

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

РЕЦЕНЗІЯ

кандидата економічних наук, доцента, доцента кафедри фінансів
Державного університету «Житомирська політехніка»

НОВАК Оксани Сергіївни

на дисертаційну роботу ГЛАДИЩУК Яни Андріївни на тему «Розвиток
фінансової політики банків на засадах маркетингоорієнтованого підходу»,
подану на здобуття наукового ступеня доктора філософії
в галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
за спеціальністю 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

Актуальність теми дисертаційного дослідження

У періоди макроекономічної стабільності банківський сектор виступає драйвером економічного зростання, забезпечуючи ефективну трансформацію заощаджень суб'єктів господарювання та населення в інвестиційні ресурси для реального сектору економіки. У період дії воєнного стану банківська система продемонструвала високий рівень фінансової ефективності та рекордні показники прибутковості, що створило підґрунтя для підвищення ставки податку на прибуток банківських установ та сприяло наповненню доходної частини державного бюджету. Забезпечення довгострокової прибутковості банків фундаментально спирається на розширення ринкової частки за рахунок залучення нових клієнтів та розвитку продуктового асортименту. Традиційні підходи до формування фінансової політики банків часто виявляються недостатньо гнучкими для оперативного реагування на динамічні зміни клієнтських потреб та макроекономічних викликів. Саме тому виникає об'єктивна потреба у трансформації фінансового управління на основі маркетингоорієнтованого підходу, де в центрі ухвалення рішень перебувають запити, цінності та поведінка споживачів банківських послуг. Поєднання маркетингового аналізу та фінансового планування сприятиме мінімізації банківських ризиків та оптимізації вартості залучення ресурсів, які є завданнями фінансової політики банку.

Вищезазначене обумовлює актуальність теми дослідження, в якому автор ставить за мету вирішення важливого наукового завдання – обґрунтування та розвиток теоретико-методичних засад формування та реалізації фінансової

політики банку на засадах маркетингоорієнтованого підходу, а також розробка прикладних рекомендацій щодо її вдосконалення для різних типів банків.

Зв'язок теми дисертаційної роботи з науковими планами, програмами, фундаментальними та прикладними дослідженнями

Дисертаційна робота виконана згідно з планами науково-дослідних робіт Державного університету «Житомирська політехніка» Міністерства освіти і науки України, зокрема в межах теми «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 та повнота їхнього викладу в опублікованих працях

Дисертація Я. А. Гладищук є самостійним, завершеним науковим дослідженням, структура якого послідовно розкриває поставлені завдання. Перший розділ формує теоретичне підґрунтя дослідження: систематизовано наукові підходи до трактування фінансової політики, обґрунтовано доцільність системного підходу як методологічної основи, визначено поняття фінансової політики банку та її складових на рівні банківської установи. Здійснено класифікацію банківських маркетингових інструментів за рівнем технологічної зрілості з обґрунтуванням визначальної ролі аналітичних і цифрових інструментів у прийнятті управлінських рішень банку.

Другий розділ забезпечує аналітичне підґрунтя роботи: здійснено оцінку сучасного стану та тенденцій розвитку банків України за 2015-2025 рр. в умовах переходу до вимог Базеля III, розроблено типологію банківських установ за п'ятьма стратегічними типами на основі методики робастних Z-оцінок, що враховує асиметричність розподілу фінансових показників банків.

Третій розділ пропонує прикладні рішення: методичний підхід до оцінювання впливу маркетингових витрат на дохідність банків у роздрібному й корпоративному сегментах, диференційовані за стратегічними типами напрями вдосконалення фінансової політики та трирівневу систему нормативного забезпечення маркетингоорієнтованої фінансової політики банку, реалізовану у формі проєкту відповідного Положення.

Обґрунтованість наукових положень забезпечена внутрішньою узгодженістю розділів: теоретичні висновки першого розділу послідовно розвинуто в аналітичній інструментарій другого, а результати аналітичної частини безпосередньо покладено в основу прикладних рекомендацій третього розділу. Основні результати дослідження повною мірою висвітлено у 15 наукових працях здобувачки загальним обсягом 6,38 авт. арк., з яких 5 – у наукових фахових виданнях України категорії «Б» та 10 – апробаційного

характеру. Результати дослідження доповідалися та отримали схвальну оцінку на 10 міжнародних і всеукраїнських науково-практичних конференціях, що підтверджує відповідність опублікованих праць вимогам щодо кількості, змісту та повноти відображення результатів дисертації.

Наукова новизна дисертаційної роботи

До найбільш вагомих результатів дисертаційного дослідження, що визначають його наукову новизну, належать положення, сформовані на двох рівнях – удосконалення наукових підходів і подальшого розвитку методичного інструментарію.

Удосконалено:

- уточнено класифікаційні ознаки фінансової політики банківської установи з урахуванням специфіки банківської діяльності (с. 47-53);
- класифікацію банківських маркетингових інструментів за рівнем технологічної зрілості (класичні, цифрові, аналітичні), що дозволило визначити провідну роль аналітичних і цифрових інструментів у формуванні управлінських рішень банку (с. 93-103);
- методичний підхід до оцінювання впливу маркетингових витрат банківських установ у роздрібному та корпоративному сегментах на показники ефективності фінансової політики (с. 149-151);
- напрями розвитку фінансової політики банків на засадах маркетингоорієнтованого підходу з диференціацією маркетингового інструментарію за стратегічними типами банків (с. 187-191) та розробкою цільових показників ефективності маркетингової політики (с. 206-214), що переводить оцінку маркетингової діяльності банку з описового на вимірюваний рівень;
- нормативне забезпечення фінансової політики банку на засадах маркетингоорієнтованого підходу (с. 223-232): запропоновано трирівневу систему (макро-, мікро- та операційний рівні управління), що включає маркетингову складову безпосередньо до системи фінансового управління банком.

Дістало подальшого розвитку:

- обґрунтування впровадження маркетингоорієнтованого підходу для формування фінансової політики банку (с. 63-70) з уточненням видів маркетингової політики банку (с. 75-79), яка, на відміну від класичного комплексу 4P, містить шість складових, що зумовлено високим рівнем інноваційності банківського бізнесу;
- типологія банківських установ за п'ятьма стратегічними типами на основі методики робастних Z-оцінок показників ROA, ROE та мультиплікатора капіталу (с. 136-145), що дозволяє розділити підходи до визначення фінансової політики банку залежно від його ринкової позиції та стійкості до зовнішніх шоків;

- методичний підхід до оцінки ефективності маркетингової політики банківських установ, на основі якого побудовано матрицю маркетингових стратегій банків (с. 168-174), що дало підстави сформулювати управлінські рекомендації залежно від кластера банку (с. 176-178).

Теоретична та практична цінність дослідження

Теоретичне значення роботи полягає у поглибленні наукових положень про фінансову політику банку з урахуванням маркетингової її складової. Практичне значення реалізовано через запропонований інструментарій (методика оцінювання ефективності маркетингових витрат, матриця маркетингових стратегій, диференційовані за стратегічними типами напрями вдосконалення фінансової політики, проєкт Положення про маркетингоорієнтовану фінансову політику банку), що може бути використаний банками для обґрунтування маркетингових витрат з метою досягнення цілей фінансової політики. Результати впроваджено в освітній процес Державного університету «Житомирська політехніка» за дисциплінами «Банківський менеджмент» та «Операції банків і фінансово-кредитних установ» для здобувачів першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівнів (довідка № 44/21.00/1061 від 22.06.2026).

Оцінка оформлення дисертації

Дисертація оформлена відповідно до вимог Міністерства освіти і науки України: основний текст викладено на 213 сторінках, робота містить 26 таблиць, 34 рисунки, 7 додатків, список використаних джерел налічує 276 найменувань. Мова роботи – літературна наукова українська.

Академічна доброчесність

Оцінка змісту дисертаційної роботи свідчить про дотримання авторкою принципів академічної доброчесності. Фактів плагіату чи фабрикації результатів не виявлено; рукопис пройшов перевірку системою StrikePlagiarism. Використані під час підготовки рукопису інструменти штучного інтелекту застосовувалися виключно як допоміжний засіб (пошук, переклад, граматична редакція); усі економетричні розрахунки та практичні висновки здійснено автором самостійно.

Дискусійні положення та зауваження до дисертаційної роботи

1. Автором вилучено ПриватБанк з кореляційного аналізу через його домінуючу частку ринку. Хоч це й робить модель для інших банків точнішою, однак доцільно було б побудувати окрему модель для системно важливих банків, щоб зрозуміти межі ефективності їхнього масштабування.

2. У третьому розділі висунута пропозиція НБУ включати витрати на маркетинг до оцінки бізнес-моделі банку. Варто зазначити, що маркетингові стратегії є комерційною таємницею банків, тому механізм такого нагляду потребує детальнішої регламентації для уникнення надмірного втручання регулятора у ринкову стратегію.

3. В оновленні внутрішніх документів банку згадується «стратегія ESG». Однак у дисертації недостатньо висвітлено, як саме маркетингоорієнтований підхід допомагає оцінити фінансову віддачу від впровадження принципів сталого розвитку в банківські продукти.

Загальний висновок

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», 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».

Рецензент:

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів
Державного університету
«Житомирська політехніка»



Оксана НОВАК

Підпис Оксани Новак

Засвідчую:

Проректор з НТР

цифрової трансформації



Андрій Морозов