

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

Кафедра маркетингу

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 075 «Маркетинг»
за освітньою програмою Маркетинг

на тему: **«Аналіз маркетингового середовища та розробка рекомендацій щодо його урахування в діяльності Акціонерного Банку «ПІВДЕННИЙ»»**

Виконавець:

Студентка факультету міжнародної економіки
Ковальчук Анастасія Андріївна _____
(прізвище, ім'я, по батькові)

Науковий керівник:

д.е.н. , професор
(науковий ступінь, вчене звання)
Андрєєва Наталя Миколаївна _____
(прізвище, ім'я, по батькові)

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми полягає в прибутковому та успішному існуванні підприємства, яке майже неможливе без якісної маркетингової складової. Саме правильна маркетингова стратегія, що здійснюється підприємством, дозволяє йому бути та залишатись перспективним та прибутковим.

Мета дослідження це аналіз маркетингового середовища та створення рекомендацій щодо його урахування в діяльності Акціонерного Банку «Південний», на підставі аналізу маркетингової діяльності, економічного становища та конкурентоспроможності на ринку України.

Завдання дослідження:

- описати маркетингову діяльність Акціонерного Банку «Південний»;
- дослідити сутність, принципи і функції банківського маркетингу, проблеми, що стримують розвиток банківського маркетингу в Україні, можливі шляхи їх подолання;
- проаналізувати інструменти маркетингу АБ «Південний»;
- запропонувати заходи вдосконалення;
- обґрунтувати власні пропозиції, та підтвердити їх розрахунками.

Об'єкт дослідження це Акціонерний Банк «Південний», що знаходиться за адресою: вул. Краснова, 6/1, Одеса, Україна.

Предмет дослідження є маркетингова діяльність Банку «Південний».

Методи дослідження: методи економічного аналізу, методи групування, порівняння, СТЕР-аналіз, SWOT-аналіз, аналіз конкурентоспроможності підприємства за допомогою методу експертних оцінок.

Інформаційна база дослідження це публікації фахівців у сфері банківського маркетингу з різних видань, фінансові документи АБ «Південний», наукові публікації вітчизняних і зарубіжних вчених, статистичні дані Державного комітету статистики України, результати власних досліджень та фінансову звітність підприємства.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (40 найменувань) та 1 додатку. Загальний обсяг роботи становить 98 сторінок. Основний зміст викладено на 88 сторінках. Робота містить 12 таблиць, 17 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні підходи щодо дослідження маркетингового середовища в контексті розвитку цифрової економіки» було надане визначення таким поняттям як маркетингові дослідження в умовах впровадження цифрової економіки, з'ясування інтернету в сучасних умовах, тобто діджиталізації, види електронної комерції. Визначено особливості економічного впливу маркетингового середовища на функціонування підприємства та надане визначення маркетингової інформаційної системи.

У другому розділі «Аналіз діяльності АБ «Південний» на ринку банківських послуг» проаналізовано діяльність та надано загальну економічну характеристику банку, наведено аналіз основних показників діяльності в динаміці за 5 років. Розраховано показник рентабельності та ліквідності. Визначено основних конкурентів та оцінено конкурентоспроможність методом експертних оцінок. Також, проаналізовано всі елементи комплексу маркетингу. Досліджено ринок банківських послуг в Україні.

У третьому розділі «Удосконалення маркетингової інформаційної системи для АБ «Південний»» запропоновано збільшити кількість відділень по Україні, покращити діяльність соціальних мереж, створити саб бренд, впровадити новий вид кредиту, створити анкетування.

ВИСНОВКИ

ПАТ Акціонерний банк «Південний» - один із найбільших комерційних банків з українським капіталом, з головним офісом в Одесі, заснований у 1993 році. Банк входить до групи великих банків України за даними Національного Банку України і є універсальним банком, який надає повний спектр банківських послуг клієнтам малого, середнього та корпоративного бізнесу, а також фізичним особам через розгалужену регіональну мережу. Його регіональна мережа нараховує більш ніж 100 відділень у 18 областях України, 280 банкоматів, 23 термінали самообслуговування. Крім того, клієнти банку можуть скористатися послугами 3606 торгових терміналів.

Проаналізувавши основні показники діяльності банку, можна помітити значне збільшення прибутку з 50, 590 млн грн у 2015 році, до 305,405 млн грн у 2019 році. Разом з тим, збільшились і витрати з 15,488 млн грн у 2015 р. до 75,584 млн грн у 2019 році. За результатами першого півріччя 2019 року фінустанова отримала чистий прибуток 160 млн грн, що на 36,7 % вище, ніж за аналогічний період минулого року.

На 2020 рік банк «Південний» нараховував більш ніж 600.000 клієнтів, яких можна розділити на фізичних (понад 550.000) та юридичних (понад 45.000) осіб.

Визначенно основних конкурентів банку, серед яких Альфа-Банк, Приват банк, Ідея Банк, Райффайзен Банк Аваль, Кредит Агриколь та Ощадбанк. Також проведено аналіз конкурентоспроможності за методом експертних оцінок і побудовано багатокутник конкурентоспроможності.

Норматив достатності капіталу на 01.01.2019 становив 12,14%. Це один із найважливіших показників надійності Банку. Він характеризує його здатність нівелювати можливі фінансові втрати власними силами, зберігаючи недоторканість коштів клієнтів. Мінімальне його значення, встановлене регулятором, — 10%. Такого результату Банк досяг вперше після девальвації гривні в лютому 2015 року. Банк «Південний» завершив рік, збільшивши регулятивний капітал на 265 млн грн (12,6%). Це стало можливим завдяки отриманню у 2018 році чистого прибутку в розмірі 274 млн грн і залученню від акціонерів субординованого боргу у сумі 1,2 млн дол. США. Протягом 2019 року не було придбання та випуску нових акцій.

Спираючись на данні STEP-аналізу, можна зробити висновок, що тенденції розвитку макромаркетингового середовища для Банку «Південний» у 2019 році були більшою мірою позитивними, ніж негативними.

Було проведено SWOT-аналіз, в якому виявлено слабкі та сильні сторони, можливості і загрози.

Третій розділ пре свячено рекомендаціям щодо покращення маркетингової діяльності Банку «Південний».

Серед основних рекомендацій було запропоновано:

- збільшити кількість відділень по Україні;
- покращити діяльність соціальних мереж;
- створення саб бренду банку «Південний» для преміальних клієнтів;
- впровадження кредиту «Кредит Спасіння»;
- створити анкетування;
- проводити регулярний аудит якості обслуговування за допомогою методу Mystery Shopper;
- впровадження комплексної CRM-системи, що дозволить максимально зосередитися на потребах клієнтів.

В ході дослідження було досягнуто висновку, що активне впровадження маркетингу в діяльність комерційних банків є обов'язковою вимогою сучасного ринку та управління комерційним банком має здійснюватися на основі підвищеної уваги до маркетингу, основна ідея якого полягає в тому, що маркетингові служби банку вивчають ринок передбачуваних до випуску продуктів, типи клієнтів-покупців, конкурентів, пропонують аналогічні продукти, а потім організують їх виробництво і реалізацію. При цьому в центрі уваги повинні завжди перебувати реальні потреби клієнтів, які банк повинен задовольняти.

В умовах реформ, що здійснюються в Україні на сучасному етапі, вивчення проблем, пов'язаних із розвитком банківської системи, набуває особливого значення. Всеохоплююче фінансово-економічне становище в Україні, визначає актуальність, важливість становлення, розвитку і удосконалення банківської сфери, зокрема проведення комерційними банками, на чолі з Національним банком України, грошово-кредитного регулювання економіки з чітким визначенням як стратегічних, так і поточних завдань.

В сучасних умовах для того щоб бути конкурентноспроможним, банк має надавати всі основні види банківських послуг, здійснювати операції з широким колом клієнтів, а також забезпечувати високу якість обслуговування при низькому рівні витрат. «Південний» задовольняє всі вимоги, що ставляться до сучасного комерційного банку, і тому є одним з найпотужніших суб'єктів банківської діяльності. Всі відділення Банку «Південний» забезпечені найсучаснішими технологіями для формування та передачі даних, новітніми програмами, широкого розвитку набула система електронних платежів.

Також, банк надає широкий спектр послуг, в тому числі різноманітні види кредитів фізичним та юридичним особам, відкриття поточних, пенсійних та інших рахунків, переказ грошових коштів по Україні та за кордоном по системах WesternUnion та MoneyGram, продаж національної та іноземної валюти,

банківських металів; виготовлення різноманітних пластикових карток. Отож, створені найсприятливіші умови для роботи і подальшого розвитку.

Сьогодні «Південний» залишається вузькоспеціалізованим банком, але досить активно рухається в нові сегменти – середній та малий бізнес, корпоративний бізнес. Фокус на найближчі декілька років – стати універсальним банком.

АНОТАЦІЯ

Ковальчук А. А. «Аналіз маркетингового середовища та розробка рекомендацій щодо його урахування в діяльності Акціонерного Банку «ПІВДЕННИЙ»».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності «075 «Маркетинг» » за освітньою програмою «Маркетинг».

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2020.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти маркетингових досліджень в умовах впровадження цифрової економіки, особливості економічного впливу маркетингового середовища на функціонування підприємства, загальна концепція маркетингової інформаційної системи.

Проаналізовано маркетингову діяльність Акціонерного Банку «Південний».

Запропоновано покращити діяльність соціальних мереж, створення саб бренду банку «Південний» для преміальних клієнтів, впровадження кредиту «Кредит Спасіння», створити анкетування, проводити регулярний аудит якості обслуговування за допомогою методу Mystery Shopper.

Ключові слова: Маркетинг, інформаційна система, ринок банківських послуг, маркетингове середовище, комплекс маркетингу.

ANNOTATION

Kovalchuk A. «Analysis of the marketing environment and development of recommendations for its consideration in the activities of the Joint Stock Bank "Pivdennyi"» « 075 «Marketing» »

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty for the educational program «Marketing».

Odessa National Economics University. – Odessa, 2020.

The work deals with the theoretical aspects of marketing research in the implementation of the digital economy, features of the economic impact of the marketing environment on the functioning of the enterprise, the general concept of marketing information system.

Author analysis the marketing activity of «Pivdennyi» Joint-Stock Bank is analyzed. Proposed measures to improve the marketing activities of the bank.

Keywords: Marketing, information system, banking services market, marketing environment, marketing complex.