

УДК 336:339.138

Л. Г. Кльоба,

к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів, обліку та аналізу Інституту просторового планування та перспективних технологій, Національний університет "Львівська політехніка"
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0223-680>

DOI: 10.32702/2306-6792.2024.17.93

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ

L. Kloba,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor
of the Department of Finance, Accounting and Analysis, Institute
of Spatial Planning and Advanced Technologies, Lviv Polytechnic National University

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF FINANCIAL MARKETING IN UKRAINE

У статті досліджено перспективи розвитку фінансового маркетингу в Україні. Розглянуто підвиди окремі підвиди, які виконують різні функції фінансового ринку, а саме: банківський маркетинг, інвестиційний маркетинг, страховий маркетинг, маркетинг на ринку цінних паперів.

Особлива увага приділяється розвитку фінансового маркетингу, який на сьогоднішній день залежить від характеру нововведень, які реалізуються на фінансових ринках. Автором розглянуто кілька маркетингових інноваційних технологій, що користуються популярністю на сучасному фінансовому ринку, такі як: крипто валюта, FinTech (Blockchain, Big Data), розумні контракти ("smart-контракт"), штучний інтелект і машинне навчання, створення фінансових екосистем, краудфандинг, швидкі платежі, роботизоване інвестування, кредитні технології.

Досліджено, що розвиток фінансового маркетингу в сучасних умовах полягає у пошуку ефективних способів реалізації фінансових послуг і продуктів, враховуючи реальні потреби клієнтів. В умовах конкуренції важливо зосередитися на системі контролю та плануванні в фінансовому секторі. Відповідно формування нових знань у сфері маркетингу та досягнення успіху в даній галузі зумовлене інтеграцією економічних і інноваційних технологій.

Зазначається ефективне застосування маркетингових інноваційних технологій на фінансовому ринку яке дає змогу компаніям повністю виявляти потреби споживачів, створювати персоналізовані пропозиції та заохочувати бажання купувати товари або користуватися послугами.

Розглянуто, що використання інноваційних маркетингових технологій на фінансових ринках у двох напрямках. По-перше, для підвищення ефективності реклами наявного продукту або послуги на основі інноваційних технологій фінансового маркетингу. По-друге, існувати у вигляді окремого продукту на ринку, що пропонується для ефективного задоволення платоспроможного попиту споживачів та отримання прибутку.

Дана стаття базується на актуальних дослідженнях, а також враховує застосування FinTech, Blockchain, штучного інтелекту і машинного навчання, аналізу даних, роботизоване інвестування та інших цифрових інструментів, які відкривають сучасні можливості для персоналізації та покращує ефективність комунікації з клієнтами.

The article examines the prospects for the development of financial marketing in Ukraine. Subspecies of individual subspecies that perform various functions of the financial market are considered, namely: banking marketing, investment marketing, insurance marketing, marketing in the securities market.

Special attention is paid to the development of financial marketing, which today depends on the nature of the innovations implemented in the financial markets. The author considered several innovative marketing technologies that are popular in the modern financial market, such as: crypto currency, FinTech (Blockchain, Big Data), smart contracts ("smart contract"), artificial intelligence and machine learning, creation of financial ecosystems, crowdfunding, fast payments, robotic investing, credit technologies.

It has been studied that the development of financial marketing in modern conditions consists in finding effective ways of implementing financial services and products, taking into account the real needs of customers. In the competitive environment, it is important to focus on the system of control and planning in the financial sector. Accordingly, the formation of new knowledge in the field of marketing and the achievement of success in this field are determined by the integration of economic and innovative technologies.

The effective application of innovative marketing technologies in the financial market is noted, which enables companies to fully identify consumer needs, create personalized offers and encourage the desire to buy goods or use services.

It is considered that the use of innovative marketing technologies in financial markets in two directions. First, to increase the effectiveness of advertising of an existing product or service based on innovative financial marketing technologies. Secondly, to exist in the form of a separate product on the market, which is offered to effectively meet the solvent demand of consumers and make a profit.

This article is based on current research, and also takes into account the application of FinTech, Blockchain, artificial intelligence and machine learning, data analysis, robotic investing and other digital tools that open up modern opportunities for personalization and improve the effectiveness of communication with customers.

Ключові слова: фінансовий маркетинг, маркетингові інноваційні технології, FinTech, Blockchain, підвиди фінансового маркетингу.

Key words: financial marketing, innovative marketing technologies, FinTech, Blockchain, subspecies of financial marketing.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

На сьогоднішній день фінансові інститути повинні не лише сприяти розвитку реальної економіки, але й вирішувати складні соціально-економічні завдання на фінансових ринках, зокрема, за допомогою нових підходів у управлінні, регулюванні та маркетинговому плануванні. Тому фінансовий маркетинг, як один із видів маркетингової діяльності є важливим і необхідним не лише для розвитку фінансових структур (таких як банки, страхові компанії, інвестиційні фонди тощо), але і для будь-якого бізнесу, який має активи та здійснює їх купівлю або продаж на ринку.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Ключові питання розвитку фінансового маркетингу розглядалися в наукових працях як вітчизняних, так і зарубіжних фахівців, а саме: Денисенко М. П., Покропивний С. Ф., Ковальчук С. В., Рой Стефенсон, Антонюк Л. Л. та ін. Дослідження сучасних тенденцій у розвитку маркетингових інноваційних технологій на фінансовому ринку України є актуальним зав-

данням в сучасних умовах для забезпечення подальшого інноваційного розвитку. Для вирішення поставленого завдання необхідно систематизувати різні види інноваційного маркетингу, що дозволить обґрунтувати їх використання при розробці маркетингової стратегії з урахуванням інноваційних аспектів розвитку. Вирішення поставленого завдання потребує систематизації видів маркетингових інноваційних технологій на фінансовому ринку для подальшого обґрунтування їх застосування у розробленні маркетингової стратегії з урахуванням інноваційних аспектів розвитку.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Метою статті є дослідження сучасних тенденцій розвитку маркетингових інноваційних технологій на фінансовому ринку в Україні та визначення перспективних напрямів його розвитку.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Маркетинг на сьогоднішній день розглядається як особлива філософія бізнесу та підсистема управління підприємством, що регулює його поведінку на ринку. Фінансовий

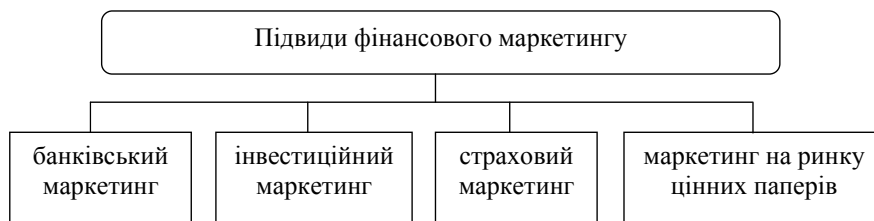


Рис. 1. Підвиди фінансового маркетингу

Джерело: систематизовано, узагальнено та згруповано за даними [1].

маркетинг, як один із видів маркетингового комплексу, має на меті вирішення завдань, пов'язаних із фінансово-комерційною діяльністю учасників ринку, які виступають в ролі інвесторів-продавців або інвесторів-покупців.

У структурі фінансового маркетингу виділяють його окремі підвиди, які виконують різні функції фінансового ринку (рис. 1).

Для виконання своїх завдань вони застосовують сучасні технології моніторингу та управління операціями. Ці технології слугують інструментами для обробки та аналізу даних, дозволяючи відстежувати великі обсяги інформації в режимі реального часу. Основними базами даних у світі є сервери програмного забезпечення, а великі компанії зазвичай мають власні центри для обробки та зберігання інформації.

На фінансовому ринку визначаючи поведінку економічних суб'єктів, фінансовий маркетинг реалізується через товарну, цінову, збутову та комунікаційну політики, подібно до інших видів маркетингу. Зокрема, він встановлює ціни в рамках відповідної політики на ринку, що включає курси валют, цінних паперів, а також процентні ставки за кредитами і депозитами. Сьогодні фінансовий маркетинг також переживає перехід від масового до індивідуалізованого підходу. Процеси тотальної цифровізації економіки та маркетингової діяльності безумовно впливають на суб'єктів фінансового маркетингу. Більше того, саме під впливом цих домінуючих трендів у розвитку новітніх фінансових технологій відбуваються найбільш революційні зміни в маркетинговій діяльності на фінансових ринках.

Сучасний фінансовий маркетинг сутністно найбільше відповідає концепції соціально-етичного маркетингу, адже така діяльність на фінансових ринках здійснюється з достатньо жорстким наглядом з боку держави, з реалізацією багатьох вимог до діяльності фінансових інститутів, які абсолютно не притаманні підприємствам нефінансового сектору. Фінансовому маркетингу як, наприклад, чи то торговельному, чи то виробничому, також прита-

манні певні функції, які дозволяють в сукупності реалізовувати маркетингову діяльність тому чи іншому інституту. У цій сфері також застосовують маркетингові дослідження та відповідний аналіз, здійснюється планування випуску та реалізації фінансових активів, ефективний контроль за реалізацією інвестиційних рішень, йде збір та обробка ринкової інформації, застосовується реклама тощо [2].

Враховуючи події, які відбулися з 2020 і по теперішній час, можна стверджувати, що цей період суттєво вплинув на фінансовий маркетинг. Варто також підкреслити, що інноваційність розвитку фінансового маркетингу на сьогоднішній день залежить від характеру нововведень, які реалізуються на фінансових ринках. Розглянемо кілька маркетингових інноваційних технологій, що користуються популярністю на сучасному фінансовому ринку (рис. 2).

Криптовалюта це сфера, яка демонструє здатність забезпечити швидкі та економічні міжнародні транзакції, а також інноваційні способи зберігання та переказу коштів, а саме впровадження цифрових валют (Біткойн, Ефіріум), які базуються на технології Blockchain. На сьогоднішній день спостерігаємо розвиток даного сектору і в Україні, ведуться роботи над створенням відповідного правового середовища для легалізації криптобізнесу, зростає кількість криптостартапів.

Під час військової агресії з боку Росії отримав поштовх один із трендів, а саме проект "Е-гривня". Відповідно, на думку експертів легалізація криптовалют може стати вигідною стратегією: віртуальні активи вийдуть з тіні і стануть легальними, а держава зможе отримати додаткові доходи через оподаткування прибутків від їх продажу. Активного зростання цього сегмента фінансового ринку можна очікувати після ухвалення необхідних законодавчих актів в Україні, а також відкриття представництв великих бірж і криптовалютних компаній.

Так, FinTech представляє собою появу технологічних стартапів, які пропонують інноваційні цифрові рішення у сфері фінансів. Це

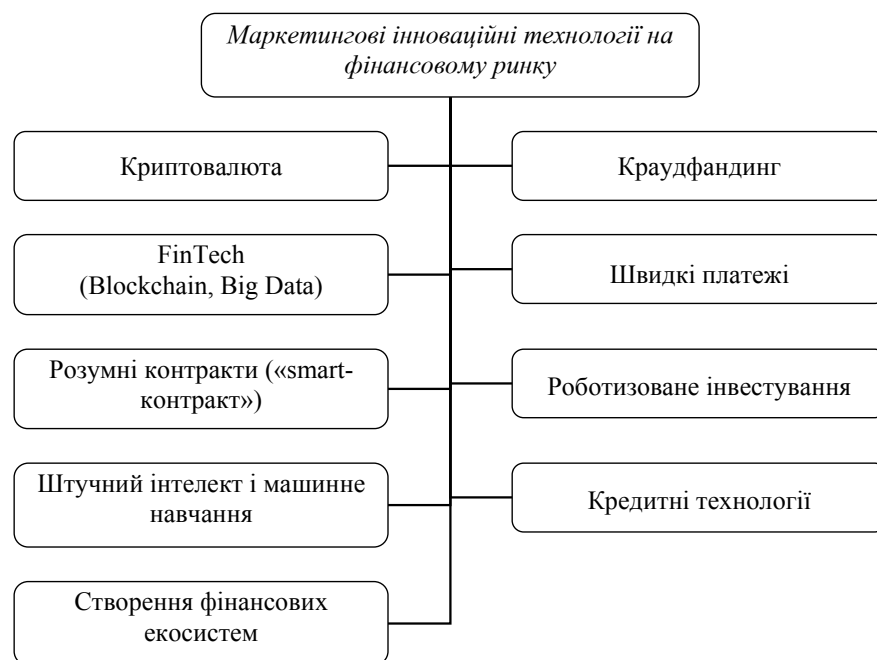


Рис. 2. Маркетингові інноваційні технології на фінансовому ринку

Джерело: систематизовано, узагальнено та згруповано за даними [3; 4].

може включати як мобільні платежі, електронні гаманці, онлайн-кредитування, технології розподілених реєстрів (Blockchain, Big Data) та інші новаторські сервіси.

Blockchain — це децентралізована база даних, що ґрунтується на одноранговій мережі блокчейну, загальному реєстрі та криптографії публічного та приватного ключа. При входженні в мережу блокчейн користувач підключається до інших комп'ютерів мережі для обміну даними (блоками та записами). Дані можна читати, маючи ключ, який складається з кодів, які можуть відстежувати навіть найменші шахрайські втручання в код. Інформація розподіляється по мережі серед сотень комп'ютерів. Записану інформацію неможливо змінити, перетворити або видалити. Система дозволяє зберігати грошові кошти, важливі документи, коди, відстежувати угоди та операції, а також самостійно, без посередників, здійснювати грошові транзакції [5].

Одним з ключових трендів на фінансовому ринку є зростаюча популярність "необанкінгу", яка пов'язана з високою зручністю та швидкістю у наданні відповідних потреб клієнтів. Поряд з цим, спостерігаємо, що необанки продовжують розширювати свою присутність і конкурувати із традиційними банками, а також все більше громадян обирають їх, уникаючи відвідування фізичних відділень.

Розумні контракти ("smart-контракт") це контракти, які виконуються автоматично зав-

дяки технології Blockchain, коли виконуються визначені умови. Вони забезпечують безпечні, автоматизовані та децентралізовані угоди без необхідності залучення посередників.

За допомогою технології блокчейн "smart-контракт" може виконувати конкретні пункти контракту, які мають чітко сформульовані правила та підтримані гарантійним забезпеченням [5].

Поряд з цим, кредитні технології це застосування технологій для вдосконалення процесів кредитування та аналізу кредитного ризику. До них можуть входити оцінка кредитоспроможності, автоматизація процесів надання позик, а також використання альтернативних даних для оцінки кредитного ризику.

Краудфандинг це метод отримання фінансування від великої кількості людей, зазвичай через онлайн-платформи, які використовують "хмарні" технології. Цей підхід може бути застосований для фінансування різноманітних проєктів, стартапів, благодійних заходів та інших ініціатив.

Швидкі платежі це перш за все створення сучасних платіжних систем, що забезпечують миттєві грошові перекази між банками та власними рахунками. Це дає можливість користувачам швидко і зручно виконувати платежі, зокрема через мобільні пристрої та додатки.

Роботизоване інвестування передбачає використання алгоритмів та штучного інтелекту для автоматизованого управління інвестиція-

ми. На основі введених даних та цілей клієнта Робо-консультанти зазвичай надають інвестиційні рекомендації.

На сьогоднішній день популярним напрямком є впровадження штучного інтелекту та машинного навчання. Важливим інструментом для фінансових технологій став штучний інтелект, що дозволяє розробляти нові продукти, покращувати обслуговування та модернізувати послуги. Чат-боти вже стали звичною практикою, їх використовують для інформування клієнтів, проведення фінансових операцій, оцінки кредитоспроможності та визначення ризиків. Завдяки штучному інтелекту фінансові установи можуть зменшити витрати на обробку великих обсягів даних. Додаткові конкурентні переваги на ринку фінансових послуг отримують компанії, які швидше впроваджують штучний інтелект у свою діяльність.

Ще одним популярним трендом є створення фінансових екосистем. Цей напрям є популярним, оскільки єдина платформа, яка об'єднує різні компанії, дозволяє задовольняти ключові потреби клієнтів і надавати широкий спектр фінансових і нефінансових послуг. Успіх фінансових екосистем залежить від можливості доступу до продуктів і послуг всіх пов'язаних компаній через одну з них. Це значно спрощує вирішення питань клієнтів і створює конкурентну перевагу, що зробить фінансовий бізнес більш клієнтоорієнтованим і прибутковим. Запровадження Open banking стимулюватиме створення фінансових екосистем в Україні [4].

Отже, розвиток фінансового маркетингу в сучасних умовах полягає у пошуку ефективних способів реалізації фінансових послуг і продуктів, враховуючи реальні потреби клієнтів. В умовах конкуренції важливо зосередитися на системі контролю та плануванні в фінансовому секторі. Це дозволить підготуватися до різких змін, пов'язаних із впровадженням сучасних інноваційних систем обробки та зберігання даних.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Отже, формування нових знань у сфері маркетингу та досягнення успіху в даній галузі зумовлене інтеграцією економічних і інноваційних технологій. Застосування маркетингових інноваційних технологій, які активно використовують Інтернет та ІТ-технології, надає підприємствам можливість здобувати конкурентні переваги.

Ефективне застосування маркетингових інноваційних технологій на фінансовому ринку дає змогу компаніям повністю виявляти потреби споживачів, створювати персоналізовані пропозиції та заохочувати бажання купувати товари або користуватися послугами.

У разі змін на фінансовому ринку маркетингові інноваційні технології дозволяють швидко адаптувати робочі процеси до нових умов. Використання маркетингових інноваційних технологій на фінансовому ринку допомагає компаніям приваблювати увагу споживачів до своїх продуктів і послуг, особливо в умовах інформаційного перевантаження. Усі ці технології тісно взаємодіють одна з одною та спрямовані на підвищення ефективності маркетингових стратегій і комунікацій.

На сучасному етапі спостерігаємо, що маркетингові інноваційні технології на фінансовому ринку відіграють ключову роль у розробці бізнес-стратегій. Застосування FinTech, Blockchain, штучного інтелекту і машинного навчання, аналізу даних, роботизоване інвестування та інших цифрових інструментів відкриває нові можливості для персоналізації та покращує ефективність комунікації з клієнтами.

Поряд з цим, із сучасними можливостями виникають і певні виклики. Дослідження підкреслює важливість досягнення балансу між використанням особистих даних для персоналізації та забезпеченням конфіденційності. Відповідно питання, які пов'язані з використанням технологій, набувають все більшої важливості і вимагають ретельного розгляду. Новітні тенденції свідчать про зростаючу роль соціальних мереж у маркетингових стратегіях. Зміни в споживчій поведінці на даних платформах відкривають сучасні можливості для бізнесу, однак вимагають постійної адаптації та вивчення динаміки цих каналів.

Література:

1. Babukh I., Yermiia M., Nikiforov P. Financial marketing in the management system of a financial institution. Міжнародне економічне співробітництво: механізми та стратегії розвитку: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 21 листопада 2020 року) / ГО "Львівська економічна фундація". Львів: ЛЕФ, 2020. С. 100—102.

2. Бабух І. Б. Фінансовий маркетинг у сучасних умовах: зміст та завдання / І. Б. Бабух, Ю. Ю. Бабух // Фінансові інструменти сталого розвитку економіки: Матеріали IV міжнарод-

ної науково-практичної конференції (12 травня 2022 р.). — Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2022. — 467 с. — С. 190—192.

3. Ковальчук С. В. Фінансовий маркетинг: тренди 2023 року / Стійкість освіти і науки в умовах трансформації: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції до 30-річчя створення Закладу вищої освіти "Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія Бугая", м. Київ, 23-24 трав. 2023 р.: [зб. тез]. Київ: [ЗВО "МНТУ"], 2023. 568 с., С. 493—495 URL: <http://surl.li/jbgcm> (дата звернення: 15.08.2024).

4. Ковальчук С. В. Фінансовий маркетинг та перспективи його розвитку в Україні. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. — 2023. — № 4. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2023/11/320-24.pdf>

5. Томашевський Ю. М. Фінансовий маркетинг — ключовий інструмент сучасного розвитку фінансової сфери.: Збірник тез IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції Цифрова трансформація фінансової системи України та країн v-4 в умовах євроінтеграції (Дубляни, 16 травня 2024 р.). Частина I. Дубляни: ЛНУП, 2024. — 337 с. — С. 278-284.

References:

1. Babukh, I., Yermiia M. and Nikiforov P. (2020), "1. Babukh, I., Yermiia M., Nikiforov P. Financial marketing in the management system of a financial institution", Mizhnarodne ekonomichne spivrobitnytstvo: mekhanizmy ta stratehii rozvytku: materialy mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii [International economic cooperation: mechanisms and strategies of development: materials of the international scientific and practical conference], HO "Lvivska ekonomichna fundatsiia", Lviv, Ukraine, pp. 100—102.

2. Babukh, I.B. and Babukh, Yu.Yu. (2022), "Financial marketing in modern conditions: content and tasks", Finansovi instrumenty staloho rozvytku ekonomiky: Materialy IV mizhnarodnoyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi [Financial instruments of sustainable economic development. Materials of the 4th international scientific and practical conference], Chernivets'kyi nats. un-t, Chernivtsi, Ukraine, pp. 190—192.

3. Kovalchuk, S.V. (2023), "Finansovy marketing: trendy 2023 roku", Stijkist' osvity i nauky v umovakh transformatsii: Materialy Mizhnarodnoyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi do 30-richchya stvorennia Zakladu vyshchoyi osvity "Mizhnarodnyy naukovo-tekhnichnyy universytet imeni akademika Yuriya Buhaya" [Sustainability

of education and science in conditions of transformation. Materials of the International Scientific and Practical Conference on the 30th Anniversary of the Establishment of the Institution of Higher Education "International Scientific and Technical University named after Academician Yuriy Bugai"], ZVO "MNTU", Kyiv, Ukraine, pp. 493—495, available at: <http://surl.li/jbgcm> (Accessed 15 August 2024).

4. Kovalchuk, S.V. (2023), "Financial marketing and prospects for its development in Ukraine", Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauk, [Online], vol. 4, available at: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2023/11/320-24.pdf> (Accessed 15 August 2024).

5. Tomashevskiy, Yu.M. (2024), "Financial marketing is a key tool for the modern development of the financial sphere", Zbirnyk tez IV Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi internet-konferentsii. Tsyfrova transformatsiia finansovoi systemy Ukrainy ta krain v-4 v umovakh ievrointehratsii [Collection of abstracts of the 4th International Scientific and Practical Internet Conference. Digital transformation of the financial system of Ukraine and v4 countries in the context of european integration], LNUP, Dublyany, Ukraine, pp. 278—284.

Стаття надійшла до редакції 29.08.2024 р.

<https://nayka.com.ua>

Електронне фахове видання

ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ
удосконалення та розвиток

Виходить 12 разів на рік

включено до переліку наукових фахових видань України
з питань **ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ**
(Категорія «Б»)

Наказ Міністерства освіти і науки України
від 28.12.2019 №1643

Спеціальність 281

e-mail: economy_2008@ukr.net

 viber: +38 050 3820663