

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-84-29>

УДК 336.71:159.9:338.45

## ПСИХОЛОГІЯ БАНКІВСЬКОГО МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ МИРУ ТА ВІЙНИ

## PSYCHOLOGY OF BANKING MARKETING IN CONDITIONS OF PEACE AND WAR

**Реверчук Сергій Корнійович**

доктор економічних наук, професор,  
завідувач кафедри банківського страхового бізнесу,  
Львівський національний університет імені Івана Франка  
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6517-8892>

**Reverchuk Serhii**

Ivan Franko National University of Lviv

У науковій статті досліджено особливості банківського маркетингу (БМ) у сучасних умовах, зокрема в умовах миру та війни. Акцентовано на зростанні ролі емоційного маркетингу у банківництві. З'ясовано, що підґрунтям для появи і розвитку синдрому емоційного вигорання банківського працівника є його стан фізичного, психічного та емоційного виснаження. Акцентовано увагу на 30-ти канонічних стратагемах. З'ясовано особливості банківської психології на ринку криптовалюти і в умовах розвитку штучного інтелекту. Окремо досліджено роль психології тривожності, стресостійкості та емоційного вигорання працівників на ринку банківських послуг. Обґрунтовано, що істотний вплив на психологічний стан банкіра мають: війна, фінансова криза, природні стихії, корпоративні цінності, культура, величина доходів, рівень життя, професійна мотивація і кар'єра.

**Ключові слова:** психологія банківського маркетингу, здатність до самообману, емоційний маркетинг, психологічні інструменти, психологія на ринку криптовалюти, психологія банківського клієнта, психологія криптовалютного інвестування, психологічна безпека клієнта банку, психологія фінансової грамотності, банківська конкуренція.

The scientific article examines the features of banking marketing (BM) in modern conditions, in particular in peacetime and wartime. The main factors influencing the development of financial and banking psychology are identified. The emphasis is on the growing role of emotional marketing in banking. The conclusion is made that currently traditional marketing complements empirical and emotional marketing. It is highlighted and substantiated that the following factors are important for modern banking psychology: improving living conditions and living standards of the population; development of information technologies and the digital economy; development of a production culture for serving consumers; development of social banking. It has been established that the basis for the emergence and development of the emotional burnout syndrome of a bank employee is his state of physical, mental and emotional exhaustion, which causes excessive and chronic stress. It has been determined that in conditions of martial law, the influence of the psychological factor on the development of the banking business increases significantly, but it is very difficult to measure, therefore this requires new and additional scientific efforts. Psychological means of banking competition are considered through the prism of the art of victory and survival. Attention is focused on 30 canonical strategisms. The features of banking psychology in the cryptocurrency market and in the context of the development of artificial intelligence are clarified. The role of the psychology of anxiety, stress resistance and emotional burnout of employees in the banking services market is separately investigated. Attention is focused on a very relevant factor of emotional burnout - empathy: the situational emotional experience of bank employees. Factors of emotional burnout of bankers are considered. It is substantiated that a significant impact on the psychological state of a banker is exerted by: war, financial crisis, natural disasters, corporate values, culture, income level, standard of living, professional motivation and career.

**Keywords:** psychology of banking marketing, ability to self-deception, emotional marketing, psychological tools, psychology in the cryptocurrency market, psychology of a banking client, psychology of cryptocurrency investment, psychological security of a bank client, psychology of financial literacy, banking competition.



**Постановка проблеми.** В сучасних умовах, особливо у часи війни, зростає роль та значення психології у маркетинговій банківській діяльності. Зумовлено це передусім посиленням і поширенням впливу психологічних чинників на банківський маркетинг, як на рівні компаній, на рівні комерційних банків, так і на рівні центральних банків. Зумовлено це в значній мірі активним застосуванням психологічних чинників у комерційному і кооперативному банківництві, передусім, у країнах «великої семірки». Окрім того, психологія банківського маркетингу в значній мірі формується під впливом класичних і сучасних інструментів банківської конкуренції. Нині психологія є активним чинником банківського маркетингу, і тому роль емоційного маркетингу (тобто психологічного чинника) у банківництві буде зростати і зазнавати нових кількісних та якісних змін. З іншого боку, банківський маркетинг все більше формує у своїх клієнтів відчуття материнської турботи, яка знімає або послаблює кредитно-депозитні хвилювання. Власне ця проблема є актуальною, як для банківництва, так і для банківського маркетингу, банківської конкуренції тощо. Необхідно брати до уваги і те, що на розвиток та активізації психології банківського маркетингу впливають війни, зокрема, російсько-українська, поступова інтеграція України і приєднання до Євросоюзу. Додаткової актуальності та гостроти проблемі і темі психології банківського маркетингу надають розвиток ринку криптовалюти, криптоінвестування, психологічні аспекти штучного інтелекту, стресостійкість у банківництві, емоційне вигорання банківського працівника тощо. Власне, саме така актуальна наукова проблематика є змістом і червоною лінією цієї статті.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Психологічні проблеми професійної діяльності банківських працівників досліджували Грабовська С. Л. [2], Алмаші С. І. [1], Жигайло Н. І. [4], психологічні умови зростання або падіння ефективності банківництва вивчали Калин Р. Ю. і Сняданко І. І. [5, с. 144]. Загальні аспекти теорії психології сучасного бізнесу досліджував Пачковський Ю. Ф. [9]. Особливої уваги та оцінки заслуговує книга про психологію грошей, написана Морганом Хаузлом [8]. Також мало вивченими є проблеми банківської психології в умовах війни і цифровізації економіки, держави і суспільства. Актуальною є проблема стресостійкості банківських працівників – маркетологів, зокрема їх емоційного вигорання. Більшої уваги нау-

ковців потребує вивчення впливу штучного інтелекту на банківську психологію особливо в умовах війни [10].

**Метою статті є** проаналізувати, систематизувати і узагальнити наявні знання про психологію БМ, з'ясувати актуальні психологічні інструменти банківської конкуренції як мистецтво виживати і перемагати, дослідити проблеми психології стресостійкості і тривожності банківського персоналу в умовах миру і війни, криптовалюти і штучного інтелекту.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Опрацювання тенденцій та особливостей психологізації сучасного банківництва в умовах миру і війни дало можливість виділити такі основні особливості психологізації банківського маркетингу:

1. Психологічні засоби банківської конкуренції: мистецтво перемагати і виживати.
2. Особливості банківської психології на ринку криптовалюти.
3. Специфічні риси психологізації банківництва на ринку штучного інтелекту.
4. Психологізація стресостійкості працівників на ринку банківських послуг.
5. Тривожність та емоційне вигорання працівників на банківському ринку.

Психологічні засоби банківської конкуренції: мистецтво перемагати і виживати. У наявній і доступній літературі на тему банківської конкуренції переважно акцентують увагу на поясненні актуальних інституційних проблем здійснення банківських операцій чи надання банківських послуг і продуктів. Наприклад, йдеться про скуповування акцій конкурентного бізнесу, монополізацію конкретного сектору чи сегменту ринку грошей чи цінних паперів або валюти, переманювання висококваліфікованих співробітників, застосування кримінальних методів впливу на конкурентів тощо. Однак все це економічні або інституційні інструменти.

Сьогодні важливо інше: з'ясувати психологічні умови, інструменти та особливості сучасної банківської конкуренції.

У сучасній літературі з конкуренції багато написано про стратагеми – мистецтво жити і виживати. Стратагема – це військова хитрість, ідея, абстракція стратегії поведінки, що має привести до успіху з метою виживання або перемоги.

Існує 30 основних канонічних стратагем [11, с. 32-34]. Кожна із них має свій психологічний зміст. Отож назвемо їх і розглянемо.

– Обманювати імператора, щоб він переплив море. Означає організувати таку

зовнішню діяльність, щоб противник здійснив такі дії, які приведуть його до поразки; стримувати Вея, щоб врятувати Чжао. Ця стратегія означає приховати справжні цілі; убити чужим ножем. Означає вбити противника чужими руками, або шкодити непрямо, опосередковано, приховано, спровокувати конфлікт з третьою особою, посварити двох ворогів, аби вони знищили один одного. Втягнути суперника в якусь програшну справу. Організувати «яблуко розбрату»; у спокої очікувати втомленого ворога. Це стратегія вимотування противника шляхом нанесення йому серії дрібних ударів; грабувати під час пожежі. Означає здобувати вигоду із необхідності, гострої потреби когось іншого; на Сході підіймати шум, а на Заході нападати на противника. Означає проводити брехливі маневри, приховуючи свої наміри.

– Здобувати щось з нічого. Інсценувати загрозу так, щоб противник зміг побачити обман, тоді його пильність ослабне: при появі справжньої загрози він сприйме її як оману і не застосує заходів для свого захисту. Це перший варіант. За другим варіантом, потрібно представити видумку реальністю, свідомо поширювати чутки, влаштовувати гучні брехливі кампанії, використовувати містифікацію тощо. Прикладом до вищесказаного є маневр Ганнібала, який в умовах оточення переважачим суперником вночі зібрав дві тисячі волів, прив'язав до хвоста кожного вола палаючий факел і погнав їх на римське військо, наводячи там паніку; для вигляду ремонтувати мости, а таємно готуватися до наступу. Це стратегія приховування істинних намірів; спостерігати за вогнем з іншого берега. Це стратегія приховування істинного напрямку, або ж стратегія окружного (кругового) шляху, за якої звичні, ординарні і виставлені на показ дії прикривають істинні, але приховані наміри; приховувати за посмішкою кинжал. Це стратегія прикриття поганих намірів за маскою добрих справ. Діяти тоді, коли ситуація не складеться на твою користь; оливе дерево замість персикового. Стратегія обманного маневру; вивести овець легкою рукою. Стратегія постійного стеження і контролю за ситуацією, психологічно бути готовим до свого шансу; бити по траві, щоб злякати змію. Стратегія тримання противника у постійній напрузі.

– Позичити труп, щоб повернути душу. Означає поставити нову ціль, щоб відродити щось старе і змусити повернути щось нове; заманити тигра з гори на рівнину. Провоку-

вати противника на такі дії, які послаблять його позиції; якщо хочеш що-небудь упіймати, то спочатку відпусти. Щоб чогось досягти, потрібно своїми діями заслужити довіру; кинь цеглину, щоб упіймати яшму (дорогоцінний камінь). Маневрувати поступками, щоб отримати щось цінне в обмін на малоцінне; щоб знешкодити зграю розбійників, спочатку треба впіймати ватажка. Потрібно шукати найуразливіше місце і наносити по ньому удар; таємно підкладати хмиз під котел другого. Не нападати відкрито на сильнішого, а повільно послаблювати його сили.

– Ловити рибу у мутній воді. Використовувати суперечності в таборі ворога; цикада скидає свою золоту шкіру. Завжди потрібно бути упевненим у собі. За необхідності міняти свої погляди; закрити двері і впіймати злодія. Якщо суперник слабкий, то його треба щільно оточити і не дати шансів на порятунк; об'єднатися з далекими ворогами, щоб побити ближнього. Потрібно правильно вибирати союзників. Вінстон Черчіль – ворог комунізму, але уклав союз з СРСР проти Гітлера; оголосити, що тільки збираєшся пройти через державу Го, і захопити її. За причини допомоги слабкому включати його сили для перемоги над сильнішим; вкрасти балки і замінити їх гнилими. Змусити союзників застосувати свою тактику і дочекатися, коли він зазнає поразки, щоб самому стати переможцем.

– Приховати акацію і вказати на тутове дерево. Вказує на правила поведінки начальника зі своїми підлеглими і союзниками. Начальник, який хоче утихомирити підлеглого, повинен вселити в нього сильний страх, жорстоко покарати його; робити безумні жести не втрачаючи рівноваги. Прикидатися дурником, що нічого не знає і нічого не хоче; заманити на дах і забрати драбину. Обманути когось брехливими обіцянками і переконати у легкій перемозі; прикрашати сухі дерева штучними квітами. Брехливими обіцянками привернути до себе союзників, налякати ворогів. Цю тактику використовують при створенні фінансових пірамід; перевернути роль гостя у роль господаря. Стратегія передбачає тактику повільного і непомітного проникнення у чужі структури. Використовуючи ресурси власника поступово витіснити його з командних посад і просуватися, доки не буде досягнуто панування, керівництва або головування.

Окремого аналізу заслуговує психологія банківського інвестування у криптовалюту. Адже це поведінка інвесторів на ринку криптовалюти, яка відрізняється від поведінки

інвесторів на традиційному фінансовому ринку. Тобто сучасному банківському ринку притаманні як подібні риси, так і відмінності. По-перше, інвестування в криптовалюту – це цифри, страх, жадібність, надія, ейфорія. По-друге, криптовалюта – це доволі специфічний та оригінальний об'єкт інвестування. Тепер фінансовий світ щораз чіткіше і більше визначається, що таке криптовалюта та її співвідношення з паперовою або металевою валютою. По-третє, у Вікіпедії зазначено, що криптовалюта – це різновид цифрової валюти, емісію та облік якої виконує децентралізована платіжна система повністю в автоматичному режимі. По-четверте, криптовалюта – це віртуальна валюта. Сьогодні у світі налічують понад тисячу видів віртуальних валют, але найдорожчими є: ефіріум, BNB, Солана, Лайткоїн, біткоїн. По-п'яте, одиниця криптовалюти – це код, який народжується в результаті складних комп'ютерних математичних обчислень. По-шосте, українські економісти вважають криптовалюту валютою майбутнього, хоча визнають, що віртуальна і ніким не контролювана валюта є ненадійною. У країнах третього світу криптовалюту забороняють, зокрема у Венесуелі. У США біткоїн визначено фінансовим активом, у Швейцарії – засобом для платежу, у Росії цю валюту заборонили, як засіб платежу. В Японії біткоїн визнано законом на рівні з єною.

В ході авторського аналізу виявлено, що психологія криптоінвестування має низку особливостей:

1. Передусім йдеться про сукупність почуттів і переживань – від заздрості до страху.

2. Великий вплив на розвиток криптоінвестування мають соціальні мережі, які швидко поширюють інформацію і впливають на курс кріпти, а отже – на поведінку інвесторів.

3. Під впливом емоції цифрові інвестори можуть ухвалювати рішення, які не збігаються з довгостроковими цілями, що загрожує збитками.

До емоційних чинників, що впливають на ринок криптовалюти та інвестиції на ньому, належать заздрість, паніка, самовпевненість, жадібність, страх [11, с. 173].

З розвитком сучасних технологій поширюється думка про те, що інформаційні технології приведуть до заміни людей штучним інтелектом (ШІ) і роботами і, як результат, виникне дефіцит робочих місць. І ще одна сторона є важливою, зокрема у молодіжному середовищі: біткоїн – це «прикольно». Окрім того, ціна біткоїна зростає. Попри це, молодь при-

вертає увагу до біткоїна, тому що це звучить «прикольно».

Психологія банківництва і зокрема банківського маркетингу у сучасних умовах, зокрема у часи штучного інтелекту, може проявлятися у таких формах:

– психологія банківського клієнта: поведінка, звички, рішення, емоції;

– психологія управління ризиками: виявлення шахрайства, оцінювання кредитоспроможності, аналіз емоційного стану клієнтів, прогнозування у банківстві кризових ситуацій, психометричний аналіз даних про клієнта та створення психологічного профілю, аналіз настроїв у новинах або в соціальних медіа, застосування психологічних принципів для розробки зручних та інтуїтивних інтерфейсів банківських застосунків. Застосування штучного інтелекту для аналізу реакцій клієнтів на банківські продукти (наприклад, через аналіз руху очей або біометричних даних);

– психологія довіри: використання штучного інтелекту для забезпечення прозорості транзакції і збереження конфіденційності даних, що підвищує довіру клієнтів до банку; психологічна безпека клієнта щодо упереджень і страхів (наприклад, страх втрати даних) [8, с. 165-167];

– психологія навчання та адаптація (тренування емоційного інтелекту співробітників, застосування психології для навчання персоналу ефективно працювати з клієнтами у часи цифровізації банківництва та економіки); психологія управління персоналом: аналіз робочих процесів і стану співробітників для запобігання вигоранню або для підвищення мотивації;

– психологічний аналіз: сегментація клієнтів (поділ їх на основі психотипів і моделей поведінки), аналіз трендів (прогнозування змін у психології клієнтів на основі аналізу даних); психологія фінансової грамотності та консультування: цифрові трекари – віртуальні помічники для отримання банківської освіти; персоналізований вид навчання – ШІ допомагає формувати індивідуальні підходи до навчання фінансово-банківської грамотності та освіти [7];

– психологія взаємодії з ринками, масові психологічні ефекти (використання ШІ для аналізу впливу паніки чи ейфорії на фінансових ринках; вивчення групової поведінки для розробки нових фінансових продуктів) [11, с. 174].

У сучасних умовах банківська діяльність характеризується високою стресостійкістю,

яка проявляється переважаннями, втомою, зниженням працездатності та інше. Все це є наслідком високих вимог і відповідальності, нечіткості законодавчих та нормативних положень. Стрес передається на відносини між колегами, а після роботи негативно впливає і на родинні, сімейні стосунки. В результаті цього у банківських працівників виникають різні психічні розлади – невроз, депресії, синдроми, що негативно впливає на якість банківських послуг на ринку. В цьому плані вельми актуальним є розуміння психологічних ознак стресостійкості банківського працівника та чинників і умов її посилення [8, с. 110].

Стресостійкість – це здатність особи протистояти стресовим чинникам, тобто за короткий період часу створити нові умови, в яких стресовий фактор втратить свою загрозу. В цьому зв'язку стресостійкість сприяє високій результативності банківського працівника і зберігає його здоров'я. Стресостійкість – це результат опанування банківським працівником різними методами пристосування і адаптації до стресових подій. Визнано, що формування стресостійкості у банківництві є процесом опанування працівником певної сукупності способів, підходів і прийомів адаптації і пристосування до стресових ситуацій [5, с. 144].

Результати досліджень науковців засвідчили, що стійке і високе фінансове забезпечення банківських працівників не компенсує негативного впливу постійного стресу на їхнє сімейне життя і професійну роботу. Стресостійкість роботи у банківництві є не високою і тому банківські працівники зазнають перевтоми, переважання, зниження працездатності. Нервова напруга, роздратування і втома істотно знижують працездатність працівників. Окрім того, висока відповідальність і втома негативно впливають на сімейні стосунки. В цих умовах доволі актуальною є психологічна і соціальна підтримка банківських працівників. Стресостійкість – це здатність працівника протистояти стресовим чинникам. Водночас стресостійкість сприяє організації і досягненню високої продуктивності роботи та збереженню душевного і ментального здоров'я. До речі, емоційна виснаженість нерідко є критичною появою стресу та конфліктів. Базовими якісними показниками психічного стану банківського працівника є: тривожність, фрустрація, агресивність, ригідність [4, с. 92].

Тривожність – це емоційна реакція на потенційну загрозу у вигляді напруження,

занепокоєння або страху перед майбутнім. Фрустрація – це стан роздратування, тривожності, гніву, безпорадності - в умовах, коли людині доводиться долати важкі перешкоди на шляху до своєї цілі. Агресивність – це войовничість, лютість, жертвовність працівника. Ригідність банківського працівника – це його негнучкість, залякність і складність адаптуватися до змін. Психологія банківництва є важливою для розробки психологічних тренінгів для банківських працівників з метою визначення їхньої стресостійкості [4, с. 85].

Емоційне вигорання банківського працівника – це стан фізичного, психічного та емоційного виснаження, який спричиняє надмірний та хронічний стрес. Тобто емоційне вигорання породжує хронічний стрес. Професійна діяльність банкірів – це: висока відповідальність, повсякчасна взаємодія і співпраця з клієнтами та керівниками, що створює високий рівень професійної та людської відповідальності. Все це на думку Козак І. В. є підґрунтям для появи і розвитку синдрому емоційного вигорання [7, с. 150].

У сучасній науковій та бізнесовій літературі вирізняють три види чинників появи і розвитку у банківському бізнесі синдрому емоційного вигорання працівників: індивідуальні – низький рівень самооцінки, стресостійкості особи; високий рівень тривожності та емоційного інтелекту, слабка життєстійкість та життєлюбство, низький рівень адаптованості (приспосовуваності) [12]. Одним із актуальних індивідуальних психологічних чинників емоційного вигорання банківського працівника є висока тривожність.

Вагомим чинником емоційного вигорання є високий рівень агресивності банківського працівника. Водночас агресивність може бути зрозумілою, добродійною, якщо вона є формою захисту банкіра від надмірних вимог, репутаційних нападів. Таку агресію ще називають добродійною. Загалом високий рівень агресивності банкіра є вагомим чинником його емоційного вигорання. Водночас стосовно банківських працівників можна сказати, що агресія їхня може бути добра і зла або доброякісна і злоякісна. Перша проявляється як захисна реакція на небезпеку, а друга – виникає для реалізації волі чи бажання до влади, панування і домінування та руйнування чогось. Тобто добра реакція банкіра – це як захист або відповідь клієнту на надмірні вимоги або репутаційні ризики. При цьому емоційна стійкість банкіра на думку Каліна Р. Ю. зберігається [7, с. 144].

Зла реакція виникає як відповідь на загрози і послаблюється за відсутності небезпеки. Є низка наукових публікацій, в яких обґрунтовано, що низький рівень емоційного інтелекту підвищує ризик появи феномену емоційного вигорання банківських працівників. Інакшими словами, якщо банкір усвідомлює, відчуває і вміє керувати своїми емоціями, а також розуміє емоції колег і клієнтів, то це сприяє подоланню наслідків стресових подій [11, с. 130].

Чинником емоційного вигорання банківських працівників є емпатія. Емпатія – це ситуативне емоційне переживання, а також готовність банкіра виявляти розуміння, співчуття, емоційне тепло щодо своїх клієнтів. Отже, емпатія – це вагома особистісна якість сучасних банківських працівників. Істотний вплив на психологічний стан банкірів мають: війна, фінансова криза, природні стихії, стиль управління банківських працівників, зокрема НБУ, корпоративні цінності і культура, величина заробітної плати, система стимулювання працівників, професійна мотивація тощо [10, с. 174].

**Висновки.** 1. Клієнтам банку в умовах миру чи війни потрібні переконання і відчуття приналежності до банківської родини, а гаслом і звичкою працівників банку має бути щира посмішка і плюс мистецтво відмови клієнту. Передусім вагомою є довіра клієнтів до банку та його працівників.

2. Емоційний маркетинг є перспективним видом банківського маркетингу, і його роль у банківстві зростатиме. Адже роль емоцій та психіки загалом на ринку є вагомою та ефективною і стосується рівною мірою як покупців, так і продавців банківських послуг. Водночас маркетингова психологічна роль ЦБ на ринку послуг є дискусійною і маловивченою. Проте ЦБ покликаний піклуватися про довіру населення і банків до держави та розробляти ефективні інструменти впливу.

3. У банківському бізнесі і зокрема банківському маркетингу вкрай необхідно опанувати мистецтво виживати і перемагати. У цьому мистецтві роль психології доволі вагома. І ключовою ідеєю або принципом так званих стратагем є військова хитрість, за допомогою якої формується намагання, бажання вижити, перемогти і досягти успіху. В літературі розглядають близько 40 таких хитрощів, які в давнину називали стратагемами.

4. Банк покликаний дієво впливати на клієнта, щоб привернути його увагу до себе. І згадуване на початку статті гасло «передусім посмішка» має бути правилом у банківському

бізнесі і банківській психології. Володіння мистецтвом вміти відмовити клієнту банку, не втратити довіру клієнта до банку – це першочергове, актуальне завдання БМ. Роль та значення емоційного маркетингу у банківстві сьогодні є лідируючими і надалі зростатимуть. Роль емоційного БМ зростатиме ще й тому, що можливості традиційного БМ зменшуються. Сьогодні в умовах війни націленість традиційного банківського маркетингу на зменшення кредитних ставок і збільшення депозитних ставок є малодієвою. І в цій ситуації для клієнта банків важливішим є відчуття материнської турботи, що мінімізує їхні кредитні хвилювання.

5. Центральний банк не може абсолютно самоусунутись від маркетингу, зокрема емоційного, і зосередитись тільки на стратегічних маркетингових функціях. Головним напрямом маркетингового впливу ЦБ є формування довіри населення до компаній, домогосподарств, уряду. Банківське інвестування на ринку криптовалюти – це особлива поведінка банків на ринку крипти: тут, окрім цифри, існують страх, жадібність, надія, ейфорія тощо. Криптовалюта – це дуже особливий об'єкт банківського інвестування і доречі це віртуальна валюта. Криптоінвестування має такі психологічні особливості: страх і заздрість; соціальні мережі мають істотний вплив; молодь є основним користувачем біткоіна в Україні.

6. В умовах розвитку і поширення застосування штучного інтелекту психологія банківської маркетингової діяльності проявляється у психології клієнта, психології управління ризиками, психології довіри, психології навчання персоналу за допомогою штучного інтелекту, психології управління персоналом, психології фінансової грамотності, психології використання штучного інтелекту тощо.

7. Стресостійкість у банківському маркетингу – це передусім здатність банкіра протидіяти стресовим чинникам шляхом створення і застосування умов та інструментів, що протидіють стресу. Це вміння пристосуватися та адаптуватися до стресових подій. Емоційне вигорання банківського працівника – це стан виснаження, передусім психічного та емоційного. Емпатія – це стан емоційного переживання банкіра, яке характеризується співчуттям, розумінням, співпереживанням щодо своїх клієнтів. В умовах війни вплив психічного чинника на діяльність банків істотно зростає, однак визначити і виміряти його є складним завданням і потребує додаткових наукових зусиль.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Алмаші С. І. Психологічні особливості стресостійкості банківського працівника. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. Карпатська вежа, 2017. № 23 (18). С. 101–108. URL: <http://dspace.msu.edu.ua:8080/jspui/handle/123456789/2652>
2. Грабовська С. Л. Психологічні аспекти комунікаційного менеджменту організації : навч. посібник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2014. 456 с.
3. Дубич С. Ментальне здоров'я працівників банківської сфери: результати емпіричного дослідження. *Організаційна психологія. Економічна психологія*. (2025). № 36 (3). С. 52-61 URL: <https://doi.org/10.31108/2.2025.3.36.5>
4. Жигайло Н.І. та ін. Психологічні засади розвитку банківської діяльності. Львів : Лібра, 2023. 296 с.
5. Калин Р. Ю., Сняданко І. І. Соціально-психологічні умови ефективності діяльності працівників банківських організацій / *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія «Психологічні науки». 2018. Випуск 2. Том 2. С. 143-148.
6. Каліцинський В. Соціально-психологічні чинники емоційного вигорання працівників банківських установ : теоретичний аналіз та практичні орієнтири. *Журнал соціальної та практичної психології*. 2025. Журнал університету. Житомир.
7. Козак І. В. Соціально-психологічні чинники емоційного вигорання банківських працівників. Львівська політехніка, 2024. Ера.
8. Морган Хаузел. Психологія грошей. Вічні уроки багатства, жадібності та щастя. Київ : СВАРОГ, 2025. С. 106–116; 166–179.
9. Пачковський Ю. Ф. Психологія підприємництва. 3-тє видання. Київ : Каравела, 2017. 408 с.
10. Реверчук С. К., Вовчак О. Д., Хімяк В. С. Психологія банківництва в умовах миру та війни. *Міжнародне економічне співробітництво: аналіз стану, реалії і проблеми* : матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції. м. Ужгород, Україна, 23-24 лютого 2024 р. Львів-Торунь : Liha-Press, 2024. С. 173-175.
11. Реверчук С. К. Основи психології та соціології у банківстві : монографія. Львів : Галич-ПРЕС, 2026. 158 с.
12. Сидоренко Ж. В., Сисак А. В. Вплив війни на стан психологічного здоров'я працівників бізнес-організацій. *Вісник ДонНУ ім. Стуса*. Серія : *Психологічні науки*. 2025. С. 43-50. DOI: [https://doi.org/10.31558/2786-8745.2024.2\(5\).5](https://doi.org/10.31558/2786-8745.2024.2(5).5)
13. Ткаченко Н. В. Особливості стресостійкості банківських працівників. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова* : збірник наукових праць / Мін-во освіти і науки України, Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. Київ : Вид-во НУ ім. М. П. Драгоманова, 2015. Серія 12 : Психологічні науки, Вип. 2 (47). - С. 133-139.

## REFERENCES:

1. Almashi S.I. (2017) Psykholohichni osoblyvosti stresostiikosti bankivskoho pratsivnyka [Psychological features of stress resistance of a banking employee]. *Naukovyi visnyk Mukachivskoho derzhavnoho universytetu*, no. 23 (18), pp. 101–108. Available at: <http://dspace.msu.edu.ua:8080/jspui/handle/123456789/2652> (in Ukrainian)
2. Hrabovska S.L. (2014) Psykholohichni aspekty komunikatsiinoho menedzhmentu orhanizatsii [Psychological aspects of communication management of the organization]. *Navchalnyi posibnyk* [Textbook]. Lviv: Ivan Franko National University of Lviv. 456 p. (in Ukrainian)
3. Dubych S. (2025) Mentalne zdorovia pratsivnykiv bankivskoi sfery: rezultaty empyrychnoho doslidzhennia [Mental health of banking sector employees: results of an empirical study]. *Orhanizatsiina psykholohiia. Ekonomichna psykholohiia*, no. 36 (3), pp. 52–61. Available at: <https://doi.org/10.31108/2.2025.3.36.5>
4. Zhyhailo N.I. et al. (2023) Psykholohichni zasady rozvytku bankivskoi diialnosti [Psychological foundations of banking development]. Lviv: Libra. 296 p. (in Ukrainian).
5. Kalyn R.Yu., Sniadanko I.I. (2018) Sotsialno-psykholohichni umovy efektyvnosti diialnosti pratsivnykiv bankivskikh orhanizatsii [Socio-psychological conditions of efficiency of banking organizations employees]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*. Seriiia "Psykholohichni nauky", issue 2, vol. 2, pp. 143–148. (in Ukrainian)
6. Kalitsynskiy V. (2025) Sotsialno-psykholohichni chynnyky emotsiinoho vyhoriannia pratsivnykiv bankivskikh ustanov: teoretychnyi analiz ta praktychni oriientyry [Socio-psychological factors of emotional burnout of banking employees: theoretical analysis and practical guidelines]. *Zhurnal sotsialnoi ta praktychnoi psykholohii*. Zhytomyr. (in Ukrainian)

7. Kozak I.V. (2024) Sotsialno-psykholohichni chynnyky emotsiinoho vyhorannia bankivskykh pratsivnykiv [Socio-psychological factors of emotional burnout of banking employees]. Lviv: Lviv Polytechnic Publishing House (Era). (in Ukrainian)
8. Housel M. (2025) Psykholohiia hroshei. Vichni uroky bahatstva, zhadibnosti ta shchastia [The Psychology of Money: Timeless Lessons on Wealth, Greed, and Happiness]. Kyiv: SVAROH, pp. 106–116; 166–179. (in Ukrainian)
9. Pachkovskyi Yu.F. (2017) Psykholohiia pidpriemnytstva [Psychology of entrepreneurship]. 3rd ed. Kyiv: Karavela. 408 p. (in Ukrainian)
10. Reverchuk S.K., Vovchak O.D., Khimiak V.S. (2024) Psykholohiia bankivnytstva v umovakh myru ta viiny [Psychology of banking in conditions of peace and war]. In: Mizhnarodne ekonomichne spivrobitnytstvo: analiz stanu, realii i problemy: Proceedings of the International Scientific and Practical Conference (Uzhhorod, February 23–24, 2024). Lviv–Torun: Liha-Press, pp. 173–175.
11. Reverchuk S.K. (2026) Osnovy psykholohii ta sotsiolohii u bankivnytstvi [Fundamentals of psychology and sociology in banking]. monohrafiya [a monograph]. Lviv: Halych-Pres. 158 p. (in Ukrainian)
12. Sydorenko Zh.V., Sysak A.V. (2025) Vplyv viiny na stan psykholohichnoho zdorovia pratsivnykiv biznes-orh-anizatsii [Impact of war on the psychological health of employees of business organizations]. *Visnyk DonNU im. Stusa*. Serii: Psykholohichni nauky, pp. 43–50. Available at: [https://doi.org/10.31558/2786-8745.2024.2\(5\).5](https://doi.org/10.31558/2786-8745.2024.2(5).5)
13. Tkachenko N.V. (2015) Osoblyvosti stresostiikosti bankivskykh pratsivnykiv [Features of stress resistance of banking employees]. *Naukovyi chasopys NPU imeni M.P. Drahomanova*. Serii: 12: Psykholohichni nauky, issue 2 (47), pp. 133–139. Kyiv: Publishing House of NPU named after M.P. Drahomanov. (in Ukrainian)

Дата надходження статті: 05.03.2026

Дата прийняття статті: 20.03.2026

Дата публікації статті: 26.03.2026