

6. Економіка

МАРКЕТИНГ НА ФІНАНСОВО-КРЕДИТНОМУ РИНКУ.

Птічкіна Л.Ю.

Науковий керівник -доцент кафедри ЕСМ, к.е.н. Окландер Т.О

Зростання останнім часом кількості фінансово-кредитних установ обумовлює загострення конкуренції серед них. Тому доцільним буде розглянути роль маркетингу на даному ринку.

Особливості маркетингу на фінансово-кредитному ринку обумовлені не тільки тим, що він сприяє розвитку цієї діяльності і забезпечує, тим самим, ефективне використання грошових ресурсів, але і специфікою грошового обороту, який є об'єктом даного сектора економіки. Таким чином, маркетинг на фінансовому ринку повинен бути направлений на прискорення грошового обороту. Маркетингова діяльність починається з аналізу і потенційного попиту на фінансові послуги. Іншим важливим моментом є аналіз по задоволенню потреби споживачів специфічним товаром - це фінансові послуги, які є операціями з грошима і цінними паперами, а також посередницькі операції і консультаційні послуги фінансового характеру.

Маркетинг в банківській сфері, наприклад, повинен бути направлений на збір інформації, її аналіз і проведення маркетингових досліджень і на їх основі підготовку пропозицій комерційним службам банку по перспективах розвитку банківських послуг і ціновій політиці.

Маркетингова служба може бути частиною якого-небудь організаційного напрямку діяльності чи інструментом координації і контролю всієї діяльності установи.

Отже, можна стверджувати про необхідність впровадження маркетингу у діяльності фінансово-кредитних установ, що забезпечить підвищення їх конкурентноздатності.