Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0821U100256

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 16-02-2021

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Панченко Ольга Вікторівна
2. Panchenko Olha Viktorivna

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: 10-02-2021

Спеціальність за освітою: Маркетинг

Місце роботи здобувача: Приватне підприємство «КОМСЕРВІС-БЕЗПЕКА»

Код за ЄДРПОУ: 35900097

Місцезнаходження: проспект Героїв Сталінграда, 6, корпус 1, м. Київ, 04210, Україна

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): ДФ 26.883.004

Повне найменування юридичної особи: Університет банківської справи

Код за ЄДРПОУ: 34716922

Місцезнаходження: вул. Січових Стрільців, 11, м. Львів, Львівська обл., 79007, 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: Університет банківської справи

Код за ЄДРПОУ: 34716922

Місцезнаходження: вул. Січових Стрільців, 11, м. Львів, Львівська обл., 79007, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 06.73.55

Тема дисертації:

1. Маркетингові комунікації у забезпеченні ефективності діяльності банків в Україні

2. Marketing communications in ensuring the efficiency of banks in Ukraine

Реферат/анотація:

1. У дисертації представлено вирішення важливого науково-практичного завдання щодо обґрунтування наукових підходів до підвищення ролі маркетингових комунікацій у забезпеченні ефективності діяльності банків. У дослідженні систематизовані теоретичні положення щодо сутності поняття «маркетингові комунікації», «цифровий маркетинг» та надано характеристику інструментів маркетингових комунікацій банку. У зв`язку з розвитком процесів діджиталізації в банківському секторі відбувається трансформація маркетингових комунікацій банків у цифровому середовищі. З метою забезпечення фінансової стабільності та ефективності діяльності банку набуло подальшого розвитку класифікація маркетингових комунікацій банку завдяки виокремленню традиційних маркетингових комунікацій та цифрових маркетингових комунікацій за такими класифікаційними ознаками як інструменти комунікацій, синтетичні комунікації, канали комунікацій, спрямованість дії, зворотній зв`язок, за ступенем інтеграції, за властивостями комунікацій, за відносинами з цільовою аудиторією, за способами комунікацій, засобами реалізації, за бюджетом, залученням клієнтів банку у комунікацію, терміном впливу на цільову аудиторію, збільшенням

кількості відвідувачів сайту. З метою забезпечення ефективності діяльності банку обґрунтовано доцільність використання маркетингових комунікацій. У дисертації запропоновано авторське бачення поняття «цифрові маркетингові комунікації банку» на основі поєднання офлайн та онлайн маркетингових комунікацій в умовах розвитку трансформаційних процесів та діджиталізації діяльності банку, побудованих на інтеграційних особливостях емерджентності маркетингових комунікацій з метою досягнення банком зростання обсягів реалізації банківських продуктів та послуг, прибутку, ринкової капіталізації, лояльності клієнтів та зниження витрат на організацію його діяльності. У дослідженні розглянуто теоретико-методологічні засади оцінки ефективності маркетингових комунікацій банку. У дослідженні набуло подальшого розвитку поняття «управління системою маркетингових комунікацій банку» як діяльність банку з розробки та аудиту маркетингових комунікацій, обґрунтування і вибору комунікаційної стратегії для підтримки та формування лояльності клієнтів, забезпечення фінансової стабільності банку з урахуванням чинників впливу на ефективність його діяльності. Здійснено оцінку впливу маркетингових комунікацій на ефективність діяльності банку шляхом економіко-математичного моделювання за допомогою регресійно-кореляційного аналізу на підставі даних динаміки витрат на маркетинг та рекламу, активів банку, прибутку. Побудовано моделі взаємозв`язку витрат на маркетинг та рекламу з формуванням прибутку для банків з державною часткою, для банків іноземних банківських груп, для банків з приватним капіталом. Розраховано показник рентабельності маркетингових інвестицій банку, економічний ефект від використання маркетингових комунікацій на формування балансової вартості зобов`язань банку, ефективність впровадження маркетингових комунікацій у банках України. З метою забезпечення фінансової стійкості банку та рентабельності маркетингових інвестицій удосконалено науковий підхід до забезпечення ефективності діяльності банків за рахунок впровадження дорожньої карти клієнта та цифрової трансформації клієнтського сервісу. Удосконалено науково-методичні засади формування організаційного механізму управління системою маркетингових комунікацій банку завдяки виокремленню цілей, об`єктів, суб`єктів, інструментів маркетингових комунікацій, принципів та забезпечуючих підсистем: аудиту управління маркетингових комунікацій, оцінки ефективності маркетингових комунікацій банку, формування стратегій маркетингових комунікацій банку – стратегії традиційних маркетингових комунікацій та стратегії цифрових маркетингових комунікацій для забезпечення ефективності діяльності банку. У дисертації обґрунтовано стратегію цифрових маркетингових комунікацій банку шляхом визначення цілей та завдань цифрової стратегії, створення портрету цільової аудиторії, аналізу ринку банківської сфери та діяльності конкурентів, створення фірмового стилю, сайту або сторінок в соціальних мережах залежно від банківського продукту, розробки медіаплану та вибору інструментів просування, створення креативного контенту, оцінки ефективності рекламної кампанії в Інтернеті для отримання банком конкурентних переваг, підвищення ефективності його діяльності та фінансової стабільності. Доведено, що використання розроблених підходів, застосування теоретичних, науково-методичних положень та практичних рекомендацій маркетингових комунікацій в діяльності банків України сприятиме забезпеченню ефективності їх діяльності. Ключові слова: банки, маркетинг, маркетингові комунікації, цифровий маркетинг, ефективність діяльності банку, цифрові маркетингові комунікації, ефективність маркетингових комунікацій, діджиталізація

2. The study systematizes the theoretical provisions on the essence of the concept of «marketing communications», «digital marketing» and provides a description of the tools of marketing communications of the bank. In connection with the development of digitalization processes in the banking sector is the transformation of marketing communications of banks in the digital environment. In order to ensure financial stability and efficiency of the bank's activities, the classification of the bank's marketing communications has been further developed due to the separation of the traditional marketing communications and digital marketing communications tools on such classification features as communication tools, synthetic communications, communication channels, direction of action, feedback, the degree of integration, the properties of communications, the relationship with the target audience, the means implementation, according to the budget, involvement of the bank's clients in communication, term of influence on the target audience, increase in the number of site visitors. The dissertation proposes the author 's vision of the concept of «digital marketing communications of the bank» due to the

combination of offline and online marketing communications in the development of transformation processes and digitalization of the bank, based on the integration features of the emergence of marketing communications in order for the bank to achieve growth in sales of banking products and services, profits, market capitalization, customer loyalty and reduce costs for the organization of its activities. The study considers the theoretical and methodological principles of evaluating the effectiveness of marketing communications of the bank. The study further developed the concept of «management of the bank's marketing communications system» as the bank's activities for the development and audit of marketing communications, justification and selection of communication strategy to support and formation customer loyalty, ensuring financial stability of the bank taking into account factors influencing its efficiency. The impact of marketing communications on the efficiency of the bank through economic and mathematical modelling using regression-correlation analysis based on the dynamics of marketing and advertising costs, bank assets, profits. Models of interrelation of expenses for marketing and advertising with formation of profit for the state banks with the state share, for banks of foreign banking groups, for banks with the private capital are constructed. The indicator of profitability of marketing investments of the bank, economic effect from the use of marketing communications on the formation of the book value of the bank 's liabilities, efficiency of introduction of marketing communications in the banks of Ukraine are calculated. In order to ensure the financial stability of the bank and the profitability of marketing investments, the scientific approach to ensuring the efficiency of banks through the introduction of a customer roadmap and digital transformation of customer service has been improved. The scientific and methodological bases of formation of the organizational mechanism of management of the bank's marketing communications system has been improved due to the separation of goals, objects, subjects, marketing communications tools, principles and supporting subsystems: audit of marketing communications management, evaluation of the effectiveness of the bank's marketing communications, formation of marketing communications strategies - strategies of traditional marketing communications and digital marketing communications strategies to ensure the efficiency of the bank. The dissertation substantiates the strategy of digital marketing communications of the bank in view of taking into account the definition of goals and objectives of digital strategy, creating a portrait of the target audience, analysing the banking market and competitors, corporate identity, website or pages, social networks depending on the banking product, media plan development and selection of promotion tools, creation of creative content, evaluation of advertising campaigns on the Internet to obtain a competitive advantage, increase the efficiency of its activities and financial stability. It is proved that the use of developed approaches, application of theoretical, scientific and methodological provisions and practical recommendations of marketing communications in the activities of Ukrainian banks will help ensure the effectiveness of their activities. Key words: banks, marketing, marketing communications, digital marketing, efficiency of bank activity, digital marketing communications, efficiency of marketing communications, digitalization.

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. Гірченко Тетяна Дмитрівна

2. Girchenko Tetyana D.

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

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Коваленко Вікторія Володимирівна

2. Kovalenko Viktoria Vladimirovna

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. Кривич Яна Миколаївна

2. Kryvych Yana Mykolaivna

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

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Вовчак Ольга Дмитрівна
2. Vovchak Olga Dmytrivna

Кваліфікація: д.е.н., 08.02.03

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 Ivanovych

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	Хмелярчук Марія Ігорівна
Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні	Хмелярчук Марія Ігорівна
Відповідальний за підготовку облікових документів	
Реєстратор	
Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності	Юрченко Т.А.