхування, Національний університет «Чернігівська політехніка» (вул. Шевченка, 95, Чернігів, 14035, Україна)

E-mail: potseluikoigor@gmail.com

Швець Максим Андрійович – аспірант кафедри фінансів, банківської справи та страхування, Національний університет «Чернігівська політехніка» (вул. Шевченка, 95, Чернігів, 14035, Україна)

E-mail: msvec1998@gmail.com

UDC 336.73:33.06
JEL: G10; G21

Dubyna M. V., Potseluiko I. V., Shvets M. A. The Theoretical Provisions of the Functioning of Lending Institutions in the Context of Customization of the Financial Services Sector

The development of the lending services market plays a key role in creating conditions for the economic development of Ukraine. Without the effective functioning of such a market, it is impossible to create favorable conditions for the intensification of economic activity of the main economic entities in the country. That is why the governments of developed countries pay considerable attention to the development of the relevant markets and especially to the regulation of the supply of borrowed funds on these markets by financial institutions. The current trend of digitalization of the financial services sector expands the capabilities of lending institutions in their own activities, increasing productivity and efficiency. The active use of such technologies makes it possible to automate a significant number of routine operations to be carried out within such institutions. Also, information and communication technologies contribute to improving the quality of lending services and, accordingly, form new conditions and directions for its provision. At the present day, these technologies enable to gradually introduce the principle of customization into the activities of lending institutions and thereby increase the level of customer satisfaction with lending services. Accordingly, the article analyzes the essence of customization of lending services, which is implemented on the basis of a detailed study of the content of «customization» as a separate concept used in the study of the features of the provision of various services to economic entities; the essence of «customization of financial services» is substantiated and explained, and its specific features are allocated. Based on a detailed consideration of the impact of the ongoing war on the functioning of lending services, as well as a description of the features of the economic activity of lending institutions, the peculiarities of customization of lending services in the current conditions are determined. Taking into account the specification of the content of such customization, it is proposed to consider it as a process of adaptation of the conditions for granting loans to different economic entities, taking into account their individual characteristics, capabilities and needs. The

article also pays considerable attention to the study of the impact of customization of lending services on ensuring the competitiveness of lending institutions in the financial services market. The advantages of introducing the principle of customization into the activities of these institutions are specified.

Keywords: lending institution, lending services market, customization, personalization, customization of financial services, lending service, customization of lending services.

Fig.: 2. **Bibl.:** 18.

Dubyna Maksym V. – D. Sc. (Economics), Professor, Head of the Department of Finance, Banking and Insurance, National University "Chernihiv Polytechnic" (95 Shevchenka Str., Chernihiv, 14027, Ukraine)

E-mail: maksim-32@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5305-7815>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/F-3291-2014>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorid=56912277800>

Potseluiko Ihor V. – Postgraduate Student of the Department of Finance, Banking and Insurance, National University "Chernihiv Polytechnic" (95 Shevchenka Str., Chernihiv, 14035, Ukraine)

E-mail: potseluikoigor@gmail.com

Shvets Maksym A. – Postgraduate Student of the Department of Finance, Banking and Insurance, National University "Chernihiv Polytechnic" (95 Shevchenka Str., Chernihiv, 14035, Ukraine)

E-mail: msvec1998@gmail.com

Розвиток ринку кредитних послуг сьогодні відбувається в умовах надскладних економічних, соціальних і політичних викликів. Фінансові установи намагаються активізувати функціонування такого ринку, надаючи позики економічним суб'єктом. Проте значний негативний вплив війни зумовлює складність цього процесу, особливо в частині значного погіршення фінансового стану громадян і суб'єктів підприємницької діяльності.

Цілком зрозуміло, що забезпечити відновлення національної економіки і загалом подальший розвиток господарства України без розвитку ринку кредитних послуг неможливо. Саме тому питання активізації діяльності фінансових установ у сфері кредитування економічних суб'єктів є актуальним, і уряд України, а також Національний банк України намагаються впровадити заходи для стимулювання зазначеної діяльності. При цьому важливу роль у подальшому розвитку ринку кредитних послуг відіграватимуть цифрові технології, їх активне використання у фінансовій сфері для прискорення процесу надання позик суб'єктам господарювання, зниження рівня кредитного ризику для банківських і небанківських кредитних установ.

Одним із важливих трендів подальшого розвитку ринку кредитних послуг є поступова кастомізація таких послуг, що сьогодні можна здійснити через активне використання інформаційно-комунікаційних технологій фінансовими установами при здійсненні таких фінансових послуг. Саме врахування потреб окремих клієнтів, їхнього фінансового стану, можливостей обслуговувати позики дозволяє банкам у більш гнучкому режимі надавати позики тим економічним суб'єктам, які можуть їх обслуговувати й ефективно використовувати. Відповідно, кастомізація кредитних послуг у подальшому може дозволити банківським установам і небанківським кредитним установам значно

підвищити рівень ефективності власної кредитної діяльності через організацію більш дієвої системи кредитування економічних суб'єктів.

54% споживачів фінансових установ США хочуть, щоб фінансові постачальники використовували їхні дані для надання більш персоналізованого банківського досвіду. Крім того, 72% лідерів банківського сектора стверджують, що персоналізація в банківській справі стає ще більш затребуваною під час економічної невизначеності [14].

Отже, окреслене актуалізує питання поглиблення теоретичних положень щодо функціонування кредитних установ в умовах кастомізації сфери фінансових послуг.

Особливості та напрямки функціонування ринку кредитних послуг, кредитних установ на сьогодні активно досліджується науковцями з урахуванням важливості кредитних ресурсів для розвитку національної економіки України. Серед авторів, які проводять дослідження в цьому напрямку, передусім варто виокремити таких: О. Донець, А. Жаворонок, В. Коваленко, Д. Кретов, Г. Миськів, І. Мурашківська, О. Попело та ін.

Питання підвищення якості надання кредитних послуг, використання цифрових технологій у цьому напрямку, впровадження принципу кастомізації таких послуг розглядаються в наукових працях Р. Вінтера, С. Коха, Б. Ланца, М. Перссона, А. Семенова та ін.

Проте, незважаючи на численні напрацювання науковців у сфері функціонування ринку кредитних послуг, розробки напрямків стимулювання фінансових установ до здійснення кредитної діяльності, розвитку в умовах нестабільності, цифровізації сфери фінансових послуг, актуальним залишається питання дослідження впливу інформаційно-комунікаційних технологій

на кредитну діяльність банківських і небанківських фінансових установ, ефективного використання таких технологій для підвищення якості кредитних послуг та ефективною взаємодією між позичальниками і кредиторами в межах ринку фінансових послуг.

Метою статті є обґрунтування теоретичних положень функціонування кредитних установ в умовах кастомізації сфери фінансових послуг.

На наше переконання, кастомізація загалом сфери фінансових послуг буде подальшим трендом розвитку фінансових установ, і дедалі більше банків і небанківських фінансово-кредитних посередників будуть впроваджувати моделі продажу власних фінансових продуктів на основі використання індивідуальних потреб і можливостей їхніх клієнтів.

В умовах воєнного вторгнення розвиток кредитних установ в Україні зумовлений безпосередньо наслідками такого вторгнення для загального функціонування ринку кредитних послуг. Війна в Україні вплинула на діяльність усіх без винятку кредитних установ і призвела до такого:

- ✦ погіршення платоспроможності клієнтів, багато з яких втратили роботу, житло, повинні були переїхати до інших регіонів для збереження власного життя або взагалі виїхати за кордон;
- ✦ зниження кількості клієнтів через виїзд їх за територію України;
- ✦ необхідність перегляду умов кредитування, врахування поточного фінансового стану клієнтів та їхньої здатності обслуговувати власні кредити, здійснення реструктуризації позик;
- ✦ зниження обсягів кредитування як громадян, так і суб'єктів підприємницької діяльності, підвищення вимог кредитних установ до своїх клієнтів;
- ✦ втрата окремих активів, інфраструктури, відділень кредитними установами, які залишилися на окупованих територіях або взагалі були повністю зруйновані;
- ✦ відтік значної кількості працівників, які змушені були змінити місце проживання, виїхали за межі території України або були мобілізовані;
- ✦ погіршення макроекономічної ситуації в країні, що також вплинуло на розвиток кредитної діяльності банківських установ;
- ✦ поглиблення співпраці між кредитними установами та органами державної влади в частині реалізації програм щодо підтримки іпотечного кредитування, надання пільгових позик малому та середньому бізнесу.

Розвиток кредитних установ у різних умовах їх функціонування зумовлений особливостями їхньої економічної діяльності, серед яких варто виокремити такі:

- ✦ є фінансовими посередниками, які виконують опосередковану роль між різними економічними суб'єктами, одні з яких мають потребу у фінансових ресурсах, а інші мають тимчасово вільні кошти, що можуть надаватися в розпорядження кредитним установам для того, щоб вони надалі видавали позики тим суб'єктам, які їх потребують;
- ✦ надають позики різних типів і різним економічним суб'єктам, що значно ускладнює процес кредитування клієнтів банківських і небанківських фінансово-кредитних установ, оскільки видача позик вимагає організації відповідного операційного процесу;
- ✦ здійснюють ризиковану діяльність, яка пов'язана з можливим неповерненням позики економічними суб'єктами з різних причин, що негативно впливає на фінансовий стан кредитних установ;
- ✦ діяльність таких установ регламентується нормативно-правовими актами Національного банку України щодо регулювання діяльності банківських і небанківських кредитних установ;
- ✦ здійснення кредитної діяльності вимагає побудови відповідної системи кредитного менеджменту, у межах якої групуються взаємопов'язані процеси розробки кредитних продуктів, їх продажу, обслуговування позик, які були видані різним економічним суб'єктам, робота з проблемною кредиторською заборгованістю;
- ✦ забезпечення ефективної кредитної діяльності фінансових установ пов'язано з підтримкою власної фінансової стійкості, що досягається шляхом забезпечення необхідного обсягу ліквідності, формування відповідних резервів для покриття можливих збитків від неповернення позик;
- ✦ фінансові установи в межах ринку кредитних послуг взаємопов'язані між собою, що поглиблює і взаємовплив на фінансову діяльність одна одної;
- ✦ кредитні установи сьогодні є одними з центрів розробки та впровадження цифрових технологій у сфері фінансових послуг і загалом у межах національної економіки [2; 3; 6].

Банківські установи та інші кредитні посередники постійно намагаються вдосконалити власні продукти, підвищити якість обслуговування клієнтів. Сьогодні це досягається за допомогою актив-

ного використання потенціалу цифрових технологій. Саме такі технології дозволяють зазначеним установам змінювати сам підхід до надання фінансових послуг своїм клієнтам, що пов'язано з розробкою кожним банком власних систем онлайн-обслуговування, мобільних застосунків для зручності здійснення фінансових операцій. Наступним кроком, на наше переконання, буде відбуватися розуміння важливості впровадження принципу кастомізації в діяльність фінансових установ, створення індивідуальних фінансових продуктів для різних категорій клієнтів. Це дасть змогу банківським і небанківським кредитним посередникам гнучкіше реагувати на потреби своїх клієнтів і тим самим забезпечувати собі можливості кращого використання власного кредитного потенціалу.

Розглянемо детальніше сутність кастомізації та її особливості.

Перше систематизоване дослідження проблеми кастомізації здійснив Джозеф Пайн, який у книзі «Masscustomization: The new frontier in business competition» (1992) надав власну інтерпретацію сутності стратегії «MassCustomization», навів приклади масової індивідуалізації товарів, розглянув такі питання, як розроблення стратегії масової індивідуалізації, зміни, що відбуваються в організаціях, які працюють за умов масової індивідуалізації, конкурентні переваги таких організацій та ін. [1; 16].

Зауважимо, що кастомізація на сьогодні в переважній більшості наукових праць вивчається в межах сфери послуг, де досліджуються питання адаптації надання таких послуг під індивідуальні потреби клієнтів. У фінансовій сфері про кастомізацію та важливість впровадження цього принципу в діяльність фінансових установ почали говорити недавно, оскільки саме цифрові технології при їх правильному використанні можуть дозволити зазначеним установам використовувати зазначений принцип у своїй діяльності.

Кастомізація – це процес розробки продукту, послуги відповідно до індивідуальних потреб, можливостей та попиту окремих користувачів або груп потенційних клієнтів.

Кастомізація – це практика адаптації досвіду використання послуги конкретним споживачем на основі сторонніх даних, зібраних відповідно про цю особу. Це включає дії на вебсайті або в застосунку, наприклад фінансової установи [17].

Серед особливостей кастомізації можна виокремити такі:

- ✦ гнучкість у створенні продуктів, послуг, які можуть бути змінені перед покупкою відповідно до бажань, потреб клієнтів;

- ✦ надання додаткових послуг у рамках обслуговування, формування особистих каналів взаємозв'язку з клієнтами, що дозволяє чіткіше розуміти їхні потреби й тим самим визначати можливості задоволення їхніх потреб;
- ✦ впровадження такого підходу вимагає більш детальної уваги до розробки продуктів, послуг, створення їх таким чином, щоб вони могли адаптуватися під індивідуальні потреби клієнтів;
- ✦ надає можливість клієнтам у разі потреби змінювати отримувані послуги, продукти, товари під власні потреби, що може здійснюватися самостійно (наприклад, зміна інтерфейсів інформаційних систем, вебсайтів), або вже продавцем (наприклад, шиття одягу);
- ✦ притаманний універсальний характер, оскільки принцип кастомізації може використовуватися в різних сферах і галузях національної економіки, насамперед тих, де відбувається прямий взаємозв'язок між покупцем і продавцем товарів або послуг;
- ✦ вимагає додаткових витрат від продавців товарів, послуг, оскільки процес їх створення та розробки ускладнюється, враховуючи необхідність надання можливостей клієнтам створювати продукти й адаптувати послуги під власні індивідуальні потреби;
- ✦ вимагає аналізу доцільності впровадження принципу в операційну діяльність окремих економічних суб'єктів та ін. [9, с. 557; 5, с. 184].

Ураховуючи окреслене, можемо також розглянути сутність та особливості кастомізації фінансової послуги.

Передусім кастомізація фінансової послуги – це процес адаптації фінансових продуктів, які розроблені банківськими та небанківськими фінансовими установами відповідно до індивідуальних потреб економічних суб'єктів, особливостей їхньої господарської діяльності, територій розміщення і т. ін. (рис. 1).

Кастомізація фінансової послуги – це не абсолютно нова тенденція, а переосмислення бізнес-моделей, використання яких дозволяло залучати споживачів до банків до епохи масового маркетингу. Кілька десятиліть тому споживачі відвідували банки, де знали всіх співпрацівників, які мали можливість підібрати їм найкращі умови обслуговування з тих, які пропонувалися фінансовою послугою. Сьогоднішній світ набагато більш фрагментований [15].

Для забезпечення кастомізації фінансових послуг, наприклад, банківські установи повинні спо-

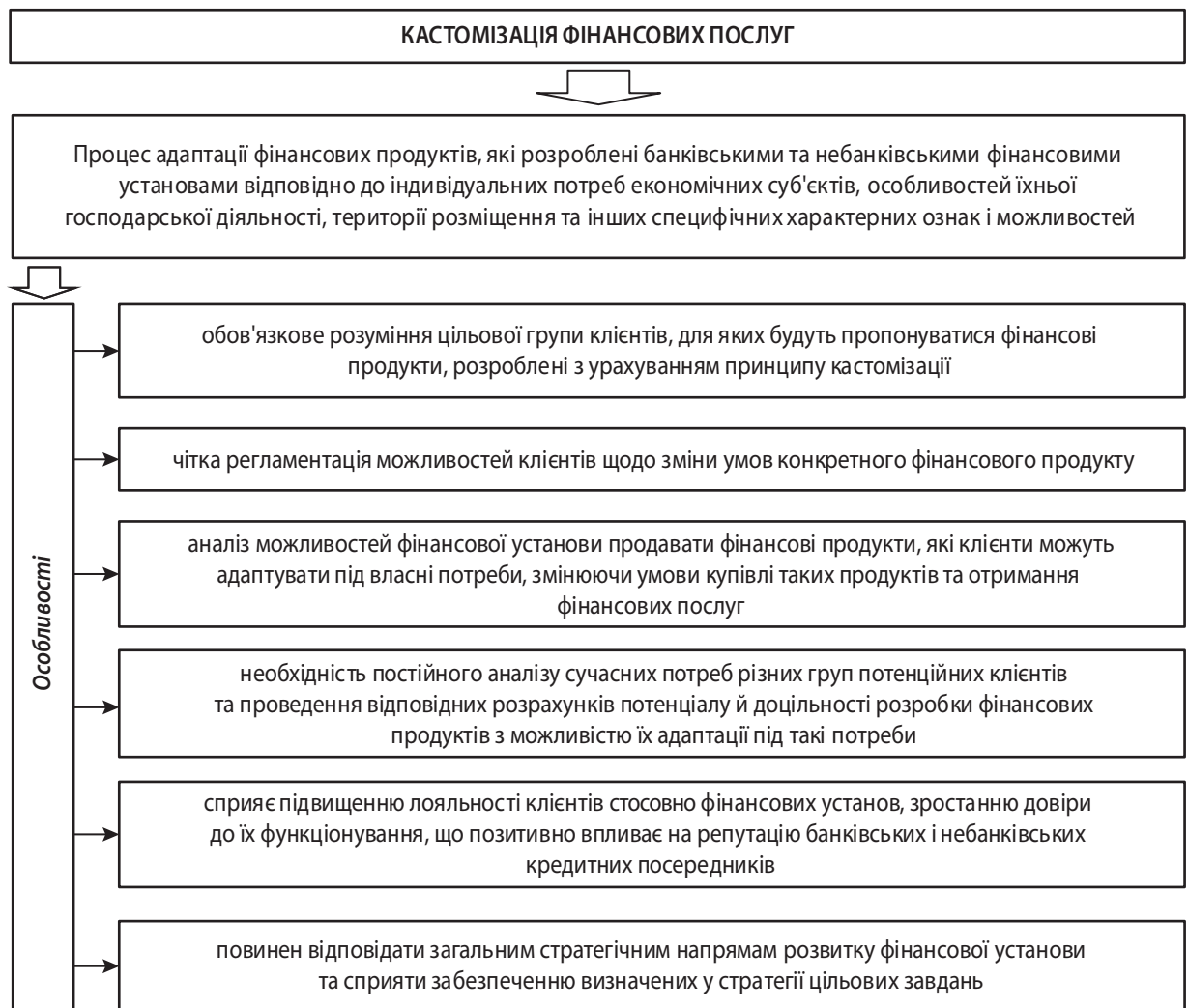


Рис. 1. Сутність та особливості кастомізації фінансових послуг

Джерело: сформовано авторами на основі [4; 14; 15; 18].

чатку зібрати великий масив інформації про своїх клієнтів, яка аналізується й обробляється складним аналітичним програмним забезпеченням на основі штучного інтелекту та машинного навчання. У підсумку на основі отриманої інформації банківські установи можуть коригувати свої послуги відповідно до вподобань конкретного клієнта [14].

Розглянемо детальніше роль кастомізації в розвитку кредитних установ і, відповідно, у процесі створення та продажу кредитних продуктів.

Кастомізація кредитної послуги полягає в адаптації умов надання позик потенційним клієнтам до їхніх індивідуальних потреб. Уже сьогодні можна стверджувати, що кредитні установи пропонують своїм клієнтам різні кредитні продукти, враховуючи їхній фінансовий стан і потреби. Проте здебільшого в основі розробки таких продуктів використовуються загальні критерії розподілу по-

тенційних позичальників (специфіка економічної діяльності, вік, сфера працевлаштування тощо). На наше переконання, кастомізація все ж таки полягає у використанні більш гнучкого підходу до розробки кредитних продуктів і врахуванні більшої кількості факторів, які притаманні різним типам клієнтів і відрізняють їх між собою.

До специфічних рис кастомізації кредитних послуг належать такі:

- ✦ можливість для клієнтів обирати терміни погашення позики, обирати схему виплати відсотків за позиками;
- ✦ можливість диференціації відсоткових ставок для різних типів клієнтів, враховуючи їхні індивідуальні характерні риси (місце роботи, якість кредитної історії, сімейний стан, поточний фінансовий стан і т. ін.);
- ✦ можливість вибору схеми погашення позики, що може надавати можливість клієнтам обирати період виплати основної суми та відсотків, визначати спосіб оплати позики;

- ✦ можливість використання клієнтами кредитних ліній, які їм відкриваються фінансовими установами й умови використання яких можуть постійно змінюватися згідно з моделлю кредитної поведінки позичальника (вчасність сплати основної суми та відсотків за позиками, обсяги використання позикових ресурсів, реагування на запити кредитної установи, дзвінки її працівників і т. ін.);
- ✦ важливість розробки окремих кредитних продуктів для різних типів клієнтів (споживчі кредити, іпотечні кредити, кредити для постійних клієнтів, кредити для VIP-клієнтів);
- ✦ можливість використання індивідуального підходу до реструктуризації позик у разі виникнення непередбачуваних фінансових складнощів у позичальника, що може здійснюватися з урахуванням його попередньої кредитної історії, аналізу історії взаємозв'язку з кредитною установою;
- ✦ необхідність активного використання цифрових технологій сприяє автоматизації розробки кредитних продуктів з урахуванням індивідуальних потреб клієнтів;
- ✦ можливість використання в маркетинговій роботі фінансових установ для продажу не лише кредитних фінансових продуктів та ін. [8; 10; 11; 13].

Аналізуючи сутність та особливості кастомізації кредитної послуги, можна виокремити переваги використання такого підходу в кредитній діяльності фінансових установ (рис. 2).

Як уже зазначалося, кастомізація може відігравати важливу роль у формуванні конкурентних переваг фінансових установ на ринку кредитних послуг і загалом позитивно впливати на їх фінансовий стан. Наслідками використання цього підходу до розробки та продажу кредитних продуктів для господарської діяльності кредитних установ можуть бути такі:

- ✦ *впровадження принципу клієнтоорієнтованості* дає можливість кредитним установам підвищити власну репутацію, сприяє підвищенню лояльності клієнтів, що безпосередньо впливає на їх кількість;
- ✦ *розширення кредитної діяльності через розробку нових продуктів для різних категорій клієнтів*, що позитивно впливає на формування доходів кредитних установ, стабільність їхньої фінансової діяльності з урахуванням диверсифікації кредитних ризиків;
- ✦ *зниження загального кредитного ризику*, оскільки відбувається ретельніше оцінюван-

ня фінансового стану потенційних позичальників і продаж їм кредитних продуктів з урахуванням результатів такого оцінювання;

- ✦ *можливість розробки, продажу кредитних продуктів з кращими умовами кредитування на ринку*, оскільки для окремих груп потенційних клієнтів можуть пропонуватися менші відсоткові ставки за аналогічні кредитні продукти в інших фінансових установах;
- ✦ *сприйняття клієнтами кредитної установи як інноваційної, технологічної установи*, яка постійно вдосконалює свою діяльність і впроваджує нові принципи обслуговування клієнтів;
- ✦ *підвищення аналітичної роботи в кредитних установах* з метою впровадження моделей кращого дослідження стану ринку кредитних послуг, фінансових можливостей потенційних клієнтів, аналізу можливих доходів та прибутку від диверсифікації кредитних послуг, їх індивідуалізації;
- ✦ *поступове впровадження моделі цифрової трансформації кредитної установи*, що позитивно впливає на продуктивність її функціонування, ефективність використання ресурсів та підвищує стабільність такої роботи, а це знову ж таки позитивно впливає на формування репутації банківських і небанківських кредитних установ;
- ✦ *забезпечення зростання довіри до кредитних установ* через якісне обслуговування, пропозиції індивідуальних кредитних продуктів, більш гнучкий підхід кредитних установ до співпраці з власними клієнтами.

ВИСНОВКИ

Отже, у статті проведено поглиблення теоретичних положень функціонування кредитних установ в умовах кастомізації сфери фінансових послуг. Для цього було детально проаналізовано вплив війни на функціонування кредитних установ в Україні та конкретизовано особливості функціонування цих фінансових посередників. З'ясовано, що початок військової агресії негативно вплинув на функціонування всіх фінансових посередників, кредитні установи змушені були зупинити видачу позик економічним суб'єктам, а сьогодні зіштовхуються з наслідками складних політичних, економічних і соціальних викликів. Проте також з'ясовано, що загалом кредитні установи функціонують стабільно, видаючи позики економічним суб'єктам, співпрацюючи з урядом у напрямку підтримки реалізації державних програм у сфері іпотечного кредитування, підтримки малого та середнього бізнесу.

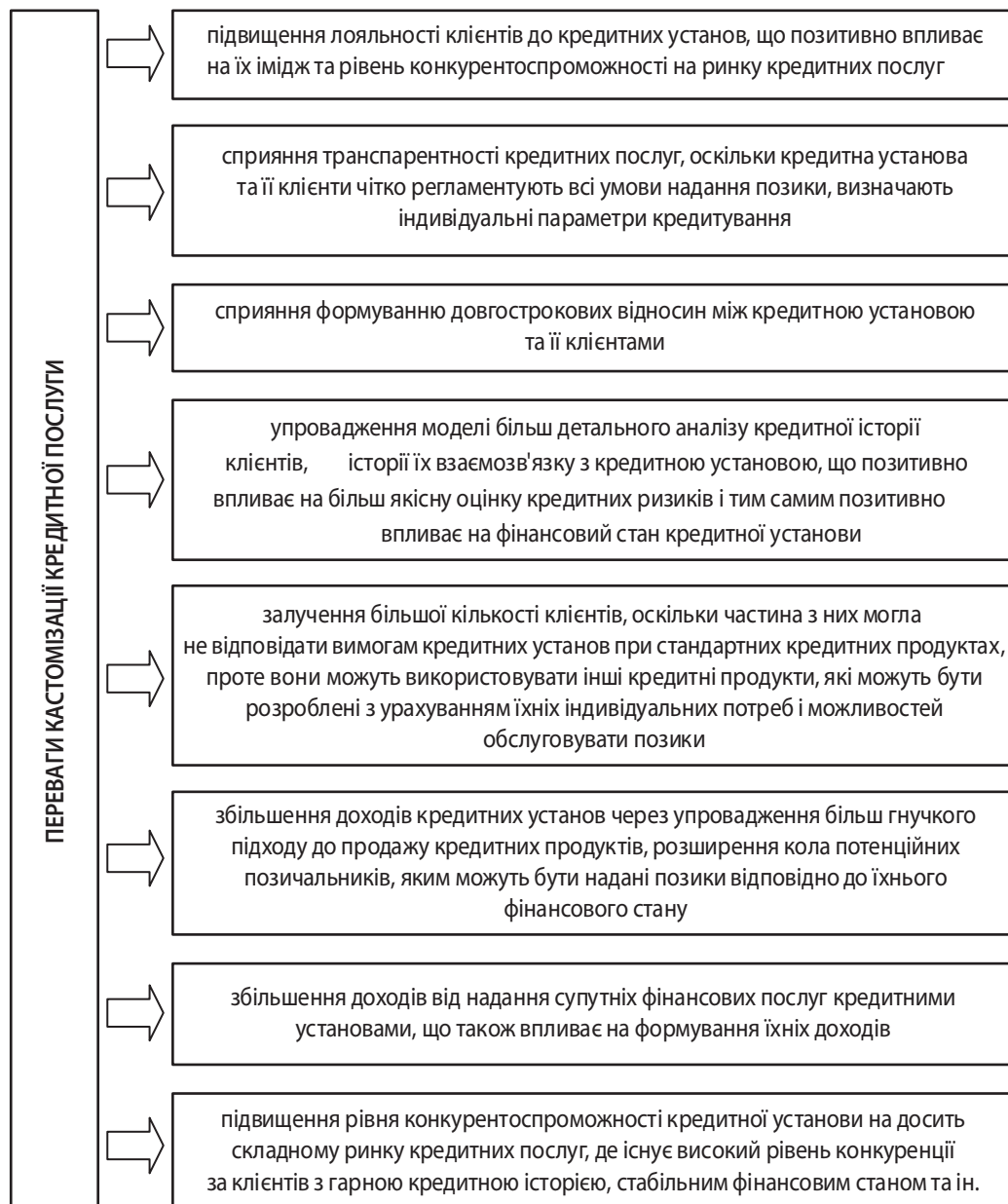


Рис. 2. Переваги кастомізації кредитної послуги

Джерело: сформовано авторами з урахуванням [5, с. 185; 7; 17].

У статті встановлено, що цифровізація сфери кредитних послуг у будь-якому випадку сприятиме і поступовому впровадженню принципу кастомізації їх надання. Відповідно було конкретизовано сутність кастомізації та особливості її здійснення в сучасних умовах. У подальшому це дозволило конкретизувати зміст кастомізації загалом фінансових послуг і визначити специфічні риси трансформації сформованої моделі надання таких послуг суб'єктам господарювання. У підсумку встановлено, що вже сьогодні фінансові установи поступово впроваджують принцип кастомізації у свою діяльність, створюючи фінансові продукти таким чином, щоб максимально врахувати потреби та можливості потенційних клієнтів.

Основна увага у статті приділена дослідженню процесу кастомізації саме кредитних послуг. Відповідно було обґрунтовано сутність такої кастомізації та визначено, що вона полягає в адаптації умов надання позик потенційним клієнтам до їхніх індивідуальних потреб, враховуючи їх фінансовий стан. Детальний розгляд специфіки функціонування кредитних установ, особливостей процесу кредитування та сутності принципу кастомізації дозволив визначити специфічні риси кастомізації кредитних послуг. Установлено, що зазначена кастомізація дозволяє кредитним установам підвищити якість власних послуг, розширити можливості залучення нових клієнтів, сприяє формуванню додаткових обсягів доходу, а в підсумку –

позитивно впливає на рівень конкурентоспроможності таких установ. Відповідно, у статті на основі детального розгляду переваг кастомізації кредитних послуг було описано їхню роль у розвитку кредитних установ та забезпеченні їхньої фінансової стабільності в межах ринку фінансових послуг. ■

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Белікова Н. О., Хомік О. М., Томащук О. Г. Алгоритм створення кастомізованих електронних курсів для підготовки майбутніх фахівців у вищих закладах освіти. *Теорія і методика професійної освіти*. 2017. Вип. 13. С. 90–102. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/20355/1/2f377b.pdf>
2. Донець О. Б. Кредитування малого і середнього бізнесу: дис. ... канд. екон. наук (доктора філософії): спец. 08.00.08. Ірпінь, 2017. 259 с. URL: <http://surl.li/kxeeye>
3. Миськів Г. В. Функціонування та розвиток кредитного ринку України: дис. ... д-ра екон. наук: спец. 08.00.08. Київ, 2016. 539 с. URL: <http://surl.li/lzqvkk>
4. Мурашківська І. А. Розвиток банківського кредитування домогосподарств в Україні в умовах становлення цифрової економіки: дис. ... д-ра філософії: спец. 07. Чернігів, 2024. 249 с. URL: <http://surl.li/ddacup>
5. Окрепкий Р. Б., Мигаль О. Ф. Реалізація концепції масової кастомізації у сфері послуг. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2017. Вип. 25. Ч. 1. С. 182–185. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_25/1/41.pdf
6. Попело О. В., Дубина М. В. Потенціал використання технології штучного інтелекту в діяльності кредитних установ. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2024. Вип 20. Т. 2. С. 232–244. DOI: <https://doi.org/10.15330/apred.2.20.232-244>
7. Попело О. В., Тарасенко А. В. Розвиток цифрових інновацій на ринку кредитних послуг України. *Бізнес Інформ*. 2023. № 3. С. 108–114. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-3-108-114>
8. Трусова Н. В., Якушева І. Є., Радченко Н. Г. Діяльність кредитних спілок на ринку фінансових послуг: стан, тенденції, перспективи. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного. Серія «Економічні науки»*. 2021. № 1. С. 67–72. URL: <http://surl.li/jszkg>
9. Шарко В. В. Кастомізація як напрям підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 11. С. 556–558. URL: <http://global-national.in.ua/archive/11-2016/116.pdf>
10. Credit Structuring: How to Design and Customize Credit Solutions and Products for Specific Needs and Objectives. *FasterCapital*. 20.06.2024. URL: <http://surl.li/bovema>
11. Customized Lending & Home Financing. *Bank of America*. URL: <https://www.privatebank.bankofamerica.com/solutions/credit.html>
12. Koch S., Inanc D. Mass customization for financial services: an empirical study of adoption and usage behavior. *Journal of Services Marketing*. 2015. Vol. 29. Iss. 3. P. 235–243. DOI: <https://doi.org/10.1108/JSM-04-2014-0115>
13. Persson M., Lantz B. Effects of customization and product modularization on financial performance. *Journal of Engineering and Technology Management*. 2022. Vol. 65. Art. 101704. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2022.101704>
14. Personalization in Banking: The Key to a Perfect Customer Experience. URL: <https://intellias.com/personalized-banking>
15. Personalization in Financial Services: Types and Examples. *Marketing Evolution*. 18.02.2021. URL: <https://www.marketingevolution.com/knowledge-center/3-examples-of-personalization-in-the-financial-services-industry>
16. Pine B. J. *Mass Customization: The New Frontier in Business Competition*. Boston: Harvard Business School Publishing, 1992. 368 p.
17. The guide to personalization in financial institutions. 2024. URL: <https://www.mastercardservices.com/en/advisors/consumer-engagement-loyalty-consulting/insights/guide-personalization-financial>
18. Winter R. Mass Customization and Beyond – Evolution of Customer Centricity in Financial Services. In *Moving into Mass Customization* / Rautenstrauch, C., Seelmann-Eggebert, R., Turowski, K. (eds.). Springer, Berlin, Heidelberg. 2002. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-642-56192-4_12

REFERENCES

- Bielikova, N. O., Khomik, O. M., and Tomashchuk, O. H. "Algorithm for creating customized electronic courses for training future specialists in higher education institutions." *Teoriia i metodyka profesiinoi osvity*, iss. 13 (2017): 90-120. <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/20355/1/2f377b.pdf>
- "Credit Structuring: How to Design and Customize Credit Solutions and Products for Specific Needs and Objectives". *FasterCapital*. June 20, 2024. <http://surl.li/bovema>
- "Customized Lending & Home Financing". *Bank of America*. <https://www.privatebank.bankofamerica.com/solutions/credit.html>
- Donets, O. B. "Kredytuvannia maloho i serednoho biznesu" [Crediting of Small and Medium-sized Businesses]. <http://surl.li/kxeeye>
- Koch, S., and Inanc, D. "Mass customization for financial services: an empirical study of adoption and us-

- age behavior". *Journal of Services Marketing*, vol. 29, no. 3 (2015): 235-243.
DOI: <https://doi.org/10.1108/JSM-04-2014-0115>
- Murashkovska, I. A. "Rozvytok bankivskoho kredytuvannia domohospodarstv v Ukraini v umovakh stanovlennia tsyfrovoi ekonomiky" [The Development of Bank Lending to Households in Ukraine in the Conditions of the Formation of the Digital Economy]. <http://surl.li/ddacup>
- Myskiv, H. V. "Funktsionuvannia ta rozvytok kredytnoho rynku Ukrainy" [Functioning and Development of the Credit Market of Ukraine]. <http://surl.li/lzqvkk>
- Okrepkyi, R. B., and Myhal, O. F. "Realizatsiia kontseptsii masovoi kastomizatsii u sferi posluh" [Realization of the Concept of Mass Customization in the Service Sector]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seriiia «Ekonomichni nauky»*, iss. 25, part 1 (2017): 182-185. http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_25/1/41.pdf
- "Personalization in Banking: The Key to a Perfect Customer Experience". <https://intellias.com/personalized-banking>
- "Personalization in Financial Services: Types and Examples". *Marketing Evolution*. February 18, 2021. <https://www.marketingevolution.com/knowledge-center/3-examples-of-personalization-in-the-financial-services-industry>
- Persson, M., and Lantz, B. "Effects of customization and product modularization on financial performance". *Journal of Engineering and Technology Management*, art. 101704, vol. 65 (2022).
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2022.101704>
- Pine, B. J. *Mass Customization: The New Frontier in Business Competition*. Boston: Harvard Business School Publishing, 1992.
- Popelo, O. V., and Dubyna, M. V. "Potensial vykorystannia tekhnologii shtuchnoho intelektu v diialnosti kredytnykh ustanov" [The Potential of Using the Artificial Intelligence Technology in the Activities of Credit Institutions]. *Aktualni problemy rozvytku ekonomiky rehionu*, vol. 2, no. 20 (2024): 232-244.
DOI: <https://doi.org/10.15330/apred.2.20.232-244>
- Popelo, O. V., and Tarasenko, A. V. "Rozvytok tsyfrovyykh innovatsii na rynku kredytnykh posluh Ukrainy" [Development of Digital Innovations in the Credit Services Market of Ukraine]. *Biznes Inform*, no. 3 (2023): 108-114.
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-3-108-114>
- Sharko, V. V. "Kastomizatsiia yak napriam pidvyshchennia efektyvnosti marketynhovo diialnosti pidpriemstva" [Customization as a Way to Increase the Effectiveness of Marketing Activity of Enterprise]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, iss. 11 (2016): 556-558. <http://global-national.in.ua/archive/11-2016/116.pdf>
- "The guide to personalization in financial institutions". 2024. <https://www.mastercardservices.com/en/advisors/consumer-engagement-loyalty-consulting/insights/guide-personalization-financial>
- Trusova, N. V., Yakusheva, I. Ye., and Radchenko, N. H. "Diialnist kredytnykh spilok na rynku finansovykh posluh: stan, tendentsii, perspektyvy" [Activity of Credit Unions in the Market of Financial Services: Status, Trends, Prospects]. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu imeni Dmytra Motornoho. Seriiia «Ekonomichni nauky»*, no. 1 (2021): 67-72. <http://surl.li/jszkg>
- Winter, R. "Mass Customization and Beyond – Evolution of Customer Centricity in Financial Services". In *Moving into Mass Customization*. Berlin, Heidelberg: Springer, 2002.
DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-642-56192-4_12