

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«СИСТЕМА СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ ДЛЯ БАНКІВСЬКОГО ПРОДУКТУ І ШЛЯХИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ»

Виконав: здобувач 2 курсу, групи МГ22М

Спеціальності 075 Маркетинг

Гусаревич Олександр Дмитрович

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

Дніпро

2024

АНОТАЦІЯ

Гусаревич О.Д. Система стимулювання збуту для банківського продукту та шляхи її вдосконалення.

Дипломна робота присвячена вивченню теоретичних аспектів та практичних розробок щодо системи стимулювання збуту в банківському секторі, з основним фокусом на діяльності Акціонерного товариства "ОТП БАНК". Розглянуті теоретичні засади управління стимулюванням збуту та аналіз особливостей ринкового середовища банківського сектору. В роботі представлені конкретні напрями вдосконалення системи стимулювання збуту для банківського продукту на прикладі досліджуваного АТ "ОТП БАНК". Результати роботи можуть бути використані для практичного застосування та підвищення ефективності маркетингової стратегії АТ "ОТП БАНК".

Ключові слова: система стимулювання, збут, банківський продукт, маркетингова стратегія, АТ "ОТП БАНК".

SUMMARY

Husarevych O.D. Sales stimulation system for banking products and ways of its improvement.

The thesis is dedicated to studying theoretical aspects and practical developments related to the sales stimulation system in the banking sector, with a primary focus on the activities of Joint Stock Company "OTP BANK". The theoretical foundations of sales stimulation management and analysis of the market environment in the banking sector are considered. The paper presents specific directions for improving the sales stimulation system for banking products using the example of the investigated JSC "OTP BANK". The results of the research can be applied in practice to enhance the effectiveness of the marketing strategy of JSC "OTP BANK".

Keywords: stimulation system, sales, banking product, marketing strategy, JSC "OTP BANK".

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ПОБУДОВИ СУЧАСНОЇ СИСТЕМИ ЗБУТУ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ	9
1.1. Сутність та значення збутової політики банківських установ	9
1.2. Особливості методів та інструментів стимулювання збуту банківських продуктів	16
1.3. Узагальнення позитивного досвіду стимулювання збуту провідними банками світу	21
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СИСТЕМИ ЗБУТУ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ В АТ «ОТР БАНК»	33
2.1. Загальна характеристика діяльності АТ «ОТР БАНК»	33
2.2. Аналіз особливостей маркетингової стратегії банку та оцінка її ефективності	41
2.3. Визначення «вузьких» місць у рамках стратегії збуту банківських продуктів і послуг	54
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ ДЛЯ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ АТ «ОТР БАНК»	62
3.1. Обґрунтування пропозицій щодо вдосконалення системи збуту банку на основі використання нових цифрових технологій	62
3.2. Прогнозна оцінка ефективності запропонованих заходів	68
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ	86
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	89
ДОДАТКИ	94