

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему:

«АНАЛІЗ УПОДОБАНЬ СПОЖИВАЧІВ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ ТА РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ»

Виконав: здобувач 4 курсу,
групи МГ-163с

Спеціальності: 075 Маркетинг
шифр і назва

Макаренко Вікторія Віталіївна
ПІБ

Керівник: С.С. Яременко, к.е.н., доцент
прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро
2020

АНОТАЦІЯ

Макаренко В.В. «Аналіз уподобань споживачів банківських послуг та розробка рекомендацій щодо вдосконалення обслуговування»

В кваліфікаційній роботі обґрунтована специфіка сфери банківських послуг; визначені види діяльності банків і особливості банківського маркетингу; виявлені особливості маркетингової діяльності банків з питань задоволення споживацьких потреб. Було надано характеристику господарської діяльності ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» і проведено аналіз банківських послуг на вітчизняному ринку. Було проведено сегментування ринку та позиціонування продукції; виконано маркетингове дослідження споживачів ПАТ КБ ПриватБанк та їх уподобань; виконано SWOT – аналіз для ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК». В роботі запропоновано маркетингові заходи, спрямовані на покращення обслуговування в банку та розраховано очікуваний економічний ефект.

Ключові слова: вдосконалення обслуговування, маркетингове середовище, сегментація ринку, SWOT – аналіз, дослідження споживачів, позиціонування продукції, економічний ефект.

SUMMARY

Makarenko V.V. "Analysis of consumer preferences of banking services and development of recommendations for improving service"

The specifics of the sphere of banking services are substantiated in the qualification work; certain types of banking activities and features of banking marketing; features of marketing activity of banks on questions of satisfaction of consumer needs are revealed. A description of the economic activity of PJSC CB "PRIVATBANK" was provided and an analysis of banking services in the domestic market was conducted. Market segmentation and product positioning were performed; marketing research of consumers of PJSC CB PrivatBank and their preferences was performed; SWOT analysis was performed for PJSC CB PRIVATBANK. The paper proposes marketing measures aimed at improving service in the bank and calculates the expected economic effect.

Key words: service improvement, marketing environment, market segmentation, SWOT - analysis, consumer research, product positioning, economic effect.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. СИСТЕМА ОРГАНІЗАЦІЇ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ.....	9
1.1. Специфіка сфери банківських послуг.....	9
1.2. Види діяльності банків і особливості банківського маркетингу.....	15
1.3. Особливості маркетингової діяльності банків з питань задоволення споживацьких потреб.....	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ І ОЦІНКА МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК».....	29
2.1. Характеристика господарської діяльності підприємства.....	29
2.2. Аналіз банківських послуг на вітчизняному ринку.....	42
2.3. Сегментування ринку та позиціонування продукції.....	55
2.4. SWOT- аналіз.....	58
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА ПАТ КБ "ПРИВАТБАНК".....	61
3.1. Маркетингове дослідження споживачів ПАТ КБ "ПриватБанк" та їх уподобань.....	61
3.2. Пропозиції та рекомендації щодо маркетингових заходів, спрямованих на покращення обслуговування в банку.....	69
3.3. Економічна доцільність (очікуваний ефект) запропонованих заходів.....	73
ВИСНОВКИ.....	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	80
ДОДАТКИ.....	86