

РОЛЬ МАРКЕТИНГУ НА ФОНДОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Рагімов О.М., гр. МЕ-26м

Науковий керівник – асист. **Бархатова Н.В.**

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Маркетинг відіграє важливу роль у деяких галузях стратегічного планування компанії: забезпечує маркетингову концепцію, що припускає орієнтацію стратегії компанії на нестатки найважливіших груп споживачів; надає вихідні дані для розроблювачів стратегічного плану, допомагаючи виявити привабливі можливості ринку і дозволяючи оцінити потенціал фірми; допомагає розробляти стратегію виконання задач.

Процес формування маркетингової стратегії банку в ході реалізації принципів стратегічного управління, є наступним. Насамперед, формулюється місія банку. За допомогою правильного визначення місії банку вищим менеджером вдається звести до мінімуму розходження в інтересах так званих «зацікавлених груп». Їх представлено акціонерами банку, його співробітниками, менеджерами, клієнтами, партнерами, представниками інших фінансових інститутів, уряду і громадських організацій. Варто помітити, що особливо важливо формулювати і дотримуватися місії банку в умовах України. Справа в тому, що в Україні відсутній ефективний фондовий ринок, за допомогою якого можна було б встановити наскільки успішно менеджмент банку діє в інтересах його акціонерів, вкладників та інших «зацікавлених груп».

На наступному етапі місія банку перетворюється в стратегічні цілі. Потім проводиться стратегічний аудит, SWOT-аналіз, аналіз бізнес-портфелю, цілей і стратегій. Усе це підкріплюється маркетинговими планами, і в свою чергу їх підтримує.

Перед початком операції на фондовому ринку керівництво банку повинно вирішити проблему повноти та послідовності нарощення своєї присутності в ньому. Опір на загальну місію банку дозволяє відібрати види операцій на фондовому ринку, котрим надається пріоритет. Отримане в підсумку уявлення про потреби дає можливість правильно позиціонувати банківські продукти та доповнити їх необхідним маркетинговим комплексом.

Таким чином, досліджуються не взагалі всі мотивації клієнтів у зв'язку зі всіма можливими видами діяльності комбанку на фондовому ринку, а тільки ті, що пов'язані з тим, які з операцій на фондовому ринку керівництво банку планує поступово впроваджувати.