

УДК 336.7

ОЛЕНА СУКАЧ^{1*}, ЛЕСЯ САРАНА², СЕРГІЙ САВЧЕНКО³

1* к.е.н., доц, завідувач кафедри фінансів Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова, e-mail: elen1@online.ua, ORCID ID: 0000-0001-7150-0262

2 к.е.н., доц., доцент кафедри фінансів, Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова, e-mail: s_lesya@ukr.net, ORCID ID: 0000-0003-0987-0064

3 д.е.н., проф., перший проректор, Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова, e-mail: sso56@ukr.net, ORCID ID: 0000-0003-3081-2387

РОЛЬ DIGITAL MARKETING У ПРОСУВАННІ ФІНАНСОВИХ ІННОВАЦІЙ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ

Метою дослідження є визначення сучасних тенденцій розвитку фінансових технологій та впровадження інноваційних продуктів у розвиток фінансового ринку. Окрема увага зосереджена на використанні інструментів інноваційного маркетингу в впровадженні інноваційних технологій у фінансову сферу. Сьогодні проблема цифрової трансформації актуальна як ніколи. За останні роки у фінансовій індустрії спостерігалось кілька тенденцій цифрової трансформації, що дозволило модернізувати ринок фінансових послуг. Завдяки цифровій трансформації фінансів відбулися значні зміни в управлінні інвестиціями. Хоча технологічні інновації у фінансах не є чимось новим, інвестиції в нові технології суттєво зросли за останні роки, а темпи інновацій експоненціальні. **Методика.** Під час дослідження впливу інструментів Digital маркетингу на фінансові інновації фінансового ринку було застосовано такі методи дослідження, як: теоретичні, з метою систематизації та узагальнення існуючих наукових підходів до впровадження цифрових технологій на фінансовому ринку; емпіричні методи, прогнозування, щодо перспектив впровадження інноваційних інструментів маркетингу на фінансовому ринку. Особливу увагу приділено використанню інноваційних маркетингових інструментів при впровадженні інноваційних технологій у фінансовий сектор. **Результати.** Досліджено нові системи та платформи, які покращують персоналізоване обслуговування та підвищують лояльність клієнтів. Використання цифрових технологій, таких як штучний інтелект, блокчейн і хмарні обчислення, скорочує час і вартість фінансових операцій. Автоматизація процесів, також, зменшує людські помилки та підвищує ефективність. Це допомагає легко інтегрувати та обмінюватися даними між системами, одночасно підвищуючи ефективність роботи. Цифрова трансформація допомагає фінансовим установам перейти від застарілих додатків до зручної централізованої системи. Разом з тим, значної актуальності набирають процеси поєднання цифрового маркетингу та фінансової індустрії. Оскільки фінансові установи адаптуються до цифрової ери, а інноваційні маркетингові рішення стають ключовими інструментами для досягнення та підтримки фінансового успіху. Фінтех маркетинг об'єднує брендинг, створення контенту, маркетинг у соціальних мережах і мобільну рекламу, що дозволяє швидко реагувати на пропозиції конкурентів та запити учасників фінансового ринку. **Наукова новизна.** За результатами дослідження обґрунтовано перспективи та напрями розвитку фінансових інновацій та ефективність використання маркетингових інструментів в управлінні фінансовим ринком. **Практична значимість.** Digital marketing дозволяє ефективно інформувати потенційних клієнтів про нові фінансові продукти, що сприяє швидшому прийняттю інновацій широкою аудиторією, а завдяки використанню великих даних та алгоритмів машинного навчання цифровий маркетинг дозволяє точно налаштовувати комунікації з цільовими сегментами ринку, цифрові канали дозволяють постійно відстежувати реакцію ринку на інновації, швидко вносити зміни у стратегію просування і покращувати взаємодію з користувачами.

Ключові слова: інновації; фінансові інновації; цифрові платформи; фінансовий ринок; цифровізація; маркетингові інструменти

Постановка проблеми

Цифрова трансформація, яка охопила практично всі галузі економіки й надалі буде залишатися у пріоритеті урядів країни. Цифрова трансформація фінансів стосується стратегічного впровадження передових цифрових технологій у фінансових відділах і процесах, що дозволяє компаніям прискорювати та оптимізувати процеси, від звірки рахунків до прогнозування – запроваджуючи автоматизацію, вдосконалені можливості прийняття рішень і операційні процеси, а також нові бізнес-моделі, які переосмислюють традиційне управління фінансами.

У 2015 році в ЄС було розроблено «Стратегію Єдиного цифрового ринку ЄС», мета якої полягала у сприянні економічному зростанню, збільшенню робочих місць, конкуренції, інвестиціям та інноваціям у ЄС. Відповідно до Стратегії, подальший розвиток цифрових фінансів має ґрунтуватися на європейських цінностях і розумному регулюванні ризиків. В Україні також розроблено стратегії цифровізації суспільства. Зокрема, «Стратегія здійснення цифрового розвитку, цифрових трансформацій і цифровізації системи управління державними фінансами на період до 2025 року» та «Стратегія розвитку фінтеху в Україні до 2025 року». Фінансові технології постійно розвиваються завдяки технологічному прогресу, мінливим вимогам споживачів і потребам у підвищенні ефективності та безпеки. У нашій державі поняття цифровізації сконцентровано винятково на створенні нових видів сервісів, що базуються на зборі та аналізі даних із різних фізичних об'єктів, а основними інструментами цифровізації визначено: Інтернет речей, роботизація та кіберсистеми, штучний інтелект, великі дані, безпаперові технології, адитивні технології (3D-друк), хмарні та туманні обчислення, безпілотні та мобільні технології, біометричні, квантові технології, технології ідентифікації, блокчейн тощо.

Значний сплеск інноваційних технологій спостерігається й у фінансовій сфері. Найбільший вплив інновації мали на банківський сектор, що швидко відреагував на потреби клієнтів (онлайн-банкінг, мобільні платежі, однорангове кредитування, цифрові гаманці та інструменти фінансового управління тощо). Платформи, керовані даними, дозволяють фінансовим установам збирати, аналізувати та використовувати значні обсяги даних для стимулювання розвитку бізнесу. Ці платформи використовують штучний інтелект і машинне навчання, щоб автоматизувати процеси обробки даних, забезпечити якість і безпеку даних і отримати цінну інформацію.

Фінансові інновації, сьогодні, є головною рушійною силою економічного зростання, що створює нові можливості та допомагає компаніям зростати та розширюватися. Вони охоплюють стартапи, відомі фінансові компанії та інші компанії, які використовують технології для розробки та впровадження інновацій у галузі фінансових послуг. Адже зростання фінтех-компаній призводить до розробки нових продуктів і послуг, які раніше були недоступні. Ці продукти та послуги, своєю чергою, полегшують доступ до фінансових послуг, що призводить до зростання економічної активності. Проте, існує певна складність забезпечення безпечності та прозорості нових продуктів і послуг. Існує також ризик того, що фінансові інновації можуть призвести до розвитку нових форм системного ризику, особливо якщо нові продукти та послуги не регулюються належним чином.

Зміни настроїв у суспільстві, відповідно, впливають й на всі сегменти фінансового ринку, а просте впровадження сучасних інноваційних технологій уже не повною мірою розв'язує питання цифровізації економіки. Актуальності набирають процеси поєднання цифрового маркетингу та фінансової індустрії. Оскільки фінансові установи адаптуються до цифрової ери, а інноваційні маркетингові рішення стають ключовими інструментами для досягнення та підтримки фінансового успіху.

Сьогодні цифровий маркетинг – це ефективний цифровий канал продажу фінансових продуктів і послуг споживачам. Перевагами цифрового маркетингу у реалізації фінансових інновацій, є реалізація стратегій просування фінансових інноваційних продуктів на теренах Інтернету. Фінтех маркетинг об'єднує фінансові технологічні компанії та їхніх клієнтів. Це включає такі дії, як брендинг, створення контенту, маркетинг у соціальних мережах і мобільна реклама.

Отже, сьогодні, фінансові інновації стають пріоритетом фінансової інфраструктури, а успішна реалізація фінтех продуктів значною мірою залежить від ефективності використання інструментів цифрового маркетингу учасниками фінансового ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Розвиток фінансової сфери, як складової економічного зростання країни, залежить від інновацій. Фінансовим інноваціям віддають перевагу як процесу створення нових фінансових продуктів, послуг або процесів. Вони, як категорія, з'явилися завдяки розвитку технологій, фінансових інструментів і платіжних систем. У фінансовій індустрії «фінансові інновації» стосуються впровадження нових продуктів і послуг у фінансові установи та на ринки за допомогою нових технологій. Сьогодні серед дослідників існують різні підходи до визначення даної дефініції.

Так, Р. Наполі [8] визначає фінансові інновації як:

- 1) нововведення продукту чи послуги або суттєві поліпшення їх характеристик;
- 2) нове або значне вдосконалення методу, обладнання або навичок;
- 3) суттєве поліпшення характеристик запропонованого продукту (послуги), методів, обладнання або навичок, що використовувалися раніше.

Н. Пантелєєва під фінансовою інновацією розуміє «результат творчого пошуку нового підходу до розв'язання проблеми у фінансовій галузі, який реалізується шляхом створення та дифузії нових фінансових продуктів, послуг, інструментів, технологій, процесів і організаційних форм, орієнтованих на ефективне управління фінансовими ресурсами та ризиками, забезпечення фінансової стійкості та конкурентоспроможності в умовах мінливості, невизначеності й інформаційної асиметрії економічного середовища» [3].

Л. Колінець, під час дослідження даної дефініції, у вузькому значенні визначає, як будь-які нововведення у фінансових інструментах, а у широкому значенні – будь-які нововведення у будь-якому з елементів фінансової системи [2]. На думку С. Радянського та О. Дячун, «фінансова інновація – це нові процеси, що запроваджують в обіг інноваційні фінансові технології, фінансові інструменти та фінансове інвестування».

Фінансовими інноваціями є продукти, які розробляються та впроваджуються в економічній сфері та при цьому змінюють характер соціально-економічних відносин у суспільстві, господарських та виробничих дій людей, вважає А. Гулій [1]. На нашу думку, «фінансові інновації», це будь-які нові розробки фінансових інструментів та подій у будь-яких елементах фінансової системи (ринки, інститути) [4].

Фінансові інновації стосуються розробки нових фінансових продуктів або послуг, які адаптовані до мінливих потреб споживачів і підприємств. Це сфера, яка постійно розвивається, що обумовлюється технологічним прогресом і змінами в нормативному середовищі [9]. Разом з тим, цифрові фінанси спрямовані на досягнення низьких витрат, високої ефективності та обмеження вільного часу та простору [7].

Таким чином, сектор фінансових послуг є висококонкурентним, відтак розробка стратегії цифрового маркетингу є надзвичайно важкою через високий рівень конкуренції в галузі. Крім того, у світлі епохи цифрових технологій, яку сьогодні переживає світ, функція маркетингу в будь-якій установі є однією з важливих функцій для її успіху. Тому для впровадження цієї функції необхідно покладатися на новітні технології відповідно до фінансових технологій що використовуються [5]. Цифровий маркетинг, своєю чергою, створює попит завдяки тісному зв'язку з новими можливостями інформаційних технологій і викликами, які створюють цифрові медіа технології [6; 10].

Отже, сучасні реалії вимагають не лише впровадження новітніх інструментів у фінансовій сфері, а й потребують поглиблення досліджень щодо ефективності та доцільності використання інструментів цифрового маркетингу у сфері фінансових інновацій.

Формулювання цілей статті

Метою дослідження є визначення сучасних тенденцій розвитку фінансових технологій та впровадження інноваційних продуктів у розвиток фінансового ринку. Окрема увага зосереджена на використанні інструментів інноваційного маркетингу в впровадженні інноваційних технологій у фінансову сферу.

Виклад основного матеріалу дослідження

Сучасна практика констатує, що фінансові інновації стали невід'ємною складовою фінансового ринку, адже вони допомагають зменшити ризики у фінансовій галузі. Зокрема, використання технології блокчейн зменшує ризики шахрайства та підвищує безпеку. Використання мобільних банківських програм полегшує доступ до рахунків і керування фінансами. Що, своєю чергою, призводить до підвищення ефективності роботи фінансової установи та скорочення її витрат на обслуговування клієнтів. Разом з тим, фінансові інновації сприяють фінансовій інклюзії, відкриваючи доступ до фінансових послуг для більшої кількості користувачів[9].

Разом з тим, фінансові інновації можна класифікувати за такими принципами, як: ефективність; прозорість; стійкість; інтеграція. Проте, Д. Дорофєєв запропонував власну класифікацію фінансових інновацій, яка ґрунтується на сфері виникнення та використання інновацій: фінансові ринки, фінансові інститути, фінансові інструменти, фінансові операції та послуги, а також фінансові технології. Для кожної ознаки автором запропоновано об'єкт впровадження інновацій та перелік потенційно можливих для використання інструментів, операцій, технологій і методів організації фінансової роботи. Реалізація такого підходу, на думку автора, дає змогу врахувати головні структурні елементи фінансової інновації та галузеву специфіку діяльності фінансових інститутів, які використовують інновації за ключовими ознаками, яка враховує не лише науково-технічні та технологічні характеристики, а й інші, зокрема, фінансові, економічні, соціокультурні, інформаційні, що дає змогу комплексно оцінити економічну природу інновації та розробити заходи щодо управління процесом інноваційної діяльності.

Варто зазначити, що фінансові інновації підвищують доступність фінансових продуктів і послуг. Адже завдяки інноваціям, послуги стають все більш персоналізованими та унікальними. Оскільки фінансова галузь зазнає цифрової трансформації, інноваційні маркетингові рішення стають рушійною силою стійкого фінансового успіху. Синергія точності, що керується даними, багатоканального залучення, досконалості контент-маркетингу, фінтех-інновацій і соціальної перевірки, створює міцну основу для процвітання фінансових установ у цифрову еру.

За останні кілька десятиліть маркетинг кардинально змінився. Розвиток цифрових технологій перевернув традиційні маркетингові практики, пропонуючи компаніям нові та інноваційні способи зв'язку зі своїми клієнтами. Ця тенденція охопила й ринок фінансових послуг. Оскільки все більше споживачів переміщують свої фінансові операції в Інтернет, і потреба в цифрових маркетингових стратегіях стає критичною для фінансових установ.

У прагненні залучити цільову аудиторію, підвищити впізнаваність бренду та збільшити транзакції, digital-маркетинг став важливим елементом для фінтеху та банківських компаній. Майже 33% їхнього маркетингового бюджету йде саме на роботу з цифровими каналами комунікації.

Сьогодні існують дискусії щодо змісту фінтеху. Так, А. Мерлен та колектив авторів вважають, що «FinTech» – це передова технологія для вдосконалення та автоматизації надання та використання фінансових послуг споживачам і підприємствам. А. Мехар, визначив, що більша частина населення, яка отримує платежі в цифрових режимах, і використовує Інтернет для оплати рахунків або покупки є надійними факторами торгівлі послугами. С. Стейн стверджує, що фінтех може підвищити ефективність фінансового посередництва та забезпечити альтернативне джерело фінансування для підприємств і споживачів.

Наразі виокремлюють п'ять ринків Fintech, які включають цифрові платежі, цифрові інвестиції, залучення цифрового капіталу, цифрові активи та необанкінг (рис. 1).

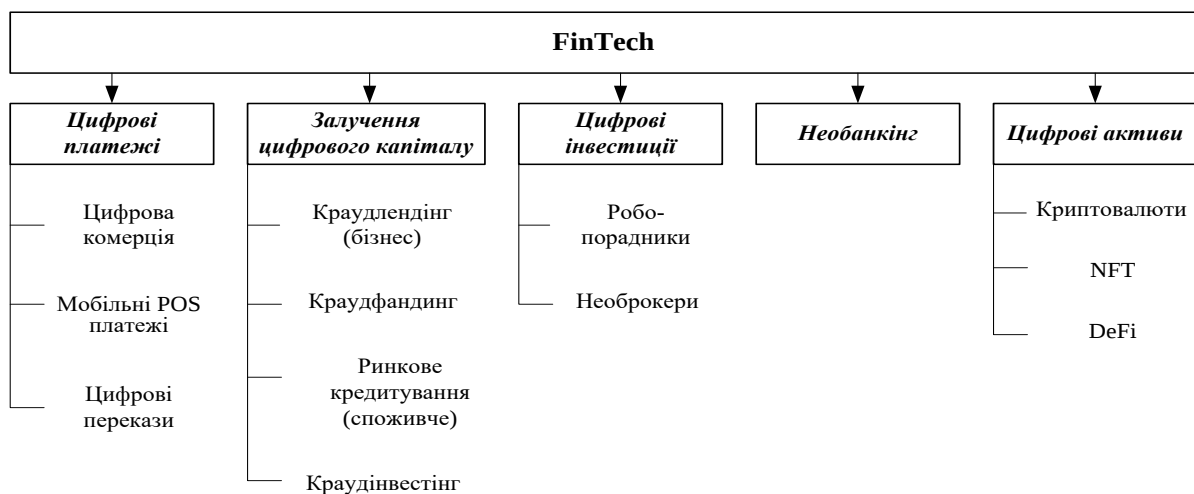


Рис. 1. Структура ринку FinTech
Джерело: побудовано авторами

Ринок цифрових платежів включає цифрові торгові транзакції, мобільні платежі в точках продажу та цифрові перекази. Цифрові інвестиції включають робо-консультантів і необрокерів. Цифрове залучення капіталу складається з краудфандингу, краудінвестування, краудкредитування та ринкового кредитування. А ринок цифрових активів включає криптовалюти, NFT і DeFi, а сегмент необанкінгу зосереджений на цифрових банках.

Інноваційні продукти у фінансовій сфері можуть мати внутрішнє джерело походження або виходити за межі ринку технологій (табл. 1).

Таблиця 1

Середовище фінансових інновацій

Джерело: укладено автором на основі джерела [11]

Внутрішній ринок	Зовнішнє середовище
Цифрові платежі: платежі через мобільні каси, цифрова комерція та цифрові грошові перекази	Метапошукові системи / бізнес-моделі генерації потенційних клієнтів
Інтернет-краудфандинг (на основі капіталу та винагороди)	InsureTech або пов'язані зі страхуванням послуги
Цифрові інвестиції, в т.ч. Робо-радики та Необрокери	Платежі між компаніями
Ринкове кредитування (однорангові платформи) для бізнесу та особистих позик	Кредитний скоринг і управління API
Необанкінг	Метапошукові системи / бізнес-моделі генерації потенційних клієнтів
Криптовалюти	InsureTech або пов'язані зі страхуванням послуги
NFT	Платежі між компаніями
DeFi	Кредитний скоринг і управління API

Цифрові інвестиційні платформи також набувають популярності й люди шукають недорогі та прості у використанні варіанти інвестування. Крім того, цифрове залучення капіталу стало привабливим варіантом для стартапів і МСП, оскільки це забезпечує ефективний спосіб отримати доступ до фінансування.

Зростання цифрових активів, таких як криптовалюти та NFT, також створило нові можливості для інвесторів і трейдерів. Нарешті, необанки змінили традиційну банківську індустрію, запропонувавши інноваційні, орієнтовані на клієнта рішення, які задовольняють потреби сучасних цифрових споживачів. Основні програми, які побудовано на основі фінансових інноваційних рішеннях представлено у таблиці 2.

Фінтех маркетинг, сьогодні, спрямований на об'єднання фінансових технологічних компаній та їхніх клієнтів. Використання можливостей аналітики дозволяє компаніям зрозуміти поведінку, уподобання та тенденції споживачів. 2023 рік став викликом для глобального ринку фінтеху: як загальний обсяг фінтех-інвестицій (113,7 млрд доларів США), так і кількість фінтех-угод (4547) продемонстрували найнижчі результати з 2017 року. Що зумовлює необхідність активації просування продуктів на фінансовому ринку.

Саме контент-маркетинг стає потужним інструментом для встановлення лідерства, адже у фінансовій галузі довіра має першорядне значення. Якісний інформативний контент не тільки навчає аудиторію, але й позиціонує фінансові установи як надійні авторитети. Швидкий розвиток фінтех надає фінансовим установам безпрецедентні можливості для інновацій у своїх маркетингових підходах. Перспективи розвитку фінансових інновацій мають низку тенденцій. Так, сьогодні значного поширення отримало використання штучного інтелекту на основі парадигми ChatGPT. Стрімке зростання кількості мобільних програм та додатків, пропонують користувачам цифровий доступ до фінансових послуг 24/7 з будь якої частини світу.

Подальший розвиток DeFi створить нові пропозиції у страхуванні та кредитуванні. Персоналізовані фінансові послуги на основі штучного інтелекту та аналітики даних стають дедалі більш просунутими. Разом з тим, за прогнозами, банки почнуть використовувати квантові обчислення з метою оптимізації інвестиційних портфелів та боротьби з шахрайством.

Таблиця 2

Множина значень параметрів вибору стратегії (збитки)

Джерело: [12]

Інноваційний продукт	Характеристика
Roboadvisors	програми або онлайн-платформи, які автоматично інвестують ваші гроші за вас, часто за низькою ціною, і доступні для широкого загалу
Robinhood	інвестиційні програми спрощують купівлю та продаж акцій
Paypal, Venmo, Block (Square), Zelle та CashApp	платіжні програми, такі як, спрощують оплату компаніям і приватним особам онлайн і в режимі реального часу.
Mint, YNAB і Quicken SimpliFi	програми для особистих фінансів, які дозволяють переглядати всі ваші рахунки в одному місці, складати бюджети, оплачувати рахунки тощо
Системи P2P-кредитування (Prosper, Lending Club і Upstart)	дозволяють окремим особам і власникам малого бізнесу отримувати позики від різних груп людей, які надають мікропозики безпосередньо на платформ
Крипtododatki	платіжні програми, безпечно зберігають і обмінюють криптовалюти та цифрові токени, такі як біткойни та NFT
InsurTech	застосування технологій у фінансовій сфері, зокрема страхуванні

Отже, фінансовим компаніям, з метою підвищення конкурентних позицій, необхідно розробляти комплексну цифрову стратегію, адже залучення клієнтів і досвід мають вирішальне значення для зростання бізнесу. Учасникам фінансового ринку доцільно зосередитися на створенні ефективного контент-маркетингу та застосуванні різних цифрових маркетингових рішень для охоплення потенційних клієнтів і збільшення попиту.

Висновки

Фінансова індустрія переживає значну цифрову трансформацію, зумовлену потребою у підвищенні ефективності, покращенні взаємодії з клієнтами та підвищенні операційної стійкості. І хоча сам процес складний, цифровізація є важливою для фінансових установ, які хочуть досягти успіху в майбутньому. Від передових технологій, таких як RPA, AI та Big Data Analytics, до стратегічних підходів до кібербезпеки, конфіденційності даних і управління екосистемою, фінансові установи використовують різні інструменти для стимулювання інновацій та ефективності.

Отже, результати дослідження вказують на наявність позитивного впливу фінтеху на фінансові можливості учасників фінансового ринку. FinTeh має позитивний вплив на цифровий маркетинг, що у сукупності підвищує ефективність бізнесу. Разом з тим, необхідно й надалі використовувати швидкий розвиток фінансових технологій задля розширення доступу всіх верств суспільства до послуг учасників фінансового ринку.

Тенденції сучасного розвитку фінансових інновацій характеризуються зростанням цифрового банкінгу. Надалі доцільно розширювати спектр цих послуг, адже він є доступним, зручним, економічно ефективним та швидко реагує на мінливість потреб клієнтів. Револьюційним інструментом ринку фінансових послуг став блокчейн, який у подальшому має бути застосований для оптимізації платіжних процесів, посилення боротьби з шахрайством та підвищення довіри клієнтів.

Соціальні мережі, сьогодні, є невід'ємною частиною життя людей, відтак фінансові компанії мають надалі посилювати використання соціальних медіа, з метою налагодження спілкування з клієнтами. Стале інвестування допоможе клієнтам фінансових компаній досягти власних фінансових цілей з позитивним впливом на навколишнє середовище та суспільство.

OLENA SUKACH^{1*}, LESIA SARANA², SERGII SAVCHENKO³

1* PhD in Economics, Associate Professor, Head of the Department of Finance, Rauf Ablyazov University East European, e-mail: elen1@online.ua, ORCID ID: 0000-0001-7150-0262

2 PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance, Rauf Ablyazov University East European, e-mail: s__lesya@ukr.net, ORCID ID: 0000-0003-0987-0064

3 Doctor of Economic Sciences, professor, First vice-rector, Rauf Ablyazov University East European, e-mail: s__lesya@ukr.net, ORCID ID:0000-0003-3081-2387

ROLE OF DIGITAL MARKETING IN PROMOTION OF FINANCIAL INNOVATIONS IN THE FINANCIAL MARKET

The **purpose** of the study is to determine current trends in the development of financial technologies and the introduction of innovative products for the development of the financial market. Today, the problem of digital transformation is more relevant than ever. In recent years, there have been several digital transformation trends in the financial industry. In digital finance transformation, financial services are modernized using digital technologies. The objective is to improve the efficiency, effectiveness, and accessibility of financial services. Due to digital transformation in finance, there have been significant changes in investment management. While technological innovation in finance is not new, investment in new technologies has substantially increased in recent years and the pace of innovation is exponential. **Methodology.** During the study of the impact of digital marketing tools on financial innovations of the financial market, the following research methods were applied: theoretical, with systematization of payment and generalization of existing scientific approaches to the implementation of digital technologies in the financial market; empirical methods, forecasting, regarding the prospect of introducing innovative marketing tools in the financial market. Special attention is focused on the use of innovative marketing tools when introducing innovative technologies into the financial sector. **The results.** We have explored new systems that improve personalized service and increase customer loyalty. Using digital technologies such as artificial intelligence, blockchain, and cloud computing reduces the time and cost of financial transactions. Automation of processes also reduces human error and improves efficiency. It helps integrate and share data across the systems easily while enhancing operational efficiency. Digital transformation helps financial institutions move from legacy applications to a user-friendly centralized system. At the same time, the processes of combining digital marketing and the financial industry are gaining significant relevance. As financial institutions adapt to the digital age, innovative marketing solutions become key tools for achieving and sustaining financial success. Fintech marketing combines branding, content creation, marketing in social networks and mobile advertising, which allows you to quickly respond to the offers of competitors and the requests of financial market participants. **Scientific novelty.** Based on the results of the study, the prospects and directions of development of financial innovations and the effectiveness of using marketing tools in the management of the financial market are substantiated. **Practical significance.** Digital marketing enables effective communication with potential customers about new financial products, which facilitates faster adoption of innovations by a broader audience. By utilizing big data and machine learning algorithms, digital marketing allows for precise targeting of market segments. Moreover, digital channels make it possible to continuously monitor market reactions to innovations, quickly adjust promotional strategies, and improve user engagement.

Keywords: innovations; financial innovations; digital platforms; financial; digitalization; marketing tools

REFERENCES

1. Guley, A. (2013). Finansovi innovatsii yak faktory konkurentospromozhnosti krainy. [Financial innovations as factors of the country's competitiveness]. *Naukovi pratsi MAUP*, № 1(36), pp. 130-137. [in Ukrainian].
2. Kolinets, L. (2018). Finansovi innovatsii yak faktory transformatsii svitovoho finansovoho poriadku. [Financial innovations as factors of transformation of the world financial order]. *Ekonomika i suspilstvo*, № 15, pp. 15. 28-32. [in Ukrainian].
3. Panteleyeva, N. (2017). Finansovi innovatsii v umovakh tsyfrovizatsii ekonomiky: trendy, vyklyky ta zahrozy. [Financial innovations in the conditions of digitization of the economy: trends, challenges and threats]. *Pryazovskyi ekonomichnyi visnyk*, № 3(03), pp. 68-73. [in Ukrainian].
4. Sukach, O. and at. (2024). Vplyv finansovykh innovatsii na rozvytok rynku finansovykh posluh [The influence of financial innovations on the development of the financial services market]. *Naukovyi visnyk mizhnarodnoi asotsiatsii vchenykh. Seriya: Ekonomika, menedzhment, bezpeka, tekhnolohii*, №1(3). [in Ukrainian].
5. Al-Slehat, Z. (2023). FinTech and financial inclusion: the mediating role of digital marketing *Business: Theory and Practice*, 24(1), pp. 183-193.
6. Desai, V. (2019). Digital marketing: A review. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development, Conference Issue*, pp. 196–200

7. Li, Q. (2021). Research on the impact mechanism and application of financial digitization and optimization on small-and-medium-sized enterprises. *Hindawi Scientific Programming*, 2021.
8. Napoli, R. (2008). Innovation in the Financial Sector: Persistence and Schumpeterian Hypotheses. *Journal of Service Science and Management*, 1, pp. 215–226.
9. Roßmann, P. (2022). Finanzinnovationen am Kapitalmarkt Eberhard Karls Universität Tübingen.
10. Teixeira, S., Martins, J., Branco, F., Gonçalves, R., Au-Yong-Oliveira, M., & Moreira, F. (2018). A theoretical analysis of digital marketing adoption by startups. In *Trends and Applications in Software Engineering, Advances in Intelligent Systems and Computing*, 688, pp. 94-105.
11. <https://www.statista.com/outlook/dmo/fintech/worldwide>
12. Sun, Y. (2022). Financial Innovations in Digital Marketing. Global. *Journal of Commerce & Management Perspective*, 2(11). Retrieved from: <https://www.longdom.org/articles/financial-innovations-in-digital-marketing-93161.html>

Стаття надійшла до редакції: 14.12.2024

Received: 2024.12.14