Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Image not found or type unknow

Державний обліковий номер: 0826U004914

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 28-08-2026

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Созонюк Тарас Володимирович

2. Taras V. Sozoniuk

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: 0009-0006-3719-5958

Вид дисертації: доктор філософії

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 051

Назва наукової спеціальності: Економіка

Галузь / галузі знань: соціальні та поведінкові науки

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Економіка

Дата захисту: 01-09-2026

Спеціальність за освітою: Менеджмент

Місце роботи здобувача: Фізична особа підприємець "Созонюк Тарас Володимирович"

Код за ЄДРПОУ: 3518003191

Місцезнаходження: вул. Красногірська, с. Колоденка, Рівненський р-н., 35306, Україна

Форма власності: Приватна/недержавна

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR:

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): PhD 15851

Повне найменування юридичної особи: Національний університет водного господарства та природокористування

Код за ЄДРПОУ: 02071116

Місцезнаходження: вул. Соборна, Рівне, Рівненський р-н., 33028, 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: Національний університет водного господарства та природокористування

Код за ЄДРПОУ: 02071116

Місцезнаходження: вул. Соборна, Рівне, Рівненський р-н., 33028, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Українська

Коди тематичних рубрик: 06.81.55

Тема дисертації:

1. Рефлексивне управління маркетинговою діяльністю підприємств ритейлу IT-продуктів
2. Reflexive management of marketing activities of IT product retail enterprises

Реферат/анотація:

1. У дисертації здійснено теоретичне обґрунтування, емпіричну діагностику та прикладні рішення щодо формування системи рефлексивного управління маркетинговою діяльністю (РУМД) підприємств ритейлу IT-продуктів в умовах цифрової трансформації та ринкової турбулентності. У першому розділі досліджено генезис наукової думки щодо маркетингової діяльності ритейлу IT-продуктів, систематизовано методичні підходи до формування системи РУМД та розвинуто концептуальні положення побудови такої системи з урахуванням галузевої специфіки: скороченого життєвого циклу товарів, поєднання товарних і сервісних компонентів, ролі цифрових каналів, омніканальності, персоналізації, клієнтського досвіду й аналітики даних. Уточнено, що така діяльність формується на перетині класичних маркетингових підходів, цифрових інструментів і поведінкової аналітики. Поглиблено теоретичні засади рефлексивного управління як управлінської концепції, орієнтованої на усвідомлення, інтерпретацію та прогнозування поведінки

споживачів, конкурентів і стейкхолдерів; виокремлено принципи адаптивності, проактивності, клієнтоцентричності, інтеграції аналітичних і поведінкових інструментів, циклічності зворотного зв'язку та самокорекції рішень. Показано, що цифровий маркетинг, CRM-системи, аналітика великих даних, ШІ і машинне навчання формують основу переходу до рефлексивного управління. Розвинуто концептуальні положення побудови системи РУМД як багаторівневого контуру, що поєднує аналіз ринкових сигналів, інтерпретацію поведінкових реакцій, прогнозування очікувань, реалізацію маркетингових дій, контроль результатів і коригування стратегічних рішень. У другому розділі проаналізовано динаміку діяльності підприємств ритейлу IT-продуктів за фінансовими результатами, здійснено діагностику рівня застосування системи РУМД та розроблено підхід до моделювання рефлексивних впливів. Здійснено статистичну операціоналізацію українського ринку за КВЕД-2010 як екосистеми обігу IT-продуктів, яка у 2019-2025 рр. зберегла функціональну стійкість, пройшовши після падіння 2022 р. фазу відновлення на тлі цифровізації операційної та маркетингової моделі. Аналіз фінансових результатів провідних підприємств засвідчив відновлення оборотів при нестійкій чистій прибутковості. Обґрунтовано авторську шкалу РМУ-5 - перехід від реактивно-стихійного до стратегічно-рефлексивного рівня управління. За шкалою РМУ-5 (інституціоналізація, аналітичність, поведінкова адаптивність) на прикладі трьох підприємств встановлено асиметрію зрілості - від Integration-Maturity до Formalization-Integration та Initiation-Early Expansion; вищий рівень зрілості корелює зі стійкішою фінансовою динамікою. Обґрунтовано гібридний підхід до моделювання рефлексивних впливів (PLS-SEM та агентно-орієнтована симуляція) для оцінки зв'язків між інформаційними сигналами, довірою, очікуваннями споживачів і результатами маркетингових дій та відтворення поведінкової взаємодії підприємства, споживачів і конкурентів у циклі «сигнал - інтерпретація - прогноз - дія - реакція - корекція». У третьому розділі сформовано механізм РУМД на основі п'ятиконтурної структури (інформаційно-аналітичний, поведінково-прогнозний, цифрово-комунікаційний, когнітивно-нейромаркетинговий, інституційний контури) з індикаторами: індекс рефлексивної адаптації, точність прогнозування поведінки, частота оновлення стратегій, глибина клієнтських інсайтів. Розвинуто організаційне забезпечення: еволюцію до гібридних матричних структур із Центром компетенцій з рефлексивного маркетингу, процесну архітектуру (моніторинг, аналіз гіпотез, прогнозування, адаптація, зворотний зв'язок) та мотивацію на основі інтегральних KPI. Обґрунтовано інформаційне забезпечення через Data Lake/Data Hub, API-first архітектуру, дашборди реального часу. Економічну ефективність оцінено інструментарієм DCF, юніт-економіка, TCO, Монте-Карло, CSF/KRI: реалізація рішень забезпечує позитивну окупність, зростання NPV, ROI та конкурентну перевагу. Практичне значення результатів полягає у можливості використання системи РУМД, шкали РМУ-5, механізму рефлексивного управління, організаційної моделі, інформаційної архітектури та Python-інструментарію в діяльності підприємств ритейлу IT-продуктів. Результати впроваджено у ПП «Комтехсервіс», ТОВ «IT Planet Group», ПП «ЦВІТ» та громадській організації «Науково-аналітична спілка».

2. The dissertation provides theoretical justification, empirical diagnostics and applied solutions for forming a system of reflexive management of marketing activities (RMMA) of IT product retail enterprises under digital transformation and market turbulence. The first chapter examines the genesis of scientific thought on marketing activities of IT product retail enterprises, systematizes methodological approaches to forming the RMMA system, and develops conceptual provisions for building it, considering industry specifics: shortened product life cycles, combined product and service components, digital channels, omnichannel interaction, personalization, customer experience and data analytics. It is clarified that such activity forms at the intersection of classical marketing approaches, digital tools and behavioral analytics. The theoretical foundations of reflexive management are deepened as a concept focused on awareness, interpretation and forecasting of consumer, competitor and stakeholder behavior; principles of adaptability, proactivity, customer orientation, integration of analytical and behavioral tools, cyclical feedback and self-correction are identified. It is shown that digital marketing, CRM systems, big data analytics, AI and machine learning form the basis for the transition to reflexive management. The conceptual provisions for building the RMMA system as a multilevel circuit are developed, combining market signal analysis, interpretation of behavioral reactions, forecasting of expectations, implementation of marketing actions,

control of results and correction of strategic decisions. The second chapter analyzes the dynamics of IT product retail enterprises by financial results, diagnoses the level of RMMA application, and develops an approach to modeling reflexive influences. Statistical operationalization of the Ukrainian market (by national economic-activity classification) shows an ecosystem of IT product circulation that in 2019-2025 maintained functional resilience, recovering after the 2022 decline amid digitalization of operational and marketing models. Analysis of leading enterprises' financial results showed recovery of turnover amid unstable net profitability. The author's RMM-5 scale is substantiated - a transition from a reactive-spontaneous to a strategic-reflexive level of management. Using the RMM-5 scale (institutionalization, analytical capacity, behavioral adaptability) on three enterprises, an asymmetry of maturity was established - from Integration-Maturity to Formalization-Integration and Initiation-Early Expansion; a higher maturity level correlates with more stable financial dynamics. A hybrid approach (PLS-SEM and agent-based simulation) is substantiated for assessing links between information signals, trust, consumer expectations and marketing outcomes, and reproducing behavioral interaction of the enterprise, consumers and competitors within a "signal - interpretation - forecast - action - reaction - correction" cycle. The third chapter forms an RMMA mechanism based on a five-circuit structure (information-analytical, behavioral-forecasting, digital-communication, cognitive-neuromarketing, institutional circuits) with indicators: reflexive adaptation index, behavior forecasting accuracy, strategy update frequency, and depth of customer insights. Organizational support is developed: evolution toward hybrid matrix structures with a Center of Competence for reflexive marketing, a process architecture (monitoring, hypothesis analysis, forecasting, adaptation, feedback), and motivation based on integrated KPIs. Information support is substantiated through Data Lake/Data Hub, API-first architecture, real-time dashboards. Economic efficiency is assessed using DCF, unit economics, TCO, Monte Carlo, CSF/KRI toolkit: implementation of the proposed solutions ensures positive payback, growth of NPV, ROI, and competitive advantage. The practical significance of the results lies in the possibility of using the RMMA system, the RMM-5 scale, the reflexive management mechanism, the organizational model, the information architecture, and the Python toolkit in the activities of IT product retail enterprises. The results were implemented at PE "Komtekhservis," IT Planet Group LLC, PE "CVIT," and the NGO "Scientific and Analytical Union".

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:

- Мальчик М. В., Созонюк Т. В. Теоретико-методичні аспекти рефлексивного управління маркетинговою діяльністю підприємства. Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Сер. Економічні науки. 2023. Вип. 3(103). С. 144–155.
- Malchyk M., Sozoniuk T. Factors that influence the behavior of industrial online information technology (IT) consumers in international B2B and B2G markets. Економічний простір. 2025. № 198. С. 194–200.
- Мальчик М. В., Созонюк Т. В. Аналіз ринкової чутливості до змін у логістиці постачання техніки та електроніки в умовах воєнного стану. Здобутки економіки: перспективи та інновації. 2025. № 23.
- Мальчик М. В., Созонюк Т. В. Формування вартості бренду вітчизняних IT-ритейлерів на основі рефлексивного управління маркетинговою діяльністю в умовах глобальної конкуренції. Економіка та суспільство. 2025. № 81.
- Мальчик М. В., Созонюк Т. В. Вплив форс-мажору воєнного стану на виручку і маржинальність IT-ритейлера: кореляційно-регресійне моделювання. Наукові інновації та передові технології. 2025. №

2(54).

- Созонюк Т. В. Механізми адаптації рефлексивного управління маркетинговою діяльністю підприємств ритейлу ІТ-продуктів у межах глобальних цифрових екосистем. Здобутки економіки: перспективи та інновації. 2026. № 27.
- Sozoniuk T., Malchyk M. Modern digital marketing trends. Majesty of Marketing : Materials of the XVIII International conference for the students and junior research staff. (8 th of December 2022, Ukraine). Dnipro, 2022. P. 154–155.
- Sozoniuk T., Malchyk M. The basis of reflective management in it marketing. Проблеми та перспективи розвитку сучасної науки : матеріали Міжнар. наук.-практ. конференції (11–12 травня 2023 р.). Рівне, 2023. С. 483–485.
- Мальчик М. В., Созонюк Т. В. Гештальт-технології при рефлексивному управлінні підприємством. Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конференції (23–24 лютого 2024 р.). Рівне, 2024. С. 191–194.
- Мальчик М. В., Созонюк Т. В. Інструменти нейромаркетингу в рефлексивному управлінні компаніями. Сучасні проблеми моделювання соціально-економічних систем : матеріали XV Міжнар. наук.-практ. конференції (11–12 квітня 2024 р.). Харків, 2024.
- Malchyk M., Sozoniuk T. Reflexive methods as innovations in the marketing activities of it-enterprises. Marketing of innovations. Innovations in marketing : materials of the International Scientific Internet Conference (December, 2024). Bielsko-Biala: WSEH. 2024. [E-edition]
- Мальчик М. В., Созонюк Т. В. Генеративний ШІ у рефлексивному управлінні маркетингом ІТ-ритейлеру: персоналізація та зміна поведінки споживача. Сучасні тренди в поведінковому маркетингу : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конференції з проблем маркетингу (6–7 листопада 2025 р.). Львів, 2025.
- Мальчик М. В., Созонюк Т. В. Штучний інтелект в омніканальному ІТ-ритейлі: баланс вимірювальної точності та конфіденційності даних. Стратегічне управління бізнесом на рубежі епох: тенденції та виклики : матеріали Міжнар. наук.-практ. конференції (23 жовтня 2025 р.). Київ, 2025. С. 186–189.
- Мальчик М. В., Созонюк Т. В. Рефлексивні методи управління як основа для персоналізації CRM-маркетингу. Сучасні проблеми моделювання соціально-економічних систем : матеріали XVI Міжнар. наук.-практ. конференції (22–2 квітня 2025 р.). Харків, 2025.

Наукова (науково-технічна) продукція: методи, теорії, гіпотези

Соціально-економічна спрямованість:

Охоронні документи на ОПІВ:

Впровадження результатів дисертації: Планується до впровадження

Зв'язок з науковими темами: 0121U112190 0121U107606 0121U111063

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Мальчик Мар’яна Василівна

2. Mariana V. Malchyk

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-0917-191X

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Національний університет водного господарства та природокористування

Код за ЄДРПОУ: 02071116

Місцезнаходження: вул. Соборна, Рівне, Рівненський р-н., 33028, 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. Ковальчук Світлана Володимирівна
2. Svitlana V. Kovalchuk

Кваліфікація: д.е.н., професор, 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-9535-8678

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова

Код за ЄДРПОУ: 14163438

Місцезнаходження: вул. Героїв Майдану, Хмельницький, Хмельницький р-н., 29000, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Обласна рада

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Турлакова Світлана Сергіївна
2. Svitlana S. Turlakova

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.11

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-3954-8503

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Інститут економіки промисловості Національної академії наук України

Код за ЄДРПОУ: 05420557

Місцезнаходження: вул. Марії Капніст, Київ, 03057, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Національна академія наук України

Ідентифікатор ROR:

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Савіна Наталія Борисівна

2. Nataliia B. Savina

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.03

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-8339-1219

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Національний університет водного господарства та природокористування

Код за ЄДРПОУ: 02071116

Місцезнаходження: вул. Соборна, Рівне, Рівненський р-н., 33028, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Оплачко Ірина Олександрівна

2. Iryna O. Oplachko

Кваліфікація: к. е. н., доц., 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0003-0591-121X

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Національний університет водного господарства та природокористування

Код за ЄДРПОУ: 02071116

Місцезнаходження: вул. Соборна, Рівне, Рівненський р-н., 33028, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові голови ради Попко Олена Володимирівна

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні	Попко Олена Володимирівна
Відповідальний за підготовку облікових документів	Зінкевич Оксана Володимирівна
Реєстратор	Юрченко Тетяна Анатоліївна
Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності	Юрченко Тетяна Анатоліївна