

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

**«РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ НА РИНОК В
БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ»**

Виконала: здобувач 4 курсу, групи МГ 20-зс
Спеціальності 075 Маркетинг
Калушевич Кристина Юріївна

Керівник: **Дубницький В. І.**, д.е.н., проф.

**Дніпро
2024**

АНОТАЦІЯ

Калушевич К. Ю. «Розробка стратегії просування продукту на ринок в банківській сфері».

Програма має на меті ефективно розробити стратегії просування продукту на ринок, залучити цільову аудиторію. У роботі розглянуті основні етапи розробки стратегії просування, включаючи аналіз ринку та конкурентів, визначення цільової аудиторії, вибір маркетингових каналів та інструментів комунікації, а також планування та виконання маркетингових заходів. Детально розглянуті стратегії і тактики просування, які найбільш відповідають цілям та характеристикам ринку банківських послуг. Аналізується також потенційний вплив стратегії просування на позицію «АТ Універсал Банк» на ринку та її конкурентну перевагу.

Ключові слова: маркетингова концепція управління підприємством, організація маркетингової діяльності підприємства, комплекс маркетингу, контроль маркетингової діяльності підприємства, маркетинговий аналіз підприємства, стратегія просування, конкурентні переваги.

SUMMARY

Kalushevych K. "Development of a Product Marketing Strategy in the Banking Sector".

The program aims to effectively develop strategies for promoting a product to the market and attracting the target audience. The main stages of developing a promotion strategy, including market and competitor analysis, target audience identification, selection of marketing channels and communication tools, as well as planning and implementation of marketing activities are considered in the work. The author analyzes in detail the strategies and tactics of promotion that best meet the goals and characteristics of the banking services market. The potential impact of the promotion strategy on the position of JSC Universal Bank in the market and its competitive advantage is also analyzed.

Keywords: marketing concept of enterprise management, organization of marketing activities of an enterprise, marketing complex, control of marketing activities of an enterprise, marketing analysis of an enterprise, promotion strategy, competitive advantages.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ.....	10
1.1. Сутність та види маркетингової стратегії підприємств.....	10
1.2. Етапи розробки стратегії просування товару на ринок.....	17
1.3. Зарубіжний досвід стратегій просування товару.....	19
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ НА ПІДПРИЄМСТВІ АТ»УНІВЕРСАЛ БАНК» ТМ «MONOBANK».....	22
2.1. Характеристика господарської діяльності та внутрішнього середовища підприємства.....	22
2.2. Особливості маркетингового середовища підприємства.....	27
2.3. Дослідження маркетингових інструментів просування товару підприємства.....	39
2.4. Позичування продукції, торгової марки підприємства.....	40
2.5. Сегментація ринку та визначення цільових сегментів.....	43
2.6. SWOT- аналіз.....	47
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВА	54
3.1. Проблеми стратегії просування товару (послуги) підприємства.....	54
3.2. Шляхи вдосконалення стратегії просування товарів (послуг) підприємства	58
3.3. Економічна доцільність (очікуваний ефект) запропонованих заходів.....	60
ВИСНОВКИ.....	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	70
ДОДАТКИ.....	75

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамович І.А. Маркетингова діяльність підприємства та контроль за її реалізацією. *Агросвіт*. Київ. 2020. С. 52-56.
2. Агеєва І. М. Можливі стратегії розвитку підприємства в сучасних ринкових умовах. *Прометей: регіональний збірник наукових праць з економіки*. ТОВ «Юго-Восток Лтд», 2017. № 2. С. 221-223.
3. Андрущенко Н. О. Особливості української школи менеджменту. *Соціальнополітичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України*: зб. наук. пр. VI Міжнар. наук.-практ. конф., 17-19 верес. 2018 р. Вінниця, 2018. Ч. I. С. 93–99.
4. Антохов А. А., Клевчik Л. Л. Організаційна та управлінська основа кооперацій у сфері інновацій та інтелектуальної праці. *Інфраструктура ринку*. 2021. Вип. 58. С. 9–13.
5. Бакуліна Н.М. Застосування інноваційних еко-технологій при проведенні мотиваційного моніторингу персоналу організації: теоретичні та прикладні аспекти розвитку економіки та маркетингу. Тернопіль: «Бескиди», 2020. 179 с.
6. Балановська Т. І. Сучасні технології управління персоналом : навч. посіб. Т. І. Балановська, М. В. Михайліченко, А. В. Троян. Київ : ФОП Ямчинський О. В., 2020. 466 с.
7. Балджи М.Д. Економіка та організація торгівлі: навчальний посібник. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2017. 368 с.
8. Баніт О. В. Системи професійного розвитку менеджерів у транснаціональних корпораціях: досвід Німеччини і Польщі : монографія. Київ : ДКС- Центр, 2018. 414 с.
9. Безродна О. С. Розподіл інструментів та підходів до стратегічного управління банком за його етапами. *Економіка та управління підприємствами машино-будівної галузі: проблеми теорії та практики*. 2012. № 4. С. 113 – 131.

10. Белік Д. П. Організація маркетингової служби на підприємстві. *Матеріали II Всеукраїнської наукової інтернетконференції «Освітньо-інноваційна інтерактивна платформа «Підприємницькі ініціативи» :7 грудня 2017 р. С. 89-94.*
11. Біла О.Г. Фінансове планування та фінансова стабільність підприємств. *Фінанси України*. 2017. С. 112-118.
12. Богомолова В.В. Організація управління маркетинговою діяльністю підприємства. *Вісник ДУ ЗІДМУ*. 2017. С. 53-59 с.
13. Бойко М., Шандор Ф., Кіш Г. Стратегічний аналіз розвитку: підручник. Ужгород: Ужгородський національний університет. 2017. 213 с.
14. Болотна О.В. Управління маркетинговою діяльністю в умовах розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Економіка і суспільство*. 2018. 268–272 с.
15. Будько С.А. Маркетолог у комерційній структурі: проблеми підготовки професійної адаптації. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2017. 250–254 с.
16. Бурдейна В. Понад пів року війни: стан та перспективи банківського сектору. *Юридична Газета онлайн*. URL: <https://yur-gazeta.com/dumkaeksperta/ponad-piv-roku-viyni-stan-ta-perspektivi-bankivskogo-sektoru-.html> (дата звернення 10.05.2024).
17. Васюткіна Н. В., Зуй М.О. Комплексний підхід до визначення складових частин екологічного маркетингу в системі управління сталим розвитком підприємства. *Економіка розвитку*. 2017. № 1. С. 68-77.
18. Векслер Д. М. Вдосконалення системи управління маркетинговою діяльністю на підприємстві. *Вісник ХНАУ*. Серія : Економічні науки. 2018. 74-81 с.
19. Вініченко І. І. Вибір стратегій підвищення управління конкурентоздатністю підприємств. *Агросвіт*. 2020. 185 с.

20. Волкова М.В. Напрями вдосконалення маркетингової діяльності підприємства. *Економіка та управління підприємствами. Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. №16. 281–286 с.
21. Воронкова В. Г., Беліченко А. Г., Желябін І. О., Кириченко І. Г., Ажажа М. А. Операційний менеджмент : навч. посіб. 2-ге вид., стер. Львів : Магнолія 2006, 2021. 439 с.
22. Гевко І.Б. Методи прийняття управлінських рішень: підручник /І.Б. Гевко. – К.: Видавничий дім «Кондор», 2018.187 с.
23. Горіна Г.О. Діалектика поняття «Розвиток підприємства». *Причорноморські економічні студії*. В.8. 2016. С.123-126.
24. Граніш С.А. Прикладні аспекти організації і розвитку процесу рекламної діяльності на споживчому ринку. *Актуальні проблеми економіки*. Київ, 2017. 201-212 с.
25. Гребенюк Н. В. Значимість зовнішніх факторів впливу в управлінні банком в сучасних умовах. *Вісник Львівської комерційної академії: збірник наукових праць*. Серія економічна. 2016. № 46. С. 257- 261.
26. Гребенюк Н. В. Стратегічне управління банком в контексті трансформації банківської системи України : автореф. дис. канд. екон. наук : 08.02.18. Суми, 2018. 21 с.
27. Гузенко Г. М. Управління та вдосконалення маркетингової діяльності на підприємстві. *Економіка і суспільство*. 2017. С.51-56.
28. Гузикова Л.А. Принципи стратегічного управління діяльністю комерційного банку. *Науково-технічні відомості*. 2013. № 5. С. 219–227
29. Гук О.В., Кучма О.Ю. Виклики логістичної галузі у період COVID-19. Сучасний стан економіки, обліку, фінансів і права та їх основні проблеми: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 5 жовтня 2021 р.): у 2 ч. Полтава: ЦФЕНД, 2021. Ч. 2. С.54. URL: <http://www.economics.in.ua/2021/10/2.html>. (дата звернення 10.05.2024).
30. Гук О.В., Кучма О.Ю., Мельник А.В. Необхідність застосування інноваційних логістичних процесів для розвитку сучасних підприємств.

Економіка та суспільство. №32. 2021 URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/publication_ethics (дата звернення 10.05.2024).

31. Гусева, О. Ю., Легомінова, С. В. Діджиталізація – як інструмент удосконалення бізнеспроцесів, їх оптимізація. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*, (1), 2018. С.33-39.

32. Дзюблюк О. В. Банківські операції: підручник / За ред. д.е.н., проф. О.В. Дзюблюка. Тернопіль: ТНЕУ «Економічна думка». 2017. 696 с

33. Занора В. Розвиток підприємства: сутність, форми, види. *Галицький економічний вісник*. В.6 (61). 2019. С. 69-78.

34. Менеджмент у питаннях та відповідях: навчальний посібник / А. А. Вдовічен, О. Г. Вдовічена, В. А. Чичун та ін. Чернівці: ЧТЕІ ДТЕУ, 2023. 172 с.

35. Мохонько А. А. Проектний менеджмент. Методичні вказівки до виконання розрахункової роботи. Київ: НТУУ «КПІ імені І. Сікорського», 2018. 160 с.

36. Офіційний сайт Monobank. URL: <https://www.monobank.ua/> (дата звернення 14.05.2024)

37. С.М. Васи́лига Поняття стратегії розвитку підприємства. *Економіка та держава*. В.1. 2020. С. 121-125.

38. Сутність та визначення поняття економічного розвитку підприємства. Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. В.14. 2016. С.541-544

39. Сучасний менеджмент : моделі, стратегії, технології : матеріали XXIV Всеукр. щоріч. студент. наук.-практ. конф. за міжнарод. участю. 27 квіт. 2023 р. Одеса : Одеська політехніка. 2023. 235 с.

40. Цалко, Т. Р., Невмержицька, С. М. Система ключових показників ефективності як запорука ефективного управління бізнес-процесами в компанії. *Проблеми системного підходу в економіці*, 6 (74), 2019. С.160-167.

41. Шевчук О.А. Основні принципи забезпечення динамічної стійкості розвитку підприємств на засадах бізнес-лідерства. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2019. № 15. С. 260–269.