

НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ 19. 2024



ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Хмельницького
кооперативного
торговельно-
економічного
інституту

Економічні науки



ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ КООПЕРАТИВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

**Економічні науки
№ 19 2024**

Хмельницький 2024

УДК 332:001(082)

З-41

Рекомендовано до друку Вченою радою Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту (протокол № 6 від 7 березня 2024 р.)

Рецензенти:

А. М. Танасійчук, доктор економічних наук, професор Вінницького торговельно-економічного інституту ДТУ (м. Вінниця)

Н. І. Андрусишин, кандидат економічних наук, старший науковий співробітник ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України» (м. Львів)

Редакційна колегія:

Ю. В. Телячий, доктор історичних наук, професор президент Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту (головний редактор); О. В. Замазій, доктор економічних наук, професор, проректор з наукової роботи Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту (заступник головного редактора); Д. С. Джерелейко, кандидат економічних наук, доцент, декан факультету управління підприємництва і права Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту; С.В. Ковальчук, доктор економічних наук, професор завідувач кафедри маркетингу та менеджменту, завідувач відділу аспірантури і докторантури; віце президент Української Асоціації Маркетингу; С. В. Маркова, доктор історичних наук, доцент, почесний професор МКА, керівник відділу наукової роботи Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту (відповідальний редактор); М.Ю. Нікольчук, кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри фінансів, обліку та аудиту Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту; Я.Н. Сапотницька, кандидат економічних наук, завідувач кафедри підприємництва, торгівлі, логістики та готельно-ресторанної справи Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту.

З-41 Збірник наукових праць Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту : економічні науки. Хмельницький : Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут, 2024. Том 19. 148 с.

Адреса редакційної колегії: науковий відділ, Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут, вул. Кам'янецька, 3, м. Хмельницький, 29000

Електронна версія збірника оприлюднюється на офіційній сторінці ХКТЕІ:

<http://www.xktei.km.ua/naukova-divalnist/naukovi-konferencivi>

Автори несуть відповідальність за достовірність матеріалу та коректність тексту

УДК 332:001(082)

ЗМІСТ

<i>Атаманюк Р. Ф.</i> <i>МОЛОДІЖНЕ БЕЗРОБІТТЯ У ГЛОБАЛЬНОМУ ВИМІРІ</i>	<i>5</i>
<i>Джерелейко С. Д., Козлітіна Д. Г.</i> <i>УПРАВЛІННЯ ПОЛІТИКОЮ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА</i>	<i>17</i>
<i>Джерелейко С. Д., Кучерук Н. І., Кучерук С. А.</i> <i>ВПЛИВ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖАМИ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ СИСТЕМИ</i> <i>УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА</i>	<i>28</i>
<i>Джерелейко С. Д., Леськов Ю.</i> <i>ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ</i> <i>ПІДПРИЄМСТВА.....</i>	<i>38</i>
<i>Джерелейко С. Д., Молод Я. В.</i> <i>ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ</i>	<i>49</i>
<i>Забурмеха Є. М.</i> <i>СУЧАСНІ ТРЕНДИ ФІНАНСОВОГО МАРКЕТИНГУ</i>	<i>61</i>
<i>Нікольчук Ю. М., Войтюк Д. С.</i> <i>КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ ТА СКЛАДОВІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МЕХАНІЗМУ ФІНАНСОВОЇ</i> <i>СТІЙКОСТІ СТРАХОВИКА.....</i>	<i>72</i>
<i>Нікольчук Ю. М., Казан Т. В.</i> <i>МЕХАНІЗМ НАРОЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА:</i> <i>ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ.....</i>	<i>83</i>
<i>Нікольчук Ю. М., Кондратюк Ю. О.</i> <i>СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ</i> <i>ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ</i>	<i>97</i>
<i>Сапотницька Н. Я., Кучерук Н. І.</i> <i>ВПРОВАДЖЕННЯ НАССР У ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА</i> <i>ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ОРГАНІЗАЦІЮ ТОВАРОПОСТАЧАННЯ.....</i>	<i>113</i>
<i>Сапотницька Н. Я., Мельник А. А.</i> <i>НАПРЯМКИ ВПРОВАДЖЕННЯ SMART-ПІДХОДУ НА ВИРОБНИЧОМУ ПІДПРИЄМСТВІ :</i> <i>ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ІНОЗЕМНИЙ ДОСВІД</i>	<i>127</i>
<i>Телячий Ю. В.</i> <i>ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ХМЕЛЬНИЦЬКОГО КООПЕРАТИВНОГО ТОРГОВЕЛЬНО-</i> <i>ЕКОНОМІЧНОГО ІНСТИТУТУ В УМОВАХ ВІЙНИ рф ПРОТИ УКРАЇНИ (2023-2024</i> <i>Н.Р.....</i>	<i>137</i>

3. Tertychka V.V. (2017) Strategic management: textbook. Kyiv: "K.I.S.", 2017. 932 p. (accessed December 1, 2023).
4. Tyshchenko, V.V. (2017) Formulation of strategic goals and alternatives in a bank. [Economics and Society]. Mukachevo: Mukachevo State University, 2017, No. 10, pp. 90-95. (accessed December 1, 2023).
5. Kharchenko, T.O. (2020) Strategic management of the banking structure in conditions of banking system transformation. URL: DOI: 10.30525/978-9934-588-61-7-38 (accessed December 1, 2023).
6. Chmutova, I.M. (2019) Strategic choice of a bank at different stages of its life cycle. [Economic Journal-XXI]. 2019, No. 5-6, pp. 94-97

УДК 336:339

Забурмеха Є. М., кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та менеджменту Хмельницького кооперативного торговельно - економічного інституту (Y.M.ZABURMEKHA@xktei.km.ua)
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2223-3887>

СУЧАСНІ ТРЕНДИ ФІНАНСОВОГО МАРКЕТИНГУ

Анотація. У статті розглянуті сучасні тренди та проблеми, з якими зіштовхнулися фінансові установи в Україні. Підкреслене значення інновацій та технологій у фінансовому маркетингу, а також їх вплив на розвиток цієї сфери діяльності.

Ключові слова: фінансовий маркетинг, маркетинг фінансових послуг, ринок фінансових послуг, інновації фінансового ринку.

Zaburmekha Y., Associate Professor of the Department of Marketing and Management. Khmelnytskyi Cooperative Trade and Economic Institute

MODERN TRENDS OF FINANCIAL MARKETING

Abstract. The article examines modern trends and problems in financial institutions in Ukraine. The importance of innovations and technologies are

emphasized in financial marketing. Their impact on the development of this field of activity is important.

Key words: *financial marketing, financial services marketing, financial services market, financial market innovations.*

Постановка проблеми. Сьогодні ми спостерігаємо важливу роль фінансових послуг у розвитку вітчизняної та світової економіки, підвищенні добробуту населення. Частка доданої вартості, створеної у секторі фінансових послуг глобального ВВП постійно зростає. У той же час, невідповідність розвитку ринку фінансових послуг в Україні ускладнилася падінням економіки країни під час повномасштабного вторгнення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розгляду проблем становлення та розвитку вітчизняного фінансового ринку у своїх працях приділили увагу такі вчені: Арутюнян С.С., С.В. Науменкова, Коваленко Ю.М., Л.М. Алексеєнко, Шишпанова Н.О., Іванов А.О., Савінова Ю. М., Опарін В.М., Школьник І.О., Кремень В.М., Внукова Н.М. та інші.

Дослідженнями розвитку та впровадження маркетингу фінансових послуг займалися, як вітчизняні так і зарубіжні вчені, а саме: Бабух І. Б., Ковальчук С. В., Рой Стефенсон, Лютий І.О., Алексеєв І. В., Дудко О.С. та інші. Відзначаючи важливість і значущість фінансового маркетингу, сьогодні існує проблема більш системного та комплексного підходу до цієї проблеми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Метою статті є дослідження теоретичних аспектів розвитку фінансового маркетингу у контексті сучасних тенденцій формування і розвитку фінансового ринку та маркетингу в Україні.

Виклад основного матеріалу. Фінансовий ринок – це складна відкрита економічна система, яка представляє собою сукупність економічних відносин та інститутів, пов'язаних з перерозподілом капіталу.

Розвинений фінансовий ринок є одним з необхідних атрибутів архітектури фінансово-економічних відносин, що значною мірою характеризують стан розвитку національної економіки. Сьогодні побудова в Україні високоліквідного

фінансового ринку інтегрованого в світову фінансову систему є одним з ключових завдань, адже упродовж кількох останніх десятиріч роль та значення фінансового ринку у національних економіках усіх країн світу різко зросла. Фінансовий ринок став одним з найважливіших інструментів розвитку національних економік, за допомогою якого вирішуються фінансові, інвестиційні і соціальні питання.

Тому фінансові установи зобов'язані не тільки стимулювати розвиток реальної економіки, але і вирішувати складні соціальні та економічні завдання на фінансових ринках, у тому числі за допомогою інноваційних підходів у сферах регулювання, управління, маркетингового стратегічного планування.

У науковій літературі інколи відбувається підміна або ототожнення понять «фінансовий маркетинг» та «маркетинг фінансових послуг». Насправді, слід зазначити, що «фінансовий маркетинг» охоплює ширше коло питань, ніж «маркетинг фінансових послуг», бо включає не лише маркетинг фінансових послуг, але і маркетинг конкретних фінансових продуктів, зокрема, інвестиційні продукти, кредити, страхування, пенсійні плани тощо.

Крім того, фінансовий маркетинг охоплює стратегії, методи і інструменти, які використовуються для просування, позиціювання та продажу фінансових продуктів на ринку, а також для задоволення потреб клієнтів і залучення їх до використання цих продуктів. Він також включає в себе аналіз ринку, дослідження цільової аудиторії, розробку маркетингових стратегій, комунікацію з клієнтами, позиціювання бренду та інші аспекти, що стосуються маркетингу у фінансовій сфері (рис. 1).

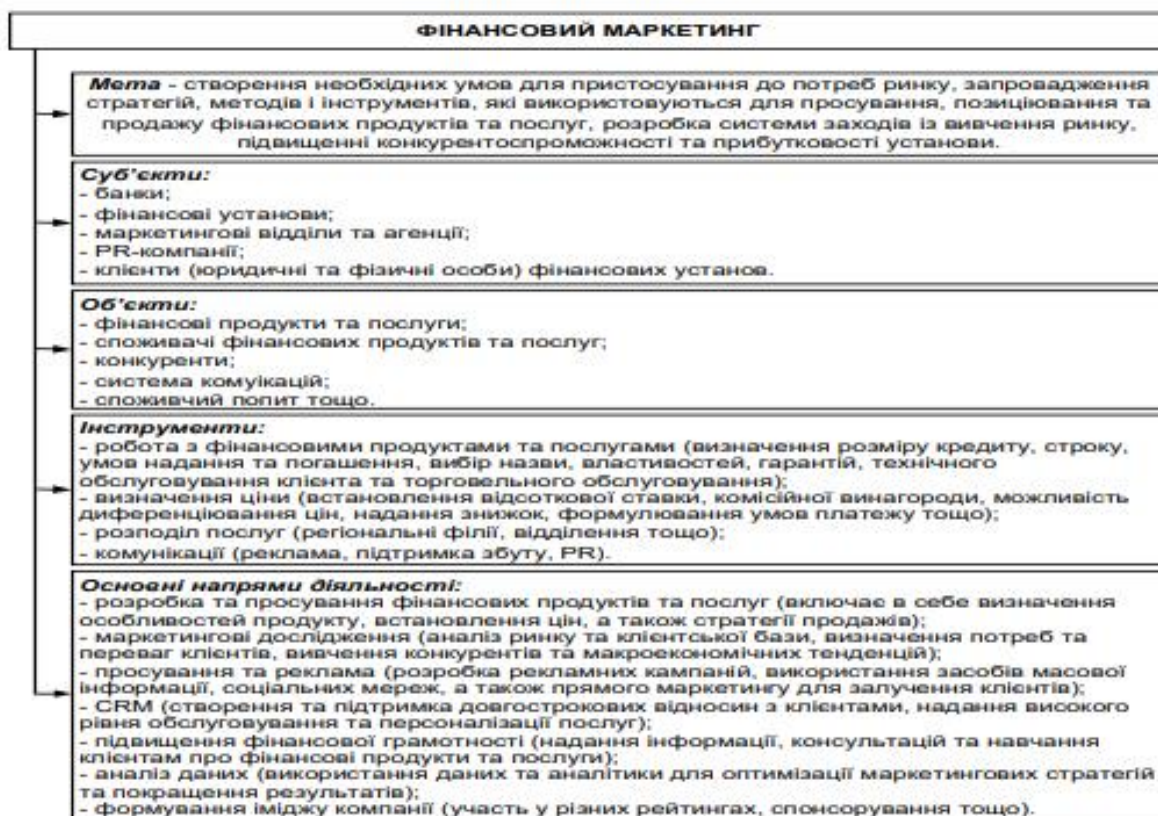


Рис. 1. Сутнісні ознаки фінансового маркетингу

Головною проблемою українського ринку фінансових послуг є недостатність попиту зі сторони населення та комерційних структур. При цьому користування певними фінансовими сервісами – наприклад, недержавного пенсійного забезпечення – змогло б допомогти у рішенні питань прискореного зростання вітчизняної економіки та зниження соціального навантаження на державний бюджет країни.

Повномасштабна війна, розпочата росією в лютому 2022 року, призвела до окупації українських територій, руйнування інфраструктури, збоїв у ланцюгах поставок, масової міграції населення, глибокої економічної та фінансової кризи і в подальшому матиме довготривалі негативні наслідки для фінансового сектору. Українська економіка пережила серйозне скорочення у 2022 році, реальний ВВП впав на 29,1 %, що стало найглибшим річним падінням в історії країни. Перші місяці війни принесли найзначніші економічні втрати: падіння на

14,9 % у I кварталі 2022 року. Учасники фінансового ринку отримали значні збитки від спричинених війною збоїв операційної діяльності.

В таких умовах особливої актуальності набуває ґрунтовний аналіз чинників, що визначають поточну ринкову поведінку усіх учасників сектору фінансових послуг – як споживачів, так і компаній-провайдерів фінансових сервісів, а також державних регуляторів цієї сфери. Крім ворожої агресії, саме наслідки їх ринкової поведінки і формують ті ключові виклики, з якими зіштовхується ринок фінансових послуг України в умовах війни.

Відповідно до ситуації, яка склалася на фінансовому ринку можна можна говорити про виникнення такого ринкового явища, як інформаційна асиметрія (IA) [29]. Це ситуація нерівномірного розподілу інформації між учасниками ринкових угод (споживач обізнаний гірше, ніж постачальник послуги). Це призводить до низки маркетингових проблем:

- до зниження попиту на послуги – через сприйняття фінансової послуги як незрозумілої, непрозорої та такої, що має сумнівну цінність,

- до негативного відбору: через асиметричність інформації низькоякісні послуги будуть витіснені високоякісні з ринку, а учасники транзакцій на ринку відрізняться в гірший бік від тих, хто не бере в них участі.

Саме через інформаційну асиметрію потенціал розвитку ринків фінансових послуг України сьогодні залишається нереалізованим.

Зростання інформаційної асиметрії відбувається також через цифровізацію суспільства. Нові можливості, які з'явилися у сучасного бізнесу з розвитком Інтернет-технологій, на перший погляд, мають знизити рівень інформаційної асиметрії. Здається, що споживачеві значно простіше отримати будь-яку інформацію щодо певного ринкового гравця чи його продуктів завдяки можливостям он-лайн пошуку, і значно простіше вибудувати комунікацію споживача та постачальника певного ринкового продукту чи послуги за допомогою digital-інструментів. Але це загальне правило не працює, коли мова йде про так звані довірчі блага, до яких відносяться і фінансові послуги.

Також маємо зазначити, що інноваційність фінансового маркетингу визначається характером новацій, які відбуваються на фінансових ринках.

Розглянемо деякі з популярних інновацій, які мають місце на сучасному фінансовому ринку.

Фінансові технології (FinTech): Виникнення технологічних стартапів, які пропонують нові цифрові рішення у фінансовій сфері. Це може включати мобільні платежі, електронні гаманці, онлайн-кредитування, розподілені реєстри (blockchain) та інші інноваційні сервіси. Одним з основних трендів на фінансовому ринку, який залишається актуальним і сьогодні, є зростання популярності «необанкінгу». Це пов'язано зі зручністю і швидкістю, яку надають ці цифрові фінансові послуги відповідно до потреб клієнтів.

FinTech-проекти фокусуються не лише на оптимізації бізнес-процесів з надання фінансових послуг, збільшенні їх прозорості та здешевленні. Вони дозволяють інакше вибудувати комунікації зі споживачем, забезпечити більший рівень їх залучення до взаємодії з провайдером фінансових послуг, підвищити та зробити більш очевидною споживацьку цінність фінансової послуги. Чи не найбільш відомим прикладом розвитку традиційного гравця ринку фінансових послуг за допомогою FinTech-платформи в Україні є система «Приват24», успіх якої частково намагається повторити проект «МоноБанк». Клієнти готові поділитися особистими даними в обмін на швидкість, зручність та індивідуальні поради з управління власними фінансами.

Криптовалюти: Введення цифрових валют, таких як Біткойн, Ефіріум та інших, які використовують технологію блокчейн.

Згідно зі статистикою сьогодні, у світі налічується понад 19 тис. криптовалют. Уся криптовалюта умовно розділяється на три різновиди, кожен із яких має свої характеристики. Це біткоїни, альткоїни (включають стейблкоїни) і токени. Та спочатку трохи термінології: у світі цифрових грошей є кілька термінів, що мають свої особливості.

- цифрова валюта – це всі електронні гроші у віртуальному просторі, включаючи криптовалюта та віртуальну валюту. Цифрову валюту ще називають кіберготівкою.

- віртуальна валюта – це різновид цифрової валюти.

- криптовалюта – це один із видів віртуальної валюти, що створена на базі технології блокчейну 2008 року. Вона існує лише в Інтернеті та сформована за допомогою математичних обчислень.

Криптовалюти можуть забезпечити швидкі та недорогі міжнародні транзакції та нові способи зберігання та переказу грошей. Ця галузь демонструє глобальний розмах, перевищуючи темпи зростання традиційних галузей. В Україні також спостерігається розвиток цього сектору, а проводяться роботи щодо створення відповідного правового середовища для легалізації криптобізнесу. Очікується прихід міжнародних гравців, розвиток локальних проєктів, збільшення інвестицій у криптосектор і зростання кількості криптостартапів [1].

Один з трендів, який отримав поштовх під час військової агресії з боку РФ, полягає у просуванні проєкту «Е-гривня».

Е-гривня – це електронна форма грошової одиниці України, емітентом якої є Національний банк України. Таким чином, е-гривня є фіатною валютою, яка обмінюватиметься на готівкові або безготівкові кошти у співвідношенні 1:1.

Наразі Національним банком України розглядаються такі юз-кейси (варіанти використання) е-гривні:

1. Інструмент для роздрібних безготівкових платежів фізичних осіб (P2P, P2B). Е-гривня розглядається як інструмент для здійснення миттєвих роздрібних платежів фізичними особами, що може стати альтернативою існуючим засобам та інструментам роздрібних платежів – готівці, платіжним карткам, платіжним дорученням та електронним грошам.

Перевагами е-гривні є: захищеність (погашення і розрахунки гарантуються Національним банком України), миттєвість, безпечність, прозорість.

2. Інструмент для цільових соціальних виплат (G2P). Держава може виплачувати громадянам цільові соціальні виплати в е-гривні з можливістю функціоналу «розумних» цільових грошей (можуть витратитись тільки на конкретні цілі).

3. Інструмент для розрахунків за цінними паперами та іншими фінансовими інструментами (B2B). Е-гривня розглядається як інструмент швидких прямих розрахунків за цінними паперами та іншими фінансовими інструментами, в тому числі без участі банківської системи (прямі розрахунки через гаманці е-гривні), що зможе забезпечити прямий доступ небанківських фінансових установ. Токенізація фінансових інструментів відкриє можливість укладання смарт-контрактів (тобто миттєвих та безвідкличних контрактів).

4. Інструмент для корпоративних платежів юридичних осіб (B2B). Е-гривня та її інфраструктура може використовуватись як інструмент для швидких «оптових» платежів між юридичними особами всередині країни.

5. Інструмент для транскордонних платежів (B2B, P2P, P2B). Е-гривня та її інфраструктура може використовуватись як інструмент для транскордонних платежів між юридичними особами та/або фізичними особами. Забезпечується за рахунок взаємодії з іншими центральними банками.

6. Дохідний фінансовий інструмент. Е-гривня – фінансовий інструмент, що може бути використаний лише з метою зберігання і накопичення коштів. На е-гривню може нараховуватись відсоток. В цьому юз-кейсі е-гривня не є платіжним інструментом.

Смарт-контракт (розумний контракт): Представляє собою угоду, яку написано у формі комп'ютерного коду та яку можна укласти, змінити чи розірвати тільки за допомогою певної комп'ютерної програми. Такі угоди набувають усе більшої популярності, оскільки вони полегшують життя своїм підписантам за рахунок їх автоматизації. Смарт-контракти засновані на технології блокчейну, яка дозволяє здійснювати транзакції без втручання фінансових установ. Тому сторонам смарт-контракту потрібно обрати

середовище для укладення такого виду угоди. Зазвичай таким середовищем виступає Ethereum, а також Polkadot, Ripple та Tron.

Роботизоване інвестування (Robo-Advisors): Представляють собою платформи для автоматизованого управління інвестиціями, що використовують алгоритмічні методи та штучний інтелект для прийняття рішень щодо складання та оптимізації інвестиційних портфелів. Вони забезпечують інвесторів можливістю розміщення своїх грошей в різноманітних активах, таких як акції, облігації, фонди та інші, відповідно до заданих параметрів ризику та фінансових цілей [3].

Робота robo-advisors ґрунтується на алгоритмах, які аналізують фінансові дані та попередні патерни ринку для прийняття оптимальних рішень щодо розподілу активів у портфелі. Це дозволяє знизити ризики та максимізувати потенційні доходи для інвесторів.

На ринку існує кілька типів robo-advisors, включаючи повністю автоматизовані платформи та ті, які комбінують автоматизоване управління з можливістю отримання консультацій від фахівців.

Ринок robo-advisors стрімко зростає, привертаючи як інвесторів, так і фінансові установи. Прогнози показують, що цей сегмент буде продовжувати розвиватися, залучаючи нові технології та стратегії управління активами. За прогнозами, до 2025 року його обсяг сягне \$14,3 трлн.

Ключові гравці на ринку robo-advisors включають такі платформи, як Wealthfront, Betterment, Vanguard, Personal Capital, M1 Finance та інші.

Миттєві платежі: Розробка нових систем платежів, які забезпечують миттєві грошові трансфери між банками та особистими рахунками. Ключові особливості миттєвих платежів:

- здійснюються 24 години на добу, 365 днів на рік;
- виконуються на рахунок користувача будь-якого банку;
- миттєве сповіщення отримувача про зарахування коштів;
- миттєва доступність коштів для використання отримувачем;

- ініціювання платником з платіжного застосунку надавача платіжних послуг;

- обмін реквізитами за допомогою QR-коду, номера мобільного телефону, адреси електронної поштової скриньки тощо.

Краудфандинг: Це процес залучення фінансування від групи людей, зазвичай через онлайнплатформи («хмарні» технології). Краудфандинг може бути використаний для фінансування проєктів, стартапів, благодійних акцій та інших ініціатив.

Кредитні технології (CreditTech): Використання технологій для покращення процесу кредитування та оцінювання кредитного ризику. Вони можуть включати в себе оцінку кредитоспроможності, автоматизацію позичкових процесів та використання альтернативних даних для оцінювання кредитного ризику.

Іншим 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.

З практичних позицій найчастіше екосистема визначається так:

1. Екосистема як сукупність учасників – це учасники, які взаємодіють з організацією, що прямо чи опосередковано беруть участь у створенні «ланцюжка цінностей», а також її клієнти;

2. Екосистема як майданчик товарів та послуг (marketplace) – це майданчик, де пропонуються різні інтегровані товари та послуги, що покривають максимально широкий спектр потреб клієнтів одного профілю;

3. Екосистема як організація, що саморозвивається – це організація, яка використовує інноваційні підходи до управління і розглядає компанію як «живий організм».

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.

Open banking – це інноваційний тренд фінансового ринку, який передбачає створення єдиної платіжної екосистеми для банків, фінтех-компаній та клієнтів. Це дозволить використовувати відкриті дані для ухвалення персоналізованих рішень та розширення фінансових сервісів. Запровадження цього тренду дозволить банкам продавати свої продукти через інші фінансові платформи, що зменшить їхні витрати на розробку та підтримку власних фронт-систем.

Висновки. Таким чином, фінансовий ринок – це сукупність різноманітних економічних відносин які виникають між споживачами та постачальниками фінансових ресурсів, фінансовими посередниками у процесі їх діяльності, допоміжними та іншими фінансовими корпораціями, а також відносини зі сторони державних регуляторів щодо відповідного здійснення їх діяльності.

Аналіз сучасних трендів у сфері маркетингу фінансових послуг, що набирають обертів на більш розвинених ринках інших країн, дозволяють зрозуміти, яким саме має бути напрямок подолання поточних ринкових «викликів» у вітчизняному фінансовому секторі. Удається доцільним виокремити три ключових маркетингових тренди, знання та адаптація до яких можуть бути корисними у подоланні відповідних викликів.

Список використаних джерел:

1. 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>
2. Кльоба Л.Б. Теоретична суть маркетингу фінансових послуг. URL: file:///C:/Users/ThinkPad/Downloads/Inv+16-2024_St29.pdf
3. Фінтех: Robo-advisors – революція в управлінні активами URL: <https://fibi.tech/news/novini/finteh- robo- advisors- revolyuciya- v- upravlinni- aktivami>

References:

1. Koval'chuk S . V. Finansovyy marketynh: trendy 2023 roku / Stiykist' osvity i nauky v umovakh transformatsiyi: materialy Mizhnarodnoyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi do 30-richchya stvorennya Zakladu vyshchoyi osvity «Mizhnarodnyy naukovo-tekhnichnyy universytet imeni akademika Yuriya Buhaya», m. Kyiv. Kyiv, 23–24 trav. 2023 r. : [zb. tez]. Kyiv : [ZVO «MNTU»], 2023. 568 s., S. 493- 495 URL: <http://surl.li/jbgcm>
2. Kloba L.B. Teoretychna sut marketynhu finansovykh posluh. URL: file:///C:/Users/ThinkPad/Downloads/Inv+16-2024_St29.pdf
3. Fintekh: Robo-advisors – revolyutsiya v upravlinni aktyvamy. URL: <https://fibi.tech/news/novini/finteh-robo-advisors-revolyuciya-v-upravlinni-aktivami>