

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

Кафедра маркетингу  
(найменування кафедри)

**РЕФЕРАТ**  
**кваліфікаційної роботи**  
**на здобуття освітнього ступеня бакалавра**  
**зі спеціальності 075 Маркетинг**  
(шифр та найменування спеціальності)  
**за освітньою програмою**  
**Маркетинг**  
(назва освітньої програми)

на тему: **Удосконалення маркетингової діяльності**  
**ПАТ АБ «Південний»**  
(назва теми)

**Виконавець:**

студентка 45 групи ФМЕ  
Вітковська Анастасія Андріївна

---

/підпис/

**Науковий керівник:**

к.е.н.,  
(науковий ступінь, вчене звання)  
Рулінська Ольга Володимирівна

---

/підпис/

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.** Банківська система відіграє зростаючу та найважливішу роль в економічному житті суспільства. Це обумовлено тим що у даний момент часу вона виконує цілий комплекс значущих суспільно – необхідних функцій. Істотний вплив робить розширення сфери використання безготівкових та електронних засобів та розрахунків в економічній діяльності. Банківська система являє собою у певній мара автономне утворення в системі суспільних зв'язків та відносин роблячи в той же час значний вплив на систему національної економіки в цілому.

Дослідженням проблем банківського маркетингу займались такі відомі зарубіжні та вітчизняні науковці, а саме: А. Грубор, Н. Вуняк, Ф. Фельдбауш, Юрг Редлі, Г.Л.Макарова, Л.Ф. Романенко, А.Ю Горбунова, В.О.Ткачук, Р.М. Безус та інші. Проте багато питань в сучасній економічній літературі стосовно банківського маркетингу є невирішеними та потребують подальших досліджень.

Маркетинг відіграє важливу роль в просуванні бізнесу і бренду банківської організації. Завдання маркетингу полягають у наступному: аналіз ринку банківських послуг; дослідження власного продукту; аналіз маркетингових комунікацій (реклама, PR, стимулювання збуту банківських продуктів, особисті продажі); аналіз ціноутворення; аналіз сегментації банківського ринку; вивчення конкурентів, визначення форм та рівня конкуренції; використання можливостей ринку; розробка бази даних CRM; розробка нового продукту.

**Мета дослідження** полягає в аналізі та розробкам рекомендацій щодо удосконалення маркетингової діяльності ПАТ АБ «Південний»

### **Завдання дослідження:**

- визначити сутність та еволюцію банківського маркетингу;
- проаналізувати концептуальні основи банківського маркетингу;
- дослідити теоретичні основи комплексу маркетингових послуг на банківському ринку;
- розглянути організаційно-економічну характеристику ПАТ АБ «Південний»;
- дослідити маркетингове середовище ПАТ АБ «Південний»;
- проаналізувати особливості комплексу маркетингу ПАТ АБ «Південний»;
- надати пропозиції щодо покращення збутової політики ПАТ АБ «Південний»;
- рекомендувати заходи з удосконалення Інтернет маркетингу у ПАТ АБ «Південний».

### **Об'єкт дослідження** ПАТ АБ «Південний»

**Предметом дослідження** є удосконалення маркетингової діяльності банківських установ.

**Методи дослідження** Використані методи аналізу та синтезу, історичного та логічного, наукової абстракції, групування, порівняння і графічного представлення результатів.

**Інформаційна база** дослідження законодавчі і нормативні акти з питань діяльності банківських установ, дані офіційних статистичних джерел, періодична література з маркетингу, внутрішня звітність банку ПАТ АБ «Південний».

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел ( 60 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 89 сторінок. Основний зміст викладено на 85 сторінках. Робота містить 25 таблиць та 16 рисунків.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ БАНКІВСЬКОГО МАРКЕТИНГУ»** визначено сутність та проаналізовано еволюцію банківського маркетингу; узагальнено тенденції розвитку комплексу банківського маркетингу.

У другому розділі **«АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ АБ «Південний»** розглянуто організаційно-економічну характеристику ПАТ АБ «Південний»; досліджено маркетингове середовище ПАТ АБ «Південний»; проаналізовано особливості комплексу маркетингу банківської установи.

У третьому розділі **«РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ АБ «ПІВДЕННИЙ»** надано пропозиції щодо покращення збутової політики ПАТ АБ «Південний»; рекомендовано заходи з удосконалення Інтернет маркетингу ПАТ АБ «Південний»; розроблено заходи з підвищення ефективності особистих заходів банку.

Результати дослідження були опубліковані у збірниках наукових робіт студентів:

Вітковська А.А. Використання статистичних методів у маркетингових дослідженнях [Текст] / А.А. Вітковська, Ю.О.Ольвінська // Статистика – інструмент соціально – економічних досліджень: збірник наукових студентських праць. Випуск 4. Частина III – Одеса, ОНЕУ. – 2018. – С. 191-195.

Вітковська А.А. Digital – маркетинг у банківській сфері [Текст] / А.А. Вітковська / Збірник наукових робіт за підсумками студентської дистанційної науково – практичної конференції «Минуле, Сучасне, Майбутнє», Випуск 11. Одеса: ОНЕУ, 2021 – С.25-30.

## ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити наступні висновки, основні з яких такі:

1. Банківський маркетинг є видом діяльності, концепцією та функцією управління, а також особливою функцією мислення банківського співробітника який орієнтований на ринку банківських послуг. Маркетингова діяльність банку базується на вироблених практикою принципах та виборі певної концепції. Система принципів банківського маркетингу включає облік кон'юнктури ринку, максимальне пристосування запропонованих послуг до його вимог, цілеспрямований вплив ринку, довгостроковий характер цілей маркетингу та націленість на довгостроковий результат.

2. Відділ маркетингу відіграє важливу роль в просуванні бізнесу і бренду банківської організації. Завдання відділу маркетингу полягає у наступному: аналіз ринку банку; дослідження власного продукту; аналіз маркетингових комунікацій; аналіз ціноутворення; сегментація банківського ринку; вивчення конкурентів, визначення форм та рівня конкуренції; використання можливостей ринку; розробка бази даних CRM; розробка нового продукту.

3. Інновації в банківській діяльності сприяють впровадженню цифрових технологій та переходу від масового маркетингу до індивідуального. Водночас, підвищення ролі цифрових технологій призводить до зміни очікувань споживачів від товарів та послуг – в умовах тотальної цифровізації, інформаційного перевантаження, браку часу та значного обсягу пропозицій вони прагнуть якісних, надійних і зручних цифровізованих банківських послуг.

4. ПАТ АБ «Південний» є одним з найуспішніших банків України. Регіональна мережа налічує 102 відділення. За результатами роботи за минулий рік обсяг прибутку збільшився на 10,2%. Економічні нормативи банку виконуються у повному обсязі.

5. ПАТ АБ «Південний» здійснює активну політику у сфері залучення кредитних та депозитних розрахунків. Не дивлячись на зміну відсоткової ставки обсяг депозитів банку з урахуванням прогнозу буде продовжуватися збільшуватися. Це обумовлене наступними факторами:

- підвищення ефективності та оптимізація роботи підрозділів;
- запровадження нових банківських продуктів;
- активізація співпраці з великими корпоративними клієнтами банку;
- активне використання онлайн-каналів продажу банківських продуктів;
- заохочення співробітників банку;

6. Проведений SWOT – аналіз показав, що ПАТ АБ «Південний» має набагато більше сильних сторін, ніж слабких, а тому даний банк займає лідируючі позиції на українському банківському ринку. Банк має безліч перспективних можливостей успішного динамічного розвитку в майбутньому. За результатами PEST – аналізу було встановлено, що на роботу банку негативно впливають економічний та політико – правові

фактори. На підставі конкурентного аналізу можна зробити висновок, що основним конкурентом ПАТ АБ «Південний» є ПАТ КБ «Приватбанк».

7. Дослідження комплексу маркетингу дозволяє відзначити широкий та постійно оновлюваний асортимент банківських послуг, збалансовану структуру депозитного портфелю, активну політику просування банку, як в оффлайн, так і в мережі Інтернет.

8. В кваліфікаційній роботі запропоновано заходи з покращення роботи ПАТ АБ «Південний», та розроблено рекомендації з удосконалення збутової діяльності компанії. Пропонується побудова нового відділення банку, яке буде приносити досить вагомий прибуток, та працювати ефективно, що підтверджується відповідними розрахунками.

9. Що ж стосується напрямків покращення роботи у віртуальному просторі, було запропоновано створити окремий розділ на сайті банку, де кожен клієнт зможе оплатити комунальні послуги, або інші види послуг не виходячи з дому.

10. З метою збільшення прибутку банку через комісійні надходження нами було запропоновано скористатися послугою Інтернет-еквайрінгу, яка буде націлена на доставку, та замовлення окремих видів товарів, але немає функції сплати через банківську карту, а сплата товару буде відбуватися лише при отриманні його на пошті або завдяки іншим засобам доставки. Ефективність впровадження даного заходу підтверджується відповідними розрахунками.

11. Внесені пропозиції є обґрунтованими, мають вагому практичну значущість, та за прогнозними підрахунками матимуть позитивний економічний ефект.