Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0820U100162

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 02-09-2020

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Піддубна Вікторія Григоріївна

2. Piddubna Viktoriia H.

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор філософії

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 072

Назва наукової спеціальності: Управління та адміністрування. Фінанси, банківська справа та страхування

Галузь / галузі знань:

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 25-08-2020

Спеціальність за освітою: Облік і аудит

Місце роботи здобувача: Одеський національний економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 02071079

Місцезнаходження: вул. Преображенська, 8, м. Одеса, Одеська обл., 65082, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): ДФ 41.055.002

Повне найменування юридичної особи: Одеський національний економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 02071079

Місцезнаходження: вул. Преображенська, 8, м. Одеса, Одеська обл., 65082, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

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, м. Одеса, Одеська обл., 65082, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 06.75.39

Тема дисертації:

1. Маркетинг банківських інновацій в умовах фінансової нестабільності.

2. Marketing of bank innovations in conditions of financial instability.

Реферат/анотація:

1. У дисертації представлено вирішення важливого науково-практичного завдання – обґрунтування теоретико-методичних засад та розробка практичних рекомендацій з використання маркетингу банківських інновацій для забезпечення діяльності й розвитку банків в умовах фінансової нестабільності. У дослідженні доведено, що поява нового напряму (складової) банківського маркетингу, а саме – маркетингу інновацій – обумовлена об'єктивними, незалежними від маркетингової діяльності банків чинниками: глобальними умовами розвитку конкуренції під впливом цифрової трансформації на ринках банківських продуктів, зміною ролі банків на фінансовому ринку, дезінтермедіацією тощо. У дисертації запропоновано визначення поняття «маркетинг банківських інновацій».Визначено й зворотній вплив стану банківської системи на рівень запровадження банківських інновацї. У дисертації здійснено концептуалізацію науково-методичних підходів до формування стратегії маркетингу інновацій банків. На цій основі запропоновано авторське визначення концепції маркетингу інновацій. За результатами оцінювання розвитку та впровадження банківських інновацій на вітчизняному ринку визначені етапи розвитку банківських інновацій в Україні. У дослідженні

удосконалені методичні підходи до оцінки комплексу маркетингу банківських інновацій в України. Зокрема обґрунтовано показники для аналізу продуктової, збутової, цінової політик та політики просування, у тому числі за інноваційною складовою; проведено їхнє кількісне вимірювання; розроблено інтегральний показник та визначено вплив на рівень банківської рентабельності і ринкової частки. Авторським внеском стало включення до оцінки складових комплексу маркетингу інноваційної складової та визначення їхнього впливу на показники ринкової частки та прибутковості банків. Використання розроблених методичних підходів дає змогу визначати ключові складові комплексу маркетингу банківських інновацій, які чинять позитивний вплив на частку банку в ринковому прибутку. На основі проведеного емпіричного дослідження надані власні оцінки впливу маркетингу банківських інновацій на фінансову стабільність банків України. У дослідженні вдосконалено інструментарій оцінки впливу маркетингу банківських інновацій на фінансову стабільність банків: обґрунтовано розрахунок індикатору фінансової стабільності та побудовано регресійні моделі для оцінки впливу складових комплексу маркетингу (у т.ч. інноваційних) на фінансову стабільність банків. Для оцінки фінансової стабільності використано показник адекватності регулятивного капіталу та розроблено узагальнюючий індикатор фінансової стабільності банків. Узагальнюючий індикатор побудовано з урахуванням наступних складових: достатність власного капіталу, якість активів, дохідність, ліквідність та чутливість до ринкового ризику. Встановлено, що активність запровадження банками складових комплексу банківських інновацій не чинить статистично значущого впливу на фінансову стабільність банків, проте окремі складові комплексу банківських інновацій чинять незначний негативний вплив на показники достатності власного капіталу банків. Результати реалізації запропонованого інструментарію оцінки впливу маркетингу банківських інновацій на фінансову стабільність банків можуть бути використані при раціоналізації регуляторних вимог та при розробці стратегії маркетингу банківських інновацій. Доведено, що наявність незначного негативного впливу активності запровадження банками складових комплексу банківських інновацій на показники достатності власного капіталу не повинно стати причиною обмеження інноваційної діяльності банків; водночас обмежувати цей потенційний негативний вплив необхідно шляхом раціонального використання відповідних регуляторних вимог, які б спрямували банківську конкуренцію не в область якості активів й кредитних стандартів, а натомість у сферу якості обслуговування. У дисертації удосконалено методологічні засади розробки стратегії маркетингу банківських інновацій. Визначено зміст та типологію стратегій маркетингу банківських інновацій. Встановлено, що успішна реалізація стратегії потребує ідентифікації та оцінки ризиків маркетингу банківських інновацій. Встановлено, що впровадження в банках запропонованих підходів сприятиме формуванню системи ідентифікації та оцінки ризиків, а також прийняттю відповідних заходів щодо мінімізації негативних наслідків ризиків маркетингу банківських інновацій. Ефективне використання стратегії маркетингу банківських інновацій потребує розвитку комплексного науково-методичного підходу щодо обґрунтування інструментарію її реалізації. На цій основі в роботі систематизовано інструменти реалізації стратегії маркетингу банківських інновацій за складовими маркетингового комплексу «4-Р». Доведено, що використання розроблених підходів сприятиме фінансовій стабільності банку на засадах раціонального використання інструментарію реалізації стратегій маркетингу банківських інновацій.

2. The dissertation provides the solution of the important scientific and practical task – substantiation of theoretical and methodological principles and development of practical recommendations on the use of marketing of bank innovations to ensure the activities and development of banks in conditions of financial instability. It has been proved in the study that the necessity of a new direction (component) of banking marketing – innovation marketing – is determined by the objective reasons, which are independent of bank marketing activity. They are global conditions of competition development under the influence of digital transformation in banking market, changing of the bank role in financial market, disintermediation, etc. The dissertation proposes the definition of “marketing of bank innovations”. In the dissertation the conceptualization of scientific and methodical approaches to formation of strategy of marketing of innovations in banks is carried out. On this basis, the author's definition of the innovation marketing concept is proposed. According to the results of the assessment of the development and implementation of bank innovations in the domestic market, the stages of development of banking innovations in

Ukraine are determined. The research improves the methodological approaches to the assessment of the marketing mix of bank innovations in Ukraine. In particular, the indicators for the analysis of product, place, pricing and promotion policies, including the innovation component, are substantiated. The quantitative measurement of the policies assessment is carried out. An integrated indicator has been developed and the impact on the level of bank profitability and market share has been determined. The author's contribution was the inclusion in the assessment of the marketing mix components of the innovative component and determining their impact on market share and profitability of banks. The usage of the developed of methodological approaches allows to identify the key components of the marketing mix of bank innovations that have a positive impact on the bank's share in the market profit of the banking industry. On the basis of the conducted empirical research own estimations of influence of marketing of bank innovations on financial stability of Ukrainian banks are given. The study improves the tools for assessing the impact of marketing of bank innovations on the financial stability of banks: the calculation of the financial stability indicator is substantiated and regression models are built to assess the impact of marketing components (including innovation) on financial stability of banks. To assess financial stability, the regulatory capital adequacy ratio was used and a integral indicator of financial stability of banks was developed. The integral indicator is based on the following components: capital adequacy, asset quality, earnings, liquidity and market risk sensitivity. It is established that the activity of implementation by banks of components of the bank innovation complex does not have a statistically significant impact on the financial stability of banks, but some components of the banking innovation complex have a slight negative impact on banks' capital adequacy ratios. The results of the implementation of the tools proposed for assessing the impact of marketing of bank innovations on the financial stability of banks can be used in improving regulatory requirements and in developing a marketing strategy for banking innovations. It is proved that the presence of insignificant negative impact of the activity of introduction by banks of the components of the complex of bank innovations on the indicators of capital adequacy should not be a reason to limit the innovative activity of banks; at the same time, it is necessary to limit this potential negative impact by rational use of appropriate regulatory requirements that would direct banking competition not in the area of asset quality and credit standards, but instead in the area of service quality. Effective usage of marketing strategy of bank innovations requires the development of a comprehensive scientific and methodological approach to justify the toolkit for its implementation. On this basis, the toolkit for implementing the marketing strategy of bank innovations on the marketing mix components has been systematized in the thesis. It is proved that the use of the developed approaches will contribute to the financial stability of the bank on the basis of rational use of toolkit for the implementation of marketing strategies for bank innovations.

Державний реєстраційний номер ДіР:

Пріоритетний напрям розвитку науки і техніки:

Стратегічний пріоритетний напрям інноваційної діяльності:

Підсумки дослідження:

Публікації:

Наукова (науково-технічна) продукція:

Соціально-економічна спрямованість:

Охоронні документи на ОПІВ:

Впровадження результатів дисертації:

Зв'язок з науковими темами:

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Коваленко Вікторія Володимирівна

2. Kovalenko Viktoriya V.

Кваліфікація: д. е. н., 08.00.08

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Васильєва Тетяна Анатоліївна

2. Vasylieva Tetiana A.

Кваліфікація: д. е. н., 08.00.08

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Міщенко Володимир Іванович

2. Mishchenko Volodymyr I.

Кваліфікація: д. е. н., 08.00.08

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Онищенко Юлія Ігорівна

2. Onyshchenko Yuliia I.

Кваліфікація: к. е. н., 08.00.08

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Жердецька Лілія Вікторівна

2. Zherdetska Lilia V.

Кваліфікація: д. е. н., 08.00.08

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові голови ради Кузнєцова Людмила Вікторівна

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Кузнєцова Людмила Вікторівна

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності



Юрченко Т.А.