

Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0826U004865

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 27-08-2026

Статус: Запланована

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:



II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Машляківський Максим Миколайович

2. Maksym Mashliakivskyi

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

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: 27-08-2026

Спеціальність за освітою: Економічна теорія

Місце роботи здобувача: Організація відсутня

Код за ЄДРПОУ: 00000000

Місцезнаходження: -----, Київ, 00000, Україна

Форма власності: Змішана

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR:

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): PhD 15228

Повне найменування юридичної особи: Національний університет "Києво-Могилянська академія"

Код за ЄДРПОУ: 16459396

Місцезнаходження: вул. Г. Сковороди, Київ, 04070, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: 03wfca816

IV. Відомості про підприємство, установу, організацію, в якій було виконано дисертацію

Повне найменування юридичної особи: Національний університет "Києво-Могилянська академія"

Код за ЄДРПОУ: 16459396

Місцезнаходження: вул. Г. Сковороди, Київ, 04070, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: 03wfca816

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Українська

Коди тематичних рубрик: 06.35.51, 06.81.45, 06.81.55

Тема дисертації:

1. Моделювання процесів ціноутворення та конкурентної поведінки підприємств у ринковому середовищі
2. Modelling the processes of pricing and competitive behaviour of enterprises in a market environment

Реферат/анотація:

1. Машляківський М.М. Моделювання процесів ціноутворення та конкурентної поведінки підприємств у ринковому середовищі. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 «Економіка» (05 – Соціальні та поведінкові науки). – Національний університет «Києво-Могилянська Академія», Київ, 2026. В умовах цифрової трансформації економіки, а також посилення конкуренції, зокрема, на багатьох споживчих ринках ціна еволюціонувала з інструменту довгострокового позиціонування у засіб постійного тактичного реагування на ринкові події та дії конкурентів, а також спосіб якнайшвидшого покращання ринкових позицій. Активний перехід компаній до методів динамічного ціноутворення та частих промо акцій, водночас, породжує стратегічний парадокс: агресивний акційний тиск руйнує довіру до окремих брендів (цінність), яка формувалася впродовж тривалого часу, та провокує цінові війни, які знижують маржинальність всіх гравців відповідного ринку. Класичні моделі конкуренції та економетричний інструментарій часто є концептуально недостатніми для моделювання та прогнозування цих процесів, оскільки ігнорують асиметричний характер конкурентної

загрози, обмежену раціональність агентів та взаємодію цінових стратегій. Алгоритми машинного навчання, попри гарні короткострокові прогнози, зазвичай не розкривають причинно-наслідкових зв'язків і сфокусовані на тактичних завданнях, ігноруючи стратегічну складову. Відтак, виникає потреба у розробці цілісного підходу та інструментарію для одночасного динамічного моделювання ієрархії цінових рішень, поведінкових аспектів, еволюції ринку та загроз цінової війни. Об'єктом дослідження є процеси ціноутворення та поведінки підприємств на конкурентних ринках з диференційованим продуктом. Предметом дослідження – теоретичні, методологічні та практичні аспекти аналізу і моделювання стратегічної та тактичної цінової поведінки фірм, їхній вплив на споживача та загальну ринкову динаміку. Теоретико-методологічною основою є фундаментальні теорії мікроекономіки, поведінкової економіки, підходи нової емпіричної індустріальної організації та теорії ігор. Використано комплекс методів: методи наукових аналогій, синтезу, системно-структурний аналіз, економетричне моделювання, машинне навчання та Баєсівське імовірнісне програмування. Інформаційною базою стали масиви часових рядів реальних панельних даних. Наукова новизна одержаних результатів полягає у розробці комплексного підходу та економетричного інструментарію для моделювання цінових стратегій, тактик та динамічних ринкових процесів: Вперше запропоновано «хвильовий підхід» до аналізу ціноутворення. Розроблено апарат ієрархічної декомпозиції, який розкладає спостережувану ціну на стратегічний вектор, плановий оперативний рівень (хвилі) та тактичні відхилення, що формалізує внутрішню архітектуру ухвалення управлінських рішень. Обґрунтовано механіку цінових інтерференцій: за аналогією з фізичними законами доведено, що високий рівень синхронізації акційних хвиль діє як конструктивна інтерференція (підвищує цінову чутливість). Кількісно оцінено механізм «спіралі деградації брендів» внаслідок надмірної акційної активності. Емпірично перевірено механізм тактичного ціноутворення за умов обмеженої раціональності. Двоступенева модель з перешкодою довела, що фірми не здійснюють безперервну оптимізацію, а реагують на ендогенний тиск («розрив продажів») з огляду на залишок промо-бюджету. Діагностовано явище поведінкової ескалації (орієнтація на «фантомні» історичні піки продажів). Удосконалено систему діагностики макродинаміки: розроблено Індекс цінової турбулентності (PTI) та Індекс зсуву цінових промо (PSI), які вимірюють інтенсивність конкуренції та визначають баланс сил між антагоністами і протагоністами цінової війни. Дістали подальшого розвитку: апарат моделювання цінових коригувань (доповнено показниками «організаційної пам'яті» – дисконтуючими коефіцієнтами забування); типологізація стратегічної поведінки (інертні та раціональні лідери, послідовники, адаптивні гравці); модель попиту з включенням параметрів синергії ціни з амплітудою та частотою хвиль для оцінки їх впливу на загальний обсяг ринку. Практичне значення отриманих результатів. Розроблений економетричний апарат є цілісним алгоритмічним ядром для впровадження у корпоративні системи підтримки прийняття рішень. Запропоновані макроекономічні індекси можуть бути використані антимонопольними органами як об'єктивний інструментарій для моніторингу цінової стабільності, виявлення зон ризику ескалації та викриття потенційних неявних цінових змов. Ключові слова: бренд, довіра до бренду, конкурентні переваги, конкурентоспроможність, маркетинг, обмежена раціональність, підприємство, поведінка споживача, поведінкова економіка, прийняття рішень, стратегії, хвилі ціноутворення, ціна, цінова конкуренція, цінові стратегії.

2. Mashliakivskiy M.M. Modelling the processes of pricing and competitive behaviour of enterprises in a market environment. – Qualification scientific work submitted as a manuscript. PhD thesis to obtain the degree of Doctor of Philosophy in the Programme Subject Area 051 «Economics» (05 – Social and Behavioural Sciences). – National University of Kyiv-Mohyla Academy, Kyiv, 2026. Under digitalization and intensifying competition, particularly in consumer markets, price has evolved from a long-term positioning tool into a means of tactical response, as well as a way to quickly improve sales. However, active shift towards dynamic pricing and frequent promo campaigns creates a strategic paradox: aggressive promo pressure destroys brand value built over a long period and provokes price wars reducing profit margins of all players in the respective market. Classical models and econometric tools are often conceptually insufficient for modelling and forecasting these processes, as they ignore asymmetric nature of competitive threats, bounded rationality of agents, and interaction of pricing strategies. Machine

learning algorithms, despite providing robust short-term forecasts, often fail to reveal causal relationships and focus primarily on tactics, overlooking the strategic role of pricing. Consequently, there is a need to develop a holistic approach and tools for simultaneous dynamic modelling of pricing decision hierarchies, behavioural aspects, market evolution, and the threat of price wars. The object of the research is the pricing processes and behavioural patterns of enterprises in competitive markets with differentiated products. The subject of the research encompasses theoretical, methodological, and practical aspects of analysing and modelling firms' strategic and tactical pricing behaviour, alongside their impact on consumers and overall market dynamics. The theoretical and methodological framework of the research is based on fundamental theories of microeconomics, behavioural economics, new empirical industrial organization approach, and game theory. The study utilizes a complex of methods, including scientific analogies, synthesis, systemic-structural analysis, econometric modelling, machine learning, and Bayesian probabilistic programming. The information base consists of time-series datasets of real panel data. The scientific novelty of the obtained results lies in the development of a comprehensive approach and econometric tools for modelling pricing strategies, tactics, and dynamic market processes: A "wave approach" to pricing analysis has been proposed for the first time. A framework for hierarchical decomposition was developed, dividing the observed price into a strategic vector, a planned operational level (waves), and tactical deviations. This formalizes the internal architecture of managerial decision-making. The mechanics of pricing interferences have been substantiated: by analogy with physics, it was proven that a high level of promo wave synchronization acts as constructive interference (increasing price sensitivity). The mechanism of the "spiral of brand degradation" resulting from excessive promotional activity was modelled. The mechanism of tactical pricing under bounded rationality has been empirically verified. A two-stage hurdle model proved that firms do not engage in continuous optimization but rather respond to endogenous pressure ("sales gap") while considering their remaining promo budget. The phenomenon of behavioural escalation (focusing on "phantom" historical sales peaks) was also diagnosed. The diagnostic system for macrodynamics has been improved: the Price Turbulence Index (PTI) and the Price Promo Shift Index (PSI) were developed to measure intensity of competition and determine the balance of powers between antagonists and protagonists of a price war. The following areas received further development: the framework for modelling price adjustments (supplemented with indicators of "organizational memory"); the typology of strategic behaviour (identifying inert and rational leaders, followers, and adaptive players); and the demand model, which now includes synergy parameters combining price with wave amplitude and frequency to assess the impact of cumulative promotional activity on total market volume. The practical significance. The developed econometric framework serves as a comprehensive algorithmic core ready for integration into corporate decision support systems. Furthermore, the proposed macroeconomic indices can be used by regulatory authorities as an objective tool for monitoring price stability, identifying risk zones for price escalation, and detecting potential implicit price collusion in consumer markets. Keywords: brand, brand trust, competitive advantage, competitiveness, marketing, bounded rationality, enterprise, consumer behaviour, behavioural economics, decision-making, strategies, pricing waves, price, price competition, pricing strategies.

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: Нове вирішення актуального наукового завдання

Публікації:

- Машляківський, М. М. (2025). Напрямки вдосконалення підходів до аналізу та оптимізації ціноутворення за умов динамічного конкурентного ринку. *Modern Economics*, 49, 154–160.

- Mashliakivskyi, M. M. (2025). Pricing waves: Exploring bounded rationality in price setting. Теоретичні та прикладні питання економіки, 2 (51) с. 186–197.
- Mashliakivskyi, M. M. (2026). Diagnosing price wars: How firm strategies and consumer reactions drive market turbulence. Ефективна економіка, 3 (2026)
- Mashliakivskyi, M. M. (2026). Excessive price competition as a factor of brand value erosion. Інвестиції: практика та досвід, 7 (2026) с. 374–381.

Наукова (науково-технічна) продукція:

Соціально-економічна спрямованість:

Охоронні документи на ОПІВ:

Впровадження результатів дисертації: Впроваджено

Зв'язок з науковими темами: 0123U104193

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Бугрова Олена Олександрівна

2. Olena Bugrova

Кваліфікація: к. е. н., доц., 08.07.03

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-8447-282X

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Національний університет "Кієво-Могилянська академія"

Код за ЄДРПОУ: 16459396

Місцезнаходження: вул. Г. Сковороди, Київ, 04070, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: 03wfca816

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Лега Ольга Василівна

2. Olha Leha

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-0989-8000

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Полтавський державний аграрний університет

Код за ЄДРПОУ: 00493014

Місцезнаходження: вул. Сковороди, Полтава, Полтавський р-н., 36003, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: <https://ror.org/01s344n79>

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Лич Володимир Миколайович

2. Volodymyr Lych

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-9024-1593

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Київський національний університет будівництва і архітектури

Код за ЄДРПОУ: 02070909

Місцезнаходження: проспект Повітряних сил, Київ, 03037, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Гавриленко Тетяна Володимирівна

2. Tetiana Havrylenko

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-2454-661X

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Національний університет "Кієво-Могилянська академія"

Код за ЄДРПОУ: 16459396

Місцезнаходження: вул. Г. Сковороди, Київ, 04070, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: 03wfca816

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Біла Ірина Сергіївна

Юрченко Тетяна Анатоліївна