

Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0826U004816

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 24-08-2026

Статус: Запланована

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:



II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. СЯО Вансін ...

2. Vansin .. SYAO

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор філософії

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 073

Назва наукової спеціальності: Менеджмент

Галузь / галузі знань: управління та адміністрування

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Менеджмент

Дата захисту:

Спеціальність за освітою: Менеджмент

Місце роботи здобувача: Сумський національний аграрний університет

Код за ЄДРПОУ: 04718013

Місцезнаходження: вул. Герасима Кондратьєва, Суми, Сумський р-н., 40021, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): PhD 16918

Повне найменування юридичної особи: Сумський національний аграрний університет

Код за ЄДРПОУ: 04718013

Місцезнаходження: вул. Герасима Кондратьєва, Суми, Сумський р-н., 40021, 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: Сумський національний аграрний університет

Код за ЄДРПОУ: 04718013

Місцезнаходження: вул. Герасима Кондратьєва, Суми, Сумський р-н., 40021, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Англійська

Коди тематичних рубрик: 06.01

Тема дисертації:

1. УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ НЕРУХОМОСТІ
2. MANAGEMENT OF MARKETING BUSINESS PROCESSES AT REAL ESTATE ENTERPRISES

Реферат/анотація:

1. Глобальна ситуація є складною та гострою, економічне відновлення супроводжується невизначеністю, а китайська економіка стикається з трьома тисками: скороченням попиту, шоками пропозиції та ослабленням очікувань. Після трьох десятиліть швидкого зростання галузь нерухомості повністю перейшла від «масштабного розширення» до «високоякісного розвитку», а попередня модель високого боргу та високого розширення більше не є стійкою. Традиційне функціональне управління маркетингом страждає від серйозних відділових бар'єрів, фрагментації процесів, неефективного сквозного реагування та розриву між стратегією та виконанням, що робить його нездатним адаптуватися до динамічного та складного ринкового середовища. Управління бізнес-процесами (BPM) як основна методологія для подолання функціональних бар'єрів та підвищення ефективності операцій стала ключовим шляхом цифрової трансформації підприємств нерухомості. Однак у галузі наразі існує основна проблема розриву між чотирма елементами: стратегією, процесом, організацією та технологією, відсутня систематична теоретична рамка, яка інтегрує ці чотири елементи, та практично реалізоване інституційне рішення, підтверджене суворими емпіричними доказами.

Метою цього дослідження є дослідження системи маркетингового BPM, адаптованої до особливостей галузі нерухомості, шляхом органічного поєднання теоретичного конструювання, ринкової діагностики, емпіричного тестування та інституційного проектування, а також пропозиція рішень щодо оптимізації процесів, які можуть динамічно адаптуватися до ринкових змін, тим самим підвищуючи ринкову конкурентоспроможність та довгострокові можливості розвитку підприємств нерухомості. Дослідження зосереджене на систематичній оптимізації управління маркетинговими бізнес-процесами на підприємствах нерухомості, а основне дослідження полягає в наступному: під час періоду глибокої корекції галузі як вирішити внутрішні дилеми традиційного управління маркетингом та досягти двостороннього покращення ефективності бізнесу та цінності для клієнтів шляхом побудови системи BPM, що керується одночасно «управлінням + технологіями». Унікальні атрибути галузі нерухомості включають високу левериджність, довгі цикли та високу чутливість до політики. Ці фактори визначають, що управління її маркетинговими процесами не може безпосередньо копіювати загальні теорії BPM. Натомість, воно повинне бути локалізованим та адаптованим до контексту на основі особливостей галузі. Тому це дослідження не лише систематично пояснює сутнісне значення та операційну логіку маркетингового BPM нерухомості на теоретичному рівні, але й надає підприємствам відтворювані та перевірені рішення щодо оптимізації процесів та рамки систем управління на практичному рівні, допомагаючи підприємствам досягти високоякісної трансформації у складному та нестабільному ринковому середовищі.

2. The global situation is complex and severe, economic recovery is fraught with uncertainty, and the Chinese economy is facing the triple pressures of demand contraction, supply shocks, and weakening expectations. After three decades of rapid growth, the real estate industry has fully shifted from "scale expansion" to "high-quality development," and the previous model of high debt and high expansion is no longer sustainable. Traditional functional marketing management suffers from serious departmental silos, process fragmentation, inefficient end-to-end response, and a disconnect between strategy and execution, making it unable to adapt to the dynamic and complex market environment. Business Process Management (BPM), as a core methodology for breaking down functional barriers and improving operational efficiency, has become a key pathway for the digital transformation of real estate enterprises. However, the industry currently faces the core pain point of disconnection among the four elements of strategy, process, organization, and technology, lacking a systematic theoretical framework that integrates these four elements and a practically implementable institutional solution validated by rigorous empirical evidence. This study aims to explore a marketing BPM system adapted to the characteristics of the real estate industry through the organic combination of theoretical construction, market diagnosis, empirical testing, and institutional design, proposing process optimization solutions that can dynamically adapt to market changes, thereby enhancing the market competitiveness and long-term development capabilities of real estate enterprises. The research focuses on the systematic optimization of marketing business process management in real estate enterprises, with the core exploration being: During the industry's deep adjustment period, how to solve the inherent dilemmas of traditional marketing management and achieve a two-way improvement in business efficiency and customer value through the construction of a BPM system driven by both "management + technology." The unique attributes of the real estate industry include high leverage, long cycles, and strong policy sensitivity. These factors determine that its marketing process management cannot directly copy general BPM theories. Instead, it must be localized and contextually adapted based on industry characteristics. Therefore, this study not only systematically elucidates the essential connotation and operational logic of real estate marketing BPM at the theoretical level but also provides enterprises with replicable and verifiable process optimization solutions and management system frameworks at the practical level, helping enterprises achieve high-quality transformation in a complex and volatile market environment. The specific objectives of the research are fourfold: First, to systematically review the theoretical foundations of marketing business process management in real estate enterprises, clarify its economic substance, core constituent elements, and the constraint mechanisms of key industry characteristics on process design, thereby laying a solid theoretical foundation for the research. Second, to conduct a comparative analysis of the development characteristics, fluctuation logic, and structural evolution differences between the Chinese and Ukrainian real estate markets,

diagnose the prevalent issues in the implementation of marketingBPM in current real estate enterprises, and construct a comprehensive evaluation system for marketing BPM effectiveness. Third, to build a dynamic optimization model for marketing BPM and an intelligent marketing technology empowerment framework adapted to the real estate industry, clarifying the key operational mechanisms and phased implementation pathways of the model. Fourth, to empirically test the actual effects of the optimization measures through a quasi-experimental design, and based on the verification results, propose an implementable real estate marketingBPM management system. The research primarily employs the literature research method, comparative analysis method, questionnaire survey method, and quasi-experimental research method. Literature research: Systematically review domestic and international research results related to BPM theory and real estate marketing management, clarify the theoretical evolution context and research limitations, and construct the theoretical analysis framework of this study.

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: Освоєння нових технологій транспортування енергії, впровадження енергоефективних, ресурсозберігаючих технологій, освоєння альтернативних джерел енергії

Підсумки дослідження: Теоретичне узагальнення і вирішення важливої наукової проблеми

Публікації:

- Yang Yang, M. Lyshenko, Xiao Wanxin. (2022). HCX real estate enterprise marketing organization structure optimization. Інфраструктура ринку. Випуск 69. 30-37.
- Yang Yang, Lyshenko Margarita, Xiao Wanxin. (2022). Marketing channel models of distribution in real estate companies. Економіка та суспільство. № 44.
- Xiao Wanxin, Lyshenko Marharyta. Modern concepts, principles and perspectives of business process management in real estate enterprises. (Сучасні поняття, принципи та перспективи управління бізнес процесами на підприємствах нерухомості). Економіка та суспільство. 2023. № 52.
- Xiao Wanxin, Lyshenko Marharyta. Research on business process reengineering of real estate enterprises. (Дослідження реінжинірингу бізнес-процесів підприємств нерухомості). Інфраструктура ринку. 2023. №75. С.62-69.
- Xiao Wanxin, Lyshenko Marharyta. Diagnostics of management of marketing business processes in real estate enterprises. (Діагностика управління маркетинговими бізнес процесами в підприємствах нерухомості). Вісник ШНАУ. Серія Економіка і менеджмент. 2024. № 1 (97). С. 19-23.
- Xiao Wanxin, Lyshenko Marharyta. Evaluation and formation of the concept of modeling business processes of sales in real estate enterprises. Вісник ШНАУ. Серія Економіка і менеджмент. 2025. № 4 (104). С. 73-79. DOI: <https://doi.org/10.32782/bsnau.2025.4.11>
- Yang Yang, Wanxin Xiao , Margarita Lyshenko , and Yang Zhang.(2023). S-Model for Project Cost Management in Value Engineering for Construction Companies. Bulletin of the polish academy of sciences technical sciences. 1-10. (SCOPUS).

Наукова (науково-технічна) продукція:

Соціально-економічна спрямованість:

Охоронні документи на ОПІВ:

Впровадження результатів дисертації: Впроваджено

Зв'язок з науковими темами: 0119U001336 0121U113070

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Лищенко Маргарита Олександрівна
2. Marharyta O. Lyshenko

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-6321-5178

Додаткова інформація: ;ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6321-5178>;;<https://scholar.google.com.ua/citations?hl=ru&user=Kv6Owh0AAAAJ>;Scopus ID: 57203537272

Повне найменування юридичної особи: Сумський національний аграрний університет

Код за ЄДРПОУ: 04718013

Місцезнаходження: вул. Герасима Кондратьєва, Суми, Сумський р-н., 40021, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Орел Анна Миколаївна
2. Anna M. Orel

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0003-0823-3346

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Київський національний університет технологій та дизайну

Код за ЄДРПОУ: 02070890

Місцезнаходження: вул. Мала Шияновська, Київ, 01011, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Виноградова Олена Володимирівна

2. Olena V. Vynogradova

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-7250-5089

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій

Код за ЄДРПОУ: 38855349

Місцезнаходження: вул. Солом'янська, Київ, 03110, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Макаренко Наталія Олексіївна

2. Nataliia O. Makarenko

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-7354-5122

Додаткова інформація: ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7354-5122>; Researcher ID: W-4087-2018; Scopus ID: 57189218993

Повне найменування юридичної особи: Сумський національний аграрний університет

Код за ЄДРПОУ: 04718013

Місцезнаходження: вул. Герасима Кондратьєва, Суми, Сумський р-н., 40021, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Виноградова Олена Володимирівна

2. Olena V. Vynogradova

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-7250-5089

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій

Код за ЄДРПОУ: 38855349

Місцезнаходження: вул. Солом'янська, Київ, 03110, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

VIII. Заключні відомості

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові
голови ради**

Сохань Інна Віталіївна

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові
головуючого на засіданні**

Сохань Інна Віталіївна

**Відповідальний за підготовку
облікових документів**

Веретейченко Ірина Анатоліївна

Реєстратор

Юрченко Тетяна Анатоліївна

**Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є
відповідальним за реєстрацію наукової
діяльності**



Юрченко Тетяна Анатоліївна