

Голові разової спеціалізованої вченої ради
Державного університету
«Житомирська політехніка»
доктору економічних наук, професору
Остапчук Т.П.

ВІДГУК

офіційного опонента,
доктора економічних наук, професора
Житара Максима Олеговича
декана факультету менеджменту, фінансів та маркетингу Національного
університету «Київський авіаційний інститут»
на дисертаційну роботу
Гладищук Яни Андріївни
на тему «Розвиток фінансової політики банків на засадах
маркетингоорієнтованого підходу», подану на здобуття наукового ступеня
доктора філософії за спеціальністю 072 «Фінанси, банківська справа та
страхування»

Актуальність теми дисертаційного дослідження.

У вітчизняній науковій літературі зв'язок між маркетинговою діяльністю банку та його фінансовою результативністю здебільшого розглядається на якісному, описовому рівні – через констатацію важливості маркетингу без статистичної перевірки характеру й сили цього зв'язку на емпіричних даних. Ще менш дослідженим залишається питання сегментної диференціації цього зв'язку: економіка залучення клієнта в роздрібному сегменті банківської діяльності принципово відрізняється від корпоративного сегмента за каналами комунікації, тривалістю циклу прийняття рішення та роллю персоналізованих продажів, однак наявні дослідження здебільшого не розрізняють ці сегменти під час оцінювання ефективності маркетингових витрат банку.

Додаткової методологічної складності проблематиці надає неоднорідність вибірки банків України: суттєві відмінності в розмірі активів, стратегічних моделях і структурі власності установ означають, що застосування уніфікованих статистичних методів без урахування аномальних викидів і асиметрії розподілу може спотворити результати оцінювання загальних закономірностей системи.

Вищезазначене свідчить про актуальність та своєчасність дисертаційного дослідження Гладищук Яни Андріївни.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами

Тема дисертаційної роботи є актуальною та практично значущою, що підтверджується її зв'язком з науково-дослідною роботою за темою «Фінансова система України в умовах війни та повоєнного відновлення, 2024 рік» (номер державної реєстрації 0124U002038), у межах якої дисертанткою досліджено теоретико-методичні засади формування фінансової політики банку на засадах маркетингоорієнтованого підходу та здійснено оцінювання впливу маркетингових інструментів на показники дохідності банків.

Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації

Наукові результати, узагальнення та практичні рекомендації, сформульовані в дисертації, характеризуються належним рівнем аргументованості й логічної послідовності. Обґрунтованість представлених наукових положень роботи базується на вивченні наукової літератури з проблематики управління фінансовою політикою банків на засадах маркетингоорієнтованого підходу, аналізі статистичних даних Національного банку України та критичній оцінці вітчизняних і зарубіжних досліджень з питань банківського маркетингу.

Побудова роботи відзначається внутрішньою логікою та узгодженістю, що забезпечують досягнення визначеної мети й реалізацію поставлених дослідницьких завдань. Представлений матеріал і спосіб його викладення засвідчують цілісний характер дослідження та свідчать про самостійне розв'язання дисертанткою важливих теоретичних і прикладних питань.

Мета дослідження відповідає темі дисертаційної роботи. Зміст і структура роботи повністю узгоджуються з її назвою, метою та завданнями дослідження. Наукові положення викладені чітко й логічно; висновки та рекомендації ґрунтуються на результатах авторських досліджень із визначеної проблеми.

Досягнення поставленої у роботі мети та сформованих завдань стало можливим завдяки використанню загальнонаукових і спеціальних методів наукового пізнання, зокрема методів робастної статистики для типологізації банківських установ, кореляційного та регресійного аналізу для оцінювання зв'язку між маркетинговими витратами та дохідністю банків, а також матричного аналізу для оцінювання ефективності маркетингових стратегій. Це дало змогу обґрунтувати висновки дисертаційної роботи та засвідчити можливість їх використання в подальших дослідженнях і практичній діяльності.

Наукові положення, висновки і рекомендації дисертації є достовірними, науково обґрунтованими та аргументованими.

Наукове значення дисертації, достовірність і новизна наукових положень підтверджуються теоретичною обґрунтованістю вихідних позицій дослідження, апробацією його результатів під час обговорення на 10 міжнародних і всеукраїнських науково-практичних конференціях. Порухення академічної доброчесності у дисертації не виявлено; наведено посилання на відповідні джерела інформації та дотримано всіх норм законодавства про авторське та суміжні з ним права.

Наукова новизна одержаних результатів

Дисертаційна робота Гладичук Я.А. є комплексним, ґрунтовним дослідженням, спрямованим на вирішення актуального наукового завдання щодо поглиблення теоретико-методичних засад формування та реалізації фінансової політики банків на засадах маркетингоорієнтованого підходу.

До найбільш вагомих результатів дисертації належать такі наукові положення.

Заслугує на позитивну оцінку запропонований дисертанткою підхід до класифікації банківських маркетингових інструментів за рівнем технологічної зрілості – класичні, цифрові та аналітичні (підрозділ 1.3, с. 93–102). Такий поділ виокремлює аналітичний інструментарій як самостійну категорію, що

методологічно точніше відображає роль даних і цифрових технологій у сучасному банківському маркетингу.

Розроблений дисертанткою методичний підхід до оцінювання впливу маркетингових витрат банківських установ у роздрібному й корпоративному сегментах на показники ефективності фінансової політики банку (підрозділ 2.2, с. 150–158, додаток В), що ґрунтується на послідовному застосуванні кореляційного аналізу та регресійного моделювання до сформованого панельного масиву звітності банків України. Отримана модель дозволяє кількісно підтвердити наявність зв'язку між маркетинговими витратами та роздрібною дохідністю банку. Завдяки контрольній перевірці на корпоративному сегменті обґрунтовано розмежовування сфер, у яких застосування маркетингоорієнтованого підходу є економічно доцільним.

Заслугує на позитивну оцінку типологізація банківських установ України, здійснена дисертанткою за стратегічними типами на основі методів робастної статистики (підрозділ 2.1, с. 108–109, 136–145). Використання медіани та медіанного абсолютного відхилення замість класичних параметричних оцінок є методично виправданим рішенням в умовах істотної асиметрії та наявності аномальних викидів, характерних для вибірки банків України різного розміру.

Практичну цінність має розроблений дисертанткою методичний підхід до оцінки ефективності маркетингової політики банків на основі матриці маркетингових стратегій у поєднанні з аналізом залишків регресії (підрозділ 2.3, с. 174–177), що дає змогу діагностувати результативність маркетингової політики окремого банку відносно середньоринкового рівня.

Наведені результати отримані з дотриманням коректних статистичних процедур, достатньо аргументовані та відповідають меті дисертаційного дослідження.

Значення результатів дослідження для науки і практики

Окремі положення роботи доведено до рівня практичних пропозицій. Довідка щодо впровадження результатів дисертаційного дослідження підтверджує теоретичну значущість і практичне значення дисертації. Зокрема, матеріали дисертаційної роботи впроваджено в освітній процес Державного університету «Житомирська політехніка» при викладанні освітніх компонент «Банківський менеджмент» та «Операції банків та фінансово-кредитних установ» при підготовці здобувачів вищої освіти за першим (бакалаврським) та другим (магістерським) рівнями за спеціальністю 072 «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок» (освітньо-професійна програма «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок») (довідка №44/21.00/1061 від 22.06.2026).

Повнота викладення основних результатів дисертації в опублікованих наукових працях

Основні положення та наукові результати дослідження опубліковано у 15 наукових працях загальним обсягом 6,38 авт. арк. (усі належать особисто автору), з яких 5 – у наукових фахових виданнях України та 10 публікацій апробаційного характеру в інших наукових виданнях. Зміст опублікованих праць охоплює ключові результати дисертаційного дослідження, зокрема теоретичні узагальнення, методичний інструментарій оцінювання ефективності маркетингових витрат і практичні пропозиції щодо вдосконалення фінансової

політики банків. Вивчення публікацій дисертантки дозволяє зробити висновок про їхню відповідність вимогам щодо кількості, змісту та достатньої повноти відображення результатів дисертаційного дослідження.

Оцінка змісту та дотримання академічної доброчесності

Оцінка змісту дисертаційної роботи Гладишук Я.А. та публікацій здобувачки свідчить про відсутність ознак порушення автором вимог академічної доброчесності, фальсифікації, фабрикації чи інших порушень, які могли б поставити під сумнів самостійність виконання дослідження. Дисертація містить посилання на джерела інформації у випадку використання розробок, ідей, відомостей, тверджень; відповідає нормам законодавства про авторське право і суміжні права.

Зауваження та дискусійні положення дисертації

Проведене дисертаційне дослідження відзначається належним науковим рівнем та ґрунтовним емпіричним опрацюванням проблематики маркетингоорієнтованої фінансової політики банків. Водночас у процесі ознайомлення з роботою виникають окремі дискусійні питання та зауваження:

1. У підрозділі 2.2 на основі побудованої регресійної моделі дисертантка формулює висновок про вплив маркетингових витрат на процентні доходи банків від операцій з фізичними особами (с. 157-158). Однак застосована специфікація моделі (наскрізна регресія методом найменших квадратів на панельних даних) за своєю природою фіксує статистичний зв'язок між змінними, тоді як твердження про односторонній причинний вплив потребує додаткового обґрунтування, оскільки не виключається обернений напрям залежності, за якого банки з вищими роздрібними доходами мають більші можливості для фінансування маркетингової діяльності.

2. Формуючи вибірку для побудови регресійної моделі (підрозділ 2.2), дисертантка виключає з розрахунків ПриватБанк – банк, що утримує найбільшу частку роздрібного ринку України (с. 154-155). Водночас цей банк враховано в інших розрахунках дисертації (типологізація банків, с. 136-144; матриця їхніх маркетингових стратегій, с. 170-175). Виключення найбільшого учасника ринку з оцінювання загальноринкової закономірності є методично виправданим кроком з огляду на структурну відмінність цієї установи від решти вибірки, проте обґрунтування такого виключення наведено переважно в додатках, а не безпосередньо в тексті підрозділу 2.2, і воно потребувало б демонстрації стійкості отриманого результату до цього виключення.

3. Висновок про практичну відсутність зв'язку між маркетинговими витратами й доходами корпоративного сегмента (с. 158, додаток В2) сформульовано в дисертації як свідчення того, що маркетинг є інструментом масштабування виключно роздрібного банківського бізнесу. Разом з тим, специфіка В2В-маркетингу в банківській сфері передбачає, що відповідні витрати часто не потрапляють до статей звітності НБУ, класифікованих як рекламні або маркетингові, а обліковуються як адміністративні чи представницькі, що залишає відкритим питання, якою мірою відсутність статистичного зв'язку відображає реальну відсутність впливу маркетингу на В2В-дохідність, а якою – обмеженість наявної звітної бази.

4. У підрозділі 2.2 дисертантка слушно зазначає, що ефект маркетингових інвестицій, зокрема брендингових і репутаційних заходів, має

накопичувальний, відстрочений у часі характер (с. 149). Водночас регресійна модель побудована як наскрізна регресія без лагової структури (с. 157-158, Додаток В), що не дозволяє безпосередньо перевірити гіпотезу про часовий розрив між маркетинговою інвестицією та її фінансовим ефектом, зазначену в теоретичній частині роботи.

Наведені зауваження мають дискусійний характер, не є визначальними для загальної оцінки дисертації та не знижують її наукової і практичної цінності.

Загальна оцінка дисертаційної роботи

Дисертаційна робота Гладишук Яни Андріївни на тему «Розвиток фінансової політики банків на засадах маркетингоорієнтованого підходу» є завершеною, самостійно виконаною науковою працею, в якій отримано нові науково обґрунтовані результати, що в сукупності вирішують актуальне наукове завдання поглиблення теоретичних і методичних засад формування та реалізації фінансової політики банків на засадах маркетингоорієнтованого підходу.

На підставі викладеного можна зробити висновок, що дисертація Гладишук Я. А. «Розвиток фінансової політики банків на засадах маркетингоорієнтованого підходу» відповідає тематиці галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 072 «Фінанси, банківська справа та страхування», а також вимогам наказу МОН України № 40 від 12.01.2017 р. «Про затвердження Вимог до оформлення дисертації» та вимогам постанови КМУ № 44 від 12.01.2022 р. «Про затвердження Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії», а її автор – Гладишук Яна Андріївна – заслуговує на присудження наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 072 «Фінанси, банківська справа та страхування».

Офіційний опонент:

**Декан факультету менеджменту,
фінансів та маркетингу
Національного університету
«Київський авіаційний інститут»
доктор економічних наук, професор**



Максим ЖИТАР

*Підпис Проректора Максим Житар засвідчує
про рецензування наукового дослідження
та трансферу технологій*
С. Тимощук

