

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

Кафедра маркетингу та міжнародної логістики

Допущено до захисту
Завідувач кафедри МтаМЛ
д.е.н., проф. _____ Саєнсус М.А.
« ____ » _____ 2024 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра**

зі спеціальності 075 Маркетинг
за освітньою програмою Маркетинг та міжнародна логістика

на тему: «Сегментування ринку продуктів і послуг фінансової установи
«Монобанк» (на прикладі використання банківського продукту
АТ «Універсал Банк»)»

Виконавець:

студентка ЦЗВФН

Чакір Марія Сергіївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Обнявко Олександр Валентинович

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис /

Одеса 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СЕГМЕНТАЦІЇ ТА ВИБОРУ ЦІЛЬОВОГО РИНКУ В ПРОЦЕСІ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ БАНКУ	6
1.1. Поняття сегментування клієнтів банку.....	6
1.1. Етапи сегментації і вибору цільових сегментів ринку.....	15
1.3. Методичний підхід до визначення цільових груп клієнтів банку...22	22
Висновки до розділу 1.....	24
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ПОТРЕБ ЦІЛЬОВИХ СЕГМЕНТІВ КЛІЄНТІВ ФІНАНСОВОЇ УСТАНОВИ «МОНОВАНК»	31
2.1. Загальна характеристика діяльності банку.....	31
2.2. Аналіз маркетингового середовища банку.....	42
2.3. Аналіз комплексу маркетингу банку.....	46
2.4. Оцінка обсягів цільових сегментів та позиціонування товарів.....	53
Висновки до розділу 2	56
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФІНАНСОВОЇ УСТАНОВИ «МОНОВАНК»	58
3.1. Застосування зовнішньої реклами.....	58
3.2. Застосування радіореклами.....	61
Висновки до розділу 3	65
ВИСНОВКИ	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	68
ДОДАТКИ	72

ВСТУП

Актуальність теми. Банківський ринок відіграє важливу роль в економіці України, оскільки забезпечує фінансове посередництво між вкладниками та кредиторами. Це дозволяє ефективніше розподіляти ресурси в економіці та сприяти її розвитку. Банки є основним джерелом фінансування для різних галузей економіки, зокрема, будівництва, промисловості, сільського господарства та транспорту. Кредитні продукти банків дозволяють здійснювати інвестиції в економіку, що стимулює її розвиток та забезпечує збільшення ВВП країни.

Фінансова установа «Монобанк» – це один з найбільших необанків в Україні та ключовий гравець на банківському ринку країни. Він виконує важливу функцію у забезпеченні стабільності та розвитку банківської системи України.

Однією з головних ролей фінансової установи «Монобанк» є забезпечення доступу до банківських послуг для населення та бізнесу.

Одним з методів оптимізації та покращення ведення господарчої діяльності фінансової установи «Монобанк» є маркетингова діяльність, що і обумовлює актуальність вибраної теми.

Вивчення особливостей функціонування ринку банківських продуктів та послуг на сьогоднішній день є досить новою проблемою. В даний час в цій області здобули популярність роботи таких вітчизняних та зарубіжних економістів як Ткачук В.В, Николаєва Т.П., Дзюблюк О.В., Нікітін А.В., Лютий І.О., Андреев А.С., Ф.Котлер, Мороз А.М., Савлук М.І. та інших.

Але незважаючи на чисельні публікації, ряд питань залишаються не вирішеними. Відсутнє однозначне трактування поняття ринку банківських продуктів і послуг. Досить вузько також розглядається питання його сегментації (переважно за категоріями клієнтів банку та банківськими продуктами).

На сучасному банківському ринку відбувається взаємодія трьох його основних учасників (суб'єктів) – продавця (банківської установи), покупця (клієнта) та регулятора в особі Центрального банку. В умовах ринкової економіки для успішної роботи його суб'єктів особливого значення відіграють глибокі знання ринку і здатність вміло застосовувати інструменти впливу на ситуацію яка складається у ньому. Одним із таких інструментів і є сегментація.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження банківської системи маркетингової діяльності фінансової установи «Monobank», визначення її цільового ринку і його потреби, оцінка переваг і недоліків необанку в конкурентній боротьбі та розробка заходів щодо покращення маркетингової діяльності фінансової установи «Monobank».

Виконання поставленої мети вимагає вирішення наступних **завдань**:

1. Дослідити теоретичні аспекти сегментування клієнтів банку.
2. Визначити етапи сегментації і вибору цільових сегментів ринку.
3. Викласти методичний підхід до визначення цільових груп клієнтів банку.
4. Проаналізувати господарчу діяльність АТ «Універсалбанк» та необанку «Monobank».
5. Проаналізувати комплекс маркетингу АТ «Універсалбанк» та необанку «Monobank», визначити їх місце серед конкурентів, визначити основні проблеми в системі маркетингової діяльності.
6. Розробити заходи вдосконалення маркетингової діяльності АТ «Ощадбанк».

Об'єктом дослідження є процеси функціонування системи банківського маркетингу АТ «Універсал Банк» та необанку «Monobank».

Предметом дослідження є маркетингова діяльність АТ «Універсал Банк» та необанку «Monobank», сегментація споживачів їх послуг та вибір цільових сегментів ринку

Методологічною основою роботи є системний аналіз, порівняння, розрахунково-аналітичний метод, метод прогнозування, синтез, абстракція, аналіз фінансової звітності, порівняння та графічного представлення результатів.

Інформаційною базою дослідження є офіційна звітність АТ «Універсал Банк» та необанку «Monobank», наукові дослідження вітчизняних та зарубіжних авторів, документи, наукові статті та Інтернет-ресурси.

Практичне значення отриманих результатів: очікується, що запропоновані заходи покращення маркетингової діяльності АТ «Універсал Банк» та необанку «Monobank» призведуть до збільшення кількості активних клієнтів, визначення шляхів підвищення рівню довіри клієнтів, що в свою чергу призведе до збільшення чистого прибутку цих банківських структур.

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків та списку використаних джерел. Зміст роботи представлений на 71 сторінці комп'ютерного тексту. Кваліфікаційна робота містить 6 таблиць та 14 рисунків. Бібліографічний список нараховує 43 літературних джерел, які викладені на 4 сторінках.

ВИСНОВКИ

Monobank – перший в Україні мобільний банк (необанк), який виник у вигляді роздрібного продукту АТ «Універсал Банк». Історія проекту почалася восени 2017 року з бета-тестування мобільного банківського додатку і продовжується до сьогодні вже в якості успішного необанку з показником щоденно активних користувачів - приблизно 1,3 млн.

Банк веде активну маркетингову політику. Банк прибутковий, проте, в 2023 році працював із збитком.

Найбільш активними областями користувачів послуг банку є Київська, Дніпропетровська, Харківська та Одеська області.

Чоловіки являються більш активними користувачами банку, ніж жінки.

Найбільше клієнти користуються картками для придбання продуктів.

Ми запропонували для удосконалення маркетингових комунікацій, орієнтованих на клієнтів банку, розмістити банерну рекламу та організувати радіорекламу банку.

Розрахована економічна ефективність запропонованих заходів.

З однієї гривні, вкладеної у зовнішню рекламу (білборд), банк може отримати відповідно при різних сценаріях 118,00 грн., 70,58 грн., 22,89 грн.

Отже, розміщення білборду є ефективним як при оптимістичному, так і оптимальному і при песимістичному прогнозах, оскільки лдержаний прибуток суттєво перевищує витрати.

Реклама на радіо є ефективною при всіх прогнозах, оскільки прибуток суттєво перевищує витрати. З однієї гривні, вкладеної у радіорекламу, банк може отримати відповідно при різних сценаріях 333,49 грн., 237,92 грн., 118,46 грн. Загалом рекламна компанія дасть широкому колу потенційних клієнтів більше інформації про банківські послуги, буде сприяти залученню нових клієнтів, тим самим, збільшиться виручка (дохід) і прибуток банку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акименко Н. В., Мамонтенко Н. С. Банківська система в умовах цифрової економіки. *Бізнесінформ*. 2021. № 5. С. 333-338.
2. Андрушків І. П., Надієвець Л. М. Діджиталізація в банківському секторі: світовий та відчизняний досвід. *Фінанси та банківська справа*. 2018. №4 (38). С. 195 -200.
Банківська система: навч.ипосіб. / Катан Л.І., Демчук Н.І., Бабенко-Левада В.Г., Журавльова Т.О. ; за ред. Мазур І.М. Дніпро: Пороги. 2017. 444 с.
3. Беззуб Р.Ю. Проблеми розвитку необанків в Україні. *Розвиток банківських послуг та інновацій в цифровій економіці* : матеріали наук.- практ. інтерн. конф. студ. аспір. і молод. вчених. Київ, 14 квітня 2019 р. С. 57-59.
4. Благун І.І. Необанки як нова бізнес-модель фінансового посередництва. *Причорноморські економічні студії*. 2019. № 45. С. 134- 139.
5. Варламова М., Дем'янова Ю. Основні тенденції діджиталізації у глобальному вимірі. *Галицький економічний вісник*. 2020. №2 (63). С. 251-260.
6. Відомості про банк моно. Мінфін. URL: <https://minfin.com.ua/ua/company/monobank/> (дата звернення:13.04.2024).
7. Вхід у бухгалтерський кабінет. monobank. URL: <https://web.monobank.ua/> (дата звернення:15.04.2024).
8. Голобородько А.Ю., Гусєва О.Ю., Легомінова С.В. Цифрова економіка: підручник. Київ: Видавництво ДУТ , 2020. 400 с.
9. Губа М. А., Лінник А. О., Колесник Д. С. Розвиток необанків в Україні та світі. *Регіональна економіка та управління*. 2019. № 24. С. 71-74.
10. Деркач А.О., Корнеєва М.В. Абакуменко О.В. Діджиталізація банківського сектору України. *Фінансові дослідження*. 2016. №1(1). С. 69-75.
11. Еркес О.Є., Калита О.В., Гордієнко Т.М. Потенціал цифрового розвитку банків України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. № 28. С. 108-114.

12. Жердецька Л.В. Трансформація підходів до оцінки та регулювання ризику ліквідності банків. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2016. Вип. 3 (03). С.217-222.
13. Житар М.О., Зелінська В.С. Необанкінг: зарубіжний досвід та українська перспектива. *Збірник наукових праць Університету державної фіскальної служби України*. 2019. № 2. С. 81-95.
14. Завербний А.С. Пандемія як каталізатор цифровізації банківської системи в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 2. С. 5-9.
15. Загарій В.К, Ковальчук Т.Г., Синільник В.В. Пріоритетність розвитку цифрової економіки для України. *Класичний приватний університет*. 2019. № 2 (13). С. 64-68.
16. Калічак В. Необанк: поняття, історія та перспектива розвитку в Україні. *Юридична газета*. 2021. URL: <https://yur-gazeta.com/dumkaeksperta/neobank-ponyattya-istoriya-ta-perspektiva-rozvitku-v-ukrayini.html> (дата звернення: 12.03.2024)
17. Картки моно. monobank. URL: <https://www.monobank.ua/> (Дата звернення:16.04.2024).
18. Кількість необанків у світі прагне до 300. Мінфін. URL: <https://minfin.com.ua/ua/2020/12/24/57548026/> (дата звернення:07.04.2024).
19. Кльоба Л.Г. Цифровізація – інноваційний напрям розвитку банків. *Ефективна економіка*. 2018. № 12. С. 2-8.
20. Кльоба Л. Г., Добош Н. М., Сорока О. П. Впровадження фінансових технологій – стратегічний напрям розвитку банків. *Ефективна економіка*. 2020. №12. С. 1-10.
21. Коваленко В. В., Раданова Н. В. Цифровізація економіки та її вплив на фінансову стабільність банків. *Східна Європа: Економіка, бізнес та управління*. 2021. № 1 (28). С. 61-67.
22. Козляниченко О. М., Березан А. С. Перспективи розвитку віртуальних банків (необанків) в Україні. *Фінансові дослідження*. 2019. №2 (7). С. 52-57.

23. Коверза В.С., Неівестна О.В., Шендригоренко М.Т., Іванова Н.С. Шляхи підвищення конкурентоспроможності банків в контексті інтеграції в ЄС. *Ефективна економіка*. 2020. №11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8351> (дата звернення: 20.04.2024).
24. Ковшова І.О., Глущенко В.С. Маркетинговий моніторинг конкурентних можливостей компанії на ринку непродовольчих товарів. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2021. № 3 (30). С. 34–41
25. Ковшова І. О., Гриджук І. А. Управління бізнес-процесами під час впровадження маркетингового менеджменту на підприємствах України. *Black sea: scientific journal of academic research*. 2014. № 18. С. 29–33
26. Король М.М., Парлаг С.В. Вплив цифровізації на банківську діяльність в Україні. *Економічна наука*. 2020. №9. С. 99-104.
27. Краус Н.М., Краус К.М. Цифровізація в умовах інституційної трансформації економіки: базові складові та інструменти цифрових технологій. *Інтелект – XXI*. 2018. №1. С. 211-214.
28. Ліцензія АТ Універсал Банк. НБУ. URL: https://bank.gov.ua/files/Licences_bank/322001.pdf (дата звернення: 15.04.2024)
29. Матвієнко О.С. Шляхи підвищення прибутковості банківської діяльності в Україні. *Молодий вчений*. 2014. № 6(1). С. 169-172.
30. Марич М.Г. Напрями підвищення ефективності функціонування банківської системи України в умовах глобалізації. *Фінансовий простір*. 2014. № 2. С. 14-16.
31. Monobank перший банк без відділень. Finance.ua. URL: <https://new.finance.ua/ua/30-rokiv-nezalezhnosti/monobank> (дата звернення: 16.04.2024).
32. Онищенко Ю.І. Банківська діяльність в умовах розвитку цифрових технологій. *Вісник Одеського національного університету*. 2018. № 8. С. 160-165.
33. Офіційний сайт Finance.ua. URL: <https://new.finance.ua/ua/30-rokiv-nezalezhnosti/monobank> (дата звернення: 12.04.2024).

34. Офіційний сайт Ізібанку. URL:
https://izibank.com.ua/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=np_ser_brandl_ukraine&utm_content=izibank_uk&gclid=CjwKCAiA3L6PBhBvEiwAINIJ9KGSch1vZc_IYNU11Vnc2g6MYkkjevT7kkli5g8Fh24SvW4UW0KNR0CU9EQAvD_BwE (дата звернення: 12.04.2024) .
35. Офіційний сайт Мінфін. URL: <https://index.minfin.com.ua/banks/stat/count/> (дата звернення: 12.04.2024).
36. Офіційний сайт Монобанку. URL :: <https://www.monobank.com.ua/> (дата звернення: 12.04.2024).
37. Офіційний сайт АТ «Універсал Банк». URL : <https://www.universalbank.com.ua/> (дата звернення: 14.04.2024).
38. Офіційний сайт «Монобанк». URL : <https://www.monobank.ua/?lang=uk> (дата звернення: 16.04.2024).
39. Радько Є.Б., Мешко Н.П. Сучасний стан інтернет-банкінгу як явища: перспективи, переваги та недоліки. *Ефективна економіка*. 2018. №12. URL : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6802> (дата звернення: 14.04.2024).
40. Сучасні тенденції ринку банківських послуг із застосуванням інформаційних технологій. Науковий вісник Ужгородського національного університету. URL: http://www.visnykeconom.uzhnu.uz.ua/archive/43_2022ua/7.pdf (Дата звернення:13.04.2024).
41. Умови за послугою «покупка частинами». monobank. URL: <https://chast.monobank.ua/vendors?lang=uk> (дата звернення:15.04.2024).
42. Умови послуг для ФОП. monobank. URL: <https://www.monobank.ua/for> (дата звернення:15.05.2023)
43. Шелудько С.А., Браткевич П. П. Вплив цифровізації на банківський бізнес в Україні. *Класичний приватний університет*. 2019. № 5 (16). С. 334-339.

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця 22.1. Чистий прибуток/(збиток) від операцій із фінансовими інструментами, які обліковуються за справедливою вартістю через прибуток або збиток

Найменування статті	(тис.грн.)	
	на 30 вересня 2023 року	на 30 вересня 2022 року
Чистий прибуток (збиток) від операцій із фінансовими активами, які обліковуються за справедливою вартістю через прибуток або збиток:		
Кредити та заборгованість клієнтів	962	(1 345)
Похідні фінансові активи	(52 652)	386 009
Усього прибуток (збиток) від операцій із фінансовими активами, які обліковуються за справедливою вартістю через прибуток або збиток	(51 690)	384 664
Усього прибуток (збиток) від операцій з фінансовими інструментами, які обліковуються за справедливою вартістю через прибуток або збиток	(51 690)	384 664