

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту організацій

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 073 "Менеджмент"

на тему: **«Формування комунікативної політики банку»**

Виконавець:
студентка факультету менеджменту,
обліку та інформаційних технологій
Поліщук А. А. _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:
к.е.н., доцент
(науковий ступінь, вчене звання)
Балабаш О. С. _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми Дослідження комунікативної політики банку є дуже актуальним, оскільки в сучасному світі конкуренція на ринку банківських послуг дуже велика. І якщо банк хоче збільшити свою клієнтську базу та зберегти наявних клієнтів, він має дбати про свою комунікативну політику. Комунікація з клієнтами через різні канали, які були описані вище, може допомогти банку збільшити свою популярність, залучити нових клієнтів та зберегти наявних. Також, банки повинні збільшувати кількість каналів комунікації з клієнтами, оскільки це стає все більш вимогливою потребою клієнтів. Використання новітніх технологій, таких як штучний інтелект, блокчейн, чат-боти тощо, також може значно полегшити комунікацію між банком та його клієнтами та забезпечити швидке та якісне обслуговування.

Мета дослідження провести аналіз формування комунікативної політики банку, на основі отриманих даних розробити рекомендації щодо вдосконалення комунікативної політики банку

Завдання дослідження:

- описати сутність, завдання та функції комунікативної політики банку;
- дослідити тенденції розвитку банківської галузі;
- проаналізувати фактори удосконалення, підвищення комунікативної політики банку;
- запропонувати пропозиції щодо удосконалення комунікативної політики АТ «Ощадбанк»;
- обґрунтувати удосконалення роботи чат-боту Telegram.

Об'єкт дослідження АТ «Ощадбанк»

Предмет дослідження формування комунікативної політики банку

Методи дослідження метод аналізу для дослідження складових елементів, відносин та взаємозв'язків у банківській діяльності; метод синтезу для об'єднання окремих елементів або ідей в нові комплексні рішення або концепції; метод індукції для виведення узагальнень та висновків на основі спостережень та аналізу конкретних фактів; метод порівняння для зіставлення різних об'єктів, процесів або параметрів з метою виявлення схожостей, розбіжностей і підтримки прийняття рішень

Інформаційна база дослідження звітність АТ «Ощадбанк», нормативно-правові акти, статистичні дані банківського сектору, наукові статті, монографії, тези міжнародних науково-практичних конференцій тощо.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (

53 найменувань) Загальний обсяг роботи становить 79 сторінок. Основний зміст викладено на 69 сторінках. Робота містить 27 таблиць, 12 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні засади управління комунікативної політикою банку» розглянуто сутність комунікативної політики, види комунікативної політики, фактори, які обумовлюють удосконалення комунікативної політики банку.

У другому розділі «Аналітико-рекомендаційні засади формування комунікативної політики АТ «Ощадбанк»» проаналізовано тенденції розвитку банківської галузі в Україні, надано загальну характеристику АТ «Ощадбанк» та оцінено комунікативну політику АТ «Ощадбанк».

Запропоновано заходи щодо удосконалення комунікативної політики АТ «Ощадбанк», а саме: вдосконалення роботи чат-боту Telegram.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. АТ «Ощадбанк» - це один із найбільших банків в Україні з великою мережею філій та високими показниками фінансової стабільності. Заснований у 1991 році, він є одним із найстійкіших банків в Україні з великою кількістю клієнтів та продуктів. На сьогоднішній день АТ «Ощадбанк» є державним банком та здійснює розрахунково-касові та інші банківські операції зі своїми клієнтами. Банк має розвинену мережу філій по всій Україні та активно розвивається в інтернет-банкінгу. За результатами фінансового року 2022 року, АТ «Ощадбанк» збільшив свій чистий прибуток на 47% порівняно з попереднім роком, до 12,2 млрд. грн. Також банк збільшив активи на 19%, до 379,6 млрд. грн.
2. За результатами дослідження зовнішнього середовища (PEST-аналіз) встановлено, що банківська галузь стикається з незначною кількістю загроз від технологічних факторів (надійність інтернет-зв'язку, комп'ютерні віруси), економічних факторів (конкуренція, стан економіки) а також політичних факторів (геополітична ситуація, законодавче регулювання). Отже, за таких обставин гнучкість та здатність банківської галузі швидко адаптуватися до змін у динамічному зовнішньому середовищі стають ключовими факторами успішної діяльності.
3. За допомогою SWOT-аналізу було визначено стратегічні напрямки розвитку, а саме: банку необхідно спрямувати свій розвиток на підвищення рівня інтернет-комунікації.
4. На основі використання інструменту діаграма Ісікави було проведено причинно-наслідковий аналіз проблеми «зниження комунікативної політики банку» АТ «Ощадбанк». Виділено чотири напрямки які впливають на проблему: недоліки системи обслуговування, недоліки

конкурентоспроможності, технологічні недоліки у системі комунікації, недоліки системи комунікацій.

5. На основі діаграми Парето видно, що найбільш впливовими факторами на досліджувану проблему є: втрата клієнтів, незадоволення клієнтів, затримка в обробці заходів, помилки та неправильна передача даних, обмежені можливості серверів, погіршення репутації – вони становлять 60% впливу; 30% впливу становлять збільшення навантаження на інші канали зв'язку, втрата конкурентної переваги, зниження лояльності клієнтів, втрата можливості персоналізації, високі витрати на обслуговування; інші фактори, що залишилися в сумі складають 10%.
6. З метою усунення вказаних недоліків запропоновано вдосконалити чат-бот в Телеграмі. На основі запропонованої розробки та приведених розрахунків, обґрунтовано доцільність такого впровадження, яке матиме такий економічний ефект: прибуток збільшить на 1,601 млн. грн. з запровадженням розробки.