

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

Кафедра маркетингу та міжнародної логістики  
(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: **«Особливості маркетингової діяльності на ринку  
фінансових послуг (на прикладі ТОВ «ФК СОНАТА ФІНАНС»)»**  
(назва теми)

**Виконавець:**  
студент 4\6 групи  
ФМЕ  
Сочієнков Ілля Миколайович

\_\_\_\_\_  
/підпис/

**Науковий керівник:**  
к.е.н., доцент  
(науковий ступінь, вчене звання)  
Кочевой Максим Миколайович

\_\_\_\_\_  
/підпис/

ОДЕСА – 2023

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.** Формування конкурентного середовища вимагає необхідність впровадження в практику діяльності компаній нових форм і методів господарювання на основі маркетингового вивчення ринку. Саме в цих умовах виникла необхідність в організації менеджменту систем реалізації та збуту послуг та продукції. Організація менеджменту систем реалізації послуг та продукції допоможе компаніям досягти самоокупності, самофінансування, оскільки необхідними умовами самоокупності і самофінансування компанії в умовах ринку є не тільки ефективне і безперервне забезпечення діяльності матеріальними, трудовими і фінансовими ресурсами в необхідній кількості, відповідної якості і за прийнятими цінами, але й орієнтації необхідних послуг та товарів на ринках. В умовах трансформації економіки визначне місце надається практиці використання маркетингових заходів. Маркетинг займає центральне місце в структурі управління, бо йому відводиться вирішальна роль в організації ринкового господарства, метою діяльності якого є організація на потенційні потреби споживачів у послугах та товарах. Саме завдяки знанням особливостей конкретного ринку, специфіки маркетингового підходу до управління компаніями можна розробити ефективну стратегію, яка буде посилювати становище компанії в умовах цивілізованої конкуренції.

Однією з важливих галузей, де ефективність маркетингової діяльності має особливе значення, є ринок фінансових послуг. Маркетингові дослідження умов залучення споживачів, пошуку та вибору фінансових активів, притаманних ринку фінансових послуг є основним завданням менеджменту компаній фінансового сектору.

Особливістю фінансового маркетингу є вивчення специфіки попиту на фінансові активи. Якщо інвестор/продавець пропонує актив за низькою ціною з невеликим обсягом фінансових послуг, це передбачає великий обсяг попиту на ринку, що є досить рідкісним явищем. Специфіку життєвого циклу фінансових активів також можна віднести до особливостей фінансового маркетингу. Фінансовий маркетинг - це систематичний підхід до управління процесом накопичення фінансових активів та їх продажу, включно з продажем фінансових послуг як кінцевих продуктів.

Актуальність дослідження полягає в тому, що ТОВ «ФК СОНАТА ФІНАНС» стикається з рядом викликів у маркетинговій діяльності, які впливають на результативність та прибутковість. Отже, аналіз та удосконалення маркетингової діяльності стає необхідним для підвищення конкурентоспроможності ТОВ «ФК СОНАТА ФІНАНС» на ринку фінансових послуг та забезпечення стійкого розвитку та розширення.

**Мета дослідження.** Проведення комплексного аналізу маркетингової діяльності ТОВ «ФК СОНАТА ФІНАНС» на ринку фінансових послуг та її особливостей. Дослідження її сучасного стану, практичні засади організації маркетингової діяльності компанії та розробка заходів щодо її вдосконалення.

**Завдання дослідження:**

1. Дослідити теоретико- методичні аспекти організації маркетингової діяльності компаній, у тому числі на ринках фінансових послуг, роль і вплив маркетингової діяльності для підвищення ефективності господарювання;
2. Проаналізувати організаційно - економічну характеристику компанії ТОВ «ФК СОНАТА ФІНАНС»;
3. Дослідити стан маркетингової діяльності ТОВ «ФК СОНАТА ФІНАНС»»;
4. Проаналізувати ефективність маркетингової діяльності компанії та її розвиток;
5. Розробити шляхи удосконалення маркетингової діяльності компанії ТОВ «ФК СОНАТА ФІНАНС».

**Об'єктом дослідження** є маркетингова діяльність ТОВ «ФК СОНАТА ФІНАНС».

**Предметом дослідження** є управління маркетинговою діяльністю ТОВ «ФК СОНАТА ФІНАНС» на ринку фінансових послуг та оптимізація організації маркетингу у компанії .

**Методи дослідження:** Теоретичною та методологічною базою дослідження виступає загальнонауковий метод пізнання маркетингової діяльності, ґрунтується на положеннях класиків економічної науки, працях вітчизняних і зарубіжних науковців з маркетингу. Використовується методи збору, розрахунково-аналітичний метод, метод прогнозування, порівняння, методи економічного аналізу, аналіз фінансової звітності, а також табличний та графічний методи для наочності подання інформації.

**Інформаційна база** дослідження: законодавчі та нормативні акти з питань провадження професійної діяльності на ринку фінансових послуг, офіційна звітність компанії, наукові дослідження вітчизняних та зарубіжних авторів, документи, наукові статті, Інтернет-ресурси.

**Структура та обсяг роботи.** Дипломна робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків та списку використаних джерел. Зміст роботи представлений на 81 сторінках комп'ютерного тексту. Кваліфікаційна робота містить 17 таблиць та 4 рисунків. Бібліографічний список нараховує 63 літературних джерел, які викладені на 7 сторінках.

## **ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ**

У першому розділі **«ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ»** теоретико-методичні аспекти організації маркетингової діяльності компаній, у тому числі на ринках фінансових послуг, роль і значення маркетингової діяльності для підвищення ефективності господарювання; розкрито питання управління маркетинговою діяльністю компаній, визначені особливості маркетингової діяльності компаній на ринку фінансових послуг.

У другому розділі **«АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГУ В ТОВ «ФК СОНАТА ФІНАНС» ТА ЇЇ СУЧАСНИЙ СТАН»** надано організаційно-економічну характеристику розвитку ТОВ «ФК СОНАТА ФІНАНС»,

проаналізовано стан маркетингового середовища компанії; досліджено стратегічний аналіз розвитку маркетингової діяльності компанії».

У третьому розділі «**ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ ТОВ «ФК СОНАТА ФІНАНС»** було запропоновано для удосконалення маркетингової діяльності створити системи мотивації робітників, розширити сегментні групи клієнтів та зосередитися на розширенні свого впливу в регіонах та постійному пошуку ринкових можливостей. Запропоновано SEO - просування, оптимізацію сайту та просування контекстної та таргетингової реклами. Рекомендовано створити додаткову штатну одиницю маркетолога для покращення інтернет маркетингу.

## **ВИСНОВКИ**

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Маркетинг - це і філософія бізнесу і активний процес. Як філософія бізнесу, ця наука надає систему мислення та ідеологічне підґрунтя для підприємницької діяльності. Як активний процес, маркетинг розглядається як основа для виконання багатьох завдань, що виникають у процесі функціонування компанії в ринковому середовищі та досягнення цілей компанії.

2. Маркетингова стратегія компанії відіграє ключову роль у формуванні її стосунків зі споживачами, а її ефективність визначає продажі та прибутки і, врешті-решт, фінансове становище компанії. Це пов'язано з тим, що добре підібрана і вміло виконана маркетингова стратегія забезпечує підприємствам переваги, які виникають за рахунок підвищення конкурентоспроможності компанії та її продукції, зниження чутливості споживачів до цін, спрощення доступу до фінансів, інформації, трудових та інших ресурсів.

3. Маркетингова діяльність на фінансових ринках має свою специфіку. Особливості маркетингу на фінансовому ринку впливають із його властивостей:

- 1. Попит на базові фінансові активи та фінансові послуги завжди перевищує їхню пропозицію, що зумовлює гостру конкуренцію.
- 2. Основною метою ринків фінансових послуг є ефективний перерозподіл заощаджень кінцевих кредиторів між кінцевими споживачами.
- 3. Особливістю фінансових ринків є те, що фінансові активи можуть переміщатися в будь-яку точку світу, в будь-якій кількості, з високою швидкістю, на відміну від швидкості просування товарів на товарних ринках.
- 4. Ринки фінансових послуг більш інтегровані та глобалізовані, ніж ринки реальних активів.

Фінансові послуги є основою сучасної економіки. Усі види підприємницької діяльності так чи інакше залежать від послуг, що надаються фінансовим сектором.. Тож ринок фінансових послуг виконує роль посередника руху коштів

від власника до користувача та розвивається, навіть, динамічніше, ніж ринки товарів.

4. ТОВ «ФК СОНАТА ФІНАНС» працює з 2018 року, провадить свою діяльність на підставі Розпорядження № 361 від 15.03.2018 року про видачу ліцензій на провадження господарської діяльності з надання фінансових послуг, а саме: надання коштів у позику, в тому числі і на умовах фінансового кредиту, надання послуг фінансового лізингу, надання послуг факторингу.

Ефективний менеджмент, зростання ключових показників бізнесу, низьке боргове навантаження, продумана стратегія розвитку, зростання рентабельності та зниження витрат, наявність операційних та фінансових цілей, дозволило компанії оперативно набирати обороти. Починаючи з 2019 року, серед компаній малого та середнього бізнесу в регіоні міста Києва та всієї України, за результатами експертного аналізу показників по галузі компанія була внесена до реєстру «Надійних та інвестиційно привабливих підприємств». В процесі своєї діяльності компанія прагне до залучення нових ринків збуту і та залучення нових клієнтів для збільшення продажу своїх послуг. Стратегія зростання компанії, вже за декілька років, відображає той факт, що вона регулярно освоює нові ринки збуту та отримує дохід. Освоюючи нові ринки збуту та набуваючи нові сегменти клієнтів, компанія розширює, удосконалює й адаптує свою діяльність для задоволення потреб та інтересів своїх клієнтів. Постійні навчання працівників компанії свідчить про постійну підтримку високого професійного рівня співробітників компанії ТОВ «ФК СОНАТА ФІНАНС» та сприяє бездоганному сервісу надання фінансових послуг, якому керівництво компанії приділяє значну увагу. ТОВ «ФК СОНАТА ФІНАНС» у своїй роботі керується принципом максимального комфорту для клієнтів - споживачів фінансових послуг, з дотриманням вимог чинного законодавства, у тому числі дотриманням вимог законодавства про захист прав споживачів, вимог, спрямованих на захист прав та законних інтересів національної безпеки України шляхом виявлення, запобігання та протидію легалізації (підмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення та забезпечує правильне розуміння клієнтами суті фінансової послуги без нав'язування її придбання. Такий підхід та відношення до роботи сприяє залученню нових клієнтів, зміцненню позицій на ринку фінансових послуг та отриманню більшого прибутку і сплати податків. Потреби клієнтів є важливою складовою для прийняття рішень і формуванню планів компанії.

5. Виручка від реалізації робіт та послуг в ТОВ «ФК СОНАТА ФІНАНС» з початку діяльності з 2018 року по 2021 рік збільшилася на 42 356 тис. грн., що відповідно зумовило зростання основних засобів, товарів та запасів. Значний приріст показника спричинено розвитком досліджуваної компанії. Прибуток ТОВ «ФК СОНАТА ФІНАНС» за 2021 рік збільшився на 224,00 тис. грн. і склав суму у розмірі 518,00 тис. грн.. При дослідженні ліквідності компанії, з'ясували, що значення коефіцієнта загальної ліквідності значною мірою перевищує 1, і на кінець 2021 року становить 2,62 пункту. Це свідчить про те, що компанія володіє значним обсягом вільних ресурсів, сформованих за рахунок власних коштів. З

погляду кредиторів компанії, такий варіант формування оборотного капіталу є найприйнятнішим. Коефіцієнт поточної ліквідності становив 2,20 пункти, тоді як теоретично достатній становить 0,6. Щодо коефіцієнту абсолютної ліквідності, що вимірює частку короткострокових зобов'язань, які компанія може погасити в найближчому майбутньому, то цей коефіцієнт становив 0,24 п.п. на прикінці 2021 року, при теоретично-достатньому ефективному значенні цього коефіцієнта 0,2-0,3 п.п.. Окрім того, додатковими резервами для покриття короткострокових зобов'язань і забезпечення платоспроможності компанії є внутрішні оборотні активи, які за рік зросли на 306. тис. грн.

Таким чином, можна зробити висновок, що ТОВ "ФКСОНАТА ФІНАНС" є платоспроможною компанією, незважаючи на інфляцію та інші макро та мікроекономічні чинники, фінансові послуги, які надає компанія, користуються попитом. Збалансована політика в компанії, ефективний менеджмент, продумана стратегія розвитку, наявність операційних та фінансових цілей дозволяють компанії оперативного набирати обороти.

6. Після проведення STEP-аналізу, негативними чинниками макросередовища стали: економічні фактори, зокрема зниження сплатоспроможності, падіння курсу національної валюти, економічна криза, та політичні чинники, а саме велике навантаження вимог до фінансових компаній, прирівняне до вимог банків, незважаючи що це мікропідприємства. Під політичними факторами розуміється вплив держави на економічну ситуацію в країні. Сьогодні, на жаль, це зводиться до того, що держава виконує лише фіскальні та обмежувальні функції, а не функції розвитку. Міністерствам слід враховувати кроки для розвитку підприємництва з урахуванням національних інтересів країни та актуальних проблем відповідних галузей. У результаті такої практики відсутня загальна політика розвитку вітчизняної економіки, є серйозні недоліки в законодавстві, і це не сприяє розвитку компанії. Проте, позитивними чинниками в дослідженні стали соціальні чинники: репутація(імідж) компанії, реклама та технологічні фактори.

7. Висновки проведеного SWOT-аналіз показують, що існують загрози з боку зовнішнього середовища, які пов'язані з війною, визваною агресією росії, кризою в економіці, що спричиняє зниження сплатоспроможності, а також тиском в законодавчому полі. Ці загрози, в якійсь мірі, можна компенсувати сильними сторонами: високий рівень обслуговування та ставлення до клієнтів та їх запитів, збалансована політика, дотримання законодавства, наявність прозорої структури та діяльності компанії на ринку фінансових послуг.

8. Основною метою маркетингової діяльності компанії є найповніше задоволення потреб споживачів у фінансових послугах, які надає компанія, з високим рівнем обслуговування та за справедливою ціною. Проаналізовано групи споживачів за видами діяльності та структуру отримання доходів за видами діяльності компанії. Основними напрямками маркетингової діяльності компанії ТОВ «ФК СОНАТА ФІНАНС» визначили продовження збалансованої політики в компанії, удосконалення роботи з клієнтами, автоматизації процесів щодо вимог законодавства, а також створення системи мотивації робітників, розширення

сегментних груп клієнтів та зосередитися на розширенні свого впливу в регіонах. Також, важливу роль повинен займати постійний пошук ринкових можливостей, навіть, за успішних результатів роботи компанії необхідним є пошук резервів покращення її діяльності та удосконалення.

9. Визначили, що маркетинговий підхід компанії має бути сосереджений не на створення продукту, а на вивчення реальних потреб клієнтів( аналіз ринку, запитів клієнтів та переваг для споживачів фінансових послуг).

10. Необхідними умовами для реалізації маркетингової стратегії фінансової компанії є чітко розроблений стратегічний план, єдина маркетингова інформаційна система та структурований підрозділ для планування, виконання та контролю маркетингової діяльності.

Маркетингові стратегії мають певні характеристики та складність, включаючи стратегії вибору цільових ринків, стратегії конкурентної переваги, стратегії продукту та стратегії клієнта.

Сьогодні маркетинг і сучасні технології є ключовими ресурсами для стимулювання фінансових ринків. Багато компаній розширюють канали розповсюдження своїх послуг за допомогою комунікаційних можливостей, зокрема, через глобальну мережу Інтернет. Такий підхід дає змогу охопити якомога більшу кількість клієнтів.

І навпаки, споживачі віддають перевагу цінним корпоративним брендам, тому що вони швидше визнають переваги компанії з позитивним іміджем, мають вищий рівень довіри і більш задоволені обслуговуванням.

11. Компанії було запропоновано використовувати диференційований маркетинг, оскільки компанія володіє достатнім потенціалом для обслуговування потреб споживачів. Зосередитися на проведенні сегментації ринку та цільового сегменту. Розширювати канали розповсюдження своїх послуг за допомогою комунікаційних можливостей, зокрема, через глобальну мережу Інтернет. Такий підхід дасть змогу охопити а більшу кількість клієнтів. Також, було запропоновано кошторис на інтернет- маркетинг.

Оскільки деякі , споживачі віддають перевагу цінним корпоративним брендам, визнаючи переваги компанії з позитивним іміджем, мають вищий рівень довіри і більш задоволені обслуговуванням, тому комплексна реалізація цих заходів дозволить максимально охопити український ринок і збільшити продажі своїх послуг.