

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ У БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ

аспірант **Тимохіна Я.О.**, студент гр. МК- 31 **Дубовик М.О.**

На данному етапі розвитку Інтернет-маркетинг в Україні знайшов застосування у банківській сфері. Більшість банків, прагнучи підвищити якість обслуговування, формують систему надання он-лайн послуг, а також використовують веб-сайти для розміщення реклами.

Інтернет-маркетинг – це створення дизайну сайту та наповнення його, з урахуванням потреб клієнтів і структури попиту [1, 2].

Застосування мережі Інтернет в банківському маркетингу забезпечує компанії переваги, основними з яких є наступні:

1. Можливість тісної взаємодії з іноземними партнерами.
2. Просування банківських послуг на електронний ринок дозволяє збільшити кількість клієнтів.

Впровадження в мережу Інтернет банківських послуг значно удосконалює його роботу, надаючи клієнтам низку переваг, тобто споживач може сплатити комунальні послуги, робити грошові перекази, перевірити власний рахунок. Але не всі банки потребують впровадження системи послуг в Інтернет. Наприклад, банки, які працюють тільки з декількома великими клієнтами, не зацікавлені в залученні нових, а значить і у впровадженні Інтернет-маркетингу; середні банки використовують Інтернет тільки в основних напрямках діяльності.

Банки з невеликими фінансовими можливостями користуються телефонним обслуговуванням, а ті, що мають досвід роботи, використовують телефонні комбінації, за допомогою яких клієнти можуть дізнатися всі новинки у системі банківських послуг, перевірити свій поточний рахунок тощо.

Однак, незважаючи на всі переваги Інтернет-маркетингу в банківській сфері, кількість користувачів таких послуг в Україні невелика, оскільки Інтернет-банкінг не користується довірою у населення. Тому розвиток послуг українських банків в Інтернет безпосередньо залежить від розвитку самої мережі та її популярності серед користувачів банків. Ці обставини необхідно врахувати в маркетингових стратегіях. Тим не менше, значна кількість українських банків надають свої послуги в мережі Інтернет, прогнозуючи зростання їх популярності.

1. Бойчук І.В. Інтернет в маркетингу / І.В. Бойчук, О.В. Музика. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 512 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу : file:///C:/Users/Администратор/Downloads/Internet_v_marketingu-Boychuk2010.pdf

2. Маркетинг у банківській сфері [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://ukrbukva.net/page,5,21642-Marketing-v-bankovskoiy-sfere-RB.html>

Тимохіна, Я.О. Інтернет-маркетинг у банківській сфері [Текст] / Я.О. Тимохіна, М.О. Дубовик // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 6-8 травня 2014 р.: у 2-х т. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, О.В. Люльова. - Суми : СумДУ, 2014. - Т.2. - С. 221-222.