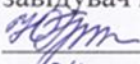


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Допускається до захисту
завідувач кафедри менеджменту
 професор Ю. С. Гринчук
«04» червня 2024 року

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА
УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ
ПІДПРИЄМСТВА
(ЗА МАТЕРІАЛАМИ АТ "КБ "ПРИВАТБАНК")**

Виконав: Білан Дмитро Віталійович
прізвище, ім'я, по батькові,


підпис

Керівник: доцент Коваль Надія Володимирівна
вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові


підпис

Рецензент: доцент Хомовий Сергій Михайлович
вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові


підпис

Я, Білан Дмитро Віталійович, засвідчую, що кваліфікаційну роботу бакалавра виконано з дотриманням принципів академічної доброчесності.

Біла Церква
2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Спеціальність: 073 «Менеджмент»

Затверджую
Гарант ОПП «Менеджмент»
Rel доцент Н. В. Коваль
«20» / 04 2023 року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу бакалавра
Білану Дмитру Віталійовичу

Тема: Управління маркетинговою діяльністю підприємства (за матеріалами АТ "КБ "Приватбанк")

Перелік питань, що розробляються в роботі:

- вивчити сутність поняття управління маркетинговою діяльністю, її цілі та завдання у діяльності комерційного банку;
- розкрити методичні підходи до визначення управління маркетинговою діяльністю у комерційних банках;
- надати загальну характеристику АТ КБ «ПриватБанк» та провести діагностику процесу управління маркетинговою діяльністю;
- проаналізувати ефективність управління маркетинговою діяльністю АТ КБ «ПриватБанк»;
- розробити та обґрунтувати напрями вдосконалення маркетингової діяльності в АТ «КБ «ПриватБанк».

Вихідні дані: дослідження виступають: первинні та вторинні дані річних звітів статистичні довідники, підручники, посібники, монографії, довідкова література, статті вітчизняних і зарубіжних авторів, Internet-ресурси.

Календарний план виконання роботи

Етап виконання	Період виконання етапу	Відмітка про виконання
Огляд літератури	квітень-травень 2023	виконано
Теоретико-методична частина	вересень-грудень 2023	виконано
Аналітична частина	січень-лютий 2024	виконано
Рекомендаційна частина	березень-квітень 2024	виконано
Оформлення роботи	травень 2024	виконано
Перевірка на плагіат	травень 2024	виконано
Попередній розгляд на кафедрі	травень 2024	виконано
Подання на рецензування	травень 2024	виконано

Керівник

Rel
(підпис)

доцент Коваль Н. В.

Здобувач

Білан
(підпис)

Білан Д.В.

Дата отримання завдання «20» / 04 2023 р.

АНОТАЦІЯ

Білан Д. В.

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА (ЗА МАТЕРІАЛАМИ АТ "КБ "ПРИВАТБАНК")

Досліджено процес управління маркетинговою діяльністю в АТ «КБ «ПриватБанк».

Використано методи: функціонально-структурного аналізу, теоретичного узагальнення, класифікації, графічний, системно-аналітичний, індукційний та дедукційний методи.

Доведено, що відділ маркетингу та комунікацій АТ «КБ «ПриватБанк» повинен постійно вдосконалювати якість послуг, що надаються. Велике значення і увага має приділятися вивченню потреб та очікувань банківських клієнтів, проводитися різні дослідження якості продуктів і послуг банку, на основі яких будуватиметься система і культура обслуговування у всіх відділеннях і розроблятиметься маркетингова стратегія просування продуктів на ринку. Будь-які відгуки, зауваження і побажання своїх клієнтів, пропозиції щодо поліпшення якості обслуговування повинні вітатися і оперативно розглядатися керівництвом з метою підвищення якості обслуговування клієнтів.

Обґрунтовано необхідність нівелювання впливу фінансових криз та війни на діяльність АТ «КБ «ПриватБанк», удосконалення маркетингу у АТ «КБ «ПриватБанк» з урахуванням невизначеності наслідків впливу факторів, тривалості кризи і воєнних дій, обмежень на надання послуг тощо. Оновлення засобів маркетингової взаємодії виступає сьогодні важелем зміцнення потенціалу АТ «КБ «ПриватБанк» в системі фінансово-економічної діяльності, оскільки впливає на ефективність та зростання конкурентоспроможності банку.

Кваліфікаційна робота бакалавра містить 48 сторінок комп'ютерного тексту, 6 таблиць, 3 рисунки, 3 додатки, список використаних джерел із 30 найменувань.

Ключові слова: управління маркетинговою діяльністю, фінансова криза, маркетингова стратегія, маркетингова політики.

ABSTRACT

Bilan D. V.

MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE MARKETING ACTIVITIES (BASED ON THE MATERIALS OF "PRIVATBANK " JSC)

The process of management of marketing activities in "CB "PrivatBank" JSC was studied.

The methods used are: functional-structural analysis, theoretical generalization, classification, logical generalization, graphical, system-analytical, and induction and deductive methods.

It has been proven that the marketing and communications department of "CB "PrivatBank" JSC should constantly improve the quality of services provided. Great importance and attention should be given to the study of the needs and expectations of bank customers, various studies of the quality of the bank's products and services should be conducted, on the basis of which the service system and culture in all branches will be built and a marketing strategy for product promotion on the market will be developed. Any feedback, comments and wishes of our customers, suggestions for improving the quality of service should be welcomed and promptly considered by the management in order to improve the quality of customer service.

The need to level the impact of financial crises and war on "CB "PrivatBank" JSC, to improve marketing in "CB "PrivatBank" JSC, taking into account the uncertainty of the consequences of the influence of factors, the duration of the crisis and military actions, restrictions on the provision of services, etc. Updating the means of marketing interaction today acts as a lever for strengthening the potential of "CB "PrivatBank" JSC in the system of financial and economic activity, as it affects the efficiency and growth of the bank's competitiveness.

The bachelor's qualification work contains 48 pages of computer text, 6 tables, 3 figures, 3 appendices, a list of used sources with 30 names.

Key words : management of marketing activities, financial crisis, marketing strategy , marketing policy.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ	7
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АТ «КБ «ПРИВАТБАНК» В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	17
2.1. Загальна характеристика АТ «КБ «ПриватБанк».....	17
2.2. Особливості маркетингової діяльності АТ «КБ ««ПриватБанк»	24
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АТ «КБ «ПРИВАТБАНК» В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ....	31
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	41
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	45
ДОДАТКИ.....	49

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Браткевич П.П., Шелудько С.А. Вплив цифровізації на банківський бізнес в Україні. *Приазовський економічний вісник*. 2019. № 5 (16). С. 334–339.
2. Волощак Л., Царик І. Соціальна відповідальність банків та необхідність впливу на неї держави. *Вісник Національного банку України*. 2018. № 8 (150). С. 10–13.
3. Гірняк В.В. Сучасні інструменти маркетингу в продажу банківських продуктів. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент*. 2017. № 23(2). С. 55–58.
4. Гребенюк Н.В. Стратегічне управління банком в контексті трансформації банківської системи України : дис. канд. ек. наук : 08.00.08. Суми, 2018. 223 с.
5. Демко М., Черкес Р. Сучасні тенденції збуту та просування банківських продуктів в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. № 44. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-120>.
6. Демко М.Я., Гринів Н.Т. Тенденції розвитку маркетингової збутової та комунікаційної політики вітчизняних і зарубіжних банків в умовах цифрової економіки. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 1. С. 12–19.
7. Коваленко В.В. Маркетингові банківські комунікації в умовах цифровізації економіки України. *Modern Economics*. 2020. № 21. С. 115–121.
8. Косар Н.С., Кузьо Н.Є. Напрями впровадження інновацій у маркетингову діяльність комерційних банків України в сучасних умовах. *Економіка і право*. 2018. № 1 (49). С. 143–150.
9. Кривич Я.М., Драніцина А.О. Банківські інновації, як фактор підвищення рівня довіри та лояльності клієнтів. *Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка*. 2019. № 3. С. 33–39.

10. Кузнєцова М.А., Гуйгова Ю.І. Розвиток та впровадження інноваційних банківських послуг в Україні. *Ефективна економіка*. 2020. № 8. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.8.50>

11. Матвійчук Н., Теслюк С. Основні тенденції розвитку банківських інновацій в Україні. *Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2021. № 1. С. 79–87.

12. Мінус 4,6 млрд грн. У першому півріччі зазнав збитків 21 український банк, 47 були прибутковими. URL: <https://forbes.ua/news/minus-46-mlrd-grn-zbitkivu-pershomu-pivrichchi-zaznav-21-ukrainskiy-bank-47-buli-pributkovimi-11082022-7647>

13. Міщенко В.І., Науменкова С.В. Особливості маркетингу банківських інновацій в умовах невизначеності та асиметрії інформації. *Гроші, фінанси і кредит*. 2019. № 46-2. С. 83–89.

14. Панченко О.В. Удосконалення маркетингових комунікацій у забезпеченні ефективності діяльності банків в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. № 2. С. 7–13.

15. Стрельченко О., Скорик В. Характеристика банківського маркетингу як складника діяльності публічної адміністрації у сфері економіки та фінансів. *Підприємство, господарство і право*. 2020. № 6. С. 156–161.

16. Ткачук В.О., Тимків А.О. Банківський маркетинг: сутність, особливості, еволюція. *Економіка і суспільство*. 2017. № 13. С. 1244–1250.

17. Харабара В.М., Грешко Р.І., Третьякова О.В. Особливості сучасного банківського маркетингу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 4. С. 43–46.

18. Шелудько С.А., Браткевич П.П. Вплив цифровізації на банківський бізнес в Україні. *Північно-східний економічний вісник*. 2019. № 5(16). С. 334–339.

19. Zephaniah C.O., Ogba I.-E., Izogo E.E. Examining the effect of customers' perception of bank marketing communication on customer loyalty. *Scientific African*. 2020. № 8. P. 38. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.sciaf.2020.e00383>

20. Семенов А.Г. Дослідження комплексу маркетингових комунікацій підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 39. С. 422–427.

21. Варцаба В.І. Товарно-цінова політика як найважливіший маркетинговий інструмент банку (за матеріалами ПАТ «КБ «ПриватБанк»). *Інтелект XXI*. 2018. № 1. С. 197–201.

22. Косар Н.С., Кузьо Н.Є., Карпій О.П. Цінова стратегія та тактика вітчизняних комерційних банків. *Причорноморські економічні студії*. 2021. Вип. 61. С. 44–49.

23. Гирняк В.В. Сучасні інструменти маркетингу в продажу банківських продуктів. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/23-2-2017/>

24. Полагнин Д.Д., Катринуца К.І. Аналіз сучасного стану та здійснення маркетингу банківськими установами України. *Молодий вчений*. 2018. № 5(57). С. 743–747.

25. Замроз М.В., Даниленко Ю.М. Зовнішні бізнес-комунікації банку як інструмент підтримки репутації в умовах кризи. *Ефективна економіка*. 2020. № 10. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2020/71.pdf

26. Трегубов О.С., Мережко В.А. Організація маркетингового дослідження банку: обґрунтування необхідності проведення та розробка проєкту. *Економіка і організація управління*. 2020. № 2(38). С. 98–108.

27. Shpak Nestor, Kulyniak Ihor, Gvozdz Maryana, Malinowska Yuliya, Sroka Wlodzimierz. Estimation of the Marketing Activity of Banking Structures. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*. 2020. Vol. 68(1). P. 229–242.

28. Основні показники діяльності банків України. URL: <http://www.bank.gov.ua>

29. Офіційний сайт АТ «КБ «ПриватБанк». URL: <https://privatbank.ua/ru>

30. Konvisarova, E.V., Stihiljas, I.V., Koren, A.V., Kuzmicheva, I.A. and Danilovskih, T.E. Principles of Profit Taxation of Banks in Russia and Abroad. *International Journal of Economics and Financial*. 2016. Vol. 6. P. 189–192.