АНОТАЦІЯ

Гайчева А.О. «Удосконалення маркетингової діяльності підприємства страхових послуг ПАТ СК "Українська страхова група"»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 075 «Маркетинг»

за освітньою програмою Маркетинг та міжнародна логістика

(назва освітньої програми)

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2025.

Оцінено сучасний стан маркетингової діяльності ПАТ СК «Українська страхова група» в сегменті страхування життя. Проведено всебічний аналіз конкурентоспроможності компанії, її ринкової позиції та ефективності комунікаційної політики. Встановлено, що компанія демонструє стабільний фінансовий стан, однак потребує вдосконалення в частині цифрових каналів взаємодії зі споживачами та підвищення якості сервісу.

У результаті SWOT- та STEP-аналізу ідентифіковано ключові внутрішні переваги й обмеження компанії, а також зовнішні загрози й можливості ринку. Для усунення виявлених недоліків розроблено пропозиції щодо підвищення якості обслуговування та впровадження сучасних інноваційних інструментів маркетингу. Серед ключових заходів – створення інтегрованої онлайн-платформи для клієнтів, розширення каналів діджитал-комунікацій та підвищення ефективності інтернет-просування.

Узагальнення результатів підтвердило доцільність запропонованих змін. Вони сприятимуть зміцненню позицій ПАТ СК «УСГ» на страховому ринку, підвищенню впізнаваності бренду, зростанню лояльності клієнтів і забезпеченню довгострокової конкурентної переваги компанії..

Ключові слова: маркетинг, страхова компанія, маркетинг страхових послуг, страхування життя, інноваційний маркетинг.

ANNOTATION

Gaicheva A.O. "Improving the marketing activities of the insurance services business of PJSC IC "Ukrainian Insurance Group""

Qualification work for obtaining a bachelor degree in specialty 075 "Marketing"
in the educational program Marketing and International Logistics
Odessa National Economic University - Odesa, 2025.

The current state of PJSC IC "Ukrainian Insurance Group" 's marketing activity in the life insurance segment has been assessed. A comprehensive analysis of the company's competitiveness, market position, and communication policy effectiveness was carried out. The company demonstrates a stable financial position. However, further development in digital channels for employee interaction and increased service capacity will be required.

The SWOT STEP analysis identified the company's key internal challenges and external threats to the market. Proposals have been developed to eliminate the detection of deficiencies, improve service efficiency, and introduce current innovative marketing tools. Among the key goals are creating an integrated online platform for clients, expanding digital communication channels, and increasing the efficiency of Internet service.

The results' registration confirmed the validity of the changes made. They will recognise the significant position of PAT IC "USG" in the insurance market, increase brand recognition, grow customer loyalty, and secure the company's long-term competitive advantage.

Keywords: marketing, insurance company, marketing of insurance services, life insurance, innovative marketing.