

## Фінансові технології очима міленіалів і центеніалів (фінансова поведінка та сприйняття Fintech)

У статті вивчається сприйняття поколінням «нульових» (міленіали) та поколінням Z (центеніали) послуг Fintech, їхні наміри стосовно використання та фінансова поведінка. Дослідження проводилось у Палестині з повним зіставленням даних стосовно обох поколінь. Для досягнення мети використано базовану на даних опитувальника методику. Обрано респондентів – мешканців Західного берега; інструмент дослідження поширювався через різні канали новин у соціальних мережах. Результати показують, що надійність/довіра та простота використання є основними факторами прийняття фінансових послуг. Міленіали більшою мірою обізнані (48%) про послуги Fintech, ніж центеніали (38%). Це суперечить загальноприйнятій точці зору, що центеніали мають найвищий показник у цьому відношенні. Ступінь інтенсивності використання смартфонів – 100% серед представників обох поколінь, тоді як коефіцієнт охоплення фінансовими послугами в Палестині становить близько 36,4%; ці показники є основними драйверами просування послуг Fintech у Палестині і глобальними показниками намірів стосовно прийняття Fintech. Представники обох поколінь (84%) мають намір користуватись електронним гаманцем; міленіали (87%), так само як і центеніали (70%) вважають за краще користуватись послугами в режимі реального часу. На думку половини респондентів, Fintech доповнюють роль банків. Більшість вважають, що послуги Fintech дешевші, ніж банківські послуги. Управління приватним капіталом, консультації з роботами – ось те, чого обидва покоління прагнуть отримати в довгостроковій перспективі. Виявлено, що 85% респондентів – представників обох поколінь довіряють банкам, тому останнім рекомендується «оцифрувати» свої фінансові послуги для задоволення потреб клієнтів, беручи до уваги той факт, що 90% респондентів вважають, що рекламні акції є основною проблемою прийняття послуг Fintech. Банкам настійно рекомендується просувати послуги електронного гаманця у зв'язку з масовою конкуренцією з прихильниками Fintech.

**Ключові слова:** режим реального часу, штучний інтелект, е-банкінг, електронний гаманець, Fintech

**Класифікація JEL:** D14, G18, G21, G23



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

## Финансовые технологии глазами миллениалов и центениалов (финансовое поведение и восприятие Fintech)

В статье изучается восприятие поколением «нулевых» (миллениалы) и поколением Z (центениалы) услуг Fintech, их намерения относительно использования и финансовое поведение. Исследование проводилось в Палестине с полным сопоставлением данных относительно обоих поколений. Для достижения цели использована базированная на данных вопросника методика. Выбраны респонденты – жители Западного берега; инструмент исследования распространялся через разные каналы новостей в социальных сетях. Результаты показывают, что надежность/доверие и простота использования являются основными факторами принятия финансовых услуг. Миллениалы в большей степени осведомлены (48%) об услугах Fintech, чем центениалы (38%). Это противоречит общепринятому мнению, что центениалы имеют наивысший показатель в этом отношении. Степень интенсивности использования смартфонов – 100% среди представителей обоих поколений, в то время как коэффициент охвата финансовыми услугами в Палестине составляет около 36,4%; эти показатели являются основными драйверами продвижения услуг Fintech в Палестине и глобальными показателями намерений относительно принятия Fintech. Представители обоих поколений (84%) намерены пользоваться электронным кошельком; миллениалы (87%), так же, как и центениалы (70%) предпочитают услуги в режиме реального времени. По мнению половины респондентов, Fintech дополняют роль банков. Большинство считают, что услуги Fintech дешевле, чем банковские услуги. Управление частным капиталом, консультации роботов – вот то, что оба поколения стремятся получить в долгосрочной перспективе. Обнаружено, что 85% респондентов – представителей обоих поколений доверяют банкам, поэтому последним рекомендуется «оцифровать» свои финансовые услуги для удовлетворения потребностей клиентов, принимая во внимание тот факт, что 90% респондентов считают, что рекламные акции являются основной проблемой принятия услуг Fintech. Банкам настоятельно рекомендуется продвигать услуги электронного кошелька в связи с массовой конкуренцией с приверженцами Fintech.

**Ключевые слова:** режим реального времени, искусственный интеллект, э-банкінг, електронний кошелек, Fintech

**Классификация JEL:** D14, G18, G21, G23



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license, что позволяет неограниченное повторное использование, распространение и воспроизведение на любом носителе при условии наличия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.