

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра маркетингу та міжнародної логістики

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

(підпис)

« ____ » _____ 2024 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр**

зі спеціальності 075 Маркетинг

за освітньою програмою «Маркетинг і міжнародна логістика»

на тему: «Маркетинговий аудит у стратегічному плануванні діяльності
страхової компанії «ТАС»»

Виконавець:

студентка 4 курсу
факультету міжнародної економіки
Даций Анна-Марія Ігорівна

/підпис/

Науковий керівник:

доц., к.е.н.
(науковий ступінь, вчене звання)

Саєнсус Марія Анатоліївна
(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Одеса 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОГО АУДИТУ ТА СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ	6
1.1. Поняття та сутність маркетингового аудиту страхових компаній в сучасній ринковій кон’юнктурі	6
1.2. Етапи, методи та інструменти проведення маркетингового аудиту вітчизняна та зарубіжна практика.....	14
1.3. особливості стратегічного маркетингового планування в страхових компаніях.....	25
Висновок до 1 розділу	32
РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ПРОВЕДЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ТА СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ У СТРАХОВІЙ КОМПАНІЇ «ТАС»	33
2.1. Загальна характеристика страхової компанії «ТАС»	33
2.2. Аналіз внутрішнього маркетингового середовища страхової компанії	40
2.3. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища страхової компанії	49
2.4. Аналіз стратегічного маркетингового планування страхової компанії	61
Висновок до 2 розділу	70
РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ З УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ «ТАС»	72
3.1. Обґрунтування вибору стратегії розвитку маркетингового середовища та розробка рекомендацій удосконалення маркетингової діяльності страхової компанії «ТАС»	72
3.2. Обґрунтування економічної ефективності розробленого комплексу заходів для покращення маркетингової діяльності страхової компанії «ТАС»	79
Висновок до 3 розділу	87
ВИСНОВКИ	89
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	92

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. В умовах динамічного розвитку страхового ринку України та посилення конкуренції між страховими компаніями особливої важливості набуває ефективність їх маркетингової діяльності. Саме від здатності страховиків розробляти та реалізовувати дієві маркетингові стратегії, що відповідають потребам цільових сегментів споживачів та враховують мінливі умови ринкового середовища, значною мірою залежать їх конкурентоспроможність та фінансова стійкість у довгостроковій перспективі. У цьому контексті проведення маркетингового аудиту як комплексної, систематичної, незалежної та регулярної оцінки маркетингової діяльності страхової компанії є необхідною передумовою для розробки обґрунтованих управлінських рішень щодо коригування чи трансформації маркетингових стратегій та тактик.

Особливої актуальності тема дослідження набуває для страхової компанії «ТАС», яка є одним із лідерів вітчизняного страхового ринку та прагне зміцнити свої конкурентні позиції в умовах зростаючої конкуренції та динамічних змін ринкового середовища. Проведення комплексного маркетингового аудиту дозволить компанії об'єктивно оцінити ефективність існуючих маркетингових стратегій, виявити сильні та слабкі сторони її маркетингової діяльності, ідентифікувати ринкові можливості та загрози, а також розробити практичні рекомендації щодо вдосконалення маркетингових підходів та інструментів для забезпечення довгострокового сталого розвитку бізнесу.

Метою дослідження є розробка практичних рекомендацій щодо вдосконалення маркетингової діяльності страхової компанії «ТАС» на основі проведення комплексного маркетингового аудиту та обґрунтування вибору стратегії розвитку її маркетингового середовища.

Для досягнення поставленої мети було визначено такі **завдання дослідження:**

- Дослідити теоретичні основи маркетингового аудиту та стратегічного планування в діяльності страхових компаній;
- Проаналізувати особливості маркетингової діяльності страхової компанії «ТАС» та оцінити її ефективність;
- Провести аналіз внутрішнього та зовнішнього маркетингового середовища страхової компанії «ТАС»;
- Обґрунтувати вибір стратегії розвитку маркетингового середовища страхової компанії «ТАС»;
- Розробити комплекс практичних рекомендацій щодо вдосконалення маркетингової діяльності страхової компанії «ТАС» та обґрунтувати їх економічну ефективність.

Об'єктом дослідження є процес маркетингової діяльності страхової компанії «ТАС».

Предметом дослідження є теоретико-методичні та прикладні аспекти проведення маркетингового аудиту та розробки маркетингових стратегій страхової компанії «ТАС».

У процесі дослідження було використано такі методи: теоретичного узагальнення та систематизації (для дослідження концептуальних основ маркетингового аудиту та стратегічного планування); фінансово-економічного аналізу (для оцінки ефективності діяльності страхової компанії); SWOT- та PEST-аналізу (для дослідження факторів внутрішнього та зовнішнього маркетингового середовища компанії); експертного оцінювання та анкетування (для оцінки рівня задоволеності споживачів та визначення конкурентних позицій компанії); прогнозування та економіко-математичного моделювання (для обґрунтування вибору маркетингової стратегії та оцінки економічної ефективності запропонованих заходів).

Інформаційною базою дослідження є наукові публікації вітчизняних та зарубіжних вчених з проблематики маркетингового аудиту та стратегічного планування в страхуванні, нормативно-правові акти, що регулюють страхову діяльність в Україні, фінансова та статистична звітність страхової компанії

«ТАС», результати експертного опитування та анкетування споживачів страхових послуг, інтернет-ресурси.

Практичне значення одержаних результатів полягає в розробці обґрунтованих рекомендацій щодо вдосконалення маркетингової діяльності страхової компанії «ТАС» на основі результатів проведеного маркетингового аудиту та з урахуванням вибору оптимальної стратегії розвитку її маркетингового середовища. Впровадження розроблених пропозицій дозволить компанії суттєво підвищити ефективність маркетингових стратегій та тактик, посилити ключові конкурентні переваги та забезпечити стійке зростання фінансових результатів у довгостроковій перспективі.

Структура та обсяг роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 96 сторінок, з них 90 сторінок основного тексту. Робота містить 27 таблиць, 20 рисунків. Список використаних джерел налічує 42 найменування.

ВИСНОВКИ

У дипломній роботі було проведено комплексне дослідження теоретичних основ та практичних аспектів проведення маркетингового аудиту як інструменту стратегічного планування діяльності страхової компанії «ТАС». За результатами дослідження можна зробити такі висновки:

1. Маркетинговий аудит є важливим інструментом стратегічного планування, який дозволяє здійснити комплексну, систематичну, незалежну та регулярну оцінку маркетингової діяльності страхової компанії. Його проведення дає можливість виявити сильні та слабкі сторони, ринкові можливості та загрози, а також розробити обґрунтовані рекомендації щодо вдосконалення маркетингових стратегій та тактик компанії.

Ефективність маркетингового аудиту значною мірою залежить від правильного вибору методичного інструментарію з урахуванням галузевої специфіки, масштабів діяльності та особливостей маркетингової діяльності страхових компаній.

2. Страхова компанія «ТАС» є одним із лідерів страхового ринку України, що підтверджується її значними частками в основних сегментах страхування: 14% у добровільному страхуванні життя, 17% у майновому страхуванні, 22% в автострахуванні, 19% у медичному страхуванні.

Компанія має диверсифікований портфель страхових продуктів, який включає 7 основних груп та позиціонує їх як надійні, гнучкі та комплексні рішення для різних груп споживачів.

Водночас, результати аналізу фінансово-економічних показників діяльності «ТАС» засвідчили нестабільну динаміку її чистого фінансового результату протягом 2019-2023 років, зокрема суттєве зниження чистого прибутку на 74,9% у 2023 році порівняно з попереднім роком.

3. За результатами проведеного SWOT-аналізу визначено основні сильні сторони «ТАС», серед яких: диверсифікований бізнес-портфель, сильні ринкові позиції, інноваційність продуктів, розгалужена регіональна мережа,

кваліфікований персонал. Ключовими можливостями для компанії є зростання попиту на страхові послуги, розширення регіональної присутності, вихід на нові ринки, впровадження інновацій, а основні загрози пов'язані з посиленням конкуренції, регуляторним тиском, макроекономічною нестабільністю та зниженням платоспроможності клієнтів.

Дослідження конкурентних позицій «ТАС» засвідчило наявність сильних конкурентних переваг за такими факторами як фінансова стійкість, частка ринку та рівень клієнтського сервісу, а також потенціал для покращення технологічного рівня, якості продуктів та ефективності маркетингу порівняно з основними конкурентами – страховими компаніями «УСГ», «АРХ» та «УНІКА».

4. На основі результатів проведеного аналізу внутрішнього та зовнішнього маркетингового середовища, а також з урахуванням стратегічних цілей та пріоритетів розвитку компанії обґрунтовано доцільність застосування стратегії контрольованого зростання, яка передбачає закріплення ринкового лідерства «ТАС» у ключових сегментах страхування та посилення її основних конкурентних переваг шляхом реалізації комплексу заходів з оптимізації продуктового портфеля, цінової політики, якості обслуговування, маркетингових комунікацій та впровадження інноваційних технологій.

5. Розроблено комплекс практичних рекомендацій щодо вдосконалення маркетингової діяльності страхової компанії «ТАС», які включають: оптимізацію продуктового портфеля шляхом впровадження нових страхових продуктів для малого та середнього бізнесу, розширення лінійки продуктів у сегменті кіберстрахування та страхування здоров'я; утримання конкурентоспроможних цін на страхові продукти через оптимізацію бізнес-процесів компанії; покращення якості обслуговування клієнтів через навчання персоналу, впровадження стандартів обслуговування, розробку програми лояльності; посилення маркетингових комунікацій шляхом проведення іміджевої рекламної кампанії, просування бренду в соціальних мережах; впровадження інноваційних технологій, зокрема створення власної онлайн-платформи для надання повного спектру страхових послуг.

Обґрунтовано економічну ефективність запропонованих заходів, зокрема очікуваний загальний економічний ефект у розмірі 812,9 млн. грн. при обсязі необхідних інвестицій у 28,6 млн. грн., а також прогнозоване зростання чистого прибутку компанії до 889,1 млн. грн. у 2024 році та забезпечення стійкої висхідної динаміки фінансових результатів у довгостроковій перспективі.

Таким чином, у дипломній роботі було комплексно досліджено теоретичні основи та практичні аспекти проведення маркетингового аудиту як інструменту стратегічного планування діяльності страхової компанії «ТАС», що дозволило обґрунтувати вибір стратегії розвитку її маркетингового середовища та розробити комплекс практичних рекомендацій щодо вдосконалення маркетингової діяльності компанії. Впровадження розроблених пропозицій дозволить суттєво зміцнити ринкові позиції «ТАС», посилити її ключові конкурентні переваги та забезпечити стійке зростання фінансових результатів у довгостроковій перспективі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Cetină I., Dunitru I., Rădulescu V. The role and the place of marketing audit in the marketing strategic planning. *Analele Universității “Constantin Brâncuși” din Târgu Jiu, Seria Economie*, Nr. 4/2010. P. 113-120.
2. Бутенко Н.В. Маркетинг: підручник. Київ: Атіка, 2018. 300 с.
3. Корягіна С.В., Корягін М.В. Маркетинговий аудит: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2014. 320 с.
4. Войчак А.В., Федорченко А.В. Маркетингові дослідження: підручник. К.: КНЕУ, 2017. 408 с.
5. Жегус О.В., Попова Л.О., Парцирна Т.М. Маркетингові дослідження: навчальний посібник. Харків: ФОП Іванченко І.С., 2021. 237 с.
6. «4Р» маркетингу страхових компаній : монографія / Козьменко О.В., Козьменко С.М., Васильєва Т.А. та ін.; кер. авт. кол. д.е.н., проф. О.В. Козьменко. Суми : Університетська книга, 2014. 432 с.
7. Зозульов О.В., Кубишина Н.С. Маркетинг: навч. посібник. Київ: Знання, 2021. 421 с.
8. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник. Київ: Лібра, 2022. 712 с.
9. Про банки і банківську діяльність : Закон України від 07.12.2000 р. № 2121-III : станом на 27 квіт. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14#Text> (дата звернення: 20.03.2024).
10. Балановська Т.І., Гоголя О.П. Маркетинговий аудит в системі управління діяльністю підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. № 23. С. 13-18. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/23_1_2019ua/5.pdf (дата звернення: 20.03.2024).
11. Мейш А., Матвійчук О. Маркетингові дослідження: їх роль та потреба у ринковій економіці. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. № 3. С. 80-84.

12. Дослідницький холдинг Factum Group. URL: <https://factum-ua.com/> (дата звернення: 22.03.2024).
13. Супронова І. Аудит маркетингової діяльності підприємства: сутність та перспективи розвитку. *Ефективна економіка*. 2020. № 3. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.3.83> (дата звернення: 23.03.2024).
14. Стратегічне маркетингове планування в страхових: монографія / І.Л. Литовченко, О.В. Рулінська, Л.В. Новошинська, В.Г. Баранова; Одеса :ИНВАЦ, 2014. 280 с.
15. Дарчук В. Аналіз та планування маркетингової діяльності. Київ : Держ. ун-т телекомунікацій, 2019. 146 с.
16. Як ефективно писати цілі SMART. *WorkSection*. URL: <https://worksection.com/ua/blog/smart-goals.html> (дата звернення: 26.03.2024).
17. Офіційний сайт компанії. Страхова група ТАС. *SG TAS*. URL: <https://sgtas.ua/> (дата звернення: 10.04.2024).
18. Страхова група ТАС. *YouControl*. URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/30115243/ (дата звернення: 10.04.2024).
19. Звіт незалежного аудитора. Фінансова звітність за 2020 рік. АТ «Страхова група «ТАС» (приватне). *SG TAS*. URL: https://sgtas.ua/storage/public_files/0rnDgh90Pmw0u5hWxqlRTvkgPZP8U51SMLMSKsKl.pdf (дата звернення: 10.04.2024).
20. Звіт незалежного аудитора. Фінансова звітність за 2021 рік. АТ «Страхова група «ТАС» (приватне). *SG TAS*. URL: https://sgtas.ua/storage/public_files/9qGGRDfY1W65TodBeWG6FAc5CNCVcZdkJS2gBF4C.pdf (дата звернення: 10.04.2024).
21. Звіт незалежного аудитора. Фінансова звітність за 2022 рік. АТ «Страхова група «ТАС» (приватне). *SG TAS*. URL: https://sgtas.ua/storage/public_files/8zAxURxwbsGmzUO3vqlzxYQxL85vTfeMblRbChXA.pdf (дата звернення: 10.04.2024).

22. Фінансова звітність за 2020 рік «Страхова група «ТАС». *Clarity Project*. URL: https://clarity-project.info/edr/30115243/finances?current_year=2020 (дата звернення: 10.04.2024).

23. Фінансова звітність за 2021 рік «Страхова група «ТАС». *Clarity Project*. URL: https://clarity-project.info/edr/30115243/finances?current_year=2021 (дата звернення: 10.04.2024).

24. Фінансова звітність за 2022 рік «Страхова група «ТАС». *Clarity Project*. URL: https://clarity-project.info/edr/30115243/finances?current_year=2022 (дата звернення: 10.04.2024).

25. Фінансова звітність за 2023 рік «Страхова група «ТАС». *Clarity Project*. URL: https://clarity-project.info/edr/30115243/finances?current_year=2023 (дата звернення: 10.04.2024).

26. Про компанію. *SG TAS*. URL: <https://sgtas.ua/company/> (дата звернення: 10.04.2024).

27. Автостраховання. *SG TAS*. URL: <https://sgtas.ua/avtostrahuvannya/> (дата звернення: 10.04.2024).

28. Страховання майна. *SG TAS*. URL: <https://sgtas.ua/property-protection/> (дата звернення: 10.04.2024).

29. Захист здоров'я. *SG TAS*. URL: <https://sgtas.ua/health-protection/> (дата звернення: 10.04.2024).

30. Туристичне страхування. *SG TAS*. URL: <https://sgtas.ua/travel/> (дата звернення: 10.04.2024).

31. Офіційний портал Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 25.04.2024).

32. Про офіційну статистику : Закон України від 16.08.2022 р. № 2524-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2524-20#Text> (дата звернення: 25.04.2024).

33. Курс долара до гривні. *Мінфін*. URL: <https://minfin.com.ua/ua/currency/usd/> (дата звернення: 05.05.2024).

34. Індекс інфляції в Україні 2024. *Мінфін*. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/> дата звернення: 05.05.2024).

35. Війна у цифрах: як за останній рік змінилися Україна та українці. *BBC News Україна*. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/cv28871qdv8o> (дата звернення: 05.05.2024).

36. Генерації та імпорту хронічно не вистачає: у Yasno розповіли про поточний стан в енергетиці. *Економічна правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2024/05/16/713751/> (дата звернення: 05.05.2024).

37. Довіра до уряду за півтора року знизилася з 74% до 39%, до парламенту з 58% до 21%. *Економічна правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2023/10/31/706058/> (дата звернення: 05.05.2024).

38. Рейтинг страхових компаній України. *FORINSUPER*. URL: <https://forinsurer.com/ratings/nonlife> (дата звернення: 07.05.2024).

39. Про компанію USG. *USG*. URL: <https://www.usg.ua/about/company-presentation/about-usg/> (дата звернення: 07.05.2024).

40. Про компанію ARX. *ARX*. URL: <https://arx.com.ua/publiczna-ta-finansova-informatsiya> (дата звернення: 07.05.2024).

41. Про компанію UNIQA Insurance Group. *УНІКА*. URL: https://uniqa.ua/about_us/about_company/ (дата звернення: 07.05.2024).

42. Кількість користувачів соцмереж в Україні за рік зменшилася на 10%. *Detector Media*. URL: <https://ms.detector.media/internet/post/34670/2024-04-15-kilkist-korystuvachiv-sotsmerezh-v-ukraini-za-rik-zmenshylasya-na-10/> (дата звернення: 10.05.2024).