**Список орієнтовних тем для написання тезисів**

1. Ризики маркетингової діяльності
2. Особливості сучасного інтернет-маркетингу
3. Особливості маркетингової діяльності на сучасних підприємствах
4. Особливості діджиталізації маркетингу
5. Концепція сучасного маркетингу
6. Маркетинг соціальних мереж: сутність, перспективи розвитку.
7. Механізм маркетингової діяльності на сучасних підприємствах
8. Інтернет комунікації як інструмент ефективного маркетингу
9. Особливості маркетингу соціальних мереж
10. Проблеми та перспективи розвитку маркетингу в сучасних економічних умовах

*\*Обираєте одну із запропонованих тем, або формуєте власну тему, яка відповідатиме основному змісту дисципліни і зможе висвітлити актуальні проблеми та перспективи.*

**Приклад оформлення тез**

**Іванова Вікторія**

студентка 5 курсу економ. фак-ту

Наук. кер.: – к.е.н., доцент Малтиз В.В.

**ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА НАДІЙНІСТЬ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ**

Постановка проблеми. Надійність комерційного банку — ………

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання щодо оцінювання та забезпечення надійності банків розглядається в працях економістів-класиків Джонсона Ф., Коттера Р., Сінкі Дж.Ф., Доллана Ервіна Дж., Пітера Роуза, а також сучасних дослідників В. Маничева, В. Новикова, А. Курило, С. Зефірової, В. Іфтемічука, В. Григор’єва, М. Мативникова, А. Буздаліна, Л. Примостки, А. Незнамової, О. Кириченка, В. Кочеткова та інших.

Метою статті є визначення сукупності факторів, які впливають на надійність комерційного банку, розгляд та вдосконалення існуючої класифікації.

Виклад основного матеріалу. При створенні портфелю ресурсів та обсягу банківських послуг банк формує рейтинг надійності, який є інструментом впливу і на обсяг послуг, і на структуру ресурсів банку.

Надійність комерційного банку формується під впливом багатьох факторів. В економічній літературі вони поділяються на зовнішні та внутрішні. Зовнішні (екзогенні) фактори пов’язані із загальним економічним та політичним станом в країні, а внутрішні (ендогенні) – з діяльністю всередині установи [1].

О. Кириченко та його співавтори поділяють зовнішні фактори, що впливають на діяльність банку, а, отже, і на його надійність, на п’ять груп [1]:

1) стан економіки;

2) стан фінансового ринку;

3) політичний клімат;

4) стан світової економіки;

5) форс-мажорні обставини.

До першої групи факторів, пов’язаних із загальним станом економіки країни, належать стабільність економіки, інфляційні процеси, рівень виробництва та платоспроможність підприємств.

На думку О. Кириченка, стан фінансового ринку впливає на діяльність банків через законодавчу базу та механізм реалізації нормативних актів, обсяг секторів фінансового ринку, загальний стан банківської системи, систему страхування вкладів, ступінь розвитку платіжної системи, ступінь взаємної довіри між банками.

До внутрішніх факторів, що впливають на діяльність банку, О. Кириченко відносить три групи [1]:

1) якість управління (планування, управління ризиками, активами та пасивами);

2) зловживання  (з боку акціонерів, керівництва, персоналу та клієнтів);

3) компетентність (акціонерів, керівництва, персоналу).

В.М. Кочетков у своїй праці згрупував фактори, що впливають на фінансову стійкість банку. Оскільки ця категорія є складовою надійності банку, то доцільним є розглянути запропоновану класифікацію в рамках нашого дослідження.

До зовнішніх (екзогенних) факторів автор відносить: економічні, соціально-політичні та фінансові. Економічні фактори у свою чергу включають інвестиційний клімат в країні, стан платіжного балансу, податкову політику та стан економіки [2].

До групи соціально-політичних факторів автор відносить соціальну стабільність в країні, стійкість уряду та політичну стабільність. А фінансові фактори включають процентну, кредиту та валютну політики НБУ, величину валютних резервів НБУ та стан грошового ринку.

До внутрішніх (ендогенних) факторів, згідно класифікації В. Кочеткова, належать адекватність капіталу банку, якість активів, рівень менеджменту, рівень рентабельності, ліквідність балансу банку та платоспроможність банку [2].

Теоретичне дослідження представлених в економічній літературі факторів, що спричиняють вплив на банківські установи в процесі їх діяльності та визначають певний рівень надійності, дозволяє сформувати узагальнюючу їх класифікацію.

Погоджуючись із попередніми дослідниками, поділяємо фактори надійності банку на дві групи: зовнішні та внутрішні. До зовнішніх факторів відносимо: економічні, фінансові, політичні, соціальні та форс-мажорні.

На відміну від О. Кириченка та В. Кочеткова, в складі зовнішніх факторів впливу на надійність банку вважаємо необхідним окремо виділити групи соціальних та політичних факторів, адже їх вплив є суттєвим.

Внутрішні фактори, що впливають на рівень надійності банківської установи, можна поділити на три групи: якість фінансового менеджменту, якість організаційного менеджменту та маркетингу в банку. Це принципово новий підхід до класифікації ендогенних факторів надійності банку і він є більш повним у порівнянні з іншими.

Отже, до факторів, що визначають стан фінансового менеджменту, належать якість управління активами, зобов’язаннями, власним капіталом, рівень ліквідності, рентабельності та платоспроможності. Окремо виділено якість ризик-менеджменту банку, оскільки вплив ризиків на надійність фінансової установи є безпосереднім та суттєвим, а у разі зваженого управління ризиками можна мінімізувати їх рівень та зробити вплив на діяльність банку мінімальним.  Особливе місце серед перелічених факторів займає політика формування резервів, оскільки резерви виконують захисну функцію і слугують певною гарантією платоспроможності банку, а, отже, і його надійності.

Другу групу внутрішніх факторів складають такі, що визначають якість організаційного менеджменту банку, а саме: організація систем контролю та безпеки в банку, якість управління персоналом, рівень розвитку інформаційних технологій, компетентність керівників, характер взаємовідносин з інсайдерами. В даній класифікації новим є останній фактор. На нашу думку, характер взаємовідносин банку з інсайдерами чинить суттєвий вплив на рівень його надійності. Особливо це може проявитися в бік її зниження, оскільки операції з інсайдерами, тобто особами, які здатні здійснювати прямий або непрямий  вплив на діяльність банку, можуть призвести до значних проблем, оскільки в цих випадках визначення платоспроможності контрагента не завжди  здійснюється об'єктивно [3].

Третя група факторів, що впливають на надійність банку і діють зсередини, формують якість маркетингу. До них ми відносимо якість процесу планування в банку, конкурентоспроможність банківських продуктів, якість системи просування банківських продуктів. Така група факторів сформована вперше, і на нашу думку, кожен з них визначає рівень надійності банку саме для його клієнтів, які зацікавлені в максимальному задоволенні від співпраці з банком. Крім того, ці фактори визначають конкурентоспроможність банку, що є важливою складовою його надійності.

Висновки. Надійність комерційного банку — це певний його стан, що формується під впливом численних і суперечливих факторів. Зовнішні (екзогенні) фактори пов’язані із загальним економічним та політичним станом в країні, а внутрішні (ендогенні) – з діяльністю всередині установи.

Теоретичне дослідження представлених в економічній літературі факторів впливу на діяльність та надійність комерційних банків дозволяє сформувати узагальнюючу їх класифікацію. Погоджуючись із дослідниками, поділяємо фактори надійності банку на дві групи: зовнішні та внутрішні.

До зовнішніх факторів відносимо: економічні, фінансові, політичні, соціальні та форс-мажорні. Внутрішні фактори, що впливають на рівень надійності банківської установи, можна поділити на три групи: якість фінансового менеджменту, якість організаційного менеджменту та маркетингу в банку.

Література

1. Ярмош В. В. Оцінка надійності клієнтів комерційного банку / В. В. Ярмош // Ціноутворення як основа ефективності функціонування підприємств та чинник підвищення добробуту населення : колект. монограф. / В. В. Ярмош ; за ред. А. В. Череп. – Запоріжжя : ЗНУ, 2011. – С. 50-58.
2. Моргулець, О. Б. Менеджмент у сфері послуг [Електронний ресурс] / Навчальний посібник для студ. вищ. навч. закладів / О. Б. Моргулець. – Київ : Центр учбової літератури, 2012. – 384 с. – Режим доступу: http://pidruchniki.ws/10701006/menedzhment/teoriyi\_liderstva\_yihnya\_evolyutsiya.

**Анкета**

**учасника університетської**

**науково-практичної конференції**

Факультет Економічний

Прізвище \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ім’я \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

По батькові \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Місце навчання, група\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Назва доповіді \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Назва секції Економічні науки

Контактний телефон \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Підпис \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_