

Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0824U000291

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 11-01-2024

Статус: Наказ про видачу диплома

Реквізити наказу МОН / наказу закладу: Наказ ОНЕУ від 27.02.2024 №32



II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Лозинська Ольга Іванівна

2. Lozynska Olha I

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор філософії

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 072

Назва наукової спеціальності: Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок

Галузь / галузі знань:

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Фінанси, банківська справа та страхування

Дата захисту: 07-02-2024

Спеціальність за освітою: Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

Місце роботи здобувача:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): Наказ 213/ID4351

Повне найменування юридичної особи: Одеський національний економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 02071079

Місцезнаходження: вул. Преображенська, 8, Одеса, 65082, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

IV. Відомості про підприємство, установу, організацію, в якій було виконано дисертацію

Повне найменування юридичної особи: Одеський національний економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 02071079

Місцезнаходження: вул. Преображенська, 8, Одеса, 65082, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Українська

Коди тематичних рубрик: 06, 06.73.55, 06.73.

Тема дисертації:

1. Маркетингова стратегія банку на ринку фінансових послуг в умовах діджиталізації.
2. Marketing strategy of the bank in the market of financial services in conditions of digitalization.

Реферат:

1. Дисертацію присвячено розвитку теоретичних положень, обґрунтуванню методичних підходів та формуванню практичних рекомендацій щодо трансформації маркетингової стратегії банку на ринку фінансових послуг в умовах діджиталізації. Запропонована трьохвимірна модель ринку фінансових послуг відображає три вектори розвитку ринку фінансових послуг, а саме: диверсифікацію ринків (інститутів) фінансових послуг; диверсифікацію FinTech інновацій (фінансових технологій); диверсифікацію та збільшення споживачів фінтехпослуг (що обумовлене зростанням рівня фінансової інклюзії). Досліджено трансформаційні процеси цифровізації ринку фінансових послуг, що викликають його суттєві структурні зміни, підвищуючи рівень складності, змінюючи вимоги законодавства і клієнтів, що дозволило виявити та проаналізувати сучасні тенденції розвитку ринку фінансових послуг в умовах цифрової економіки. Обґрунтовано маркетинговий підхід до трактування сутності поняття фінансової послуги, як соціально-економічної категорії, яка відображає спрямованість на задоволення індивідуальних фінансових потреб споживачів, врахування їх інтересів та пов'язана із систематичним, на постійній основі, виконанням операцій

із фінансовими активами, що призводить до отримання споживчої вартості, фінансового продукту, прибутку або соціального ефекту. Запропоновано етапи розробки стратегії цифрового маркетингу в контексті використовуваних методів, інструментів та технологій. Запропоновано підхід до формування системи показників оцінки рівня діджиталізації банків на етапі формування їх маркетингової стратегії в умовах поглиблення процесів цифровізації національної економіки як складової загальної стратегії забезпечення конкурентоспроможності банку на ринку фінансових послуг, яка включає такі показники як: кількість транзакцій, кількість стартапів-проектів; обсяги їх фінансування; кількість віддалено ідентифікованих клієнтів; зміна кількості платіжних сервісів; спрощення й прискорення платежів; застосування систем штучного інтелекту на етапі попередження шахрайських або ризикових операцій; підвищення рівня автоматизації бізнес-процесів та використання великих баз даних; зменшення рівня ризику, фінансових і інших видів втрат від реалізації своєчасних заходів щодо підвищення рівня кібербезпеки, надійності сервісів, їх токенизації. Застосування кластерного аналізу методом Уорда та евклідової відстані дозволило розподілити банки на 5 кластерів за рівнем конкурентоспроможності (відповідно до визначених фінансових показників) та за рівнем діджиталізації, що, в свою чергу, підтвердило роль діджиталізації як драйвера підвищення конкурентоспроможності в сучасних умовах, який пливає на наявність конкурентних переваг банків, розширює їх клієнтську базу й асортимент послуг. Проведення регресійного аналізу дозволило визначити залежність конкурентної позиції банків за окремими фінансовими показниками їх діяльності від рівня діджиталізації та встановити, що діджиталізація є суттєвим фактором зростання рівня конкурентоспроможності вітчизняних банків, що підтверджує необхідність спрямування маркетингової стратегії банків на підвищення рівня їх діджиталізації з метою покращення фінансових показників їх діяльності. Запропоновано та детально розглянуто інструменти моделі «7P» (продукт, просування, ціна, місце, люди, процеси, фізичне оточення) в аспекті їх застосування для цифрового банківського маркетингу. З метою ідентифікації основних елементів маркетингової стратегії банків на ринку фінансових послуг проаналізовано ефективність драйверів діджиталізації на ринку фінансових послуг в умовах використання соціально-етичної концепції маркетингу та їх внесок у підвищення конкурентоспроможності банків. Обґрунтовано систему індикаторів оцінки рівня корпоративної соціальної відповідальності банків у ситуації віддаленого обслуговування клієнтів на принципах соціально-етичного маркетингу, запропоновано підхід щодо визначення індикаторів активаторів/дезактиваторів діджиталізації банків. Побудована модель кластеризації банків за рівнем діджиталізації в умовах дистанційного надання фінансових послуг дозволила визначити ефективну компліментарність драйверів діджиталізації банкінгу, забезпечити досягнення необхідного рівня корпоративної соціальної відповідальності. Розроблено систему індикаторів діджиталізації банку, що відображають результати трансформації стратегії цифрового маркетингу на ринку фінансових послуг з метою оцінки напрямів маркетингової стратегії розвитку банківської діяльності в розрізі продуктів та послуг, яка б сприяла підвищенню її рентабельності. Розроблено принципову схему формування маркетингової стратегії банку на ринку фінансових послуг і запропоновано алгоритм моніторингу та контролю фінансових показників банку в процесі реалізації маркетингової стратегії банку в умовах діджиталізації.

2. The dissertation is devoted to the development of theoretical provisions, substantiation of methodological approaches and formation of practical recommendations regarding the transformation of the bank's marketing strategy in the market of financial services in the conditions of digitalization. The proposed three-dimensional model of the financial services market reflects three vectors of the development of the financial services market, namely, the diversification of financial services markets (and institutions); diversification of FinTech innovations (and financial technologies); diversification and increase in consumers of fintech services (due to the increase in the level of financial inclusion). The marketing approach to the interpretation of the essence of the concept of financial service as a socio-economic category, which reflects the focus on satisfying the individual financial needs of consumers, taking into account their interests, and is connected with the systematic, on a permanent basis, the execution of transactions with financial assets, which leads to the receipt of consumer value, financial product, profit or social impact. The stages of digital marketing strategy development in the context of the used methods,

tools and technologies are proposed. An approach to the formation of a system of indicators for assessing the level of digitization of banks at the stage of forming their marketing strategy in the context of deepening the processes of digitalization of the national economy as a component of the general strategy for ensuring the bank's competitiveness in the financial services market is proposed, which includes such indicators as: the number of transactions, the number of start-up projects; the amount of their financing; number of remotely identified clients; change in the number of payment services; simplification and acceleration of payments; application of artificial intelligence systems at the stage of prevention of fraudulent or risky operations; increasing the level of automation of business processes and the use of large databases; risk reduction, financial and other types of losses from timely measures to ensure cyber security, reliability of services, their tokenization. The application of cluster analysis using the Ward method and Euclidean distance made it possible to divide banks into 5 clusters according to the level of competitiveness (according to financial indicators) and according to the level of digitalization, which, in turn, confirmed the role of digitalization as a driver of increasing competitiveness in modern conditions, which leads to competitive advantages banks, expands their client base and range of services. Conducting a regression analysis made it possible to determine the dependence of the competitive position of banks based on individual financial indicators of their activity on the level of digitalization and to establish that digitalization is a significant factor in increasing the competitiveness of domestic banks, which confirms the need to direct the marketing strategy of banks to increase the level of their digitalization in order to improve the financial indicators of their activity. The tools of the "7R" model are proposed and discussed in detail in terms of their application for digital banking marketing. In order to identify the main elements of the marketing strategy of banks in the financial services market, the effectiveness of digitization drivers in the financial services market under the conditions of using the socio-ethical concept of marketing and their contribution to increasing the competitiveness of banks was analyzed. The system of indicators for assessing the level of corporate social responsibility of banks in the situation of remote customer service based on the principles of social and ethical marketing is substantiated, and an approach to determining the indicators of activators/deactivators of bank digitalization is proposed. The constructed model of bank clustering by the level of digitalization under the conditions of remote provision of financial services made it possible to determine the effective complementarity of the drivers of banking digitalization, to ensure the achievement of the required level of corporate social responsibility. A system of bank digitization indicators reflecting the results of the transformation of the digital marketing strategy in the financial services market has been developed in order to assess the directions of the marketing strategy for the development of banking activity in terms of products and services, which would contribute to increasing its profitability. The principle scheme of the formation of the bank's marketing strategy in the market of financial services has been developed, and the algorithm for monitoring and controlling the bank's financial indicators in the process of implementing the bank's marketing strategy in the conditions of digitalization has been proposed.

Державний реєстраційний номер ДіР:

Пріоритетний напрям розвитку науки і техніки: Фундаментальні наукові дослідження з найбільш важливих проблем розвитку науково-технічного, соціально-економічного, суспільно-політичного, людського потенціалу для забезпечення конкурентоспроможності України у світі та сталого розвитку суспільства і держави

Стратегічний пріоритетний напрям інноваційної діяльності: Не застосовується

Підсумки дослідження: Теоретичне узагальнення і вирішення важливої наукової проблеми

Публікації:

- 1. Лозинська О. І. Уточнення змісту поняття банківського маркетингу в умовах діджиталізації економіки. Бізнес Інформ. 2021. № 1. С. 15-21. (1,0 д. а.). URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-1-320-327>
- 2. Фролов С., Орлов В., Лозинська О., Фатхі Шукаїрі. Стратегічні і тактичні орієнтири реструктуризації фінансової системи України. Економіка розвитку. № 1. 2021. С. 11-22. (0,8 д. а.). Особистий внесок:

представлено результати аналізу процесів діджиталізації банків на ринку фінансових послуг, що дозволило обґрунтувати необхідність створення єдиної цифрової платформи як передумови формування фінансової екосистеми, складовою якою є банки та ідентифікувати за допомогою проведеного SWOT-аналізу формування стратегічних орієнтирів фінансової екосистеми щодо перспектив цифрової трансформації банківського маркетингу. (0,2 д. а.). URL: [http://dx.doi.org/10.21511/ed.20\(1\).2021.02](http://dx.doi.org/10.21511/ed.20(1).2021.02)

- 3. Лозинська О. І. Теоретико-методичні аспекти трансформації підходів до розроблення маркетингової стратегії банків в умовах діджиталізації економіки. Науковий вісник ОНЕУ. 2023. № 1-2 (302-303). С. 86-99. (1,2 д. а.). URL: <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2023-1-2-302-303-86-99>
- 4. Ponomarenko, V. S., Kyrkach, S. M., Pleskun, I. V., Lozynska, O. I. Risk-oriented approach in the primary financial monitoring by banks. Financial and credit activity: problems of theory and practice. 2020. Vol. 3 (34). P. 42-52. (0,8 д. а.). Особистий внесок: конкретизовано зони особливої уваги банківського ризик-менеджменту в контексті реалізації маркетингової стратегії банку. (0,2 д. а.).
- 5. Kolodiziev, O., Mints, A., Sidelov, P., Pleskun, I., Lozynska, O. Automatic machine learning algorithms for fraud detection in digital payment systems. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. 2020. Vol. 5/9 (107). P. 14-26. (1,0 д. а.). Особистий внесок: обґрунтовано перспективи впровадження інструментів навчання на етапі виявлення шахрайства в цифрових платіжних системах з використанням алгоритмів автоматичного машинного навчання та підвищення ефективності моніторингу фінансових операцій в банках. (0,2 д. а.). URL: <http://dx.doi.org/10.15587/1729-4061.2020.212830>
- 6. Kolodiziev, O. Krupka, M., Shulga, N., Kulchytskyu, M., Lozynska, O. The level of digital transformation affecting the competitiveness of banks. Banks and Bank Systems. 2021. Vol. 16. P. 81-91. (0,9 д. а.). Особистий внесок: обґрунтовано значущість фактору рівня діджиталізації в оцінці конкурентоспроможності банку, доведено, що діджиталізація стає драйвером конкуренції в сучасних умовах, визначає конкурентні переваги банків та розширює їх клієнтську базу й асортимент послуг та визначено, що найбільший та прямий вплив цифрові технології банку здійснюють на конкурентну позицію депозитів фізичним особам, помітний вплив констатується щодо прибутку до оподаткування, активів та кредитів фізичним особам. (0,18 д. а.). URL: [http://dx.doi.org/10.21511/bbs.16\(1\).2021.08](http://dx.doi.org/10.21511/bbs.16(1).2021.08)
- 7. Zamaslo, O., Kovalenko, V., Lozynska, O. Digital transformation level indicators of banks. Baltic Journal of Economic Studies. 2021. Vol. 7 (2). P. 77-82. (0,75 д. а.). Особистий внесок: запропоновано методичний підхід до оцінки рівня діджиталізації банку в умовах цифровізації економіки, активного поширення електронних платежів, електронної комерції та впровадження інноваційних технологій цифрових послуг на основі системи індикаторів діджиталізації банку, методів їх оцінки в межах комплексного показника, заснований на системному узагальненні індикаторів діджиталізації банків за трьома групами: індикатори цифрових платформ банківської діяльності; індикатори цифрових послуг, що надаються банком; індикатори цифрових комунікацій з клієнтами банку. (0,25 д. а.). URL: <http://dx.doi.org/10.30525/2256-0742/2021-7-2-77-82>
- 8. Kolodiziev, O., Shcherbak, V., Vzhytynska, K., Chernovol, O. & Lozynska, O. Clustering of banks by the level of digitalization in the context of the COVID-19 pandemic. Banks and Bank Systems. 2022. Vol. 17 (1). P. 80-93. (1,0 д. а.). Особистий внесок: побудовано модель кластеризації банків за рівнем діджиталізації за умов дистанційного надання фінансових послуг, практичне застосування якої дозволило визначити ефективну компліментарність драйверів діджиталізації банкінгу, забезпечити досягнення необхідного рівня CSR, обґрунтувати систему індикаторів оцінки рівня CSR діджиталізації дистанційного банкінгу, запропонувати підхід щодо визначення індикаторів активаторів/дезактиваторів діджиталізації банків. (0,2 д. а.). URL: [http://dx.doi.org/10.21511/bbs.17\(1\).2022.07](http://dx.doi.org/10.21511/bbs.17(1).2022.07)
- 9. Лозинська О. І. Аналіз тенденцій розвитку ринку фінансових послуг в умовах діджиталізації економіки. Інформаційне суспільство: технологічні, економічні та технічні аспекти становлення (випуск 45) : збірник тез доповідей міжн. наук. інтернет-конф. (м. Тернопіль, 4 лютого 2020 р.). Тернопіль. 2020. С. 58-61. (0,5 д. а.).

- 10. Колодізев О. М., Лозинська О. І. Перспективи впровадження електронних грошей в умовах глобальної діджиталізації розвитку економіки. Економічний розвиток і спадщина Семена Кузнеця : збірник тез доповідей міжн. наук. конф. (м. Харків, 26-27 листопада 2020 р.). Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2020. С. 76-77. (0,2 д. а.). Особистий внесок: запропоновано підходи до актуалізації маркетингового аспекту діджиталізації (популяризація ЦВЦБ як нового інструменту серед населення з метою набуття цим інструментом статусу дійсно масового продукту, який би обов'язково вмів і врахував вже існуючі усталені звички користувачів). (0,1 д. а.).
- 11. Лозинська О. І. Аналіз тенденцій і перспектив цифровізації фінансового ринку України. Пріоритети фінансово-економічного управління : збірник тез доповідей міжн. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 15 січня 2021 р.). Одеса: Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. С. 63-67. (0,3 д. а.).
- 12. Лозинська О. І. Визначення підходів до формування системи показників оцінки рівня діджиталізації фінансових установ на ринку фінансових послуг. Цифровізація економіки в умовах пандемії: процеси, стратегії, технології : збірник тез доповідей міжн. наук. конф. (м. Кельце, 22-23 січня 2021 р.). Кельце: Державний університет імені Яна Кохановського (Республіка Польща), 2021. С. 229-237. (0,4 д. а.).
- 13. Лозинська О. І. Методичний підхід до оцінки цифрової трансформації банківського маркетингу. Modern directions of scientific research development : збірник тез доповідей міжн. наук.-практ. конф. (м. Чикаго, 26-28 січня 2022 р.). Чикаго: BoScience Publisher, USA, 2022. С. 933-938. (0,25 д. а.).
- 14. Лозинська О. І. Узагальнення підходів до розробки маркетингової стратегії банку. Trends in science and practice of today : збірник тез доповідей міжн. наук.-практ. конф. (м. Стокгольм, 26-29 липня 2022 р.). Стокгольм, Швеція, 2022. С. 83-86. (0,2 д. а.).
- 15. Колодізев О. М., Лозинська О. І. Розвиток ринку платіжних карток та нефінансового сектора економіки України в контексті аналізу їх взаємного впливу. Eurasian scientific discussions : збірник тез доповідей міжн. наук.-практ. конф. (м. Барселона, 1-3 серпня 2022 р.). Барселона, Іспанія, 2022. С. 254-262. (0,4 д. а.). Особистий внесок: встановлено зв'язок та визначено вплив ринку платіжних інструментів, що розвивається, на рівень економічного розвитку країни за результатами кореляційного аналізу досліджуваних параметрів та відповідної статистичної інформації, що дозволило сформувати систему показників взаємного впливу. (0,2 д. а.).
- 16. Лозинська О. І. Врахування світових тенденцій впровадження цифрової валюти на етапі легалізації ринку віртуальних активів впровадження НБУ е-гривні. Current issues of science and integrated technologies : збірник тез доповідей міжн. наук.-практ. конф. (м. Мілан, 10-13 січня 2023 р.). Мілан, Італія, 2023. С. 122-127. (0,4 д. а.).
- 17. Колодізев О. М., Лозинська О. І. Особливості визначення та структуризації ринку фінансових послуг в умовах діджиталізації економіки. Банківська справа. 2020. № 2 (152). С. 41-56. (0,8 д. а.). Особистий внесок: досліджено структуру ринку FinTech інновацій та сформовано пропозиції щодо її використання для побудови трьохвимірної моделі ринку фінансових послуг в умовах діджиталізації. (0,4 д. а.).

Наукова (науково-технічна) продукція:

Соціально-економічна спрямованість:

Охоронні документи на ОПВ:

Впровадження результатів дисертації: Впроваджено

Зв'язок з науковими темами: 0118U000058; 0121U113653

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Сергєєва Олена Степанівна

2. Olena S. Sergeeva

Кваліфікація: к. е. н., доцент, 08.00.08

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-5523-3894

Додаткова інформація: <https://scholar.google.com.ua/citations?hl=uk&user=avTmQbsAAAAJ>

Повне найменування юридичної особи: Одеський національний економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 02071079

Місцезнаходження: вул. Преображенська, 8, Одеса, 65082, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Коваленко Юлія Михайлівна

2. Yuliia M. Kovalenko

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.08

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-5678-3185

Додаткова інформація: <https://scholar.google.com.ua/citations?user=ijpQIzwAAAAJ&hl=uk&oi=ao>

Повне найменування юридичної особи: Державний податковий університет

Код за ЄДРПОУ: 44550814

Місцезнаходження: вул. Університетська, буд. 31, Ірпінь, 08201, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство фінансів України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Семеног Андрій Юрійович

2. Andrii Y. Semenoh

Кваліфікація: к. е. н., доц., 08.00.08

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0003-3222-9574

Додаткова інформація: https://scholar.google.com.ua/citations?hl=uk&user=v_15YTMAAAAAJ

Повне найменування юридичної особи: Сумський державний університет

Код за ЄДРПОУ: 05408289

Місцезнаходження: вул. Римського-Корсакова, буд. 2, Суми, Сумський р-н., 40007, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Коваленко Вікторія Володимирівна

2. Viktoriia V. Kovalenko

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.08

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0003-2783-186X

Додаткова інформація: <https://scholar.google.com.ua/citations?hl=uk&user=91vWXTcAAAAJ>

Повне найменування юридичної особи: Одеський національний економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 02071079

Місцезнаходження: вул. Преображенська, 8, Одеса, 65082, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Завадська Діана Володимирівна

2. Diana V. Zavadska

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.08

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0003-2950-554X

Додаткова інформація: https://scholar.google.com.ua/citations?hl=uk&user=AjCi_FYAAAAJ

Повне найменування юридичної особи: Одеський національний економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 02071079

Місцезнаходження: вул. Преображенська, 8, Одеса, 65082, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

VIII. Заключні відомості

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові
голови ради**

Жердецька Лілія Вікторівна

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові
головуючого на засіданні**

**Відповідальний за підготовку
облікових документів**

Реєстратор

Жердецька Лілія Вікторівна

Сачук Юлія Анатоліївна

УкрІНТЕІ

**Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є
відповідальним за реєстрацію наукової
діяльності**



Юрченко Тетяна Анатоліївна