

336.71

СЕГМЕНТУВАННЯ ЯК ЗАСІБ РОЗШИРЕННЯ КЛІЄНТСЬКОЇ БАЗИ БАНКІВ

Abstract. Investigated approaches to the segmentation of banks and their criteria, made a comparative analysis and found advantages and disadvantages. Proposals the use of the criterion of risk and return in order to attract more clients with uncertain risky activities.

[1], [2], [3]

[6]. [4], [5],

(marketsegmentation)

[1, 6]. (marketsegment) –

(–):

SWOT- ” 06.12.2012 . [7],

– 30 (5) .

12 , – 25 () ,

– 100 () , – 39,7 . () ,

, Universal Bank) – (, ”),

– () , 50

400 – , 400 –) .

*

	3
	100
	30
	50
	30
	50
	400
	400
	25
	5
	30
	30
	30
Universal Bank	3

* : " " - : http://www.prostobank.ua/finansovyy_gid.

(),

Micro Business ()	< 500	< 100	< 100	< 100
Small Business ()	> 500	> 100	> 100	> 100

* : " " - : <http://www.unicredit.com.ua/smlloans/>

" " (.3).

		Micro ()	Small ()

* : " " - : <http://www.unicredit.com.ua/ccloans/>.

, " "

() - ,

,

(,),

(,)

()

" " " " .4.

.

:

).

4

SWOT-

*

" " "

" " "

"

"

"

,

"

,

"

"

[2]

(.1).

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. . . . []: / . . . , – : , 2009. – 776 .
2. . . . : / . . . // – 2009. – 7. – . 32–37.
3. . . . [] / – : http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2011_6_4/142-147.pdf
4. . . . [] / . . . // – : <http://www.management-magazine.ru/marketing/mar-segmenting-03.html>. –
5. . . . // – 2005. – 10 (82). – . 40–46. [] /
6. [] / . . . // – 2000. – 2. – . 21–29.
7. „ ” [] . – http://www.prostobank.ua/finansovyy_gid.

16.05.2013 .