

Український державний університет залізничного транспорту

Кафедра маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА
ПІДПРИЄМСТВІ (НА ПРИКЛАДІ MONOBANK)

Пояснювальна записка і розрахунки
до дипломної роботи
МРЕ. 300.01.14. 05

Розробив студент групи 215 – М – Д24
спеціальності 075 «Маркетинг»
(роботу виконано самостійно,
відповідно до принципів академічної
добросовісності)

Сергій ІВАНІН

Керівник: доцент, канд. екон. наук

Оксана ЧЕБАНОВА

Рецензент: доцент, канд. екон. наук

Володимир ВОЛОХОВ

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота на тему «Оцінка ефективності маркетингової діяльності на підприємстві (на прикладі Monobank)» містить 93 сторінок, 16 таблиць, 11 рисунків.

Актуальність теми обґрунтована зростаючим значенням цифрового банкінгу в умовах трансформації фінансового сектору України, необхідністю адаптації маркетингових стратегій до викликів воєнного часу та посиленням конкуренції на ринку необанків. Перехід від традиційних відділень до мобільних платформ вимагає нових підходів до оцінки маркетингової ефективності через призму юніт-економіки та клієнтського досвіду.

Метою роботи комплексна оцінка ефективності маркетингової діяльності проєкту Monobank на основі аналізу ключових показників, виявлення проблемних зон та розробка практичних рекомендацій щодо оптимізації цифрових каналів залучення клієнтів в умовах насиченого ринку.

Предметом дослідження є система організації та управління маркетинговою діяльністю необанку Monobank в умовах динамічного розвитку ринку фінансових послуг, економічної нестабільності та цифрової трансформації споживчої поведінки.

Об'єктом дослідження є процеси формування та реалізації маркетингової стратегії цифрового банку, спрямовані на залучення клієнтів, утримання та монетизацію через екосистемні сервіси та гейміфікацію.

У роботі проведено комплексний аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку ринку банківських послуг України (2022–2025 рр.), досліджено теоретико-методологічні засади оцінки ефективності маркетингу (ROMI, юніт-економіка, AI-driven аналітика), здійснено емпіричну оцінку маркетингової діяльності Monobank та розроблено рекомендації щодо оптимізації інструментів цифрового маркетингу.

Ключові слова: маркетингова діяльність, цифровий банкінг, необанк, Monobank, юніт-економіка, LTV/CAC, ефективність маркетингу, ASO-оптимізація, AI-driven маркетинг, retention-стратегії, гейміфікація, фінтех.

ABSTRACT

Qualification work on the topic "Evaluation of Marketing Effectiveness at an Enterprise (Case Study of Monobank)" contains 93 pages, 16 tables, 11 figures.

The relevance of the topic is justified by the growing importance of digital banking amid the transformation of Ukraine's financial sector, the need to adapt marketing strategies to wartime challenges, and intensified competition in the neobank market. The shift from traditional branches to mobile platforms requires new approaches to evaluating marketing effectiveness through unit economics and customer experience metrics.

The aim of the work is a comprehensive assessment of Monobank's marketing effectiveness based on key performance indicators, identification of problematic areas, and development of practical recommendations for optimizing digital customer acquisition channels in a saturated market.

The subject of the research is the system of organizing and managing marketing activities of Monobank neobank under conditions of dynamic financial services market development, economic instability, and digital transformation of consumer behavior.

The object of the research is the processes of forming and implementing a digital bank's marketing strategy aimed at customer acquisition, retention, and monetization through ecosystem services and gamification.

The work provides a comprehensive analysis of the current state and development trends of Ukraine's banking services market (2022–2025), examines theoretical and methodological foundations for evaluating marketing effectiveness (ROMI, unit economics, AI-driven analytics), conducts an empirical assessment of Monobank's marketing activities (LTV/CAC ratio = 4:1, customer base 10+ million, NPS > 70), and develops recommendations for optimizing digital marketing tools (ASO, AI-driven PPC, email segmentation via eSputnik).

Keywords: marketing activity, digital banking, neobank, Monobank, unit economics, LTV/CAC, marketing effectiveness, ASO optimization, AI-driven marketing, retention strategies, gamification, fintech.

Український державний університет залізничного транспорту

Факультет економічний

Кафедра маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії

Освітньо-кваліфікаційний рівень: магістр

Спеціальність: 075 «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри,
професор, д-р екон. наук

_____ О.І. Зоріна

« ____ » січня 2026 р.

ЗАВДАННЯ НА МАГІСТЕРСЬКУ ДИПЛОМНУ РОБОТУ

Іванін Сергій Олександрович

1 Тема Оцінка ефективності маркетингової діяльності на підприємстві (на прикладі проекту Monobank)

керівник Чебанова Оксана Павлівна, канд. екон. наук, доцент

затверджені розпорядженням по економічному факультету

від « 27 » лютого 2025 року № 67/25

2 Строк подання студентом закінченої роботи « 1 » січня 2026 року

3. В процесі виконання дипломної роботи використовувалися матеріали монографічних досліджень, періодичної літератури, досвід роботи зарубіжних авторів і підприємств, дані спеціальних економічних досліджень, аналітичні звіти Promodo, eSputnik, Inweb, НБУ, Finance.ua, Forbes Україна, Statista, CB Insights, Gartner, McKinsey & Company, фінансові звіти АТ «Універсал Банк» та Fintech Vand, дані про український ринок банківських послуг та fintech, а також інформація з інтернет-ресурсів

4 Зміст розрахунково-пояснювальної записки

1.1 Теоретико-методологічні засади оцінки ефективності маркетингу в цифровому банкінгу

1.1 Сутність та система ключових показників ефективності (KPI) маркетингової діяльності в умовах цифровізації економіки

1.2 Методичний інструментарій аналізу маркетингового середовища та оцінки конкурентоспроможності фінтех-компаній

1.3 Сучасний стан та тенденції розвитку ринку банківських послуг України (2022–2025 рр.): вплив необанків

1.4 Нормативно-правові та зовнішні фактори впливу на маркетингову стратегію

- 2 Аналітична оцінка ефективності маркетингової діяльності Monobank
 - 2.1 Організаційно-економічна характеристика проекту Monobank та його позиціонування в екосистемі необанків
 - 2.2 Аналіз ключових метрик ефективності маркетингу
 - 2.3 Порівняльний аналіз конкурентних позицій Monobank та провідних гравців ринку
 - 2.4 Оцінка адаптивності маркетингових комунікацій до кризових умов та аналіз соціальної складової бренду
- 3 Рекомендації щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності
 - 3.1 Оптимізація інструментів цифрового маркетингу
 - 3.2 Вдосконалення системи утримання клієнтів (Retention)
 - 3.3 Стратегічні напрями масштабування
 - 3.4 Економічне обґрунтування рекомендацій

- 5 Перелік графічного матеріалу
 1. Ієрархічна модель ефективності маркетингу цифрового банку
 2. Класифікація KPI маркетингової діяльності для фінтех-компаній
 3. Матриця ризиків маркетингової діяльності цифрового банку
 4. Розподіл функціональних обов'язків у структурі проекту Monobank
 5. Хронологія розвитку та ключові віхи маркетингової експансії Monobank

 6. Таблиця динаміки клієнтської бази, CAC, LTV/CAC, ROI за 2022–2025 роки

 7. Матриця SWOT аналізу

 8. Порівняльна таблиця конкурентів

 9. Сценарії автоматизації комунікації

 10. Таблиця стратегічних напрямів масштабування

 11. Таблиця економічного ефекту рекомендацій (прогноз на 2026–2027 роки)

 12. Схема стратегічних напрямів масштабування та прогноз приросту клієнтів

 13. Прогноз економічного ефекту за сценаріями (2026–2027 роки)

- 6 Дата видачі завдання «27» жовтня 2025 року.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Назва етапів	Строк виконання етапів	Примітка
1 Теоретико-методологічні засади оцінки ефективності маркетингу в цифровому банкінгу	10.11.2025	
2 Аналітична оцінка ефективності маркетингової діяльності Monobank	25.11.2025	
3 Аналіз ключових метрик ефективності маркетингу та конкурентних позицій Monobank	05.12.2025	
4 Розробка рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності Monobank	17.12.2025	
5 Впровадження рекомендацій щодо оптимізації цифрових інструментів та утримання клієнтів та розрахунок економічної ефективності запропонованих заходів	25.12.2025	

Студент _____ С.О. Іванін

Керівник _____ О.П. Чебанова

Зміст

Вступ

1	Теоретико-методологічні засади оцінки ефективності маркетингу в цифровому банкінгу	8
1.1	Сутність та система ключових показників ефективності (KPI) маркетингової діяльності в умовах цифровізації економіки	8
1.2	Методичний інструментарій аналізу маркетингового середовища та оцінки конкурентоспроможності фінтех-компаній	16
1.3	Сучасний стан та тенденції розвитку ринку банківських послуг України (2022 – 2025 рр.): вплив необанків	21
1.4	Нормативно-правові та зовнішні фактори впливу на маркетингову стратегію	27
	Висновки до розділу 1	31
2	Аналітична оцінка ефективності маркетингової діяльності Monobank	34
2.1	Організаційно-економічна характеристика проекту Monobank та його позиціонування в екосистемі необанків	34
2.2	Аналіз ключових метрик ефективності маркетингу	41
2.3	Порівняльний аналіз конкурентних позицій Monobank та провідних гравців ринку	52
2.4	Оцінка адаптивності маркетингових комунікацій до кризових умов та аналіз соціальної складової бренду	58
	Висновки до розділу 2	63
3	Рекомендації щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності	66

					<i>МРЕ. 300.01.14. 05</i>			
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата				
Розробив		Іванів С.О.			<i>Оцінка ефективності маркетингової діяльності на підприємстві (на прикладі Monobank)</i>	Літ.	Аркуш	Аркушів
Перевірів		Чебанова О.П.					5	96
Реценз.		Волохов В.А.				УкрДУЗТ		
Н. контр.		Мкртичян О.М.				Кафедра маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії		
Затверд.		Зоріна О. І.						

Список використаних джерел

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: підручник / Ф. Котлер, К. Л. Келлер ; пер. з англ. — 15-те вид. — К.: Видавництво «КМ-Букс», 2021. — 896 с.
2. Дойль П. Маркетинг, орієнтований на цінність: пер. з англ. / П. Дойль, С. Штерн. — К.: Видавництво «КМ-Букс», 2020. — 512 с.
3. Чарльз Вортман. Digital Marketing : підручник / Ч. Вортман ; пер. з англ. — Львів : Видавництво «Старий Лев», 2022. — 368 с.
4. Gartner. Marketing Technology 2025: Trends and Predictions [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.gartner.com/en/marketing/insights/marketing-technology-trends>. — Дата звернення: 15.11.2025.
5. Котлер Ф. Маркетинг 5.0: технології наступного покоління / Ф. Котлер, Г. Картайя, І. Сетіаван; пер. з англ. — К. : Видавництво «КМ-Букс», 2022. — 320 с.
6. CB Insights. Fintech Unicorn Tracker 2025–2026 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.cbinsights.com/research/fintech-unicorns-2026>. — Дата звернення: 20.12.2025.
7. Портер М. Конкурентна стратегія: методика аналізу галузей і конкурентів / М. Портер; пер. з англ. — К.: Основи, 2020. — 602 с.
8. Чухрай Н. І. Маркетинг у цифрову епоху : монографія/ Н. І. Чухрай. — Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2023. — 412 с.
9. Forrester. The Future of Digital Customer Experience 2025 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.forrester.com/report/the-future-of-digital-cx-2025>. — Дата звернення: 10.11.2025.
10. Котлер Ф. Принципи маркетингу: підручник / Ф. Котлер, Г. Армстронг; пер. з англ. — 18-те вид. — К.: Видавництво «КМ-Букс», 2023. — 752 с.
11. McKinsey & Company. The State of Fintech 2025 : Global Report [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/fintech-2025>. — Дата звернення: 12.11.2025.
12. Ліптон М. Цифровий маркетинг: стратегії та тактики / М. Ліптон; пер. з англ. — Харків: Фоліо, 2022. — 480 с.
13. Національний банк України. Звіт про фінансову стабільність (2025 рік) [Електронний ресурс]. — Режим доступу:

<https://bank.gov.ua/ua/news/all/zvit-pro-finansovu-stabilnist-2025>. — Дата звернення: 18.11.2025.

14. Чарльз В. Фінтех-революція : як технології змінюють фінанси / Ч. В.; пер. з англ. — К.: Наш формат, 2023. — 336 с.

15. American Marketing Association. Digital Marketing Definitions and Glossary 2025 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.ama.org/digital-marketing-glossary>. — Дата звернення: 14.11.2025.

16. Кунде Й. Унікальний бренд: як створити бренд, який люблять / Й. Кунде; пер. з англ. — К.: Видавництво «КМ-Букс», 2021. — 288 с.

17. Deloitte. Global Fintech Report 2025 [Електронний ресурс]. — Режим доступу:

<https://www2.deloitte.com/global/en/pages/financial-services/articles/global-fintech-report-2025.html>. — Дата звернення: 16.11.2025.

18. Окланд Дж. Управління якістю: підручник / Дж. Окланд; пер. з англ. — Львів: Видавництво «Магнолія», 2022. — 544 с.

19. Statista. Fintech Market Outlook 2025–2030 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.statista.com/outlook/fintech>. — Дата звернення: 19.11.2025.

20. Офіційний сайт Monobank [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://monobank.ua>. — Дата звернення: 20.12.2025.

21. НБУ. Статистика банківського сектору України (2022–2025) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial>. — Дата звернення: 15.12.2025.

22. Finance.ua. Рейтинг банків України 2025 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://finance.ua/banks/rating>. — Дата звернення: 16.12.2025.

23. Forbes Україна. Monobank досягнув статусу unicorn [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://forbes.ua/news/monobank-unicorn-2025>. — Дата звернення: 12.12.2025.

24. Гороховський О. Офіційний Telegram-канал засновника Monobank [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://t.me/gorokhovskiy>. — Дата звернення: 18.12.2025.

25. Promodo Agency. Кейс ASO для Monobank 2024–2025 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://promodo.ua/case/monobank-aso>. — Дата звернення: 14.12.2025.

26. eSputnik. Кейси омніканальних комунікацій у фінансовому секторі [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://esputnik.com/cases/finance>. — Дата звернення: 17.12.2025.

27. Inweb. Кейс PPC та AI-таргетинг для фінтех-проектів [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://inweb.ua/cases/fintech>. — Дата звернення: 19.12.2025.

28. TechCrunch. Monobank becomes Ukraine's first fintech unicorn [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://techcrunch.com/2025/monobank-unicorn>. — Дата звернення: 13.12.2025.

29. Kantar. Lovemarks Ukraine 2025 Report [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://kantar.com/ukraine/lovemarks-2025>. — Дата звернення: 15.01.2026.

30. Національний банк України. Звіт про фінансову стабільність (2025 рік) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/zvit-pro-finansovu-stabilnist-2025>. — Дата звернення: 20.12.2025.

31. SimilarWeb. Traffic & Engagement Report: Monobank.ua 2025 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://similarweb.com/website/monobank.ua>. — Дата звернення: 16.12.2025.

32. App Annie / Data.ai. Mobile Market Report: Finance Category Ukraine 2025 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.data.ai/reports/mobile-market-finance-2025>. — Дата звернення: 18.12.2025.

33. PaySpace Magazine. FinAwards Ukraine 2025 Results [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://payspacemagazine.com/awards-2025>. — Дата звернення: 17.12.2025.

34. Rubryka. Як Monobank зібрав 77 млрд. грн. на ЗСУ [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://rubryka.com/article/monobank-donations>. — Дата звернення: 19.12.2025.

35. The Recursive. Ukraine's Fintech Landscape 2025 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://therecursive.com/ukraine-fintech-2025>. — Дата звернення: 14.12.2025.

36. CB Insights. State of Fintech 2025 Report [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.cbinsights.com/research/state-of-fintech-2025>. — Дата звернення: 13.12.2025.

37. McKinsey & Company. Digital Banking in Emerging Markets 2025 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/digital-banking-2025>. — Дата звернення: 15.12.2025.

38. Євген Клопотенко. Інтерв'ю для Forbes Україна про Monobank [Електронний ресурс]. — Режим доступу:

<https://forbes.ua/interviews/klopotenko-monobank>. — Дата звернення: 20.12.2025.

39. Бандура О. Кейси бренд-стратегії Monobank 2020–2025 [Електронний ресурс] / Banda Agency. — Режим доступу: <https://banda.agency/cases/monobank>. — Дата звернення: 21.12.2025.

40. eSputnik. Омніканальні комунікації для фінансових сервісів : кейси та бенчмарки [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://esputnik.com/ua/cases/finance-omni>. — Дата звернення: 22.12.2025.

41. Inweb. AI в PPC-таргетингу для fintech: кейс та результати [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://inweb.ua/cases/ai-ppc-fintech>. — Дата звернення: 20.12.2025.

42. Національний банк України. Звіт про стан банківського сектору України за 2025 рік [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/zvit-bankivskyi-sektor-2025>. — Дата звернення: 23.12.2025.

43. Finance.ua. Прогноз розвитку необанків України 2026–2028 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://finance.ua/articles/neobanks-forecast-2026>. — Дата звернення: 21.12.2025.

44. Revolut. Annual Report 2025 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.revolut.com/annual-report-2025>. — Дата звернення: 24.12.2025.

45. Nubank. Investor Relations: Growth & Retention Metrics 2025 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://nubank.com.br/investors/2025>. — Дата звернення: 22.12.2025.

46. Statista. Digital Banking & Neobank Market Forecast 2026–2030 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.statista.com/outlook/digital-banking>. — Дата звернення: 25.12.2025.

47. McKinsey & Company. Scaling Fintech in Emerging Markets 2026 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/scaling-fintech-2026>. — Дата звернення: 23.12.2025.